



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA BAHIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**COMUNICAÇÃO SOCIAL COM HABILITAÇÃO EM PRODUÇÃO CULTURAL**

**TICIANA FIGUEIRÊDO**

**APONTE.TOOLS: DA IDEIA AO NEGÓCIO.**  
**PLATAFORMA ONLINE DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA O**  
**EMPREENDEDOR**

Salvador

2018

**TICIANA SOUZA LIMA SANTOS MESSIAS DE FIGUEIRÊDO**

**APONTE.TOOLS: DA IDEIA AO NEGÓCIO.  
PLATAFORMA ONLINE DE FERRAMENTAS DIGITAIS PARA O  
EMPREENDEDOR**

Anteprojeto do trabalho de conclusão de curso de graduação em Comunicação Social com habilitação em Produção Cultural, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Comunicação.

Orientador: Prof. Sérgio Sobreira

Salvador

2018

Dedico esse trabalho a todos os empreendedores de necessidade desse país. Que, sem acesso algum, resistem às injustiças sociais e sobrevivem com toda a sua criatividade empreendedora.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha mãe, Rosana Lima, pelo apoio incondicional durante toda a minha extensa jornada acadêmica.

Agradeço a Henrique Messias, Denise Viana e Fernanda Leal pelo apoio técnico e moral durante a realização deste TCC.

Agradeço a Victor Copque pela parceria em co-criar essa plataforma junto comigo.

Agradeço aos amigos Ariadne Nardeli, Edgar Muniz, Luan Boré, Lucas Leal, Thales Silveira e Vilson Alves por contribuírem com suas *expertises* para que o trabalho ficasse ainda mais rico.

Agradeço a meu pai, Henrique Figueirêdo, por acreditar desde sempre na importância da educação e incentivar os melhores estudos na minha vida.

Agradeço a todos os professores e colegas da FACOM e UFBA pelos momentos e aprendizados durante essa jornada acadêmica, especialmente à Sérgio Sobreira e Cláudio Cardoso, por compartilhar comigo esse momento tão importante.

Agradeço às instituições que se fizeram presente ao longo da minha vida acadêmica, contribuindo para o meu crescimento e desenvolvimento profissional: Produtora Júnior, AIESEC, CHOICE/Artemisia, Sebrae, Senai Cimatec, Ponto de Cidadania, EMUS-UFBA e Liga Universitária de Empreendedorismo.

Por fim, agradeço aos meus amigos e *coworkers* da Intera, que me ensinam diariamente o significado de empreender com propósito.

## RESUMO

Este memorial detalha a concepção e as etapas de execução da construção da [aponte.tools](https://aponte.tools), uma plataforma online de ferramentas digitais que otimizam o processo empreendedor. A partir da identificação da crescente demanda do número de pessoas empreendendo e do crescimento do uso de ferramentas digitais, o projeto busca mapear, organizar e publicar em uma plataforma online o mapeamento de ferramentas digitais para o planejamento, criação, gestão e expansão de negócios.

**Palavras-Chave:** Empreendedorismo; Tecnologia; Internet; Ferramentas Digitais; Mapeamento.

## ABSTRACT

This memorial details the design and execution stages of the construction of [aponte.tools](https://aponte.tools), a digital tools online platform that optimize the entrepreneurial process. The project seeks to map, organize and publish in an online platform the mapping of digital tools for the planning, creation, management and expansion of business, based on the identification of the increasing demand for the number of people undertaking and the growth of the use of digital tools.

**Keywords:** Entrepreneurship; Technology; Internet; Digital Tools; Mapping.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - <i>Surface Web, Deep Web e Dark Web</i> .....	10
Figura 2 - Fenômeno "Filtro-Bolha" .....	11
Figura 3 - Lista de Ferramentas .....	21
Figura 4 - Análise do Mapeamento .....	23
Figura 5 - Categorias e Subcategorias - Parte I .....	24
Figura 6 - Categorias e Subcategorias - Parte II .....	24

## SUMÁRIO

<b>1. APRESENTAÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>2. INTRODUÇÃO</b> .....	<b>8</b>
<b>2.1. Problema</b> .....	<b>8</b>
<b>2.2. Hipóteses</b> .....	<b>8</b>
<b>2.3. Objetivos</b> .....	<b>9</b>
2.3.1. Geral .....	9
2.3.2. Específicos .....	9
<b>2.4. Justificativa</b> .....	<b>9</b>
<b>3. REFERENCIAL TEÓRICO</b> .....	<b>14</b>
<b>3.1. Empreendedorismo</b> .....	<b>14</b>
3.1.1. Empreendedorismo de Necessidade .....	15
3.1.2. Empreendedorismo de Oportunidade .....	15
3.1.2. Dificuldades de empreender no Brasil .....	16
<b>3.2. Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)</b> .....	<b>17</b>
<b>3.3. Ferramentas Digitais B2B</b> .....	<b>18</b>
<b>4. METODOLOGIA</b> .....	<b>20</b>
4.1. Mapeamento de Ferramentas B2B .....	20
4.2. Segmentação por Tipo e Categoria .....	23
4.3. Arquitetura da Plataforma On-line .....	25
<b>5. DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO</b> .....	<b>26</b>
<b>6. CRONOGRAMA</b> .....	<b>27</b>
<b>7. ORÇAMENTO</b> .....	<b>28</b>
<b>8. RESULTADOS</b> .....	<b>29</b>
<b>9. MINHA TRAJETÓRIA ACADÊMICA</b> .....	<b>30</b>
<b>10. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	<b>31</b>
<b>11. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA</b> .....	<b>32</b>
<b>12. GLOSSÁRIO</b> .....	<b>36</b>

## 1. APRESENTAÇÃO

Esse trabalho de conclusão de curso nasceu como resultado da minha jornada pessoal ao longo dos anos acadêmicos. No início do curso, em 2011, eu tive uma experiência de intercâmbio no Quênia, leste da África, onde tive a oportunidade de descobrir o universo do empreendedorismo, que eles sabem fazer tão bem. Logo neste continente, que é estigma de fome, escassez e miséria, eles sabem transformar os problemas em oportunidades e, como diz o ditado, “olhar a metade cheia do copo”.

Aquilo me inspirou e, de volta ao Brasil, procurei explorar mais a área. Passei a me envolver em instituições que fomentam o empreendedorismo no país, como o Sebrae e o Senai Cimatec, e participei da criação de um movimento de fomento ao empreendedorismo dentro da universidade, com a criação da Liga Universitária de Empreendedorismo, incubada pela Fundação Estudar.

Ao longo dos últimos anos, enquanto me envolvia com o tema, vi ele se popularizar no país. A medida que a internet e as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) também cresciam de forma acelerada. Coincidência? Acredito que não! E é essa relação que pretendo explorar neste projeto de conclusão de curso, a fim de facilitar, um pouquinho que seja, a conexão entre esses dois universos.



## **2. INTRODUÇÃO**

Este projeto de conclusão de curso, realizado em 2018, em plena era digital, durante a ascensão da cultura empreendedora no país, visa contribuir para o fomento da criação e crescimento de negócios de forma mais fácil, rápida, barata e segura, através do uso de ferramentas disponíveis na internet. Para isso, essas ferramentas foram mapeadas e disponibilizadas em uma plataforma online que pode ser acessada pelo link <http://aponte.tools>.

### **2.1. Problema**

O principal ponto motivador na escolha do tema foi a questão em torno do acesso. Mesmo a internet sendo aberta e livre para que qualquer um possa acessá-la, somente algumas pessoas sabem aproveitar o melhor que ela tem para nos oferecer. Logo muitos empreendedores acabam não tendo acesso a benefícios como facilidade na execução, otimização de recursos e celeridade do processo empreendedor.

O que as pessoas fazem quando querem empreender? Como elas fazem para planejar, criar e gerir o seu negócio? Onde elas buscam ajuda? Essas são perguntas que buscamos resolver ao longo desse projeto.

### **2.2. Hipóteses**

Acreditamos no poder da internet, que vem transformando a forma como nos relacionamos, nos comunicamos e fazemos negócios. Desde a revolução da imprensa que o conhecimento tem ganhado um novo formato, mais acessível e democrático. Com a internet, a possibilidade de criar e disponibilizar conteúdo se tornou cada vez mais acessível.

O desconhecimento de tecnologias pode ser um dos principais fatores que fazem com que (1) potenciais empreendedores não tirem suas ideias do papel e (2) empreendedores que tiveram a iniciativa de começar seu próprio negócio não sejam bem sucedidos.

