



**O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL**

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Objetivo: identificar o perfil do empreendedor digital brasileiro, bem como características dos seus negócios ou projetos.

Metodologia: pesquisa quantitativa online com 770 empreendedores digitais no Brasil. Os cadastros dos empreendedores são provenientes do Prêmio RBS de Empreendedorismo e Inovação 2011 (inscritos e pessoas com relacionamento através do Facebook e Twitter), Meetups realizados pela equipe da RBS e base das publicações ResultsOn e Startupi.

Os participantes dos Meetups foram excluídos da análise de perfil do empreendedor (primeira parte do estudo) para não criar viés regional, uma vez que esses encontros ocorreram em algumas praças.

Algumas análises foram abertas por classe social. Foi considerado o Critério Brasil (escolaridade do chefe da família e posse de bens) para determinação da classe social do entrevistado com ajuste pela renda familiar.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Nesta pesquisa, foi considerado o significado de “empreendedor digital” como:

O empreendedor digital é o fundador de uma empresa ou o idealizador de um projeto realizado através de um meio digital (internet, por exemplo). São pessoas que têm a habilidade de ver e avaliar oportunidades de negócios e colocá-las em prática.

ÍNDICE

Sumário Executivo

1: O perfil do empreendedor digital brasileiro

2: Empreender hoje em dia

3: O projeto / negócio

- Planejamento
- Estrutura
- Financiamento
- Futuro

Conclusão

SUMÁRIO EXECUTIVO



SUMÁRIO EXECUTIVO

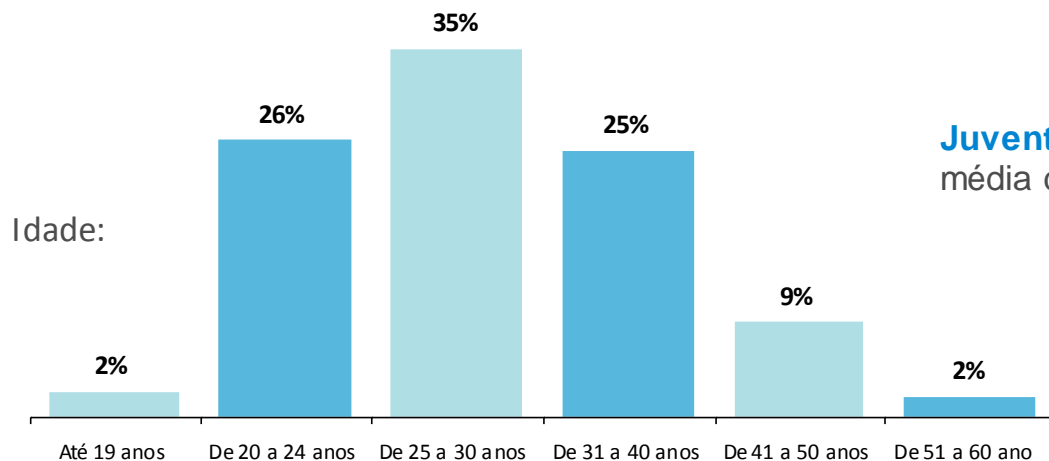
- O perfil do empreendedor digital é diferente do perfil do empreendedor tradicional no Brasil.
- Na média, possuem cerca de 30 anos, são homens e residem no eixo Sudeste - Sul (principalmente em São Paulo ou Rio Grande do Sul).
- Possuem elevado nível de escolaridade, com curso superior completo nas mais diversas áreas. O empreendedor digital não necessita formação em tecnologia. Eles buscam nos cursos de pós-graduação o conhecimento para gerir seus negócios, priorizando cursos de administração ou gestão empresarial e marketing.
- A pirâmide social dos empreendedores é diferente da população e dos usuários de internet. Os empreendedores tendem a pertencer às classes A e B em maiores proporções.
- Além das características naturais de um empreendedor (criatividade, iniciativa, inovação), o empreendedor digital precisa ter uma boa visão estratégica, pois o mercado é bastante dinâmico.
- 79% buscam o negócio próprio para poder trabalhar com assuntos que gostam.
- A principal dificuldade encontrada é a falta de recurso financeiro para investir. A falta de tempo, de uma política de incentivo do governo e de mão de obra qualificada também são barreiras relevantes.
- Para esses empreendedores digitais, Steve Jobs e Mark Zuckerberg são suas maiores referências. Porém, outros empreendedores brasileiros foram destacados.

SUMÁRIO EXECUTIVO

- Existe um equilíbrio no empreendedorismo digital para negócios de conteúdo, social media e web / mobile. Apesar da expansão de negócios transacionais (principalmente o e-commerce), esta modalidade não é a de maior investimento dentre os empreendedores entrevistados.
- O ciclo de desenvolvimento dos negócios é bastante curto, saindo do papel para o mercado rapidamente.
- Os empreendedores não são apenas os idealizadores dos projetos, mas trabalham, financiam e abrem suas casas para o desenvolvimento dos negócios.
- É baixo o percentual de negócios com investimentos de terceiros e profissional.
- No momento, eles não venderiam seus projetos. Porém, no futuro, essa pode ser a solução para adquirir dinheiro e experiência para realizarem outras idéias.

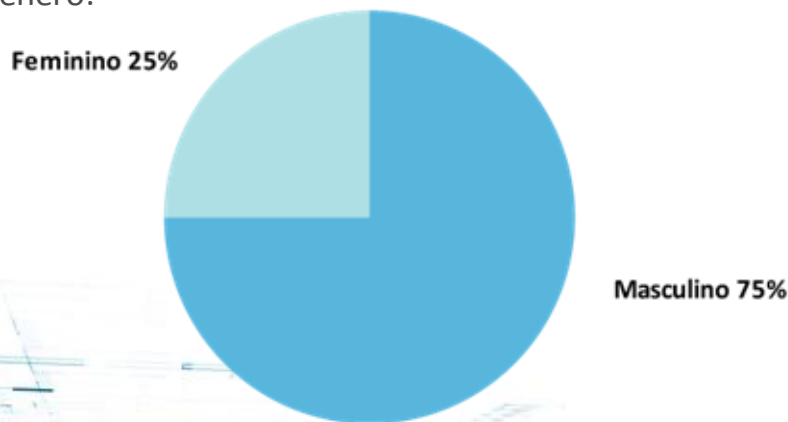
O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO



Juventude: o empreendedor digital tem média de idade de 30 anos.

