

Instituto Superior de Engenharia de Lisboa

Engenharia Informática e de Computadores

*Economia e Gestão de Projeto*

*5º Case Study*

**Autores:**

40541, André Pinto

40543, Gonçalo Damião

40647, João Vermelho

43552, Samuel Costa

**Grupo 1**

**Turma: LI31N/LI41N**

**SI 2017/2018**

# História da Google

A Google é uma empresa multinacional de serviços online e software baseada em Mountain View, na California nos Estados Unidos da América. Fundada a 4 de Setembro de 1998 por Larry Page e Sergey Brin. Conta, hoje em dia, com **72 053** empregados, tem um valor de mercado agregado de **413.8 mil milhões** $ [[1]](#footnote-1) e um lucro anual de **14.9 mil milhões $**. A imagem de marca da Google é o seu motor de busca, o mais utilizado em todo o mundo, que começou a ser desenvolvido em 1996 quando Larry e Sergey ainda eram estudantes na universidade de Stanford e diferenciou se do motores de busca criados até à altura pois exibia links para os web sites com maior número de relações para os termos de busca em vez de apresentar os termos que apareciam mais vezes na primeira página de cada site. A palavra Google provem de um erro ortográfico da palavra “googol” que representa o número 1 seguido de cem zeros de forma sugerir que o motor de busca poderia indexar e apresentar elevadas quantidades de informação.

# Produtos e Serviços da Google

Para além do seu motor de busca, que também tem variações para áreas mais

específicas como o Google Books, Google Finance e Google News, a Google conta com

produtos relativos aos serviços de publicidade:o AdSense, AdWords e o DoubleClick.

Ferramentas de comunicação e publicação: FeedBurner, 3D Warehouse, SkeetchUp,

Youtube, Google+, Gmail, entre outros. Produtos de desenvolvimento de recursos: Dart,

OpenSocial e Go. Produtos relacionados com mapas: Google Body, Google Map Maker,

Google Maps, Google Mars e Google Moon. E ferramentas de estistica: Google

Analytics e Google Trends. Para referência, inclui-se em anexo um diagrama com as maiores empresas detidas

A Google também entrou no mercado dos sistemas operativo através do

desenvolvimento do Android que conta em 2016 com 85.3% da quota de mercado de

sistemas operativos para dispositivos móveis, o Google Chrome OS e a Google TV. Tem

apostado também no mercado do hardware desenvolvendo o Nexus One, um

smartphone lançado em 2010.

# Visão e Missão da Google

A frase sobre a visão da Google elaborada pelos próprios diz nos que a Google foi criada para *“fornecer acesso à informação do mundo através de um click”,* o que nos dá uma ideia bastante concreta sobre aquilo que esta empresa tenta oferecer ao mundo, tendo em conta que o seu maior produto é um motor de busca de larga escala. Podemos concluir que a Google tenta através de desenvolvimento de software permitir que pessoas em todos os cantos da Terra tenham acesso facilitado a toda a informação que se encontra na Internet, para isso bastando “um click”.

Em relação à sua missão a Google diz nos que procura *“organizar a informação do mundo e torna-la universalmente acessivel e util”*, procurando desta forma, mais uma vez, passar nos a mensagem que os seus esforços e ideias enquanto empresa se focam no fornecimento de informação à população de todo o mundo. Sendo que se trata de uma empresa bem sucedida e que se encontra na vanguarda da área da informação e da tecnologia, é correto dizer que a visão e a missão a que a Google se propõe estão bem encaminhadas e que se enquadram bem no que a empresa representa procurando também utilizar estratégias inovadoras de forma a manter se na liderança da sua industria.

# Análise Externa da Google

Foi analisado o relatório 10-K referente ao ano de 2016, entregue pela Google ao SEC (U. S. Security and Exchanges Commision). A partir da informação contida no relatório, e do *template business model canvas* foi mapeado o modelo de negócio da Google.

Por análise da primeira secção da primeira parte, constatou-se que as receitas da Google provêm maioritariamente (85,9%) da “disponibilização de publicidade online relevante para os consumidores e rentável para os anunciantes”.

