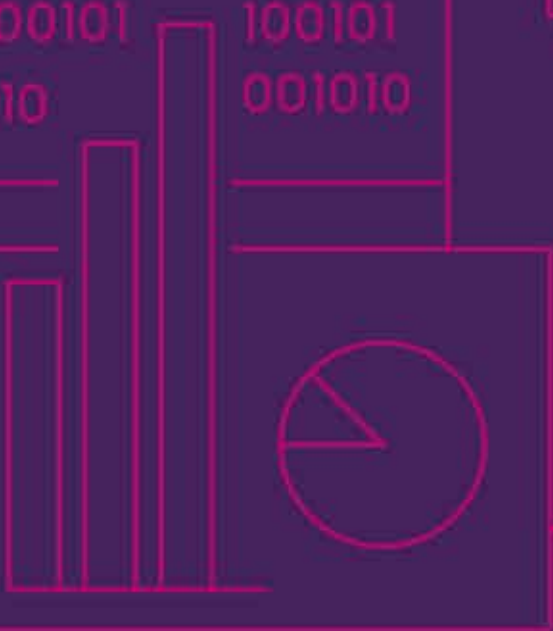


SONDAGEM SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Série Estudos e Pesquisas

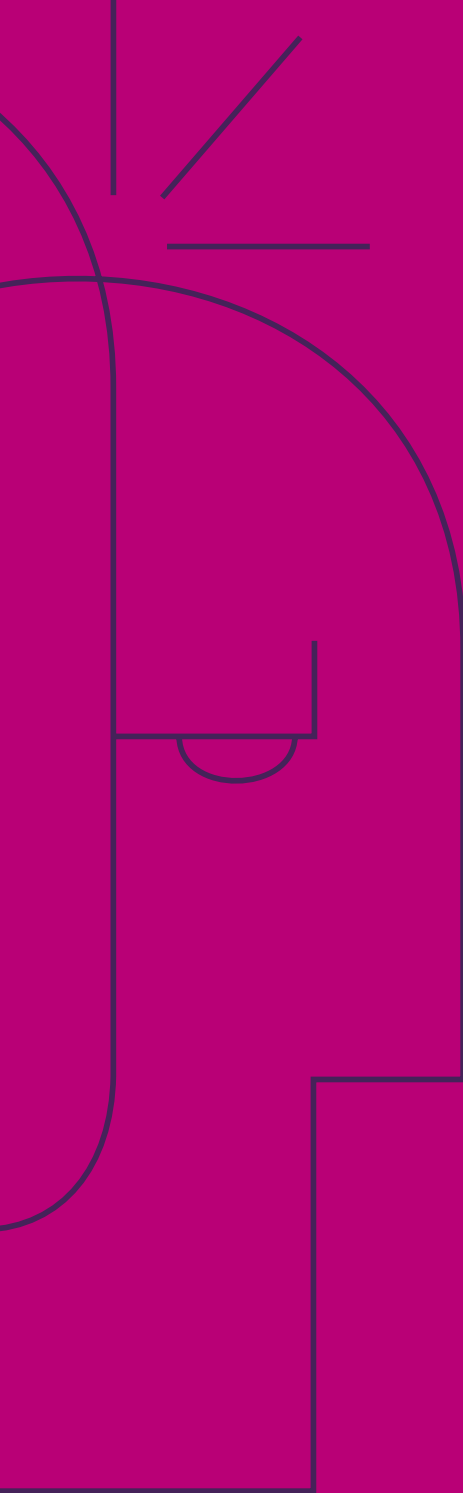
010100101011001
01110100101011001
0101001100110010
00101 100101
10 001010



Maio/2012

SEBRAE

Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas



SONDAGEM SOBRE EMPREENDEDORISMO DIGITAL

Este documento encontra-se também disponível no site:
<http://www.sebrae.com.br/estudos-e-pesquisas>

2012. © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Informações e contatos

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Capacitação Empresarial – UCE

SGAS 605 – Conj. A – Asa Sul – Brasília/DF – CEP: 70200-645.

Telefone: (61) 3348-7461 / Site: www.sebrae.com.br

Presidente do Conselho Deliberativo

Roberto Simões

Diretor Presidente

Luiz Barretto

Diretor Técnico

Carlos Alberto dos Santos

Diretor de Administração e Finanças

José Cláudio dos Santos

Solicitação

Unidade de Atendimento Individual

Gerente

Jaqueline Almeida

Analista

Alexandre Magalhães Lopes

Elaboração/Coordenação Técnica

Unidade de Gestão Estratégica

Gerente

Pio Cortizo

Núcleo de Estudos e Pesquisas

Márcio Augusto Scherma

Rafael de Farias Moreira

Revisão Ortográfica

i-Comunicação

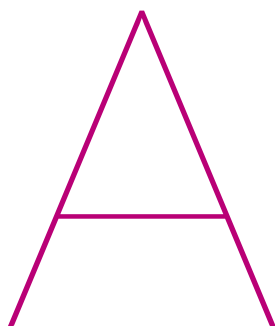
Projeto Gráfico e Editoração Eletrônica

i-Comunicação

ÍNDICE

APRESENTAÇÃO	7
SUMÁRIO EXECUTIVO.....	9
OBJETIVO.....	12
ANÁLISE	12
CONCLUSÃO.....	24
NOTA METODOLÓGICA.....	26
QUESTIONÁRIO DA SONDAÇÃO.....	27
BIBLIOGRAFIA	33

APRESENTAÇÃO



forma de se comunicar e se relacionar mudou radicalmente a partir da recente evolução das tecnologias de informação e comunicação (TIC) e sua inserção no cotidiano das pessoas. Há uma intensa atividade digital e um mercado efervescente, especialmente, no Brasil, onde as pesquisas apontam para um crescimento vertiginoso dos negócios nessa área, com a utilização de meios eletrônicos para compra e venda de produtos e serviços, para maior interação de empresas e clientes, a um custo menor e com perspectivas promissoras..

Nos últimos anos, emergiu um novo horizonte de negócios – digitais – e muitas oportunidades para quem pretende se dedicar ao empreendedorismo ou expandir seus negócios. Já vivemos a era do empreendedorismo digital. Trata-se de uma tendência incontestável há muito pouco tempo e fator determinante da competitividade empresarial presente e futura.

Nesta “era da informação”, as empresas inovadoras não podem prescindir das novas tecnologias de informação e comunicação. Muitas delas, hoje gigantes globais, começaram microempresas. Trata-se, portanto, de um segmento de importância crescente para o País. Essa nova gama de empresas compreende desde aquelas que utilizam essas tecnologias, como forma de agregação de valor, àquelas que nasceram baseadas num ambiente virtual, sinalizando novos modelos de negócios.