Gênero:

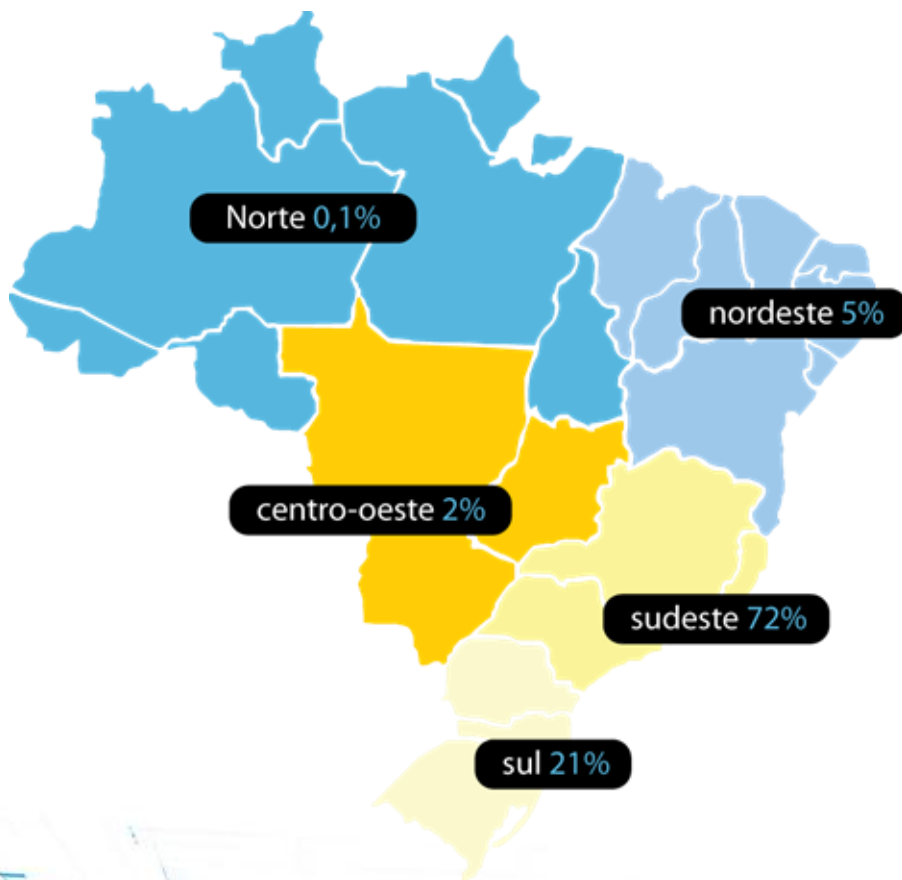


O empreendedor: diferentemente do empreendedorismo tradicional, no mundo digital 75% são homens.

Segundo o Sebrae, 45% dos EI (Empreendedores Individuais) são mulheres. Elas também são donas de 49% das empresas abertas com menos de 42 meses (Dados de abr/11).

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

O mapa do empreendedorismo digital:



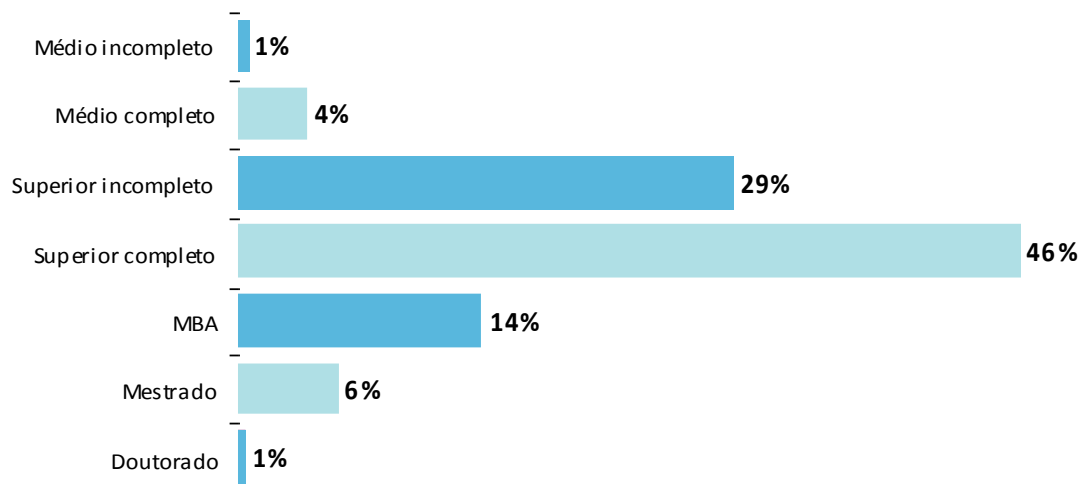
Concentração de 93% dos empreendedores digitais no eixo Sul-Sudeste. Praticamente não houve representantes na região Norte.

São Paulo: foco dos empreendimentos. Representa 62% do total de empreendedores digitais entrevistados.

Rio Grande do Sul: destaque na região Sul e segundo maior estado empreendedor (10% do total).

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Escolaridade:



Graduação. cursos mais frequentados:

Comunicação Social (32%);
Ciência da Computação (15%);
Administração (14%);
Design Gráfico / Digital (9%);
Engenharia (8%)

MBA.

Marketing (33%);
Administração / Gestão
Empresarial (26%);
Tecnologia (11%)

Elevado nível educacional: 66% possuem nível superior completo, outros 29% estão cursando.

Para ter uma idéia ou negócio digital, não é necessário ter feito curso relacionado a tecnologia.

Observa-se que a maior parte dos cursos de pós-graduação são em marketing e gestão empresarial, mostrando a vontade e a necessidade de capacitação para lidar com os problemas de gestão de um negócio.

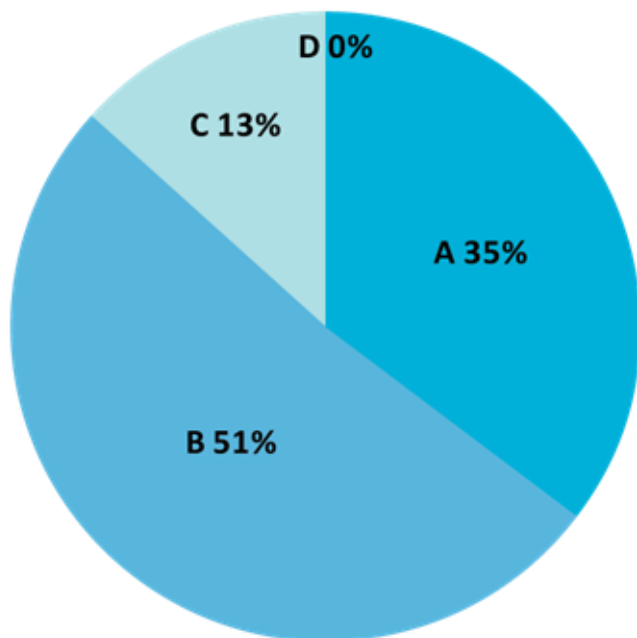
Apesar de alguns cursos de tecnologia terem sido mencionados, eles são minoria dentre os entrevistados.

Mestrado.

Administração, Inteligência Artificial / Computacional, Comunicação Empresarial, Educação.