A atividade é possibilitada por uma base sólida de produtos nucleares (Search, Android, Maps, Chrome, Youtube, Google Play, Gmail), com uma grande base de utilizadores ativos (mais de mil milhões de utilizadores por mês), disponibilizados de forma gratuita.

O modelo de negócio assenta em canalizar as receitas para melhorar o mecanismo de obtenção de receitas, e investir em projetos de alto risco (denominadas ‘Other Bets’).

Por um lado, isto significa que cada segmento de clientes tem acesso a uma face diferente da empresa.

Os utilizadores privados obtêm pesquisas, serviços de email, e mapas gratuitos, browser, etc. e pagam por alguns serviços premium, como características avançadas de email, serviços na cloud, serviços de pagamento seguro, etc.

As empresas: têm acesso ao espaço em páginas web onde colocar os seus anúncios, tirando partido da segmentação (Performance advertising) permitida pela elevada base de utilizadores e pela natureza e quantidade de informação que os utilizadores confiam à Google sobre os seus hábitos, geolocalização, etc.

Programadores: Vêem uma forma de rentabilizar o seu conhecimento por meio de aplicações para o sistema operativo android, sem custo de infraestrutura para alojamento e disponibilização ao utilizador final, e com uma plataforma comum. A Google forja acordos com os fabricantes originais de equipamentos (OEMs) e é paga pelo uso dos seus servidores como repositório para descarregamento das aplicações, etc.

Offline: Tem tentado movimentar-se para fora da Web com carros autónomos, robots humanoides, smart Glasses, etc. oferecidos ao publico em geral.

## Posição Competitiva

Na página 9 do relatório 10k, são listados os campos em que a google enfrenta competição. A seguir se relaciona essa informação com a quota de mercado detida pela google e o serviço através do qual ocupa essa posição.

1. Motores de busca e sites de informação: Homepage Google - 80,6%[[2]](#footnote-2)
2. Sites de e-comerce e motores de busca verticais. Homepage Google – 21%[[3]](#footnote-3), flights, carreers;
3. Redes sociais – Youtube – 24,23%[[4]](#footnote-4) Google+, Hangouts
4. Outras formas de publicidade. ND
5. Outras plataformas online de publicidade. Adwords – 14%[[5]](#footnote-5)
6. Provedores de serviços de vídeo digital – Youtube 78%[[6]](#footnote-6)
7. Empresas que fabricam e comercializam produtos eletrónicos ao consumidor. Android – 66,4%[[7]](#footnote-7); Pixel – 0,7%[[8]](#footnote-8)
8. Serviços na cloud para empresas. Google Cloud platform – 3,95%[[9]](#footnote-9)
9. Assistentes digitais - Google Home – 24%[[10]](#footnote-10)

## Fatores de risco

No item 1A- Fatores de risco, destacam-se a elevada competitividade e a necessidade de inovação. Daqui se extrai a necessidade de centrar a atividade na experiência do utilizador e investir em R&D, iniciar disputas legais em casos de propriedade intelectual, independente do mérito da causa.

Redução nos gastos com publicidade pelos anunciantes ou perda de parceiros poderá prejudicar o negócio. Aumento de competidores na área poderá ter um efeito negativo na posição e afetar a margem de contribuição no futuro.

O modelo de investimento em novos negócios e produtos é inerentemente arriscado, podendo perturbar outras operações. Um risco que não é mitigável, mas antes parte da estratégia.

O aumento do escrutínio regulatório nos campos de atividade pode trazer custos legais adicionais (p.ex: e-commerce[[11]](#footnote-11)).

Impacto negativo na aquisição de novos utilizadores, por via de preocupações do público com a privacidade. Tem resultado em alguma incerteza e disputas legais.

Adicionalmente, disputas de propriedade intelectual em que se tenha que defender, e a sua posição no mercado da publicidade digital[[12]](#footnote-12), pode ser sujeita a litigação[[13]](#footnote-13).

