digitalização das micro e pequenas **empresas**

pesquisa quantitativa

agosto – 2022 (v3)

objetivo

analisar a transformação digital das MPEs

objetivos específicos:

- identificar grau de digitalização dos pequenos negócios
- levantar quais ferramentas e tecnologias utilizam e a intensidade
- identificar o que foi implementado em consequência da pandemia
- levantar ferramentas e tecnologias que ainda permanecem em uso
- identificar expectativas e investimentos futuros na transformação digital
- identificar perfis dos que atuam apenas no digital ou migraram para o formato digital após a pandemia
- levantar o desempenho e associação da digitalização com o faturamento e vendas da empresa

1.155 entrevistas

metodologia

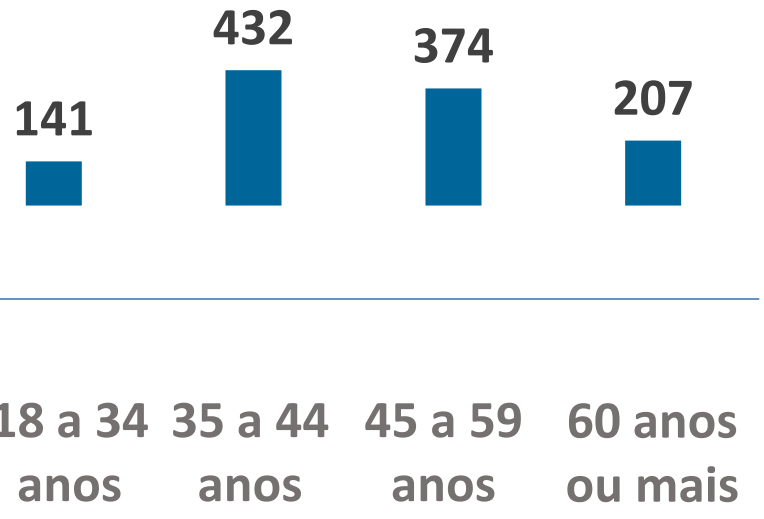
- aplicação de um questionário único (perguntas fechadas e abertas) a uma amostra de empreendedores
- pesquisa realizada via CATI (telefone)
- listagem com o nome dos participantes fornecida pelo SEBRAE SP
- entrevistas realizadas entre os dias 25/07 e 05/08/2022
- margem de erro +/- 3%
- o critério de ponderação aplicado foi calculado e determinado pelo Sebrae

todo o estudo obedeceu aos códigos de ética da:

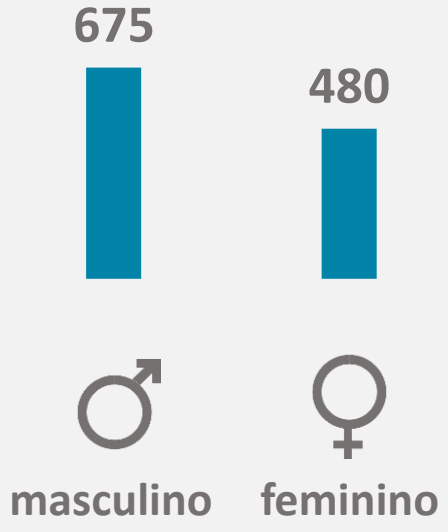
ABEP, da ESOMAR e à norma ABNT NBR ISO 20.252:2012

segmentação

faixa etária

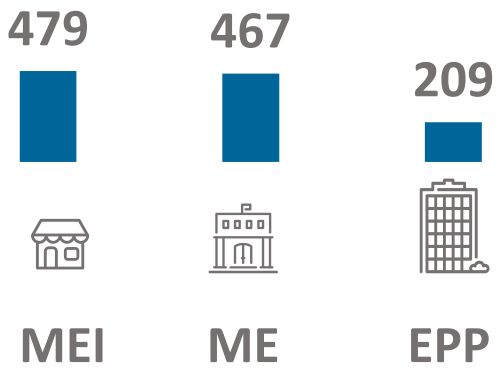


gênero

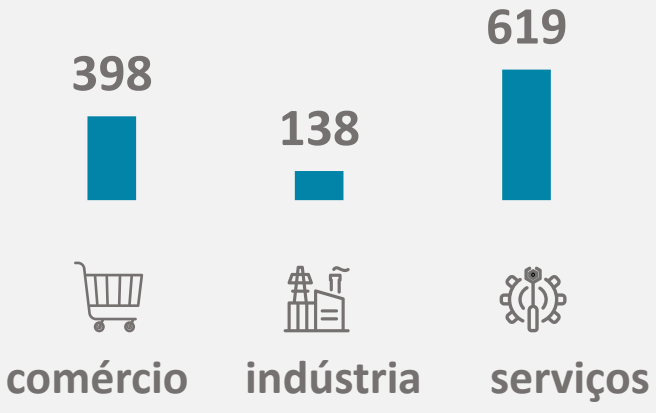


segmentação

porte



setor



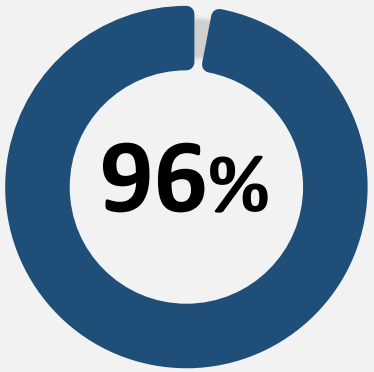
* porte das empresas foi definido a partir da classificação das empresas recebida na base de dados

itens utilizados no dia a dia da empresa

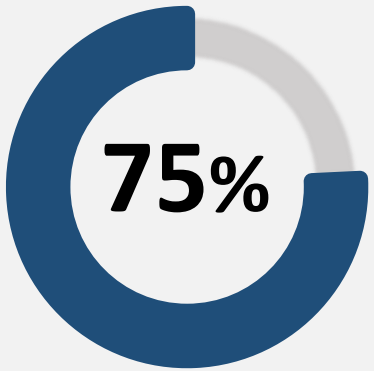
- nessa amostra de 1.155 MPE entrevistadas, na média 3 em cada 4 delas (75%) declaram utilizar diariamente no dia a dia da empresa ‘**computador**’ ou ‘notebook’, percentual esse que se mantem na maior parte das segmentações consideradas. (p1)

- já no que diz respeito à utilização do ‘telefone **celular**’ no dia a dia da empresa, praticamente a totalidade desses empreendedores (96%) confirma a prática, reforçando a percepção de se tratar do canal mais provável para a transformação digital. (p2)

itens utilizados no dia a dia da empresa



utilizam o celular no dia a dia da empresa



utilizam computador ou notebook no dia a dia da empresa

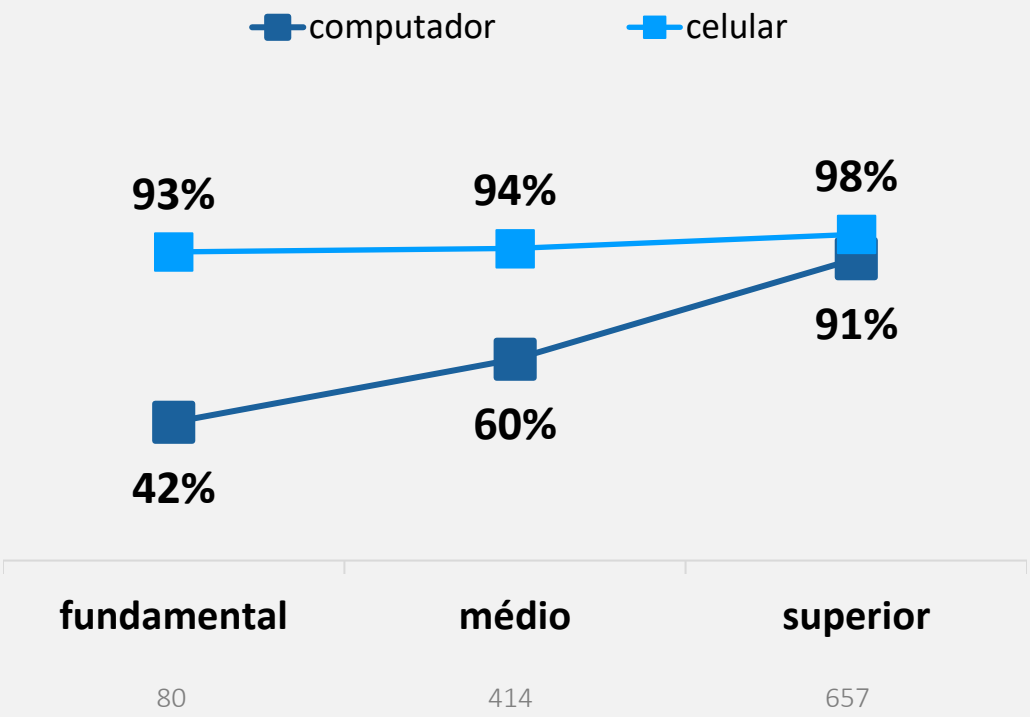
base: 1.155

itens utilizados no dia a dia da empresa

- o grau de **escolaridade** desses empreendedores é um aspecto bastante determinante no que diz respeito à essa utilização no dia a dia da empresa, seja de ‘computador’ ou de ‘notebook’. (p1)

- já com relação à utilização do ‘telefone celular’ no dia a dia da empresa, a quase **totalidade** dos empreendedores entrevistados já adota o recurso, algo que repete em todos os critérios de segmentação considerados na pesquisa. (p2)

utilização no dia a dia da empresa



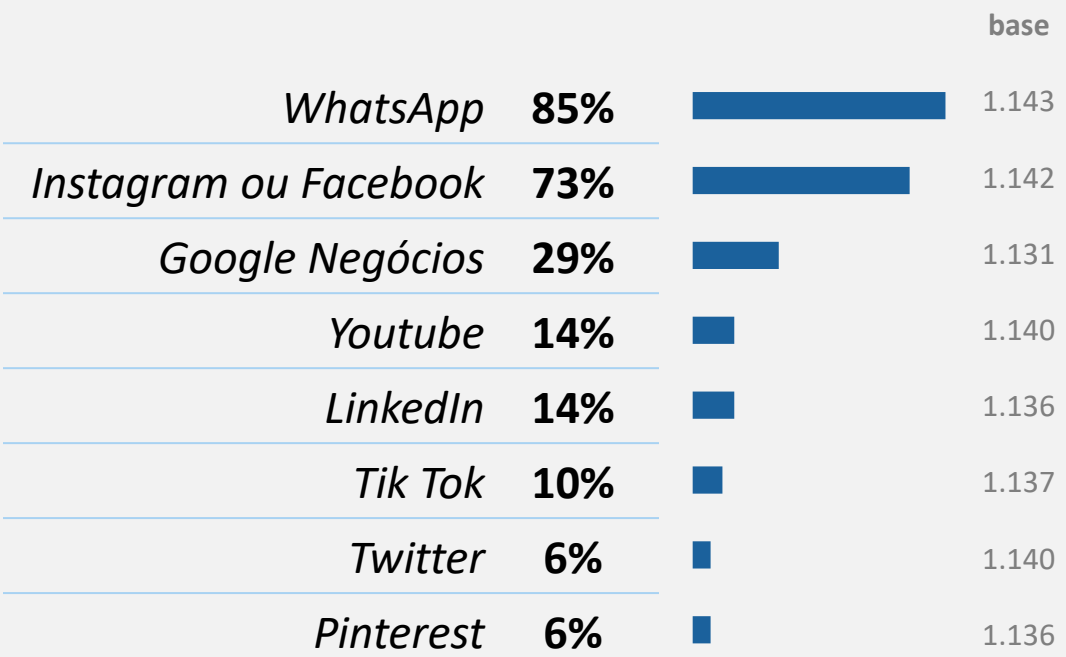
P1/2. Dos itens que vou citar, quais são utilizados no dia a dia da empresa (EST-RU)?

redes sociais onde tem perfil

- algumas redes sociais apresentaram percentuais bem elevados de perfis empresariais, como por exemplo o Instagram/ Facebook (73%) ou o **WhatsApp** (85%), sendo os resultados das demais substancialmente menos relevantes. (p3/10)

- merece destaque o alto percentual de respostas do **Google Negócios** (29%) que muito provavelmente deva ser reflexo de um entendimento equivocado, com boa parte desses empreendedores, talvez entendendo ter-se tratado do buscador Google.

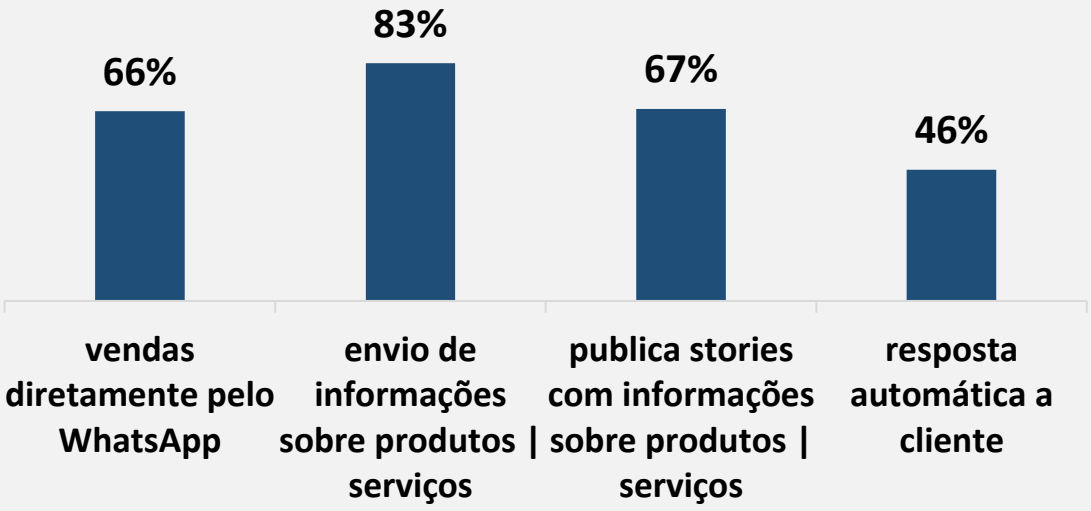
redes sociais onde a empresa tem perfil



serviços oferecidos pelo WhatsApp

- em termos negociais, as respectivas empresas desses empreendedores entrevistados já ofereceriam os seguintes serviços disponibilizados pelo **WhatsApp** (apenas para os que confirmaram a utilização dessa rede socias). (p11/14)

serviços oferecidos pelo WhatsApp



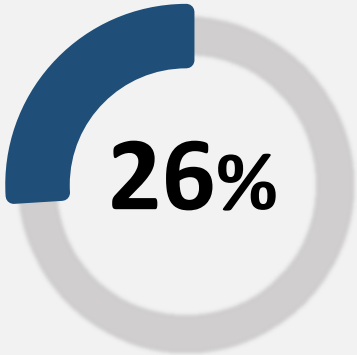
base: ~968

P11/14. Quais serviços a sua empresa oferece pelo WhatsApp? (EST-RU) se respondeu sim na P10 WhatsAPP

comunicação paga nas redes sociais

- o investimento em **comunicação paga** nas redes sociais já começa a ganhar espaço, tanto que pouco mais de 1 em cada 4 entrevistados (26%) afirmou se valer do recurso, o que não deixa de ser um indicador interessante dessas iniciativas. (p15)

investem em comunicação paga



costumam investir em comunicação paga nas redes socias

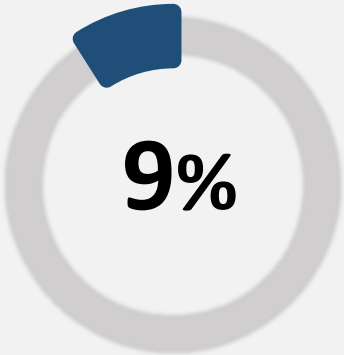
base: 1.140

realizar lives de vendas nas redes sociais

- ainda que nem todas as possibilidades existentes sejam bem exploradas pelos empreendedores, como no caso da realização de **lives de vendas** pelas redes sociais. (p16)

- Tanto que atualmente, menos de 1 em cada 10 (9%) desses empreendedores tem esse costume como parte do seu negócio.