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

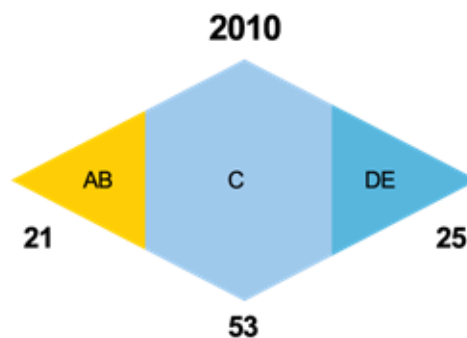
Classe social:



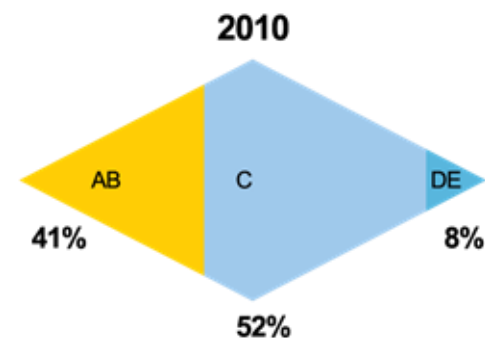
A **pirâmide social** dos empreendedores é diferente da pirâmide social da população brasileira e da população usuária de internet.

Maior participação das classes com maior poder aquisitivo.

População:



Usuários internet:



O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Há quanto tempo você pode ser considerado um empreendedor digital?

Tempo	%
Menos de 6 meses	25%
De 7 meses a 1 ano	22%
De 1 a 3 anos	27%
De 3 a 5 anos	12%
De 5 a 7 anos	5%
De 7 a 10 anos	4%
Mais de 10 anos	6%

Apesar de jovens (média de 30 anos), os empreendedores digitais começaram seus negócios há 30 meses (2,5 anos). Ou seja, a idade média para se descobrir um empreendedor digital é de 27 anos completos.

Apenas 10% dos entrevistados são empreendedores digitais há mais de 7 anos, enquanto um quarto deles são empreendedores muito recentes (menos de 6 meses).

Verificam-se negócios muito recentes na internet brasileira, tendo a maior parte dos empreendedores iniciado suas idéias há menos de 3 anos (74%).

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Há quanto tempo você pode ser considerado um empreendedor digital?
(Análise por região)

Tempo	Sudeste	Sul	Demais regiões	Total
Menos de 6 meses	23%	26%	30%	25%
De 7 meses a 1 ano	22%	22%	20%	22%
De 1 a 3 anos	29%	23%	21%	27%
De 3 a 5 anos	11%	13%	16%	12%
De 5 a 7 anos	5%	4%	5%	5%
De 7 a 10 anos	5%	3%	2%	4%
Mais de 10 anos	5%	8%	5%	6%

As regiões Sul e Sudeste possuem empreendedores digitais há mais tempo. Na média, estes se consideram empreendedores há 32 e 30 meses, respectivamente. **Nas outras regiões o empreendedorismo é mais recente**, média de 27 meses. Este fato fica evidente na diferença percentual entre empreendedores há menos de 6 meses (30% nas demais regiões versus 23% no Sudeste).

Apesar de ter 26% de recentes empreendedores, a região Sul apresenta o maior percentual de pessoas que se consideram empreendedores há mais de 10 anos (8%).

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Motivação:



Ter a possibilidade de **trabalhar com o que gosta** (prazer) é o principal motivo de empreender no mundo digital.

O crescimento profissional (54%) e a possibilidade de maior retorno financeiro (52%), que estão diretamente relacionados, encontram-se empatados como segundo motivo de maior importância.

Aproximadamente 30% dos empreendedores começaram seus projetos como diversão ou experiências na internet que acabaram se transformando em negócios.

Para um quarto dos entrevistados, não ter um chefe pesou na decisão de empreender.

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Experiências:

Experiências profissionais anteriores em empresas offline	47%
Experiências profissionais anteriores em empresas online	45%
Vivência com familiares e amigos empreendedores	36%
Anos de estudo / academia	34%
Necessidade	22%
Vivência fora do Brasil	12%
Nenhuma experiência anterior	6%

As experiências profissionais anteriores, em empresas online ou offline, são muito importantes para o empreendedor digital.

Essas experiências e a vivência com empreendedores (familiares, amigos, colegas de trabalho) são mais importantes que o estudo.

Apenas 6% dos entrevistados não usou experiências ou vivências anteriores para empreender no mundo digital.

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Características essenciais em um empreendedor digital (marque até 3 opções):

Visão estratégica de negócios 45%

Criatividade
33%

Iniciativa
32%

Acreditar em
suas idéias
31%

Inovação
30%

Ficar antenado nas
tendências do mercado
29%

Contatos
17%

Ousadia
16%

Coragem
12%

Ter dinheiro ou
alguém que financie
11%

Organização
11%

Inteligência
10%

Oportunismo
5%

Ser um sonhador
4%

Apoio de instituição educacional,
incubadora ou ONG
2%

Credibilidade
5%

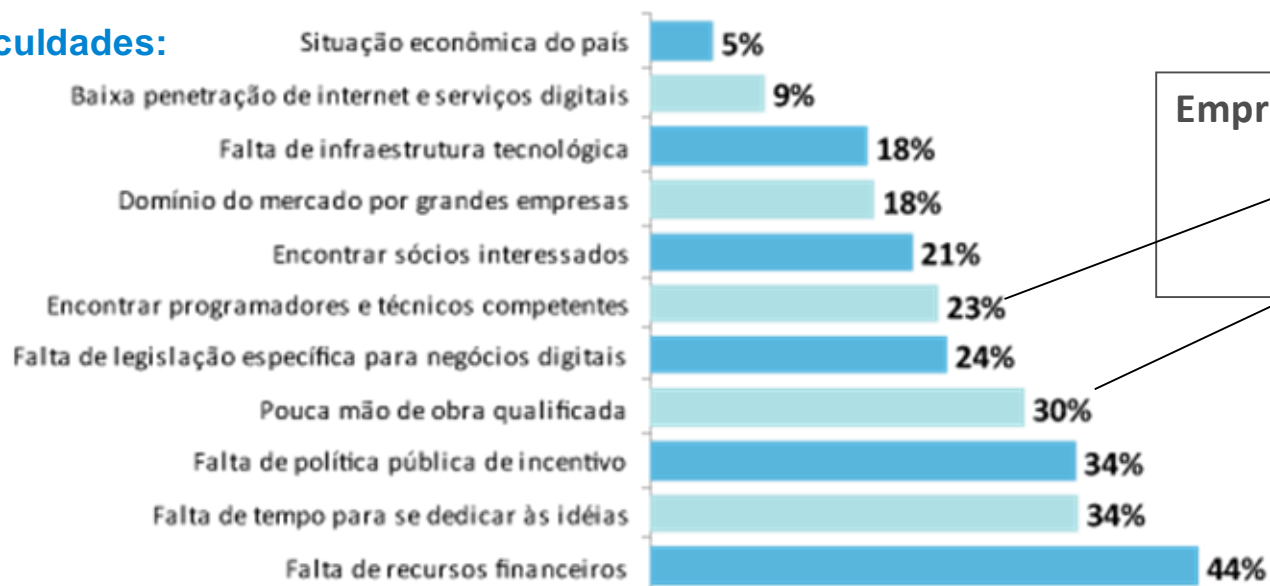
Sorte
4%

Carisma
2%

Muitos anos de estudo
1%

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Dificuldades:



Empreendedores classe C:

15%

18%

A **situação econômica** do Brasil é o menor problema enfrentado pelos empreendedores digitais. A **baixa penetração de serviços digitais** na população brasileira tem impacto apenas em 9% dos entrevistados.

