

Alunos: Gabriel Soto, Marcio Vinicius de Souza da Rocha, Matheus Vinicius Mariussi, Thiago Barrenechea Rosales

1) Empresas terão que abandonar a "gambiarra digital". Ou é digital mesmo ou não é. Plataformas digitais competentes mesmo que sejam pequenas são as que vão sobreviver;

É necessário ter um investimento na área de tecnologia e está sendo provado atualmente que um sistema básico e conexão com a internet simples chega a suprir algumas necessidades, porém apenas com uma conexão básica não conseguimos obter as melhores ferramentas/dados disponibilizados

2) Comércio online deixa de ser uma opção secundária de compras. As lojas físicas serão redesenhadas como espaços de experimentação da marca mas as vendas vão migrar mais rápido para o online do que se imaginou antes;

Durante esses momentos de crise, muitas pessoas começaram a comprar online e, bem provavelmente, irão se apegar a comodidade de comprar sem sair de casa, sendo assim, o comércio online irá se fortalecer cada vez mais.

9) Não existe setor da economia ou tamanho de negócio que possa dizer "eu não tenho necessidade de investir no digital". Quem pensar assim não tem futuro;

Já antes das medidas de quarentena, várias empresas sofriam por não possuírem um atendimento online ou serviços online de qualidade. Dessa maneira, com a migração do comércio para o online, assim como muitos outros setores da economia, aqueles que não se adaptarem irão ficar em desvantagem. Se hoje já é difícil um negócio sobreviver sem uma boa infraestrutura digital, a partir de agora será mais difícil ainda.

10) Hábitos de viagem mudarão radicalmente. Redução absurda nas viagens de negócios substituídas pelas video calls. Viagens de lazer serão mais para o interior junto a natureza em lugares com baixa concentração de pessoas;

Durante o período de quarentena foi comprovado, para as pessoas que não conheciam ou até mesmo para as pessoas que não acreditavam, que realmente era

eficaz estes tipos de reuniões, que reuniões e até eventos empresariais são mais eficazes e atingem um maior público quando feito de maneira digital pois com isso além de uma grande acessibilidade proporciona um custo menor para os participantes.

15) O consumidor foi "forçado" a migrar nesse momento para o comércio online. As empresas que conseguirem proporcionar uma experiência muito boa em todos os aspectos não perderão esse cliente para as lojas físicas ao fim da pandemia. Ao contrário, as empresas que se mostrarem despreparadas perdem espaço;

Como dito no primeiro tópico um sistema básico não é o suficiente, quando se possui um sistema melhor que dá mais conforto ao usuário/cliente é notório o feedback causado, pois é mais fácil e prático realizar uma compra online do que ir fisicamente numa loja, um exemplo são as grandes lojas de departamento, como por exemplo Americanas e Magazine Luiza, que estão com lojas físicas e também um sistema de vendas online, atingindo uma parcela maior dos consumidores.

17) Não vejam a crise como momento de cortar custos. Pensem em investir em novas áreas em novas tecnologias, vai ter muita oportunidade para as empresas que agirem rápido, vamos renascer num mundo novo, viveremos um "novo normal", a vida vai ser diferente, ninguém sabe exatamente como mas temos que estar abertos e preparados para nos adaptar com agilidade ao que vier pela frente;

Investimentos em tecnologia sempre são necessários para manter uma empresa atualizada. A partir de agora setores de comunicação e comércio irão se destacar no mercado, principalmente por suas vantagens online. Principalmente os setores essenciais do comércio deverão se adaptar às novas tecnologias.

Dentre os 18 pontos, identifique aqueles que tendem a mudar questões vinculadas à Tecnologia da Informação e Comunicação. Justifique a sua resposta indicando quais são as mudanças que devem ocorrer.