

QUANDO VOCÊ FAZ ALGO PELA PRIMEIRA VEZ DEVE SER COMPLETAMENTE FERROZ”: O PROGRAMA TODAY AT APPLE COMO POTENCIALIZADOR DO EMPREENDEDORISMO JOVEM

ISABELA DA SILVA PONTES

Graduanda em Administração - UEM
Universidade Estadual de Maringá – UEM
Pesquisadora atual de programa PIC- UEM
Pesquisadora atual do projeto de pesquisa MEDIATA – CNPq
E-mail: sabela17.pontes@gmail.com

MARCIO PASCOAL CASSANDRE, Dr.

Professor do curso de Administração - UEM
Universidade Estadual de Maringá - UEM
Professor do Programa de Pós-Graduação em Administração - UEM
Doutor em Administração pela Universidade Positivo
Líder do tema Conhecimento e Aprendizagem da ANPAD
E-mail: mpcassandre@uem.br

RESUMO

Empresas como a Apple são conhecidas por inovar e trazer novos produtos para o mercado. Ao contrário da maioria dos varejos que reverteram seu foco a compra online, a Apple investiu em uma nova forma de interação entre usuários e seus produtos dentro das suas lojas. O programa *Today at Apple* tem como foco a aprendizagem e a experiência educacional em suas lojas de varejo por meio da disponibilização de artefatos de mediação para a interação de seus usuários com a tecnologia, com vistas à produção de novos conhecimentos e à potencialização de habilidades individuais dos seus usuários. Sendo assim, esse estudo tem como objetivo descrever o projeto *Today at Apple* como potencializador do empreendedorismo jovem. Para tanto, foi utilizado vídeo gravações disponibilizadas na internet sobre o programa, bem como reportagens e conteúdos escritos, para ao final conhecer as características desse modelo e os métodos utilizados. Durante o processo de análise dos vídeos foi possível identificar elementos potencializadores do empreendedorismo jovem, e, de forma indireta, como importante ferramenta para o desenvolvimento de possíveis empreendedores. Assim, este estudo irá apresentar como o programa *Today at Apple* contribui para estimular os seus usuários à formação empreendedora.

Palavras-chave: *Today at Apple*. Empreendedorismo Jovem. Lojas de Varejo.

WHEN YOU DO SOMETHING FOR THE FIRST TIME YOU HAVE TO BE COMPLETELY FIERCE: THE TODAY AT APPLE PROGRAM AS A POTENTIAL FOR YOUNG ENTREPRENEURSHIP

ABSTRACT

Companies like Apple are known for innovating and bringing new products to market. Unlike most retailers who have reverted their focus to online shopping, Apple has invested in a new way for users to interact with their products within their stores. The *Today at Apple* program focuses on learning and educational experience in its retail stores through the provision of

mediation artifacts for the interaction of its users with technology, with a view to producing new knowledge and engage individual skills of its users. Therefore, this study will describe the Today at Apple program as a potentiator of young entrepreneurship. To do so, we used video recordings available on the internet about the program, as well as reports and written content, to finally know the characteristics of this model and the methods used. During the process of video analysis it was possible to identify elements that empower young entrepreneurship and, indirectly, as an important tool for the development of potential entrepreneurs. Thus, this study will present how the Today at Apple program helps to stimulate its users to entrepreneurial training.

Keywords: Today at Apple. Young Entrepreneurship. Retail Stores.

1 INTRODUÇÃO

A economia é um importante recurso para um país, principalmente quando seus resultados em termos financeiros podem promover novos bens de consumo, novas experiências e novos empregos. Carvalhal, Leão e Teixeira (2012) destacam teses importantes sobre esse assunto, demonstrando que todo empreendedor impulsiona a economia de seu país e cria novos métodos inovadores de produção (VIET *et al.* 2009). Outros autores como Armond e Nassif (2009) demonstram que esse tema ganha uma pauta de inquestionável relevância já que exerce papel importante na visão e condução nos negócios (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012).

Ainda pode-se destacar autores como Gimenez e Inácio Junior (2002) que defendem a importância e a vitalidade de se investir no empreendedorismo dentro da economia. Para esses autores, a atividade de um empreendedor é responsável por trazer inovação, riqueza, gerar empregos e atender necessidades sociais do meio em que este vive (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012). A profissão de empresário é considerada visionária, isso porque são otimistas e sempre apresentam paixão pelo trabalho que exercem, a transformando em uma atividade prazerosa. A importância de empreender está diretamente ligada com essas características do empreendedor e que é capaz de criar relevância a sociedade em que está inserido, buscando soluções para a comunidade (DORNELAS, 2011).

Alguns dados importantes demonstram como no Brasil, por exemplo, a atividade empreendedora tem ganhado força e relevância no meio econômico. Gimenez e Rocha (2017) citam pesquisa realizada pela GEMⁱ em 2012 que aponta o Brasil como um país com muitos empreendedores, uma vez que a proporção de brasileiros que sonham com seu próprio negócio é de 43,5%, superior aos 24,7% que desejam somente trabalhar em empresas não próprias. Além disso, importante destacar que as micro e pequenas empresas (MPEs) vêm ganhando grande destaque no cenário brasileiro e mundial, uma vez que tem significativa importância no desenvolvimento econômico de um país. Essas microempresas, assim como o desejo dos empreendedores, geram emprego, renda e criação de riquezas, portanto se destacando como fator importante para que a economia se movimente (TEIXEIRA *et.al.* 2011).

As iniciativas para o suporte às iniciativas empreendedoras, tal como formação específica e profissionalizante, o suporte por meio das incubadoras empresariais, o financiamento justo e adequado às necessidades de quem intenciona a empreender, além do acompanhamento em todas as fases do desenvolvimento do negócio têm sido apoiadas pelo

governo e pela iniciativa privada, apesar dos limites de recursos disponibilizados às políticas de trabalho e renda. Um exemplo inovador para o empreendedorismo fomentando pela iniciativa privada está sendo oferecido pela gigante da tecnologia, a Apple.

O programa da Apple apresenta características promotoras do empreendedorismo por meio do seu programa *Today at Apple* lançado em 12 de setembro de 2017 por Angela Ahrendts, vice-presidente sênior de varejo da empresa. O novo programa tem como propósito vivenciar a experiência de consumo de seus clientes, integrando a oferta de produtos e serviços em um único lugar como forma de co-criaçãoⁱⁱ. A existência do programa se dá para integrar clientes, pois a comunidade da marca permite aos próprios usuários demonstrarem novas formas de utilização dos produtos da Apple que pode nem mesmo ter sido concebida pela empresa, mas que acabam tornando-se realidade no momento do uso. Esses aspectos, bem como outros como o *Omnichannel*ⁱⁱⁱ, são aspectos mercadológicos do programa que, apesar de possuir importância, não é o foco desse trabalho. O interesse é compreender se tais treinamentos disponibilizados pelo programa também podem ser potencializadores do empreendedorismo, haja vista que a própria empresa visa ajudar pessoas a usarem seus aplicativos para negócios de forma profissional. O programa seria útil para potencializar o empreendedorismo em geral, mas diante do fato de ser um ramo tecnológico e envolver gerações que têm mais contato com hardware e software, possivelmente o empreendedorismo que se intenciona pelo programa é o empreendedorismo de jovens. Em pesquisa realizada pelo IBGE de 2016, que revelou os maiores consumidores de internet, computadores e celulares são aqueles na faixa etária entre 18 a 24 anos de idade, representando 80% do total observado (MILLER, 2018).

