



# EMPREENDEDORISMO DIGITAL

*Aveiro Digital Export White Papers*

Cofinanciado por:



UNIÃO EUROPEIA  
Fundo Europeu  
de Desenvolvimento Regional



# ÍNDICE DE CONTEÚDOS

## 01

INTRODUÇÃO AO  
CONCEITO DE  
EMPREENDEDORISMO  
DIGITAL

---

## 02

BENEFÍCIOS DO  
EMPREENDEDORISMO  
DIGITAL PARA AS  
EMPRESAS

---

## 03

COMO SER UM  
EMPREENDEDOR  
DIGITAL?

---

## 04

DICAS PARA UMA  
IMPLEMENTAÇÃO  
BEM-SUCEDIDA

---

# 01

## INTRODUÇÃO AO CONCEITO DE EMPREENDEDORISMO DIGITAL

### EM QUE CONSISTE O EMPREENDEDORISMO DIGITAL?

O empreendedorismo digital é um termo utilizado para definir o **desenvolvimento e dinamização de serviços, produtos ou quaisquer atividades organizacionais** e administrativas, **através de canais e ferramentas digitais**, como seja a criação de um negócio exclusivamente *online* de venda de produtos ou serviços, que não necessite de uma dimensão física.

O conceito descreve, assim, o **conjunto de novos processos** que **se desenvolvem com a evolução tecnológica e digital**.

O empreendedorismo digital **implica mudanças** ao nível da **estratégia da empresa**, do seu **modelo de negócio**, das **competências técnicas** e, conseqüentemente, ao nível dos **recursos humanos**.

Alguns negócios, resultantes do empreendedorismo digital são, por exemplo, a **produção e comercialização de cursos e formação online**, o **e-commerce** através de plataformas individuais ou de *e-marketplaces*, a **criação de conteúdo sob a forma de marketing de influência** (através de um canal de YouTube, por exemplo), entre outros.

Nos casos em que já existe **um negócio**, mas **ainda não está desenvolvida a vertente digital do mesmo**, a empresa/empresário poderá refletir sobre questões como:

- > O produto/serviço pode ser vendido *online*?
- > O produto/serviço deve ser adaptado ao mercado *online*? É possível reinventá-lo de alguma forma?
- > A empresa tem capacidade para ser competitiva *online*? De que forma é que a empresa se pode diferenciar da concorrência?
- > A empresa está preparada/tem recursos para assegurar a logística da vertente digital (manter a dinâmica do *website*, dar suporte ao cliente e trabalhar canais de comunicação *online*)?



# 59%

**DA POPULAÇÃO MUNDIAL  
UTILIZA ATIVAMENTE A  
INTERNET**

- Statista (2021) -

# 60%

**DAS EMPRESAS PORTUGUESAS  
TÊM PRESENÇA NA INTERNET.**

- Economia Digital em Portugal,  
ACEPI & IDC (2020) -

# 15,5%

**PORTUGAL OCUPA O 4º LUGAR NA  
UE, EM VOLUME DE NEGÓCIOS DAS  
PME, VIA COMÉRCIO ELETRÓNICO**

- Índice de Digitalidade da Economia e  
da Sociedade (IDES) (2021) -

# 7.4

**MIL MILHÕES DE EUROS,  
GASTOS PELOS PORTUGUESES  
EM COMPRAS ONLINE, EM 2020**

- Jornal Eco (2021) -

# 02

## BENEFÍCIOS DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL PARA AS EMPRESAS

O empreendedorismo digital apresenta inúmeros benefícios, dos quais se destacam quatro:



ALCANCE  
GLOBAL



ESCALABILIDADE



INVESTIMENTO  
REDUZIDO



MAIOR  
FLEXIBILIDADE



### ALCANCE GLOBAL

Através dos canais digitais e da internet, é possível divulgar os produtos/serviços para uma audiência muito mais abrangente e diversificada, sem limitações geográficas e de forma gratuita, ou com custos reduzidos.



### INVESTIMENTO REDUZIDO

Uma vez que a dimensão física deixa de ser um requisito, os negócios digitais requerem um menor investimento inicial, tornando mais acessível o desenvolvimento de um novo projeto.



### ESCALABILIDADE

Os negócios digitais são mais facilmente escaláveis, sendo geralmente possível aumentar a produção ou prestação de serviços, sem que aumente, necessariamente, o investimento e o custo na mesma proporção.



### MAIOR FLEXIBILIDADE

Os colaboradores de um negócio digital, não estando necessariamente sediados num escritório físico, têm maior flexibilidade no local de trabalho e maior autonomia na gestão do seu horário, podendo inclusive conciliar diferentes projetos pessoais e/ou profissionais em simultâneo.

