



# Empreendedorismo Digital

Algumas boas perguntas para sua reflexão



## Sobre este material

Este material é uma iniciativa do SEBRAE-SP com o apoio do iMasters, que tem como objetivo disponibilizar informações sobre as possibilidades de empreendedorismo no mercado digital. Mais do que trazer respostas, o intuito é produzir perguntas que levem à reflexão sobre a dinâmica dos negócios digitais.

## Navegue

Roteiro Express .....	01
As Oportunidades do Mercado Virtual .....	04
O Comportamento do Empreendedor .....	07
O Perfil do Empreendedor Digital Brasileiro .....	09
Cases Reais do Mundo Digital .....	15
E agora: sobre a empresa .....	22

## Roteiro Express

Tomando decisões sobre negócios digitais

### Oportunidade de Negócio



### Idéia na Cabeça

#### E aí?

1. Existe alguém realmente disposto a **pagar** por seu serviço/produto?
2. As vendas serão suficientes para ter **lucro** que compense todo o esforço?

**SIM**

**Há uma oportunidade de negócio**

**NÃO**

Idéia sem apelo comercial no momento

Repense, pesquise, inove!

**Mas, não basta encontrar a oportunidade**  
É importante aprender sobre ela!

### Aprendizado:

**Conhecimento para poder definir  
Estratégia + Plano de Ação**

O que fazer?	Quando?	Com quanto \$ e de quem?	Concorrentes
Como?	Com quem?	Quando o lucro virá?	?????



Afinal, vale mesmo a pena ir em frente?



**Tomada de decisão**

Você pode ter que melhorar alguns aspectos.

### Dica:

Acesse o mapa de competências:

<http://www.sebraesp.com.br/mapadecompetencias>

## O Essencial!

O aprendizado irá permitir domínio e poder de decisão em aspectos essenciais



## As Oportunidades do Mercado Digital

Conheça algumas informações importantes

A penetração da Internet nas principais regiões do nordeste (41% em Salvador) é similar às da região sudeste (39% em São Paulo) e sul (36% em Porto Alegre).

Fonte: Ipsos Marplan/UOL - 2009

A Internet tem 62 milhões de usuários no Brasil. Mais do que a população de vários países como França (61,9 milhões), Reino Unido (61 milhões) e Itália (58,9 milhões).

Fonte: Ibope Nielsen Online - 05/2009

O Brasil é o sétimo maior mercado mundial de internet, em número de internautas.

Fonte: E-marketeer - 02/2009

Mesmo sendo o sétimo maior mercado mundial, o Brasil é apenas o décimo quinto em publicidade online, mercado que deve crescer bastante!

Fonte: E-marketeer - 02/2009

Em 2008, vendeu-se mais computadores do que TVs no Brasil. Só no ano passado, o número de computadores vendidos superou em 11% o número de TVs vendidas.

Fonte: ABINEE e SUFRAMA - 12/2008

Os internautas brasileiros passam 3 vezes mais tempo na internet do que vendo TV. O semelhante acontece nos EUA, Japão, Alemanha e Reino Unido.

Fonte: Deloitte "O futuro da mídia" - 10/2008

As compras realizadas no Brasil, por empresas ou por consumidores finais, pela internet durante o ano de 2008 somaram 193 bilhões de dólares.

Fonte: FGV - 05/2009

A quantia acima representa aumento de 13% em relação aos 170 bilhões de dólares registrados em 2007.

Fonte: FGV - 05/2009

140 bilhões de dólares são compras feitas entre empresas, classificadas como "business to business" (B2B), enquanto 53 bilhões de dólares restantes envolveram consumidores finais (B2C).

Fonte: FGV - 05/2009

A participação da internet em todas as transações feitas entre empresas no Brasil (setor B2B) foi de 58,3% em 2008.

Fonte: FGV - 05/2009

Nas transações realizadas no Brasil entre empresas e consumidores em 2008 (serviços B2C), a relação das compras online comparadas ao total do setor ficou em 25,1%.

Fonte: FGV - 05/2009

O gasto com publicidade online ultrapassou o da TV na Grã-Bretanha no primeiro semestre de 2009.