Conectar essas pessoas às ferramentas que facilitam, otimizam e aceleram o seu processo empreendedor pode contribuir para o fortalecimento da cultura empreendedora no país.

## **2.3. Objetivo**

**2.3.1. Geral:** Mapear e publicar em uma plataforma online ferramentas digitais que facilitam, otimizam e aceleram o processo de planejamento, criação, gestão e expansão de um negócio.

### **2.3.2. Específicos:**

- Mapear ferramentas digitais para empreendedores;
- Segmentar as ferramentas por tipo e categoria;
- Publicar as ferramentas de forma didática em uma plataforma online;

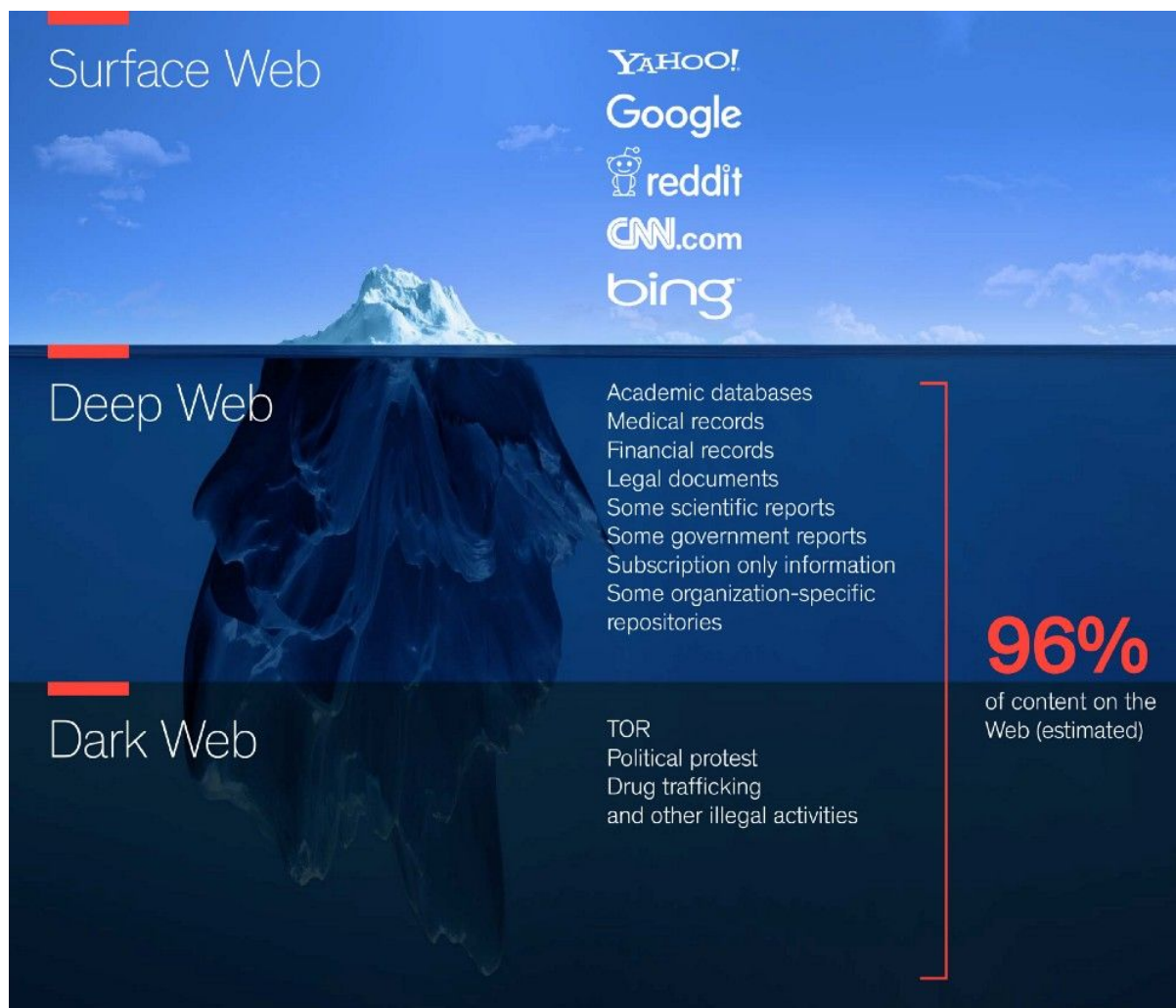
## **2.4. Justificativa**

O Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, o que corresponde a 64,7% da população com idade acima de 10 anos ([IBGE, 2016](#)), e 138 milhões de brasileiros que possuem um *smartphone* ([PNAD C](#)), sendo o celular o principal aparelho para acessar a internet no Brasil, correspondendo a 94,6% dos internautas.

Porém, a principal finalidade de uso da internet pelos brasileiros é a troca de mensagem de texto, voz ou imagem por aplicativos de bate-papo, correspondendo a 94,6% dos internautas, seguida por assistir vídeos (76,4%) e chamadas de voz ou

vídeo (73,3%) ([PNAD C](#)). É como se a internet fosse um *iceberg* e os brasileiros só estivessem tendo acesso a uma pontinha dele.

**Figura 1 - Surface Web, Deep Web e Dark Web.**



Disponível em:

<https://medium.com/@smartrac/the-deep-web-the-dark-web-and-simple-things-2e601ec980ac>.

Acesso em 18/11/2018

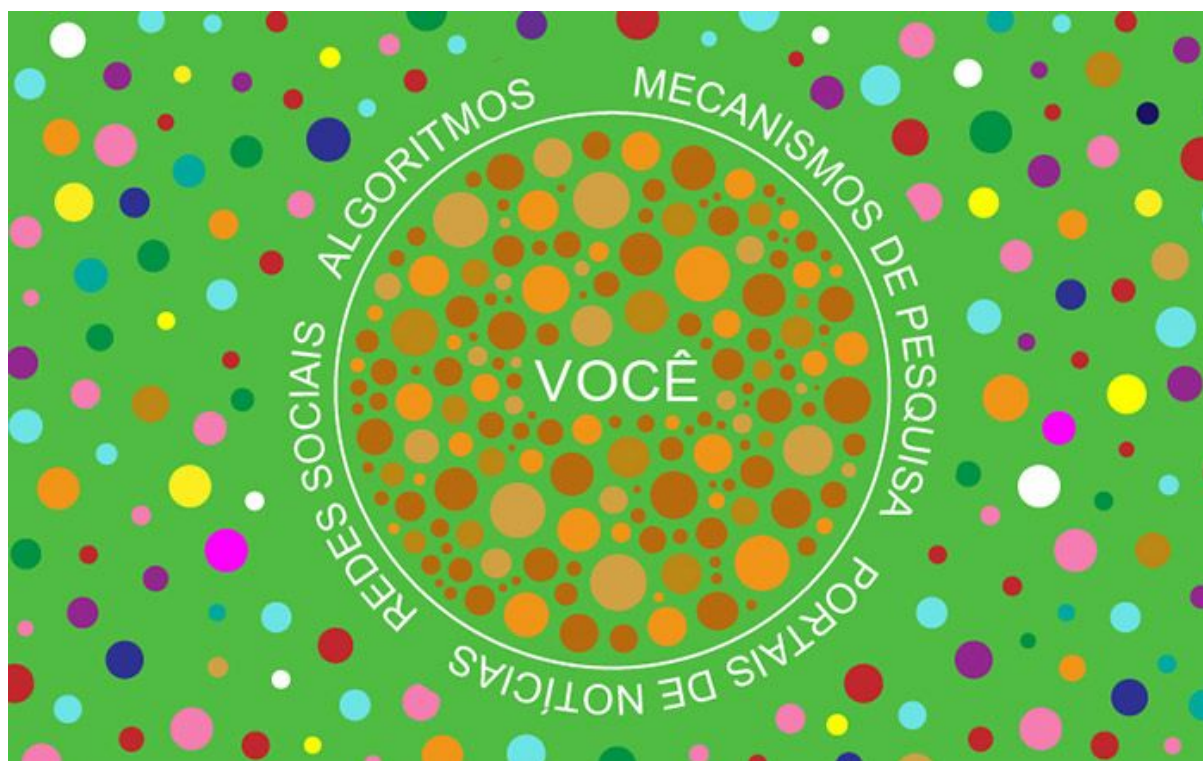
A analogia de um *iceberg*, como na imagem acima, foi feita pelo cientista de dados Denis Shestakov, e pode servir para representar a imensidão que representa a internet e o quão superficial pode ser no nosso acesso a ela.

