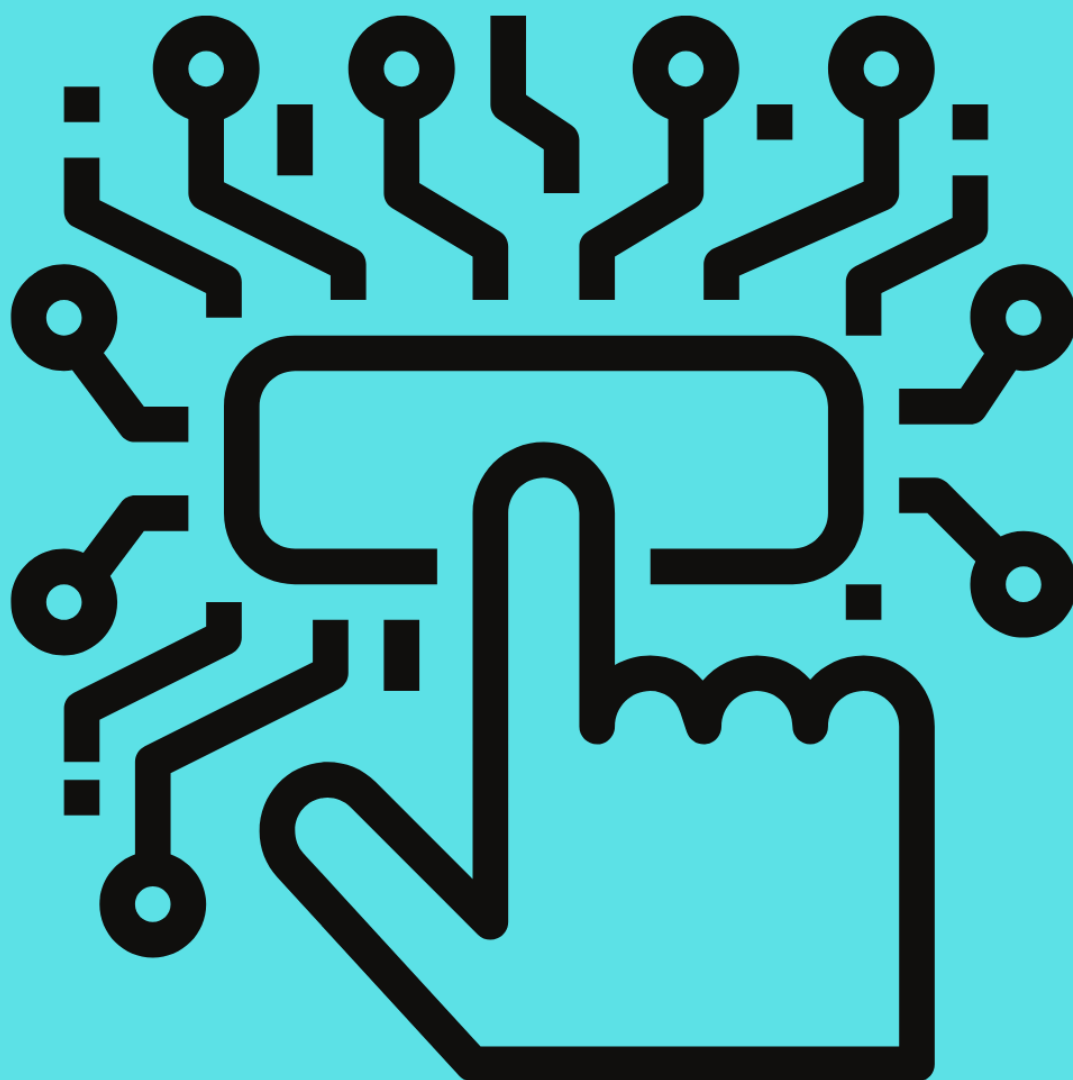


EXTENSIVO - 2020



CADERNO DE IMERSÃO

EMPREENDEDORISMO DIGITAL EM DEBATE NO BRASIL



ANALISANDO O TEMA

O mundo inegavelmente mudou com a revolução digital, estamos assistindo a mudanças radicais no comportamento do consumidor e nas relações pessoais. Se é que podemos ainda definir assim as relações, ou deveríamos separar em digitais e presenciais.

Temos um novo país chamado Facebook com uma população de 1,65 bilhão de pessoas e ainda crescendo. Segundo estudos da Cisco, teremos um salto de 10 vezes o tráfego global na internet até 2019. De 2000 a 2014 esse mesmo salto foi de 30 vezes.