O maior desafio do empreendedor digital é a **falta de recursos financeiros** para investir em suas ideias e projetos. A **falta de tempo** (outro recurso importante) e de **políticas de incentivo do governo** (desafio relacionado à falta de dinheiro) também são significantes.

A **falta de mão de obra qualificada** (30%) e especificamente de **programadores e técnicos** (23%) são desafios para os empreendedores das classes A e B. Provavelmente, os empreendedores da classe C são os próprios desenvolvedores de seus projetos ou estes são menos complexos do que os projetos gerenciados pelas classes A e B.

O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL BRASILEIRO

Dificuldades:

(Análise por região)

Dificuldades	Sudeste	Sul	Demais regiões	Total
Falta de recursos financeiros	42%	52%	45%	44%
Falta de tempo para se dedicar às idéias	35%	35%	25%	34%
Falta de política pública de incentivo	35%	32%	39%	34%
Pouca mão de obra qualificada	29%	31%	32%	30%

Comparando as quatro principais dificuldades encontradas pelo empreendedor brasileiro, observa-se que **a falta de recursos financeiros é um problema mais sentido na região Sul** (52% versus 44% da média Brasil).

A falta de tempo é um problema menos encontrado nos empreendedores que se encontram fora do eixo Sul-Sudeste (25% versus 34% da média Brasil).

Observa-se equilíbrio entre as regiões para a falta de políticas públicas de incentivo e a pouca mão de obra qualificada. Apesar das diferenças percentuais, não foi verificado relevância estatística.



EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

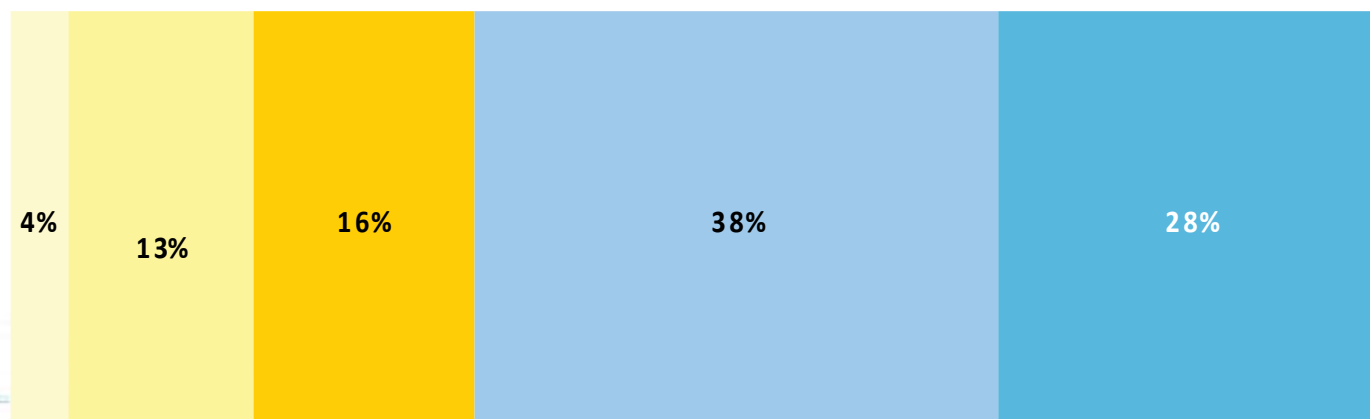
EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL

A internet possibilitou o surgimento de muitos empreendedores.



Empreender hoje em dia é mais fácil do que há 10 anos atrás.

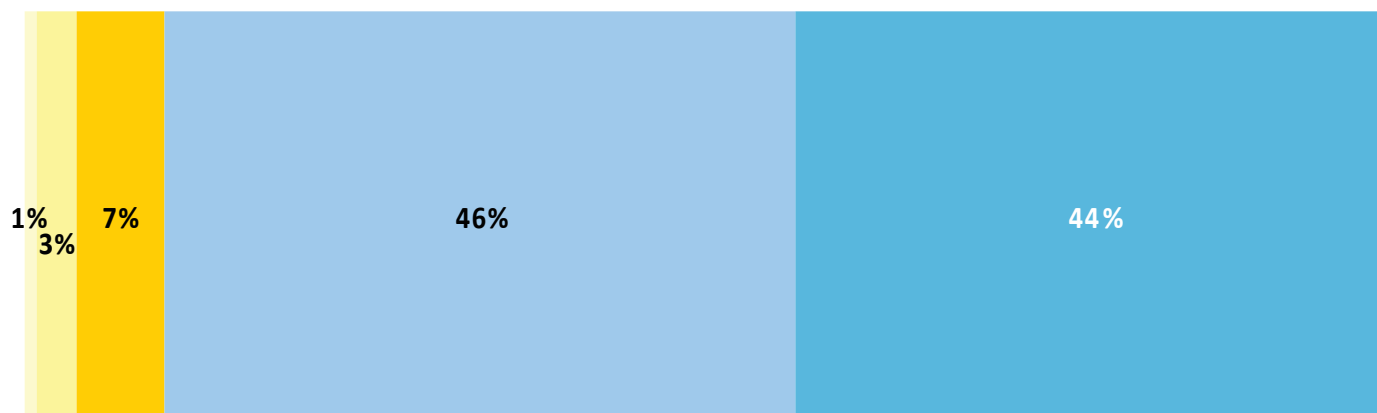


Discordo totalmente Discordo Não tenho opinião Concordo Concordo totalmente

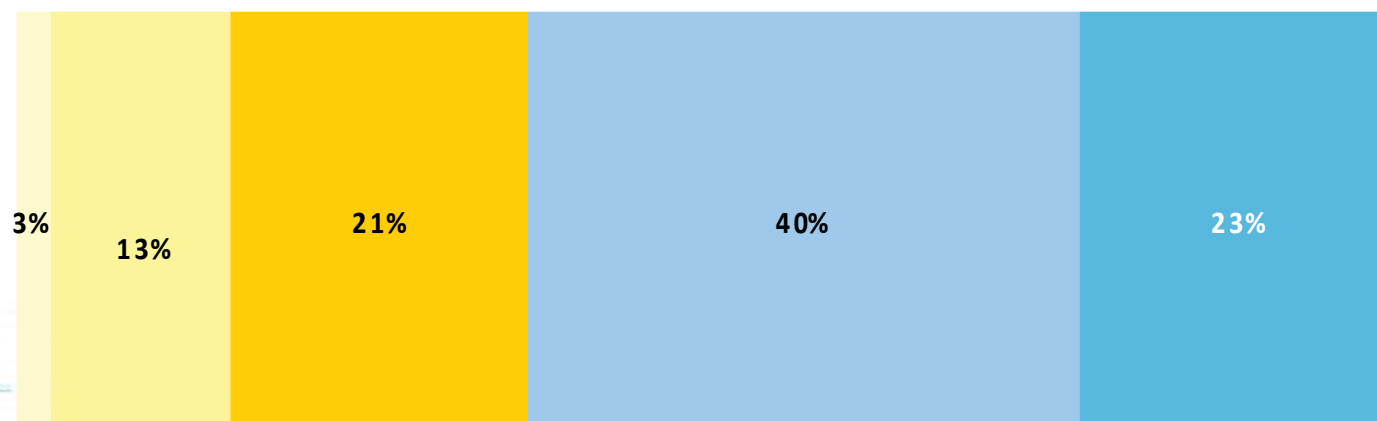
EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL

A entrada das classes populares na internet é uma grande ajuda aos novos negócios digitais.