A IBM estima que 90% dos dados on-line do mundo foram criados apenas nos últimos 2 anos, produzindo um excesso de informação, ou "*infoxication*". Segundo o pesquisador Godoy (2001):

"...devido à facilidade na publicação de documentos na Internet, uma enorme distribuição de informações está disponível na Internet, trazendo ao seu utilizador enormes benefícios. Em contrapartida, uma imensa quantidade de dados descartáveis está disponibilizada na rede, ocasionando um verdadeiro caos de informações para quem procura algo na Internet." (Godoy/2011)

Se antes os rádios e jornais tinham a figura do editor, que filtrava o que as pessoas leriam, na internet isso tem o potencial para ser diferente, sendo um espaço democrático, onde todos podem ser *prosumers*, ou seja, produzir e consumir conteúdo. Pode parecer contraditório, mas não é bem assim que funciona, devido ao algoritmos e seu efeito de filtro-bolha, que substituem os redatores no papel de filtrar o que o leitor tem acesso.

**Figura 2 - Fenômeno "Filtro-Bolha"**



Disponível em:

<http://recode.org.br/filtro-bolha-saiba-como-trazer-conteudo-diverso-para-a-linha-do-tempo/filtro-bolha>

↳ Acessado em 17/11/2018

A imagem acima é uma representação de Eli Pariser de filtro-bolha, que consiste no universo on-line pessoal de uma determinada pessoa, formado com base em quem ela é e o que ela faz. Onde ela não consegue decidir o que entra na bolha nem consegue enxergar o que está fora dela.

Segundo Eli, existem 57 sinais que os algoritmos do Google e Facebook, por exemplo, observam para entregar um conteúdo a uma pessoa. Desde o computador e *browser* que está sendo usado até o lugar onde ela está. Ou seja, se duas pessoas fizerem uma mesma pesquisa no Google, elas terão respostas diferentes.

Segundo Gihana Proba Fava, Mestre em Comunicação pela UFJF (2013):

"...os filtros bolha são mecanismos que filtram as informações para cada usuário de acordo com seus hábitos na rede. O que poderia ser positivo em termos de organização da comunicação digital, acaba por fechar o usuário em uma bolha onde ele encontra poucas informações diferentes de sua opinião ou interesses. Isso vai comprometer a formação do conhecimento, na medida em que a rede vive uma grande contradição: com tantos recursos para explorarmos cada vez mais informações diversas no meio digital, a bolha nos aprisiona em dados que se assemelham a tudo que já conhecemos, compartilhamos e nos relacionamos."  
(FAVA, Gihana/2013)

Antes mesmo da influência do algoritmo nas nossas buscas, existe uma outra questão: como sei que a solução que preciso existe e como procurar por ela? É como existir um remédio para uma dor que estou sentindo, mas não consigo pedi-lo ao farmacêutico pois não sei o seu nome, ou talvez nem saiba que ele existe. O que acontece é que ficamos perdidos com tanta informação disponível que não sabemos para onde ir, ou o que perguntar, limitando as possibilidades reais que a internet nos permite.

Sabemos que o acesso à internet, ou mesmo a um *smartphone*, sobretudo pelas classes mais carentes, ainda é um desafio, e esse projeto não pretende

solucioná-lo. Mas o esforço de mapear, organizar e aumentar o acesso de ferramentas que ajudem na jornada empreendedora dos brasileiros pode ser um passo em direção ao fortalecimento do empreendedorismo no país.

### 3. REFERENCIAL TEÓRICO

#### 3.1. Empreendedorismo

Antes de falar de ferramentas digitais que ajudam o empreendedor, faremos uma investigação em torno do que é empreendedorismo e da sua importância. Segundo o ganhador do Prêmio Nobel da Paz de 2006, Muhammad Yunus, todos somos empreendedores, mas muitos ainda não tiveram a oportunidade de descobrir. Para o futurista Tiago Mattos, empreendedor é um indivíduo que tem consciência do seu empoderamento - por isso assume com autonomia o rumo da sua vida - e constrói iniciativas que mudem a realidade para melhor.

O empreendedorismo não é uma novidade. A palavra empreendedorismo vem de empreendedor, que nasceu do francês *entrepreneur*, que significa "aquele que assume riscos". A palavra foi usada pela primeira vez por volta de 1725. Mas, com a evolução das Tecnologias de Informação e Comunicação, ela ganhou uma nova roupagem, se tornando mais acessível e popular. Com a internet, as pessoas aumentaram o seu acesso à informação e, conseqüentemente, ganharam mais força criativa. Alguém que antes tinha uma ideia dentro de uma "garagem", hoje pode lançá-la na internet e logo conseguir apoiadores para viabilizá-la e ferramentas que a suportem.

Os números mostram que isso já é uma realidade crescente no Brasil e no mundo. Segundo a pesquisa sobre Empreendedorismo GEM (*Global Entrepreneurship Monitor*), realizada em 2017 pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) e pelo IBQP (Instituto Brasileiro de Qualidade e Produtividade), a Taxa Total de Empreendedorismo (TTE) no Brasil saltou de 23%, em 2000, para 36,4% em 2017. Isso significa que mais de 1/3 dos brasileiros é empreendedor, ou seja, estamos falando de 49,4 milhões de pessoas.

Mais da metade desse número corresponde a empresas nascentes, com menos de três anos de vida. Além disso, a participação de pessoas entre 18 e 34

nos no total de empreendedores cresceu de 50% para 57%. O que significa que, nos últimos anos, não só mais pessoas começaram seus próprios negócios, como também o jovem está cada vez mais querendo empreender.

São 15,7 milhões de jovens em busca de informações para abrir e gerir o seu negócio. E, sem dúvida, a internet tem um papel importante nisso, ao possibilitar que uma pessoa possa começar um negócio absolutamente do zero, sem precisar investir nenhum dinheiro para isso. Essa é a principal diferença entre os negócios digitais, inclusivos e democráticos, e os tradicionais, exclusivos e elitistas.

### **3.1.1. Empreendedorismo de Necessidade**

Mas existe um só perfil de empreendedor? De qual empreendedor estamos falando? É impossível falar de empreendedorismo no Brasil sem levar em consideração a nossa estrutura sócio-econômica, desde o acesso à educação até aspectos políticos e econômicos. De um lado temos o empreendedorismo de necessidade, comum entre moradores de favelas e comunidades mais carentes, que tem na busca pela sobrevivência sua principal motivação, se utilizando dos recursos disponíveis e ao seu alcance. Temos como exemplo do ambulante que vende cerveja no isopor à baiana que vende abará recheado nas ruas de Salvador.

### **3.1.2. Empreendedorismo de Oportunidade**

Podemos relacionar o *boom* do movimento empreendedor a diversos fatores, como o desemprego e a crise, mas vamos focar nas questões tecnológicas, relacionadas ao *boom* da internet, dos dispositivos móveis, como *smartphones*, e das transformações que eles causaram no mundo. Aqui, estamos falando do empreendedorismo de oportunidade, que tem como principal motivação a existência consciente de um problema, que sucede a criação do negócio, e mesmo o surgimento da ideia. Além de, na maioria das vezes, ser uma opção racionalmente escolhida para se viver. Segundo a pesquisa GEM, mais da metade dos



empreendedores iniciais (59,4%) empreendem por oportunidade, enquanto 39,9% empreende por necessidade.

### **3.1.2. Dificuldades de empreender no Brasil**

O empreendedorismo no Brasil tem um índice de mortalidade muito alto. Segundo pesquisa feita pelo IBGE em 2017, pouco mais de 60% das empresas fecham em 5 anos após serem criadas. O IBGE relacionou esses dados com o porte das empresas, onde, em 5 anos, a sobrevivência de empresas sem pessoal assalariado foi de 31,3%, enquanto empresas com até 9 pessoas assalariadas era de 57,8%, e com 10 ou mais era de 67,1%.

Com isso, podemos observar que a mortalidade das empresas está diretamente relacionada ao seu porte e, quem mais sofre desafios são os Microempreendedores Individuais (MEI) e as empresas de micro e pequeno porte. Segundo a pesquisa *Causa Mortis*, realizada pelo Sebrae em 2014, as empresas fecham principalmente devido a 3 motivos:

- 1) planejamento prévio,
- 2) gestão empresarial e
- 3) comportamento empreendedor.

Além disso, a CB *Insights*, uma empresa norte-americana de inteligência de mercado, identificou na sua pesquisa sobre principais erros de um negócios, que é comum que donos de pequenos negócios fiquem com a responsabilidade de executar todas as tarefas, deixando de lado etapas importantes da gestão do negócio.

Esses dados nos levam a acreditar que um maior acesso a ferramentas que facilitem, otimizem e acelerem o processo empreendedor pode reduzir a taxa de mortalidade de empresas de pequeno porte.