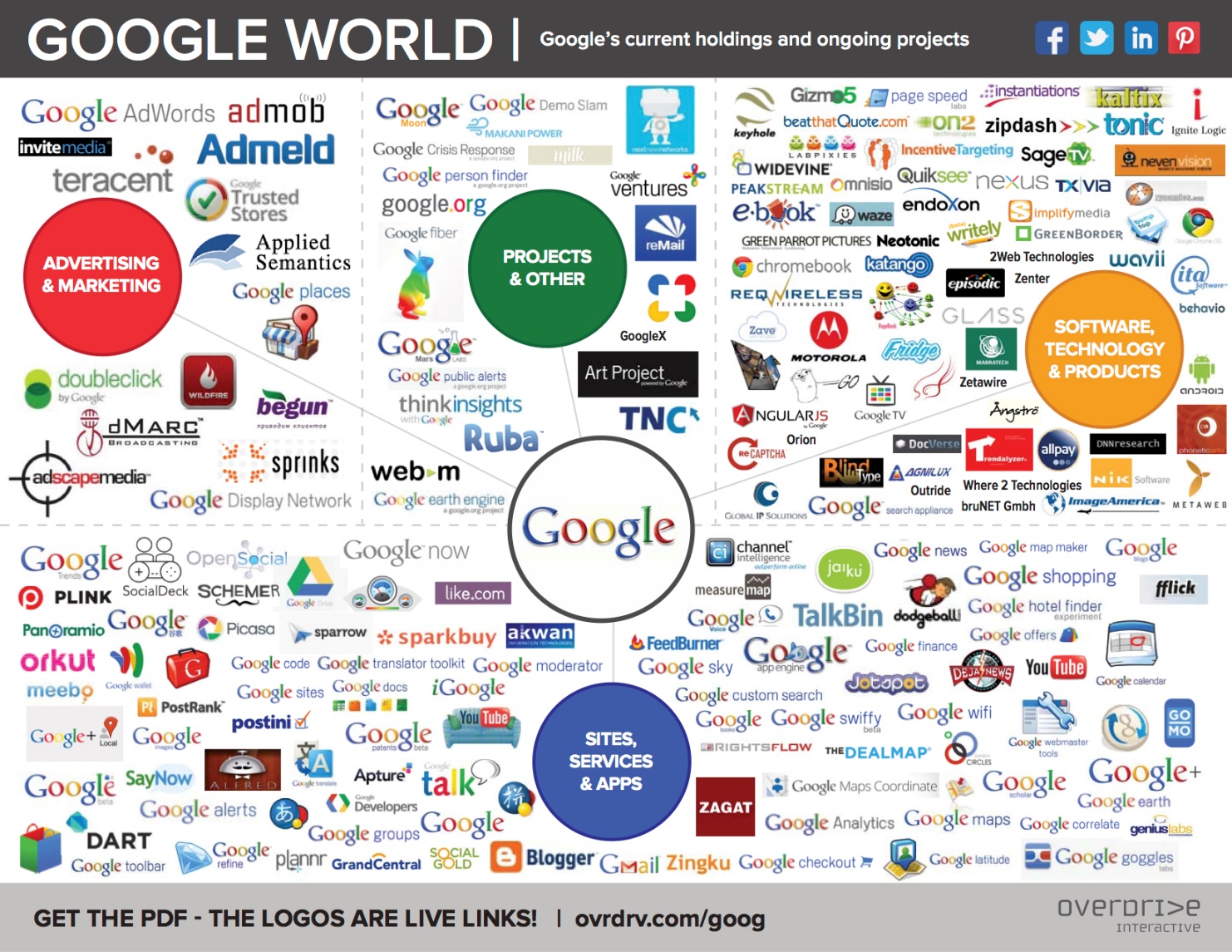
A empresa registou um cash flow líquido de 36 mil milhões $, provenientes sobretudo da publicidade e vendas de aplicações, vendas dentro de aplicações[[14]](#footnote-14), receitas de 90,2 mil milhões $.

