

Panorama Empreendedorismo Digital Feminino Brasil 2020

Powered by
HEROSPARK



Panorama Empreendedorismo Digital Feminino Brasil 2020

A HeroSpark está sempre em busca de fomentar o empreendedorismo digital no país através da produção e desenvolvimento de conteúdos ricos e que podem fazer a diferença na vida das pessoas. Mais especificamente, queremos fazer a diferença na vida das mulheres.

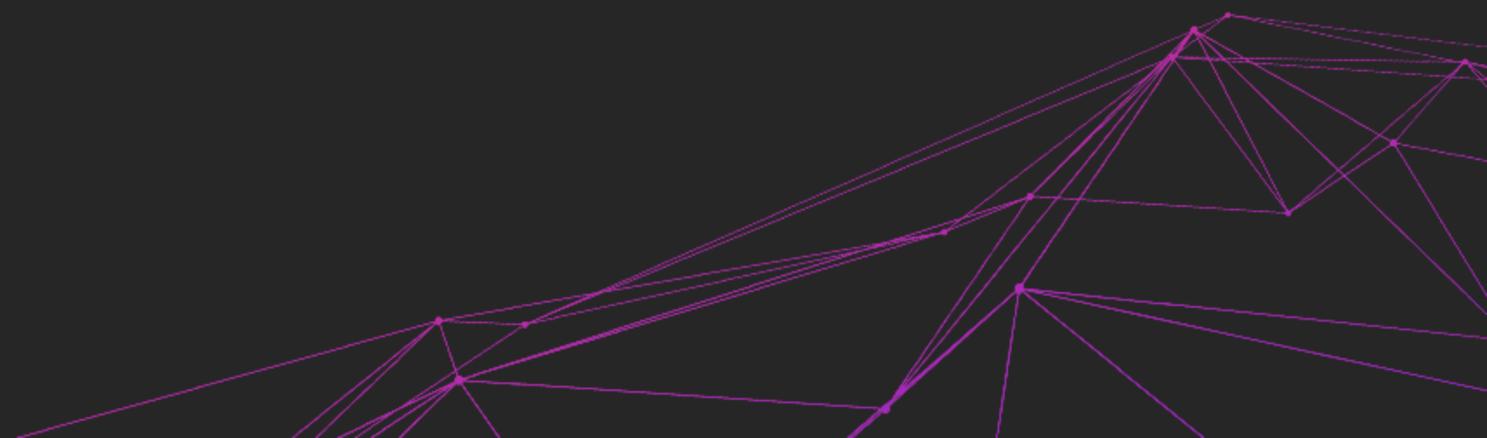
Com isso, em 2019, desenvolvemos e aplicamos a Pesquisa Panorama Empreendedorismo Digital Feminino Brasil 2020. A ideia é agregar informação de qualidade às nossas heroínas, de maneira a ajudá-las a ter todos os insumos necessários para uma melhor tomada de decisão em uma jornada empreendedora.

Neste relatório, você empreendedora, terá acesso a estatísticas, gráficos e dicas em forma de análises que servirão como base para impulsionar seus resultados em 2020.

Boa leitura!

Sumário

Palavra de uma Empreendedora.....	04
Introdução	05
Empreendedorismo	06
Metodologia	07
Insights	08
Perfil das Respondentes	16
Referências e Início	26
Equipe e Investimentos	31
Tecnologia e Inovação	42
Conclusão	48
Sobre a HeroSpark	50



Palavra de uma Empreendedora

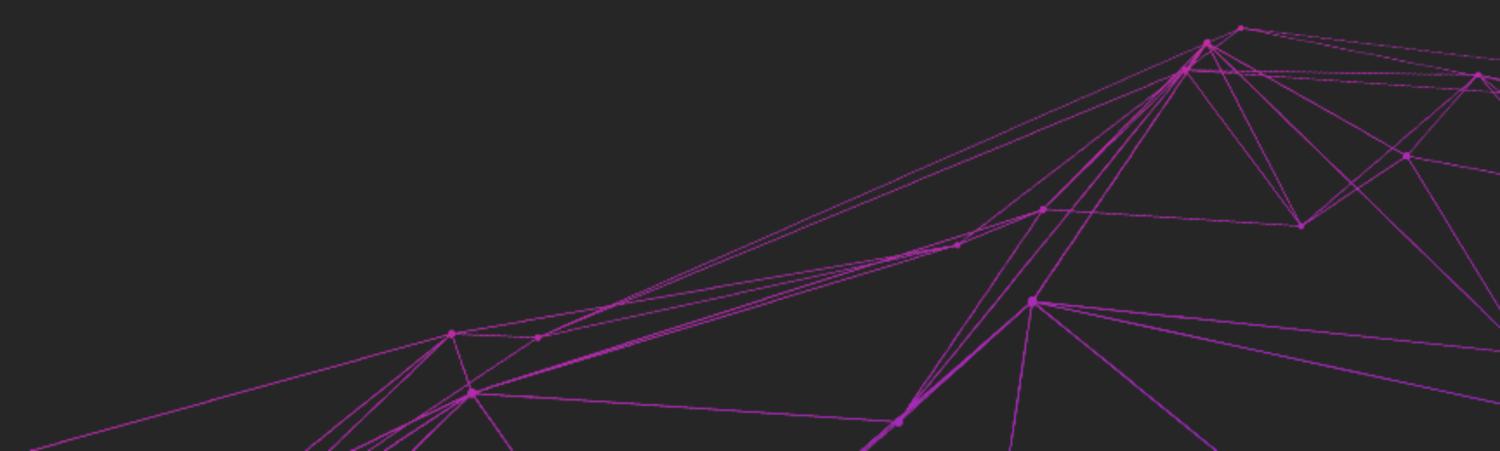
Os dados apontam que o empreendedorismo tem despertado mais interesse das mulheres. Estudos mostram que 15% de abertura de Novos Negócios pertencem à elas e que as mesmas são movidas principalmente pela maternidade e pela necessidade de ter outra fonte de renda.

E quando se fala em filhos e casa, nada mais pertinente do que um trabalho home office, e então, por que não empreender digitalmente? A relação entre mulheres e empreendedorismo digital vem se estreitando cada vez mais: em todo o país, novas donas de negócio aproveitam o avanço das tecnologias para investir em suas ideias e ocupar um espaço ainda maior nesse mercado promissor.

Pensando nisso, a HeroSpark desenvolveu a Pesquisa Panorama Empreendedorismo Digital Feminino Brasil 2020 visando ajudar você mulher a planejar o seu negócio para 2020 e, principalmente, te mostrar um caminho muito menos tortuoso. Eu, como empreendedora, sei como é difícil começar. Espero que você faça um bom proveito deste relatório e consiga estruturar suas estratégias a partir dela.

Um abraço,

Mery Lunelli,
Empreendedora
Analista Sênior de Educação Corporativa



INTRODUÇÃO

A cada dia observamos o intenso aumento no número de negócios digitais surgindo em todo o Brasil. Seja com o objetivo de gerar uma renda extra, ou ainda como sendo a principal fonte de renda, mulheres vêm se valendo da facilidade de penetração nesse universo para conquistar cada vez mais espaço nesse mercado.

Umas com mais dificuldades, outras com menos. O fato é que empreender em um negócio digital já é uma realidade para milhares de mulheres e precisamos dar uma maior atenção a isso.

Por isso, para agregar valor à toda essa mulherada pensamos que seria muito importante existir um estudo que contemple **as principais tendências e oportunidades para servir como um guia para elas. E é sobre isso que se trata essa pesquisa.**

Ao todo, foram 184 mulheres participantes, sendo 120 donas do próprio negócio, 41 colaboradoras e 23 em cargos de diretoria ou gerência.





EM PRE EN DE DO RIS MO

O que é EMPREENDEDORISMO digital?

Empreendedorismo digital diz respeito ao desenvolvimento de um modelo de negócios que tem como objetivo oferecer um produto ou serviço por intermédio da internet

Normalmente, o empreendedorismo digital pode ser trabalhado em diversos modelos, tais como venda de cursos online, e-commerce, afiliados, dropshipping, infoprodutos, prestação de serviços digitais em geral, conteúdos, entre outros. Ao longo do relatório vamos falar um pouco mais sobre cada um deles.

Além disso, um empreendimento digital tem como grande aliado a tecnologia e inovação, sendo estas consideradas fundamentais para o sucesso do negócio como um todo.



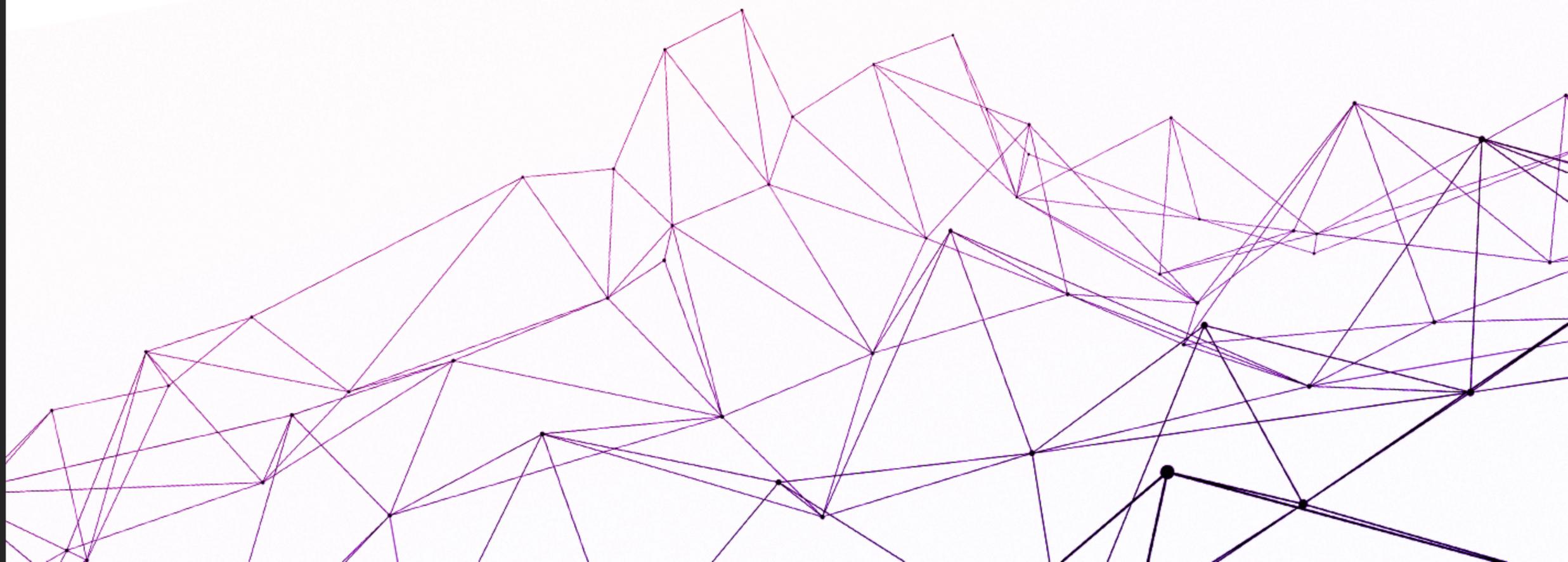
ME TO DO LO GIA

A Pesquisa Panorama Empreendedorismo Digital Feminino 2020 foi realizada em formato online através de um questionário que ficou disponível para preenchimento entre os dias 11 de Novembro a 09 de Dezembro de 2019. Ela contou com a participação de 184 mulheres, a grande maioria composta por empreendedoras digitais (71%).

Ao responder a pesquisa, oferecemos um sorteio de um Kindle, um Echo Dot e 10 camisetas “Todo Empreendedor é um Herói” nas versões masculina ou feminina, ficando a escolha a critério do ganhador.