### **3.2. Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)**

Para compreender as transformações que levaram ao contexto atual, voltamos a 1430, com a invenção da imprensa por Johann Gutenberg. Ela mudou a história da leitura e da circulação de ideias, uma vez que passaram a ser disseminadas de formas escalável, embora ainda não fosse acessível para qualquer pessoa produzir conteúdo. Foi um fato tão importante para a história que foi considerada como a Revolução da Prensa Gráfica.

Na década de 1870, com a invenção do telefone por Alexander Graham Bell, a comunicação subiu mais um degrau, pois agora era possível, uma vez tendo um telefone em mãos, se comunicar com outros, embora essa comunicação não fosse possível de forma massiva.

Apenas com o surgimento da internet, em 1969, que revolucionou-se a forma como nos comunicamos, onde era possível então que qualquer um que tivesse a internet a seu alcance criasse conteúdo, acessível para quase todos aqueles que estivessem on-line.

Segundo Don Tapscott, autor de Wikinomics, “a internet não é uma nova forma de conhecimento, e sim uma ferramenta que muda a nossa forma de adquirir conhecimento”. Com a internet, o conhecimento passou a ser facilmente transferível. Tanto para quem produz o conhecimento, que pôde disponibilizá-lo de forma gratuita, ou mesmo paga; tanto para quem o deseja consumir, que pôde acessar vários tipos de conhecimento, criados por pessoas de diversas partes do mundo, a qualquer momento, em apenas alguns cliques.

Mas quantos cliques são necessários para se chegar até onde deseja? A facilidade de produzir e disponibilizar conteúdos pela web acarretou num excesso de informações disponíveis, tornando-se necessário o uso de buscadores e filtros, como o Google. Mas qual palavra devemos escrever para encontrar o que se

busca? Como a publicidade influencia na minha busca? E se eu ainda não souber que o que eu procuro existe?

Rompemos a fronteira do conhecimento, mas nos deparamos em um problema: uma *overdose* de informações. Visando facilitar o acesso a ferramentas que ajudam nas fases iniciais do empreendedor que esse projeto foi pensado.

Como vivemos hoje numa era digital, onde a forma mais fácil e rápida de se distribuir informação é on-line, através da internet, o meio escolhida para a publicação do mapeamento foi uma plataforma online. Além da sua facilidade de acesso, a internet possibilita também a interação com o usuário, onde torna-se possível explorar a colaboração dentro da plataforma, como, por exemplo, a sugestão de ferramentas pelo próprio usuário, ou mesmo avaliação e comentários sobre as ferramenta publicadas. Segundo os economistas Hugo Eduardo Meza Pinto e Marcus Eduardo de Oliveira:

"...simplesmente a capacidade de várias pessoas construir conhecimento, mesmo que essas pessoas não se encontrem fisicamente num mesmo e único lugar; mesmo que estejam longe umas das outras. É a internet que propicia, sobremaneira, essa "aproximação". (PINTO, OLIVEIRA, 2011)

### **3.3. Ferramentas Digitais B2B**

A quantidade de ferramentas digitais que otimizam a vida das pessoas está crescendo de forma exponencial. São *softwares*, aplicativos, plataformas, *plug-ins*, extensões *web* e soluções dos mais variados formatos. Desde o Uber, que acabou com nossos problemas com relação a taxistas, ao AirBnB, que desestabilizou o mercado hoteleiro e ainda gerou renda para muita gente.

Em 2017 haviam mais de 5 milhões de aplicativos no mundo. 2,8 milhões na Google *Play*, loja para o sistema operacional Android, e 2,2 milhões na Apple *Store*, loja para o sistema operacional iOS. São ferramentas voltadas para a pessoa física

ou para a pessoa jurídica. Quando ela busca solucionar o problema do consumidor final, ela é considerada um negócio B2C (*Business to Consumer*, ou Empresa para o Consumidor). Quando ela tem como público-alvo outra empresa, e as transações são realizadas entre pessoas jurídicas, ela se enquadra como um negócio B2B (*Business to Business*, ou Empresa para Empresa). Como o foco deste trabalho é ajudar o empreendedor, focaremos nas ferramentas B2B.

Criação de uma logomarca, criação de um site, gestão de fluxo de caixa, gestão da carteira de clientes, gestão estratégica e operacional da empresa, comunicação interna entre os funcionários, armazenamento de documentos em nuvem, criação de e-mail *marketing*, criação de formulários de pesquisa de mercado ou de satisfação, análise inteligente dos dados, automatização das vendas, loja on-line, formas de pagamento on-line e bancos digitais seriam alguns dos milhares de exemplos existentes.

O que eles têm em comum? São ferramentas digitais. Nascidas na internet, proporcionam uma interação entre o homem e o computador ou dispositivo móvel, como o celular. E, por conta da sua natureza, conseguem atender de forma escalável não apenas um, mas milhares de usuários ao mesmo tempo e, por isso, conseguem ser competitivos com relação ao seu preço.

Sabendo que o futuro não chega ao mesmo tempo para todos, mas todos avançamos em direção a ele, trabalhar para que cada vez mais pessoas tenham acesso a ferramentas digitais que facilitam a sua vida empreendedora, de certa forma, contribui para que o empreendedorismo se fortaleça no Brasil.

## 4. METODOLOGIA

A realização desse projeto foi dividida em três etapas: (1) mapeamento de ferramentas B2B, (2) segmentação por tipo e categoria e (3) arquitetura da plataforma on-line.

### 4.1. Mapeamento de Ferramentas B2B

O mapeamento foi realizado totalmente on-line e as ferramentas mapeadas foram adicionadas numa planilha do Excel, onde cada linha era uma ferramenta e cada coluna era um item acerca dessa ferramenta.

**Figura 3 - Lista de Ferramentas**

Atributo/Tipo	Categoria-Mãe	Sub-Categoria	Nome	Website	Descrição Curta	Descrição Longa	Video	Depo 1
Web App Extensão Web Mobile App - Android	Gestão & Produtividade	Videoconferência	Appear.In	<a href="https://appear.in/">https://appear.in/</a>	Bate-papo em um na	Colabore de qualquer <a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>		Reuniões em apenas
Extensão Web Mobile App - iPhone Mobile App - Android	Gestão & Produtividade	Gestão de Projetos	Asana	<a href="https://asana.com/pt">https://asana.com/pt</a>	Organização de taref	Planeje e estruture c Acompanhe projetos Crie planos de projet	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Eu recomendo Asana É bom para tudo, é g Eu não posso viver se
Web App Extensão Web	Gestão & Produtividade	Agendamento	Calendly	<a href="https://calendly.com">https://calendly.com</a>	Agendamento on-line	Diga adeus ao telefon	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Chega de e-mail ping
Web App Extensão Web Mobile App - iPhone Mobile App - Android	Comunicação & Design	Design Gráfico	Canva	<a href="https://www.canva.com/pt_br/">https://www.canva.com/pt_br/</a>	Criador de peças grá	O Canva é um site de	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Existem muitos mode
Web App Mobile App - Android Mobile App - iPhone	Finanças & Legal	Gestão Financeira	Conta Azul	<a href="https://contaazul.com/">https://contaazul.com/</a>	Gestão Financeira	Conta Azul é a plataf Conta Azul oferece u A emissão de NFC-e é	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Estamos muito felice
Extensão Web Mobile App - iPhone Mobile App - Android	Gestão & Produtividade	Organização	Google Drive	<a href="https://gsuite.google.com.br/intl/pt">https://gsuite.google.com.br/intl/pt</a>	Serviço de Armazena	Crie novos document	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Adoro. É bom para g
Web App Mobile App - Android	Marketing & Social Media	Inteligência de Dados	Google Trends	<a href="https://trends.google.com.br/trends">https://trends.google.com.br/trends</a>	Filtro de Palavras-ch	Uma nova forma de r	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Interface muito mais
Extensão Web Software Mobile App - Android	Marketing & Social Media Vendas & Atendimento	Automação de Marketing Digi E-mail Tracking CRM de Vendas	HubSpot	<a href="https://br.hubspot.com/">https://br.hubspot.com/</a>	Software de marketi	Aumentar o tráfego c O sistema oferece ut	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Muito bom, faltam a
Web App Extensão Web	Finanças & Legal	Pagamentos	Invoicely	<a href="http://invoiceto.me/">http://invoiceto.me/</a>	Gerador de Fatura de	Gerador de fatura on	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	Não
Extensão Web Mobile App - iPhone Mobile App - Android	Marketing & Social Media	E-mail Marketing	MailChimp	<a href="https://mailchimp.com/">https://mailchimp.com/</a>	Plataforma de autom	O Mailchimp não é a A Mailchimp é a maic	<a href="https://www.youtube.com/watch?v=...">https://www.youtube.com/watch?v=...</a>	"Processo bastante si

Retirado de [http://bit.ly/Mapeamento\\_TCC\\_Tici](http://bit.ly/Mapeamento_TCC_Tici) em 23/11/2018

O mapeamento foi feito de quatro formas: (1) resgatando acervo pessoal, (2) pesquisando no Google e em blogs sobre o tema, (3) coletando em sites especializados no tema e (4) recorrendo a experts nas áreas.