realizam lives de vendas nas redes sociais



costumam realizar lives de vendas nas redes sociais

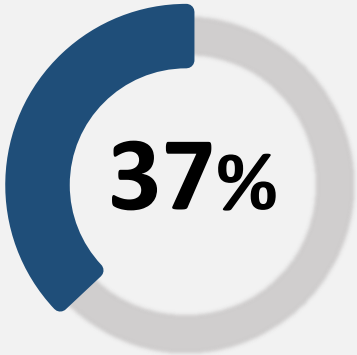
base: 1.143

P16. A empresa costuma realizar lives de vendas nas redes sociais? (ESP - RU)

site na internet

- mesmo a existência de um **site da empresa** para ser acessado ou mesmo ocupar um espaço no mundo digital e na internet ainda se constitui em um passo dado por poucos desses empreendedores (37%), pouco mais de 1 em cada 3 deles. (p17)

empresas com site na internet



possuem site na internet

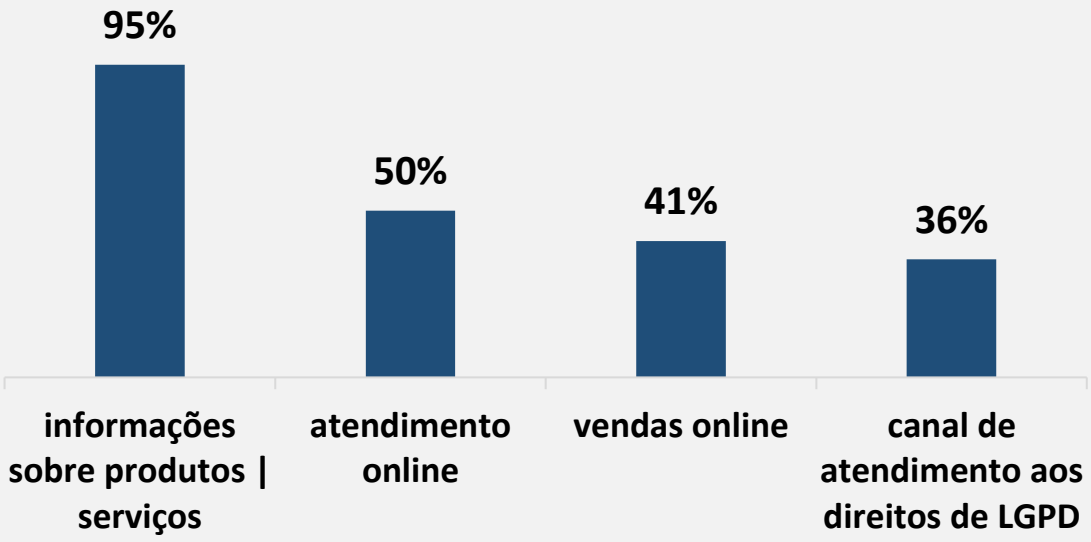
base: 1.139

serviços oferecidos no site

- esses empreendedores que já têm um **site**, praticamente na sua totalidade (95%) disponibilizam informações sobre produtos e sobre serviços prestados, confirmando terem avançado alguns passos nessa jornada rumo a digitalização das empresas. (p18)

- o **atendimento online** (50%) via site, conforme os entrevistados, ainda não seria algo tão generalizado nesse universo, em que pese já haver alcançado no mínimo a metade das empresas desses empreendedores (50%). (p19)

serviços oferecidos no site



base: ~459

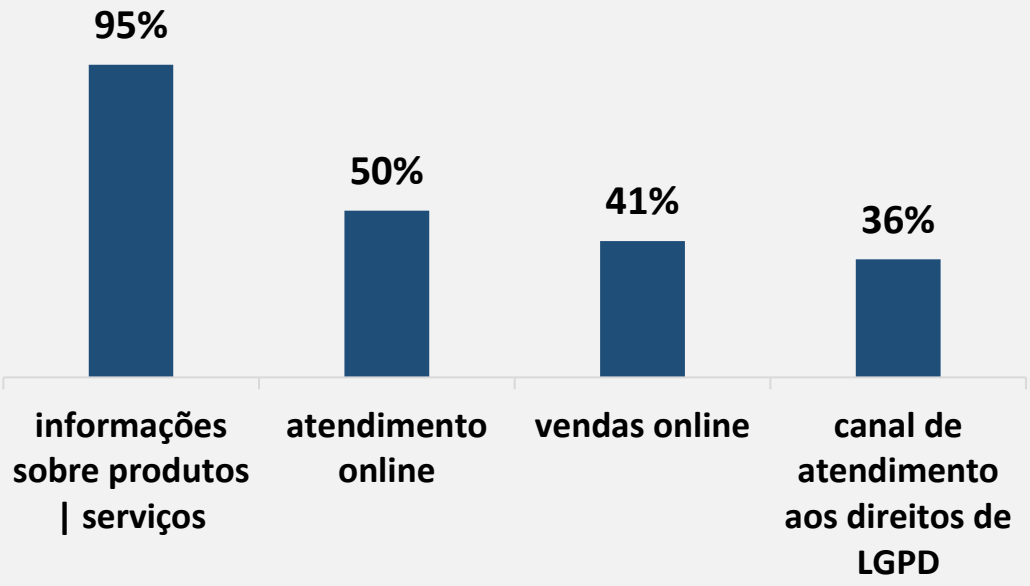
P18/21. Quais serviços a empresa oferece nesse site? (EST-RU)

serviços oferecidos no site

- algo similar verificado também com as **vendas online** no site que ainda se restringem a somente 41% dessas empresas, em uma clara indicação de um grande espaço a ser trabalhado pelo Sebrae. (p20)

- e mais tímida ainda seria a existência de um canal de atendimento aos **direitos de LGPD** no site, visto que um pouco mais de 1 em cada 3 empresas (36%) entrevistadas oferece tal serviço, também uma indicação de um espaço a ser trabalhado pelo Sebrae. (p21)

serviços oferecidos no site



base: ~459

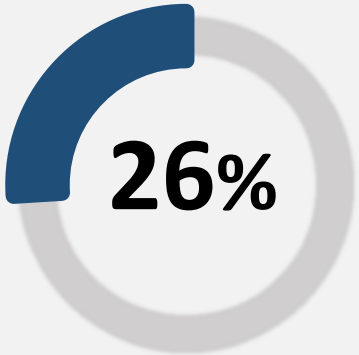
P18/21. Quais serviços a empresa oferece nesse site? (EST-RU)

plataformas online utilizadas para comercializar seus produtos

- a utilização de **plataformas online** para a comercialização de produtos é ainda menos presente nessa realidade das MPE, alcançando pouco mais de 1 em cada 4 (26%) desses empreendedores entrevistados. (p22)

- o que implica que 3 em cada 4 dessas MPE (74%) ainda não fazem parte desse universo de empresas que se utilizam de uma plataforma online para comercializar os seus serviços ou produtos.

plataformas online



utilizam plataformas online para comercialização

base: 1.134

plataformas online utilizadas para comercializar seus produtos

- dentre as diferentes **plataformas** online para a comercialização, destaque para o 'Mercado Livre', por ser a opção mais citada e a adotada por 1 em cada 5 (21%) dessas MPE entrevistadas que já fazem uso. (p22)

- é possível observar a existência de uma **concentração**, visto que pouco mais de 3 em cada 5 dessas MPE (43%) que já trabalham com plataformas online utilizam apenas 3 dessas diferentes opções.

plataformas online	% do total	% dos que usam
Mercado Livre	8%	21%
Instagram ou Facebook	5%	12%
WhatsApp	4%	9%
OLX	3%	7%
Shopee	3%	7%
Ifood	3%	7%
e-commerce próprio	2%	6%
Amazon	1%	3%
site próprio	1%	2%
Submarino	1%	2%
Google Negócios	1%	1%
Rappi	0%	1%
Get Ninjas	0%	1%
Elo 7	0%	1%
outras plataforma diversas	8%	21%
total de citações	39%	100%
total de respondentes	26%	26%

43%

base: 1.134

P22. Quais plataformas online a empresa utiliza para comercializar seus produtos? (ESP-RM)

vendas online e vendas presenciais

- a comparação entre o faturamento ‘online’ e o ‘presencial’, como esperado, apresenta uma participação bem mais expressiva ainda do ‘**presencial**’ (71%), em que pese toda a nova conjuntura decorrente da pandemia. (p23)

como se divide o faturamento [online vs presencial]

71%

vendas presenciais

29%

vendas online

base: 1.064

P23. Hoje, como se divide o faturamento entre vendas online e vendas presenciais? (ESP - RM) (ATENÇÃO O SOMATÓRIO DEVE SER IGUAL A 100%)

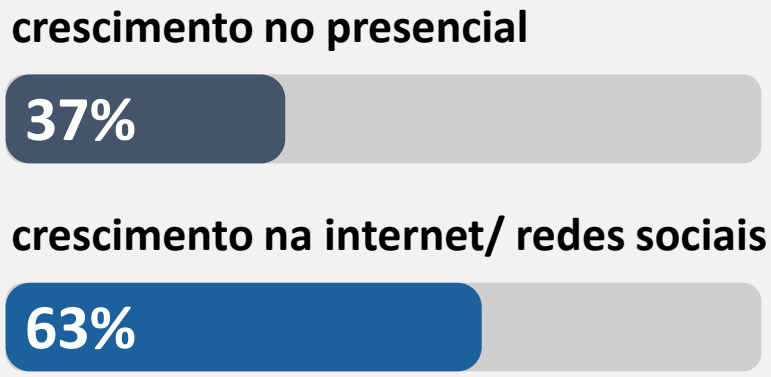
crescimento nos próximos 5 anos

- de qualquer forma, com relação aos próximos 5 anos, a maior parte dos empreendedores entrevistados considera que o **crescimento** maior se dará nas vendas pela ‘internet & redes socais’ (63%), implicitamente reconhecendo a necessidade de mudanças. (p24)

- ou seja, quase 2 em cada 5 (37%) desses empreendedores consideram que, mesmo nesse futuro próximo de 5 anos, as vendas na própria empresa ainda permanecerão no formato ‘**presencial**’.

- ao mesmo tempo em que os restantes (63%) identificam no **futuro** um crescimento maior do formato ‘internet & redes socais’, algo que demandará mudanças nos respectivos formatos de negócio.

previsão de crescimento nos próximos 5 anos



base: 1.058

P24. Para os próximos 5 anos, acredita que as vendas da empresa terão um crescimento maior no presencial ou pela internet e redes sociais? (EST-RU)

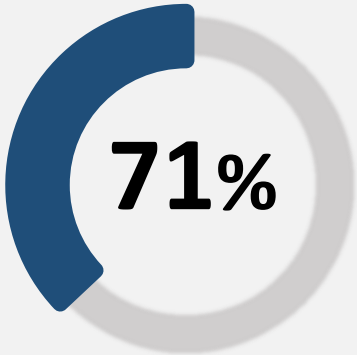
armazenamento de dados e gestão de informações

armazenagem de dados pessoais dos clientes

- no que se refere ao armazenamento e a coleta de dados, a **maior parte** dos empreendedores (71%) declara realizar ambas as atividades. (p25)

- o percentual (29%) de empreendedores declarando não realizar a coleta e nem o armazenamento necessitaria ser considerado com algum cuidado visto que em estudos anteriores o **desconhecimento** até mesmo do que sejam dados foi bem presente.

armazenagem de dados pessoais dos clientes



coletam ou armazenam algum tipo de dados dos clientes

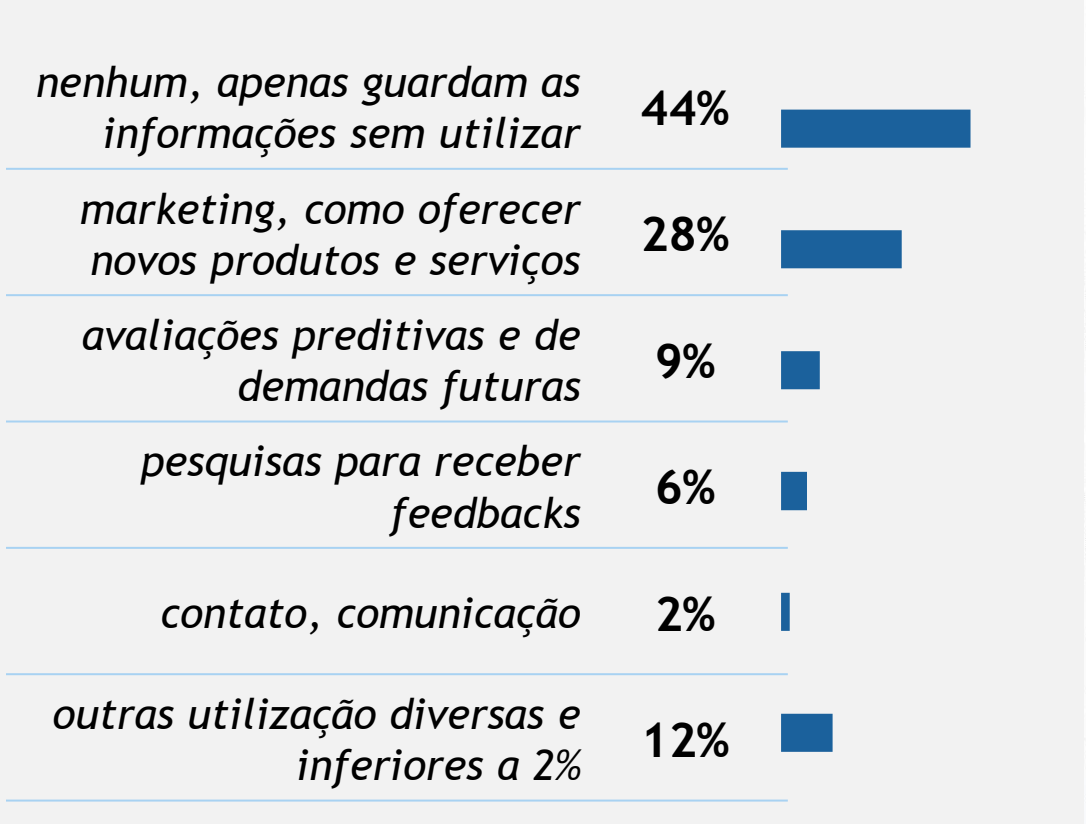
base: 1.137

como usam as informações armazenadas

- a utilização dessas informações pelos empreendedores, de alguma forma espelha o desconhecimento do valor e de possíveis usos dos dados, visto que pouco mais da metade (56%) declara uma **finalidade** específica. (p26)

- e mesmo assim, aparentemente, dado o tipo de utilização informada é possível imaginar que o potencial dos dados armazenados esteja sendo ainda **pouco explorado** por desconhecimento e/ou despreparo desses empreendedores no assunto.

uso feito das informações armazenadas



base: 810

P26. O que a empresa faz com essas informações armazenadas? (ESP - RU)

serviço utilizado para armazenamento de dados

- de alguma forma, os resultados quanto ao tipo de serviço de armazenamento utilizado pelos empreendedores confirmam essa impressão quanto ao desconhecimento e/ou **despreparo** desses entrevistados no assunto. (p27)

serviço de armazenamento de dados

sistema| servidor próprio	**17%**
celular	**12%**
excel| planilha	**11%**
papel, agenda, caderno	**10%**
WhatsApp	**7%**
computador	**7%**
nuvem| banco de dados em nuvem	**6%**
Google Drive	**4%**
HD externo	**3%**
e-mail	**3%**
outros apps e softwares	**2%**
outras ferramentas	**2%**
OneDrive	**1%**
outros serviços diversos	**16%**
outros serviços de nuvem	**1%**
nenhum	**3%**

base: 684

P27. Qual serviço de armazenamento de dados a sua empresa utiliza? (ESP - RU)

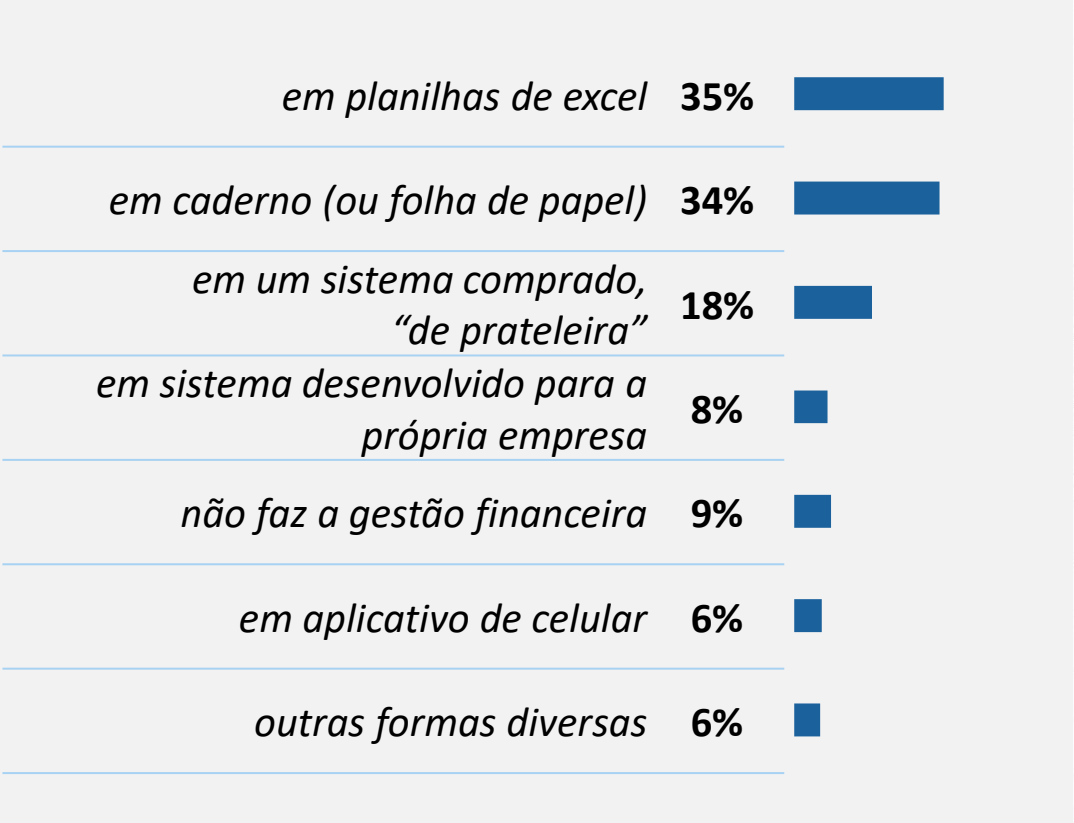
gestão financeira do negócio

- ou seja, além de aparentemente a maior parte dos empreendedores **sequer** haver conseguido **compreender** a pergunta, vários entrevistados confundem o serviço com o armazenamento ou nem mesmo entendem os riscos envolvidos. (p28)

- algo que, de certa forma, também se confirma pela forma como a gestão financeira (controle de receitas e despesas) dessas MPE é realizada atualmente, em que a **distância** das empresas de uma necessária transformação digital se mostra muito grande.