No questionário, **demos prioridade às perguntas que mostram como se iniciou a jornada empreendedora de cada participante, bem como informações sobre equipes, investimentos, tecnologia e inovação.**

Nota: os gráficos das perguntas que oferecem mais de uma opção de resposta apresentam somatório das porcentagens ultrapassando os 100%.



2020 É O ANO DO EMPREENDEDORISMO DIGITAL

41% das empreendedoras digitais começaram seus negócios há menos de 1 ano. Desses, 23,4% começaram há menos de 3 meses, **o que demonstra que o empreendedorismo continuará sendo uma forte tendência nos próximos anos.**

UMA ÓTIMA OPÇÃO DE FONTE DE RENDA EXTRA

56% das Empreendedoras Digitais no Brasil usam seus empreendimentos como um complemento a trabalhos ditos “tradicionais”. Ou seja, **os negócios digitais funcionam como uma excelente fonte de renda adicional.**



CRIAR UMA EMPRESA ESTÁ CADA VEZ MAIS FÁCIL

O surgimento de programas como o MEI permitiu que **empreendedores do Brasil saíssem da irregularidade**, criando seus negócios com CNPJ e aproveitando uma série de facilidades que são oferecidas na modalidade Pessoa Jurídica.

Considerando a parcela das empreendedoras que ainda não estão regularizadas (54%), muitas devem buscar a formalização em um futuro próximo.



É POSSÍVEL SE TORNAR O SEU PRÓPRIO CHEFE

Quase metade das entrevistadas que possuem seu negócio digital há mais de 1 ano já transformaram o empreendimento em sua principal fonte de renda. A máxima “Learn, Grow, Make \$, Repeat” (Aprenda, Cresça, Faça Dinheiro e Repita) nunca fez tanto sentido.



VOCÊ JÁ CRIOU SUA PRESENÇA NO INSTAGRAM?

Cerca de 61% das entrevistadas tem o Instagram como principal canal de divulgação de seus negócios digitais. E falando sobre mídia, 42% das entrevistadas investem em mídia paga (anúncios), sendo que 50% das que trabalham com anúncios, não investem mais que R\$1.000,00 mensais.



NÃO É NECESSÁRIO TER DINHEIRO PARA COMEÇAR

“Ah, mas começar é caro.” Não se engane! 14,9% das empreendedoras digitais que responderam a pesquisa não investiram mais do que R\$1.000,00 para começar.

Além disso, pelo menos 28,6% das empreendedoras digitais afirmam não terem feito investimento nenhum no início do seu negócio.



É PRECISO COLETAR MAIS FEEDBACK DO MERCADO

É o momento do pós-vendas! Somente 21% das empreendedoras utilizam alguma métrica para medir o nível de satisfação dos seus clientes com os produtos adquiridos. **Ouvir o consumidor, entender o que levou ele a comprar o seu produto e coletar feedbacks** é um dos principais diferenciais para um negócio de sucesso.



O PREÇO É REI NA ESCOLHA DE PLATAFORMAS DE E-COMMERCE

Cerca de 19% das empreendedoras **levam em consideração somente o preço na hora de escolher a tecnologia**. Por outro lado, 9% das entrevistadas disseram que utilizam plataformas de e-commerce próprias para vender seus produtos/serviços.

IN SI GH TS



CURSOS ONLINE SÃO A NOVA FORMA DE APRENDER

Aprender sempre você deve, jovem padawan! As empreendedoras digitais brasileiras disseram usar principalmente o **Instagram, YouTube e Cursos Online** para se atualizar e melhorar os seus resultados.

YouTube e Cursos Online, em especial, se mostram uma tendência crescente em 15% das respondentes. Aliás, você já viu o Programa de Aceleração de Negócios Digitais SparkStart? [Conheça aqui:](#)



PERSONALIZAR UMA PLATAFORMA E PROBLEMAS COM INTEGRAÇÃO SÃO DIFÍCEIS

Quando o assunto são os problemas, 28% das empreendedoras afirmam que **problemas de personalização e integração são os principais pontos negativos** das suas plataformas de tecnologia.



NPS É A MÉTRICA MAIS USADA PARA MEDIR O SUCESSO

Da pequena parcela que trabalha o Sucesso do Cliente, cerca de **45,9% usa a técnica NPS (Net Promoter Score)** para medir a satisfação geral do cliente. No Builder's Cast 02 falamos sobre essa estratégia, [NÃO DEIXE DE OUVIR!](#)



62% **NÃO** UTILIZAM NENHUMA PLATAFORMA

Esse dado confirma como é possível empreender com pouco e sem ferramentas. Basta analisar o mercado, selecionar um nicho e trabalhar conteúdo. Aos poucos você ganha mercado e se torna autoridade no assunto. No entanto, alguns cuidados devem ser observados ao não utilizar tecnologia para tal.



22% DAS EMPREENDEDORAS PRETENDEM **INVESTIR EM** **MÍDIAS PAGAS**

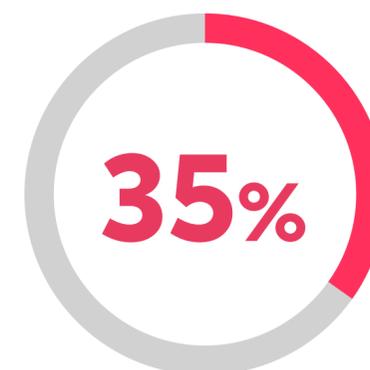
Essa pesquisa mostra como as empreendedoras dão importância ao marketing digital. Através dele se pode aumentar as vendas, se tornar autoridade, e entre muitas outras coisas.

PERFIL DAS RESPONDENTES

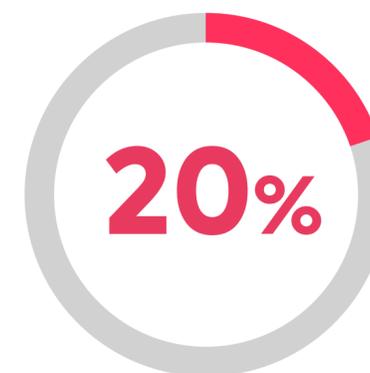


PERFIL DAS RESPONDENTES

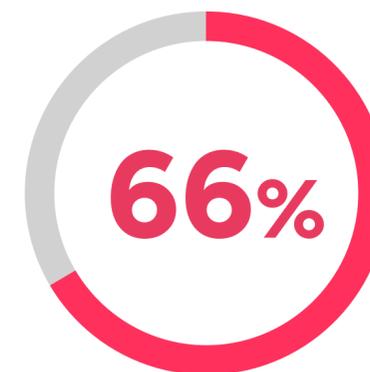
Nessa primeira parte da pesquisa, você vai conhecer melhor o **perfil das participantes e um pouco mais sobre seus negócios.**



atuam com **Prestação de Serviços**



trabalham com o **Nicho de Negócios**



são **Sócios-proprietários/Fundadores/Dono**

PERFIL DAS RESPONDENTES

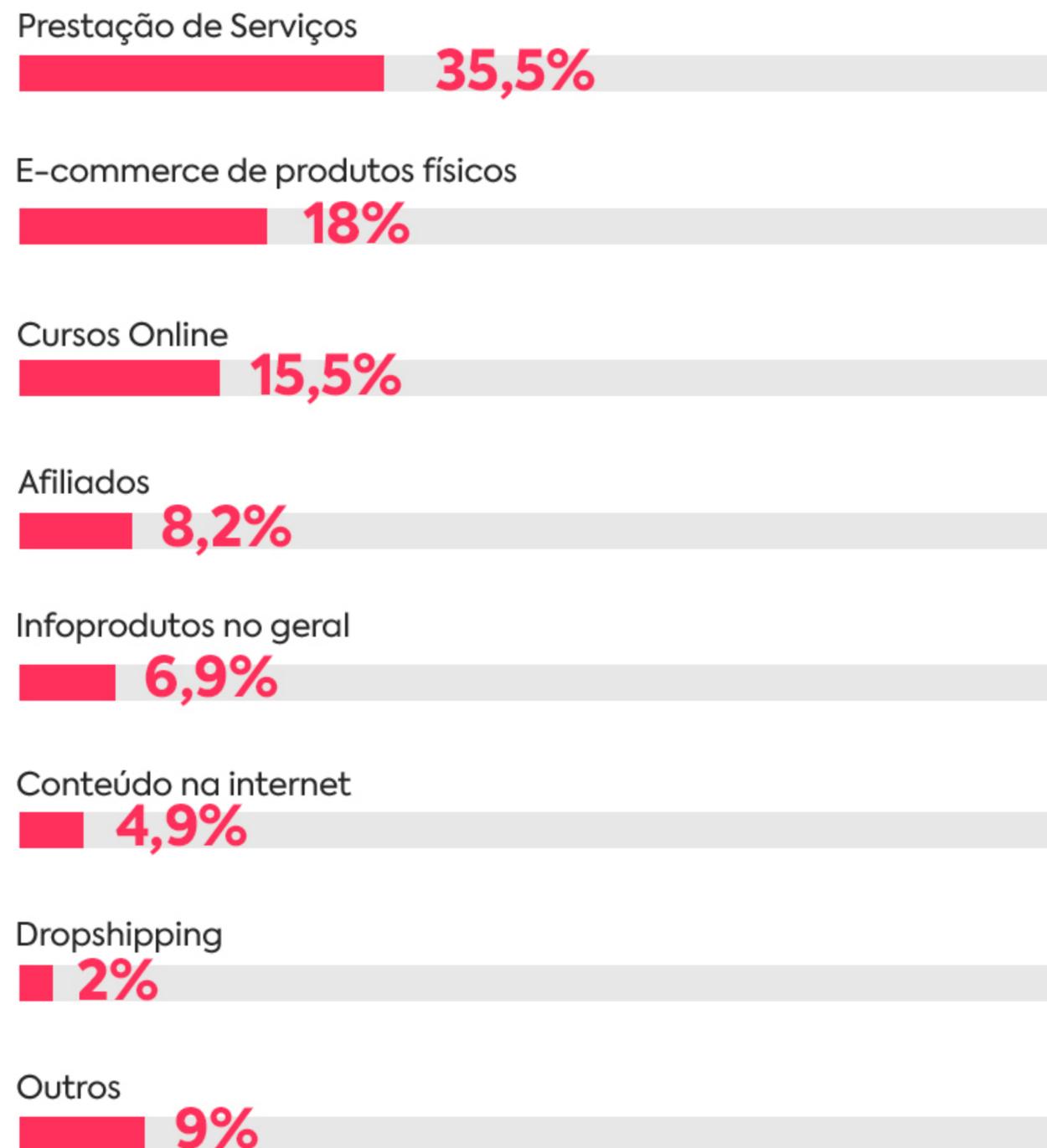
Com quais tipos de negócio digital você trabalha?

O primeiro ponto analisado foi relacionado aos tipos de negócio digital trabalhados. Os dados mostram que a maioria das mulheres, **35,5%, atuam com prestação de serviços**. Na sequência, temos 18% com venda de produtos pela internet (ecommerce) seguido de cursos online sendo trabalhados por 15,5% das entrevistadas.

Afiliações (8,2%), Infoprodutos (6,9%), ganho de dinheiro com conteúdo na internet (4,9%) e Dropshipping (2,0) também fazem parte da lista, mas com menor percentual de atuação.

Aqui, a escolha das respostas poderia ser múltipla, o que justifica a soma das porcentagens ultrapassar os 100%.

Infoprodutos: São produtos digitais que são criados e distribuídos, de forma gratuita ou não, através da internet.
Afiliações: São pessoas que indicam produtos de terceiros e recebem comissões pelas vendas efetuadas.
Dropshipping: É uma técnica de vendas através da qual o revendedor não mantém seus produtos em estoque, mas sim oferta e comercializa os produtos em estoque do seu fornecedor. Logo, quando um cliente finaliza a compra, o revendedor notifica o fornecedor para que o mesmo possa realizar todo o processo de embalagem e envio diretamente ao cliente.