As Lan houses e Cyber cafés favorecem o empreendedorismo digital, proporcionando o encontro de pessoas e a familiarização com a internet e tecnologia.



Discordo totalmente Discordo Não tenho opinião Concordo Concordo totalmente

EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL

Empreender é uma moda da geração atual e passará.



É praticamente unânime que a **internet possibilitou o surgimento de novos empreendedores** com a possibilidade de novos modelos de negócio e uma infinidade de novas idéias. Mesmo assim, 17% acreditam que empreender hoje em dia não é mais fácil do que há 10 anos.

A entrada das classes populares na internet alavanca os novos negócios digitais (90% de concordância).

63% concordam que as Lan houses e os Cyber cafés favoreceram o empreendedorismo, proporcionando o encontro de pessoas e a familiarização com a tecnologia.

Para os empreendedores, **o aumento do empreendedorismo digital não é uma questão de geração ou passageira** (87%).

EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL

Empreendedores que admiram:

Steve Jobs – 24%

Mark Zuckerberg – 16%



Romero Rodrigues (Buscapé) – **5%**

Larry Page (Google) – **4%**

Bill Gates – **3%**

Marco Gomes (Boo-box) – **3%**

Fabio Seixas (Camiseteria) – **2%**

Julio Vasconcellos (Peixe Urbano) – **2%**



Edney Souza (Interney) – **4%**

Outras pessoas mencionadas: Gil Giardelli; Tony Hsieh (Zappos); Eduardo Saverin (Facebook); Andrew Mason (Groupon); Aleksandar Mandic (Mandic).

Além dos empreendedores de grandes corporações internacionais, foram mencionados diversos nomes brasileiros de negócios recentes e de sucesso no país.

EMPREENDEDOR HOJE EM DIA

O PERFIL DO EMPREENDEDOR
DIGITAL NO BRASIL

Busca de informações:

Busca de informações	Mercado em que atua	Gestão de negócios
Internet (websites)	90%	67%
Blogs e redes sociais	79%	53%
Palestras e seminários	69%	54%
Amigos e conhecidos	61%	45%
Livros	53%	51%
Revistas especializadas	52%	44%
Cursos presenciais	36%	35%
Cursos on line	35%	27%
Programas de TV	22%	20%
Rádio	12%	11%
Não busco informações	6%	8%

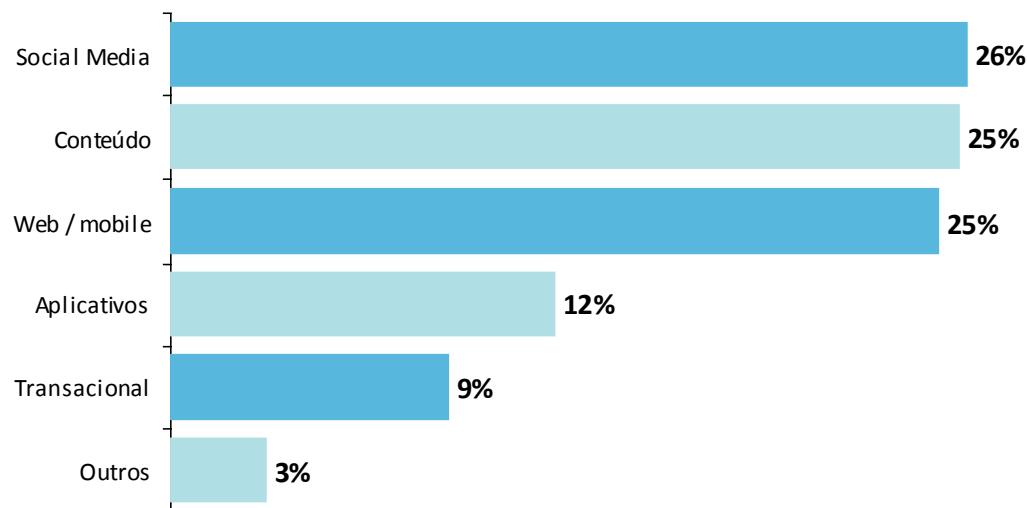
Cerca de 8% dos empreendedores não buscam informações sobre o mercado em que atuam ou gestão de negócios.

Internet (websites), blogs e redes sociais são as principais fontes de informação.

O PROJETO / NEGÓCIO

O PROJETO / NEGÓCIO

Qual o tipo de negócio digital você está empreendendo ou já empreendeu?



1 categoria	45%
2 categorias	37%
3 categorias	14%
4 categorias	3%
5 categorias	1%

Equilíbrio entre **negócios relacionados à social media, produção de conteúdo e desenvolvimento web / mobile.**

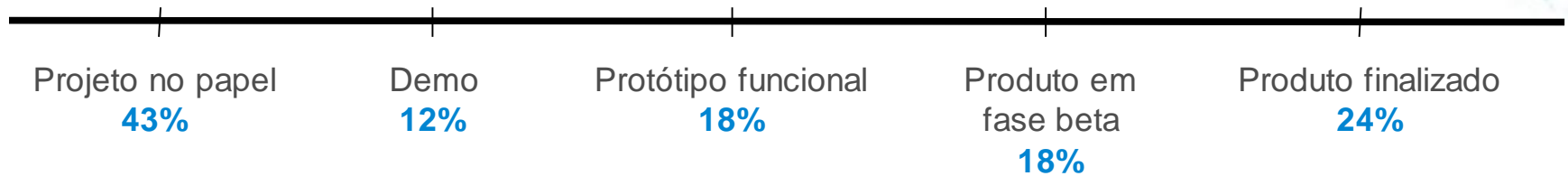
Apesar da popularização recente dos sites de compras coletivas (mais de 2 mil no Brasil) e sites de leilão, negócios transacionais são apenas 9% dos empreendimentos.

Na categoria Outros estão agências de publicidade digital, cursos / treinamentos e consultorias.

45% dos empreendedores possuem negócios ou projetos em apenas 1 das categorias apresentadas acima. O restante tem iniciativa em 2 ou mais categorias, mostrando que o empreendedor digital está atento às movimentações e oportunidades de negócios.