- tanto que o total daqueles que fazem o controle em '**caderno**', no '**celular**' ou sequer dispõem de gestão financeira representa no total 49%, ou praticamente o equivalente a 1 em cada 2 deles!

gestão financeira do negócio

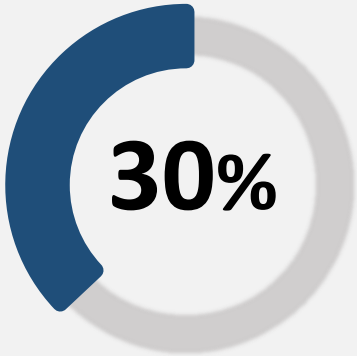


base: 1.128

software para gerir atividades de forma integrada

- dentre as MPE entrevistadas, o equivalente a pouco menos de 3 em cada 10 delas (30%) teriam hoje, no próprio negócio algum software que realiza a gestão integrada, o que a 1ª vista não é um percentual, dado os resultados anteriores e o porte das empresas. (p29)

software integrando atividades



negócio utiliza algum software para gerir as atividades de forma integrada

base: 886

software para gerir atividades de forma integrada

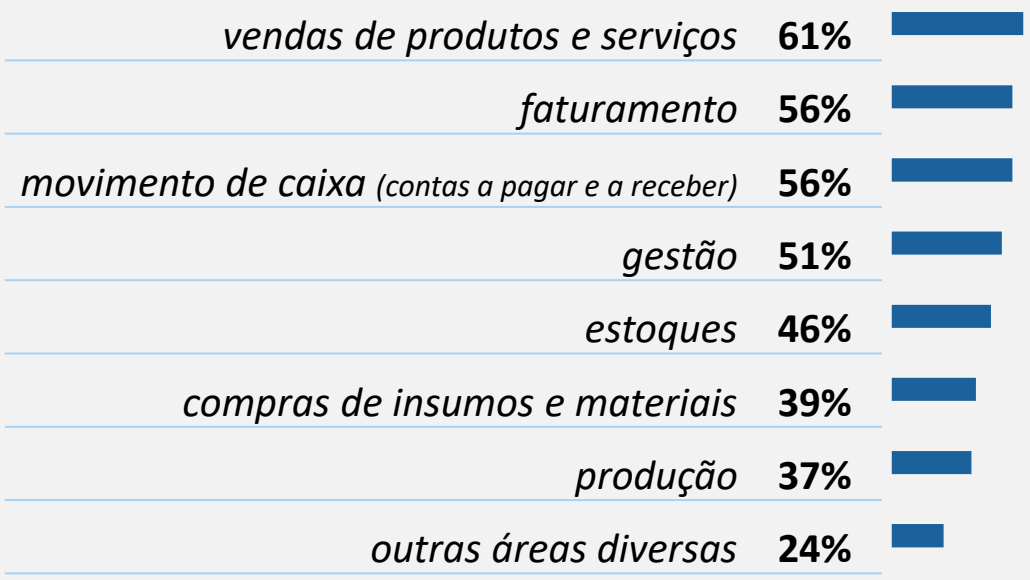
- esse percentual de utilização de software de gestão integrada, como esperado, se apresenta bastante relacionado com o respectivo **porte** da empresa entrevistada, variando o equivalente a 155% entre os extremos. (p29)

software integrando atividades

atividades integradas

- ainda que algumas das atividades possam não haver sido de todo compreendidas, e mesmo se tratando de MPE, existe uma **diversidade** razoável e um volume de áreas do negócio já integradas aparentemente acima do esperado. (p30)

atividades integradas



base: 298

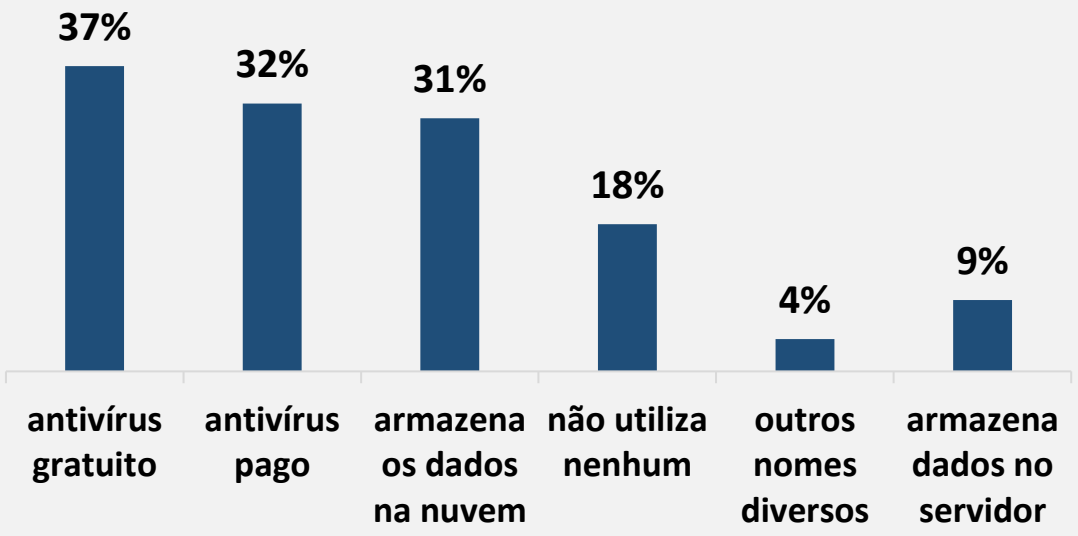
P30. Quais atividades estão integradas por este software ou sistema de caixa? (ESP-RM)

sistema de segurança utilizado contra ataques virtuais

- com relação aos sistemas de segurança utilizados pelas empresas contra os ataques virtuais, à **1ª vista** os resultados podem parecer positivos, principalmente se considerado que somente 18% dos entrevistados não teriam essa preocupação. (p31)

- considerando, contudo, a fragilidade da proteção proporcionada pelos antivírus gratuitos (37%) somada à não utilização de nenhuma proteção (18%), o total já **supera ½** dos empreendedores entrevistados (55%), o que sinaliza a conscientização das MPE.

sistema de segurança contra ataques virtuais



base: 840

sistema de segurança utilizado contra ataques virtuais

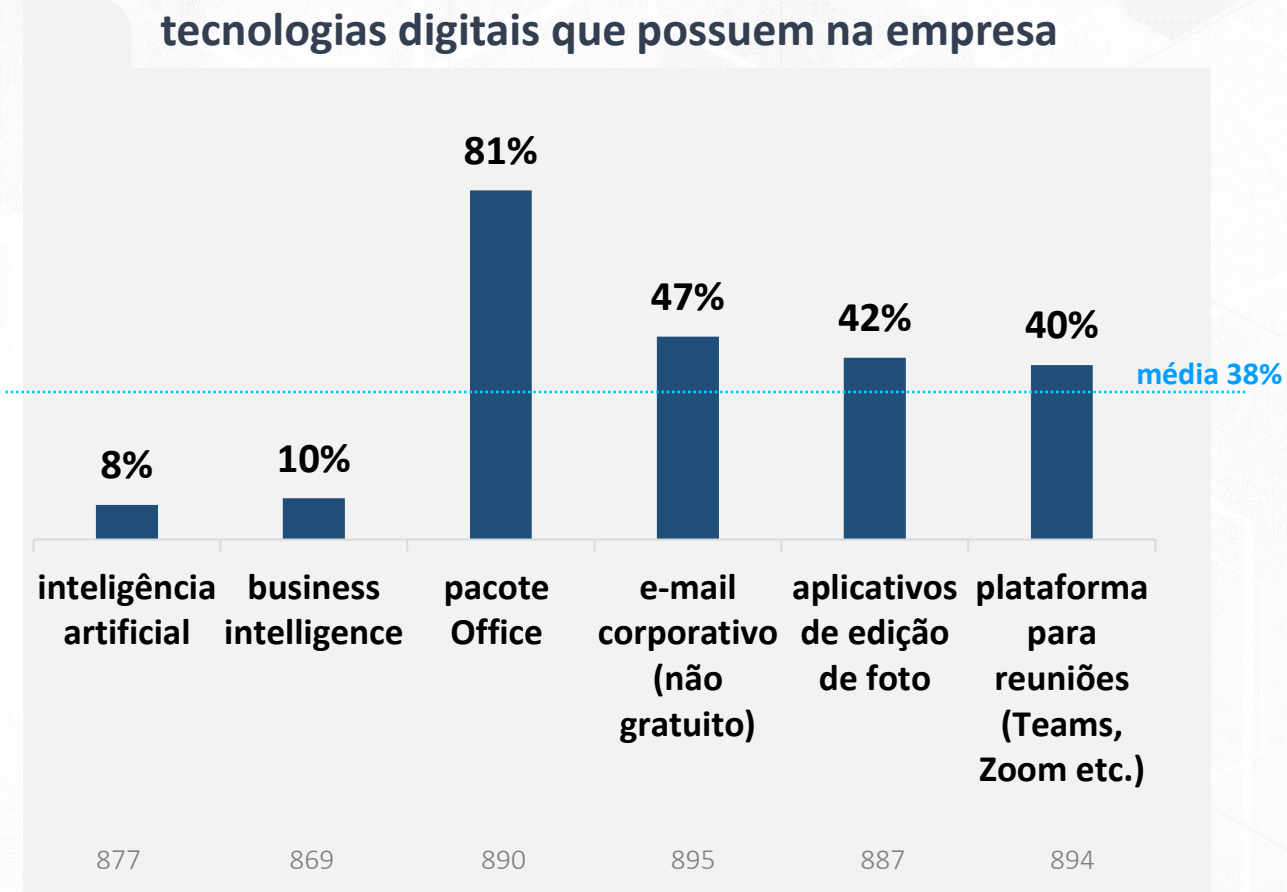
- algumas opções como ‘nenhum’, ‘antivírus gratuito’, ‘antivírus pago’ e ‘armazenamento em servidor’ refletem com clareza a **relação** entre o porte das empresas e a preocupação com a proteção, indiretamente apontando o estágio de digitalização das MPE. (p31)

sistema de segurança contra ataques virtuais

	MEI	ME	EPP
nenhum	**23%**	**16%**	**12%**
antivírus gratuito	**41%**	**35%**	**31%**
antivírus pago	**19%**	**38%**	**42%**
armazenamento em nuvem	**27%**	**33%**	**25%**
outros sistemas diversos	**2%**	**5%**	**4%**
armazenamento em servidor	**4%**	**10%**	**19%**
	258	397	185

tecnologias digitais que possuem na empresa

- com relação à **adoção** de diferentes tecnologias digitais, esse universo apresenta uma grande variedade (909% entre os extremos), mas no mínimo a utilização do pacote Office já seria algo presente em 4 de cada 5 (81%) dessas MPE. (p32/37)



P32/37. Quais tecnologias digitais possui, ainda que parcialmente, na sua empresa? (EST-RU)

tecnologias digitais que possuem na empresa

- os percentuais de adoção das diferentes tecnologias digitais se mostram razoavelmente **similares** em função da escolaridade do empreendedor, variando 54% entre os extremos, quando comparados pela média. (p32/37)

tecnologias digitais que possuem na empresa

	fundamental	médio	superior ou +
P32. inteligência artificial	**3%**	**4%**	**10%**
P33. business intelligence	**6%**	**6%**	**11%**
P34. pacote Office	**59%**	**70%**	**87%**
P35. e-mail corporativo	**17%**	**32%**	**56%**
P36. aplicativos de edição de foto	**34%**	**37%**	**45%**
P37. plataforma para reuniões	**17%**	**20%**	**51%**
média	**23%**	**28%**	**43%**

P32/37. Quais tecnologias digitais possui, ainda que parcialmente, na sua empresa? (EST-RU)

plataformas ou ferramentas digitais indispensáveis

- as plataformas ou ferramentas digitais tidas como indispensáveis para a gestão da micro e pequenas empresas foram bem diversificadas, com destaque em particular para o **WhatsApp** com pouco mais de 1 em cada 4 respostas (29%). (p38)

- nesse aspecto em particular, chama a atenção que pouco menos que 1 em cada 3 dessas MPE (28%) entrevistadas **reconheça** não fazer uso de nenhuma plataforma ou ferramenta digital.

plataformas ou ferramentas digitais indispensáveis

WhatsApp	**29%**
não utiliza nenhuma ferramenta digital	**28%**
redes sociais (Facebook, TikTok, LinkedIn, Instagram)	**15%**
ferramentas do Office| Microsoft (excel, word, Teams)	**11%**
Google (Drive, Meet, Business)	**7%**
sistema| servidor| site próprio	**6%**
marketplaces	**4%**
ERP	**3%**
Ifood	**2%**
CRM	**1%**
Zoom | Skype	**1%**
Canvas	**1%**
computador ou celular	**1%**
outras diversas menores que 1%	**11%**

base: 814

P38. Qual(is) plataforma ou ferramenta digital (p. ex., marketplaces, sistemas e aplicativos) é indispensável para a gestão da sua empresa? (Aberta-RM)

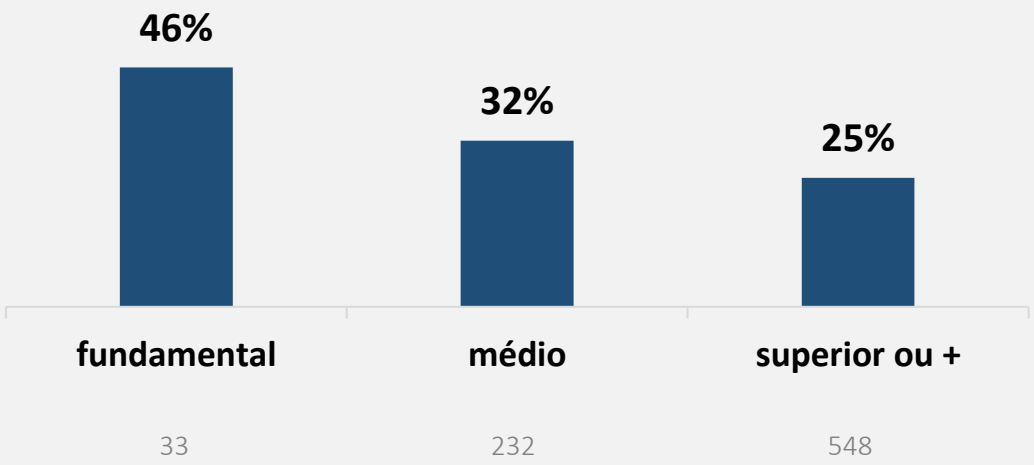
plataformas ou ferramentas digitais indispensáveis

- como esperado, esse **distanciamento** dos recursos e das possibilidades proporcionadas pelo mundo digital se mostra mais presente quanto menor a quantidade de anos de estudo do empreendedor. (p38)

- mas ainda assim, em todos esses três diferentes grupos, a não utilização de plataformas e ferramentas digitais se mostrando presente com percentuais consideravelmente elevados.