Temos assistido celebridades do Youtube ganhando espaço na mídia tradicional, o que era impensável há uma década. Uma pesquisa da revista Variety revelou que entre a faixa dos 13 aos 18 anos (os nativos digitais, que nasceram já na era digital), os youtubers são mais populares que os astros do cinema americano.

As empresas e o consumidor

As empresas hoje não possuem mais poder baseado em seu tamanho e sim em sua capacidade de se conectar digitalmente com seu público consumidor. Muita coisa está mudando e mudará ainda mais.

Empresas como Netflix, Airbnb, Uber e muitas outras mostraram que não importa o tamanho de sua estrutura física e sim de sua capacidade de inclusão digital. Aliás, você sabe onde fica o prédio dessas empresas? Se é grande, pequeno? Sabe a cor da fachada?

Provavelmente não. Nem eu conheço. Isso demonstra como mudou o comportamento do consumidor. Se você tem mais de 30 anos, sabe que antes não comprávamos sem saber onde era a empresa, pelo menos, na maioria das vezes. Estruturas eram importantes para nossa avaliação.

Nós não nativos digitais éramos influenciados por campanhas de marketing, a nova geração é influenciada pelo fator social. Muitos pedem conselhos sobre um serviço ou produto a estranhos na internet. Isso fez com que aumentasse o número de sites de avaliação, como TripAdvisor.

Diferenças entre empreender on-line e off-line

Você acredita que nesse contexto empreender tradicionalmente e empreender digitalmente possuem as mesmas características? Não acredito que possuam, pois, nem acredito mais na separação. Vejo que o caminho é a convergência entre esses dois mundos.

No futuro próximo acredito que todas as empresas terão que ter sua presença digital, assim como algumas empresas puramente digitais também já estão buscando o espaço tradicional, tais como a Apple.

O consumidor pesquisa sobre produto on-line, mas alguns preferem comprar presencial. Logo não estou dizendo que um mercado vai anular o outro e sim que irão convergir a um ponto comum no meio desse caminho.

Então hoje empreender é sim diferente para o mercado tradicional e o mercado digital. O que difere? O consumidor que ainda está desigualmente dividido entre desconectados, conectados e conectados nativos. Logo em muitos e muitos anos, ainda teremos empresas puramente off-line e empresas puramente on-line, pois haverá mercado.



O Netflix não acabou com o cinema, podemos assistir, um filme que está em cartaz no cinema, on-demand na tv por assinatura sentado no sofá, porém muitas vezes preferimos ter a experiência do cinema. Todas as casas têm alguém que cozinha e nem por isso deixamos de frequentar restaurantes.

Qual desafio de empreender no mercado digital

O grande desafio é estudar sua persona, ou seja, quem é seu público? Essa pergunta é mais profunda do que parece, pois, a pesquisa de mercado mudou muito quando o assunto é empreender. Antes criávamos um produto e pensamos no público para ele.

Hoje olhamos para um público e pensamos no que ele vai querer e não no que ele quer. Steve Jobs já dizia: "Para que fazer pesquisa, se o consumidor não sabe o quer".

Não sou tão radical e nem um gênio quase louco ou louco quase gênio como Jobs, portanto ainda acredito na pesquisa, mas é preciso pesquisar mais que pessoas, pesquisar tendências. Neste ponto o mundo da moda está séculos à frente de outros mercados.

Mindset Digital

Ricardo? O Mindset (configuração mental) do empreendedor digital é diferente? O empreendedor digital terá um mindset diferenciado de acordo com sua experiência como consumidor, não podemos exteriorizar aquilo que não temos internamente.

Um nativo digital, por exemplo, terá sim mais facilidade de empreender digitalmente, pois, está em solo altamente conhecido. Já uma pessoa que nasceu há 42 anos, como eu, terá mais dificuldades, pois, não nasceu com mindset adaptado a internet das coisas.

Posso e já me adaptei bastante, porém sempre estarei aprendendo coisas que os nativos parecem já nascer sabendo. Os não nativos digitais procuram teclas e os nativos telas. A usabilidade é diferente.

Basta ver crianças de 2 anos brincando com celulares. Nós provavelmente levaríamos a boca, eles tocam a tela com os dedos. Replicam movimentos que assistem, pois, já nasceram na era digital.

Internet das coisas é um conceito tecnológico em que todos os objetos da vida cotidiana estariam conectados à internet, agindo de modo inteligente e sensorial... A partir do artigo "A Coisa da Internet das Coisas", publicado por Ashton, esta expressão começou a se popularizar por todo o mundo.

Empreender Digital

Ricardo eu quero empreender, quero ter um comercio digital, que ações posso realizar para ter um negócio de sucesso? Conhecer quem é sua persona, quem é o público, a tribo a qual seu produto pretende atender.