# 03

## COMO SER UM EMPREENDEDOR DIGITAL?



### 1 DIGITAL BUSINESS PLAN

Um plano de negócios digital é uma **extensão de um plano de negócios** que detalha a forma como as **iniciativas digitais podem contribuir para o sucesso da visão, dos objetivos e oportunidades contempladas no plano de negócios**. Os consumidores de hoje esperam comunicar com uma empresa utilizando um *website*, uma aplicação ou o telefone, e as estratégias delineadas no plano de negócios devem facilitar tal comunicação.

O **planeamento deve** assim **contemplar a vertente estratégica**, que pode assumir a forma de um **plano de marketing**, e a **vertente financeira**, sob a forma de orçamento.

Ao nível do **plano de marketing**, devem ser planeadas dimensões como o **produto/serviço**, os **canais de distribuição**, o **preço**, a **estratégia de comunicação**, os **recursos humanos**, as **ferramentas digitais** e a **tecnologia** necessária.

Ao nível do **planeamento financeiro**, assume-se como fundamental a **previsão e estimativa dos investimentos** necessários, dos **custos fixos e variáveis**, bem como do **potencial retorno do investimento (ROI)**. Os custos estão geralmente associados ao **desenvolvimento do website/plataforma de e-commerce**, à **criação de conteúdo**, ao **marketing** (recursos humanos, plataformas e publicidade), ao **apoio no cumprimento da legislação** e possíveis licenças, à **vertente logística** (embalagem, envio, devoluções e integrações), ao **serviço de apoio ao cliente** (*software* e recursos Humanos) e aos **métodos de pagamento** e **comissões de e-marketplaces**.

**PARA CADA DIMENSÃO DO PLANEAMENTO, EXISTE UMA VERTENTE DIGITAL A TER EM CONTA:**

#### ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

- Estratégia de SEO, SERP
- Publicidade Paga
- Redes Sociais
- E-mail Marketing

#### RECURSOS HUMANOS

- Ferramentas digitais de gestão de projetos e colaboração de equipas
- Aplicações de gestão interna

#### GESTÃO FINANCEIRA

- Ferramentas digitais de planeamento financeiro e à base de tecnologia Cloud
- Sistemas de Pagamento Online.

#### TECNOLOGIA

- Gestão e armazenamento de ficheiros com tecnologia Cloud;
- Segurança informática
- Software as a Service (SaaS)

## 2 SELEÇÃO DO PRODUTO/SERVIÇO A COMERCIALIZAR

A definição do produto ou serviço a comercializar deve ter em conta **3 vertentes essenciais**:

1. **Interesse pessoal e competências técnicas;**
2. **Procura e oferta do mercado;**
3. **Tendências do mercado e a sua evolução esperada.**

## 4 ANÁLISE CONCORRENCIAL

De forma a **definir o posicionamento da marca**, deve ser feita a **identificação e análise dos principais concorrentes dentro da área de negócio** e que possuam um **público-alvo semelhante**.

Identificar os principais *players* e líderes do mercado é crucial ao **desenvolvimento de uma proposta de valor diferenciada e única**.

Com vista a **identificar oportunidades de melhoria e diferenciação**, devem ser analisadas as **principais práticas digitais dos concorrentes**, os **canais** que utilizam, **níveis de *engagement* (SERP)** e a forma como **comunicam** com a comunidade.

## 6 DIVULGAÇÃO DIGITAL DO NEGÓCIO

Uma vez **testados e validados os canais digitais** da marca, segue-se o **lançamento e promoção do projeto**. O digital desempenha um **papel fundamental** nesta etapa, pelo **potencial alcance** que proporciona. Nesse sentido, deve ser definido o **melhor *mix* de comunicação**, que combine **diferentes ferramentas e canais**, no contacto com o consumidor.

- **Canais preferenciais:** Motores de busca, redes sociais, *e-mail*, *website* próprio, *media*,
- **Ferramentas preferenciais:** SEO, SEM, publicidade paga, marketing de conteúdo, marketing de influência

## 3 IDENTIFICAÇÃO DAS FORÇAS E FRAQUEZAS

Um passo crucial no desenvolvimento de um projeto/negócio passa pela **reflexão e análise das forças e fraquezas dos recursos existentes**.

Esta etapa permitirá, por um lado, **avaliar os recursos humanos e operacionais necessários** ao desenvolvimento do projeto e, por outro, **identificar competências técnicas a desenvolver**, em especial, ao nível tecnológico e digital. Para colmatar possíveis *gaps* de conhecimento, deve ser considerada a possibilidade de formação.

## 5 SELEÇÃO DOS CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO

A **plataforma** em que é implementado o negócio digital **desempenha um papel vital** no funcionamento e sucesso do mesmo.

Nesse sentido, é necessário que a marca detenha um **domínio próprio e/ou alojamento *web***. No caso de ainda não ter um domínio, este pode ser adquirido ou alugado. Alternativamente, o empreendedor pode optar por **investir em plataformas *online***, que já **incluem um domínio** e um conjunto de outras **funcionalidades ao nível do comércio eletrónico** e da **gestão das interações digitais entre a marca e o consumidor**. Exemplos destas plataformas são o Wordpress, a Magento, a Woocommerce, a OpenCart, entre outras.