plataformas ou ferramentas digitais indispensáveis

não utilizam nenhuma ferramenta ou plataforma digital



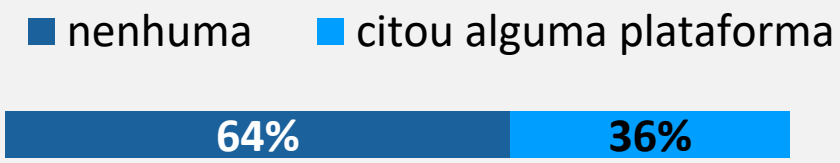
P38. Qual(is) plataforma ou ferramenta digital (p. ex., marketplaces, sistemas e aplicativos) é indispensável para a gestão da sua empresa? (Aberta-RM)

plataforma(s) ou ferramenta(s) digital que gostariam de utilizar

- as **perspectivas** para as MPE se mostram ainda mais desoladoras na medida em que praticamente o equivalente a 2 em cada 3 delas (64%) sequer desejam fazer uso de alguma dessas plataformas ou ferramentas digitais. (p39)

- aparentemente em um misto de desconhecimento dos recursos, incapacidade de utilização, alienação quanto às tendências, comodismo, inércia e outras **atitudes** igualmente comprometedoras para o futuro dos respectivos negócios.

plataforma(s) ou ferramenta(s) digital que gostariam de utilizar no dia a dia como empresário



base: 992

P39. Qual(is) plataforma(s) ou ferramenta(s) digital o(a) Sr(a) gostaria de utilizar no seu dia a dia como empresário, mas não utiliza? (Aberta-RM)

plataforma(s) ou ferramenta(s) digital que gostariam de utilizar

- esses percentuais elevados se **repetem** independentemente do critério de segmentação considerado, seja porte, quantidade de anos de estudo, faixa etária do empreendedor e os demais. (p39)

plataforma(s) ou ferramenta(s) digital que gostariam de utilizar no dia a dia como empresário

não gostariam de utilizar nenhuma ferramenta ou plataforma digital

MEI	ME	EPP	fund.	méd.	sup.	18 a 34	35 a 44	45 a 59	60 ou +
65%	**64%**	**69%**	**63%**	**67%**	**63%**	**59%**	**61%**	**66%**	**78%**

P39. Qual(is) plataforma(s) ou ferramenta(s) digital o(a) Sr(a) gostaria de utilizar no seu dia a dia como empresário, mas não utiliza? (Aberta-RM)

plataforma(s) ou ferramenta(s) digital que gostariam de utilizar

- as respostas dos empreendedores entrevistados que declararam **desejo** por utilizar plataformas ou ferramentas digitais, merecem destaque por alguns motivos. (p39)

- um deles seria **diversidade** e outro um certa confusão quanto ao entendimento do significado dos próprios recursos indagados na pergunta.

plataformas ou ferramentas digitais que gostariam de utilizar no dia a dia como empresário

nenhuma	**64%**
redes sociais (Facebook, TikTok, LinkedIn, Instagram)	**10%**
ERP/ sistemas de gestão	**4%**
site	**3%**
Google (Negócios, ADS)	**3%**
marketplaces	**2%**
ferramentas do Office| Microsoft (excel, word, Teams)	**2%**
CRM	**1%**
computador/ tablet	**1%**
marketing digital	**1%**
e-commerce	**1%**
outros diversos menores que 1%	**9%**

base: 992

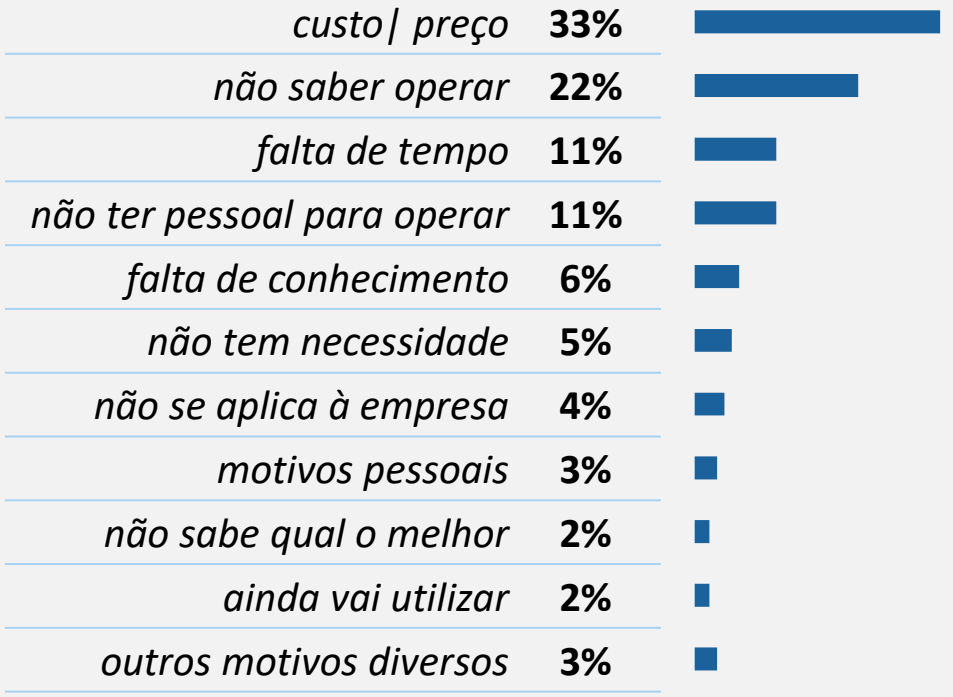
P39. Qual(is) plataforma(s) ou ferramenta(s) digital o(a) Sr(a) gostaria de utilizar no seu dia a dia como empresário, mas não utiliza? (Aberta-RM)

principal motivo para não utilizar a ferramenta

- as justificativas para a não utilização por parte daqueles que gostariam de utilizar alguma plataforma ou ferramenta digital, ainda que abarcando somente uma **parte** do **público**, não deixa de ser informativa. (p40)

- principalmente quanto às necessidades desses empreendedores e também ao proporcionar uma ideia importante quanto aos **obstáculos** a serem enfrentados (preço, tempo, pessoal, conhecimento, necessidade, ...).

principal motivo para não utilizar a ferramenta



base: 372

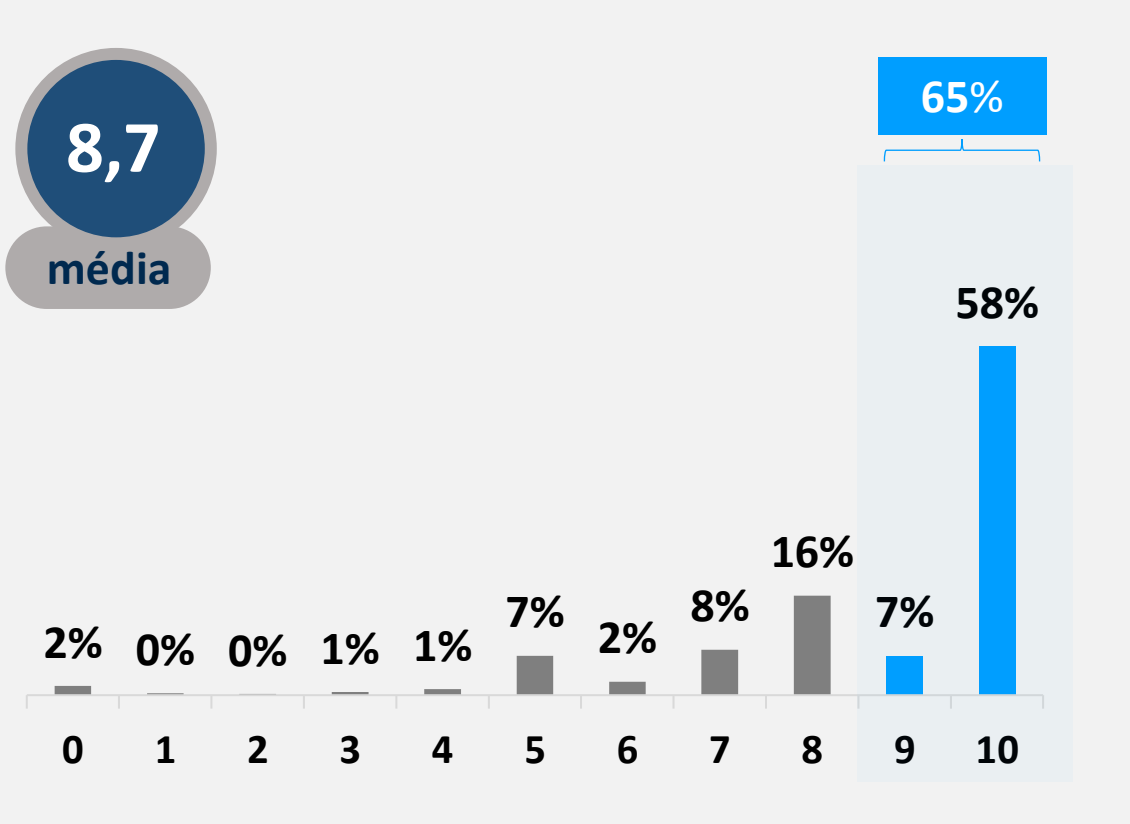
P40. Qual o principal motivo para não utilizar essa ferramenta? (Aberta-RU)

importância da tecnologia no negócio

- o nível de importância da tecnologia nos respectivos negócios foi bastante elevado (8,7), em uma escala de 0 a 10, ainda que tal entendimento soe mais como uma resposta **politicamente correta** do que uma premissa real para a gestão dessas MPE. (p41)

- isso porque, independentemente do critério de segmentação considerado, esse indicador do nível de importância da tecnologia nos negócios sempre foi muito elevado e pouco **correspondia** às demais informações quanto ao uso da tecnologia na empresa.

importância da tecnologia no negócio



base: 1.147

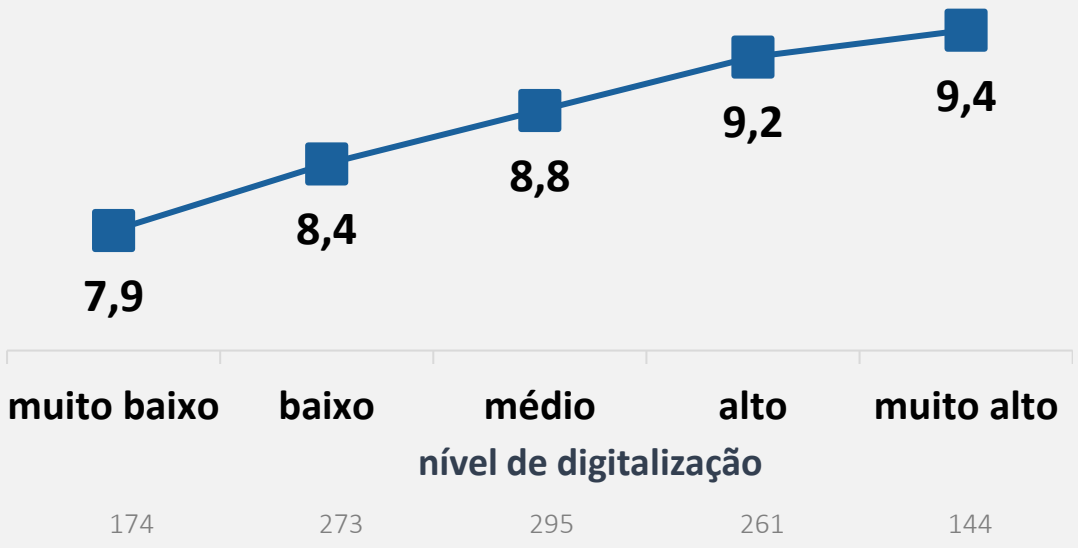
P41. Qual o nível de importância da tecnologia no seu negócio, em uma escala de 0 a 10, em que 0 é “nada importante” e 10 é “muito importante? (ESP - RU)

importância da tecnologia no negócio

- a exceção foi na segmentação em função do nível de digitalização das MPE, em que pese, mesmo assim, todos os valores terem sido de qualquer forma elevados, mas indicando uma **tendência** clara. (p41)

- esse resultado é relevante na medida em que confirma a ideia da digitalização ser um **processo** contínuo e que somente aqueles empreendedores que embarcam nessa jornada têm clareza quanto a importância, vantagens e possibilidades existentes.

importância da tecnologia no negócio

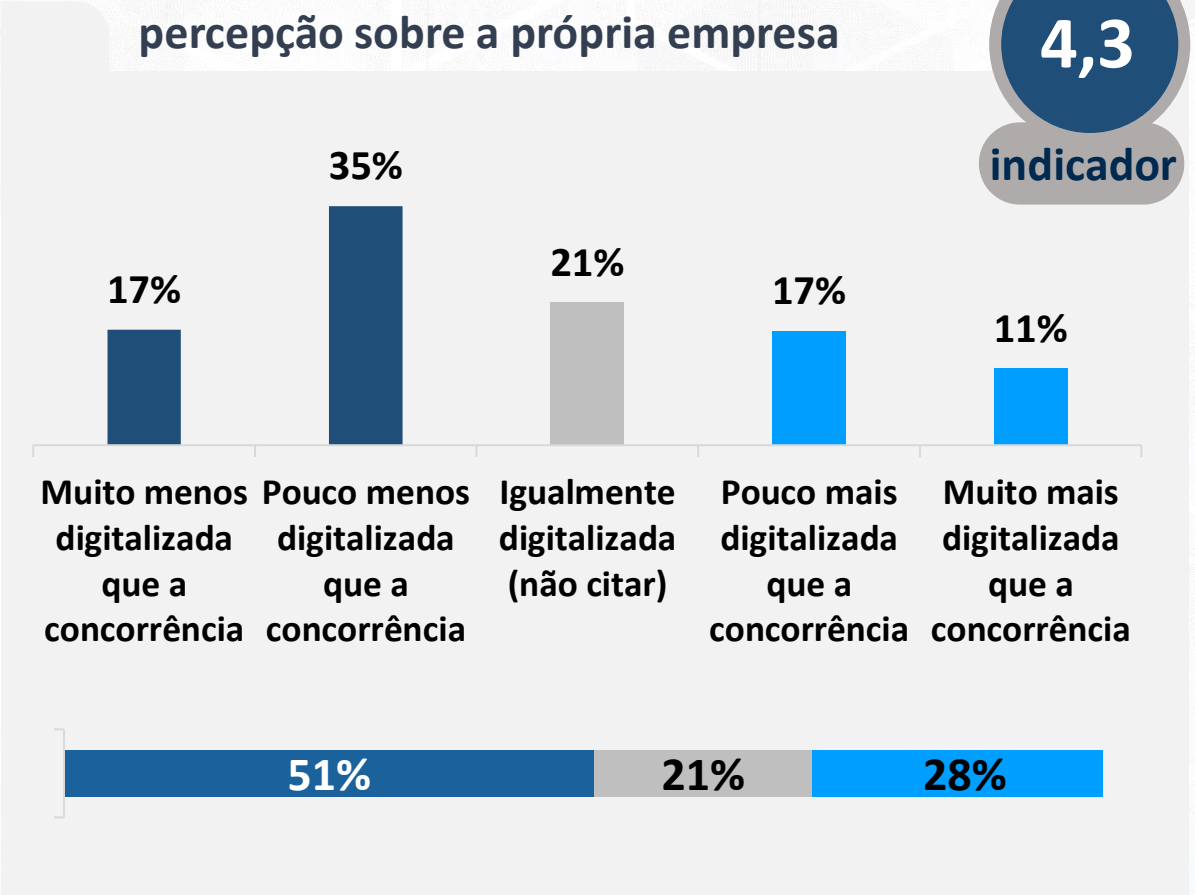


P41. Qual o nível de importância da tecnologia no seu negócio, em uma escala de 0 a 10, em que 0 é “nada importante” e 10 é “muito importante? (ESP - RU)

percepção sobre a própria empresa

- pouco mais da metade desses empreendedores entrevistados (51%) considera que as respectivas empresas estejam **defasadas**, em termos de digitalização, na comparação com a concorrência. (p42)

- trata-se de uma informação relevante para o Sebrae na medida em que sinaliza a existência de espaço para iniciativas voltadas à digitalização, menos em função do tema (que 'afasta') e mais pela comparação com a **concorrência** (que 'assusta').