PERFIL DAS RESPONDENTES

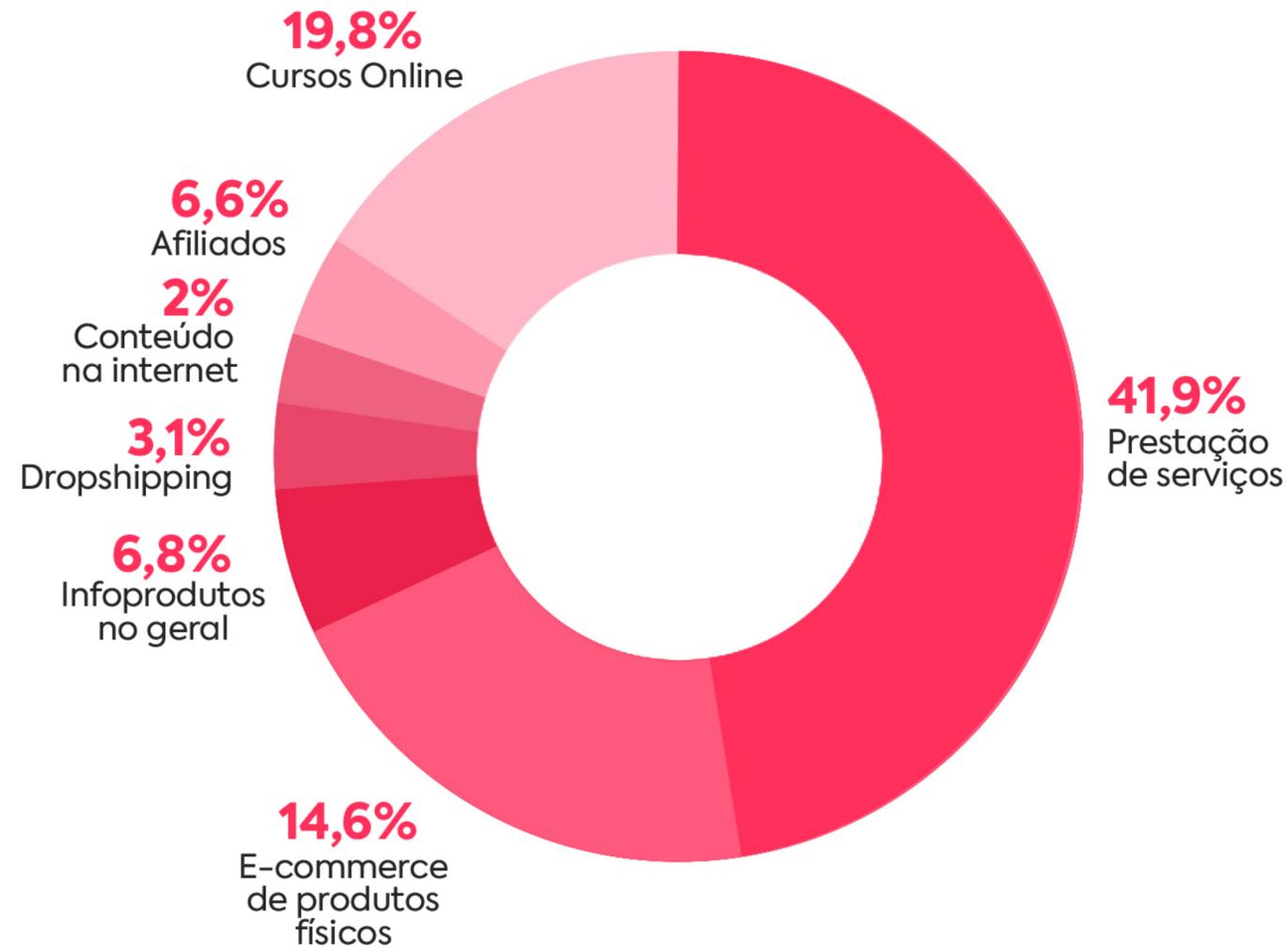
Dessas, qual a principal?

Das áreas de atuações destacadas, perguntamos também qual seria a principal. E, **mantendo a lógica, prestação de serviços foi a mais indicada, com 47,4%**. Na sequência, aparecem e-commerce de produtos físicos, com 20,6% e cursos online, com 16%

Outras opções tiveram uma baixa representatividade no geral, como é o caso de dropshipping e ganho de dinheiro com conteúdo na internet, com 3,4% e 2,9% cada.

47,4%

Tem a Prestação de Serviços como principal tipo de negócio digital



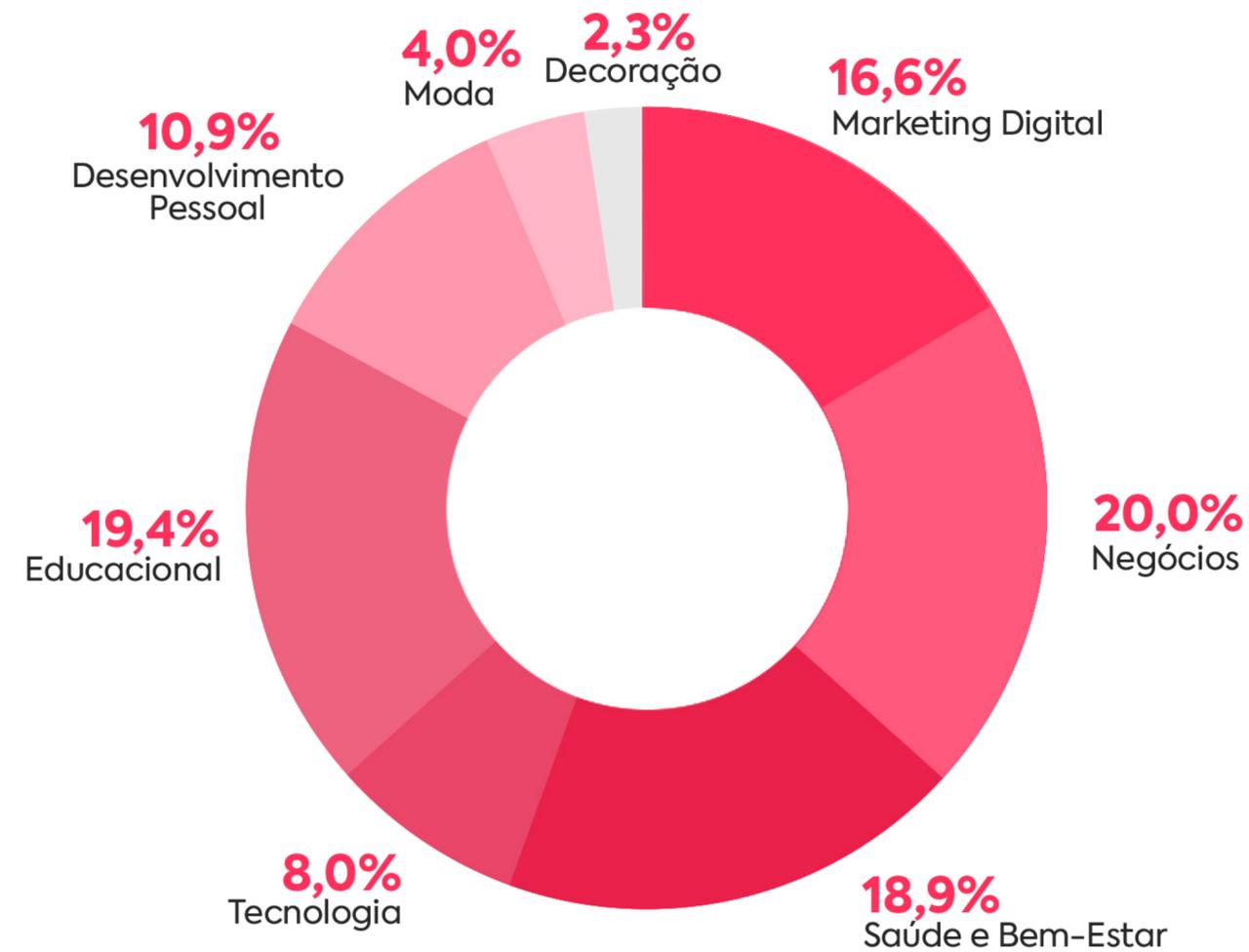
PERFIL DAS RESPONDENTES

Qual seu nicho de atuação?

Trabalhar com nichos pode ser essencial para o sucesso de um negócio digital. Isso pode fazer com que você concentre suas ações e atenção em um único público e, com isso, obtenha maior probabilidade de se dar bem na sua jornada.

Na pesquisa, percebemos que existe uma certa regularidade na escolha dos nichos. **O nicho de Negócios é o mais trabalhado, com 20% do total.** Na sequência, temos Educacional, com 19,4%, Saúde e Bem-estar, com 18,9%, Marketing Digital, com 16,6% e Desenvolvimento Pessoal, com 10,9%.

Interessante perceber que os nichos mais presentes entre as entrevistadas são os que trabalham justamente no segmento de Negócios e Educacional, refletindo em uma forte tendência ao empreendedorismo digital como um todo.



PERFIL DAS RESPONDENTES

O seu empreendimento digital possui CNPJ?

Outro fator que acaba gerando muitas dúvidas com relação às mulheres que buscam iniciar um negócio digital diz respeito a modalidade do empreendimento. Entre as entrevistadas, **45,7% afirmaram que o negócio possui CNPJ, ao passo que 41,1% ainda não possuem, mas pretendem no futuro.** 13% disseram que não possuem e nem pretendem abrir empresa.

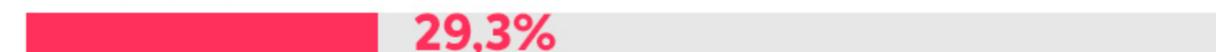
Se sim, qual o tipo de CNPJ?

Entre as que disseram possuir empresa legalizada, a maioria, 45%, a abriu na modalidade de MEI (Microempreendedor Individual). **Essa é considerada por muitos a melhor opção para se começar um negócio digital.**

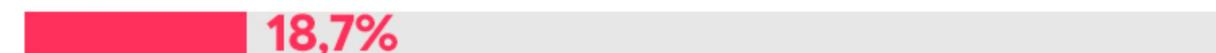
MEI



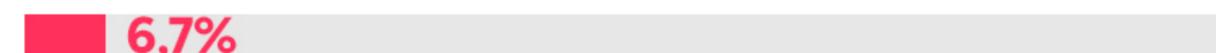
Sociedade LTDA



Simples



Micro empreendedor



MEI: O Microempreendedor Individual é uma modalidade criada para promover a formalização de determinadas categorias de trabalhos com uma carga tributária reduzida.