O Sebrae está atento às novas tendências e tem atuado em várias frentes, com o propósito de trazer o conceito de inovação para o cotidiano dos pequenos negócios. Dispõe de um programa nacional, o Sebraetec, específico para pequenas empresas interessadas em si diferenciar por meio da adoção de novas tecnologias. Mantém parcerias com centros de pesquisa e universidades para fomentar empreendimentos nascentes por meio de incubadoras de empresas. E participou ativamente das duas últimas edições da Campus Party, considerado o maior evento de inovação tecnológica, internet e entretenimento eletrônico em rede do mundo, realizadas em São Paulo.

No ambiente do comércio varejista, o projeto INOVarejo, lançado neste ano, vai tornar viável o acesso à inovação e novas tecnologias nas áreas de automação comercial, de comércio eletrônico e de meios eletrônicos de pagamento. Apoiados pelo Sebrae, os Agentes Locais de Inovação (ALI), bolsistas do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), orientam gratuitamente os lojistas sobre a adoção dessas tecnologias, uma tendência irreversível que garante mais competitividade ao pequeno varejo.

Agora, a presente sondagem pretende iluminar aspectos importantes relativos ao comportamento desses empreendedores digitais – público que ainda é relativamente pouco conhecido, em parte devido ao seu surgimento recente e em parte pelas suas características intrínsecas que os fazem estar sempre à frente em conhecimento, tecnologia e modelo de negócios.

Chama atenção a escolaridade dos entrevistados: três quartos (75,2%) declararam ter nível superior completo ou acima, sendo que 29% afirmaram já ter concluído ao menos uma pós-graduação. Um quinto dos entrevistados é formado em Ciência da Computação. A maioria desses empresários (89%) é do sexo masculino e tem menos de 30 anos (88,5%). Eles estão majoritariamente (73,7%) nas capitais, sendo que pouco mais de um quarto (26,3%) está em cidades do interior. A Região Sudeste (59,6%) é a que mais concentra esses empreendedores.

O perfil detalhado desses empreendedores digitais certamente vai ajudar na construção de estratégias e ações direcionadas a esse segmento que traz na sua origem a marca da inovação. São novos desafios colocados pelo mercado.

Boa leitura!

Carlos Alberto dos Santos

Diretor Técnico

SUMÁRIO EXECUTIVO

Para autores como Manuel Castells, a economia contemporânea atravessa um processo de transição do padrão baseado na produção para um padrão baseado na informação. O desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação acelerou o processo de interdependência entre países, empresas e ONGs, tornando cada vez mais intenso o fenômeno conhecido como “globalização

Uma característica fundamental das empresas dessa nova economia é que exigem relativamente menos capital inicial para começar do que as empresas baseadas na produção. Por outro lado, são extremamente intensivas em pesquisa e desenvolvimento, o que acarreta a necessidade de contar com mão de obra muito especializada. Essas empresas, quando nascentes ou com histórico de operações curto, são conhecidas como startups.

A presente sondagem surge com o intuito de entender melhor esse público e seus pontos de vista com relação com o ambiente empresarial. Foi possível constatar que se trata de um público eminentemente masculino, jovem e com alta escolaridade. A maior parte desse público está na região sudeste, eminentemente nas capitais.

Mais de metade dos respondentes já possuem uma empresa formal, e dentre aqueles que não possuem, quase a totalidade declarou interesse em fazê-lo nos próximos dois anos.

As empresas já existentes, em sua maioria, têm menos de 2 anos. Além disso, em geral essas empresas atuam em mais de uma área, sendo as mais comuns “Desenvolvimento de tecnologia web” e “desenvolvimento de software”. Alta carga tributária e burocracia excessiva foram apontadas como os principais motivos responsáveis por mais empresas não terem sido abertas. Mais da metade dos que não possuem empresa formal já trabalha na área há mais de cinco anos.

Dentre os que não têm empresa, menos de um quarto informou ter buscado financiamento, sendo que destes, apenas 14% conseguiram. Destaca-se ainda que mais da metade dos empreendedores não formalizados já elaborou um plano de negócios. Dos que não elaboraram, dois terços relataram não ter conhecimentos suficientes, enquanto um terço não vê importância em fazê-lo.

Os três temas considerados mais importantes para o sucesso dos empreendedores do mundo digital são: “Gestão da empresa”; “Acesso aos Clientes” e “Marketing”. Quanto ao acesso, os três que mostraram ser mais difíceis de alcançar pelos empresários são “Crédito e Financiamento”; “Investidores” e “Facilidade para formalização”.

De todos os respondentes, pouco mais de um terço já haviam procurado o Sebrae. Para os que não haviam feito isso, a falta de soluções via internet foi o principal motivo apontado. Dentre os que procuraram o Sebrae, apenas cerca de um quarto afirmou ter tido seu problema resolvido – os demais apontaram como principal motivo para não ter o problema resolvido a insuficiência nas informações prestadas.

OBJETIVO

Conhecer melhor as necessidades e os pontos de vista dos empreendedores e potenciais empreendedores de negócios digitais e startups.

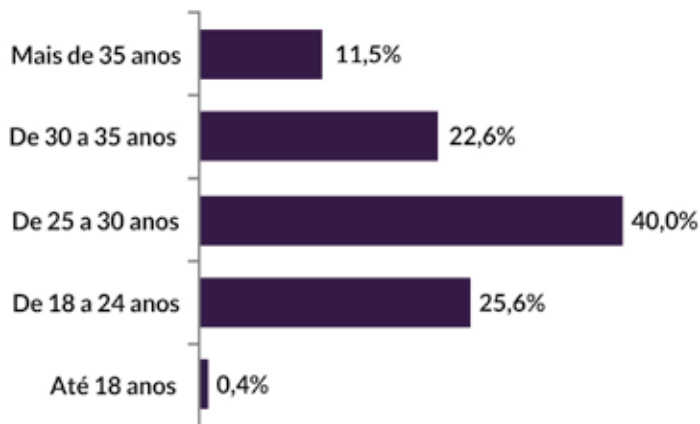
Os aspectos metodológicos encontram-se detalhados no Anexo deste trabalho

ANÁLISE

Perfil dos entrevistados

O primeiro ponto a destacar relaciona-se à idade desse público. Os entrevistados com mais de 35 anos somaram 11,5%. Assim, 88,5% dos respondentes têm idade menor que 35 anos, o que caracteriza um público bastante jovem. Vale ressaltar que cerca de dois terços dos entrevistados declararam ter menos de 30 anos. O Gráfico 1, abaixo, representa esse universo:

