Alunos: Carlos Eduardo d’Armada,Heitor Freitas, Roberto Branco e Yuri Bernardes

Trabalho 7 *Procurando Oportunidades parte 2*

Curso: Ciência da Computação - 1º Período

Disciplina: Empreendedorismo em Informática

1. Na internet, diferentes métricas são adicionadas para compreender o crescimento de uma empresa, tais como *Views* e *Unique Visitors*. Como o custo de produção de uma empresa *pontocom* é extremamente reduzido, vários empresários foram incentivados a criar novos negócios com novos planos de negócios na web. Nesse contexto, os jovens empreendedores dos anos 90 e 2000 foram atraídos pela promessa de lucrar muito em pouco tempo e se aposentar cedo, tudo isso com baixo investimento financeiro.

Ao analisar em retrocesso vejo que foi uma oportunidade realmente somente para aqueles que realmente sabiam montar um plano de negócios consistente, pois os outros que foram somente no modismo do *pontocom* quando tiveram seus investimentos cortados declararam falência por não ter uma fonte de renda real que não fosse a venda de ações de sua empresa.

1. Apesar de parecerem estar em um ramo muito promissor com o estouro da Internet, as empresas pontocom, inicialmente criadas por muitos oportunistas que só visavam obter o capital de investidores de risco, se mostraram não tão lucrativas como pareciam. Isso, em maioria, ocorreu devido aos criadores dessas empresas não terem planejado e estruturado corretamente suas empresas, fazendo projeções e analisando riscos, o mesmo que não foi feito pelos investidores de risco. Desse modo, como investidor, levaria em consideração não somente o fato de investir em um ramo lucrativo e que possui muito mercado de consumo, mas também se a empresa na qual irei realizar o investimento possui bom planejamento, projeções e análises de risco, de modo que possa ser realmente lucrativa e possa me dar um bom retorno. No geral, a empresa deveria ser administrada por verdadeiros empreendedores e não por oportunistas que só almejam dinheiro sem levar em conta o planejamento da empresa.
2. Os criadores das primeiras gerações de empresas pontocom tanto no Brasil quanto nos Estados Unidos não foram mais empreendedores que os atuais, mas podemos dizer sim que foram mais oportunistas devido ao fato de que se aproveitaram do momento do “boom” da internet para obter recursos de investidores de risco que naquele momento ainda não tinham um profundo entendimento do mercado,pois este estava em seu início.Podemos citar a Amazon como uma empresa que obteve grande sucesso na área das empresas pontocom sendo que quando houve a temida bolha dos anos 2000 ela expandiu seus serviços para outras áreas que não fossem apenas o serviço puramente online.Uma empresa que teve impacto negativo foi a Boo.com que gastou cerca de US$ 188 milhões em apenas seis meses na tentativa de criar uma loja de artigos de moda online e global sendo uma empresa puramente online ela acabou indo à falência em maio de 2000.
3. A internet apresenta ampla capacidade como celeiro para oportunidades de negócios e isso deve se intensificar cada vez mais com os avanços tecnológicos e sociais. Atualmente, ela já envolve e comanda diversos setores importantes da economia global e local - exercendo grande presença na introdução de jovens profissionais ao empreendedorismo e fazendo o mercado atingir com sucesso os adolescentes e crianças - com tendência somente à expansão. Sendo assim, ela definitivamente exercerá papel fundamental como celeiro de oportunidades futuramente. Além disso, devido a inserção de jovens e adultos ao acesso dela, a internet atingirá até mesmo o nicho dos idosos.