Fonte: PricewaterhouseCoopers e IABureau - 2009



## Mas, antes de pensar na empresa, vamos tratar de comportamento?

### O quanto você sabe se planejar e se organizar?

Os resultados de pesquisas sinalizam que a falta de planejamento é a causa principal do fracasso da maioria dos negócios. Uma boa organização financeira, de entrega, horários e produção pode ajudar-lhe a evitar muitas dificuldades.

### Você tem entusiasmo suficiente?

A administração de um negócio digital pode lhe desgastar aos poucos. Alguns donos de negócios digitais se desgastam com grande rapidez, ao enfrentar as responsabilidades do êxito. Contar com uma forte motivação lhe ajudará a sobreviver, tanto nos períodos lentos como nos de agitação.

### Qual o efeito do seu negócio digital na sua família?

Os primeiros anos de um negócio virtual podem ser muito difíceis para sua vida familiar. É importante que os integrantes de sua família saibam enfrentar esta situação e que você conte com esse apoio durante as etapas iniciais. Considere que você poderá sofrer dificuldades financeiras até que seu negócio seja rentável, o que pode levar algum tempo.

## Aspectos Comportamentais do Empreendedor

Comece avaliando seus pontos fortes e fracos para assumir o papel de dono de um negócio.

Considere cuidadosamente as seguintes perguntas:

### **Você é uma pessoa empreendedora?**

Em suas mãos recairá a responsabilidade de ganhar dinheiro, organizar seu tempo, atentar para os detalhes envolvidos e fazer acontecer.

### **Quanto você sabe sobre tomar decisões?**

Os donos de negócios digitais constantemente são obrigados a tomar decisões instantâneas, sem poder consultar ninguém e sob pressão.

### **Você se dá bem com diferentes tipos de personalidades?**

Os donos de negócios têm que estabelecer relações de trabalho com uma grande variedade de públicos como clientes, fornecedores, bancos; além de advogados, fiscais, contadores, etc., se seu negócio digital assim exigir, você está realmente capacitado para lidar com esse público?

### **Você tem a energia física e emocional necessárias para administrar um negócio digital?**

Ser dono de uma empresa virtual pode ser muito emocionante, no entanto, também requer muito trabalho. Você pode enfrentar 12 horas de trabalho diárias por seis ou sete dias, por várias semanas?

## O Perfil do Empreendedor Digital no Brasil

A primeira enquete sobre empreendedores digitais no Brasil apresenta a situação desse setor. Para isso, foi criado um conceito de Empreendedor Digital:

**Aquele que tem um negócio cujos processos e relacionamentos com parceiros, clientes e funcionários são realizados, principalmente, por meio digital.**

Quase 100% dos entrevistados têm o local físico do seu negócio no Brasil: em São Paulo (34%), Rio de Janeiro (21%), Rio Grande do Sul (14%) e Minas Gerais (12%). O Empreendedor Digital brasileiro é homem (67%) e tem em média de 26 anos. Metade deles possui instrução superior completa e renda média mensal de R\$ 4.600,00.

Em média, os empreendedores digitais estão no mercado há quase 2 anos. Do total, 62% estão no setor de serviços. Em seguida, o setor mais procurado é o comércio, com 33% de respostas. Indústria e agropecuária correspondem a 5% do total.

A proporção de empreendedores digitais com experiência anterior no mundo offline é proporcionalmente inversa uma vez que apenas 18% declarou que já teve um negócio não digital.

A maioria dos negócios (59%) é informal e não registra os empregados em carteira (69%). O faturamento bruto anual de 60% dos empreendimentos ficou entre R\$ 36 mil e R\$ 240 mil reais, em 2008.