O PROJETO / NEGÓCIO

Estágio de desenvolvimento do negócio ou projeto:

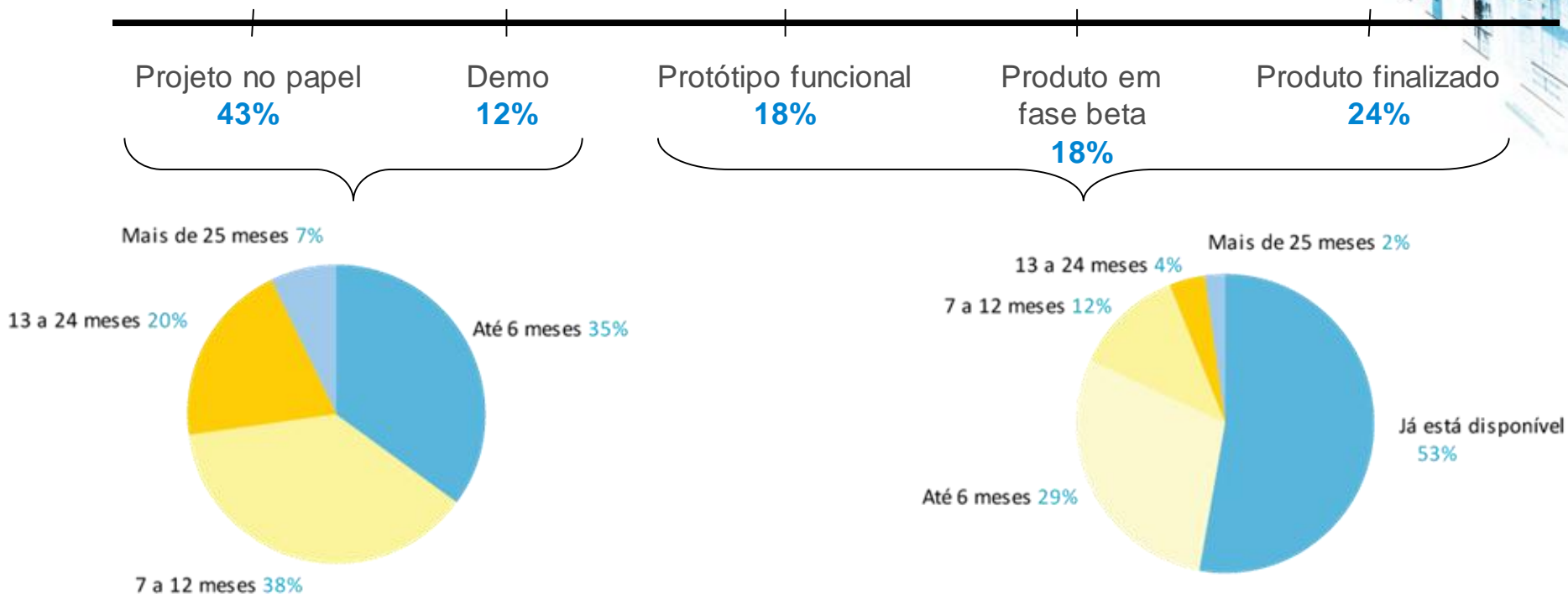


43% dos empreendedores possuem projetos ainda no papel para começarem a desenvolver.

Na outra ponta, **24% deles já possuem produtos / serviços finalizados.**

O PROJETO / NEGÓCIO

Estágio de desenvolvimento do negócio ou projeto:



O **ciclo de desenvolvimento de um projeto digital é curto**. Dentre os projetos que ainda estão no papel ou em demo, 35% estarão disponíveis para o mercado em menos de 6 meses e outros 38% em até 1 ano.

Para os produtos que já apresentam fase de desenvolvimento mais avançada, mais da metade deles já está disponível para o mercado (mesmo considerando apenas 24% deles finalizados). **Em até 6 meses, mais de 80% desses negócios estarão disponibilizados.**

PLANEJAMENTO

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Plano de negócios:

Quem desenvolveu o plano de negócios?	%
Eu	62%
Empresa ou profissional especializado	5%
Não existe plano de negócios bem definido	32%

Formalização:

O negócio constitui uma empresa formal?	%
Sim	55%
Em processo de legalização	22%
Não	23%

62% dos empreendedores desenvolveram o plano de negócios para seus idéias e projetos. Isso ressalta a importância da capacitação em cursos de gestão, planejamento e estratégia, já mencionado na formação dos empreendedores.

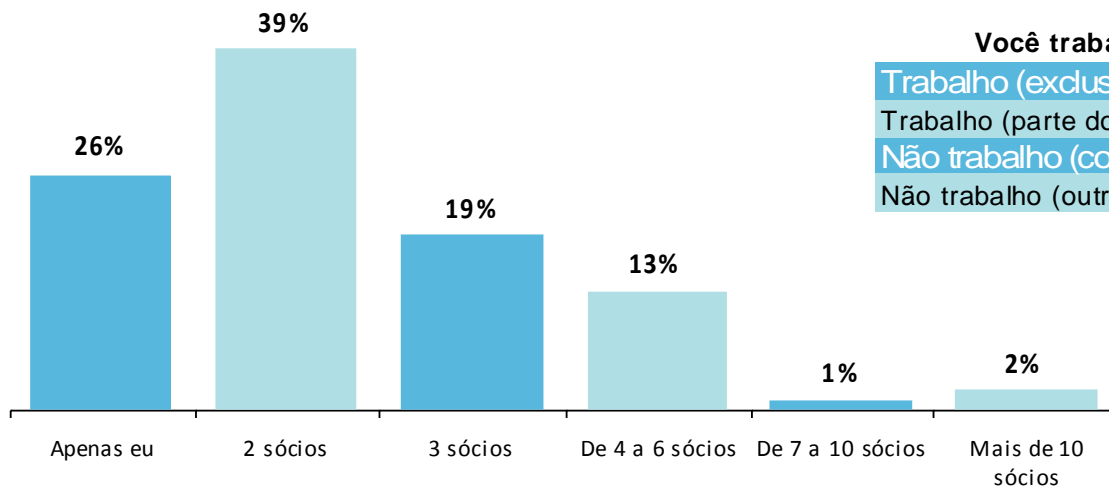
Um terço dos empreendedores não possuem um plano de negócio definido, mostrando falta de preparo ou falta de tempo / recursos (apontado como os principais problemas dos empreendedores digitais no Brasil).

45% dos negócios desenvolvidos ou em desenvolvimento pelos entrevistados **não constituem uma empresa formal,** porém metade delas está em processo de legalização.