## 7 CONTROLO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

Uma vez lançado e divulgado o negócio *online*, resta **observar e analisar**, continuamente, os **resultados obtidos** com a estratégia implementada, tendo sempre em vista a **melhoria contínua**.

Este controlo pode ser otimizado através da **utilização de ferramentas digitais integradas nos canais utilizados**, ou através de **software próprio** que realize essa análise de forma automática, tornando mais eficiente o armazenamento e tratamento da informação recolhida.

# 04

## DICAS PARA UMA IMPLEMENTAÇÃO BEM-SUCEDIDA

Paralelamente aos diversos passos a seguir, existe um conjunto de conselhos práticos, resultantes da experiência de diversos empreendedores, que podem ser de grande utilidade a quem procure enveredar pelo caminho do empreendedorismo digital.



Definir objetivos SMART\* para curto, médio e longo prazo, fazendo a sua avaliação frequentemente



Controlar ativamente os gastos e averiguar a sua conformidade com o orçamento definido



Desenvolver continuamente competências de marketing digital



Otimizar todos os canais digitais para o formato *mobile*



Assegurar a segurança e privacidades dos utilizadores nos diferentes canais digitais



Investir em comunicação criativa e moderna, com conteúdo visual e interativo



Fazer *networking* com outros empreendedores digitais que partilhem boas práticas e contactos



Aprender com os erros e converter as lessons learned em estratégias de melhoria e crescimento

\*Os objetivos definidos podem ser ao nível das vendas (número de encomendas, volume de faturação), ao nível do número de clientes, do valor médio por encomenda, da taxa de conversão e recompra, do número de visitantes nos diferentes canais, entre outros.

Fonte: Webinar "Empreendedorismo Digital e Plano de Negócios", ACEPI (2021)

# AVEIRO *DIGITAL EXPORT*

O presente documento insere-se no âmbito do projeto Aveiro Digital Export (ADE), a ser desenvolvido pela AIDA CCI – Câmara de Comércio e Indústria do Distrito de Aveiro, sendo o principal objetivo estratégico do projeto o apoio à capacitação das Pequenas e Médias Empresas (PME) do distrito de Aveiro, no reforço das suas competências na exportação de bens e serviços, através da utilização de canais digitais.

## WHITE PAPERS

Em linha com os restantes documentos desenvolvidos no âmbito do projeto, os *White Papers*, surgem como complemento à partilha de conhecimento técnico e de boas práticas com o tecido empresarial do distrito de Aveiro, tendo como principal propósito apoiar e incentivar as suas PME na implementação de estratégias de exportação, via canais digitais.

Com esse propósito em vista, os *papers* aprofundam diferentes temáticas essenciais ao processo da digitalização, explanando a sua relevância para as empresas e o método de aplicação e dinamização de cada estratégia/ferramenta.

A cada temática abordada nos *Aveiro Digital Export White Papers*, estão associadas **sessões de capacitação** junto de cada município do distrito de Aveiro, os *Digital Labs*. Estas sessões, a decorrer entre março e junho de 2022, são organizadas pela AIDA CCI e conduzidas por especialistas nos diferentes temas, com vista a apoiar as PME na implementação das várias práticas e ferramentas digitais.

Os interessados em obter mais informações acerca dos *Digital Labs* devem contactar o Gabinete de Comunicação e Imagem da AIDA CCI – Celeste Claro – c.claro@aida.pt Tel: 234 302 497

O presente *white paper* é fruto do *know-how* especializado, pesquisa e análise realizada pela equipa de consultoria da Deloitte, acerca da temática explanada.

# FICHA TÉCNICA

Título: Empreendedorismo Digital

Propriedade: AIDA CCI – Câmara de Comércio e Indústria do Distrito de Aveiro

Autoria: Deloitte *Business Consulting* S.A. "Deloitte" refere-se a uma ou mais firmas membro e respetivas entidades relacionadas da rede global da Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"). A DTTL (também referida como "Deloitte Global") nem cada uma das firmas membro são entidades legais separadas e independentes, que não se obrigam ou vinculam entre si relativamente a terceiros. A DTTL e cada firma membro da DTTL e entidades relacionadas são responsáveis pelos seus próprios atos e omissões e não das restantes. A DTTL não presta serviços a clientes. Para mais informação aceda a [www.deloitte.com/pt/about](http://www.deloitte.com/pt/about).

Data: Fevereiro de 2022

Contacto: R. da Boavista - Zona Ind. de Taboeira – Alagoas, 3800 - 115 Aveiro; Tel. (351) 234 302 490

Website: [www.aida.pt](http://www.aida.pt)

Para mais informações, contacte a AIDA CCI.