



O próximo salto: como preparar
o seu negócio para a web3



Conteúdo

1	Web3 é mais que convergência	3
2	Componentes principais da web3	6
3	Quais são as potências da web3?	7
4	Jornada web3: cinco áreas-chaves	8
5	Contatos	11

1. Web3 é mais que convergência

A web3 é um ecossistema emergente que promete revolucionar os modelos de negócios físicos e digitais, potencializando o poder dos consumidores, enquanto fortalece o relacionamento que eles têm com as marcas e empresas.

O conceito central da web3 está relacionado à descentralização, baseada na tecnologia *blockchain*, que estabelece uma maneira controlada de interação entre diferentes *players*.

Um anunciante, por exemplo, pode oferecer aos consumidores alguma forma de moeda se eles estiverem dispostos a compartilhar informações de renda.

É possível pagar ou recompensar clientes e fãs da marca por colaborar com um novo produto ou serviço, seja uma linha de roupas ou um rótulo atraente para uma garrafa de refrigerante. Também é possível comprar, vender e trocar NFTs digitais, assim como *tokens* que representem uma “escritura” de propriedade no mundo físico ou cartões esportivos digitais em uma galeria virtual de NFT.

Web3 é um *ecossistema* construído sobre tecnologias que podem mudar a forma como os negócios e a sociedade funcionam.

A tecnologia terá implicações nos negócios e na maneira como as pessoas se relacionam com eles.

As organizações precisam se preparar para otimizar relacionamentos e explorar negócios sobre novas experiências possíveis.

A transição para a web3 não é apenas uma convergência tecnológica e não será instantânea. Nenhum botão será acionado para que os usuários deixem a web 2.0 (definida abaixo) e se conectem à web3 de um dia para o outro. É importante, no entanto, observar que muitas organizações já começaram a experimentar as tecnologias relacionadas à web3 e seus casos de uso.

Nesta publicação, você encontrará o que precisa saber sobre web3, seus componentes digitais, suas perspectivas e para quais áreas-foco a sua empresa precisa direcionar os esforços para atingir todo o seu potencial no futuro próximo. Ainda dá tempo de aproveitar as vantagens de adotar essa tecnologia logo no início e se planejar para as mudanças que ela poderá trazer ao cenário social e de negócios.

Linha do tempo da web



Web1 (1990-2000) foi um avanço que possibilitou a conexão entre computadores e usuários em todo o mundo (por isso o nome *World Wide Web*) e era frequentemente chamada de *web read-only*. Era, apesar da inovação à época, ainda muito semelhante ao que outros meios de comunicação ofereciam, dado o contexto de via única, com possibilidade de informação.



Web2 (2001-), conhecida como a internet da produção audiovisual, ampliou o conteúdo e as conexões para abranger as mídias sociais, as notícias em tempo real, as compras online, além da criação de aplicativos mais elaborados. Ainda é onde estão a maioria dos serviços na web, todos criando e compartilhando conteúdo nas redes sociais. A maioria desses dados, no entanto, é de propriedade particular, controlada pelas empresas responsáveis por cada plataforma. Por possibilitar a participação interativa, ela tem duas vias.



Web3 (2021-), chamada de *read-write-own*, representa o próximo grande passo na evolução das interações on-line, introduzindo novos modelos de propriedade e transações que estendem e impulsionam a transformação digital. A característica descentralizada permite que o usuário mantenha controle sobre seu conteúdo e dados. O cuidado com a segurança e privacidade se mostra ainda mais importante.

Web1	Web2	Web3
conexão entre usuários e computadores	avanço para produção de conteúdos audiovisuais	novas capacidades digitais
<i>read-only</i>	duas vias	multidirecional, ativa e distribuída
via única	redes sociais e serviços (mercado on-line, <i>ebanking</i> etc.)	realidade virtual e metaverso
informação > estática	aplicativos	plataformas
centralizada	dinâmica	descentralizada



”A web3 é mais do que metaverso, criptomoedas e NFTs. Representa o próximo passo na evolução da internet que conhecemos. Usando tecnologias como *blockchain*, a web3 revela novos modelos de propriedade intelectual, incentivos e de criação de comunidades. Nos próximos anos, estaremos diante de novos produtos, serviços multiplataforma e relações comerciais. Os líderes devem começar a pensar em uma estratégia para a web3 ao experimentar essa nova estrutura e suas possibilidades.”