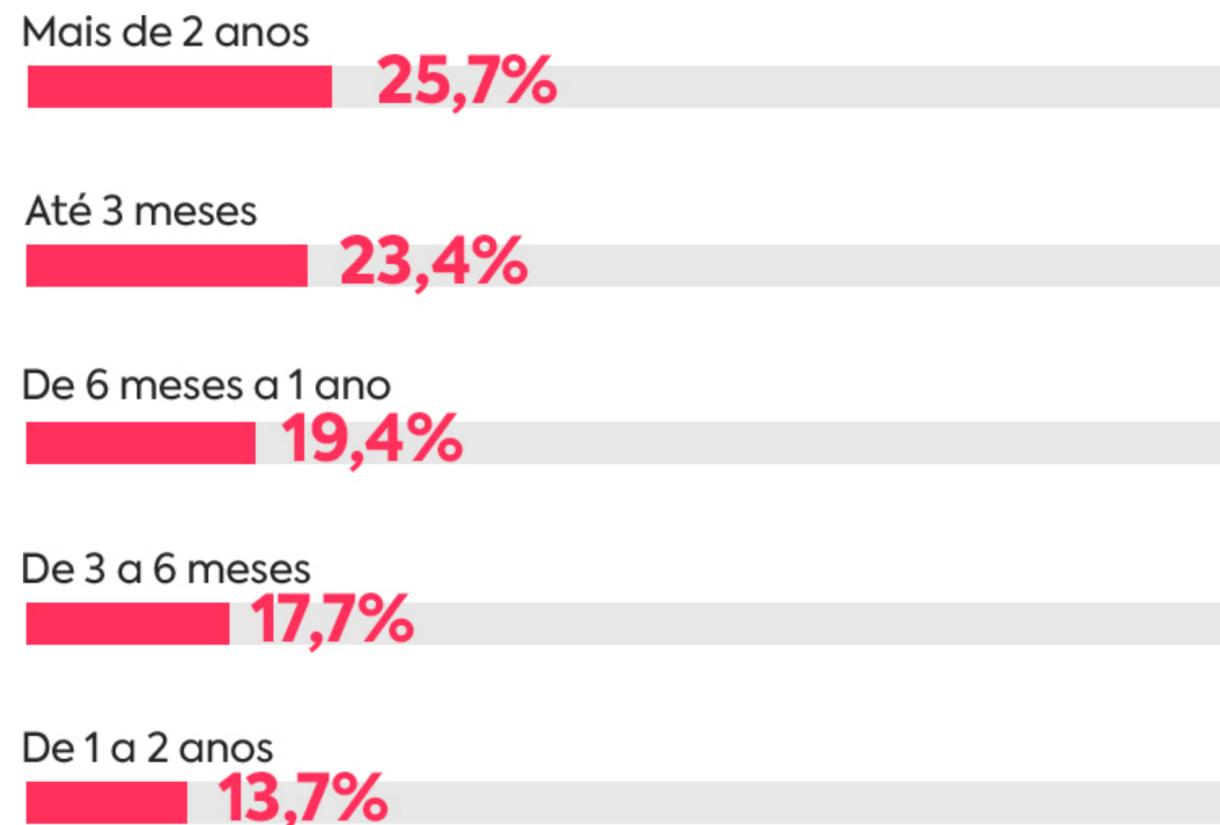
PERFIL DAS RESPONDENTES

Há quanto tempo começou o seu negócio digital?

Quando perguntados a respeito de quanto tempo o negócio digital foi iniciado, **a maioria das mulheres, 25,7%, disseram que já o possuem há mais de 2 anos.** Por outro lado, 23% disseram que seus negócios são bastante recentes e que começaram em até 3 meses.

No total, **cerca de 60% das entrevistadas disseram que começaram a empreender online em até 1 ano**, refletindo o aspecto de forte tendência de se iniciar um negócio digital.

60%
disseram que começaram a empreender nos últimos 12 meses



PERFIL DAS RESPONDENTES

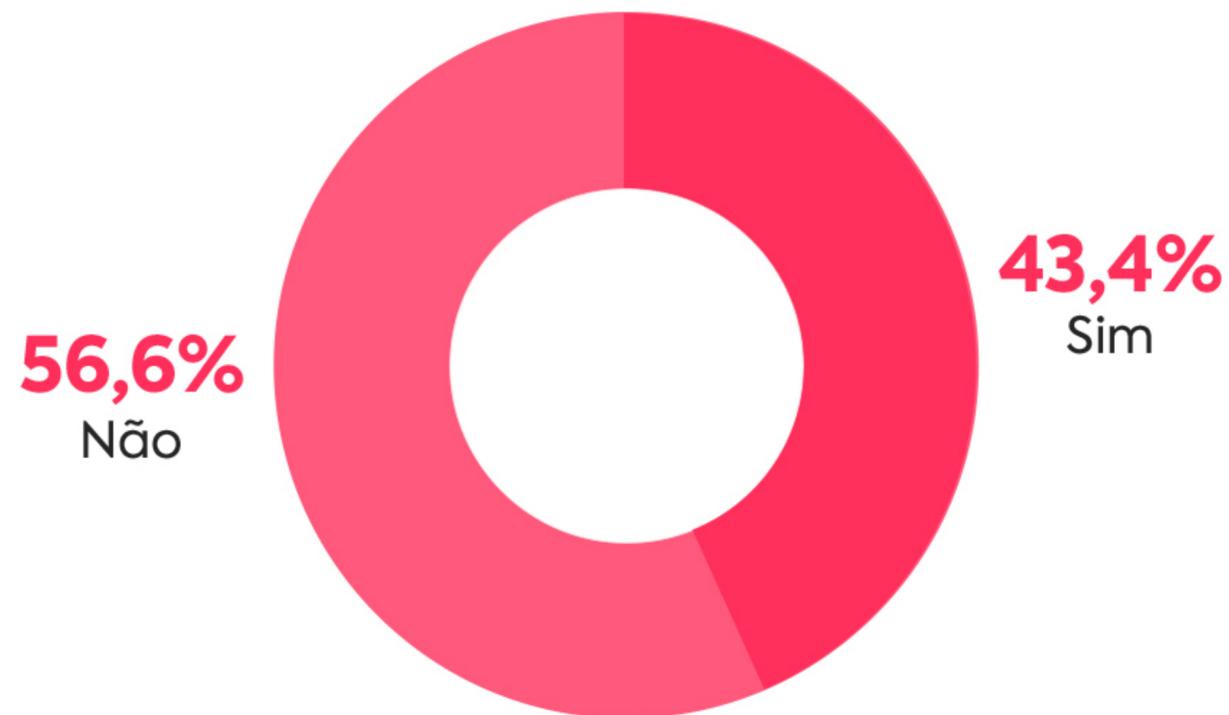
Esse negócio digital é sua principal fonte de renda?

Um dado importante revelado na pesquisa é que muitas mulheres estão buscando iniciar um negócio digital **como forma de conquistar uma renda extra ao seu trabalho atual**. Fato é que apenas 43% se utilizam do negócio digital como sendo sua principal fonte de renda.

Isso reflete muito bem a facilidade de se entrar nesse mercado. **Existem muitas mulheres que iniciaram seus negócios em paralelo às suas atividades principais** ou pela maternidade e já estão faturando com esse novo modelo.

56%

disseram que seu negócio digital não é sua principal fonte de renda



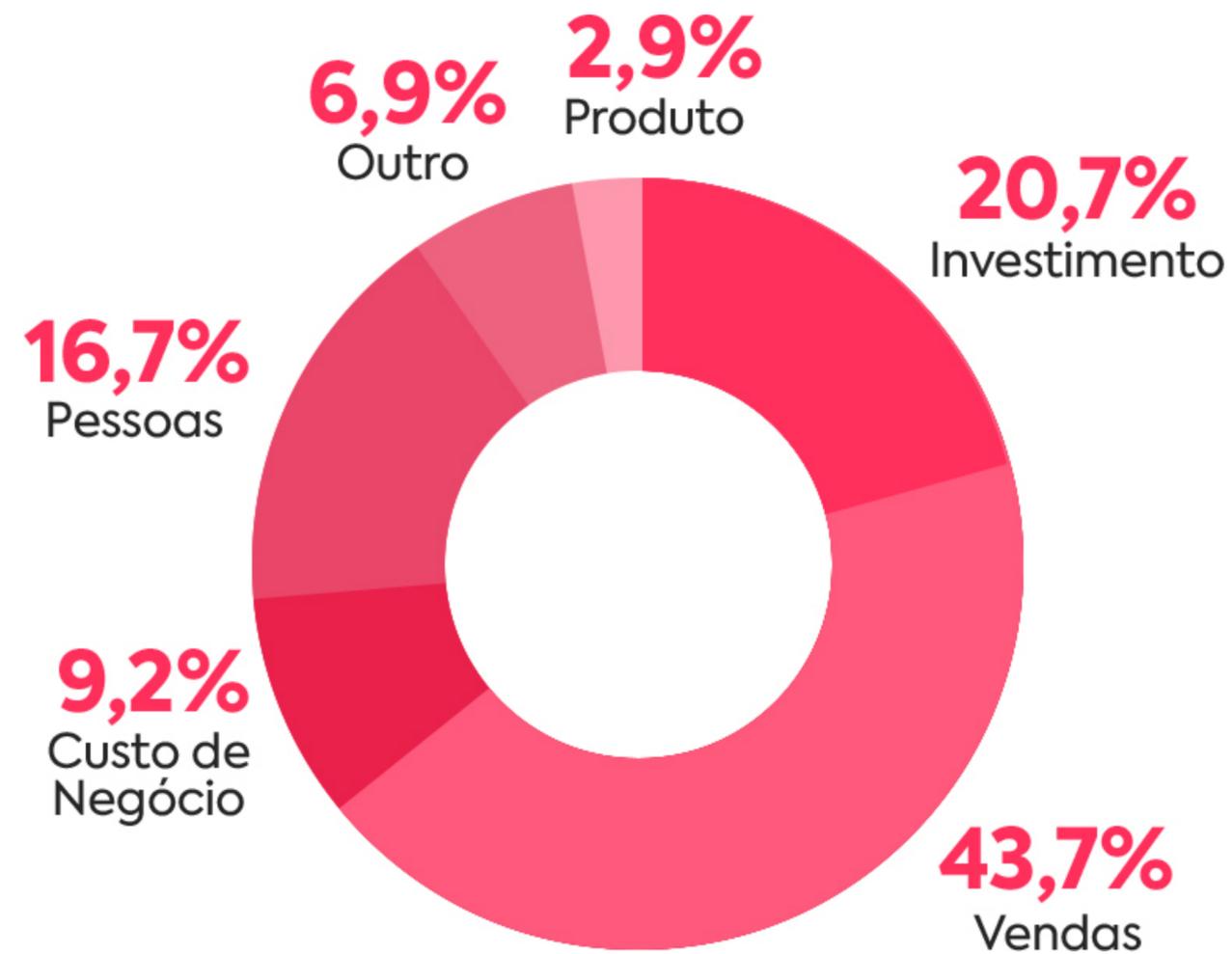
PERFIL DAS RESPONDENTES

Qual a principal dificuldade que você enfrenta no seu negócio digital?

Quando perguntamos sobre os principais desafios enfrentados na gestão de seus negócios digitais, **43,7% das entrevistadas citaram problemas com vendas em primeiro lugar.** Bem atrás, foram citadas também as dificuldades enfrentadas com o investimento em si no negócio, com 20,7%, e pessoas, com 16,7%.

Isso reflete bastante a falta de conhecimento sobre marketing e estratégias de vendas de produtos digitais em geral. É notório que muitas mulheres possuem um conhecimento muito valioso sobre os temas abordados em seus negócios, mas não conseguem impactar de maneira assertiva os seus públicos.

Isso é um sinal de alerta para quem busca entrar nesse mercado, visto que é considerado essencial você ter boas noções de marketing digital para fazer com que o seu negócio alcance o sucesso mais facilmente através de vendas recorrentes e previsíveis



PERFIL DAS RESPONDENTES

Qual o seu objetivo principal para o próximo ano?

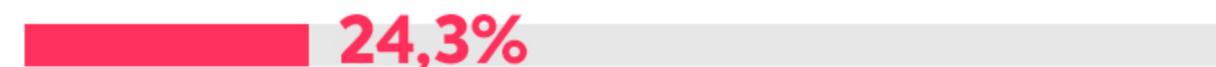
Indo ao encontro do tópico anterior, onde falamos que a principal dificuldade enfrentada nos negócios é relacionada às vendas, **escalar o faturamento e ampliar o leque de produtos/serviços** aparece como o principal objetivo para o próximo ano para 24% e 23% das mulheres.

