

056

**COMÉRCIO ELETRÔNICO DE PRODUTOS VIRTUAIS: DEFINIÇÃO DE UM MODELO DE NEGÓCIOS PARA A COMERCIALIZAÇÃO DE SOFTWARE.** *Fabiane da Costa e Silva, Edimara**Mezzomo Luciano, Henrique Freitas* (Programa de Pós-Graduação em Administração – Escola de Administração – UFRGS)

A Internet tem provocado grandes mudanças no cenário econômico e organizacional. Uma das áreas onde a internet tem grande impacto é o comércio, que, com o comércio eletrônico, precisa reestruturar as formas de comprar e vender, as estratégias de atuação e os modelos de negócios. A pesquisa tem como foco o comércio eletrônico de produtos virtuais, ou seja, produtos que podem ser vendidos, entregues ou utilizados eletronicamente. Neste cenário, a pesquisa objetiva definir um modelo de negócios para a comercialização de software cujo uso ou entrega ocorre virtualmente. A pesquisa é multimétodo, através de pesquisa survey e estudo de caso. O contexto em estudo é a indústria de software, mais especificamente softwares cujo uso ou entrega ocorre virtualmente. A primeira etapa – pesquisa survey – objeto desta pesquisa, tem como objetivo fazer um reconhecimento do setor estudado, verificando o ‘estado da arte’ da comercialização de software cujo uso ou entrega ocorre virtualmente. Os dados coletados são primários e secundários, sendo a coleta através de análise de sites, entrevista via e-mail e telefone. Como resultados, tem-se quantas e quais empresas distribuem seus softwares eletronicamente, de que forma fazem isso, e investigações preliminares sobre os processos envolvidos na distribuição eletrônica de software. Complementarmente, o resultado desta pesquisa fornecerá subsídios para a seleção dos casos a serem estudados na etapa seguinte. (CNPq)