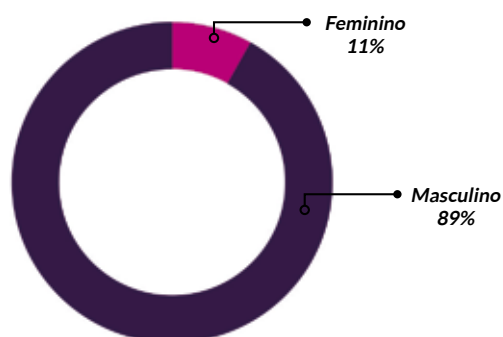
Gráfico 1. Entrevistados por faixa etária



Fonte: Sebrae

Outro aspecto que chamou a atenção foi a predominância masculina dos entrevistados – cerca de 89% dos entrevistados, contra apenas 11% de mulheres, conforme o Gráfico 2 abaixo:

Gráfico 2 . Entrevistados por sexo



Fonte: Sebrae

No que diz respeito à localização destes empreendedores e empresas, a maioria absoluta encontra-se na região sudeste (59,6%). O nordeste aparece em seguida, com 14,1% dos entrevistados, seguido pela região Centro-Oeste, com 13,3% e pela região Sul, com 8,9%. A região Norte correspondeu a 4,1% dos entrevistados. A Tabela 1, a seguir, detalha os dados de entrevistados por UF de residência:

Tabela 1 . Distribuição dos entrevistados por UF

UF	Total	%	UF	Total	%
AC	0	0,0%	PB	11	4,1%
AL	4	1,5%	PE	10	3,7%
AM	2	0,7%	PI	3	1,1%
AP	1	0,4%	PR	6	2,2%
BA	3	1,1%	RJ	39	14,4%
CE	5	1,9%	RN	1	0,4%
DF	17	6,3%	RO	0	0,0%
ES	7	0,4%	RR	0	0,0%
GO	5	1,9%	RS	12	4,4%
MA	1	0,4%	SC	6	2,2%
MG	32	11,9%	SE	0	0,0%
MS	13	4,8%	SP	89	33,0%
MT	1	0,4%	TO	0	0,0%
PA	8	3,0%	Total	270	100%

Fonte: Sebrae

A sondagem abrangeu respondentes domiciliados em 75 municípios distintos, sendo que os cinco mais importantes respondem por mais de 50% das entrevistas, evidenciando uma concentração desses empreendedores não somente por UF, mas também em alguns municípios específicos, com destaque para as capitais – apenas a cidade de São Paulo concentra mais de um quinto dos entrevistados. A Tabela 2, a seguir, mostra as dez cidades mais importantes. Dos dez municípios mais recorrentes, apenas o décimo não é uma capital (caso de Campinas/SP). Quando somadas, as cidades do interior concentram 26,3% de todos os entrevistados, frente a 73,7% que estão em capitais.

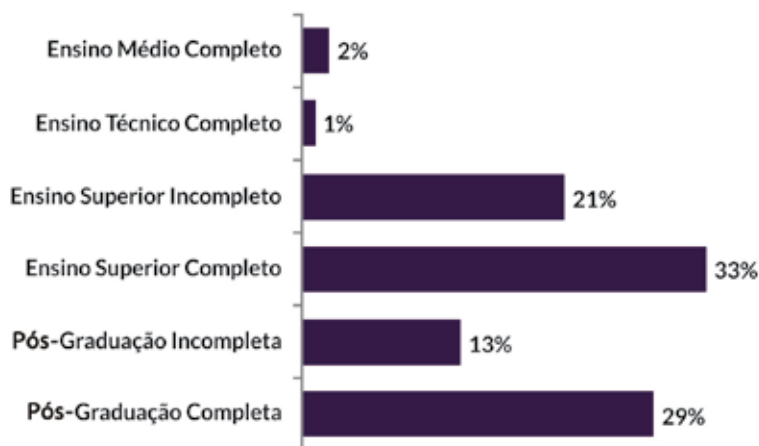
Tabela 2 . Distribuição dos entrevistados por municípios (dez mais importantes)

Município de residência	Total	%
São Paulo	56	20,7%
Rio de Janeiro	30	11,1%
Belo Horizonte	21	7,8%
Brasília	17	6,3%
Campo Grande	13	4,8%
João Pessoa	10	3,7%
Recife	10	3,7%
Porto Alegre	9	3,3%
Belém	7	2,6%
Campinas	5	1,9%

Fonte: Sebrae

A escolaridade dos entrevistados também chamou a atenção. Três quartos dos entrevistados (75,2%) declararam ter nível superior completo ou acima, sendo que 29% de todos os respondentes declararam já ter concluído ao menos uma pós-graduação. Pouco mais de um quinto (21%) dos entrevistados declarou ter ensino superior incompleto, e apenas 3% declararam ter ensino médio/técnico completo. O Gráfico 3 apresenta esses números em detalhes:

Gráfico 3 . Entrevistados por faixa de escolaridade



Fonte: Sebrae

Quanto à área de formação acadêmica dos respondentes, observa-se uma certa dispersão, mas com predominância de áreas ligadas às tecnologias de informação. Juntas, “Ciência da Computação”, “Tecnologia da Informação”, “Engenharia da Computação, de *Software* ou Redes”; e “Análise de Sistemas” somam 47% dos entrevistados. Merece destaque ainda “Administração e *Marketing*”, terceira colocada geral, com 16,7% dos respondentes, conforme a Tabela 3, a seguir.

Tabela 3 . Entrevistados por área de formação

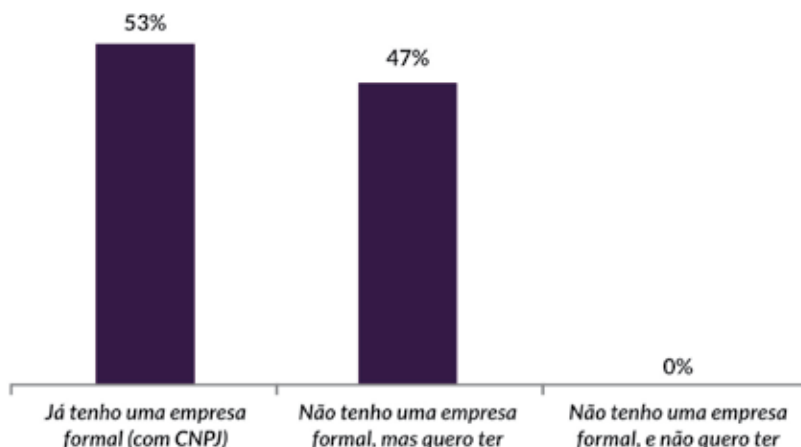
Área de formação	Respondentes	%
Ciência da Computação	54	20,0%
Tecnologia da Informação	49	18,1%
Administração e Marketing	45	16,7%
Engenharia (outras)	18	6,7%
Comunicação	16	5,9%
Engenharia da Computação / Software / Redes	14	5,2%
Design	11	4,1%
Análise de Sistemas	10	3,7%
Comunicação Social	8	3,0%
Publicidade e Propaganda	7	2,6%
Outros	38	14,1%
Total	270	100%

Fonte: Sebrae

A categoria “outras”, que respondeu por 14% dos entrevistados, traz um perfil bastante variado, com um número razoável de entrevistados formados em áreas das ciências humanas (Direito, Economia, Geografia, História, Ciências Sociais, Relações Internacionais, Educação etc.) e alguns outros cursos como Física, Biologia, Turismo, dentre outros.