Diversificar fontes de renda também apareceram como objetivos a serem alcançados no ano que vem, com 20%

24%

afirmaram que Escalar o Faturamento é o principal objetivo para 2020

Escalar Faturamento



Ampliar o leque de produtos/serviços oferecidos



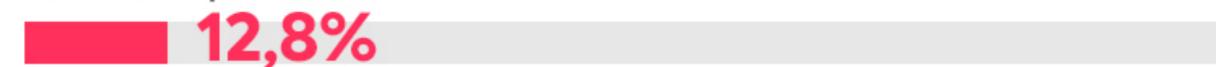
Diversificar as fontes de renda



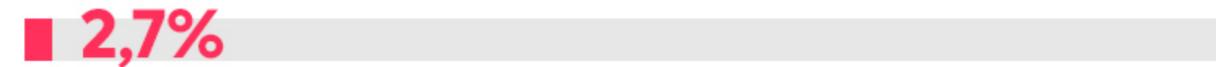
Começar novos canais de vendas



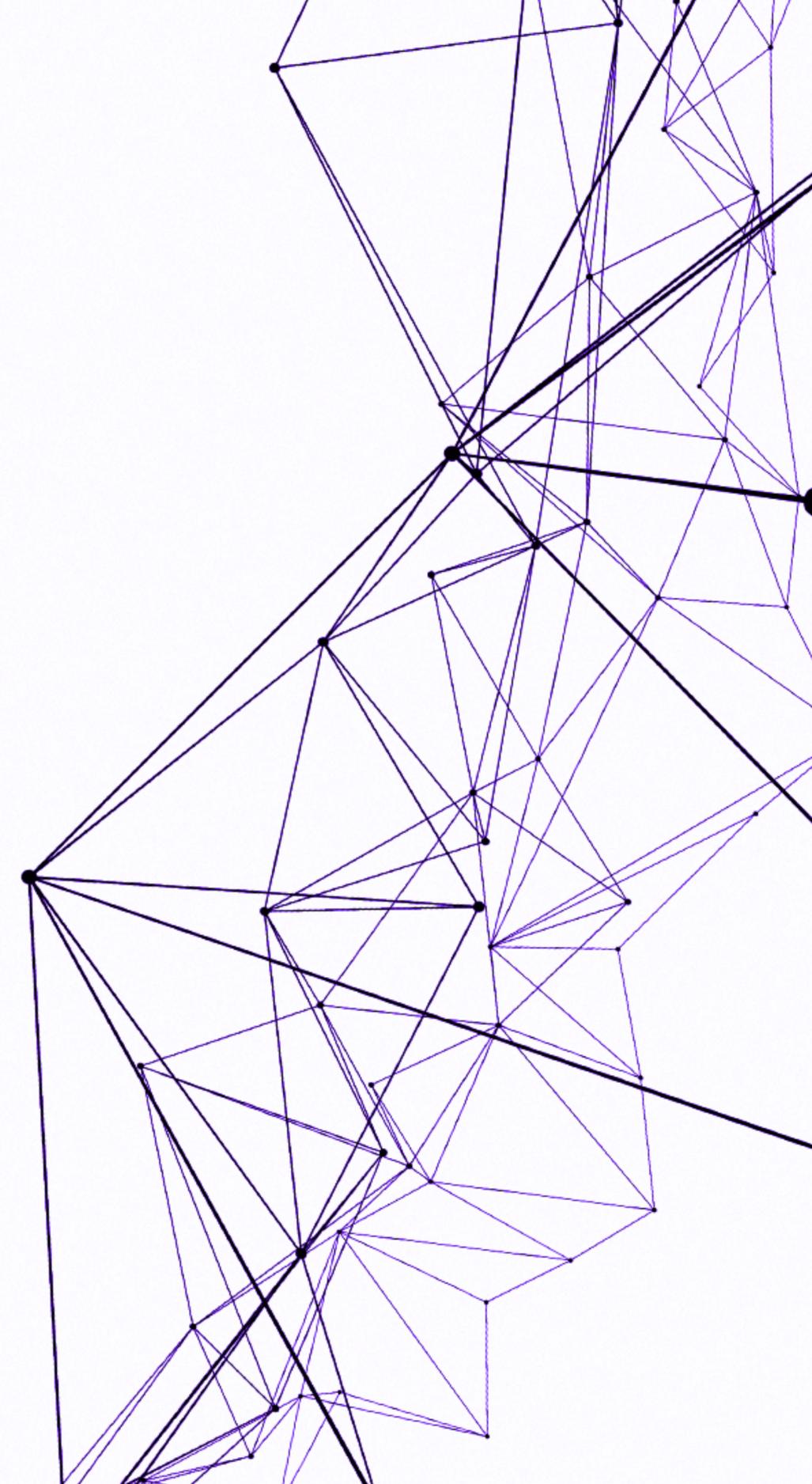
Melhorar produto



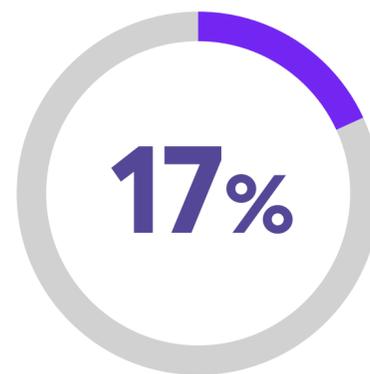
Outros



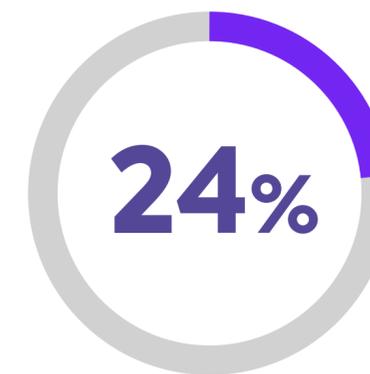
REFERÊNCIAS E INÍCIO



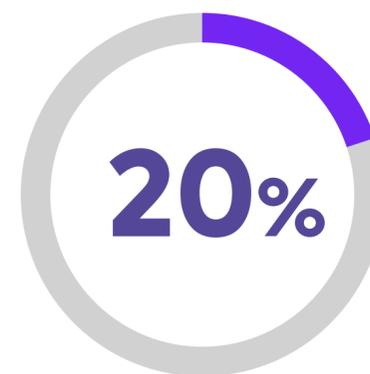
Seguindo adiante em nossa análise, nessa etapa você irá descobrir um pouco mais sobre **de que maneira as empreendedoras digitais buscam informações para aprimorarem seus negócios**, em quem se inspiram, suas principais motivações e quanto foi investido para iniciarem suas atividades.



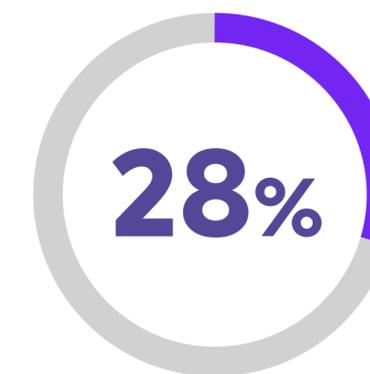
utilizam **Instagram** para buscar informações



se inspiram no **influenciador digital Erico Rocha**



tiveram a **conquista da independência financeira** como principal motivação



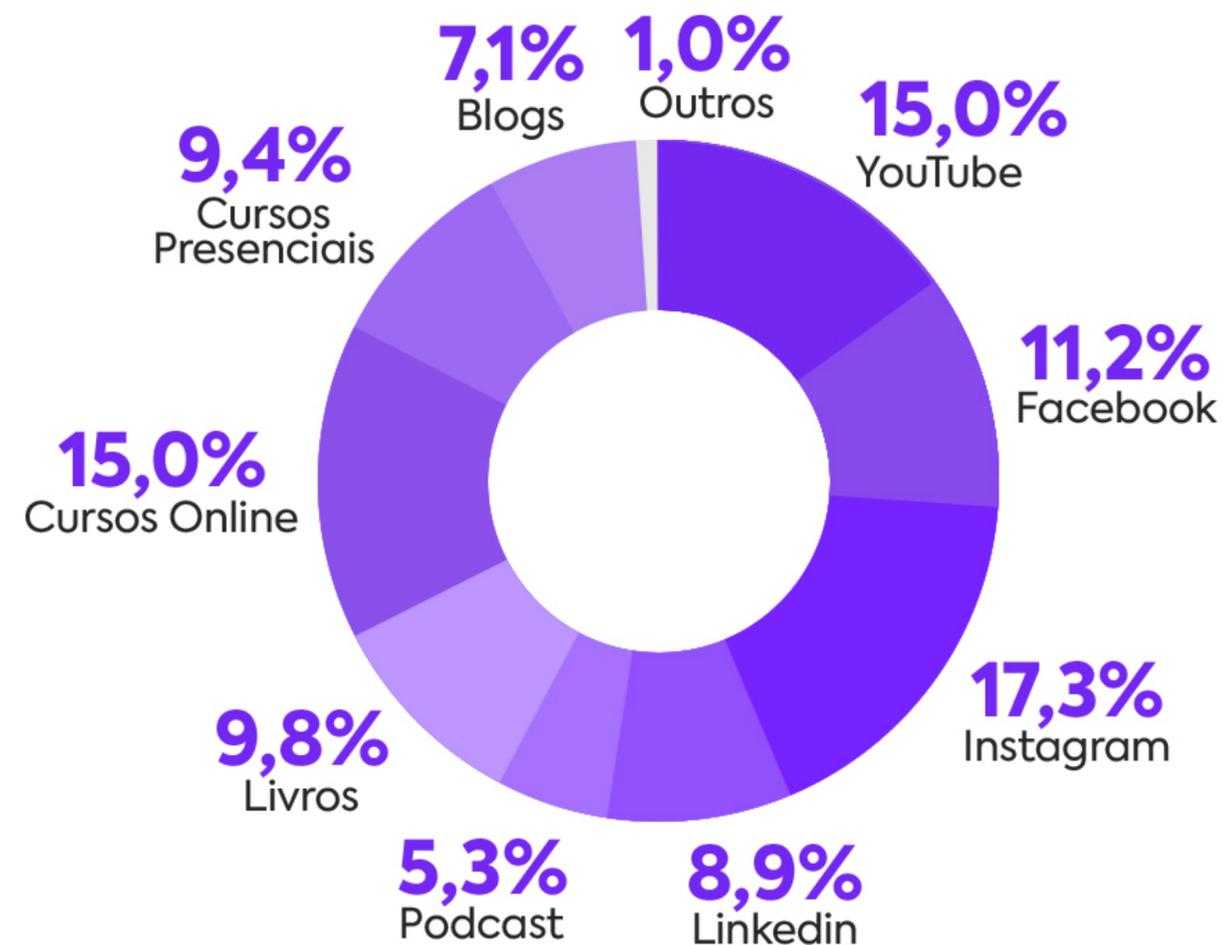
não investiram **nenhum centavo para iniciar o negócio**

Qual canal você usa para buscar informações para empreender no seu negócio?

Instagram foi o canal mais citado com 17%. Colado nele estão o YouTube e Cursos Online com 15% os dois. Interessante perceber como os canais digitais são grandes aliados quando falamos em desenvolver um negócio online.

Como podemos perceber, **é fato que as pessoas estão utilizando cada vez mais canais para complementarem seus estudos em busca de melhorias em seus negócios.**

Isso pode ser um bom indicativo para quem está buscando melhorar os resultados dos seus negócios digitais, onde explorar canais diversificados pode ser um bom caminho para o sucesso nas vendas.



Qual foi a motivação para começar o seu negócio digital?