No lançamento da Apple em 2017, Angela não estava falando apenas de uma nova conveniência de espaço físico para vendas, ou mesmo ambientação de loja para a comercialização de seus produtos, mas sim apresentava que a novidade do ano da sua empresa teria como foco a nova arquitetura do local de vendas. O programa *Today at Apple* consiste em realizar sessões educacionais dentro do espaço ofertado pela loja. Para tanto, nas palavras dela, as lojas físicas da empresa seriam consideradas um *hardware*, ou seja, espaços em que se tornariam “lugares vivos para experiências, por meio das possibilidades oferecidas pelo aparelho”. O conceito “*new in-store experience*” é um investimento da sua empresa em lojas, com o intuito de atrair pessoas, conectá-las entre si e conectar as possibilidades oferecidas pelos produtos da Apple (EDITORS, 2017) e, menos enfatizada nas palavras de Angela, mas não menos importante, o empreendedorismo.

As novidades trazidas por Angela no evento de lançamento sinalizaram a transformação de mais de 495 lojas de varejo, tendo seus arranjos arquitetônicos mudados, disposição de produtos e, o principal, a criação de espaços para sessões educacionais. Em entrevista videogravada proferida por Angela para o editor chefe do LinkedIn, Daniel Roth (EDITORS, 2017) a intenção para os próximos anos é de que as lojas de varejo da Apple tragam lucro para a organização e, principalmente, criem um impacto positivo na comunidade.

O espaço arquitetônico desenvolvido pela Apple traz o programa chamado de *Today at Apple*, que possui as famosas sessões chamadas de *hands-on*, onde é oferecido aos interessados tópicos diferenciados como fotografia, música, vídeo, arte, codificação e diversos outros treinamentos ministrados por profissionais reconhecidos das respectivas áreas. A intenção da empresa é a de que por meio da interação espaço físico + pessoas + produtos a Apple seja capaz de impulsionar o desenvolvimento dos usuários a partir dos recursos oferecidos pelos

seus aparelhos. O uso da câmera de foto e vídeo pelos usuários, por exemplo, poderia se tornar mais profissionalizado por meio do treinamento oferecido nas aulas do referido programa. A partir dessa interação loja + pessoas + produtos, a empresa pretende potencializar o desenvolvimento dos sujeitos para que se tornem melhores fotógrafos, melhores produtores e editores de vídeos e, como consequência, melhores profissionais e novos empreendedores. Angela termina sua entrevista considerando que o programa pode ajudar nas mudanças de uma era.

Levando em consideração o objetivo do presente estudo, descrever o projeto *Today at Apple* como potencializador do empreendedorismo jovem, foi possível identificar este como uma ferramenta de incentivo aos jovens empreendedores. Entender quais são os métodos e as ferramentas para estimular esse empreendimento também é de real importância para compreender como cria-se essas novas oportunidades de empreendimento e como os empreendedores se capacitam para enfrentar demandas do mercado. Durante o processo de esclarecimento e estruturação empregados no modelo do programa da Apple, foi possível identificar elementos potencializadores para empreendedores jovens. Numa fase posterior do projeto que subsidia este trabalho o interesse é manter o foco na aprendizagem e na experiência educacional que o programa proporciona por meio da disponibilização de artefatos de mediação para a interação de seus usuários com a tecnologia

Portanto, o presente artigo irá apresentar a seguir um referencial teórico sobre empreendedorismo, o que é seu subconjunto, o empreendedorismo jovem, qual foi o trabalho realizado até então sobre o programa *Today at Apple* e quais elementos potencializadores para empreendedorismo que foram encontrados nesse processo. Essa exposição de resultados se faz importante para enriquecer o meio acadêmico escasso a respeito de empreendedorismo, mas especificamente o empreendedorismo jovem e, principalmente, as ferramentas que podem ser usadas para estimular e servir de base para que empreendedores ganhem conhecimento e desenvolvam habilidades para a gestão empreendedora.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Empreendedorismo e empreendedorismo jovem

O empreendedorismo sempre esteve presente na história, seja através de pessoas que estão dispostas a inovarem quanto com invenções que transformaram a humanidade, proporcionando o desenvolvimento e a construção do mundo como conhecemos hoje. Por exemplo, em regiões mais pobres a criação de empreendimento é capaz de movimentar a economia, criar novos postos de trabalhos e, de forma direta, desenvolver esses ambientes (GIMENEZ; ROCHA, 2017). Definir exatamente o que é considerado empreendedorismo sempre foi uma tarefa difícil para aqueles que estudam o assunto (TEIXEIRA *et.al.* 2011). Teixeira *et al.* (2011) realizaram um levantamento importante das principais definições e posicionamentos de autores sobre esse assunto. Eles mencionam que os autores se dividem em duas correntes de pensamento, de acordo com Filion (1999), abordam diferentemente o conceito do empreendedorismo. Em uma os economistas associam essa inovação no indivíduo e tem como principais autores Cantilon, Say e Schumpeter. A segunda corrente tem como principal autor McClelland que associou a ciência do comportamento ao empreendedorismo,

ou seja, os indivíduos empreendedores possuem características específicas que os transformam diferente dos demais (TEIXEIRA *et.al.* 2011).

Mas, de qualquer forma, o empreendedorismo hoje é visto por muitos autores como fenômeno multifacetado e multidisciplinar (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012). Por exemplo, autor como Carvalho, Leão e Teixeira (2012) corroboram autores como Lopez Júnior e Souza (2008) que definem empreendedorismo como complexa, acompanhada de indicadores de inovação, iniciativa, criatividade, comprometimento e persistência. Assim acontece também para Teixeira (2011) que defende o empreendedorismo como uma iniciativa, uma inovação e a possibilidade de fazer coisas novas ou coisas existentes, mas de formas diferentes. O mesmo autor ainda destaca que, de forma subentendida, essas características ficam associadas ao indivíduo, o empreendedor, que sempre estão prontos para agir desde que existam no meio em que estão condições propícias de apoio.

Gimenez e Rocha (2017) ainda destacam um ponto importante quando se trata de empreendedorismo: o motivo de seu surgimento. Existem dois grandes principais motivos de surgir um empreendimento, necessidade ou oportunidade. Definem que, o empreendedorismo por oportunidade se classifica quando o empreendedor identifica uma oportunidade de negócio diferenciada. Já o empreendedorismo por necessidade se classifica quando uma pessoa se esforça para criar seu próprio negócio por falta de opção de trabalho. Esses dois motivos podem influenciar desde ações do empreendedor até sua motivação para trabalho no dia a dia.

Através da revisão bibliográfica foi possível observar que, o meio acadêmico de publicações sobre o tema de empreendedorismo ainda é escasso, apesar da quantidade crescente de novos estudos sobre o assunto. Porém, um assunto ainda mais escasso dentro dessa área é o empreendedorismo jovem. Esse não é um tema comum quando o assunto é estudar empreendedorismo (GIMENEZ; ROCHA, 2017). O número de publicações nessa área é ainda mais baixo do que estudos que tratam somente do tema empreendedorismo. Existem pesquisas que surgiram nos últimos anos sobre o empreendedorismo jovem, porém bem menor que os demais segmentos (SILVA; CRESPO; GIL, 2017). Tendo isso em vista, o estudo pretende apresentar em sua revisão bibliográfica a seguir a importância que o empreendedorismo jovem exerce na comunidade e na economia.