O acervo pessoal foi construído ao longo dos últimos anos, de forma despreziosa, e serviu de *start* para o trabalho. As pesquisas no Google foram

feitas usando palavras-chave como "aplicativos para empreendedor". Os blogs mais pesquisados foram o *Medium* e os blogs do Sebrae, da Endeavor e da Startse.

Os sites especializados no tema surgiram durante a pesquisa, conversando com pessoas sobre o projeto. Eles foram três:

1. Product Hunt <<https://www.producthunt.com>>;
2. Inova Varejo <<http://inovavarejo.org.br>>;
3. B2B Stack <<https://b2bstack.com.br>>.

O **Product Hunt** se define como um lugar onde entusiastas amantes de produtos compartilham e divulgam novidades sobre aplicativos móveis, sites, projetos de hardware e criações tecnológicas. Eles tem 70.142 produtos publicados, que se dividem em: Tecnologia (36.542), iPhone (9.469), Web App (7.584), Produtividade (6.366), *Games* (5.523) e Livros (4.663).

Os membros da comunidade podem votar, e comentar nos produtos, além de interagir com os criadores deles. É a melhor plataforma de ferramentas hoje existente. Porém, o fato de ser em inglês, ter uma grande quantidade de informação e não ter como público outras empresas, faz com que não seja muito efetivo buscar uma solução por lá.

O **Inova Varejo** é um portal criado pela CDL Jovem (Câmara de Dirigentes Lojistas Jovem) e o Imagina Coletivo que tem como objetivo promover e disseminar informações sobre ferramentas inovadoras, com baixo custo e de fácil aplicação para varejistas. Após curar mais de 300 ferramentas, eles selecionaram as 44 mais relevantes e postaram na plataforma, divididas nas seguintes categorias: Administração (17), Atração (7), Exposição (6), Retenção (2), Tendências (3) e Vendas e Pagamentos (9).

Enquanto o **Product Hunt** tem ferramenta demais e não tem foco em ferramentas B2B, o Inova Varejo tem ferramentas de menos e tem foco exclusivo

em varejistas. Todas as ferramentas do Inova Varejo foram adicionadas na [aponte.tools](#).

O **B2B Stack**, é uma plataforma de *reviews* de ferramentas B2B. São 341 soluções publicadas, divididas em: Análise, Atendimento ao Cliente, Cadeia de Suprimentos e Logística, Colaboração e Produtividade, Comércio Eletrônico, Desenvolvimento de Software, Endomarketing, ERP, Gerenciamento de Conteúdo, Gerenciamento de Projetos, Infraestrutura, Inteligência Artificial, Marketing, RH, Serviços de Hospedagem, Sucesso do Cliente, Vendas e Verticais de Mercado.

Dos três sites, o *B2B Stack* é a que mais se aproxima da proposta da [aponte.tools](#). Porém, muitas ferramentas estão sem informações e muitas estão faltando. Todas as ferramentas do *B2B Stack* foram adicionadas na [aponte.tools](#).

Por fim, sete especialistas foram convidados para ajudar no mapeamento das seis grandes áreas:

- **Gestão & Produtividade**
  - Ariadne Nardeli (Administradora);
- **Finanças & Legal**
  - Thales Silveira (Contador);
  - Wilson Alves (Advogado);
- **Vendas & Atendimento**
  - Edgar Muniz (Vendedor);
- **Marketing & Social Media**
  - Lucas Leal (*Marketing* Digital);
- **Comunicação & Design**
  - Fernanda Leal (Redatora);
  - Luan Boré (Designer);
- **Tecnologia**
  - Victor Copque (Desenvolvedor).

## 4.2. Segmentação por Tipo e Categoria

577 ferramentas foram mapeadas, segmentadas conforme a imagem abaixo.

**Figura 4 - Análise do Mapeamento**

<b>Categoria</b>	<b># Sub-Categorias</b>	<b># Ferramentas</b>	<b>%</b>
<b>Gestão &amp; Produtividade</b>	19	185	32%
<b>Finanças &amp; Legal</b>	15	64	11%
<b>Vendas &amp; Atendimento</b>	15	114	20%
<b>Marketing &amp; Social Media</b>	14	91	16%
<b>Comunicação &amp; Design</b>	16	54	9%
<b>Tecnologia</b>	15	82	14%
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>577</b>	

Retirada de [http://bit.ly/Mapeamento\\_TCC\\_Tici](http://bit.ly/Mapeamento_TCC_Tici) em 23/11/2018

Para facilitar a busca foi definido três tipos de filtros:

- Tipos de Plataformas: Web App, Desktop App, *Mobile App* e Extensão.
- Tipos de Pagamento: Pagas, Gratuitas, *Free Trial* e *Free Demo*.
- Categorias e Subcategorias:
  - Gestão & Produtividade (185 / 32%)
  - Finanças & Legal (64 / 11%)
  - Vendas & Atendimento (114 / 20%)
  - Marketing & Social Media (91 / 16%)
  - Comunicação & Design (54 / 9%)
  - Tecnologia (81 / 14%)

As categorias e subcategorias podem ser observadas na imagem abaixo.



**Figura 5 - Categorias e Subcategorias da aponte.tools - Parte I**

Gestão & Produtividade	19	Finanças & Legal	15	Vendas & Atendimento	15
Agendamento	4	Assinatura Eletrônica	6	Atendimento ao Cliente	7
<i>Business Intelligence</i>	10	Capital	4	CRM de Vendas	26
Colaboração de Equipes	10	Conta Digital	2	<i>E-mail Tracking</i>	6
Comunicação com Clientes	2	Contabilidade On-Line	7	Geração de Leads	5
EAD	2	<i>Equity Crowdfunding</i>	2	Gestão de Clientes	1
Endomarketing	5	Financiamento Coletivo	11	Gestão de Ligações	5
ERP	29	Gestão de Cobranças	1	Gestão de Vendas	10
Gestão de Eventos	4	Gestão de Investimento	1	<i>Help Desk</i>	22
Gestão de Pessoas	16	Gestão de Reembolso	1	<i>Onboarding</i> de Usuário	6
Gestão de Processos	15	Gestão Financeira	6	<i>Outbound</i>	4
Gestão de Projetos	23	Investimento	3	Pré-Venda	12
Gestão de Tarefas	8	Negociação de Dívidas	1	Prospecção de Vendas	3
Logística	10	Nota Fiscal Eletrônica	2	Relacionamento com Cliente	4
Mentoria	1	Pagamentos	16	Satisfação do Cliente	6
Organização	13	Precificação	2	<i>Service Desk</i>	7
Planejamento Estratégico	6	<b>Total</b>	<b>65</b>	<b>Total</b>	<b>124</b>
Recrutamento & Seleção	8				
Videoconferência	12				
Vertical	9				
<b>Total</b>	<b>187</b>				

Retirada de [http://bit.ly/Mapeamento\\_TCC\\_Tici](http://bit.ly/Mapeamento_TCC_Tici) em 23/11/2018

**Figura 6 - Categorias e Subcategorias da aponte.tools - Parte II**

Marketing & Social Media	14	Comunicação & Design	16	Tecnologia	15
<i>Analytics</i>	11	Apresentações	2	App	2
Automação de <i>Marketing</i>	27	Assessoria de Imprensa	1	Buscador	1
<i>E-mail Marketing</i>	14	Conteúdo	6	CDN	2
Encurtador de Links	1	Cores	2	<i>ChatBot</i>	9
Formulários	5	Design Gráfico	9	Comentários	2
Gestão de Comunidade	1	Escrita	3	Criação de Sites	14
Gestão de Publicidade On-Line	4	Fontes	1	Detector de Plataforma	1
Gestão de Mídias Sociais	7	Foto	1	Domínio	8
Inteligência de Dados	5	Gráficas On-Line	1	<i>E-Commerce</i>	21
Marketing de Conteúdo	3	Ícones	3	E-mail Corporativo	4
Marketing de Referência	3	Imagens	12	Hospedagem	8
Personas	2	Logo	5	Integração	4
Pesquisa de Mercado	3	<i>Mockups</i>	1	Landing Page	2
SEO	6	<i>Naming</i>	3	Segurança	2
<b>Total</b>	<b>92</b>	QRCode	1	Testes de Performance	2
		Vídeos	5	<b>Total</b>	<b>82</b>
		<b>Total</b>	<b>56</b>		

Retirada de [http://bit.ly/Mapeamento\\_TCC\\_Tici](http://bit.ly/Mapeamento_TCC_Tici) em 23/11/2018

### 4.3. Arquitetura da Plataforma On-line

Em parceria com o desenvolvedor Victor Copque e o designer Henrique Messias, foi criada uma plataforma on-line no WordPress para publicar todas as ferramentas mapeadas ao longo do processo.