Antes o consumidor estava separado em segmentos, agora está separado em comunidades. Qual comunidade meu público pretende atingir? Como você irá se diferenciar junto aos concorrentes? Como você se vai conectar ao seu público? Quais mídias sociais irá priorizar? Seu público é mais Instagram? Facebook? Quais via digitais sua comunidade frequenta mais?

Mude sua forma de ver pesquisa de mercado, a pesquisa agora é de comunidade.

Vantagens e desvantagens



Assim como tudo na vida, empreender no mercado digital possui pontos positivos e pontos negativos.

Baixo Investimento – O investimento no mercado digital para iniciar um negócio costuma ser mais barato que em um negócio tradicional. Hoje é possível iniciar um negócio mesmo sem site, usando um perfil no Instagram integrado a uma loja virtual. Além de barato é também mais rápido. O capital de giro costuma ser mais baixo e a quantidade de colaboradores é menor também.

Concorrência global – A concorrência no mundo digital é muito maior que no mercado tradicional em que sua concorrência direta é local, limitada em parte por localização geográfica. Em um mercado digital as fronteiras são comunitárias e não geográficas. Logo uma comunidade de pessoas veganas, por exemplo, pode ter centenas de milhares de usuários espalhados pelo mundo e também centenas de concorrentes.

Tempo – No mercado tradicional o consumidor tem limite de horário de funcionamento das lojas, já no mercado digital as portas estão abertas 24 horas por dia 7 dias por semana. Isso traz vantagens e desvantagens quando assunto é monitorar a qualidade do atendimento aos clientes.

Possibilidade de automatização – No mercado digital é possível colocar muitas tarefas no piloto automático e de certa forma ganhar dinheiro enquanto dorme, eu por exemplo, muitas vezes acordo e tenho a grata surpresa de abrir meu e-mail e ver que durante a madrugada vendi algumas dezenas de e-books, que foram entregues de forma automática. No mercado tradicional isso ainda é relativamente novo e pouco usado. Temos mercados e postos com autoatendimento, mas são pouquíssimos, principalmente no Brasil.

Mercado em franca expansão – Pode parecer estranho, mas a verdade é que muitos consumidores ainda não compram on-line ou não são ainda pertencentes ao mercado digital, ou seja, não estão conectados. O mercado digital vai crescer muito ainda nos próximos anos.

Disponível em: <https://www.ecommercebrasil.com.br/artigos/desafios-de-empreender-no-mercado-digital/>



CONCEITOS E DADOS

A destruição criativa está na essência da dinâmica do capitalismo, quando novas tecnologias surgem como ondas, aleatoriamente e geralmente vem acompanhada do aumento da produtividade do capital e do trabalho, pois os empresários inovadores conseguem alocar produtos com vantagens competitivas em relação a suas concorrentes tecnologicamente desfasadas.

Joseph Schumpeter

O empreendedorismo é algo desenvolvido por pessoas versáteis, com habilidades técnicas para produzir e organizar recursos financeiros e operações internas, além de lidar muito bem com vendas.

Joseph Schumpeter

Empreendedorismo é o processo de criar algo diferente e com valor, dedicando tempo e o esforço necessários, assumindo os riscos financeiros, psicológicos e sociais correspondentes e recebendo as consequentes recompensas da satisfação econômica e pessoal

Robert D. Hisrich – Livro – “Empreendedorismo”

É o período de novas redes técnicas, que permitem a circulação de ideias, mensagens, pessoas e mercadorias num ritmo acelerado, e que acabaram por criar a interconexão entre os lugares de maneira sincrônica, muito embora se dando essa instalação desses aparatos técnicos, científicos e informacionais, nos espaços, de forma diacrônica.

Milton Santos – Livro – Natureza do Espaço

O ciberespaço é definido como o espaço de comunicação formado pela interconexão mundial dos computadores e das suas memórias. Constituindo-se num espaço virtual de trocas simbólicas entre pessoas poderão ser entendidos como o espaço de troca de informação na cultura contemporânea.

Pierre Levy – Livro - Cibercultura

O levantamento Negócios Digitais Brasil 2020, realizado pela startup HeroSpark e adiantado com exclusividade à PEGN, identificou que há um grande número de empresas nascentes no nicho digital. “Dos respondentes, 23% afirmam ter iniciado seu negócio há menos de 3 meses, enquanto outros 16% estão nessa jornada há menos de 1 ano. Inclusive, esses dados nos fazem acreditar que, definitivamente, 2020 é o ano do empreendedorismo digital”

O segmento de atuação dos respondentes é de prestadores de serviços (54%), oferta de cursos online (34%) e venda de produtos (23%) – eles podiam escolher mais de uma opção.