ESTRUTURA

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Quantidade de sócios:



Participação do empreendedor:

Você trabalha com o seu projeto?	%
Trabalho (exclusivamente)	35%
Trabalho (parte do meu tempo)	63%
Não trabalho (contratei pessoas)	1%
Não trabalho (outros sócios trabalham)	1%

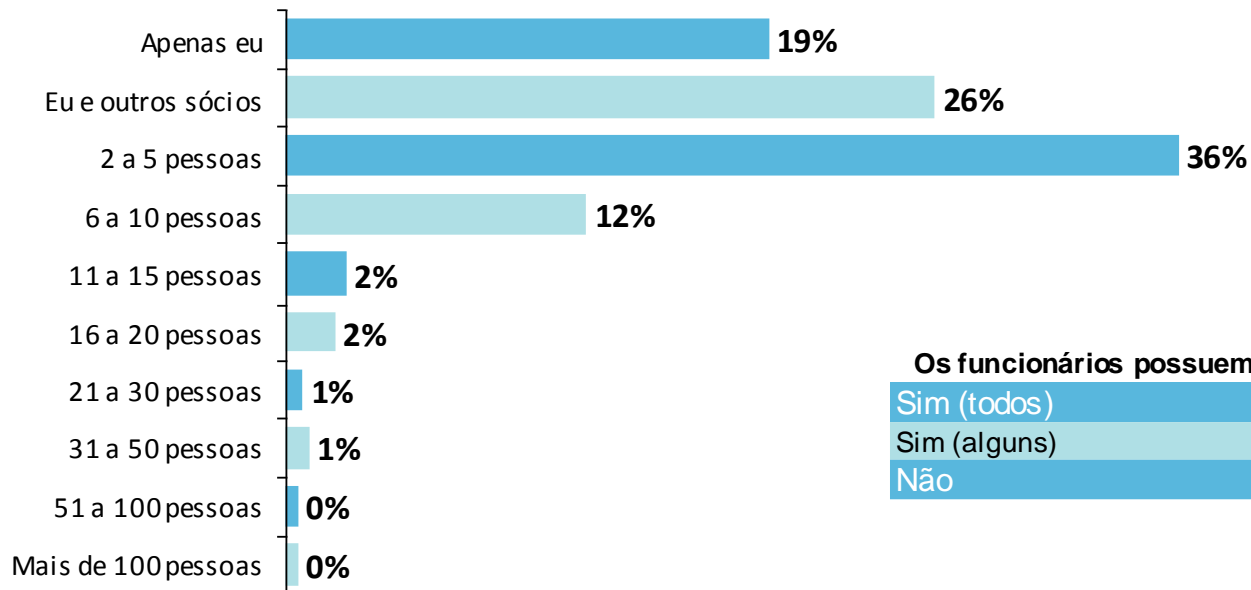
Os projetos digitais são desenvolvidos com poucos sócios (65% possuem até 2 sócios) **e presença do empreendedor no dia a dia** (98% deles trabalham em suas idéias). Porém, 63% dos empreendedores trabalham apenas parte do seu tempo em seus projetos, refletindo novamente o problema de falta de tempo, incentivo e recursos financeiros para o desenvolvimento de novos negócios digitais.

Apenas 2% dos empreendedores não trabalham em seus projetos (contrataram pessoas ou participação de outros sócios)

ESTRUTURA

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Quantidade de pessoas trabalhando no projeto:



Os funcionários possuem carteira assinada?	%
Sim (todos)	19%
Sim (alguns)	21%
Não	60%

Aproximadamente um quinto dos projetos são desenvolvidos apenas pelo empreendedor. A maior parte dos outros projetos também são **desenvolvidos com quantidade pequena de pessoas envolvidas**. 7% dos negócios possuem mais de 10 pessoas trabalhando.

Em geral, mesmo considerando apenas empresas com funcionários, 60% delas não estão dentro da legislação e os **envolvidos não possuem carteira assinada**.

ESTRUTURA

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Local:

Onde são desenvolvidas as atividades da empresa? %

Na minha casa	25%
Na casa de outro sócio	6%
Home Office	28%
Escritório da empresa	32%
Espaço de coworking	4%
Incubadora de empresas	3%
Universidade ou instituição de ensino	1%
Lan house ou Cyber Café	0%

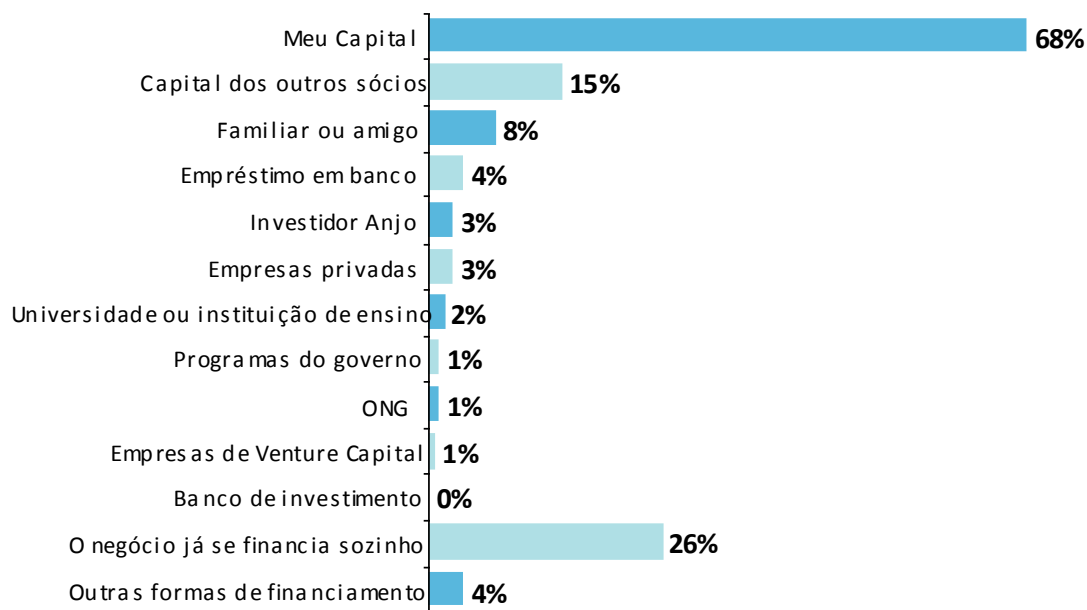
31% dos negócios em desenvolvimento ocorrem na casa dos sócios. A mesma quantidade (32%) já possui escritório próprio. Outros 28% possuem funcionários trabalhando em home office.

Observa-se, da estrutura como um todo, que os **negócios são muito dependentes do empreendedor**: poucos sócios, praticamente todos trabalham em suas idéias, poucos funcionários e operação sendo realizada sem local específico para o fim.

FINANCIAMENTO

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Quem financia o seu projeto ou negócio?



68% dos negócios são financiados pelo próprio empreendedor. Os demais possuem forte participação financeira de outros sócios ou amigos e familiares.

A profissionalização dos negócios, com captação de recursos com investidores (investidores anjo, bancos de investimentos, empresas de VC), é bastante limitada.

Parte desses negócios (26%) já possui faturamento para se manter no mercado sem aporte dos sócios ou terceiros.