A primeira etapa foi desenhar a jornada do usuário no site, quais páginas seriam criadas e qual conteúdo seria criado nelas. A segunda etapa foi botar a "mão na massa" e construir as páginas do site, *template* da página da ferramenta e os filtros. Por fim, a última etapa foi inserir as informações que estavam na planilha do Excel no site, na qual cada linha correspondia a uma página de ferramenta.

Para validar a hipótese da plataforma, construímos o site com ferramentas do próprio mapeamento:

- Google Drive - ferramenta de armazenamento, usada para armazenar o mapeamento;
- Appear.in - ferramenta de videoconferência, usada nas reuniões com o desenvolvedor;
- Canvas - ferramenta de design gráfico, usada para criar a logo do site. Dispensa conhecimento prévio em criação gráfica;
- WordPress - ferramenta de criação de sites, usada para construir a plataforma, com o *template* da Salient. Dispensa conhecimento prévio em programação web;
- Disqus - ferramenta de comentários, usada nas páginas das ferramentas para avaliação do usuário;
- Digital Ocean - ferramenta de hospedagem, usada para hospedar o conteúdo do site;
- GoDaddy - ferramenta de domínio, usada para comprar o domínio <http://aponte.tools>;

## 5. DESENVOLVIMENTO DO PRODUTO

Buscamos proporcionar um ambiente onde o receptor possa ter autonomia com o material exposto, podendo interagir com outros usuários através de avaliações e comentários sobre sua experiência com as ferramentas mapeadas, sem comprometer sua liberdade de escolha. Segundo o pesquisador Carlos Pernisa Alves (2010):

"O mais importante seria colocar a informação em uma espécie de balança, analisando-a e comparando-a com outras, o que se pode chamar de contextualização. Além disso, as informações devem ser discutidas e não simplesmente aceitas. Desse modo, não é qualquer acontecimento que vai merecer destaque como notícia, e as pessoas poderão fazer uma seleção mais rigorosa daquilo que estão recebendo como informação, além de discutir os assuntos mais relevantes entre si, em vez de aceitar sempre o que é passado por um meio de massa como o certo, preciso e necessário. (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p.23)"

Acreditamos que o formato ideal é uma plataforma aberta, onde o conteúdo é construído de forma colaborativa, fazendo dela um ambiente mais rico, diverso e democrático, conforme explica o pesquisador Lévy (2000):

"Qualquer tentativa para reduzir o novo dispositivo de comunicação às formas midiáticas anteriores (esquema de difusão "um-todos" de um centro emissor em direção a uma periferia receptora) só pode empobrecer o alcance do ciberespaço para a evolução da civilização, mesmo se compreendermos perfeitamente – é pena – os interesses econômicos e políticos em jogo. (LÉVY, 2000, p.126)"

Porém, a falta de recursos fez com que optemos num primeiro momento por um projeto numa versão mais enxuta, com apenas 100 ferramentas, e onde apenas os organizadores e curadores podem adicionar ferramentas. Para minimizar esse dano, criamos uma opção de indicação, onde o usuário pode sugerir novas ferramentas, que podem ser adicionadas à plataforma manualmente.

## 6. CRONOGRAMA

Durante o último semestre de 2018, as atividades de planejamento, mapeamento, organização, criação, construção e publicação da plataforma foram divididas da seguinte forma:

Ação / Mês	M1	M2	M3	M4	M5	M6
Planejamento do projeto	■					
Mapeamento das ferramentas	■	■				
Organização das ferramentas em categorias		■				
Criação da arquitetura da plataforma			■			
Construção do site			■	■		
Publicação das informações na plataforma			■	■		
Criação da identidade visual e gráfica do site					■	
Apresentação do TCC para banca avaliadora						■

## 7. ORÇAMENTO

Devido ao baixo recurso para a realização do projeto, foram feitas parcerias estratégicas com desenvolvedor e designer. Além disso, não houve a necessidade de impressão do memorial, que foi entregue como versão digital. Por causa disso, o custo do projeto ficou de apenas R\$270,00, usados para comprar o domínio e a hospedagem para botar o site no ar.

Descrição	Quantidade	Valor Unitário	Valor Total
Webdesigner	0	R\$0,00	R\$0,00
Programador	0	R\$0,00	R\$0,00
Domínio ( <a href="#">GoDaddy</a> )	01	R\$30,00	R\$30,00
Hospedagem ( <a href="#">DigitalOcean</a> )	12	R\$20,00	R\$240,00
Impressão de Memorial	0	R\$0,00	R\$00,00
Encadernação de Memorial	0	R\$0,00	R\$0,00
<b>TOTAL</b>			<b>R\$270,00</b>

## 8. RESULTADOS

Optamos por não publicar a plataforma antes da apresentação para a banca, uma vez que ela poderá aprimorar o projeto e este poderá ser lançado de forma melhorada. Por causa disso, não é possível apresentar resultados externos. Porém, ao conversar com algumas pessoas, durante o processo de construção, muitos elogiaram a plataforma, dizendo que ela será muito útil.

Por outro lado, algumas pessoas identificaram oportunidade de mercado para o projeto, podendo monetizar com a plataforma, com o modelo de negócio da *B2B Stack*, que é a mesma estratégia de blogueiros, que ganham por acesso e recomendação.

Pessoalmente, tive ganhos positivos, ao sistematizar um conhecimento que antes era disperso. Enquanto profissional, ganhei maior autonomia gerencial e de criação com o conhecimento de diversas ferramentas.

## 9. MINHA TRAJETÓRIA ACADÊMICA

Não tive uma trajetória acadêmica muito convencional. Esta é, na verdade, a segunda vez que faço FACOM. Da primeira vez eu larguei para fazer Administração, não é à toa que chegamos a esse tema de TCC. Mas infelizmente me deparei com um curso de Administração muito tradicional para o mundo fora da Universidade, vivendo todas as transformações mencionadas neste memorial.

Por outro lado, embora não estimule muito o empreendedorismo entre os estudantes, a FACOM é um lugar muito crítico com o mundo fora da Universidade. Não por sua grade curricular, mas pelas suas discussões atuais e conectadas. Por causa disso resolvi retornar para me formar aqui, pois é preciso entender este novo mundo para poder viver nele.

Como passei tanto tempo na Universidade, busquei ressignificar esses últimos anos, fazendo com que fosse prazeroso e significativo na minha carreira. Por isso foi tão difícil chegar a um tema de TCC, e quando ele chegou, quis fazê-lo com muita dedicação.

Embora já esteja inserida no mercado de trabalho, esse trabalho representa o fechamento de um ciclo. Foi importante fazê-lo porque me fez me dedicar por bastante tempo para construir algo de relevância, resultado de todo o conhecimento adquirido ao longo da minha vida acadêmica, dentro e fora dela.

## 10. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Encontrar um tema que se enquadrasse com o curso que escolhi foi difícil, o que me levou a uma reflexão. A área de comunicação foi, durante muito tempo, periférica, no que tange às organizações. Hoje, depois do surgimento da internet e dos dispositivos móveis, a forma como as pessoas se relacionam mudou e, conseqüentemente, a forma como as organizações se relacionam também. A comunicação não mais está distante da tomada de decisão, ela faz parte do coração organizacional, e isso se deve muito à transformação que a tecnologia trouxe para a dinâmica social.

Identificar como a tecnologia transforma as relações e, conseqüentemente, suas criações, me fez ter um olhar mais crítico sobre a dinâmica social, sobre acesso e sobre justiça. Apesar dos ganhos que temos com a internet e suas derivações, ela acaba sendo uma nova forma de afastar os desiguais, embora de forma mais branda. Favorecendo aqueles que têm acesso e dificultando aqueles que não tem.