HeroSpark – Fevereiro de 2020



Outro dado que chama bastante atenção é a profissionalização dos negócios digitais, tendo em vista que mais da metade dos respondentes possui CNPJ e outros 37% dizem não possuir, mas pretendem executar essa tarefa ainda em 2020

HeroSpark – Fevereiro de 2020

Somente no primeiro semestre de 2019, de acordo com dados do Webshoppers, o faturamento do e-commerce atingiu R\$26,4 bilhões, um aumento de 12% em relação ao ano anterior. Neste período tivemos 5,3 milhões de usuários fazendo sua primeira compra online.

Webshoppers – Setembro de 2019

85% dos brasileiros que possuem smartphone realizam ou já realizaram compra online de acordo com o Mobile Time e Opinion Box. E olha que 25% das lojas ainda não possuem sites responsivos preparados para os dispositivos móveis, segundo a Ipsos.

Mobile Time, Opinion Box e Ipsos – Dezembro de 2019

O prazo de envio e custo do frete estão sempre entre os mais itens mais polêmicos em diversas lojas. Inclusive, para 54,2% dos brasileiros, o frete é considerado o maior problema do e-commerce. Além disso, 47% dos consumidores não aceitariam pagar um frete mais caro para ter o produto mais rápido. Isso porque muitas vezes o custo normal do frete já traz um grande impacto no valor final da compra.

Webshoppers – Setembro de 2019

Mais de 80% dos consumidores pesquisam em vários sites antes de tomar uma decisão, então se a sua loja não apresentar uma navegação amigável e seus preços de produtos e de frete não forem compatíveis, você certamente perderá centenas de potenciais clientes todos os dias.

Portal e-commercebrasil – Dezembro de 2019

De acordo com o relatório, 30% dos usuários afirmam ter medo de possíveis golpes em sites falsos. Essa mesma porcentagem também revela temer o uso indevido de cartão de crédito nessas páginas fraudulentas. Uma outra preocupação analisada pela pesquisa é o fornecimento do número de cadastro de pessoa física, o CPF. Segundo a pesquisa, uma em cada quatro pessoas prefere sair de casa para comprar em lojas físicas em vez de utilizar a internet. Isso porque todos os sites de compra online solicitam, entre outros documentos, o número do CPF e do cartão de crédito para concluir as transações.

Mintel - multinacional de inteligência de mídia e mercado, divulgado pela ClearSale (08/2019)

O @proconsp registrou um aumento de mais de 100% nos atendimentos relacionados a compras pela internet: no primeiro trimestre de 2019 foram 17.108 casos, já no mesmo período de 2020, 35.789. As questões mais reclamadas pelos consumidores são demora ou não entrega do produto, seguidos por problemas com cobrança e produtos com defeitos.

Procon SP – Abril 2020



CITAÇÕES

“Comece de onde você está. Use o que você tiver. Faça o que você puder.”

Arthur Ashe – Tenista e Empreendedor

“Todos os nossos sonhos podem se tornar realidade se tivermos coragem de correr atrás deles.”

Wall Disney – Empreendedor Cinematográfico

“Ser o homem mais rico do cemitério não é importante para mim. Ir para a cama todas as noites dizendo que fizemos algo extraordinário... isso é o que importa para mim.”

Steve Jobs – Empreendedor, Co-fundador Apple

Os negócios vão mudar mais nos próximos dez anos do que mudaram nos últimos 50 anos.

Bill Gates – Empreendedor, Criador da Microsoft – Frase dita em 1999

“Num mundo em constante mudança, a única garantia para não falhar, é não corrermos riscos.”

Mark Zuckerberg – Empreendedor Digital - Facebook

ALUSÕES

Criação da Internet

Surge nos Estados Unidos, na década de 60, na época da Guerra Fria, a partir de uma rede de informações militares que interliga centros de comando e de pesquisa bélica.

Para atender à necessidade militar de proteger os sistemas de defesa do país no caso de um ataque nuclear, a rede não tem um "centro" que poderia servir de alvo principal ao inimigo. Nos anos 70 começa a ser utilizada pela comunidade acadêmica mundial, e, em 1975, são feitas as primeiras ligações internacionais. Nesse período, os computadores conectados não passam de 200.

Entre a década de 80 e o início dos anos 90, a rede é aperfeiçoada: começam a aparecer os serviços que dão à Internet sua feição atual. O principal deles é a World Wide Web (WWW), lançado em 1991, que viabiliza a transmissão de imagens, som e vídeo pela rede. Até então circulavam praticamente só textos pela Internet. Com a WWW, a Internet se populariza entre os usuários comuns de computador. Nessa época surgem os provedores de acesso, empresas comerciais que vendem aos clientes o meio de "navegar" na Internet.