2.2 O que é empreendedorismo jovem

A partir da forma em que nossa sociedade se estrutura nos dias atuais e nossos hábitos adquiridos é injusto não reconhecer a importância do empreendedorismo jovem na sociedade. A juventude é considerada aquela em que as pessoas se preparam para a vida profissional, demonstrando que é necessário garantir que esses jovens sejam estimulados para sua capacidade de empreender. Dessa forma, é sempre importante que esses jovens sejam estimulados por meio de programas de formação, treinamento e aperfeiçoamento (SILVA; CRESPO; GIL, 2017). Esses jovens são recursos importantes para o desenvolvimento da sociedade em que estão inseridos, da economia em longo prazo e desenvolvimento de empregos, portanto, precisam ser valorizados (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012). Segundo Sproesser, Martins, Awogbenle, Iwuamadi, Di Nunzio, corroborado por Gimenez e Rocha (2017) o empreendedorismo jovem tem se apresentado como uma forma de incluir os jovens no mercado de trabalho, que muitas vezes possuem baixa quantidade de empregos.

O empreendedorismo jovem tem sido pesquisado recentemente devido à sua para a economia nacional de um país, considerando o longo prazo, aumentando assim a quantidade de pesquisa nesse ramo. Esses estudos nunca foram numerosos, mas passaram a existir recentemente, portanto ainda se considera escasso o meio acadêmico de publicações sobre o assunto (GIMENEZ; ROCHA, 2017). Teixeira *et.al.* (2011) apresenta dados da GEM (2008) que revelaram a quantidade de novos jovens que têm empreendido, em que do total de jovens entre 18 a 24 anos do Brasil, 15% empreendem de alguma forma, representando assim cerca de 3.82 milhões de pessoas.

Entretanto, empreender na juventude não é uma tarefa fácil. Muito dos jovens demoram a empreender não somente por dificuldades financeiras para sustentar um negócio, o fator que mais influencia, segundo Minola e Criouco (2011) - corroborado por Carvalho, Leão e Teixeira (2012), é a falta de conhecimento técnico e de capacidades gerenciais. Existe uma alta taxa de jovens empreendedores, mas há a falta de investimento na área. Isso assinala a necessidade de mais ações específicas para o grupo, como incentivo de empresas e políticas públicas, já que este grupo está entrando com força no mercado de trabalho (TEIXEIRA *et.al.* 2011). Esses jovens possuem, em muitas vezes, toda a força de vontade para realizar o empreendimento. Autores como Brasil, Brasil e Nogueira (2013) realizaram estudos para apresentar as principais características de um empreendedor jovem, que foram listadas por Gimenez e Rocha (2017) em seu estudo. Essas características resumem-se em, principalmente, fatores intrínsecos aos indivíduos, como criatividade, disposição em aprender, redes de contatos que possui, família que apoia e nível de escolaridade. Porém, nada disso poderá aflorar se não existirem políticas que estimulem os jovens, que ajudem a quebrarem barreiras e a enfrentar todas as dificuldades que irão encontrar durante o caminho (GIMENEZ; ROCHA, 2017).

Nesse sentido, autores como Schoof (2006) apontam que existem poucos esforços da população em realizar essa estimulação adequada, isso porque os jovens são tratados como parte da população adulta em geral, enquanto na verdade o grupo necessidade de ações específicas (CARVALHAL; LEÃO; TEIXEIRA, 2012). Destacam ainda a tese de pesquisadores como Teixeira (2001), Zouain, Oliveira e Barone (2007) onde demonstram que a taxa de jovens empreendedores enfatiza a importância de existir ações específicas para esse grupo e a necessidade real de mais incentivo, direcionamento e políticas que ajudem esses jovens a empreender.

Dizer que nos dias atuais não existem mecanismos para estimular os jovens seria injustiça, afinal existem alguns projetos que estimulam a capacidade de jovens empreendedores, como as empresas juniores, associações jovens e algumas incubadoras de empresas, entretanto o número é escasso se levado em consideração a quantidade de jovens que tem intenção de empreender (SILVA; CRESPO; GIL, 2017). Levando isso em consideração, ainda é importante enfatizar que essa falta de investimento, programas e estímulos para empreendedores jovens gera uma falta de conhecimento do ramo, de assuntos gerenciais e até mesmo criação de habilidades nos jovens empreendedores. O conhecimento é considerado um dos requisitos mais importantes para se iniciar um empreendimento (SILVA; CRESPO; GIL, 2017). Os mesmos autores ainda revelam que o conhecimento referente ao ramo de atuação e conhecimento gerencial é o elemento primordial para o negócio acontecer.

Já segundo Teixeira *et al.* (2011), existem dois fatores que influenciam de forma primordial o empreendedor jovem: o networking e o conhecimento. Em relação ao networking, esse destaca autores importantes, como Fillion (1999), que defende a necessidade

da participação do empreendedor em redes de relacionamentos que proporcione conhecimento, compartilhamento de informações sobre instituições e assuntos de ordem profissional. A participação desses empreendedores jovens em reuniões, feiras e exposições ajudam na criação desse networking que se transforma essencial para sua aprendizagem (TEIXEIRA *et.al.* 2011). Em relação ao conhecimento como também um elemento primordial, Filion (1999) desta que os empreendedores são indivíduos que precisam de aprendizagem contínua, principalmente sobre o que fazem e sobre o que está acontecendo no mundo atual. Esse processo é uma evolução constante (TEIXEIRA *et.al.* 2011). Dessa forma, a necessidade de mais programas e estímulos para que os jovens empreendedores comecem a empreender é de grande necessidade.

A seguir, serão apresentados o caminho metodológico da pesquisa, a estruturação da coleta de dados sobre o programa e a descrição do modelo.

3 METODOLOGIA

O estudo teve início em maio de 2018 com o intuito de descrever os artefatos de mediação do programa *Today at Apple* que caracterizam o modelo de aprendizagem e desenvolvimento de seus usuários e, para tanto, metodologias foram estabelecidas para atingir os resultados. Devido ao fato de o programa ser recém lançado, a quantidade de publicações no meio acadêmico sobre o assunto é realmente escassa. Foi utilizado o Google Acadêmico para realizar levantamento de possíveis periódicos com publicações referentes ao assunto, buscando na ferramenta as palavras chaves *Today at Apple*, entre aspas, entretanto nenhum material foi encontrado. Os critérios estabelecidos posteriormente têm como foco em análise de conteúdo.

Foi realizada uma pesquisa de reportagens publicadas entre 12 de setembro de 2017 até 12 de maio 2018 utilizando a ferramenta Google e seu filtro de datas para seleção de 15 reportagens iniciais com o intuito de uma leitura prévia sobre o programa. Esse processo levou a um resultado inicial de conhecimento básico sobre o que a empresa tem desenvolvido e como o programa tem sido estruturado pela Apple. Após esse processo e devido à falta de periódicos sobre o assunto, outras fontes de conhecimento foram estabelecidas para coleta de dados relevantes sobre o programa. Utilizou-se como base reportagens escritas e vídeos publicados na plataforma Youtube. Utilizar da ferramenta para pesquisa pode gerar algumas premissas importantes a serem destacadas, principalmente a subjetividade das análises, uma vez que se utiliza a internet. Autores como Kibirige e DePalo (2000), destacam essa subjetividade de forma clara em um de seus estudos, destacando que a Internet, desde seu surgimento, pode ser considerada uma fonte séria e orientada ao assunto quando utilizada para fins acadêmicos, mas que possui algumas vulnerabilidades. Os autores compilam tais vulnerabilidades em três temas: i) Conteúdo, isso porque metade dos sites disponíveis na internet são indexados pelas ferramentas de busca; ii) Autoridade, porque devido a facilidade de publicar na internet muitas informações podem possuir baixa integridade e serem confundidas facilmente como fontes confiáveis e iii) Transitoriedade, ou seja, o quão momentâneo é a informação.