### As vantagens de ter um negócio digital

Familiaridade com o meio, custo reduzido de investimento inicial e menor necessidade de infraestrutura são as três vantagens principais destacadas na enquete, como mostrado abaixo:

Familiaridade com o meio virtual	67,5%
Custo(\$) reduzido de investimento inicial	47,9%
Necessidade de menor infra-estrutura	41,6%
Facilidade em trabalhar no meio virtual	27,6%
Facilidade para acesso à novos mercados	26,2%
Dinamismo no mundo virtual	24,8%
Grande velocidade nos negócios	21,9%
Flexibilidade de horário	13,7%
Custo(\$) reduzido de operação	11,2%
Otimização de tempo	10,1%

Fonte: iMasters, 2009

Em algumas perguntas, os participantes podiam marcar até três respostas, em ordem de importância. Veja o ranking abaixo:

### **Em que meios remotos você costuma buscar informações sobre gestão de negócios?**

Dicas na Internet (skype, podcasts, Google, MSN, blogs...)

Dicas no celular (texto e voz)

Programas e dicas na TV

### **Em que outros meios, você costuma buscar informações sobre gestão de negócios?**

Cursos / Treinamentos / Capacitações Presenciais

Revistas especializadas

Livros especializados

### **Essas informações sobre gestão de negócios, são obtidas principalmente via,...**

Congressos, seminários, convenções de gestão de negócios

Cursos universitários na área de Administração e Negócios

Cursos sobre gestão de negócios (marketing, produção...)

## Quem lhe passa essas informações sobre gestão de negócios?

Donos de negócios que atuam no seu segmento	47,2%
Donos de negócios de outros segmentos	42,5%
Seus Parceiros	39,1%

Entidades de educação e ensino, como Universidades/Faculdades são citadas por 63,4% dos empreendedores como a fonte de aprendizado mais confiável. Os serviços de apoio às empresas (Sebrae, Senai, Sesc, Senat, Senac etc.) estão em segundo lugar no quesito confiabilidade, com 37,1%, seguidos de órgãos da administração pública direta (33,8%) e das entidades patronais, como as Federações da Indústria (22,1%).

## Plano de Negócios

Outro conceito investigado na enquete foi o de Plano de Negócios:

**Documento que tem por objetivo agregar e sistematizar informação prática e atualizada, para estruturação das principais idéias e opções que o empreendedor deve levar em conta para decidir quanto à viabilidade e atratividade de um negócio a ser criado ou otimizado. Esse Plano deve ser criado e sistematicamente acompanhado e ajustado, de acordo com o desenvolvimento do negócio.**

A grande maioria das respostas à pergunta “você criou um Plano de Negócios quando iniciou seu negócio digital?” foi não – 62,6%. Dos quase 38% de empreendedores que criaram o Plano no início, a maioria os mantém desatualizados (85,8%) e desses, 72% sentem que precisam de ajuda para atualizá-lo. Mais da metade dos entrevistados têm intenção de fazer um Plano de Negócios (57,1%) e desses, quase 80% dizem precisar de ajuda para isso.

Quem precisa de algum auxílio para fazer ou atualizar o Plano de Negócios afirma que os pontos mais carentes de ajuda são os aspectos financeiros e contábeis (recursos financeiros investidos, custos, despesas, previsão de retorno, controles, indicadores), seguido da previsão de produção/ capacidade produtiva, análise de mercado e do plano de comercialização (marketing, promoção, publicidade, propaganda, força de vendas, posicionamento de marca...), todos eles, individualmente, com mais de 37% das respostas. Outros aspectos em que a ajuda é necessária são: estrutura do negócio (sócios, equipamentos, força de trabalho, local...), aspectos logísticos e de produtos/serviços.

## Em quais aspectos de seu Plano de Negócio você precisa de auxílio?

Aspectos financeiros e contábeis	43,5%
Previsão de produção/ capacidade produtiva	39,8%
Plano de Comercialização	37,7%
Análise de mercado	35,5%
Estrutura do negócio	27,5%
Aspectos logísticos	21,8%
Produtos/ Serviços	19,4%
Análise de informações	15,8%
Atitudes Empreendedoras	14,2%
Comércio Exterior	11,2%
Análise macro-ambiental	9,7%
<b>Outros</b>	<b>19%</b>

Fonte: iMasters, 2009



## Cases Reais do Mundo Virtual

### O início

A grande idéia, o primeiro passo, a decisão certa. O início é o momento de maior dúvida para o empreendedor.