FINANCIAMENTO

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Quem financia o seu projeto ou negócio?
(Análise por região)

Financiamento	Sudeste	Sul	Demais regiões	Total
Meu Capital	68%	65%	74%	68%
Capital dos outros sócios	13%	19%	15%	15%
O negócio já se financia sozinho	28%	28%	19%	26%

O financiamento com o próprio capital é ainda mais acentuado fora do eixo Sul-Sudeste (74% versus 68% da média Brasil). Porém, como mencionado anteriormente, o percentual de empreendedores que encontram na falta de recursos financeiros uma barreira nesta região não é maior que a média nacional. Algumas hipóteses para este fato são o desconhecimento de meios de financiamento ou a menor complexidade dos projetos.

Fora do eixo Sul-Sudeste também é apresentado o menor percentual de negócios que se financiam sozinho.

FINANCIAMENTO

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

Empresas que não possuem investimento de terceiros.

Já apresentou projeto para investidor?

Sim	21%
Não	79%

Resultado da apresentação	%
Estamos em negociações	42%
Já investiram e saíram do negócio	19%
Não quiseram investir	15%
Estou trabalhando na lista de exigências para investirem	8%
Depois de apresentar o projeto, desisti de ter um investidor	8%
Eu não aceitei a contra partida pedida	6%
Eles irão investir em breve	1%

Motivo de não apresentar projeto para investidor:	%
Pretendo apresentar mais para frente	55%
Não conheço nenhum investidor ou empresa	26%
Não estou preparado	18%
O negócio é pequeno demais para se interessarem	16%
Não necessito de mais recursos	10%
Não quero prestar contas ou dar satisfação para ninguém	6%
Não quero ter que dividir a participação	5%
Medo de roubarem a minha idéia	4%

Dentre os empreendedores que financiam seus próprios negócios, 21% já apresentaram a idéia para investidores. Dentro deste grupo, pouco menos da metade está **em negociações para o futuro**. 15% tiveram seus projetos rejeitados.

Dentro do grupo dos empreendedores que não apresentaram seus projetos para investidores (79%), 55% acham que **ainda não é a hora e irão apresentar no futuro**; 26% desconhecem como fazer; 18% não se sentem preparados e 16% acreditam que não existirá interesse. Apenas 10% não apresentaram, pois não precisam de mais recursos do que têm disponível.

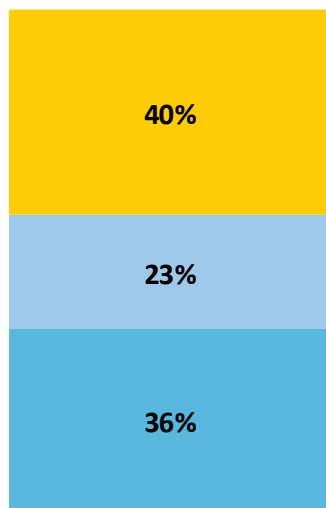
FUTURO

apenas projetos / negócios que já passaram da fase demo

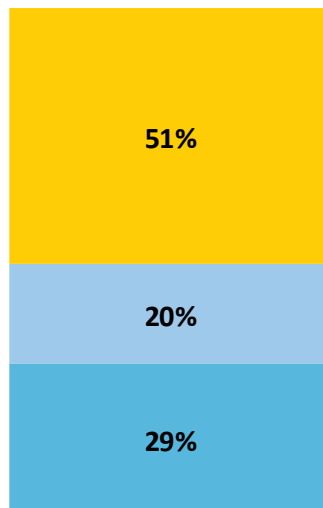
No momento, 38% dos empreendedores não trocariam ou venderiam seus projetos. Porém, no futuro, 40% querem vendê-los para grandes empresas e 51% querem usá-los como trampolim para terem mais dinheiro e experiência para outras empreitadas.

Não vendo nem troco	38%
Venderia por uma boa oferta	29%
Venderia para investir em outras idéias minhas	28%
Trocaria por uma empresa em estágio mais maduro	3%
Trocaria por um emprego mais estável	1%
Trocaria por outra empresa que me desse menos trabalho	0%

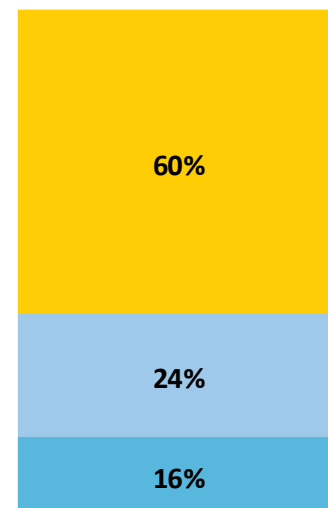
■ Concordo ■ Não tenho opinião ■ Discordo



Penso em vender esse projeto para uma grande empresa quando atingir um estágio mais maduro.



Esse projeto é um trampolim para ganhar dinheiro, experiência ou fama para projetos maiores no futuro.



Esse é o projeto que sonhei e provavelmente trabalharei nele por muito tempo.

CONCLUSÃO

The background of the slide is a blue-tinted photograph of a server room. It shows multiple rows of server racks extending into the distance, with various cables and components visible on the racks. The perspective is from a low angle, looking down a long aisle between the racks.

CONCLUSÃO

A internet e, mais recentemente, a entrada das classes populares no mundo digital fizeram com que a quantidade de empreendedores crescesse de forma significativa.

De uma forma geral, esses empreendedores enxergam as oportunidades e trabalham e financiam o desenvolvimento de seus negócios. São figuras essenciais não só para ter as idéias, mas para fazer com que o projeto saia do papel. Verificou-se que a maioria deles não são de formação tecnológica, o que ocasiona busca intensa (e falta) de profissionais competentes de TI.

A estrutura de desenvolvimento dessas novas empresas sofre o impacto de diversos componentes. Primeiramente, as dificuldades que os empreendedores enfrentam. A principal delas é a falta de recursos financeiros. As demais dificuldades mencionadas são consequências dessa falta de dinheiro: a falta de tempo, pois precisam trabalhar para ter o salário fixo e se dedicar ao novo projeto simultaneamente; a falta de incentivo do governo (incentivo não no sentido de motivação, mas crédito, fiscal, etc.).

Pode-se acrescentar a essas dificuldades o dinamismo do mercado digital. Uma idéia inovadora hoje pode estar obsoleta amanhã. Esse dinamismo é expressado no curto ciclo de lançamento dos produtos digitais, mas também influencia na falta de estrutura dessas novas empresas: poucas pessoas envolvidas, dependência do empreendedor, informalidade da empresa e funcionários sem carteira assinada.

Verificou-se baixo percentual de empreendimentos com investimento profissional. Porém, há interesse por parte dos empreendedores em apresentar suas idéias para investidores no futuro, quando estiverem melhor preparados ou os projetos estiverem em estágios mais maduros.

No momento, os novos projetos são fonte de esperança. Os empreendedores possuem resistência em vender ou trocar, mas enxergam que eles podem ser fonte de recursos financeiros e experiências para novos projetos no futuro.



O PERFIL DO EMPREENDEDOR DIGITAL NO BRASIL

Realização:

M. Sense Pesquisa e Inteligência de Mercado

Bruno Maletta - bruno.maletta@msense.com.br