Em primeiro momento, foi realizada a captação das reportagens escritas que serviriam de base para análise. Foi pesquisado na ferramenta de busca denominada Google as palavras-chave *Today at Apple*, entre aspas, no dia 12 de junho de 2018, utilizando-se de filtros de datas disponibilizada pela plataforma. Com o objetivo de selecionar as 10 primeiras

reportagens escritas que tinham relação com o *Today at Apple*, utilizou-se a ferramenta de seleção de datas que foram estipuladas entre 12 de setembro de 2017 a 12 de junho de 2018. Dessa forma, as reportagens que poderiam ser selecionadas seriam aquelas publicadas entre a data de lançamento oficial do programa até o momento da efetivação da pesquisa. Foram selecionadas as 10 primeiras reportagens, em qualquer idioma, que possuíam relação com o tema. Em seguida, essas reportagens foram armazenadas em um banco de dados e passaram por processo de leitura que envolveu um critério de repetição para sua finalização. Sendo assim, a leitura prosseguiu em ordem desde que cada reportagem escrita trouxesse alguma novidade sobre o assunto. Todas reportagens foram submetidas a esse critério e apresentaram informações relevantes, portanto o total de 10 reportagens escritas encontradas no critério estabelecido serviram de base para criação do resultado.

Logo em seguida deu-se início a busca de base de informações na plataforma Youtube. No dia 12 de junho de 2018 foi buscado as palavras-chave *Today at Apple*, entre aspas, porém devido à falta da ferramenta de filtro por data na plataforma Youtube, os vídeos selecionados não seguiram esse critério, sendo assim, qualquer vídeo que surgiu em ordem de aparição no *feed* foi selecionado independente da data de sua publicação. Um total de 16 vídeos foram selecionados na plataforma seguindo critério de: i) ordem de listagem pelo site, ii) vídeos longos, iii) aqueles que estivessem em idioma português ou inglês e iv) aqueles vídeos que apresentavam alguma informação precisa e estruturada sobre o programa. Por fim os vídeos foram armazenados em um banco de dados e passaram por uma análise descritiva de conteúdo para obtenção dos resultados.

Ambas as bases de estudos, reportagens escritas e vídeos, passaram pelo processo de análise de conteúdo. Segundo Bardin (2009, p. 9), “é um conjunto de instrumentos metodológicos, que se aplicam a discursos baseada na dedução, sendo que, enquanto esforço de interpretação, a análise de conteúdo oscila entre a objetividade do discurso e a subjetividade da própria interpretação”. Segundo Bardin (2006), a análise de conteúdo se organiza em três fases, a primeira trata-se da pré análise em que se organiza o material que será analisado com o intuito de torná-lo operacional, sistematizando as ideias iniciais; a segunda é a exploração do material que diz respeito à definição de categorias e a assimilação das unidades de registro e das unidades de contexto a fim de compreender sua significação exata; e a terceira consiste no tratamento dos resultados, inferência e interpretação, sendo esta uma etapa justamente destinada ao tratamento dos resultados, com a condensação e o destaque das informações para análise, culminando nas interpretações inferenciais.

4 ANÁLISE DOS DADOS

Após o cumprimento das três fases propostas para a fase de análise de conteúdo foi possível reconhecer momentos distintivos que indicam o seu surgimento, lançamento oficial e fase posterior ao anúncio da novidade.

O programa *Today at Apple*, numa outra versão, teve sua origem há alguns anos e poucos entendem até hoje como realmente se deu o processo. A loja da Apple sempre ofereceu, em pequena quantidade, alguma interação de conhecimento com seus clientes. O Genius Bar e workshops eram uma dessas ações de exploração do conhecimento que a empresa aplicava. Foi a partir de um evento ocorrido na loja Apple em Bruxelas, na Bélgica, que deu origem ao programa. Na ocasião, a empresa instalou um *videowall* e caixotes em uma área da loja para realizar um workshop, como parte do Genius Bar. A partir desse momento, a

junção do que era conhecido como *Genius Bar* e *Youth Program* deu origem ao *Today at Apple* (STEEBER, 2018).

A partir do sucesso proveniente do workshop realizado, responsáveis pelo varejo da Apple começaram a questionar quais eram realmente os desejos da comunidade. Passou-se a acreditar que o desejo da maioria dos clientes era um local para se reunir (TECHVIEW, 2017). Porém, as lojas da Apple sempre se mantiveram iguais. Foram projetadas, desenhadas e estruturadas por Steve Jobs no início de atividade da empresa e desde então não passou por nenhuma mudança significativa. Essas lojas mudavam alguns aspectos básicos de layout, cores e acrescentavam algumas tecnologias, porém nunca passaram por um processo de mudança importante (SKORYNKO, 2017). Sendo assim, com o sucesso do workshop realizado em Bruxelas e identificando novas necessidades dos usuários, a empresa focou no DNA da Apple (FRUITCAKE, 2017).

Esse DNA, nada mais é, do que a própria empresa reconhecer quais são as funções em seus dispositivos que as pessoas mais usam. Foi exatamente o que a empresa fez ao criar o *Today at Apple*. Os responsáveis pela mudança observaram que a fotografia, a música, os jogos e o desenvolvimento de programas são os quatro pilares que mais atraem e estimulam seus clientes (FRUITCAKE, 2017). Utilizando da informação do que seus clientes mais utilizam, o sucesso do workshop em Bruxelas, as novas necessidades dos usuários e, por último, a necessidade de se investir em maiores motivos para que as pessoas saiam de casa e passem a comprar nas ruas ao invés de realizar uma compra online, a Apple criou seu novo programa *Today at Apple* e os espaços de comunidade (STUDIO, 2017). Tendo em vista todo esse cenário, a solução foi a criação de praças para que as pessoas possam se juntar, ouvir música, viver em comunidade e aprender algo novo (MORNING, 2017). Um dos discursos mais promovidos pelos responsáveis pela mudança, principalmente de Angela, é o *Meet me at Apple*, ou seja, me encontre na Apple. A mudança não seria somente física e de conteúdo, o objetivo é transformar as lojas em mais do que simplesmente lojas, é criar um ambiente amigável, de interesse, com convívio em comunidade e contato constante com o usuário (MORNING, 2017; TECHVIEW, 2017).

Outro ponto interessante a ser destacado nos discursos proferidos é a importância que a empresa dá às suas lojas de varejo. Recorrentemente estas são nomeadas como o produto principal da Apple (MORNING, 2017; TECHVIEW, 2017), e a maior e mais poderosa plataforma que a empresa tem (HALL, 2017). Sendo assim, o seu maior produto demanda atenção (FRUITCAKE, 2017). Portanto, observa-se que a empresa, a partir de uma ideia simples de realizar um workshop em uma loja em Bruxelas e observar mudanças significativas na comunidade, foi capaz de captar a necessidade em suas lojas, levando em consideração, principalmente, o que os clientes mais usam e desejam, como também a idade ultrapassada dos modelos de suas lojas. A partir desse momento a empresa passou a desenvolver seu produto mais importante, o varejo, investindo de forma pesada e começando a transformar suas lojas, demonstrando assim um comportamento inovador, devido ser a primeira em realizar uma mudança dessa magnitude (APPLE, 2017).