Ao longo do trabalho, me mantive motivada na questão do acesso. Buscando minimizar as barreiras que existem para muitos de se aprofundar no mundo da internet e tornando, assim, mesmo que um pouquinho, o mundo mais justo e as oportunidades mais acessíveis para todos.

Desejo publicar as demais ferramentas mapeadas e fazer um trabalho de lançamento e divulgação da plataforma. Pretendo usar estratégias de marketing digital para fazer com que as pessoas cheguem até ele e o torne conhecido, para que, assim, cumpra com sua função de ajudar a jornada do empreendedor na sua fase inicial. E, quem sabe, se tornar um negócio futuro para mim.

Espero que as ferramentas possam facilitar de certa forma o processo empreendedor do Brasileiro e, conseqüentemente, contribuir, mesmo que um pouco, para a redução da mortalidade de micro e pequenas empresas no país.



## 11. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICA

**Brasil tem 116 milhões de pessoas conectadas à internet, diz IBGE.** 2018.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/brasil-tem-116-milhoes-de-pessoas-conectadas-a-internet-diz-ibge.ghtml> Acesso em 13/05/2018.

**Business-to-business.** 2018. Disponível em:

<https://pt.wikipedia.org/wiki/Business-to-business> Acesso em 22/11/2018.

**Causa Mortis: O sucesso e o fracasso das empresas nos primeiros 5 anos de vida.** São Paulo, 2014. Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/\\$File/5712.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/333000e30d218194165cd787496e57f9/$File/5712.pdf) Acesso em 18/06/2018.

**Conheça a História do Empreendedorismo no Brasil.** Disponível em:

<https://www.ignicaodigital.com.br/conheca-historia-do-empreendedorismo-no-brasil/>

Acesso em 20/11/2018.

**Existem mais de 5 milhões de aplicativos no mundo.** 2017. Disponível em:

<http://www.infotecblog.com.br/2017/07/03/existem-mais-de-5-milhoes-de-aplicativos-no-mundo/> Acesso em 22/11/2018.

FAVA, Gihana Proba. **Filtro bolha: desafio para propagação de informação no meio digital**. Juiz de Fora, 2013. Disponível em:

<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1698-1.pdf> Acesso em 14/10/2018.

**Filtro bolha: a verdade por trás do que aparece no seu feed**. 2016. Disponível em:

<https://canaltech.com.br/internet/filtro-bolha-a-verdade-por-tras-do-que-aparece-no-s-eu-feed-71157/> Acesso em 20/11/2018.

GODOY, Valdir Alves de et al. **Web Semântica: bolhas individuais ou um facilitador de buscas?** Revista Científica Intraciência. Ano 3, no 3, p.1-85, Dez 2011. Disponível em:

<[http://www.uniesp.edu.br/guaruja/site/revista/PDFs/artigo1\\_WebSemantica.pdf](http://www.uniesp.edu.br/guaruja/site/revista/PDFs/artigo1_WebSemantica.pdf)>.

Acesso em: julho de 2012.

LÉVY, Pierre. **As Tecnologias da Inteligência**. 1993 \_\_\_\_\_. Cibercultura. São Paulo: 34, 2000.

**Maioria das empresas fecha as portas após cinco anos, diz IBGE**. 2017.

Disponível em:

<http://www.valor.com.br/brasil/5144808/maioria-das-empresas-fecha-portas-apos-cinco-anos-diz-ibge> Acesso em 18/06/2018.

MATTOS, Tiago. **Vai lá e faz: Como empreender na era digital e tirar ideias do papel.** Editora Belas Letras: Caxias do Sul, 2017.

**O que é B2B? E B2C? Aprenda quais os tipos de negócio e como funcionam.**

2018. Disponível em: <https://startse.com/noticia/b2b-b2c-e-mais> Acesso em 22/11/2018.

**O que são ferramentas digitais?** 2016. Disponível em:

<https://ferramentasdigitais2.blogspot.com/2016/07/o-que-sao-ferramentas-digitais.html> Acesso em: 22/11/2018.

**Os 10 principais erros por que as empresas fecham (e as soluções).** 2016.

Disponível em:

<https://blog.contaazul.com/os-10-principais-erros-por-que-as-empresas-fecham-e-as-solucoes> Acesso em 18/06/2018.

PARISER, Eli. **Filtros Bolha.** TED, 2011. Disponível em:

<https://www.youtube.com/watch?v=HKtvkvPNAsw> Acesso em 20/11/2018.

PERNISA JÚNIOR, Carlos; ALVES, Wedencley. **Comunicação Digital.**

**Jornalismo, Narrativas, Estética.** Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

**Pesquisa do IBGE revela que 138 milhões de brasileiros possuem um smartphone.** 2018. Disponível em:

<https://www.tudocelular.com/android/noticias/n120658/Pesquisa-revela-indice-uso-smartphones-brasil.html> Acesso em 13/05/2018.

**Pesquisa Sobre Empreendedorismo Aponta Crescimento No Brasil.** Disponível em:

<https://www.ignicaodigital.com.br/pesquisa-sobre-empreendedorismo-crescimento-brasil/> Acesso em 20/11/2018.

**Relatório Especial: O Empreendedorismo e o Mercado de Trabalho.** Sebrae. Brasília, 2017. Disponível em:

[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS\\_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/\\$File/7737.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/70d1237672d36de1ba87890e4cb251cc/$File/7737.pdf) Acesso em: 22/11/2018.

## 12. GLOSSÁRIO

Palavra	Definição
<b><i>Analytics</i></b>	A análise é a descoberta, a interpretação e a comunicação de padrões significativos nos dados e a aplicação desses padrões na tomada de decisões eficazes. Em outras palavras, a análise pode ser entendida como o tecido conectivo entre os dados e a tomada de decisão efetiva dentro de uma organização.
<b>API</b>	É um conjunto de rotinas e padrões de programação para acesso a um aplicativo de software ou plataforma baseado na Web. A sigla API refere-se ao termo em inglês " <i>Application Programming Interface</i> " que significa em tradução para o português "Interface de Programação de Aplicativos".
<b>Aplicativo</b>	Aplicação móvel ou aplicativo móvel, conhecida normalmente por seu nome abreviado app, é um <i>software</i> desenvolvido para ser instalado em um dispositivo eletrônico móvel, como um PDA, telefone celular, smartphone ou um leitor de MP3.
<b><i>Business Intelligence</i></b>	É usar da coleta de dados, organização, análise, ação e monitoramento para tomar melhores decisões e saber se os investimentos feitos estão trazendo bons resultados.
<b><i>Business Model Canvas</i></b>	Método criado por Alexander Osterwalder como uma alternativa para realizar e gerenciar um plano estratégico de forma mais direta e ilustrativa. O Canvas é um quadro que pode ser desenhado em um papel apenas e que resume de forma objetiva todas as etapas necessárias para se fechar o ciclo criativo de uma ideia de negócio.
<b>Captação de Recursos</b>	Para manter um negócio, é necessário haver captação de recursos, isto é, levantar investimento. Isso pode ser feito em bancos, investidores, fundos de investimentos etc.
<b>CDN</b>	É uma maneira de enviar conteúdo massivo para usuários sem ter problemas com performance. Termo técnico, traduzido literalmente para o português como Rede de fornecimento, entrega e distribuição de conteúdo.
<b>ChatBot</b>	É um programa de computador que tenta simular um ser humano na conversação com as pessoas. O objetivo é responder as perguntas de tal forma que as pessoas tenham a impressão de estar conversando com outra pessoa e não com um programa de

	computador.
<b>CRM</b>	Os sistemas de CRM são aplicativos de informação desenvolvidos com o objetivo de auxiliar na gestão do relacionamento com o cliente. Conceitualmente, dá-se o nome de CRM à gestão deste relacionamento, e de sistemas de CRM aos sistemas empregados para a gestão deste relacionamento.
<b>Crowdfunding</b>	É uma forma de levantar recursos para um projeto baseada em financiamento coletivo, normalmente feito por uma plataforma especializada. Em sua maioria, os contribuintes são pessoas físicas que acreditam no sucesso daquela ideia de negócio.
<b>CSS</b>	<i>Cascading Style Sheets</i> é um termo técnico que foi traduzido para a língua portuguesa como "folhas de estilo em cascata", é uma técnica de linguagem de programação web para adicionar estilo a um documento web. Em vez de colocar a formatação dentro do documento, o CSS cria um link para uma página que contém os estilos.
<b>Data Science</b>	Ciência de dados é uma área interdisciplinar voltada para o estudo e a análise de dados, estruturados ou não, que visa a extração de conhecimento ou <i>insights</i> para possíveis tomadas de decisão, de maneira similar à mineração de dados.
<b>Domínio</b>	Domínio é um nome que serve para localizar e identificar conjuntos de computadores na internet. O nome de domínio foi concebido com o objetivo de facilitar a memorização dos endereços de computadores na Internet. Sem ele, teríamos que memorizar uma sequência grande de números.
<b>E-Commerce</b>	Comércio eletrônico ou comércio eletrônico, <i>e-commerce</i> , comércio virtual ou venda não-presencial, é um tipo de transação comercial feita especialmente através de um equipamento eletrônico, como, por exemplo, computadores, tablets e smartphones.
<b>EAD</b>	Educação a distância é uma modalidade de educação mediada por tecnologias em que discentes e docentes estão separados espacial e/ou temporalmente, ou seja, não estão fisicamente presentes em um ambiente presencial de ensino-aprendizagem.
<b>Equity</b>	Quando sua startup alcançar a " <i>equity</i> ", significa que ela alcançou estabilidade e pode ter o capital aberto.
<b>Equity Crowdfunding</b>	<i>Equity crowdfunding</i> é a oferta on-line de títulos de empresas privadas a um grupo de pessoas para investimento e, portanto, faz parte do mercado de capitais.