Em relação à situação como empresário, 53% dos entrevistados afirmaram já possuir uma empresa formalizada (com CNPJ). Aqueles que ainda não abriram uma empresa, mas que manifestaram o desejo de fazê-lo, são 47% dos entrevistados. É importante destacar ainda que nenhum dos entrevistados optou pela resposta “Não possuo uma empresa formal, e não quero ter”, indicando que este setor não se enxerga na informalidade, conforme o Gráfico 4 a seguir.

Gráfico 4 . Entrevistados em relação ao seu negócio

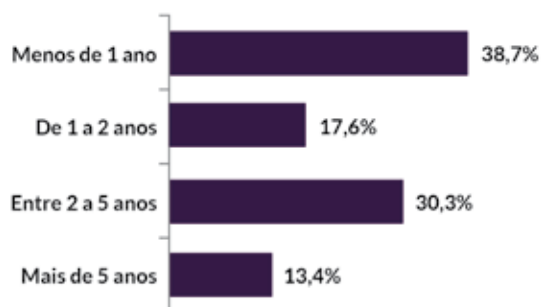


Fonte: Sebrae

Características das empresas formais

Dentre aqueles que já possuem um negócio formalizado, a maioria (56,3%) indicou que o tempo de vida de sua empresa é menor que dois anos. As empresas entre dois e cinco anos de existência responderam por 30,3% do total, enquanto aquelas com mais de cinco anos somaram 13,4%. O Gráfico 5, a seguir, detalha as respostas a essa questão.

Gráfico 5 . Tempo de constituição das empresas

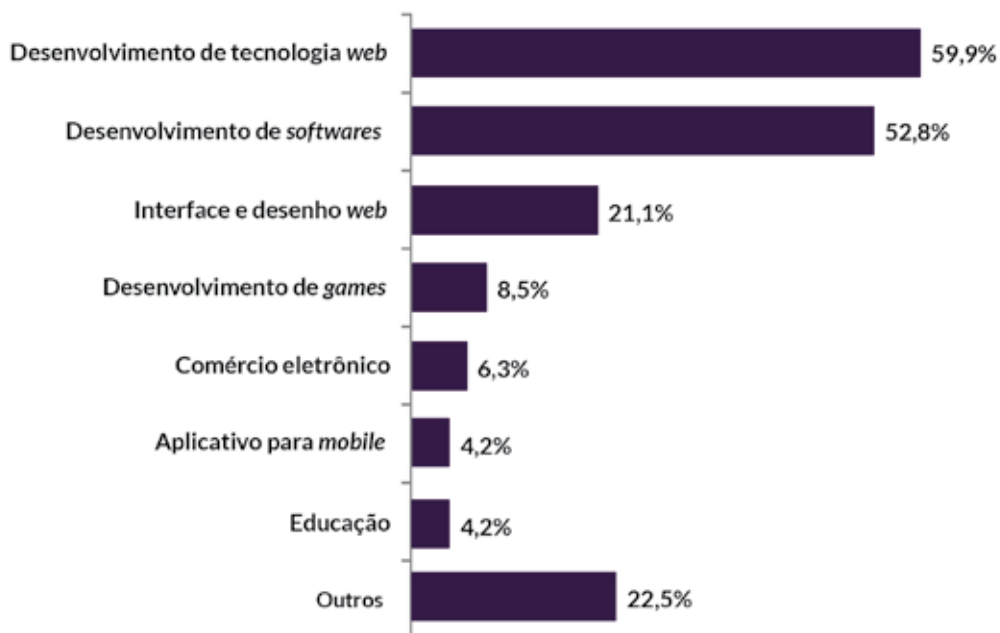


Fonte: Sebrae

Em relação à área de atuação das empresas dos entrevistados, observa-se que, embora haja certa concentração, ela é concomitante a uma ampla variedade no foco de atuação dessas empresas. A pergunta possibilitou que o respondente assinalasse mais de uma opção, o que ocorreu em boa parte dos casos, evidenciando que muitas dessas empresas não se limitam a somente um tipo de serviço.

Outras respostas somaram 22,5% e apresentam grande variedade, dentre as quais destacamos algumas: “Serviços digitais voltados para música”; “Espaço de *Coworking*”; “Plataforma de *Crowdfunding*”; “Consultoria de redes”; “Telecomunicações”; e “TV digital interativa”, dentre outros. O resultado consolidado pode ser visto no Gráfico 6, a seguir.

Gráfico 6 . Área de atuação das empresas



Fonte: Sebrae

Nota: A soma das respostas é maior que 100% por tratar-se de uma questão que aceitava múltiplas respostas

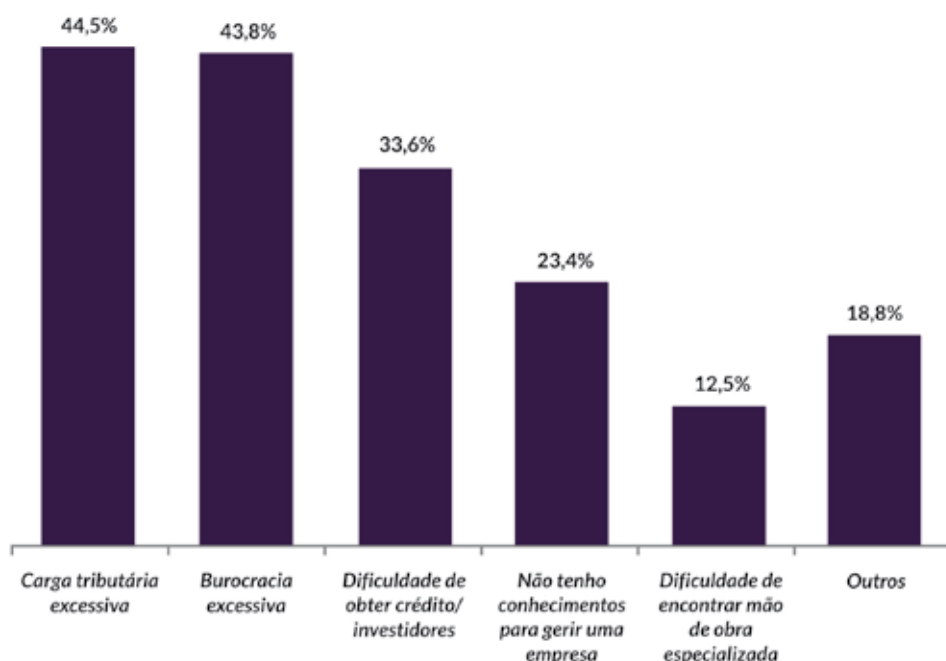
Características dos que não possuem empresa formal

Dentre os respondentes que declararam ainda não possuir uma empresa, mas que querem ter, 94% declararam que pretendem fazê-lo em até dois anos, enquanto apenas 6% afirmaram que levarão mais de dois anos para abrir sua empresa. Esses dados indicam o tamanho do potencial para abertura de novas empresas nessa área.