base: 1.095

P42. Na sua opinião, a empresa hoje é? (EST – RU)

percepção sobre a própria empresa

- outro aspecto a ser considerado consiste em que, mesmo as MPE classificadas como de ‘nível muito alto’ ainda têm uma autoavaliação **tímida** frente às necessidades e possibilidades que a digitalização pode trazer e quanto ainda deve ser feito. (p42)

percepção sobre a própria empresa

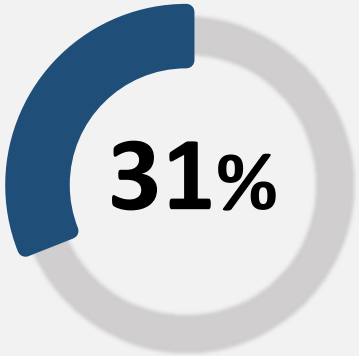
nível de digitalização	muito baixo	baixo	médio	alto	muito alto
muito menos digitalizada que a concorrência	**36%**	**24%**	**12%**	**6%**	**2%**
pouco menos digitalizada que a concorrência	**38%**	**42%**	**38%**	**26%**	**22%**
igualmente digitalizada	**11%**	**19%**	**22%**	**27%**	**25%**
pouco mais digitalizada que a concorrência	**6%**	**13%**	**18%**	**23%**	**26%**
muito mais digitalizada que a concorrência	**9%**	**3%**	**10%**	**18%**	**25%**
indicador	**2,9**	**3,2**	**4,4**	**5,5**	**6,3**
	156	260	285	251	143

P42. Na sua opinião, a empresa hoje é? (EST – RU)

mudanças tecnológicas por causa da pandemia

- as mudanças tecnológicas realizadas pelas MPE em função da pandemia sequer representaram **um terço** desse universo (31%), o que dadas todas as limitações desses empreendedores quiçá possa até ser um resultado positivo. (p43)

mudança tecnológica por causa da pandemia



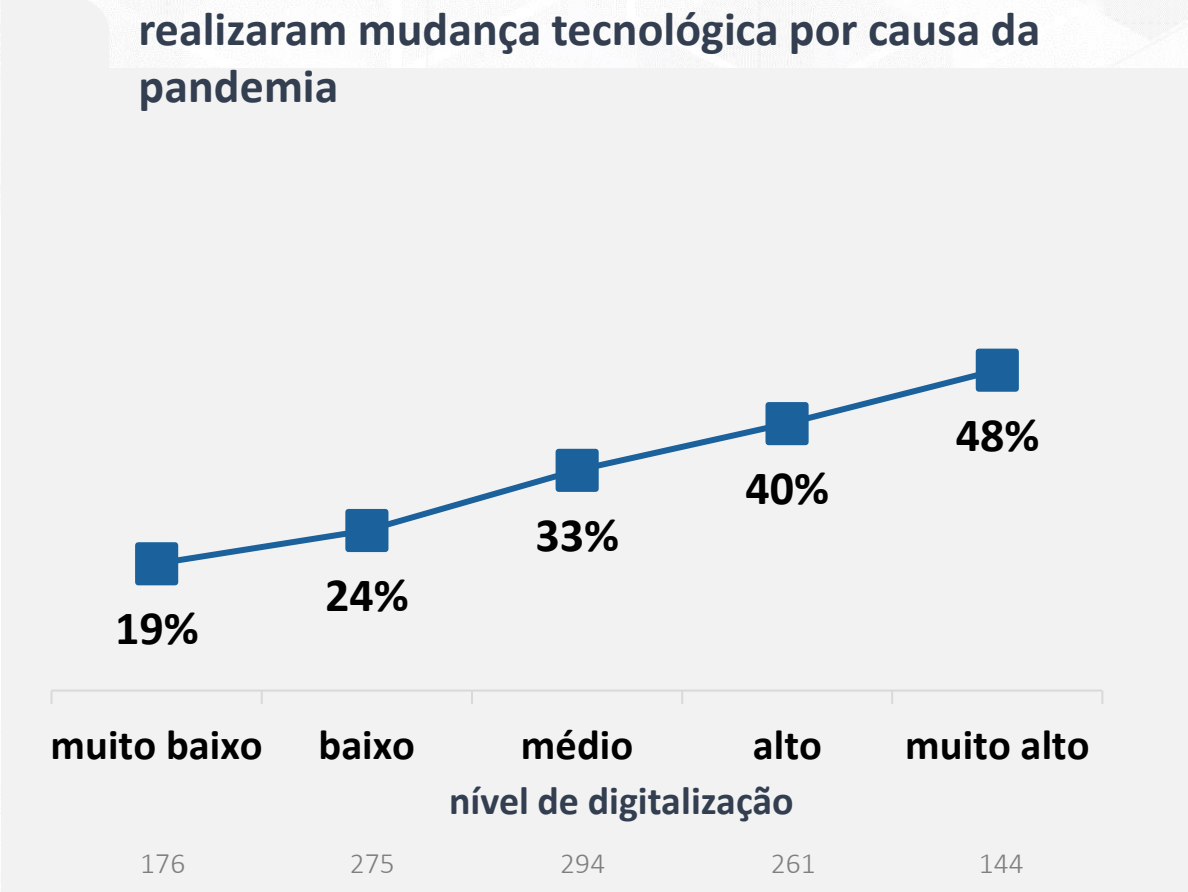
realizaram mudanças tecnológicas por causa da pandemia

base: 1.150

P43. A empresa realizou alguma mudança tecnológica por causa da pandemia (EST-RU)

mudanças tecnológicas por causa da pandemia

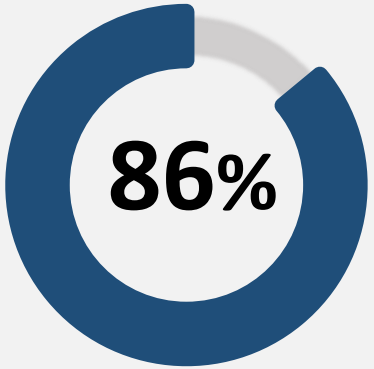
- principalmente se esse comportamento (quanto a implementação de mudanças tecnológicas em função da pandemia) for analisado sob a ótica do nível de digitalização das MPE, visto a **variação** entre os extremos haver sido de 150%. (p43)



impacto das mudanças tecnológicas

- e mais positivo ainda em função da alta percepção de **ganhos** para a empresa que esses empreendedores tiveram (86%), em decorrência da mudança tecnológica colocada em prática devido à pandemia. (p44)

impacto das mudanças tecnológicas

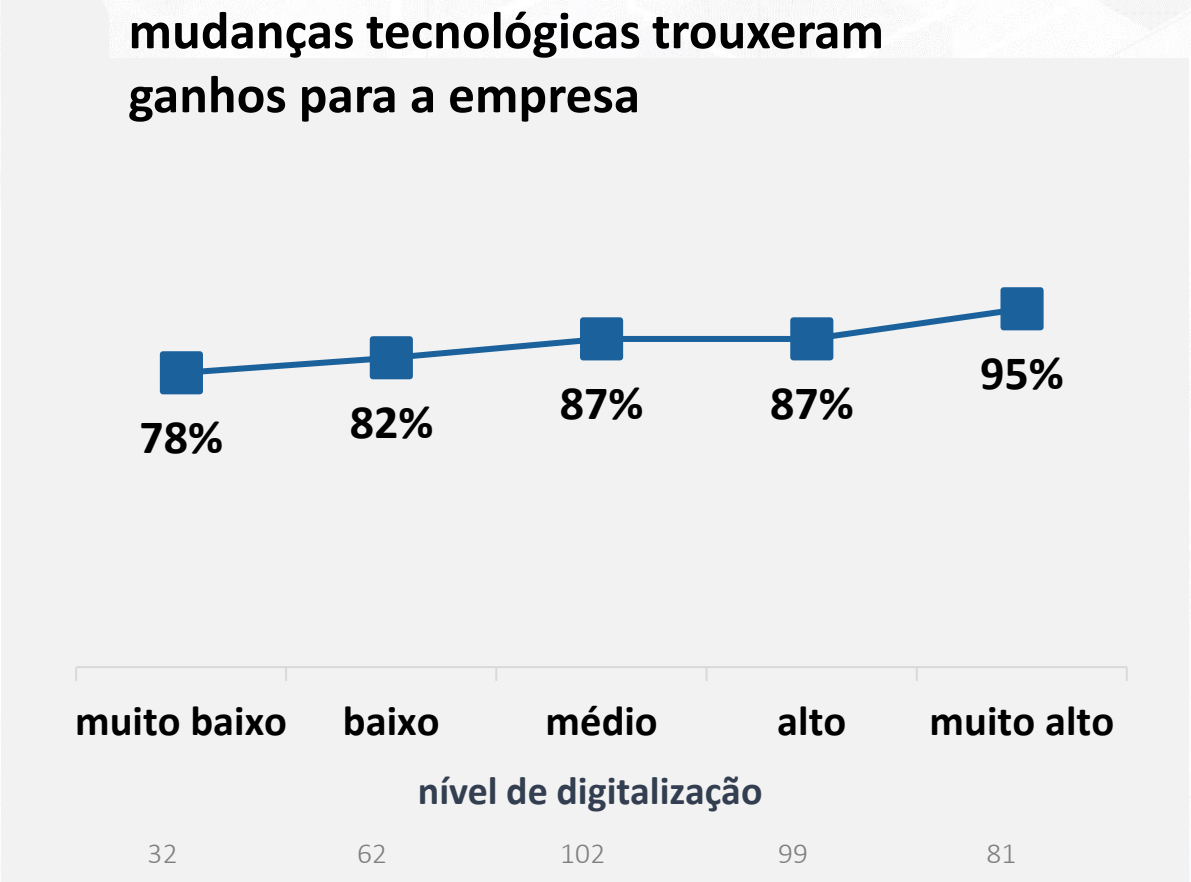


mudanças tecnológicas trouxeram ganhos para a empresa

base: 376

impacto das mudanças tecnológicas

- como esperado, o nível de digitalização das empresas se constitui em um parâmetro mais fidedigno para as avaliações relacionadas ao tema, nesse caso trazendo a ideia dos ganhos decorrentes da digitalização serem **acumulativos**. (p44)

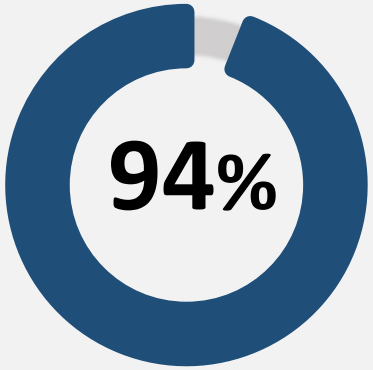


P44. Essa mudança tecnológica trouxe ganhos para a empresa? (EST-RU)

nova estratégia após a pandemia

- além de também se constituir em um **caminho sem volta**, como a quase totalidade dos empreendedores (94%) confirma ao declarar a intenção de manter a mudança tecnológica implantada mesmo com o término da pandemia. (p45)

pós pandemia



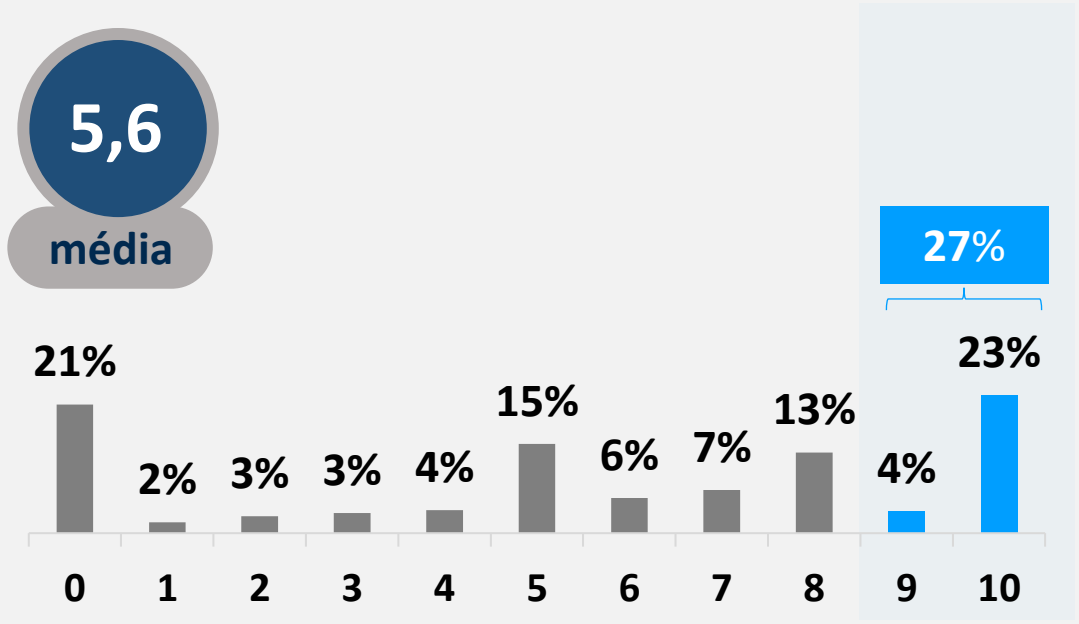
pretendem manter as mudança tecnológica após a pandemia

base: 377

atributos avaliados

- merece bastante atenção a percepção com relação ao Sebrae ser o melhor local para informar sobre digitalização de pequenas empresas, uma vez que o grau de concordância com essa afirmação foi somente **razoável** (5,6) em uma escala até 10. (p46)

Sebrae ser o melhor local para informar sobre digitalização de pequenas empresas



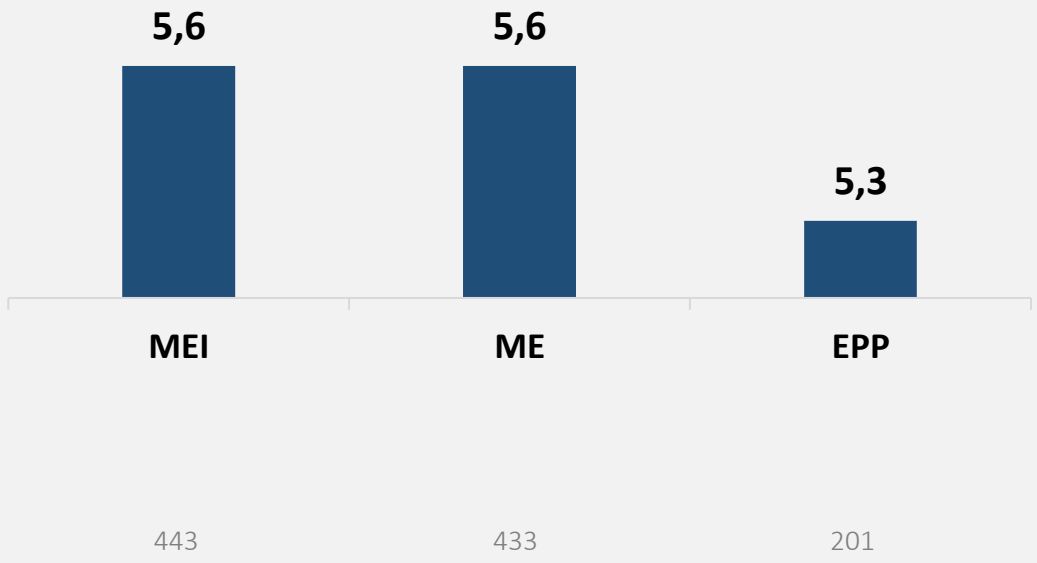
base: 1.077

P46. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- diferentemente do esperado, nem mesmo o perfil **MEI** apresenta uma grau de concordância mais elevado, surpreendendo a grande homogeneidade, indiferentemente do porte da empresa respondente. (p46)

Sebrae ser o melhor local para informar sobre digitalização de pequenas empresas

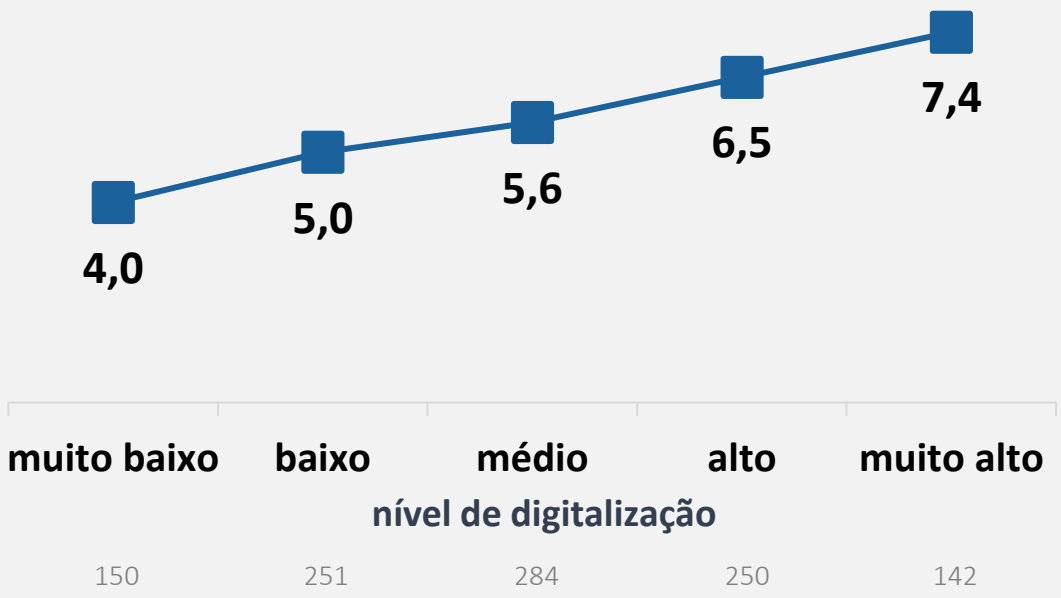


P46. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- ao mesmo tempo em que, também bem diferentemente do esperado, esse grau de concordância se mostra **crescente** quanto maior o nível de digitalização dessas micro e pequenas empresas. (p46)