4.1 As primeiras mudanças

A primeira loja a receber o programa *Today at Apple* por completo foi a de São Francisco, Califórnia, nos EUA. Conhecida como *Union Square*, sua inauguração foi em maio de 2016 e já apresentava características importantes do programa (FISCHNANN, 2017). Logo

após esse processo, poucas informações demonstram se houveram mudanças significativas, análises ou ações por parte da empresa para avaliar a efetividade do programa, porém foi somente em abril de 2017 que a segunda loja com o programa *Today at Apple* foi inaugurada, a Apple de Dubai, no Emirados dos Árabes Unidos. Essa loja já foi criada, construída e implementada com todas as características do modelo *Today at Apple*. A partir da inauguração, Angela passa a ter um discurso sobre a importância que o varejo tem para a Apple, que antes não era mencionado, destacando que sentiram a necessidade do cliente de possuir novas lojas diferenciadas (FISCHNANN, 2017).

Entre o período entre maio de 2017 a setembro de 2017 a empresa passou a transformar suas lojas dos grandes centros e capitais. Nesse processo somente as lojas maiores tiveram implementação do programa. Porém, a partir do evento anual que a empresa realiza, o *Apple Worldwide Developers Conference* (WWDC), o anúncio oficial foi realizado e, literalmente, da noite para o dia, todas as lojas passaram a possuir o novo estilo (FISCHNANN, 2017). Sendo assim, o programa teve início em maio de 2017 nos maiores centros, mas somente a partir de setembro de 2017 todas as lojas passaram a possuir a nova estrutura. Abaixo pode-se conferir os passos para criação do modelo *Today at Apple* em uma linha do tempo simplificada.

Figura 1: Linha do tempo da criação do *Today at Apple*



Fonte: autores, 2018

O discurso da empresa passou a ser voltado a desenvolver paixões (TECHVIEW, 2017), com a nova estrutura física e o programa aplicado, as pessoas poderão assim explorar suas paixões, desbloquear seu potencial e possuir mais espaço para se desenvolver (EDITORS, 2017). Observa-se que a empresa cria uma forma de incentivar as pessoas, demonstrar que podem aprender e criar com o que lhe é disponibilizado (ALVORD, 2017). A Apple passa a inspirar seus consumidores a irem atrás de suas paixões (FRUITCAKE, 2017). A comunicação oferecida é a de que na loja o consumidor pode fazer ao vivo tudo aquilo que tem sido feito pelo dispositivo (FRUITCAKE, 2017). Além disso, proporciona um contato direto com pessoas influentes, profissionais da área de interesse e até mesmo artistas, tudo isso faz com que um networking seja desenvolvido e sirva até mesmo de inspiração para os usuários (SKORYNKO, 2017; HOUDEN, 2017).

4.2 Como funciona o programa TODAY AT APPLE

A reestruturação das lojas teve como base alguns pilares importantes para a empresa. Em seu discurso, Angela Ahrendst, destaca que, assim como um dispositivo eletrônico possui

um hardware e um software, o mesmo foi implementado com as lojas da empresa. A empresa pensou nas mudanças que eram necessárias tanto fisicamente dentro das lojas quanto em relação a conteúdos e serviços. Dessa forma, as mudanças puderam ser observadas de duas formas: no hardware e no software das lojas (EDITORS, 2017; MORNING, 2017; TECHVIEW, 2017).

4.2.1 O hardware (estrutura física) das novas lojas da Apple

Toda a mudança física que ocorreu trouxe ideia de transparência que a empresa desejava (TECHVIEW, 2017). As lojas passaram a ter alguns espaços importantes, bem como características físicas padrão. Em relação a forma de distribuição de espaços dentro da loja, o quadro 1 indica os cinco pilares da mudança:

Quadro 1 – Estruturação física das novas lojas

Espaços	Descrição
Plaza	Espaços abertos, como praças, que tem como objetivo atrair o usuário para relaxar, encontrar-se com os amigos ou escutar um artista local nos finais de semana. Nesse espaço existem bancos, vegetação como árvores e arbustos e mesas para serem utilizadas.
Fórum	Dentro da loja são instalados <i>VideoWalls</i> gigantescos posicionados próximos a caixotes em um espaço aberto dentro da loja, tendo como objetivo atrair os usuários para criar, colaborar e se conectar um com o outro. Este é o espaço físico onde ocorrem a maioria das sessões.
<i>Boardroom</i>	Uma sala mais reservada dentro da própria loja voltada as sessões mais específicas. Geralmente quando se utiliza aparelhos mais específicos e um número menor de usuários por sessão.
<i>Avenues</i>	Janelas ou novas formas de display dos produtos, que, a partir de então, estão em mesas com menos cabos, mais abertos, mais iluminados, em paredes e em painéis. Conforme lançamento os produtos são mudados e novas formas são estabelecidas.

Fonte: autores, 2018.

As cidades que possuem maiores habitantes passam a possuir as chamadas *Town Squares*, isso porque além de possuir um Fórum, *Boardroom* e *Avenues*, possuem uma Plaza. Já as cidades menores e com menos espaços em suas lojas limitam-se a possuir fórum, *boardroom* e *Avenues*. A empresa leva a sério o ambiente físico e como isso influencia na motivação e geração de estímulos nos seus usuários. Por isso a mudança que foi realizada inclui uma nova infraestrutura, mais tecnologia presente na loja, aumento na quantidade de assentos, aumento do som dentro da loja, mais barulho, mais interação, instalação de cinquenta mil pontos de iluminação e maior transparência (EDITORS, 2017).

A mudança de hardware, ou seja, espaço físico das lojas, possibilitou que o software, programa Today at Apple, fosse “instalado”. Sem a adaptação do espaço a ideia do *Today at Apple* não poderia ser implementada. Dessa forma o programa passava a ser rodado e as lojas deixam de ser meramente um espaço para vender produtos, passam a ser um meio de aprendizagem, contato e interação.

4.2.2 O software (conteúdo) das novas lojas da Apple

Além de desenvolver o caráter de comunidade com as novas Plazas, os demais espaços proporcionam experiências de aprendizagem e possibilidade de desenvolvimento. O programa

tem como base quatro grandes pilares, a fotografia, a música, os jogos e o desenvolvimento (FRUITCAKE, 2017). A partir disso, mais de 60 tipos de sessões em diferentes níveis passam a ser ofertadas dentro da loja (TECHVIEW, 2017). Essas sessões têm como objetivo estimular e despertar paixões de seus usuários, ocorrem em múltiplos horários durante o dia e em vários dias da semana (EDITORS, 2017) possibilitando assim a educação e inspiração desses usuários de forma contínua (POTUCK, 2017).