As principais razões são bem distintas, mas acabam sendo bastante complementares. **Conquistar a independência financeira é a principal motivação com 20%.**

Na sequência, **causar impacto na vida das pessoas ficou com 17% e ter uma renda extra alcançou 15%.** Ter mais tempo livre e ter liberdade geográfica estão praticamente empatados com 11%.

Conquistar a independência financeira (renda passiva)

20%

Desejo de causar impacto positivo na vida das pessoas

17,3%

Paixão pelo conceito ou área em que se pretende atuar

16,6%

Ter uma Renda Extra

15,1%

Ter mais tempo livre

11,5%

Ter liberdade geográfica (nômade digital)

11,1%

Ter a solução para um problema comum

6,7%

Outros

1,7%

Qual foi investimento inicial?

Quando falamos em investimento para iniciar um negócio, boa parte das pessoas acabam se desmotivando frente aos altos custos para se abrir uma empresa no Brasil. No entanto, quando falamos a respeito da abertura de um negócio digital esse cenário pode ser bem diferente.

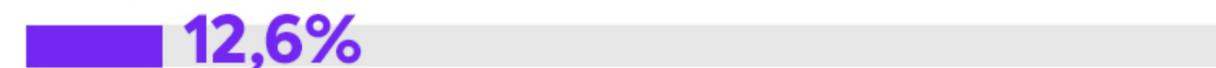
Prova disso é que a maioria das entrevistadas, 28%, afirmaram que não investiram sequer R\$ 1,00 para abrirem seus negócios. Isso reflete a facilidade com que um negócio digital pode ser iniciado e como o mesmo pode ser acessível para qualquer pessoa em qualquer situação.

É claro que isso não é uma regra. Ter recursos para investir pode ser muito importante para você agregar maior qualidade aos seus produtos e impactar um maior número de pessoas.

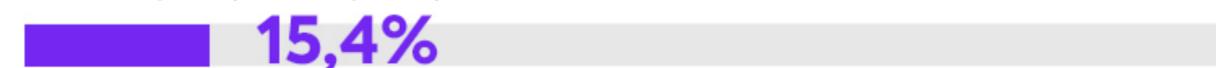
Não investi nada



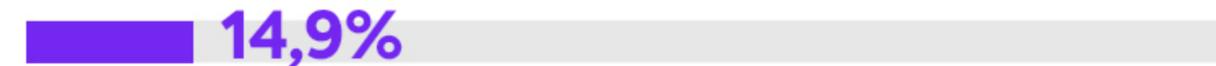
Até R\$100,00



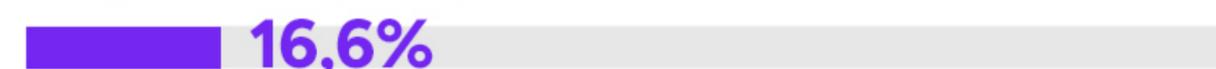
Entre R\$100,01 e R\$500,00



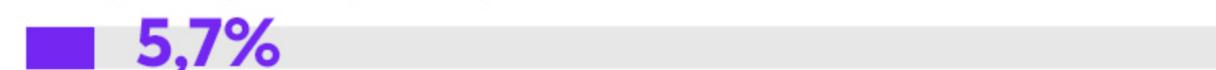
Entre R\$500,01 e R\$1.000,00



De R\$1.000,01 a R\$5.000,00



De R\$5.000,01 a R\$10.000,00



Mais de R\$10.000,01

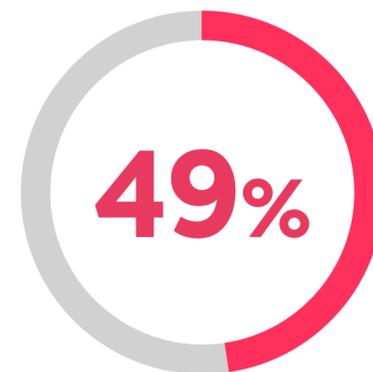


EQUIPE E INVESTIMENTOS

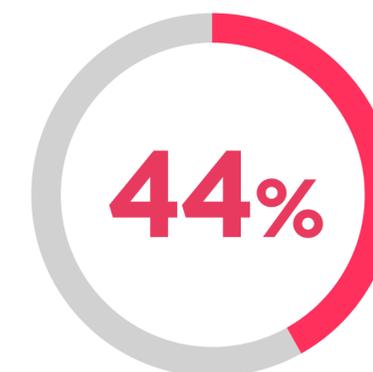


EQUIPE E INVESTIMENTOS

Outro aspecto bastante importante de analisarmos diz respeito à dados sobre equipe e investimentos. Como é de conhecimento geral, **é fundamental para qualquer tipo de negócio saber equilibrar seus recursos para otimizar e potencializar resultados.**



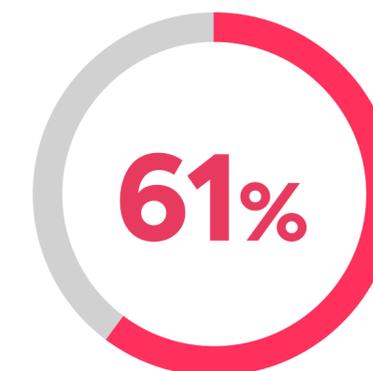
atuam **sozinhos em seus negócios**



NÃO possuem **uma equipe dedicada ao marketing**



investem **entre R\$ 100,00 e R\$ 1.000,00** em divulgações



tem o **Instagram** como **principal canal de divulgação**

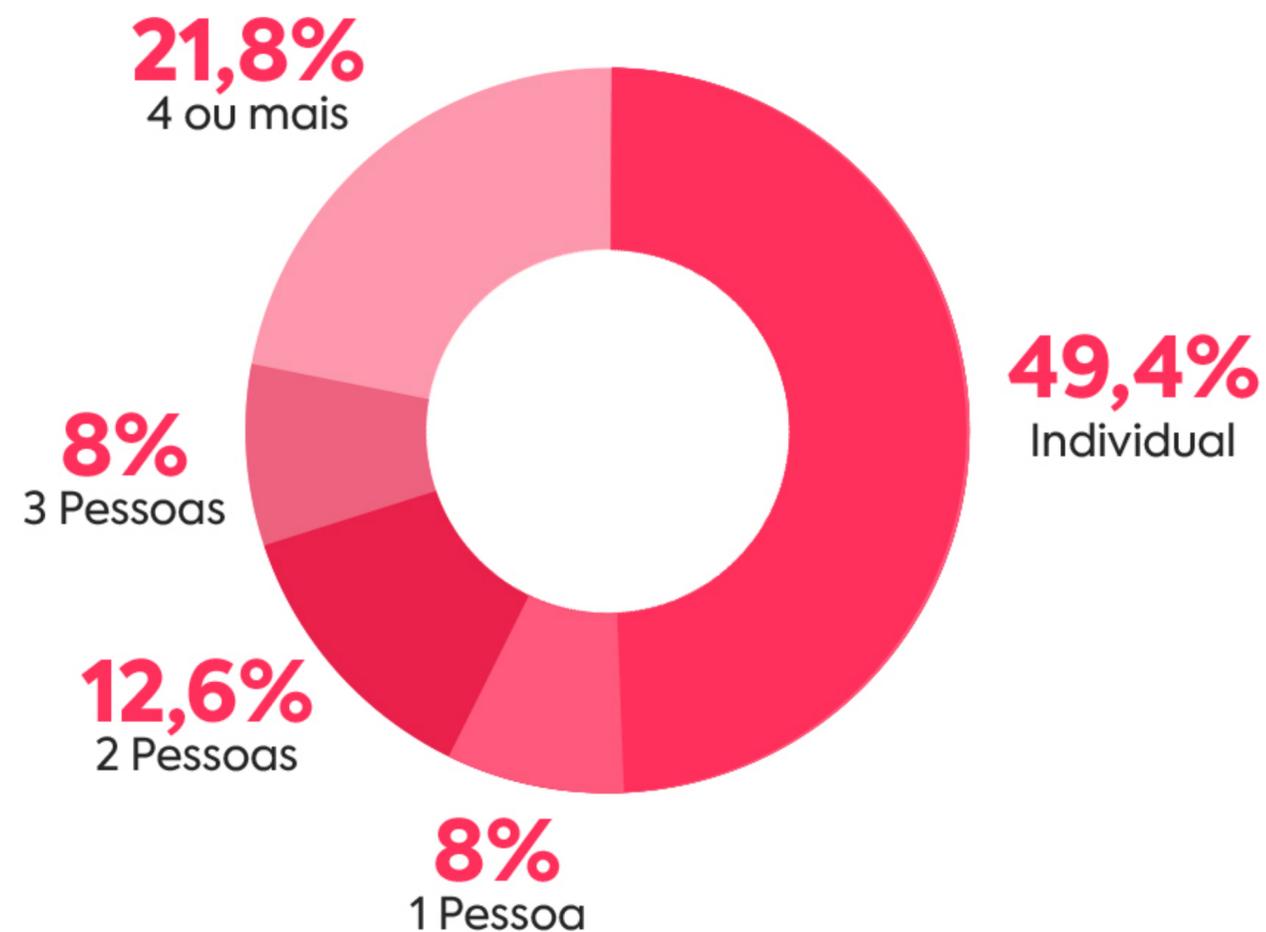
Tamanho do time?

Quase metade das empreendedoras trabalham no esquema de “EUpresa”, pois 49% delas afirmam atuarem sozinhas em suas empresas. Além disso, 21% dizem possuírem uma equipe com 4 pessoas ou mais, enquanto que 14% têm equipes compostas por apenas duas pessoas.

Interessante observarmos aqui a grande representatividade de negócios digitais sendo geridos por apenas uma única pessoa. Isso reflete diversos aspectos desse novo formato de empreendedorismo, desde a facilidade de se começar até mesmo o grande potencial de se gerar receitas a um baixo custo de investimento, visto que não é obrigatório possuir um grande time para tal.

49%

atuam sozinhas nos seus próprios negócios digitais



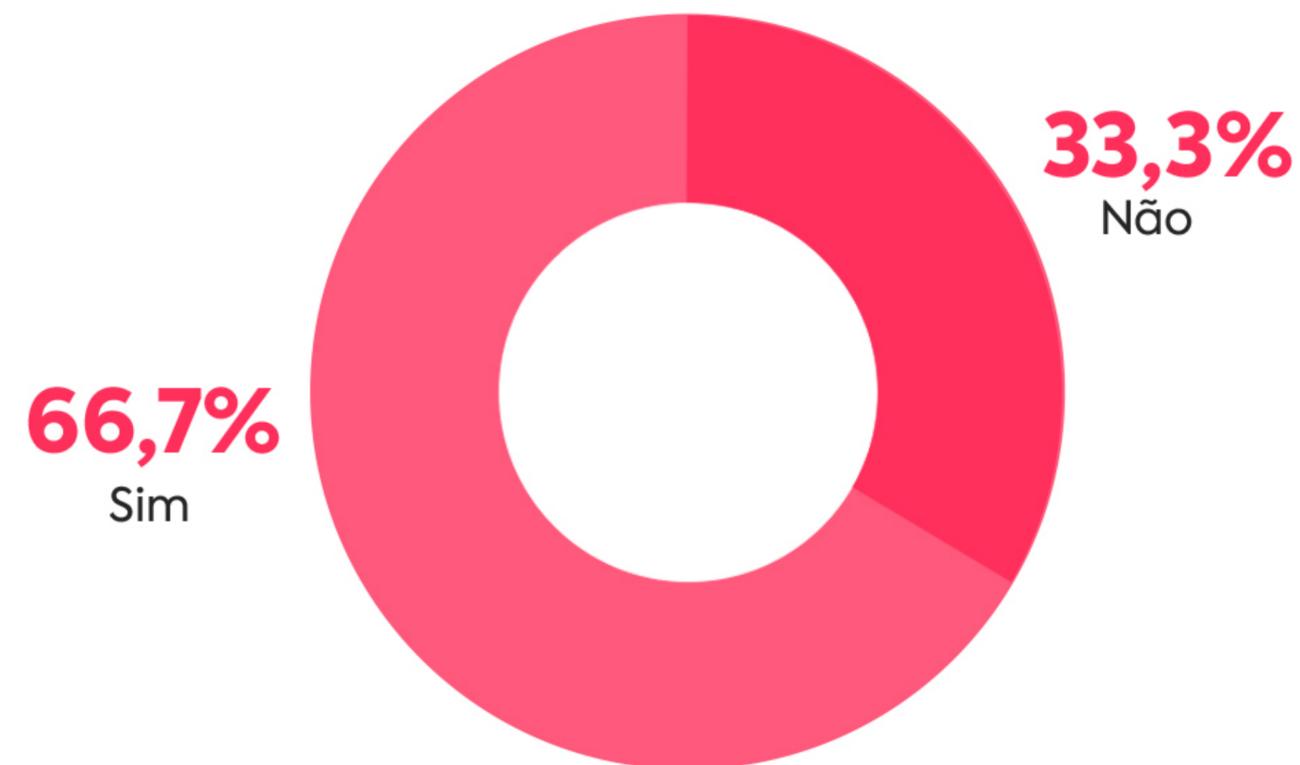
As pessoas do seu time trabalham com carteira assinada na sua empresa?