Sebrae ser o melhor local para informar sobre digitalização de pequenas empresas

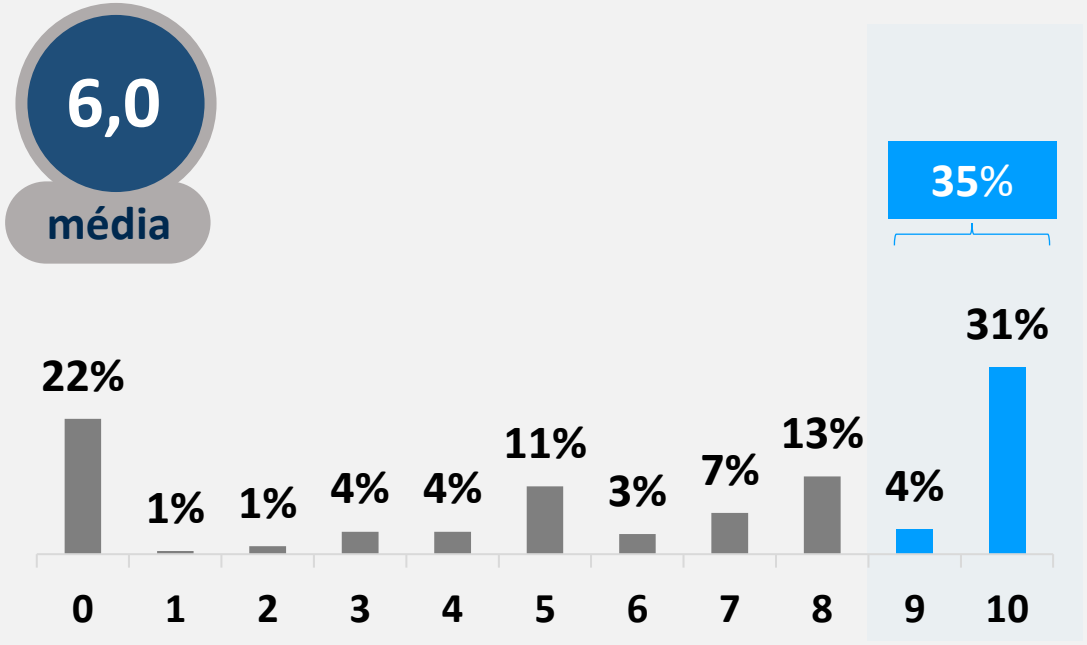


P46. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- o aumento na participação de vendas online' nas micro e pequenas empresas é uma outra afirmação que também alcança somente um **limitado** grau de concordância (6,0) por parte dos empreendedores. (p47)

aumento na participação de vendas online na empresa



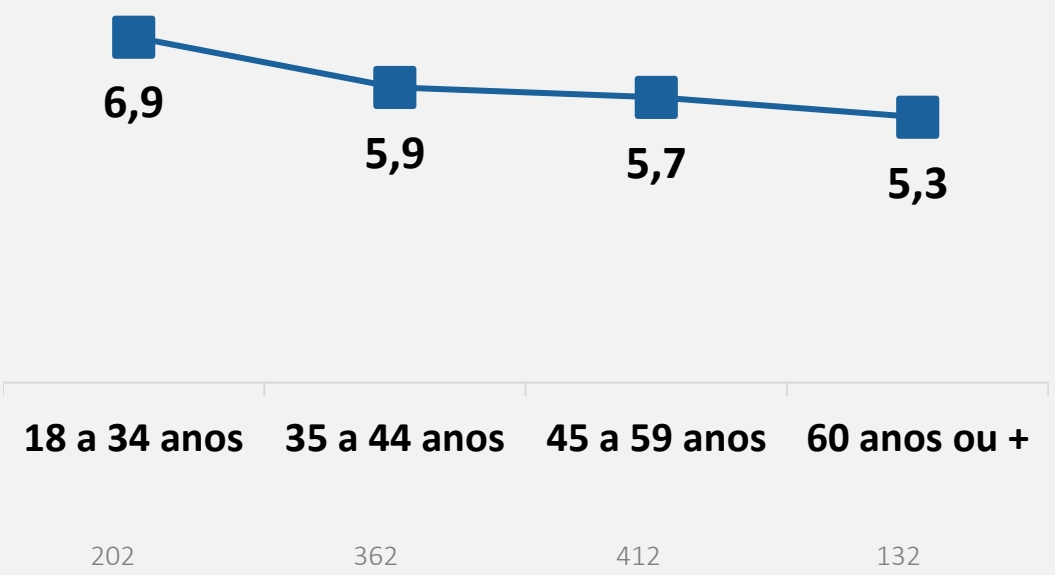
base: 1.109

P47. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- esse grau de concordância com a afirmação ('aumento na participação de vendas online') tende a **diminuir** quanto maior a faixa etária do empreendedor, com uma variação de 30% entre os extremos. (p47)

aumento na participação de vendas online na empresa

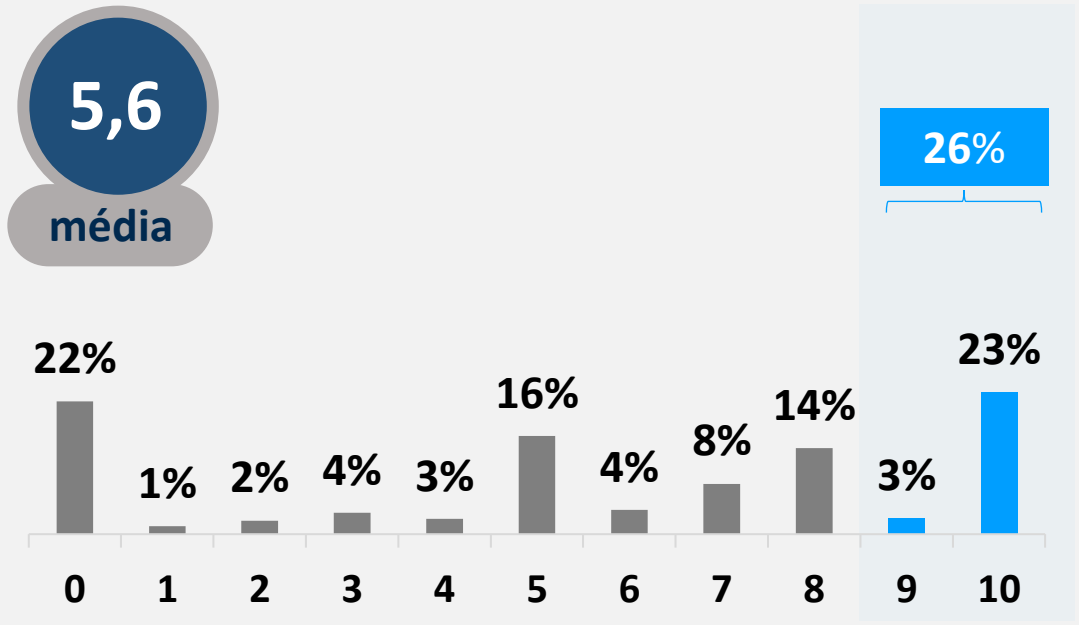


P47. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- a percepção dos empreendedores com relação a pandemia haver **antecipado** a digitalização nas empresas foi igualmente diferente do esperado, visto o grau de concordância haver sido de apenas 5,6, em uma escala de 0 a 1. (p48)

pandemia antecipou a digitalização na empresa



base: 1.109

P48. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- ainda que exista uma **tendência** clara relacionada ao nível de digitalização, com uma variação de 15% entre os extremos, de qualquer forma a percepção é de nem concordância, nem discordância sobre a afirmação. (p48)

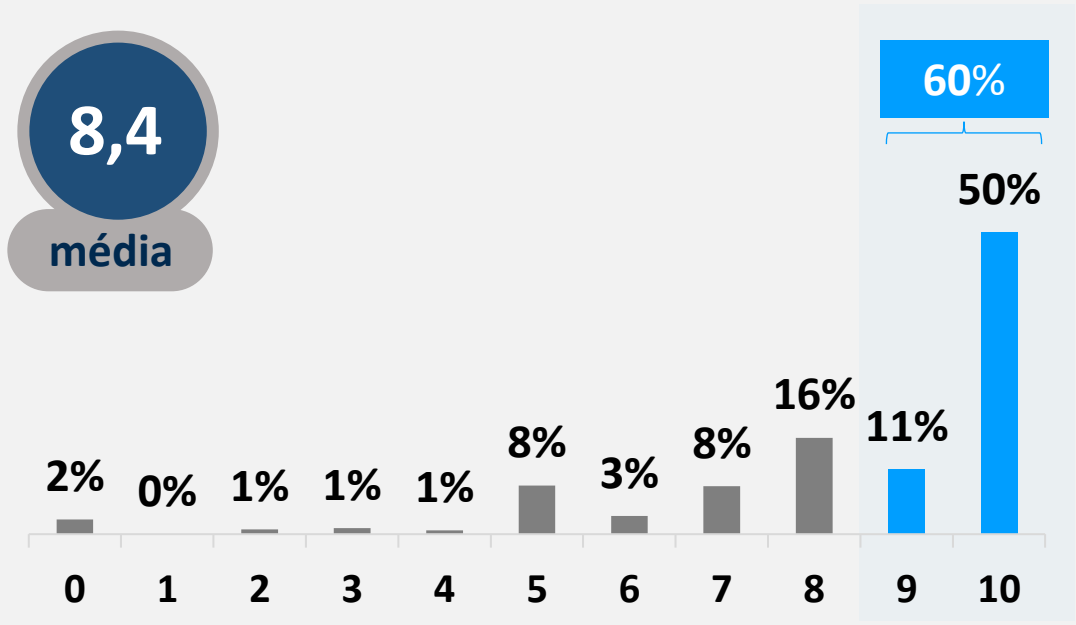
pandemia antecipou a digitalização na empresa

P48. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente", o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- com relação à ‘modificação do mix de produtos e serviços para se adequar à digitalização’, observa-se um grau mais elevado de **concordância** dos empreendedores, alcançando 8,4 em uma escala de 0 a 10. (p49)

mix de produtos e serviços foi modificado para se adequar à digitalização



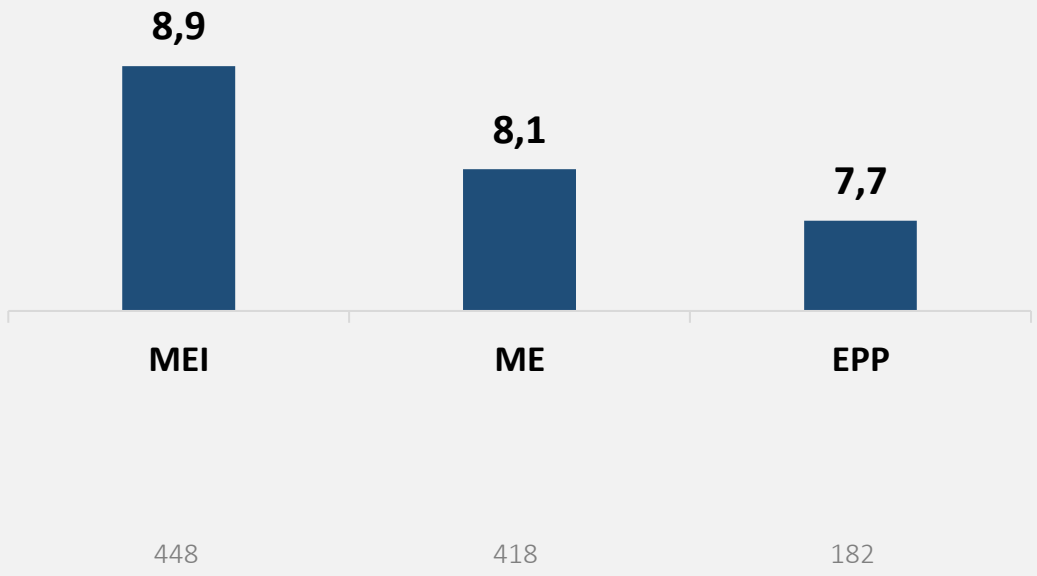
base: 1.048

P49. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente”, o quanto concorda com: (EST-RU)

atributos avaliados

- a concordância com a afirmação que a ‘modificação do mix de produtos e serviços para se adequar à digitalização’ permanece **elevada** em função do porte, além de decrescer quanto maior a empresa e variar 16% entre os extremos. (p49)

mix de produtos e serviços foi modificado para se adequar à digitalização



P49. Em uma escala de 0-10, em que 0 é discordo totalmente e 10 concordo totalmente”, o quanto concorda com: (EST-RU)

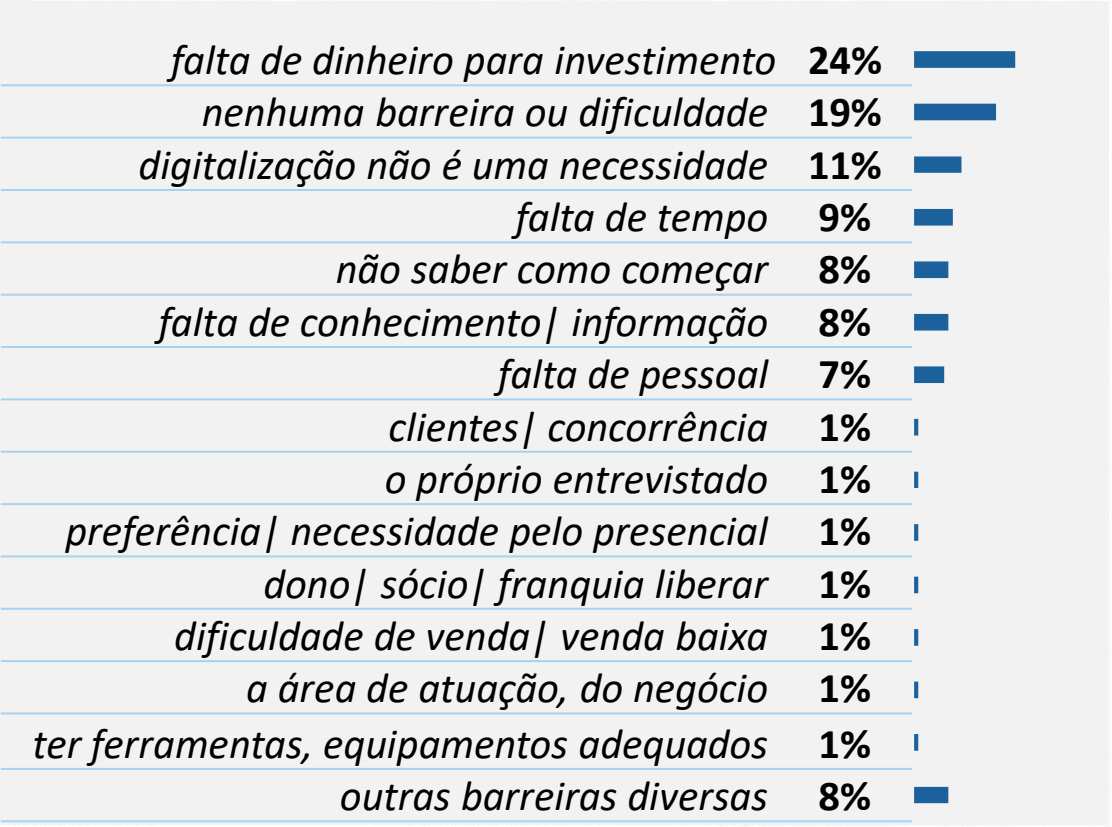
barreiras para digitalizar o negócio

- as maiores barreiras para a digitalização dos próprios negócios se **distribuem** por várias justificativas, ainda que a mais marcante correspondendo a 1 em cada 4 empreendedores (24%) que menciona dificuldades financeiras para o investimento. (p50)

- os diferentes tipos de '**faltas**' mencionadas, sejam de conhecimento sobre o tema (8%), sobre como começar (8%), de pessoal (7%) e até mesmo de tempo (9%) montam a um total de 32%, algo bem expressivo.