Essas sessões são divididas em diversos conteúdos e vertentes diferentes. Foi possível identificar um total de sete linhas de conteúdos que derivam em diversas sessões de níveis diferentes (O’KANE, 2017; SOLUTION, 2017; CLOVER, 2017). No quadro 2 apresenta-se cada um deles:

Quadro 2 – Principais conteúdos das sessões *Today at Apple*

Conteúdo	Descrição
<i>Studio Hours</i>	Profissionais criativos organizam uma sessão de 90 minutos sobre temas relacionados a artes e desenhos, documentários e apresentações em geral. Nesse caso as pessoas são bem-vindas em trazer seus projetos e recolherem opiniões e feedback desses profissionais. A Apple está aberta a conhecer os projetos dos seus usuários e ajudar a desenvolvê-los.
<i>Photo Lab</i>	Constituído de diversos níveis, o objetivo é ensinar mais sobre fotografia para os usuários. Aprendem sobre novas técnicas no Fórum ou até mesmo de forma prática em níveis mais altos, como é o caso de uma das sessões denominada <i>Photo Walk</i> .
<i>Music Lab</i>	Também com sessões tanto no Fórum quando em <i>Boardroom</i> , o objetivo é ensinar sobre como descobrir e desenvolver seu próprio som.
<i>Kids Hours</i>	Tem como objetivo despertar a criatividade e a imaginação nas crianças por meio da diversão e de trabalhos manuais. Pode incluir desde sessões de codificação para criança no robô Sphero até criação de música com o Garage Band e vídeos no iMOVIE.
<i>Coding</i>	Objetivo de introduzir qualquer pessoa no mundo da codificação por meio da utilização do <i>Swift Playgrounds</i> da Apple. Essas sessões usam códigos e ferramentas que profissionais utilizam no dia a dia para programar.
<i>Pro Series</i>	Dedicado a desenvolver mais usuários de <i>Final Cut Pro X</i> e <i>Logic Pro X</i> para edição de vídeo e áudio, como mixagem de áudio, correção de cor, pós-produção e diversas outras atividades.
<i>Perspectives and Performances</i>	São profissionais conhecidos que são convidados em uma sessão para dialogar sobre seu processo criativo.
<i>Teachers Tuesdays</i>	Momento dedicado aos professores que visitam a loja em que, durante a sessão, poderão aprender como utilizar a tecnologia a seu favor dentro da sala de aula, como estimular mais os alunos e como continuar a se desenvolver como professor.

Fonte: autores, 2018

Dentro de cada loja, em conjunto com os cinco espaços desenvolvidos, *Town Square; Plaza; Fórum; Boardroom; Avenues*, o programa ganha vida. Cada loja tem capacidade diferente, seja essa de estrutura física possuindo ou não um Plaza, tanto quanto para sessões. No caso das grandes cidades muitas vezes artistas são chamados para realizar sessões diferentes, enquanto em cidades menores a possibilidade desse tipo de sessão é escassa. Sendo assim, existem um total de sete linhas de conteúdo que uma sessão pode ter, mas cada uma poderá apresentar uma disponibilidade diferente de sessões dependendo da localização da loja.

Um exemplo claro de como funcionam essas sessões pode ser observado em reportagem de Cupertino (2017), em que um usuário interessado em fotografia pode começar com seis sessões iniciais de *How To* que aborda temas como filmagem, organização e edição, enquanto fotógrafos mais avançados poderão participar de *Photo Walks* pela cidade para desenvolver maior habilidade de luz, sombra, enquadramento e outras técnicas. Além disso, em algumas lojas, convidam profissionais para ensinar sobre como utilizar a fotografia em mídias sociais, em seus próprios negócios e criar sua marca.

Essas sessões, em grande maioria, são lecionadas pelos *Creative Pros*, ou seja, funcionários da Apple que se capacitam para ensinar maiores funcionalidades do dispositivo e estimular a criatividade dos usuários. Entretanto, em cidades maiores como foi mencionado, diversos artistas são convidados a lecionarem as sessões (FISCHNANN, 2017). Em relação aos equipamentos utilizados nas sessões, em alguns casos específicos pode ser disponibilizado pela empresa para utilização, se esse for um objeto fixo como um teclado para sessão de laboratório de música. Porém, em geral, cada pessoa leva seu próprio dispositivo (APPLE, 2017).

4.3 A relação do today at apple com empreendedorismo jovem

Quando ocorreu o processo de estudo durante a iniciação científica desta autora sobre o programa *Today at Apple*, identificou-se que a característica “estimular conhecimento” e “interação com os clientes” dentro das sessões continha potencialidades para o empreendedorismo jovem. Foi observado que, de uma forma geral, o programa *Today at Apple* cria habilidade, disponibiliza conhecimento e gera redes de *networking* a partir das suas sessões para todos que participam dela, demonstrando a importância dessa rede, assim como destacam os autores Fillion (1999) e Teixeira *et.al.* (2011). A seguir iremos apresentar o que é o programa Today at Apple, posteriormente, as características potencializadoras do programa em relação a empreendedorismo jovem serão destacadas.

A partir da estruturação de modelo do programa, foi possível identificar que as sessões do *Today at Apple* são potencializadoras do empreendedorismo jovem. Isso porque as sessões educativas oferecem conteúdos importantes e até mesmo ajuda na criação de *networking*. Esse pode não ser o objetivo final da empresa ao reestruturar as lojas de varejo, mas de uma forma ou de outra as sessões geram benefícios e estímulos aos usuários. Em alguns casos, como na implementação de novas sessões para desenvolvedores de aplicativos com foco em prototipagem, a empresa incentiva o indivíduo a criar seu próprio software e pode transformar a ação em um negócio rentável (POTUCK, 2017). O mesmo acontece em um dos vídeos observados na metodologia. No canal *Tiffany Alvord*, a *vlogger* experimenta a sessão de mixagem de som e exemplifica que muitos dos youtubers americanos atuais produzem sua própria trilha sonora, enquanto ela, por não possuir essa habilidade não poderia fazê-lo. Após ter ido às sessões de *Music Lab* do *Today at Apple* ela pode criar sua própria trilha sonora e impulsionar o canal, que é seu emprego atual (ALVORD, 2017).

Outra característica potencializadora que pode ser observada, além das diversas sessões serem capazes de capacitar o indivíduo, gerar habilidade e estimular a criatividade, em específico as sessões de *Studio Hours* apresentam a possibilidade de, aquele

empreendedor que já possui um negócio em mente, tire dúvidas e aprimore seu trabalho a partir dos olhos de um terceiro que tem conhecimento no assunto.

Mais do que uma mera especulação, o *Today at Apple* como um potencializador do empreendedorismo jovem cria sessões específicas voltadas ao assunto de empreender, tal como no evento realizado em quatro partes na Apple Michigan, o *Accelerate Your Startup Idea*. As sessões deste evento têm como objetivo educar, orientar e apoiar a comunidade de Chicago a irem em busca de suas paixões empreendedoras e, ao final, ter a possibilidade da ideia de negócio ser desenvolvido mais à fundo pelos instrutores. Em primeiro momento, foi instruído sobre venda e comercialização de produtos aos consumidores. Além disso apresentou como concentrar-se em um modelo B2C de sucesso. Logo após esse processo, quatro empreendedores importantes entram no Fórum para falar sobre sua experiência e realizações no mundo de negócios. O foco principal foi o salto para se iniciar um empreendimento, a dedicação necessária e até mesmo a ‘montanha russa’ emocional que o negócio pode suscitar.

O evento *Accelerate Your Startup Idea* foi capaz de capacitar e informar os participantes sobre diversos assuntos, desde a importância de se empreender, o salto que é necessário para iniciar um empreendimento, a descrição de que não será uma tarefa fácil e até como lidar com um cliente. Os convidados apresentaram a importância de ser receptivo aos feedbacks de clientes e terem sempre mente aberta. Ao final, onze participantes do evento apresentaram em painel sua ideia de startup para os juízes e expuseram pontos de vista, conteúdos novos e até novas tecnologias. Entre os onze participantes, um foi selecionado como melhor e ganhou diversos prêmios. O benefício mais importante e que merece destaque foi a oferta de auxílio durante um ano em formato de incubadora. Os responsáveis pela *startup* terão acesso, dessa forma, a mais de 30 workshops por mês, horas de trabalho com mais de 600 horas de mentores voluntários, espaço de trabalhos colaborativos e participação em eventos.