Alguns deles encontraram como solução iniciar o seu novo negócio digital em paralelo ao seu emprego no momento, aguardando o momento ideal para arriscar:

“Eu criei um curso sobre programação, meu hobby preferido, e coloquei na Internet, de graça para as pessoas. Isso rendeu bons acessos e percebi que eu poderia aperfeiçoar e cobrar. Fiz isso e logo depois pedi desligamento da empresa onde trabalhava, utilizando o dinheiro para investir mais ainda na empresa”. Afirma Fabio Neves, criador do Grupo de Educação à Distância IPED.

“Meu trabalho com análise de performance de sites começou por acaso na primeira agência que trabalhei. Era o trabalho mais chato, novo, e que ninguém queria fazer. Me arrisquei e trouxe isso pra mim. Depois de alguns anos, percebi que era um entre poucos que faziam isso. Lentamente, com meus atuais sócios, percebíamos uma oportunidade de negócio. Foi quando conhecemos nossos atuais investidores e abrimos a empresa, já com um primeiro cliente. Quatro meses depois conquistamos nosso primeiro grande cliente, Coca-Cola, que atendemos até hoje.” Completa Leonardo Naressi, da Direct Performance.

Já em outros casos, as necessidades próprias do empreendedor motivaram a criação de um novo negócio digital, como o caso de Gustavo Caetano, um jovem frustrado pela não disponibilidade de jogos para baixar em seu celular.

“Já que ninguém oferece, por que não eu prover esse conteúdo para as operadoras?” Pensou Gustavo, antes de criar a Samba Tech.

Ou ainda no caso de Bruno Medeiros, que encontrou uma solução para reduzir os preços em compras online.

“Desde a universidade estudávamos, a fundo, temas como o poder das massas. Em 2006 decidimos aplicar em um único empreendimento, todos os temas que acreditávamos e trabalhamos para aumentar o volume de compras de e-commerce, com compras coletivas e reduzir os preços para os consumidores finais.”

O comércio eletrônico realmente é destaque entre os empreendimentos digitais, como podemos ver com o Uniflores, o FastCommerce e o Projeto Ninui.

“Queríamos montar um negócio de e-commerce e identificamos o mercado de flores e cestas para presente com um enorme potencial, pois ofereceria facilidade e comodidade para pessoas distantes umas das outras demonstrarem seu carinho. Desenvolvemos nosso modelo baseado em parceria com floriculturas "reais" para possibilitar a entrega de produtos.” comentou Douglas Pedrosa, que criou o Uniflores em 2000.

Guilherme Rudnitzki pensou ainda diferente. Decidiu construir uma plataforma para facilitar a entrada de lojistas na internet, criando suas lojas virtuais.

“Em 1996 criamos nossos primeiros sites de comércio eletrônico. Eram alguns dos primeiros do Brasil. E em 1997 decidimos criar um “motor de lojas” para qualquer lojista poder abrir sua loja virtual, de forma fácil. Em 2008 comemoramos 10 mil lojas cadastradas.” comentou Guilherme, da FastCommerce.

Já Karina Rehavia buscou uma alternativa para o mercado de nicho.

“Percebemos que o mercado estava carente de representação em nichos específicos relacionados ao pequeno varejo e que não havia algo focado para o pequeno e micro empreendedor, aquele que vive, no que costumamos chamar de “informalidade”, e que representa uma parcela gigantesca da população. Foi aí que criamos o Ninui, abrindo um espaço gratuito para que eles promovessem seu comércio online, gerando oportunidades de inclusão digital, trabalho e renda.”

## O desafio

Nem tudo são flores para o empreendedor digital. Os desafios são enormes e a instabilidade financeira dos negócios têm sido o grande obstáculo.

“O desafio maior é a transição da ideia para um trabalho mesmo. Colocar o site no ar é fácil, ver o preço da hospedagem triplicando e não ter dinheiro pra pagar é complicado. Trabalhar em casa pode ser legal, mas todo mundo acha que você está brincando”, diz Alexei Martchenko, criador do SuperDownloads.