A seguir, foi perguntado, para aqueles que declararam não ter uma empresa mas que querem ter, qual(is) o(s) principal(is) motivo(s) para que ainda não tenham sua empresa funcionando. Essa questão possibilitou aos respondentes assinalarem mais de uma questão, e o resultado não se mostrou muito concentrado. As duas respostas mais frequentes (“Carga tributária excessiva” e “Burocracia excessiva”), somaram metade do total de respostas. Problemas em obter financiamento afetaram um terço dos respondentes, enquanto menos de um quarto dos entrevistados declararam não ter conhecimento suficiente para gerir uma empresa.

Além das opções pré-definidas, os entrevistados poderiam citar outras razões, responsáveis por 18,8% das respostas. Nesse rol de respostas destacamos: “Não tenho como me manter no período inicial da empresa”; “Não ter experiência no mercado”; “Falta de conhecimento técnico”; e “Estruturação total da empresa antes da abertura”.

Gráfico 7. Principais motivos para não ter aberto uma empresa

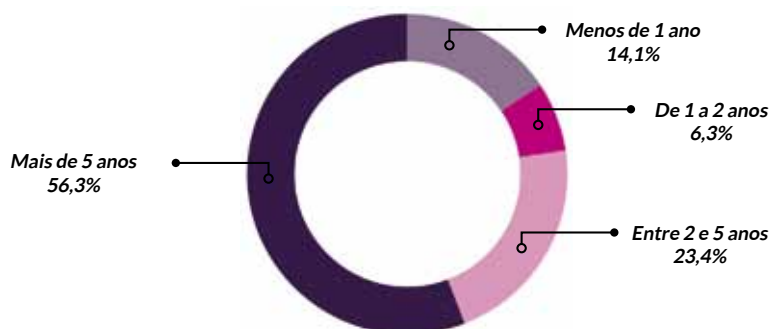


Fonte: Sebrae

Nota: A soma das respostas é maior que 100% por tratar-se de uma questão que aceitava múltiplas respostas

Ainda para os que não têm uma empresa formal, foi perguntado há quanto tempo trabalham com negócios digitais, seja como empregado, seja como consultor *free lancer* ou ainda na informalidade. A maioria dos respondentes já trabalha na área há mais de cinco anos (56,3%), enquanto pouco mais de 20% estão no máximo há dois anos na área, conforme o Gráfico 8, a seguir:

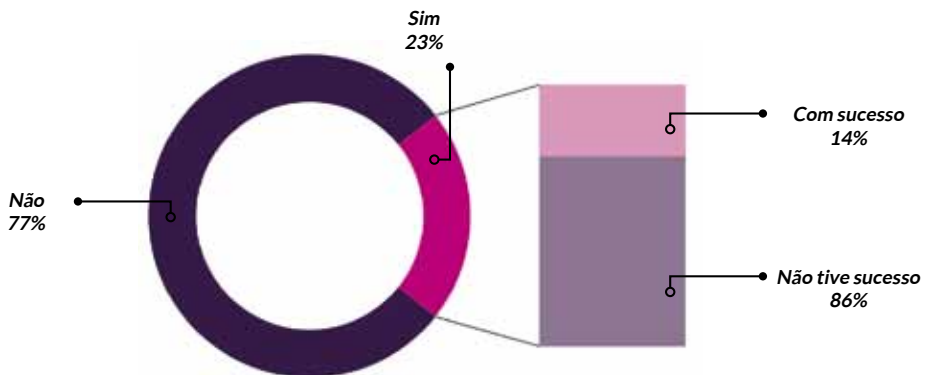
Gráfico 8 - Tempo de atividade na área



Fonte: Sebrae

Outro ponto importante a se destacar é que apenas 23% desses empreendedores já buscaram financiamento e/ou o apoio de investidores. Destes que buscaram fontes de financiamento ou investidores, apenas 14% tiveram sucesso na empreitada, enquanto 86% deles não conseguiram obter os recursos buscados.

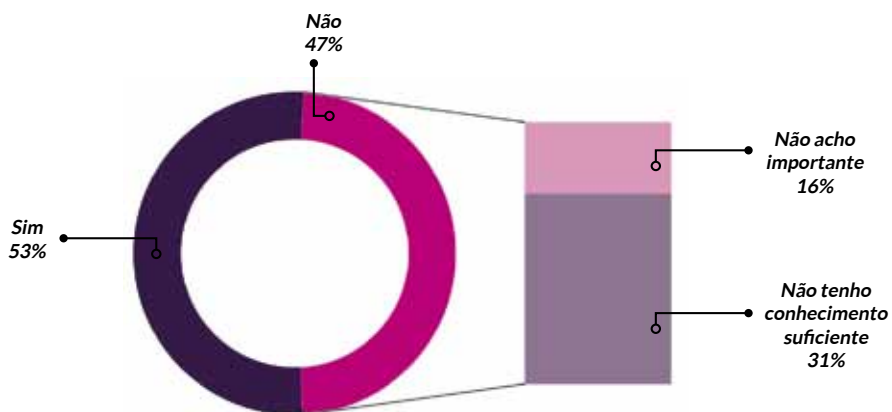
Gráfico 9 . Busca de financiamento/investimento e grau de sucesso



Fonte: Sebrae

Mais da metade desses empreendedores (53%), embora não tenha uma empresa formal, já elaborou um plano de negócios. Dos que não fizeram, dois terços (67%) informaram que não possuem conhecimento para fazê-lo, enquanto os demais (33%) informaram não achar importante elaborar um plano de negócios.