Com isso, percebe-se a importância que o incentivo e a colaboração entre a Apple e suas empresas para auxiliar, despertar e capacitar os participantes a desenvolverem seu próprio negócio. A fala do ganhador sobre o evento deixa claro como é importante mais empresas, pessoas e governos investirem em eventos assim para que os empreendedores não se sintam sós no momento de empreender:

A série de 1871 na Apple foi incrível. Aprender sobre os passos logísticos que precisávamos tomar para nos preparar para o sucesso foi, obviamente, extremamente valioso, mas ouvir sobre as lutas e triunfos de outros empreendedores foi inspirador. É ótimo se sentir como se não estivéssemos sozinhos nesta jornada e que recursos, pessoas e orientação estejam disponíveis. — Matthew Knippen, Charge Running (tradução livre)

Dessa forma, durante esse processo de entendimento e construção do modelo, identificamos como o *Today at Apple* é um potencializador do empreendedorismo jovem e como seu trabalho, seja esse seu objetivo ou não, tem ajudado a capacitar, despertar e influenciar diversos usuários a desenvolverem programas, irem atrás de suas paixões, se capacitarem e investirem nas suas ideias.

5 CONCLUSÕES

Até o presente momento foi possível identificar que o programa *Today at Apple* tem oferecido diversas oportunidades para seus usuários e segue um modelo padrão em todas suas lojas. O programa surgiu a partir de um workshop bem-sucedido em Bruxelas e a visão da empresa das novas necessidades do usuário. O programa envolve mudanças no hardware, o físico da empresa, e no software, forma e serviços que a empresa oferece. Durante esse processo observou-se que o programa é capaz de potencializar as habilidades, networking e oportunidades para um empreendedor jovem. A partir das sessões os jovens podem aprender novos conteúdos, desenvolverem habilidades já existentes, ter maior interação com pessoas de mesmo interesse que os seus e estar presente em um ambiente propício a aprender. Além disso, ter contato com pessoas do ramo e conhecer profissionais qualificados podem auxiliar o empreendedor na sua rede de networking e possíveis parceiros. Isso envolve, principalmente, “ser feroz” quando se realiza algo pela primeira vez.

O título do trabalho refere-se à uma frase mencionada no próprio vídeo promocional da Apple sobre o programa. Um dos takes do vídeo mostra a apresentação de uma *creative pro* que a menciona, em conjunto com outras diversas imagens. A frase foi recortada e introduzida na primeira parte do título desse trabalho no intuito de demonstrar a narrativa presente no cotidiano das organizações sobre a ousadia, a rapidez e a intensidade, comportamentos esses exigidos do empreendedor quando decide empreender pela primeira vez. Assim como o programa da Apple, ao se empreender deve existir força de vontade para se realizar as ações. Tanto a Apple, por inovar na forma de apresentação das lojas, quanto o empreendedor jovem, que se arrisca em seu novo negócio, ambos devem realiza-lo de forma intensa, entusiasta e com dedicação ao trabalho. Porque fazer algo pela primeira vez e esforçando-se para fazê-lo bem feito em uma única vez pode aumentar as chances de sucesso, mesmo com poucos recursos, como por exemplo, utilizando somente um único aplicativo de celular. A Apple, dessa forma, além de ser “feroz” em inovar o ramo de varejistas com seu novo programa, incentiva e alavanca seus clientes a fazerem o mesmo com seus negócios.

Levando em consideração autores importantes como Gimenez e Rocha (2017), o trabalho da Apple é uma das diversas ferramentas que ajudam a estimular os jovens em empreender desde cedo, sendo essa ação muito importante. Os potencializadores encontrados amenizam a falta de investimentos e oportunidades mencionados pelos mesmos autores. Além disso, as sessões do *Today at Apple* tem como principal objetivo inspirar, estimular e ensinar sobre paixões diversas, gerando conhecimento nos usuários. O conhecimento, segundo Silva, Crespo e Gil (2017) é o requisito mais importante para um empreendedor jovem, portanto, o *Today at Apple* tem conseguido suprir essa necessidade de uma forma diferente e inovadora para seus usuários e possíveis empreendedores.

Por fim, não menos importante, a forma descontraída e de interação que as sessões do *Today at Apple* acontecem facilitam o networking entre profissionais importantes e os possíveis empreendedores. Teixeira et al. (2011) destaca que, além do conhecimento, o networking é um dos dois fatores mais importantes para um empreendedor. A proximidade com profissionais, a possibilidade de colher feedback em sessões como da linha *Studio Hours* e a de conhecer outros participantes que estão no mesmo ramo é um potencializador de networking para os empreendedores jovens.

Dessa forma, identificou-se que o programa *Today at Apple* até o presente momento é capaz de potencializar o conhecimento, o networking de seus usuários e desenvolver suas paixões, acrescentando então estímulos emocionais no desenvolvimento do jovem empreendedor. Usuários esses que possuem dúvidas, ideias inovadoras e projetos em

andamento que poderão se desenvolver e crescer a partir das oportunidades geradas pela empresa. O projeto de estudo ainda continua a ser realizado e durante esse processo outras características potencializadoras podem ser encontradas. De qualquer forma, o programa até agora tem contribuído em estimular, incentivar e capacitar jovens a irem atrás de suas paixões e transformar suas ideias em ações. Portanto, observou-se que o programa é capaz de auxiliar no suprimento da necessidade de maior investimento nos empreendedores jovens e na sua capacitação, mesmo que esse não seja o objetivo principal da empresa.

A Apple tem inovado com seu novo modelo de lojas de varejo e, da mesma forma, vem inspirando os jovens a irem fundo em suas paixões e desejos. Essas novidades nunca são fáceis, tanto para a empresa que realizou a mudança, quanto para um jovem que deseja empreender. É necessário muita dedicação e ferocidade para driblar os obstáculos e as dificuldades que irão ocorrer durante o caminho. Portanto, neste estudo foi possível reconhecer que o programa *Today at Apple* tem auxiliado no processo de desenvolver e engajar o empreendedorismo jovem.

Até o presente momento o projeto foi capaz de descrever como o modelo foi construído e como é estabelecido, identificou as operações, ações e as atividades do modelo. A partir de agora, o projeto manterá seu foco em entender como exatamente as sessões são realizadas e como se estabelece o processo de aprendizagem desses usuários, para compreender a consistência do programa, bem como do conhecimento que é adquirido pelos usuários. Ao final espera-se atingir todos resultados e compreender de forma profunda como o programa *Today at Apple* tem se estabelecido nas lojas de varejo da empresa.

5.1 LIMITAÇÕES

A principal limitação do estudo é a falta de fonte de conteúdo sobre o assunto. Apesar da confiabilidade em utilizar reportagens e vídeos da internet, sua subjetividade existe e, devido a escassez de artigos e outros estudos sobre o programa *Today at Apple*, os resultados podem apresentar outras variáveis que não foram possíveis identificar nas bases de dados utilizadas. Bem como a falta da ferramenta de escolha de datas na busca de vídeos na plataforma Youtube, pode existir a possibilidade de nem todos os vídeos capacitados terem integrado a pesquisa.

5.2 RECOMENDAÇÕES DE ESTUDO

O empreendedorismo é uma das possibilidades de discussão sobre as estratégias e interesses existentes no programa *Today at Apple*. Entretanto, uma outra possibilidade de ampliação do debate é sobre as suas ações de marketing, porque este possui teor mercadológico e poderia ser objeto de estudo no campo de marketing. Isso porque, assim como mencionado anteriormente, a construção de diversos canais e co-criação tem ganhado força e relevância, portanto conhecer também os aspectos importantes de marketing que são estabelecidos nesse novo programa pode agregar o campo de pesquisa sobre administração do marketing.