- vale a ressalva com relação a ser presente a percepção dos empreendedores da digitalização não ser uma **necessidade**, ou da empresa já ser digital, ou mesmo de não existir barreira ou dificuldade para a digitalização, algo a ser aprofundado.

barreiras para digitalizar o negócio



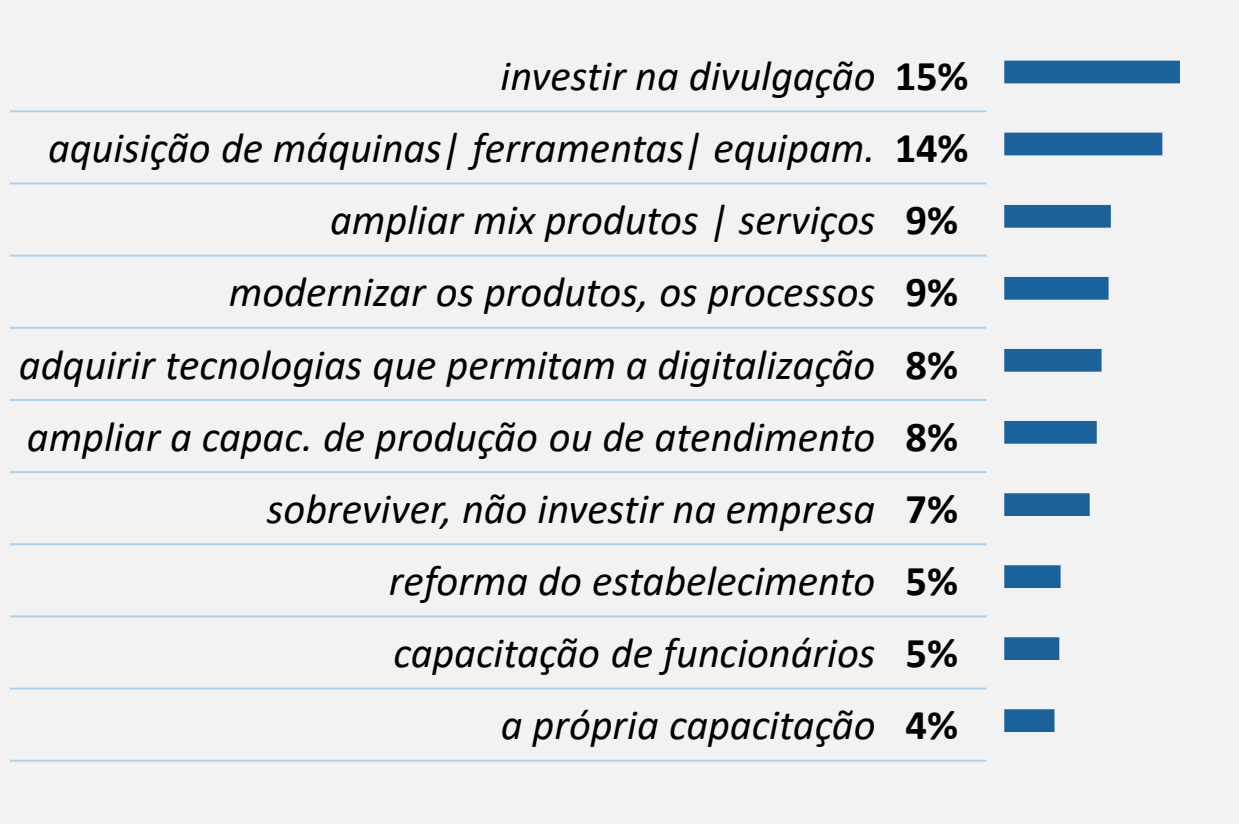
base: 1.101

P50. Qual a maior barreira para digitalizar o seu negócio? (ESP – RU)

prioridade de investimento na empresa

- a relação de prioridades de investimento na empresa se mostra bastante **diversificada**, e ainda que não seja possível entender se a digitalização estaria intrínseca a várias delas, foram poucas aquelas que se mostraram não propensas a investir. (p51)

prioridade de investimento na empresa



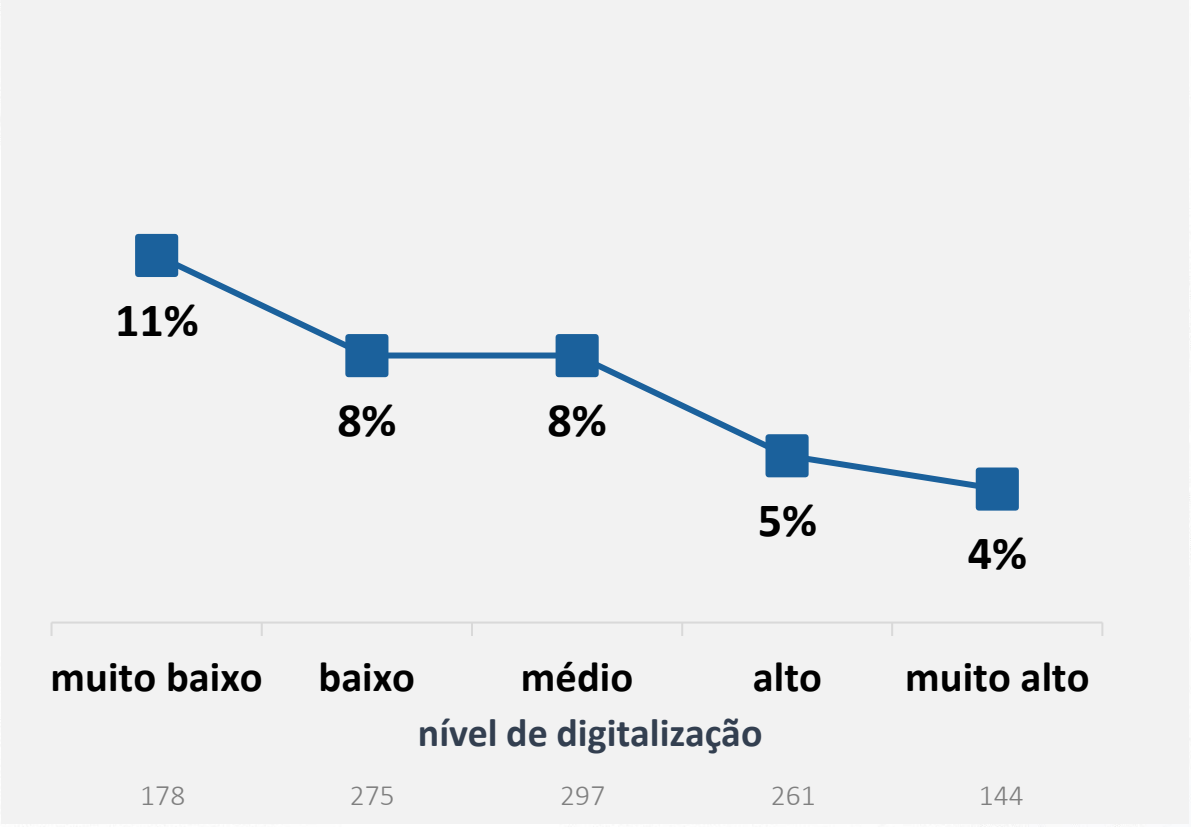
base: 1.155

P51. Hoje, qual a sua prioridade de investimento na empresa? (ESP – RU)

prioridade de investimento na empresa

- de qualquer forma, mesmo que indiretamente, observa-se outro efeito benéfico visto que, quanto maior o nível de digitalização, menor o percentual de empresas que não consideram investir, mas somente '**sobreviver**'. (p51)

prioridade 'sobreviver', não investir na empresa



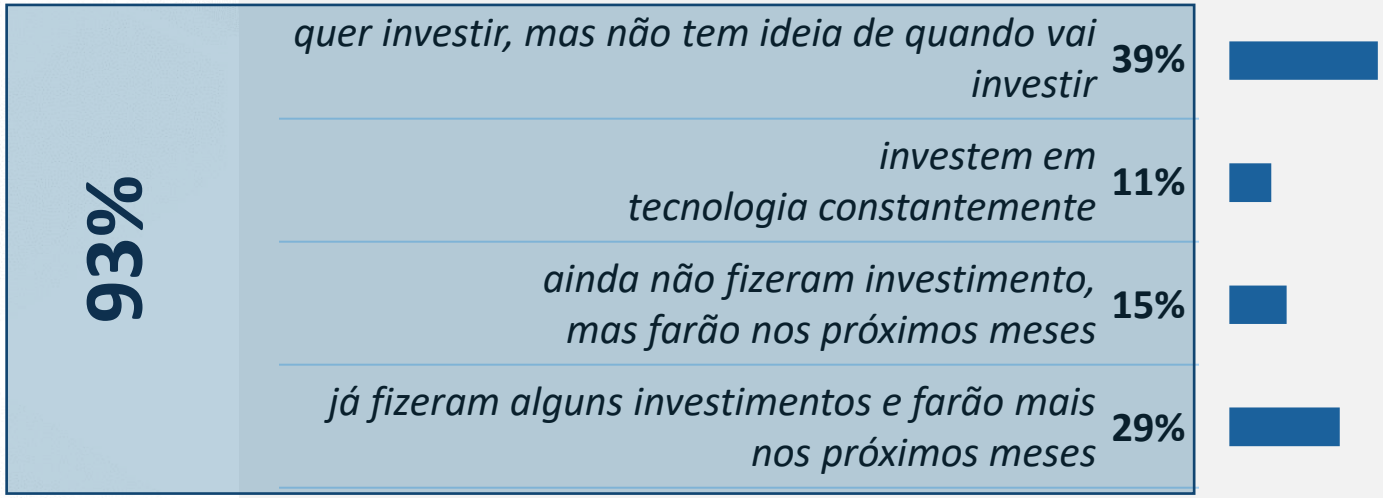
base: 1.155

P51. Hoje, qual a sua prioridade de investimento na empresa? (ESP – RU)

investimentos em tecnologia

- o **momento** dessas MPE com relação aos investimentos em tecnologia se apresenta como positivo e quiçá possa ser descrito como de 'otimismo' uma vez que somente 7% dessas empresas não vislumbram novos aportes. (p52)

investimentos em tecnologia



base: 762

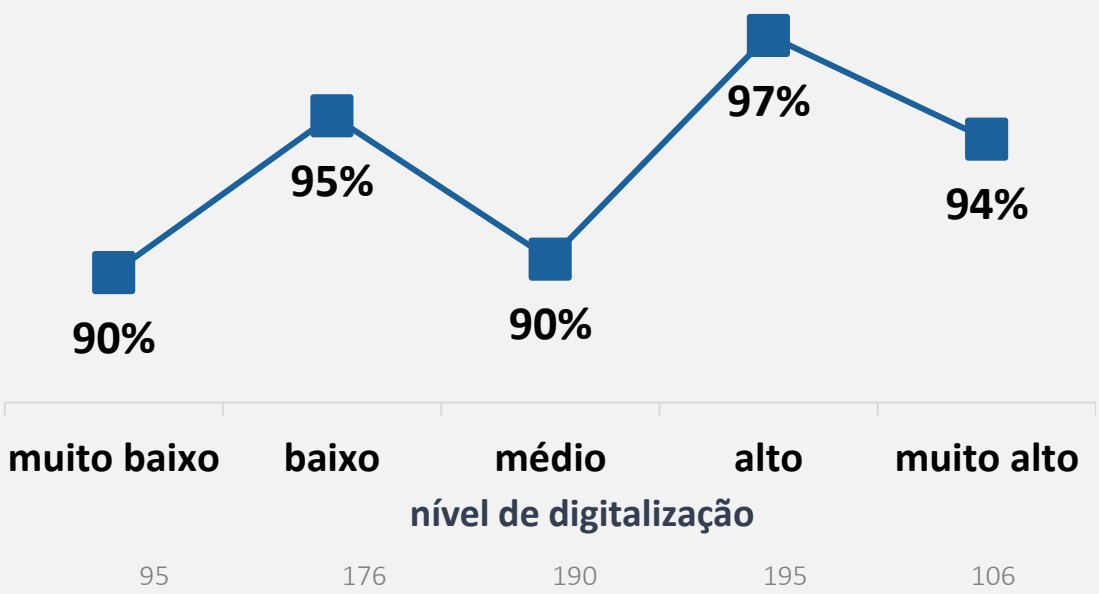
P52. Qual alternativa melhor descreve o momento da empresa pensando em investimentos em tecnologia? (EST – RU)

investimentos em tecnologia

- considerando-se a digitalização das empresas bem como aquelas cuja prioridade não seja distinta de tecnologia, praticamente a totalidade delas seria (na teoria) **elegível** para tal, ainda que aparentemente uma orientação nessa direção se faça necessária. (p52)

- sendo essa **orientação** inclusive um pouco mais 'desejada' ou 'necessária' por parte daquelas empresas ainda com níveis baixo ou muito baixo de digitalização.

já investem, continuarão a investir ou querem investir em tecnologia



P52. Qual alternativa melhor descreve o momento da empresa pensando em investimentos em tecnologia? (EST – RU)

setor da empresa que necessita de aporte (investimento) tecnológico

- os setores dessas micro e pequenas empresas tidos pelos empreendedores como os mais **necessitados** de aporte tecnológico foram ‘marketing, comunicação e divulgação’, correspondendo a mais da metade dessas respostas (55%). (p53)

setor que carece de investimento tecnológico

marketing, comunicação, divulgação	**55%**
produção	**13%**
gestão, administração	**15%**
nenhum (não citar)	**8%**
recursos humanos	**3%**
outros setores diversos	**6%**

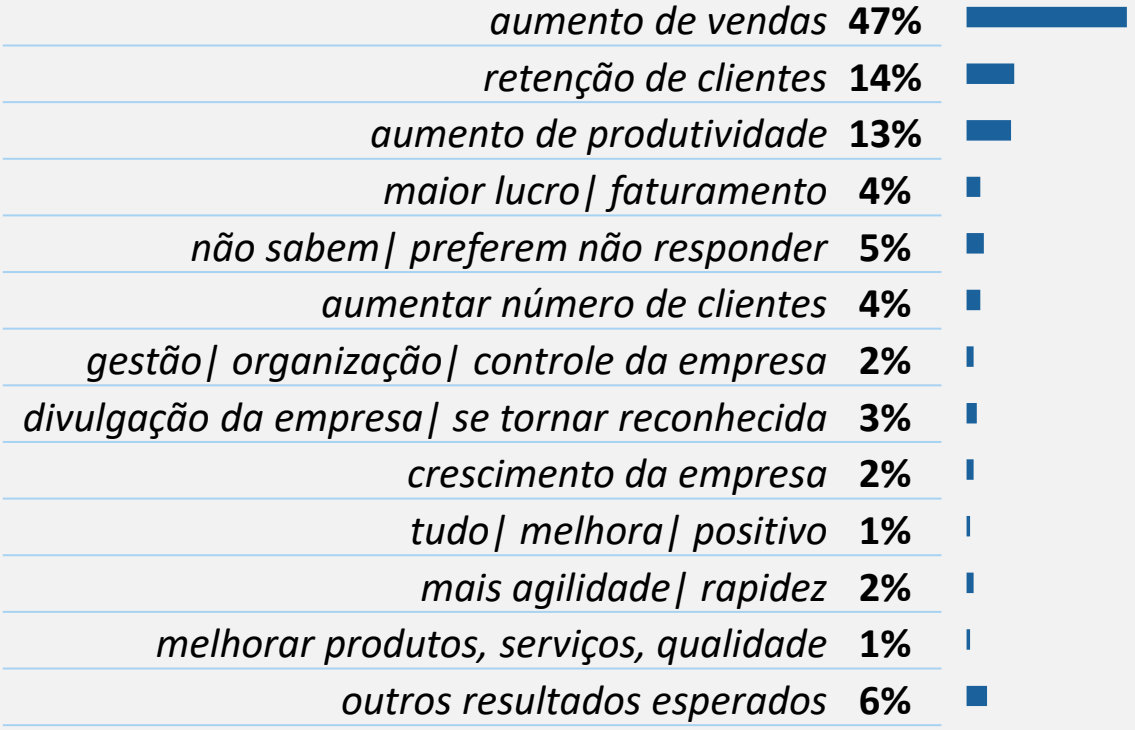
base: 783

P53. Qual setor da sua empresa necessita de aporte (investimento) tecnológico? (EST – RU)

resultado esperado

- o resultado de certa forma esperado, ainda que com um percentual bem acima de todas as demais opções de resposta, foi o de 'aumento de **vendas**', quase equivalendo a 1 em cada 2 dessas respostas (47%). (p54)