Gráfico 10 . Elaboração de Plano de Negócios e motivos para não tê-lo feito

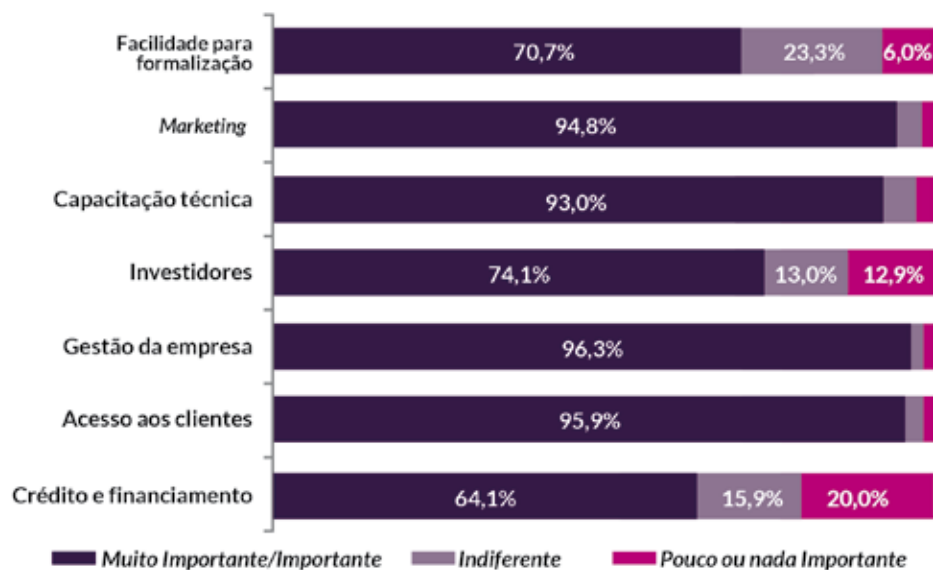


Fonte: Sebrae

Temas de interesse e acesso

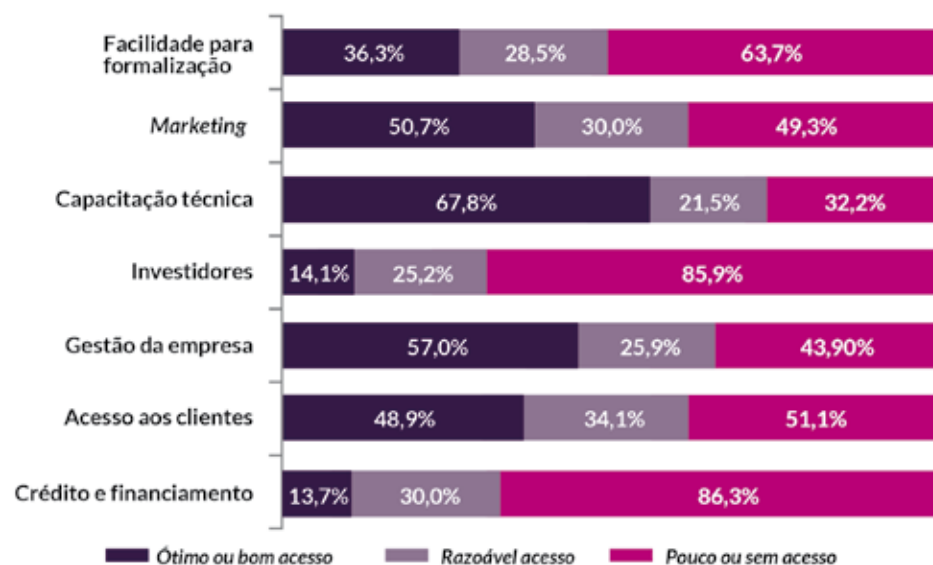
A seguir, foi solicitado que os entrevistados classificassem, em ordem de importância para o seu negócio, alguns temas. Em seguida, pedimos que identificassem o grau de acesso que têm em relação àqueles temas. Agrupando as categorias, o resultado está expresso nos gráficos 11 e 12 a seguir.

Gráfico 11. Temas e importância para o crescimento do negócio



Fonte: Sebrae

Gráfico 12. Temas e grau de acesso dos entrevistados



Fonte: Sebrae
Estudos e Pesquisas

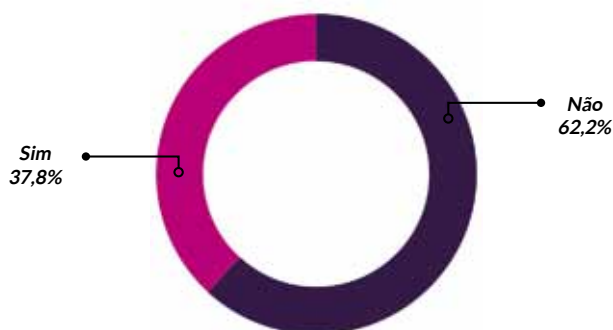
Como podemos ver, os três temas considerados mais importantes para o sucesso dos empreendedores do mundo digital são: “Gestão da empresa”, “Acesso aos Clientes” e “Marketing”. Dentre esses três temas, os empreendedores afirmaram que o menor acesso está com os clientes. A opção “Acesso a Clientes” apresentou cerca de 49% dos empreendedores declarando ótimo ou bom acesso.

Quanto ao acesso aos temas elencados, os três que se mostraram mais difíceis de alcançar pelos empresários são: “Crédito e Financiamento”, “Investidores” e “Facilidade para formalização”. Apesar da maior dificuldade de acesso, estes são os mesmos considerados pelos empresários como de menor potencial de contribuição para o sucesso dos seus negócios.

Relação com o Sebrae

Dos 270 entrevistados, 62,2% (168 deles) afirmaram não ter procurado o Sebrae, enquanto apenas pouco mais de um terço deles (37,8% ou 102) já haviam procurado o Sebrae em algum momento, conforme o gráfico 13 a seguir.

Gráfico 13. Já procurou o Sebrae?



Fonte: Sebrae

Para os que afirmaram não ter procurado o Sebrae, questionamos quais foram os principais motivos para isso. Dentre as respostas pré-definidas, a mais citada (39,3%) foi “O Sebrae não tem soluções na internet que me atendam”, indicando que esse público muitas vezes não está disposto a se locomover fisicamente para buscar um atendimento – antes, verificam todas as possibilidades na própria internet. Trata-se de um público especializado e familiarizado com o ambiente virtual. Cerca de 4% afirmaram não ter procurado o Sebrae por não haver um escritório próximo. Essa fatia de clientes também poderia ser atendida pela internet.

A seguir, e relacionada a essa resposta, temos “Não acho que o Sebrae possa me ajudar”, com 31,5% das respostas, o que confere indícios de que a imagem do Sebrae pode não estar associada às empresas digitais – some-se a isso o fato de que 4,8% dos respondentes disseram que o Sebrae não foi bem recomendado. Cerca de 13,1% afirmaram não conhecer o Sebrae, e apenas 10,1% declararam não achar necessário procurar o Sebrae.