Além disso, indica-se que acessem o site do *Today at Apple* no Brasil para conhecer como funciona o programa e aqueles que possuem disponibilidade de acesso as lojas oficiais em São Paulo - SP e Rio de Janeiro - RJ participem de uma sessão, para entender melhor o programa e identificar o alinhamento entre empreendedorismo e marketing.

REFERÊNCIAS

ALVORD, TIFFANY. Moving to New York? (Today at Apple). Youtube. 26 out. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qckIkAXMdWY>. Acesso em: 12 jun. 2018.

APPLE. Today at Apple – Apple. Youtube. 16 mar. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=M-1GPznHrrM&feature=youtu.be>. Acesso em: 12 jun. 2018.

BARDIN, L. *Análise de Conteúdo*. Lisboa, Portugal; Edições 70, LDA, 2009.

BARDIN, L. *Análise de conteúdo* (L. de A. Rego & A. Pinheiro, Trans.). Lisboa: Edições 70, 2006.

BURNS, C.; What is Today at Apple?. **Publicação em Slash Gear**. 2017. Disponível em: <https://www.slashgear.com/what-is-today-at-apple-25483250/>, 2017. Acesso em: jun. 2018.

CARVALHAL, F.; LEÃO, A.; TEIXEIRA, R. Empreendedorismo jovem: perfil e motivações de empreendedores em Aracaju, Sergipe. **Pensamento contemporâneo em administração**. Rio de Janeiro, v.6, p. 124-143, out./dez. 2012.

CLOVER, J. Apple launches today at apple classes around the world. **Publicação em MacRumors**. 2017. Disponível em: <https://www.macrumors.com/2017/05/16/today-at-apple-classes-launch/>. Acesso em: jun. 2018.

CUPERTINO, C. Today at apple bringing new experiences to every apple store. **Publicação em Business Wire**. 2017. Disponível em: <https://www.businesswire.com/news/home/20170425005656/en/Today-Apple%E2%80%9D-Bringing-New-Experiences-Apple-Store>. Acesso em: jun. 2018.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo: transformando ideias em negócios**. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier-Campus, 2011.

EDITORS, LIKEDIN. **Apple's Angela Ahrendts on the new in-store experience**. Youtube. 19 set. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=uarZcWoXcyc&t=2s>. Acesso em: 12 jun. 2018.

FISCHMANN, R. Apple inicia as atividades da experiência Today at Apple em suas lojas, inclusive nas duas brasileiras. **Publicação em MacMagazine**. 2017. Disponível em: <https://macmagazine.com.br/2017/05/16/apple-inicia-as-atividades-da-experiencia-today-at-apple-em-suas-lojas-inclusive-nas-duas-brasileiras/>. Acesso em: jun. 2018.

FRUITCAKE. Apple 12th September iPhone X Event – original keynote. Youtube. 13 set. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=aSyODAi4ZG8>. Acesso em: 12 jun. 2018.

FONSECA, L. Estratégia Omnichannel: uma nova experiência de consumo. **Publicação em Marketing de Conteúdo**. 2017. Disponível em: <https://marketingdeconteudo.com/omnichannel/>. Acesso em: out. 2018.

GIMENEZ, F.; ROCHA, D. Imagística: um caso de empreendedorismo jovem em uma pequena empresa de produção de filmes. **International Journal of Innovation**. São Paulo, v. 5, n.3, p. 349-310, sep/dec. 2017.

HALL, Z. Angela Ahrendts hypes the future of Today at Apple sessions in retail. **Publicação em 9TO5MAC**. 2017. Disponível em: <https://9to5mac.com/2018/05/21/today-at-apple-year-1-review/>. Acesso em: jun. 2018.

HOUDEN, HANYA. Today at Apple. Youtube. 4 dez. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=sqzGDxvBN-c>. Acesso em: 12 jun. 2018.

KIBIRIGE, H; DEPALO, L. The Internet as a source of academic research information: findings of two pilots studies. **Information technology and libraries**. Mar. 2000.

MILLER, V. Pesquisa aponta quantas pessoas estão online no Brasil, números impressionam. **Publicação em Tudo celular**. 2018. Disponível em: <https://www.tudocelular.com/mercado/noticias/n120572/internet-pesquisa-brasileiros-online.html>. Acesso em: out. 2018.

MORNING, CBS. SVP of retail Angela Ahrendts reveals redesigned Apple stores. Youtube. 25 abr. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=JHlfEeng17A>. Acesso em: 12 jun. 2018.

O’KANE, S. Apple is redesigning its biggest stores for the first time in 15 years. **Publicação em The Verge**. 2017. Disponível em: <https://www.theverge.com/2017/4/25/15419398/apple-store-redesign-genius-bar-grove>. Acesso em: jun. 2018.

POTUCK, M. Today at Apple launching new design prototyping session to help app developers. **Publicação em: 9TO5MAC**. 2017. Disponível em: <https://9to5mac.com/2018/06/08/today-at-apple-developer-session/>. Acesso em: jun. 2018.

SILVA, W.; CRESPO, A.; GIL, A. Aspirações e temores de jovens empreendedores. **Pretexto**. Belo Horizonte, v. 18, n.2, p. 48-65, abr/jun. 2017.

SKORYNKO, DOMINIK. Today at apple vlog. Ft. Frank Bell. Youtube. 10 nov. 2017. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=FNS_dSWhsSA. Acesso em: 12 jun. 2018.

SOLUTION; IG. Today at apple traz novas experiências para todas as lojas da Apple. **Publicação em Ig Solutions**. 2017. Disponível em: <http://www.igosolution.com.br/single-post/Today-at-Apple>. Acesso em: jun. 2018.

STEEBER, M. Today at apple worldwide: the first year in review. **Publicação em: 9TO5MAC. 2018.** Disponível em: <https://9to5mac.com/2018/05/21/today-at-apple-year-1-review/>. Acesso em: jun. 2018.

STUDIO, JOSHUA. Our photowalk date with Apple #Todayatapple. Youtube. 9 jul. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=HJN4ypw590E>. Acesso em: 12 jun. 2018.

TEAMWORKERSTUDIO. Today at Apple/Vlog. Youtube. 28 jun. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qovJfcvtm78>. Acesso em: 12 jun. 2018.

TECHVIEW, ME. Angela Ahrendts – Reinvention 1.0 – Apple Dubai Mall launch. Youtube. 29 abr. 2017. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=m2OvsePTP_I. Acesso em: 12 jun. 2018.

TEIXEIRA, R.; DUCCI, N.; SARRASSINI, N.; MUNHÊ, V.; DUCCI, L. Empreendedorismo jovem e a influência da família: a história de vida de uma empreendedora de sucesso. **REGE.** São Paulo, v. 18, n.1, p. 3-18, jan/mar. 2011.

TIMES, Khallej. First look: Apple store set to open at The Dubai Mall. Youtube, 25 abr. 2017. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=bRxhJjvMAyo>. Acesso em: 12 jun. 2018.

YUGE, C. Today at apple reinventa unidades físicas da maçã em todo mundo. **Publicação em TecMundo.** 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/apple/116093-today-at-apple-reinventa-unidades-fisicas-apple-mundo.htm>. Acesso em: jun. 2018.

ⁱ referente a programa de pesquisa Global Entrepreneurship Monitor que faz uma avaliação anual do nível nacional de atividade empreendedora.

ⁱⁱ iniciativa de gestão que reúne diferentes partes com o objetivo de produzir conjuntamente um resultado.

ⁱⁱⁱ utilização de diversos canais de forma interligada e integrada de forma simultânea para melhorar experiência do usuário