David Morrell, sócio da PwC Brasil

2. Componentes principais da web3

Propriedade

Até a web3, a tokenização estava disponível apenas no ponto de contato para uma transação específica ou uma interação contínua, o que limitava as possibilidades on-line. No entanto, o *blockchain* permite um novo modelo de propriedade: os ativos digitais se parecem cada vez mais com os físicos, que podem ser levados para qualquer lugar e transferidos para outros usuários a qualquer momento.

Incentivos

A web3 oferece maior integração entre marcas e consumidores nas propriedades digitais. Neste ambiente novo, as conexões unidirecionais e assinaturas lineares desaparecem. Qualquer empresa tem a oportunidade de criar um novo defensor da marca, mais ativamente envolvido. Um influenciador de mídia social, por exemplo, pode promover uma marca ou produto em suas plataformas individuais por causa de incentivos que vão além do dinheiro – talvez influência sobre uma empresa, oportunidades de equidade ou *co-branding*.

Comunidade

A propriedade, os incentivos e a comunidade estão profundamente interligados. Incentivos e recompensas criados por meio da tokenização produzem uma comunidade nova e potencialmente mais valiosa. Esses ambientes colaborativos podem criar conteúdos que auxiliam as equipes de marketing e criadores no desenvolvimento de uma marca. Os membros podem ainda aumentar suas transações no mundo físico.

3. Quais são os potenciais da web3?

Programas de fidelidade

Considere os programas de fidelidade de hoje. Os clientes estão limitados a usar suas recompensas em uma plataforma existente. Eles podem gastá-las em serviços ou produtos adicionais apenas dessa marca. Já um programa de fidelidade baseado na web3 abrirá as possibilidades para o que pode ser feito com essas recompensas, facilitando aspectos de propriedade e a capacidade de venda para outros usuários. Isso é mutuamente benéfico para as partes envolvidas – a marca, o vendedor e o comprador. Além disso, convida novos usuários para o funil de marketing, gera receita e demanda adicionais para a marca por meio do faturamento de vendas secundárias.

Modelos de propriedade

Na web3, é possível armazenar objetos tanto em espaços físicos quanto virtuais e transferir ativos digitais, incluindo NFTs, para criar novos tipos de propriedade, aprimorados e reinventados. A confiança é incorporada ao sistema por meio de tecnologias como *blockchain*. A inserção desse novo modelo de propriedade tem o potencial de mudar a forma como consumidores e marcas interagem.

B2B

A web3 também tem o potencial de alterar as parcerias *business-to-business* (B2B), ampliando a presença on-line de uma empresa em relação à propriedade e transações digitais – desde a identidade digital e imóveis virtuais até a cadeia de suprimentos e redes sociais.



4. Jornada web3: cinco áreas-chave

As empresas devem iniciar a sua jornada web3 por meio das cinco áreas-chave abaixo, a fim de se preparar para a potencial mudança estratégica, capitalizá-la e criar resiliência, independentemente da direção que a tecnologia irá seguir.

4.1 Confirme sua estratégia e fortaleça seu modelo de negócios



A natureza descentralizada da web3 é contrária à maioria das estruturas dos modelos de negócios tradicionais. Como essa mudança pode afetar o seu negócio? A sua indústria? Você consegue apontar as áreas que estão prontas para uma mudança radical na relação com o consumidor ou o seu cliente? Como será isso e como você responderia a essa mudança?



Explore alguns dos casos de uso da web3 que já estão surgindo no mercado, como metaverso, *blockchain*, tokenização (NFTs) e criptografia.



Identifique onde você vai precisar de ajuda no futuro. Isso pode significar parceria com provedores de *blockchain*, especialistas em contratos inteligentes e designers de UX.



Haverá falhas, mudanças nos casos de uso e um interesse renovado. Por isso, é preciso acompanhar o que está acontecendo no mercado e na sua indústria.



Identifique e analise oportunidades e riscos, verificando onde sua organização pode obter vantagem competitiva.

4.2 Organize suas operações de transição

- Um bom começo é avaliar quais tecnologias se tornaram obsoletas ou sem utilidade relevante e abrir caminho para novas oportunidades, com avanços em análises preditivas ou tratamento de dados.
- Pensando nisso, você já migrou para a [nuvem](#)? Provavelmente será preciso ter uma presença bem estabelecida nela para usar funcionalidades avançadas de novas tecnologias e sistemas.
- Existem oportunidades claras relacionadas à identidade na web3, como melhorias nos processos “conheça seu cliente” (*Know Your Client*, em inglês), maior segurança no compartilhamento de dados entre consumidores e empresas, além da verificação da propriedade humana ou individual de contas (como forma de restringir o conteúdos fraudulentos nas mídias sociais, por exemplo).