“Captar investimento no Brasil já é difícil. Captar para uma ideia inovadora na internet é ainda mais complicado. Após quase 1 ano de investimento próprio, conversando com os fundos de investimentos convencionais e sem resultado, resolvemos criar o nosso próprio “fundo de investimento” completa Bruno Medeiros, do Compra3.

“Com o site Mundo do Marketing também não foi diferente. “Durante os nove primeiros meses do site, ainda trabalhava em outra empresa para me sustentar e trabalhava com uma operação com custo muito baixo, baseado no Orçamento Base Zero, consagrado pela GP” comenta Bruno Mello, criador do site.

O mesmo acontece com a Ninui: “O maior desafio foi a viabilização financeira do negócio com investimentos próprios. Conseguimos um empréstimo na Caixa Econômica Federal para dar o *start* e após isso todo o investimento que fizemos na Ninui são recursos próprios dos sócios” observou Karina.

Incompatibilidade com hardware foi citado por quem optou pelo mercado de telefonia móvel, como Leandro Guedes, da Blue Mobile: “O desafio foi criar soluções que atendessem a maioria dos telefones celulares de maneira uniforme, para que a campanha do cliente fosse entregue para qualquer celular, independente da sua tecnologia e limitações”.

Já Douglas Pedrosa, do Uniflores, lembrou da dificuldade de ganhar escala: “O principal desafio foi ganhar escala. Tivemos que investir muito tempo no desenvolvimento de nosso sistema próprio e das parcerias adequadas. Quando iniciamos nossas vendas, haviam poucas opções de publicidade com custo acessível”.

E ainda, outro grande desafio do mercado é encontrar mão de obra qualificada, como lembrou Leonardo Naressi, da Direct Performance “O maior desafio, sem dúvida, foi (e ainda é) encontrar profissionais ou estudantes qualificados para o tipo de trabalho novo que temos aqui”.

## A Grande Virada

Existe um grande momento em que o novo negócio deixa de ser apenas uma grande idéia e passa a gerar lucratividade, ganhar respeito e ser uma empresa admirada no mercado.

Cada um dos negócios tem o seu próprio momento. Mas em todos os casos, a grande virada sempre foi planejada, como no caso da eGenial “Resolvemos criar uma plataforma própria para ministrar nossos cursos online. Essa plataforma foi pioneira e viramos referência”, disse Carlos Eduardo Franco, sócio da empresa.

Bruno Mello, do Mundo do Marketing, teve de buscar uma solução rápida para gerar lucro e encontrou a fórmula para o sucesso. “Tivemos de fazer um seminário como forma de receita rápida. Este produto só estava previsto para o terceiro ano. Começou a vir receita e a publicidade”.

Para Alexei, Criador do SuperDownloads, o segredo foi focar no dinheiro. “A grande virada foi quando deixamos o “Mundo de Poliana” para trás e focamos em ganhar dinheiro. A fórmula é simples. É só parar de falar “aqui eu não coloco banner”, ou “não pinto o site de rosa nem me pagando um milhão”.

Investir em qualificação da equipe e buscar a localização correta para sua empresa também pode ser uma solução, como no caso da Virid. “Em 2007, estrategicamente a sede da empresa mudou. Em 2008 buscamos qualificação máxima em nosso time. Hoje, com apenas 20 colaboradores a Virid tem um faturamento de 4 milhões/ano e possui uma carteira com mais de 3.000 clientes.” afirmou Walter Sabini Jr., sócio da empresa.

Ou então, entender melhor o cliente, como no caso da Blue Mobile. “A grande virada veio quando passamos a focar em nossos clientes, levando à eles não apenas um produto, mas sim, uma consultoria completa para ele entender o mercado.”, lembrou Leandro Guedes.

Boas parcerias fizeram a diferença no caso do Grupo IPED. “O negócio começou a ganhar corpo quando formei parcerias importantes, com sites famosos e eles também passaram a vender os nossos treinamentos.”

