

P-Start: aplicação de métodos de apoio à transformação digital junto a empreendedores e pequenos empresários

Anselmo Berriel de Lira, Guilherme Teixeira Silva, Roberto Borba Pinto, Thiago dos Santos Rodrigues, Thomas Eduardo da Silva Olympio, Wellington Patrick Viana dos Santos

PUC Minas
Curso de Tecnologia em Banco de Dados

ablira@sga.pucminas.br, guilherme.silva.1396238@sga.pucminas.br,
rbpinto@sga.pucminas.br, thiago.rodrigues@sga.pucminas.br,
tesolympio@sga.pucminas.br, wellington.patrick@sga.pucminas.br

1. Resumo

Entende-se que no Brasil, as micro e pequenas empresas representam em sua maioria as que estão em atividade e geram a grande parte dos empregos formais no país. Contudo mesmo muitas dessas sendo novas, também as de longa data não passaram por esse processo de transformação digital ou sequer conhecem as poderosas ferramentas digitais que se encontram disponíveis para alavancar o seu negócio. Com isso busca-se um fortalecimento do ecossistema digital do país, expandindo a conectividade e promovendo a inclusão digital no país. Esse processo de transformação digital buscando acompanhar os avanços das tecnologia móvel e em nuvem, leva a uma crescente demanda por soluções digitais impulsionando o surgimento de startups e empresas voltadas para o ramo, causando uma maior conectividades e inclusão digital das MPE. É neste aspecto que entra a metodologia P-Start com o intuito de permitir o surgimento do empreendedorismo tecnológico na forma de startup e o gerenciamento destes empreendimentos de modo a permitir sua continuidade e não o fracasso.

2. Diagnóstico da situação-problema

Na comparação com 2015, o uso de computadores nas empresas passou de 56% para 57% no caso dos MEI, de 83% para 89% das ME e de 94% para 97% das EPP.

- 73% dos MEI, 91% das ME e 99% dos empresários das EPP acessam a internet no negócio, predominantemente por meio do celular e do computador na empresa.

- A proporção de empresas com página na internet mais do que dobrou, passando de 11% para 27% das MPE.

- A proporção de empresas com perfil no Facebook passou de 37% para 40%.

- 72% das empresas utilizam WhatsApp para se comunicar com clientes. O aplicativo é usado para disponibilizar informação de produtos/serviços (59%), atendimento (59%) e vendas (43%).

- 51% dos entrevistados acredita que as vendas pela internet e pelas redes sociais tem maior potencial de expansão, nos próximos cinco anos, do que as vendas tradicionais

Seguindo o padrão dos dados coletados, nota-se que há uma lacuna da transformação digital e a proposta inicial é priorizar o MPE que não passou por essa mudança e estruturar o negócio para o modelo competitivo do mercado.

3. Justificativa

A transformação digital é um processo que inclui a utilização de tecnologias digitais para melhorar a eficiência, produtividade e recursos de uma empresa ou organização. Os avanços na tecnologia móvel e na nuvem também impulsionaram a transformação digital no Brasil, levando a uma crescente demanda por soluções digitais.

Ainda justifica esta pesquisa o fato de que as organizações possuem seus campos de atuação defasados, sobretudo naquelas que possuem alta competitividade, como identificar padrões de consumo, experiência do cliente, conectividade. Contudo, de forma coesa e moderna, esta pesquisa se justifica de uma forma geral também para as organizações, uma vez que estar se reinventando constantemente é uma das exigências mais da sobrevivência no mercado.

A Extensão Universitária é um dos lugares de exercício da função social da PUC Minas, que possibilita a articulação da academia com a sociedade, trabalha em prol da promoção da cidadania, da inclusão e do desenvolvimento social (PROEX, 2006).

A relação entre extensão e pesquisa favorece a criação e recriação de conhecimentos que podem contribuir para a transformação da sociedade, para o desenvolvimento teórico, bem como para retroalimentar parte da ação pedagógica da universidade.

4. Objetivo Geral

Baseando-se em estudos acadêmicos e analisando-se perfis de micro e pequenos empresários percebe-se que para estes perfis que não possuem conhecimento a respeito, trazemos o objetivo deste de avaliar qual a necessidade de orientação quanto a jornada de transformação digital situando melhores ações e retirando o maior proveito das oportunidades de uso e exploração do mundo digital pelos empreendedores.

5. Objetivo Específico

Serão necessárias o uso soluções digitais abrangendo o acesso a informação, a melhoria da comunicação, uma boa aprendizagem remota, a melhoria da experiência do usuário e por fim o aumento da eficiência.

6. Dificuldades Encontradas

Ao longo da etapa inicial do projeto, encontramos inúmeras dificuldades de comunicação com o Professor Matheus Souza, incluindo demora nas respostas e dificuldades de comunicação dentro dos prazos das etapas iniciais do projeto.

Vale salientar que, na metodologia de análise a ser utilizada, que inclui estudo do cenário, entrevistas com os empreendedores e acompanhamento das mudanças com a aplicação da análise de dados, o tempo é um fator essencial, tornando-se imprescindível uma boa comunicação.

**Vale ressaltar que a proposta apresentada aqui, da atuação neste projeto de extensão, está sujeita a um alinhamento nas comunicações com o professor responsável pelo mesmo, o que, caso não ocorrendo de forma eficaz na próxima semana, irá*

*comprometer sobremaneira o projeto, se tornando necessário rever sua execução e, se possível, a mudança de projeto.**

7. PLANO DE TRABALHO

EQUIPE Nome do Participante	CARGA HORÁRIA DESTINADA AO PROJETO SEMANAL	AÇÕES/ATIVIDADES
Anselmo Berriel de Lira	8 H	Pesquisa/Reuniões
Guilherme Teixeira Silva	8H	Pesquisa/Reuniões
Roberto Borba Pinto	8H	Pesquisa/Reuniões
Thomas Eduardo da Silva Olympio	8H	Pesquisa/Reuniões
Thiago dos Santos Rodrigues	8H	Pesquisa/Reuniões
Wellington Patrick Viana dos Santos	8H	Pesquisa/Reuniões

Referências Bibliográficas

- 1 NAPIERALA Hieronim. As vantagens competitivas do comércio eletrônico para empresas de pequeno e médio porte. FAE, v.19, n1, p-68-79, Curitiba, 2016.