Recentemente, algumas reportagens trataram o “trabalho informal” de forma pejorativa, dizendo que muitas pessoas trabalhavam informalmente atuando em aplicativos de carona ou entregas delivery.

No entanto, das empreendedoras que possuem pessoas em suas equipes, 66% delas afirmam não assinarem as carteiras dos seus funcionários.

66%

dos que possuem pessoas na equipe, afirmam que não assinam a carteira de trabalho de seu time



Qual a média salarial do time?

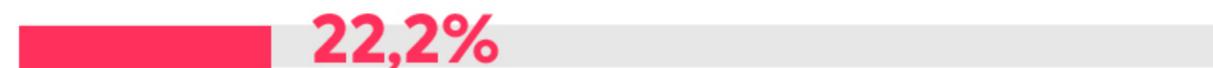
Falando ainda sobre pessoas que possuem um time em seus negócios, ou seja, não atuam sozinhas, coletamos informações a respeito da média salarial da equipe.

Entre as respondentes, **55% das empreendedoras afirmaram que a média salarial do time é de até R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00**, mostrando que além de assinarem a carteira de trabalho, remuneram muito bem seus funcionários!

55%

dos funcionários contratados por mulheres recebem uma remuneração entre R\$3.000,00 à R\$5.000,00

Até R\$ 1.500,00



De R\$ 1.500,00 a R\$ 3.000,00



Entre R\$ 3.000,00 a R\$ 5.000,00



O seu negócio digital possui uma equipe dedicada ao marketing?

Quando o assunto são equipes dedicadas ao marketing, a disputa é bem equilibrada: 44% x 55%. As empreendedoras que ainda não possuem equipe de marketing estão perdendo a disputa por muito pouco. No entanto, para o próximo ano a tendência é que essa distância seja ainda maior, já que o marketing vem ganhando bastante espaço nas grandes mídias, sendo responsável pelo melhor impulsionamento de negócios digitais no geral.

55%

Afirmam que possuem uma equipe dedicada ao marketing do negócio digital



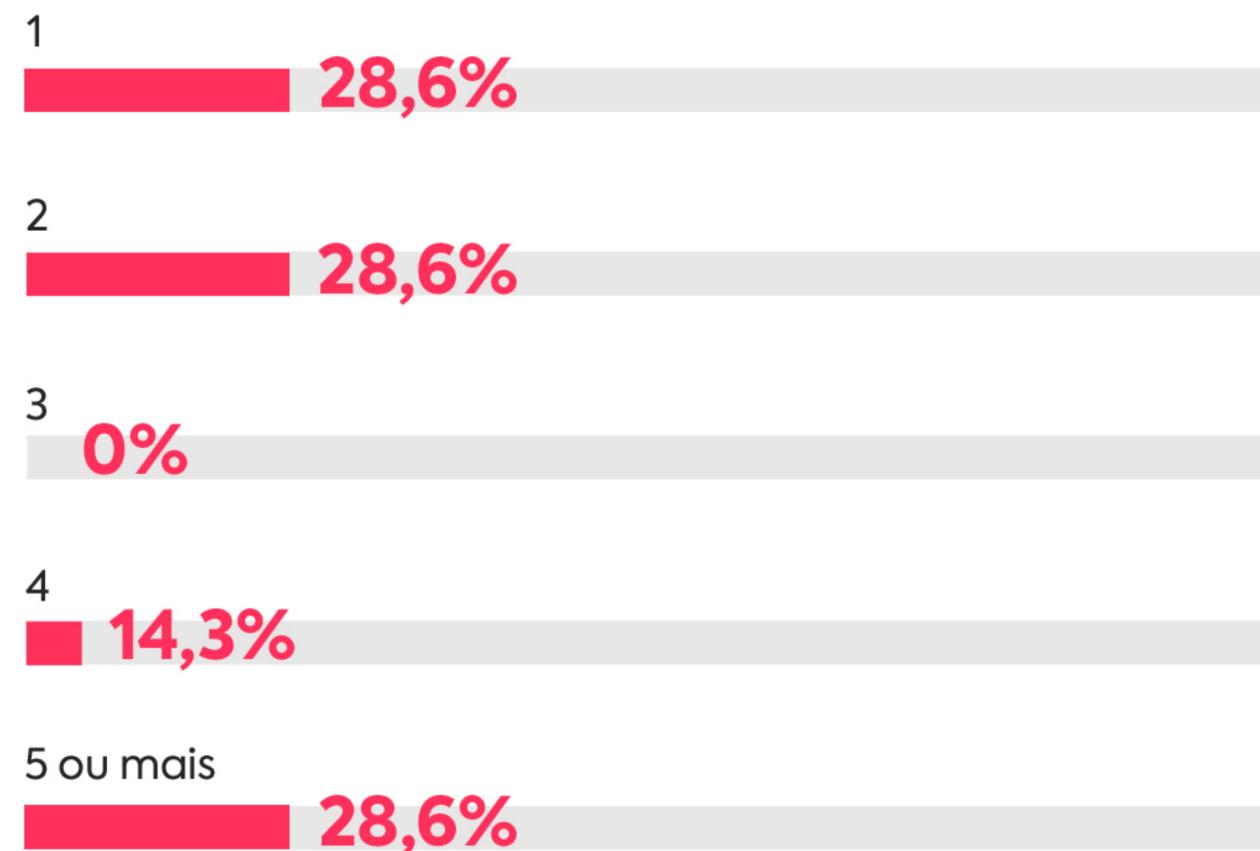
Quantas pessoas trabalham no setor de marketing?

Das que afirmaram possuir equipe de marketing, 3 categorias ficaram empatadas, ou seja, as empreendedoras possuem de 1 a 5 pessoas dedicadas ao marketing (28%)

Isso mostra o quanto as empreendedoras acham importante investir em marketing digital, priorizando profissionais dessa área para buscarem alcançar melhores resultados em seus negócios.

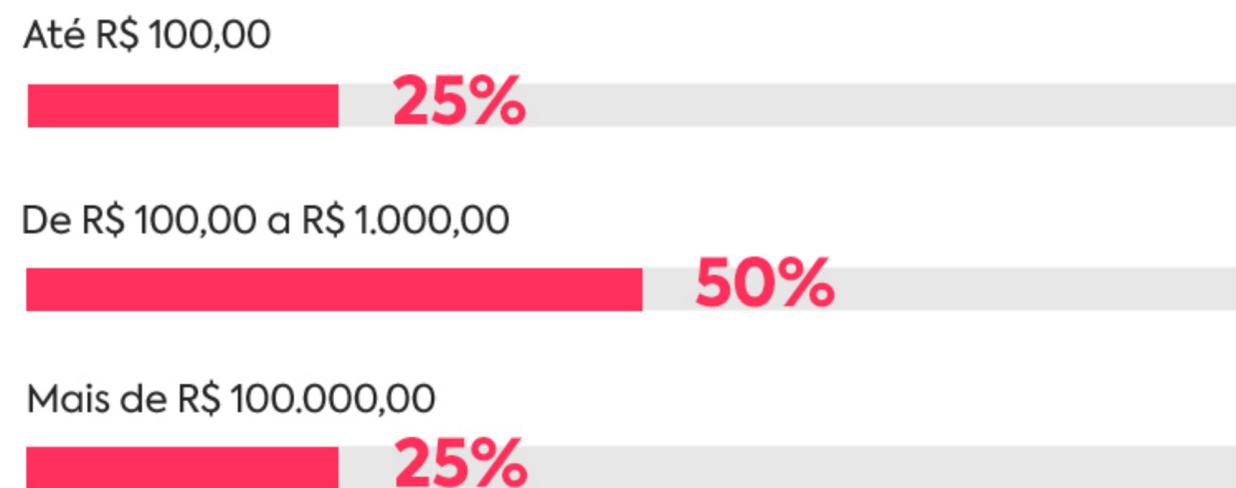
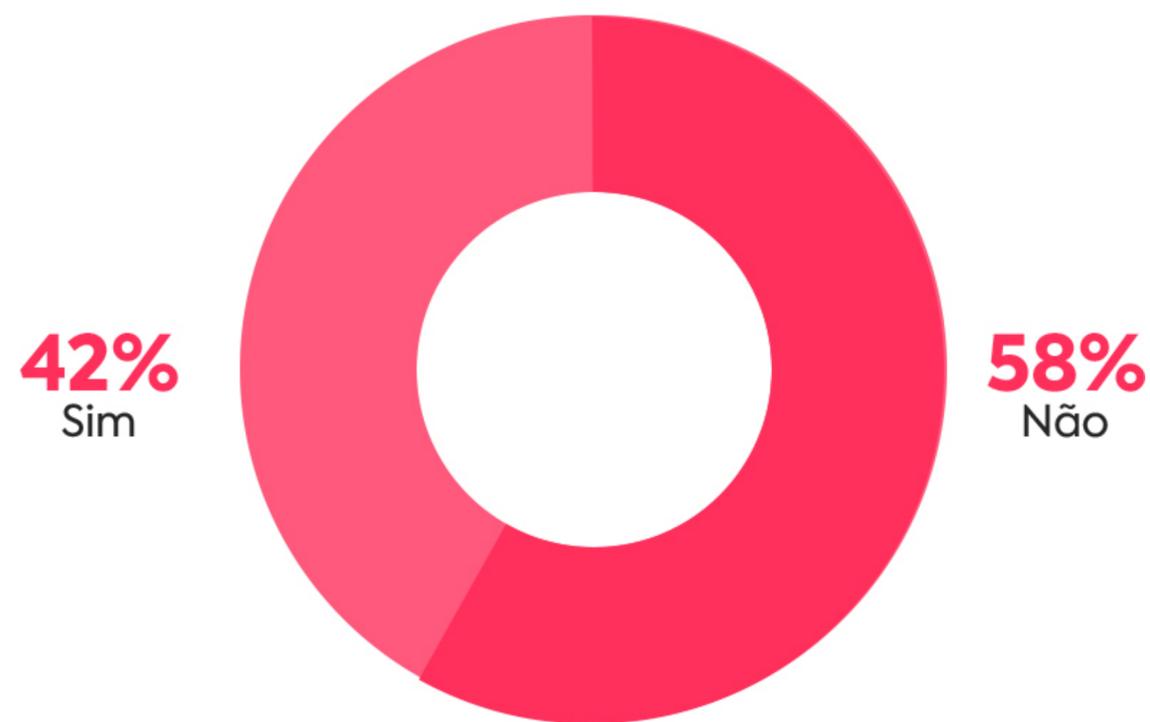
28%

dos que possuem uma equipe de marketing, afirmou que se vale de 1 a 5 profissionais



Você investe em divulgação (mídias pagas) para o seu produto? Quantos reais por mês?