Mas a virada também pode acontecer gradualmente no decorrer dos anos, como resultado da excelência do trabalho realizado, contando com a fidelização do cliente e tornando-o também um grande parceiro.

Esse é o caso da FastCommerce e Uniflores.

“Não tivemos um momento exato de virada. Nosso crescimento sempre teve um ritmo constante e passamos bem, por diversas crises, incluindo a famosa "bolha" da internet de 2000 e a crise mundial deste ano”. Comentou Guilherme Rudnitzki, do FastCommerce.

“A partir do momento em que atingimos um patamar razoável de clientes, começamos a nos beneficiar da propaganda feita pelos próprios clientes e também pudemos utilizar outras ferramentas que nos possibilitaram demonstrar nossos produtos e facilidades para um número bem maior de usuários.”, conclui Douglas Pedrosa, do Uniflores.

## E agora: sobre o negócio...

### Aspectos de Planejamento e Análise do Negócio Digital

Avalie os principais aspectos necessários ao início e à gestão de um negócio. Planejar não elimina todas as chances do negócio falhar, porém amplia a possibilidade de ter sucesso. Depende de você. Pense...

#### Antes de iniciar um novo negócio digital

- . Porque é tão importante planejar?
- . O que é preciso saber sobre o novo negócio digital?

#### Sobre o cliente

- . Quem comprará seu produto/serviço? Porque?
- . Onde estão seus clientes potenciais?
- . Como influenciar na decisão de compra?

#### Sobre os produtos e serviços

- . Quais são os produtos e serviços a serem oferecidos?
- . Qual é a demanda que você espera para seus produtos e serviços?
- . Quais necessidades dos clientes serão atendidas pelos produtos e serviços?

#### Sobre o investimento

- . Qual é a previsão de gasto inicial? Qual é o capital de giro necessário?
- . Existe disponibilidade de todos os recursos?
- . Será necessário investimento extra?
- . Será uma sociedade? Qual o perfil e o papel dos sócios?
- . Como conseguir recurso para investimento extra?



### Sobre a concorrência

. Quem são os concorrentes do negócio digital? Quais são os pontos fortes e fracos da concorrência?

. Podem existir novos concorrentes? Quais são os diferenciais do seu negócio, frente aos concorrentes?

### Sobre os processos e equipamentos

. Quais processos deverão existir?

. Como funcionará cada processo?

. Quais equipamentos farão parte destes processos?

### Sobre os empregados

. Qual o perfil profissional para cada processo do negócio digital?

. Qual a quantidade necessária de profissionais no momento da abertura do negócio digital?

. Como identificar e selecionar profissionais para compor a equipe de trabalho?

### Sobre os fornecedores

. Quem são os fornecedores?

. Onde se localizam?

. Como serão obtidos os produtos e serviços que seu negócio digital necessitará?

. Quais são as condições de comercialização desses fornecedores?

### Sobre comunicação com o cliente final

- . Quais os meios mais adequados de contato com o cliente final?
- . Quais os custos? E o retorno esperado?
- . Com que frequência deverão ser utilizados?

### Sobre distribuição

- . Como fazer com que os produtos ou serviços cheguem aos clientes?
- . Quais os custos?

### Sobre localização

- . Qual a localização mais adequada para a instalação do negócio digital? Porque?
- . Existem aspectos legais que influenciam a localização?

### Sobre legalização

- . Quais aspectos legais que deverão ser considerados?
- . Quais os impostos e contribuições que incidem sobre o negócio digital?
- . Quem analisará os aspectos legais do negócio digital?

### Sobre o retorno do investimento

- . Como estabelecer os preços dos produtos e serviços?
- . Qual o lucro líquido esperado? E em quanto tempo o investimento retornará?
- . Como saber os resultados do negócio?
- . As expectativas de retorno de investimento dos sócios foram atendidas?
- . Como organizar a entrada e a saída do dinheiro?

Parece complicado? Que nada! Tudo é uma questão de treino e aprendizado. Se precisar de orientação conte com o Sebrae-SP e lembre-se que empreender é uma questão de atitude e decisão!

# Sucesso!



Apoio:  iMasters