Disponível em: <https://monografias.brasilecola.uol.com.br/computacao/internet.htm>



FILMES, MÚSICAS & LIVRO



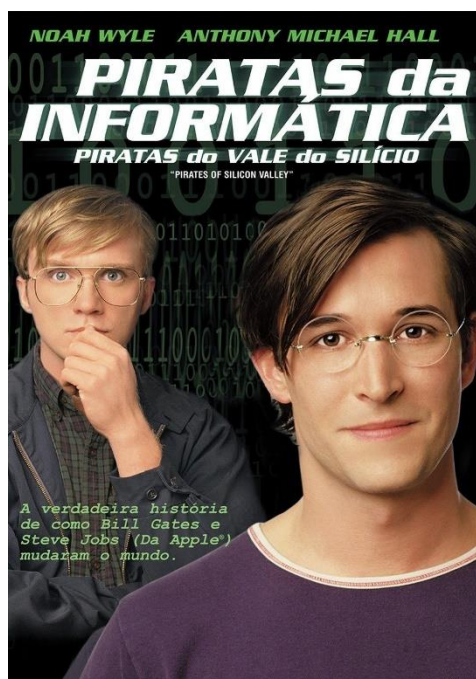
A rede social

Direção: David Fincher

2010 • Dramas biográficos • 2h 00m

Netflix

Em uma noite de outono em 2003, o estudante de Harvard e gênio da computação Mark Zuckerberg se senta em seu computador e começa a trabalhar em um novo conceito que acaba se transformando em uma rede social global. Seis anos e 500 milhões de amigos mais tarde, Zuckerberg se torna o mais jovem bilionário da história com o sucesso de sua rede social. Mas sua ascensão sem precedentes traz complicações legais e pessoais.



Piratas da Informática

Direção: Martyn Burke

1999 • Dramas Biográficos • 1h 37m

O filme Piratas do Vale do Silício é baseado no livro Fire in the Valley: The Making of The Personal Computer (1984) e conta a estória do surgimento da Apple e Microsoft no Vale do Silício e como elas cresceram usando tecnologias pirateadas entre si e o Xerox Parc, um dos laboratórios tecnológicos mais criativos da época, responsável pela invenção do mouse, placa ethernet, interface gráfica (GUI), entre outras soluções que tornaram os computadores pessoais possíveis.



RESOLVENDO O PROBLEMA

ESTADO

- Executivo:
 - Criação de incentivos econômicos-fiscais para criação e manutenção de empreendedores digitais individuais, seja por meio de financiamentos a juros baixos seja por subsídios na compra de equipamentos e softwares;
 - Criação de espaços de troca de saber ou disciplinas escolares e no ensino superior para a formação e capacitação dos jovens frente as possibilidades do marketing digital e outras práticas de empreendedorismo digital;
 - Ampliação e manutenção das infraestruturas de comunicação e logística nacionais possibilitando a integração dos processos de compra e venda, maximizando os efeitos do empreendedorismo digital.
- Legislativo:
 - Elaboração e aperfeiçoamento das leis relacionadas a segurança de dados na internet garantindo a empreendedores e clientes movimentações financeiras seguras;
 - Formalização legal das profissões ligadas ao meio digital, de forma a possibilitar o gozo dos direitos e garantias constitucionais.

EMPRESAS

- Criação de linhas específicas e planos de atendimento diferenciado por parte das empresas de telecomunicações e logística, aos empreendedores digitais, ampliando a capacidade de utilização destes serviços, bem como a diminuição dos seus custos efetivos e satisfação dos usuários/clientes.

MÍDIA

- Potencialização das ferramentas de vendas, por parte das redes sociais, além de incentivos específicos a Microempreendedores Individuais, como diminuição dos custos de impulsionamento e aumento do alcance das publicações.

SOCIEDADE

- Superação dos preconceitos relacionados às compras em ambientes digitais, através da inclusão e educação digital;
- Criação de associações para a capacitação local de jovens e adultos, inserindo-os no empreendedorismo digital e possibilitando a busca da autonomia e independência financeira;
- Criação de meios de fiscalização e denúncias supra-estatais para o bom acompanhamento do crescimento seguro do empreendedorismo digital, garantido ao consumidor toda a privacidade e segurança para a sua boa utilização, minimizando os riscos de fraudes e golpes.



O erro é seu
maior mentor.
Aprenda com
ele!

EXTENSIVO 1000 PONTOS DE VISTA