## Perspetivas para o futuro

As transformações introduzidas no negócio pela evolução das tendências descritas no Item 7 do referido formulário, certamente terão capacidade de a empresa fazer face ao risco que o seu negócio comporta. Daqui se destacam os desafios sociais do uso massificado da tecnologia[[15]](#footnote-15). Terá relevância a forma como a empresa conseguirá manter uma das suas principais forças, o prestígio das suas marcas como veículos de confiança e diversidade[[16]](#footnote-16), e a sua capacidade para atrair talento. É também de salientar a importância da capacidade de forjar alianças com fabricantes, por forma a fazer chegar os seus produtos e serviços a utilizadores *mobile*.

O gráfico da página 20 evidencia que um investimento de 100$ em ações em janeiro de 2011, traria retorno a 5 anos entre 180$ e 280$. Portanto, a taxa de retorno situa-se entre 80%(S&P 500) e 180% (RDG Internet Composite).

## **Anexo**



**Fonte:** https://fedotov.co/wp-content/uploads/2015/06/Google-World-Infographic.jpg

1. Fonte: Relatório 10K referente ao ano de 2016. Acedido a 21/11/17: https://www.last10k.com/sec-filings/1652044/0001652044-17-000008.htm# [↑](#footnote-ref-1)
2. Dados referentes a utilizadores Desktop. Fonte: https://www.netmarketshare.com/search-engine-market-share.aspx?qprid=4&qpcustomd=0 [↑](#footnote-ref-2)
3. Fonte: http://www.businessinsider.com/amazon-gains-share-in-ecommerce-searches-2017-1 [↑](#footnote-ref-3)
4. Fonte: https://www.dreamgrow.com/top-10-social-networking-sites-market-share-of-visits/ [↑](#footnote-ref-4)
5. Fonte: https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue [↑](#footnote-ref-5)
6. Fonte: https://www.statista.com/statistics/266201/us-market-share-of-leading-internet-video-portals/ [↑](#footnote-ref-6)
7. Fonte: https://www.netmarketshare.com/operating-system-market-share.aspx?qprid=8&qpcustomd=1 [↑](#footnote-ref-7)
8. Fonte: https://www.recode.net/2017/10/4/16418170/google-pixel-market-share-2017-event-chart-data [↑](#footnote-ref-8)
9. Fonte: https://www.skyhighnetworks.com/cloud-security-blog/microsoft-azure-closes-iaas-adoption-gap-with-amazon-aws/ [↑](#footnote-ref-9)
10. Fonte: http://fortune.com/2017/09/18/amazon-sells-15m-echos/ [↑](#footnote-ref-10)
11. Veja-se https://econsultancy.com/blog/69213-how-europe-s-2-7bn-google-antitrust-fine-could-impact-the-internet-economy [↑](#footnote-ref-11)
12. <https://www.emarketer.com/Article/Google-Facebook-Increase-Their-Grip-on-Digital-Ad-Market/1015417> [↑](#footnote-ref-12)
13. <http://fortune.com/2017/07/28/google-facebook-digital-advertising/> [↑](#footnote-ref-13)
14. 2016 GOOGL 10k-form, p.37 [↑](#footnote-ref-14)
15. <https://www.theatlantic.com/technology/archive/2015/11/google-searches-privacy-danger/413614/> , <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/2053951716650211> e https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/50776722/j.ijnurstu.2005.02.00520161207-15697-1etdnwq.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1511310858&Signature=o8n20l%2FcNB0jS%2FzaEaDFO7W7h94%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DInternet\_addiction\_in\_Korean\_adolescents.pdf [↑](#footnote-ref-15)
16. Veja-se, por exemplo, <https://www.bloomberg.com/news/articles/2017-11-16/inside-google-s-struggle-to-filter-lies-from-breaking-news> e <https://en.wikipedia.org/wiki/Google%27s_Ideological_Echo_Chamber> e <https://www.bloomberg.com/gadfly/articles/2017-11-21/net-neutrality-already-ended>

    para citar exemplos recentes. [↑](#footnote-ref-16)