A categoria “outras respostas” foi selecionada por 39,9%. Nessa categoria tivemos muitas respostas na linha “Ainda não tive tempo” e “Ainda não chegou a hora”; ou “minha ideia precisa amadurecer mais”. Além dessa linha, destacamos algumas outras respostas: “Acho que o Sebrae é muito focado no empreendedor básico brasileiro – aquele sem formação que quer abrir algo porque não tem emprego”; “Falta de acesso a um contato do Sebrae que atue na área de meu negócio/startup”; “Não há uma consultoria para negócios digitais”; “O Sebrae atualmente não possui produtos para empreendedor digital”; “O material de auxílio que tive acesso era muito básico”; e “Talvez o valor seja alto”.

Gráfico 14 . Motivos para não ter procurado o Sebrae



Fonte: Sebrae

Nota: A soma das respostas é maior que 100% por tratar-se de uma questão que aceitava múltiplas respostas

Daqueles que já procuraram o Sebrae, menos de um quarto afirmou que teve seu problema ou dúvida resolvidos. Os outros 76,5% afirmaram que o Sebrae não resolveu seu problema ou o fez de modo parcial, conforme o gráfico 15 a seguir.

Gráfico 15 . O Sebrae resolveu seu problema/dúvida?

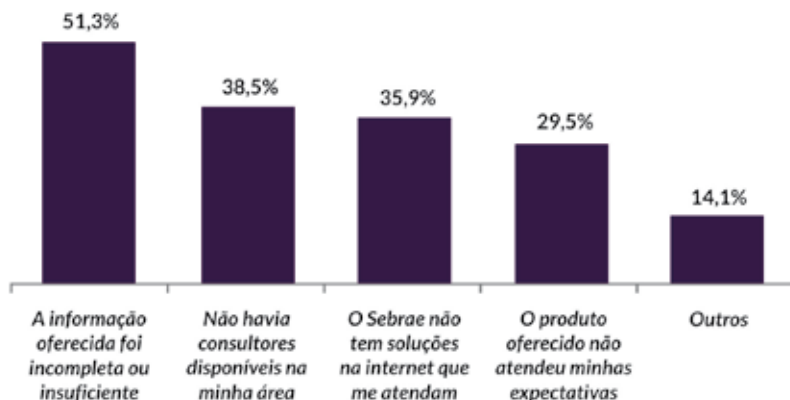


Fonte: Sebrae

Para os atendidos pelo Sebrae cujos problemas foram totalmente solucionados, questionamos sobre o grau de satisfação com o atendimento recebido. Pouco mais de um quinto destes (23%) declararam-se muito satisfeitos, enquanto a maioria (77%) afirmou estar satisfeita.

Para aqueles cujo atendimento recebido não foi suficiente para solucionar o problema/dúvida a contento, perguntamos o que faltou para que o Sebrae solucionasse o problema. O entrevistado podia assinalar mais de uma resposta, e o cenário é o que segue no Gráfico 16.

Gráfico 16 . O que faltou para que o Sebrae solucionasse seu problema/dúvida?



Fonte: Sebrae

Nota: A soma das respostas é maior que 100% por tratar-se de uma questão que aceitava múltiplas respostas

A resposta mais frequente foi “A informação oferecida foi incompleta ou insuficiente”, que foi citada em 51,3% das respostas. Outros 38,5% afirmaram que não havia consultores disponíveis para sua área de atuação no Sebrae procurado. Novamente a falta de uma solução via internet foi apontada como problema – nesse caso, para 35,9% dos respondentes. Outros 29,5% declararam que chegaram a receber o atendimento, mas que o produto não atendeu às suas expectativas.

Como “Outras respostas”, destacamos: “Pareceu faltar interesse da parte do Sebrae, me mandaram buscar informações no *site* do Sebrae. Não pretendo voltar mais”; “Procurei o Sebrae, mas não houve retorno”; “Consultoria pouco adaptada para *startups* e empresas inovadoras”; e “Mandam ver apostila na internet ou comprar o impresso. Só isso”.

CONCLUSÃO

O objetivo desta Sondagem foi conhecer melhor alguns aspectos do ponto de vista dos empreendedores e potenciais empreendedores de negócios digitais e *startups*. Foram entrevistados 270 empreendedores e potenciais empreendedores em todo o País.

Como resultado, constatou-se que a maioria desses empresários (89%) é do sexo masculino e tem menos de 30 anos (88,5%). Estão localizados majoritariamente (73,7%) em capitais, sendo que apenas pouco mais de um quarto (26,3%) estão em cidades do interior. A região sudeste (59,6%) é a que mais concentra esses empreendedores. São empreendedores com alta escolaridade – três quartos dos entrevistados (75,2%) declararam ter nível superior completo ou mais. Um quinto dos entrevistados é formado em Ciência da Computação.

Dentre todos os entrevistados, 53% declararam já ter uma empresa regularizada. Os demais 47% não possuem uma empresa, mas manifestaram interesse em abrir uma, sendo que 94% destes disseram que o farão em até dois anos.

Dentre aqueles que já têm uma empresa, a maioria (56,3%) indicou que o tempo de vida da sua é menor que dois anos. Além disso, um terço deles (59,2%) informou que sua empresa trabalha com desenvolvimento de tecnologia *web*. O setor de desenvolvimento de *software* vem a seguir, com 52,8%.

Já para os que ainda não possuem uma empresa, perguntamos quais as principais razões para isso. As opções “Carga tributária excessiva” e “Burocracia excessiva” foram as mais citadas. Do total, 33,5% afirmaram dificuldades em obter crédito e 23,4% afirmaram não ter conteúdo suficiente para gerir uma empresa. A maioria daqueles que ainda não têm empresa informou que já trabalha na área há mais de cinco anos (56,3%).

Ainda para esse público, apenas 23% informaram já ter buscado financiamento e/ou o apoio de investidores. Destes, apenas 14% tiveram sucesso na empreitada. Mais da metade desses empreendedores (53%) já elaborou um plano de negócios. Dos que não o fizeram, dois terços (67%) informaram que não possuem conhecimento para fazê-lo, enquanto os demais (33%) informaram não achar importante elaborar um plano de negócios.

Os três temas considerados mais importantes para o sucesso dos empreendedores do mundo digital são: “Gestão da empresa”; “Acesso aos clientes” e “Marketing”. Quanto ao acesso, os três que mostraram ser mais difíceis de alcançar pelos empresários são “Crédito e financiamento”; “Investidores” e “Facilidade para formalização”.

Dos 270 entrevistados, apenas pouco mais de um terço deles (37,8% ou 102) já havia procurado o Sebrae. Para os que afirmaram não ter procurado o Sebrae, questionamos quais foram os principais motivos para isso. A categoria mais recorrente nesse caso foi “outras respostas”, com 39,9%. Dentre as respostas pré-definidas, a mais citada (39,3%) foi “O Sebrae não tem soluções na internet que me atendam”.