resultado esperado do aporte tecnológico



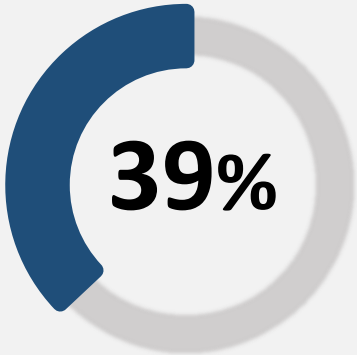
base: 745

P54. Qual o resultado esperado desse aporte tecnológico nesse setor? (ESP – RU)

soluções disponíveis no mercado

- o ponto a ser destacado consiste em que a grande maioria dos empreendedores (61%) no momento ainda **desconhecem** uma solução no mercado que atende a essa necessidade das próprias empresas, oportunidade para o Sebrae. (p55)

soluções disponíveis no mercado



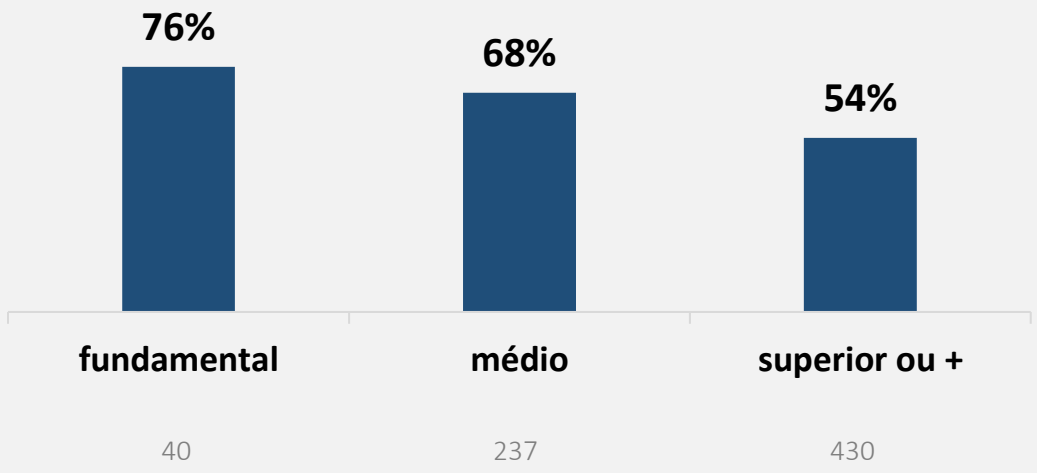
conhecem uma solução no mercado que atenda as necessidades do negócio

base: 709

soluções disponíveis no mercado

- quanto menor a escolaridade desses empreendedores, tanto mais elevado o desconhecimento de uma solução capaz de atender a essa necessidade da própria empresa e consequentemente do **apoio** e orientação do Sebrae. (p55)

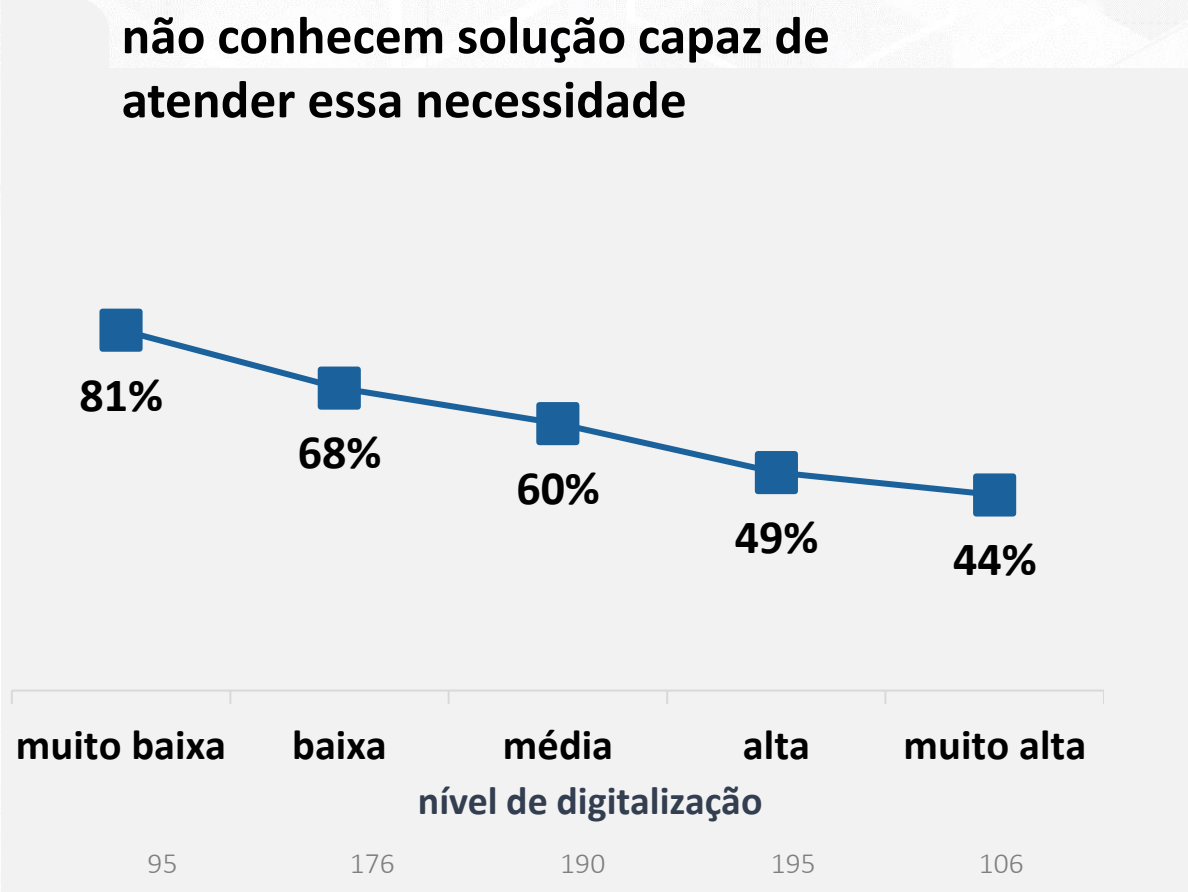
não conhecem solução capaz de atender essa necessidade



P55. Conhece uma solução no mercado que atenda a essa necessidade?

investimentos em tecnologia

- quanto menor o nível de digitalização dessas empresas, tanto mais elevado o desconhecimento de uma solução capaz de atender a essa necessidade e consequentemente do **apoio** e orientação do Sebrae. (p55)

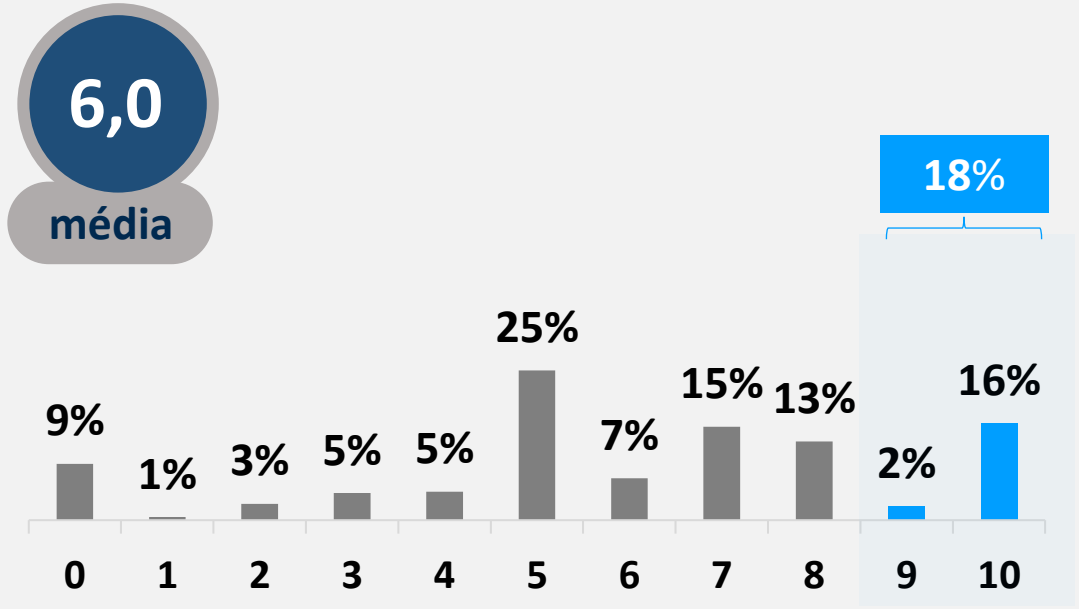


capacidade para realizar investimento tecnológico

- a capacidade desses empreendedores para realizar esse investimento em tecnologia, mesmo se tratando de uma questão bastante generalista, não deixa de ser **animadora** visto haver atingido um nível '6' em uma escala até '10'. (p56)

- ainda que a pergunta tenha sido respondida por apenas 91 desses entrevistados, ou o equivalente a somente **8%** de todos os participantes da pesquisa.

capacidade para realizar investimento tecnológico

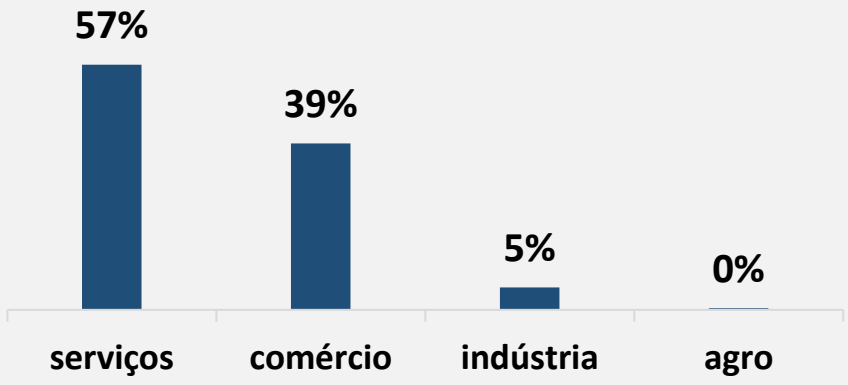


base: 91

P56. Em uma escala de 0 a 10, em que 0 é nenhuma capacidade e 10 plena capacidade, qual a sua capacidade para realizar esse investimento?

perfil

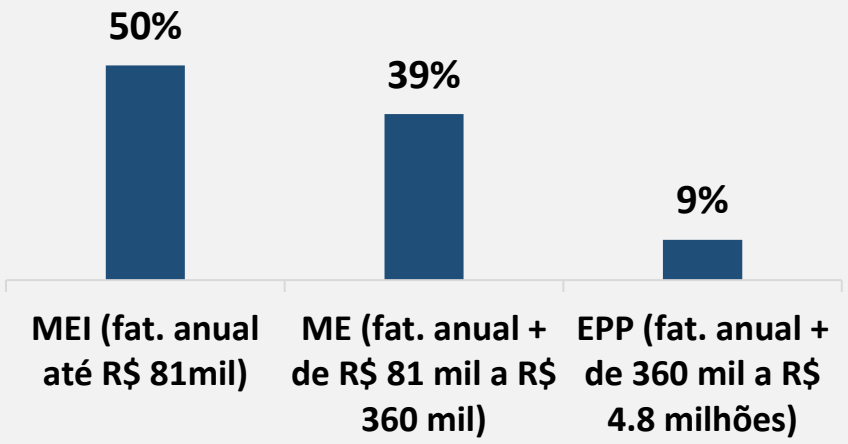
setor de atividade da empresa



base: 1.153

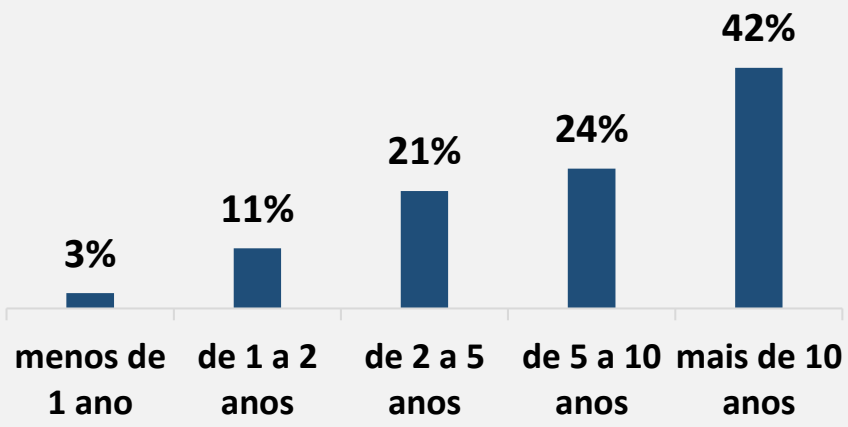
perfil

porte da empresa



base: 1.144

tempo de existência da empresa



base: 1.151

P58. Qual o porte da empresa? (RU)
P59. Qual o tempo de existência da empresa? (RU)

para não esquecer

para não esquecer

1. a digitalização ainda não é uma **realidade** para a maior parte das MPE, algo de certa forma intuído por todos que trabalham com esse universo de empresas.

2. escolaridade & idade do empreendedor ou porte da MPE não sempre se mostram segmentações capazes de **elucidar** a situação frente à ‘adoção’ da digitalização.

3. mas, com certeza, o telefone **celular** e as **redes** sociais se apresentam como os caminhos mais recomendáveis para introduzir os empreendedores das MPE nessa jornada.

4. salta aos olhos que o **desconhecimento** das possibilidades existentes, dos impactos no negócio e na necessidade de se digitalizarem, pensando no mercado e na concorrência.

5. a dificuldade existente no meio se torna clara pela **confusão** existente com relação ao significado de: plataforma, ferramenta, aplicativos, redes sociais, serviços e outros.

6. pelo lado positivo, seria possível afirmar existir **receptividade** e alguma consciência das MPE com relação a inevitabilidade de abraçarem a transformação digital.

para não esquecer

7 porém, para superar o comodismo, inércia ou inação dos empreendedores das MPE rumo a digitalização requer-se uma **provocação** e um acompanhamento ao menos no início.

8 o receio dos custos envolvidos, o desconhecimento até do que demandar e a falta de pessoal são as **barreiras** iniciais a serem superadas, preferencialmente com exemplos.

9 o **critério** de classificação do nível de digitalização das MPE se mostrou consistente com boa parte das respostas e deveria ser empregado para as soluções e os argumentos.

10 diferentes resultados desse estudo sugerem que a adoção, por parte das MPE, de soluções tecnológicas seria como um caminho **sem volta**, desde que dado o 1º passo.

11 além de deixarem um gosto de **quero mais**, quando adotadas dentro da realidade e necessidade de cada MPE, algo apenas possível no estudo caso a caso.

12 merece atenção que diferentemente da total receptividade ao **Sebrae** nos assuntos atinentes à MPE, com relação ao digital essa associação não se mostra tão espontânea.

para não esquecer

13

seara essa que requer talvez um novo **posicionamento** do Sebrae como sendo mais digital, mais atual, mais presente nas redes sociais de modo a cobrir essa lacuna atual.

14

a informação mais importante a ser guardada consiste em que **61%** das MPE que querem e podem investir em tecnologia desconhecem qual a solução mais apropriada!

z

ficha técnica

Projeto: Digitalização das MPEs
Objetivo: Analisar a transformação digital das MPEs
Objetivos Específicos: •Identificar o grau de digitalização dos pequenos negócios •Levantar quais ferramentas e tecnologias utilizam e sua intensidade •Identificar o que foi implementado em consequência da pandemia •Levantar as ferramentas e tecnologias que ainda permanece em uso •Identificar expectativas e investimentos futuros na transformação digital •Identificar perfis de empreendedores que atuam apenas no digital ou migraram para o formato digital após a pandemia •Levantar o desempenho e associação da digitalização com o faturamento e vendas da empresa

Universo: pessoas jurídicas atendidas e não atendidas pelo Sebrae
Amostra: 1.155 entrevistas
Metodologia: Quantitativa (com entrevistas telefônicas)
Período de Coleta de Dados: de 25/07 a 05/08/2022
Local: Estado de São Paulo

Unidade Gestão Estratégica
Gerente: Carlos Alexandre Nascimento
Coordenação: Carolina Fabris Ferreira
Equipe Técnica: Alexandre S. Nascimento, Anderson Nunes, Bianca Concelles, Eduardo Borba, Felipe Ferreira de Barros, Giovanna Raminelli, Márcia S. Kikuchi, Nicollas Poletto e Pedro João Gonçalves
Fornecedor: Checon Pesquisa

Rua Vergueiro, 1117 - Paraíso
CEP: 01504-001 - São Paulo - SP
Homepage: www.sebraesp.com.br
Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800
Informações sobre este relatório: 3177-4500 ramais 4874/4654/4574