<b>ERP</b>	É a sigla para Enterprise Resource Planning ou Sistema Integrado de Gestão Empresarial. O ERP é um <i>software</i> que melhora a gestão das empresas, automatizando os processos e integrando as atividades de Vendas, Finanças, Contabilidade, Fiscal, Estoque, Compras, Recursos Humanos, Produção e Logística.
<b>Extensão</b>	Extensões são bits de código que modificam a funcionalidade do navegador. Entre outras coisas, extensões podem adicionar novas funcionalidades para o navegador, ou mudar sua aparência, ou o conteúdo de páginas particulares.
<b>Fluxo de Caixa</b>	O Fluxo de caixa determina quanto de dinheiro entrou e saiu da empresa em determinado período. Ele é um importante indicador para a gestão financeira.
<b>Gamificação</b>	Também chamado de Ludificação, é o uso de técnicas de design de jogos que utilizam mecânicas de jogos e pensamentos orientados a jogos para enriquecer contextos diversos normalmente não relacionados a jogos.
<b>Growth Hacking</b>	Segundo seu criador, Sean Ellis, é um “ <i>marketing</i> voltado para experimentos”. Isto é, uma prática com foco em achar saídas inovadoras (gatilhos) para um rápido crescimento da empresa.
<b>Help Desk</b>	É um termo da língua inglesa que designa o serviço de apoio a usuários para suporte e resolução de problemas técnicos, informática, telefonia e tecnologias de informação, ou pré e pós vendas.
<b>Hospedagem</b>	Hospedagem de Sites ou alojamento de sites é um serviço que possibilita a pessoas ou empresas com sistemas online a guardar páginas, arquivos, informações, imagens, vídeo, ou qualquer conteúdo acessível por Web.
<b>HTML</b>	É uma das linguagens que utilizamos para desenvolver websites. O acrônimo HTML vem do inglês e significa <i>Hypertext Markup Language</i> ou em português Linguagem de Marcação de Hipertexto.
<b>Investidor-Anjo</b>	São pessoas que procuram empresas bem iniciantes – muitas vezes apenas uma ideia – e investem entre R\$ 50 mil até R\$ 500 mil em startups de conhecidos para vender sua parte a investidores maiores no futuro.
<b>Landing Page</b>	Faz parte da estratégia de marketing digital, para captar leads (potenciais clientes) para um negócio. Uma <i>landing page</i> é uma página simples, com um formulário de cadastro, que oferece algum conteúdo ou experiência em troca da captação de seus

	dados.
<b>Logo</b>	É um conjunto formado por duas ou mais letras fundidas em um só tipo, compondo uma sigla. Essa peça de design identifica ou representa uma entidade.
<b>Mapa Mental</b>	Ou mapa da mente é o nome dado para um tipo de diagrama, sistematizado pelo psicólogo inglês Tony Buzan, voltado para a gestão de informações, de conhecimento e de capital intelectual.
<b>MEI</b>	É a sigla para micro empreendedor individual e se tornou uma categoria muito difundida no Brasil, por ser um lugar em que as pessoas encontram na abertura do próprio negócio uma alternativa à dificuldade de obter um emprego formal.
<b>Mockups</b>	Em manufatura e design, um <i>mockup</i> ou <i>mock-up</i> , é um modelo em escala ou de tamanho real de um projeto ou dispositivo, usado para ensino, demonstração, avaliação de <i>design</i> , promoção e outros propósitos.
<b>Modelo de Negócio</b>	Como explicado no “ <i>Business Model Canvas</i> ”, o modelo de negócios é uma ferramenta mais simples e dinâmica para transformar uma ideia em um produto viável.
<b>Naming</b>	É a disciplina de decidir o que um produto será chamado e é muito semelhante em conceito e abordagem ao processo de decidir sobre um nome para uma empresa ou organização.
<b>NPS</b>	O <i>Net Promoter Score</i> é uma metodologia criada por Fred Reichheld. para medir o grau de satisfação e a lealdade dos clientes das empresas de qualquer segmento. A métrica é amplamente utilizada por causa de sua simplicidade, confiabilidade e flexibilidade.
<b>Onboarding de Usuário</b>	<i>User onboarding</i> é uma introdução, uma série de fluxos que apresenta as possibilidades que o usuário tem no primeiro acesso a um software. É a garantia da entrega do primeiro valor, do sucesso imediato que seu usuário espera encontrar.
<b>Personas</b>	São personagens fictícios criados para representar os diferentes tipos de usuário dentro de um alvo demográfico, atitude e/ou comportamento definido que poderia utilizar um site, uma marca ou produto de um modo similar. Personas são uma ferramenta ou método de segmentação de mercado.
<b>Plug-in</b>	Ou módulo de extensão é um programa de computador usado para adicionar funções a outros programas maiores, provendo alguma funcionalidade especial ou muito específica. Geralmente



	pequeno e leve, é usado somente sob demanda.
<b>Repositório</b>	É um local de armazenamento de onde pacotes de software podem ser recuperados e instalados em um computador.
<b>SaaS</b>	<i>Software como serviço</i> , do inglês <i>Software as a service</i> , é uma forma de distribuição e comercialização de software. No modelo SaaS, o fornecedor do software se responsabiliza por toda a estrutura necessária à disponibilização do sistema, e o cliente utiliza o software via internet, pagando um valor pelo serviço.
<b>SEM</b>	É a sigla de <i>Search Engine Marketing</i> , um campo de conhecimento que tem como objetivo trazer mais visitantes para seu site através de uma maior exposição nos resultados dos buscadores ( <i>search engines</i> ), como Google e Bing.
<b>SEO</b>	É a sigla de <i>Search Engine Optimization</i> , padrão criado pelo google para classificar a posição das buscas. Ao realizar o que o buscador considera relevante, você conseguirá aparecer nas primeiras páginas — algo essencial para negócios digitais.
<b>Service Desk</b>	Enquanto o <i>Help Desk</i> pode ser considerado um atendimento direto ao usuário, de forma a resolver o problema e registrar o atendimento, o <i>Service Desk</i> vai além, aplicando os conhecimentos difundidos na ITIL e na gestão estratégica e planejada de serviços de TI, tendo um registro, análise e acompanhamento do atendimento e da resolução dos problemas relacionados ao atendimento, mapeando os dados e informações do atendimento, da prestação ao cliente e um feedback para análise e registro final.
<b>Site</b>	Um sítio eletrônico ou endereço eletrônico ou saite (em inglês: <i>website</i> , ou <i>site</i> ) é um conjunto de páginas web, isto é, de hipertextos acessíveis geralmente pelo protocolo HTTP ou pelo HTTPS na internet. O conjunto de todos os sítios públicos existentes compõe a <i>World Wide Web</i> .
<b>Social Media</b>	As "ferramentas de mídias sociais" são sistemas projetados para possibilitar a interação social a partir do compartilhamento e da criação colaborativa de informação nos mais diversos formatos.
<b>Startup</b>	Uma nova empresa baseada em uma ideia inovadora. Seu principal objetivo é encontrar um processo repetitivo e escalável para se tornar sustentável.
<b>User Experience</b>	Otimizações, no produto de uma ' <i>startup</i> ', destinadas a melhorar a experiência dos utilizadores, sobretudo em aplicações ou

	ferramentas tecnológicas.
<b>Valuation</b>	Qual o valor do seu negócio? Esse é um conceito necessário caso você pretenda vender ou mesmo saber o grau de grandeza de determinado ativo.