Daqueles que já procuraram o Sebrae, menos de um quarto afirmou que teve seu problema ou dúvida resolvidos. Os outros 76,5% afirmaram que o Sebrae não resolveu seu problema ou o fez de modo parcial. Perguntamos a seguir o que faltou para que o Sebrae solucionasse o problema, e a resposta mais recorrente foi “A informação oferecida foi incompleta ou insuficiente”.

Assim, podemos perceber que ainda há muito espaço e oportunidades de atuação para o Sistema Sebrae, com o propósito de oferecer a esses empresários orientações e treinamentos específicos, com vistas a desenvolver plenamente o potencial de seus negócios.

Medidas de gestão para o atendimento a esse público não podem passar ao largo da construção de soluções de atendimento via internet. Além disso, é fundamental selecionar consultores especializados na área para suprir as demandas de um público igualmente especializado para o qual muitas vezes as soluções já existentes no Sebrae são insuficientes. Atuando de forma focada, o Sebrae será capaz de fazer com que esses empresários tenham de fato condições de aproveitar de forma mais eficaz as oportunidades que surgem.

NOTA METODOLÓGICA

Universo

Foram aplicados 270 questionários *online* aos empresários e potenciais empresários de negócios digitais, já atendidos pelo Sebrae ou não. Referidos questionários foram encaminhados a *sites*, fóruns e listas de discussão especializadas no tema, que foram veículos de divulgação. As respostas foram espontâneas.

Aspectos metodológicos

- Sondagem sem recortes estaduais.
- Questionário elaborado pelo Sebrae.
- Ferramentas desenvolvidas e monitoradas pela equipe do Núcleo de Estudos e Pesquisas do Sebrae.
- Utilizada ferramenta *web*, dinâmica, com acompanhamento em tempo real.
- Por ser uma sondagem, não há margem de erro. Ao contrário de uma pesquisa, não há formalismo amostral para a obtenção dos resultados.

QUESTIONÁRIO DA SONDAAGEM

Prezado(a): O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) quer conhecer melhor o universo dos empreendedores e potenciais empreendedores dos negócios digitais. Respondendo a este breve questionário, você ajudará o Sebrae a desenvolver novos produtos e serviços que auxiliarão o empreendedor digital em suas necessidades específicas. Contamos com sua colaboração e desde já agradecemos!

* Obrigatório

Qual seu sexo? *

() Masculino

() Feminino

Qual sua faixa de idade? *

() Até 18 anos

() De 18 a 24 anos

() De 25 a 30 anos

() De 30 a 35 anos

() Mais de 35 anos

Qual a UF de residência? *

Qual seu município de residência? *

Qual seu grau de escolaridade? *

() Até Ensino Médio Incompleto

() Ensino Médio Completo

() Ensino Técnico Completo

() Ensino Superior Incompleto

() Ensino Superior Completo

() Pós-Graduação Incompleta

() Pós-Graduação Completa

Qual sua área de formação acadêmica? * _____

Em relação ao seu negócio, você: *

- () Já tenho uma empresa formal (com CNPJ)
- () Não tenho uma empresa formal, mas quero ter
- () Não tenho uma empresa formal e não quero ter

Há quanto tempo você tem sua empresa? *

- () Mais de 5 anos
- () Entre 2 e 5 anos
- () De 1 a 2 anos
- () Menos de 1 ano

Qual(is) a(s) área(s) de atuação da sua empresa? *

- () Desenvolvimento de *softwares*
- () Desenvolvimento de *games*
- () Desenvolvimento de tecnologia *web*
- () Desenvolvimento de interface e desenho *web*
- () Consultoria e atuação em redes sociais
- () Outros: _____

Há quanto tempo você trabalha na área? *

- () Mais de 5 anos
- () Entre 2 e 5 anos
- () De 1 a 2 anos
- () Menos de 1 ano

Qual(is) o(s) principal(is) motivo(s) responsável(is) por você ainda não ter sua empresa? *

- () Burocracia excessiva
- () Carga tributária excessiva

- Dificuldade de obter crédito/investidores
- Dificuldade de encontrar mão de obra especializada
- Não tenho conhecimentos para gerir uma empresa
- Outros: _____

Já buscou financiamento e/ou investidores? *

- Sim, com sucesso
- Sim, mas não tive sucesso
- Não

Já elaborou um plano de negócios? *

- Sim
- Não, pois não acho importante
- Não, pois não tenho conhecimento suficiente

Você pretende abrir uma empresa nos próximos dois anos? *

- Sim
- Não

Qual(is) o(s) principal(is) motivo(s) para você não querer ter uma empresa? *

- Acho muito arriscado
- Não tenho conhecimentos suficientes
- Prefiro trabalhar para uma grande empresa
- Faço apenas trabalhos esparsos
- Não tenho perfil de empresário
- Não tenho interesse
- Outros: _____

Avalie os temas a seguir quanto ao grau de importância para o sucesso de sua empresa:

- Crédito e financiamento
- Acesso aos clientes

- () Gestão da empresa
- () Investidores
- () Capacitação técnica
- () Marketing
- () Facilidade para formalização

Avalie os temas a seguir pelo grau de acesso que você tem a eles

- () Crédito e financiamento
- () Acesso aos clientes
- () Gestão da empresa
- () Investidores
- () Capacitação técnica
- () *Marketing*
- () Facilidade para formalização

Já procurou o Sebrae? *

- () Sim
- () Não

Quando você procurou o Sebrae, seu problema foi solucionado? *

- () Sim
- () Não
- () Parcialmente

O que faltou para que o Sebrae resolvesse seu problema por completo? *

- () Procurei o Sebrae, mas não houve retorno
- () A informação oferecida foi incompleta/insuficiente
- () Não havia consultores disponíveis na minha área
- () O produto oferecido não atendeu a minhas expectativas
- () O Sebrae não tem soluções na internet que me atendam

Qual(is) o(s) motivo(s) de não ter procurado o Sebrae? *

- Não conheço o Sebrae
- Não acho que o Sebrae possa me ajudar
- Não acho necessário
- Não há um Sebrae próximo
- Não foi bem recomendado
- O Sebrae não tem soluções na internet que me atendam
- Outros _____

Qual seu grau de satisfação com o atendimento que recebeu do Sebrae? *

- Muito insatisfeito
- Insatisfeito
- Indiferente
- Satisfeito
- Muito satisfeito

BIBLIOGRAFIA

Artigos/informações pesquisadas nos sites:

CASTELLS, Manuel (1999). Sociedade em rede - A Era da informação: Economia, sociedade e cultura. Volume 1. São Paulo, Ed. Paz e Terra.

REMUS, Diego (2012). Startupídia. Disponível em formato eletrônico no link <http://startups.ig.com.br/startupidia/>

iG Startups - <http://startups.ig.com.br/>

Aceleradora - <http://aceleradora.net/>

Startupeiro - <http://startupeiro.ro/>



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

*www.sebrae.com.br
0800 570 0800*