4.3 Identifique suas capacidades e elimine as lacunas de competências

- As tecnologias web3 operam de maneira muito diferente das tecnologias tradicionais. É imprescindível que as habilidades das suas pessoas sejam melhoradas e complementadas para que sua organização se mantenha sempre em evolução e com pensamento inovador.
- Embora exista ainda um baixo interesse da sociedade sobre criptomoedas ou NFTs, compreender a web3 é uma forma de participar ativamente do desenvolvimento da tecnologia. Desde os conceitos básicos até as formas como um ambiente web3 pode reorganizar os negócios, todo o conhecimento será valioso no futuro próximo.

4.4 Proteja seus sistemas e compreenda os riscos

- Embora descrevam a web3 como a antítese de regulamentações e órgãos governamentais, será justamente a regulamentação a responsável por definir as condições para que essa tecnologia se torne uma realidade para as empresas. Em muitas jurisdições, já se discutem normas relacionadas às criptomoedas e suas bolsas. O ritmo é lento, mas está acontecendo. É preciso ficar atento ao ambiente regulatório.

- Revise seus processos e procedimentos de propriedade de dados e confirme se estão prontos e preparados para o futuro. Garanta aos seus clientes a confiança de que seus dados estão seguros e protegidos.
- Com as novas tecnologias, surgem novos riscos, portanto, tenha uma boa compreensão dos fundamentos e se mantenha atualizado sobre novas vulnerabilidades.

4.5 Crie uma cultura focada em transformação digital

O Índice de Transformação Digital Brasil (ITDBr), estudo produzido pela PwC Brasil em parceria com a Fundação Dom Cabral (FDC), buscou medir o nível de maturidade digital das empresas em dez dimensões (estratégia, governança, processos digitais, pessoas e cultura, infraestrutura, decisões orientadas por dados (data-driven), estratégia de tecnologia, inteligência artificial, clientes digitais e fronteiras tecnológicas).

O ITDBr médio das empresas participantes ficou em 3,3, pouco acima da metade da escala, que vai de 1 a 6. 55% afirmam que a cultura representa o principal obstáculo para o progresso na agenda de transformação digital. É indispensável, portanto, a criação de uma cultura de inovação focada em transformação digital.

- Como acontece com a maioria das tecnologias de consumo, é apenas questão de tempo até que as empresas – e as pessoas – acostumem-se com os benefícios e desejem opções semelhantes no local de trabalho.
- Uma cultura focada em transformação digital será fundamental para a experimentação web3. Funcionários inspirados não são apenas produtivos e leais. Se eles tiverem segurança psicológica para falhar e tentar novamente, sua empresa terá mais chances de desenvolver casos de uso bem-sucedidos.
- O conceito é desafiador: se por um lado está cercada pelo romantismo do Vale do Silício, por outro, como tecnologia, a web3 é mais concreta e poderia resolver necessidades de negócios reais. Para envolver os funcionários e a liderança, enfrente os mitos e eduque sua equipe para que possa abordar essa nova versão da web com habilidade, capacidade e confiança.



”Pense em maneiras de usar os conceitos web3 internamente. Uma solução *blockchain* poderia facilitar a vida das pessoas? Uma plataforma administrada pela comunidade aumentaria o engajamento deles? Tente descobrir outras formas de obter valor e gerar cada vez mais autonomia para os usuários. O ecossistema em torno da web está ainda mais interconectado, com tecnologias disponíveis e utilizáveis.”

Denise Pinheiro, sócia e líder de Transformação Digital da PwC Brasil



Contatos



David Morrell

Sócio de Transformação Digital
david.morrell@pwc.com



Denise Pinheiro

Sócia e líder de Transformação Digital
denise.pinheiro@pwc.com



www.pwc.com.br



Neste documento, "PwC" refere-se à PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda., firma membro do network da PricewaterhouseCoopers, ou conforme o contexto sugerir, ao próprio network. Cada firma membro da rede PwC constitui uma pessoa jurídica separada e independente. Para mais detalhes acerca do network PwC, acesse: www.pwc.com/structure

© 2024 PricewaterhouseCoopers Brasil Ltda. Todos os direitos reservados.