

Criatividade dos brasileiros torna o país mercado-alvo

Apesar do crowdsourcing já ser encontrado no currículo de escolas de negócios no Brasil, a academia ainda o deixa fora das salas de aula

Após a criação da plataforma nos Estados Unidos, os fundadores do icanmakeitbetter não hesitaram em escolher o Brasil como segundo mercado-alvo para o lançamento de seus serviços. Estuardo Robles, diretor da companhia, é direto ao explicar o interesse no país.

“A combinação de alto uso de redes sociais, junto com o crescimento econômico que demanda grande necessidade rápida de pesquisa etnográfica para compreender a nova classe média, além da criatividade do brasileiro, fizeram do Brasil o país perfeito para nossa expansão internacional”. O potencial para

Alto uso de redes sociais e o crescimento econômico tornam o Brasil o mercado ideal para o crowdsourcing

os negócios, afirma, aparece com naturalidade se fornecida a tecnologia e a ferramenta ideal para colaboração do usuário da web. Neste sentido, José Predebon, professor de Criatividade da ESPM, pondera que apesar das diversas formas de crowdsourcing já serem encontradas no currículo de boa parte das escolas de negócios no Brasil, as “faculdades mais tradicionais ainda as deixam fora da sala de aula”, diz. ■ R.A.