Na hora de investir em mídias pagas, 58% das respondentes dizem não investir. Por outro lado, **das 42% que investem, metade (50%) afirmam investir algo entre R\$100,00 e R\$1.000,00**, 25% gastam até R\$ 100,00 em mídias, contra 25% que investem mais de R\$ 100.000, mostrando mais uma vez que a mulherada prioriza o marketing digital.



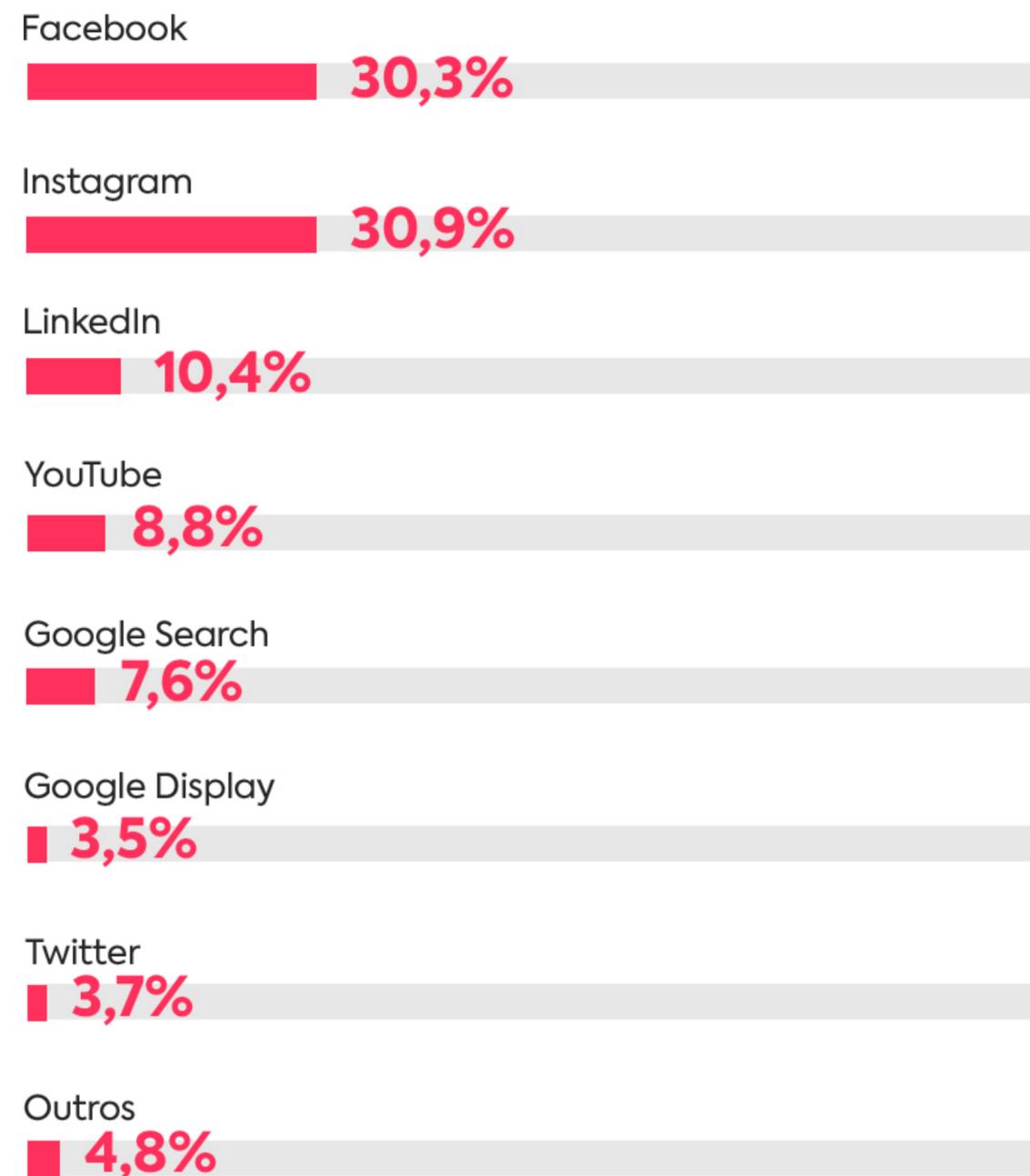
Quais plataformas de divulgação paga você usa no seu negócio?

Quando falamos em canais de vendas para divulgação de negócios digitais, o **Facebook e o Instagram** são os mais utilizados de forma disparada, com **30% ambos**.

Os mecanismos de pesquisa do LinkedIn, com 10%, YouTube, com 8,8%, e Google Search com 7,6%, aparecem logo na sequência.

O YouTube é pouco explorado, visto que é uma das redes sociais com maior potencial de crescimento em todo o mundo. Inclusive, e em especial, quando falamos em explorar produtos e negócios digitais, como cursos online, por exemplo.

No entanto, apesar do grande número de usuários, percebemos que boa parte das empreendedoras não estão utilizando esse canal como forma de conquistar melhores resultados, se mostrando como uma boa oportunidade para ser melhor explorado.



E qual o principal canal de divulgação?

Entre as opções listadas, perguntamos também qual seria o principal canal de divulgação. Aquele que, entre todos os utilizados, o empreendedor dá mais destaque em suas divulgações.

O Instagram conquistou o primeiro lugar como sendo o principal canal de divulgação, com 61%, e o Facebook ficou em segundo, com 31%.

Os demais canais tiveram baixa representatividade nesse aspecto.

61%

Afirmam que o Instagram é o principal canal de divulgação

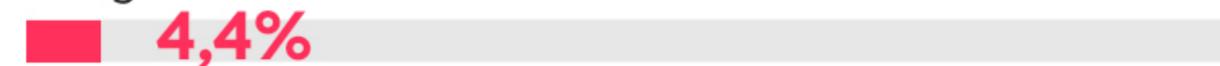
Instagram



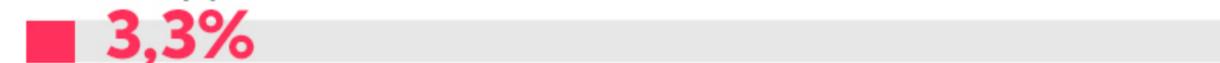
Facebook



Google Search



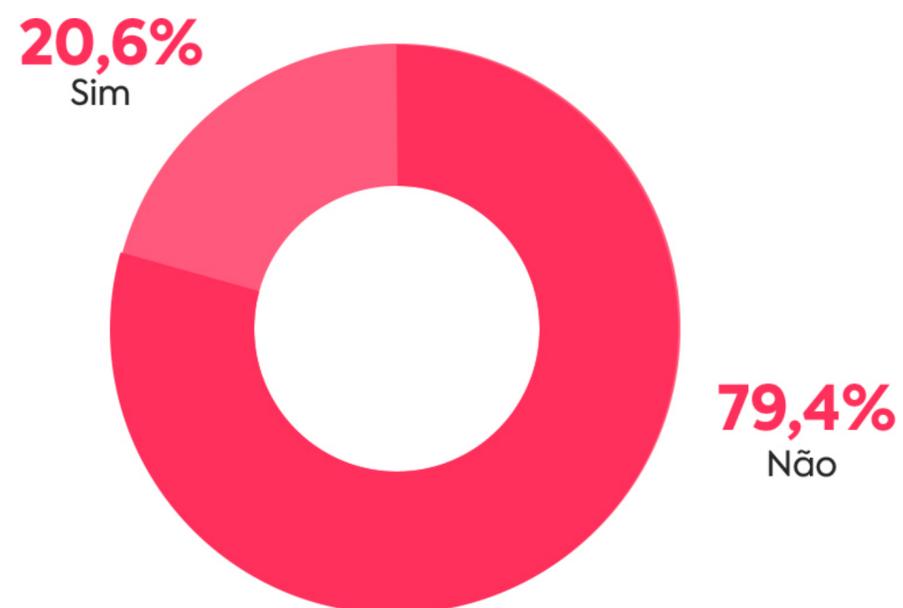
Whatsapp



Você usa algum indicador para medir a satisfação do seu cliente com o seu produto/serviço (NPS, CRC, CSAT, outros...)?

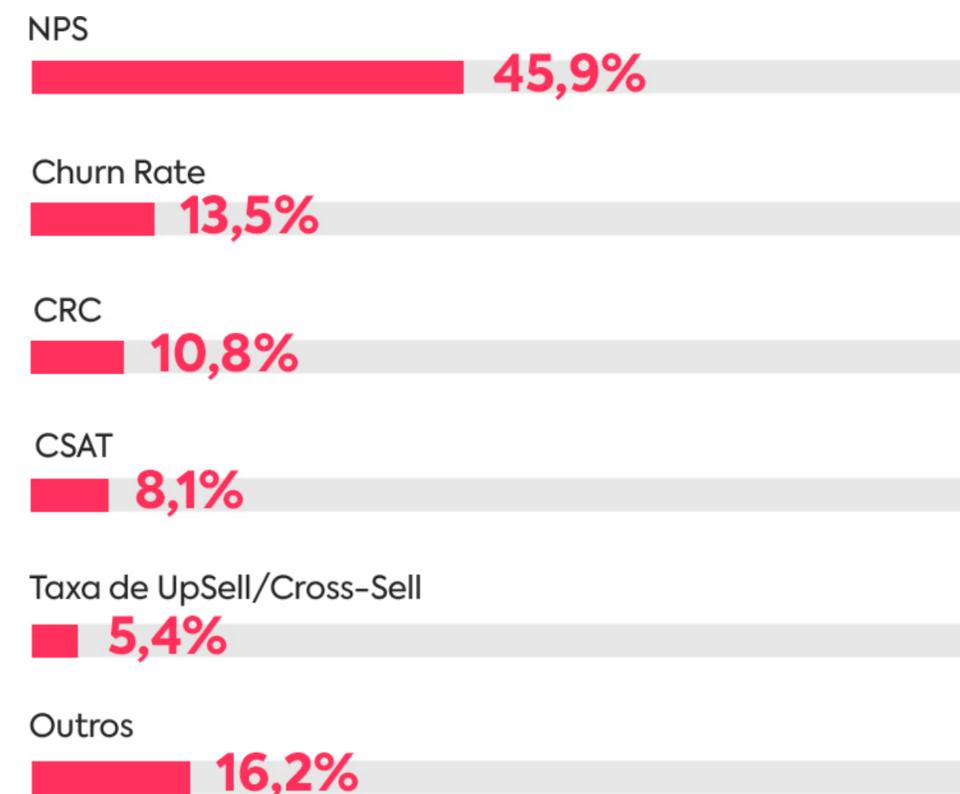
Falando sobre pós-venda, constatamos que 79% das empreendedoras não utilizam um indicador para medir o nível de satisfação do cliente em relação a seu produto/serviço.

Podemos concluir que não existe de fato, em sua grande maioria, um projeto estruturado nos negócios digitais pensando em relacionamento pós venda. **E isso pode vir a ser uma grande ameaça a saúde do negócio como um todo no médio e longo prazos.**



Qual deles é o principal para as suas métricas de Sucesso do Cliente?

Dos que afirmaram utilizar indicadores para medir a satisfação de clientes, 45,9% usam o NPS (Net Promoter Score) como principal métrica de Sucesso do Cliente. 13,5% utilizam o Churn Rate nesse aspecto, 10,8% CRC (Custo de Retenção de Clientes), 8,1% CSAT e 5,4% Taxa de UpSell/Cross-Sell. Outros 16,2% utilizam outros indicadores.



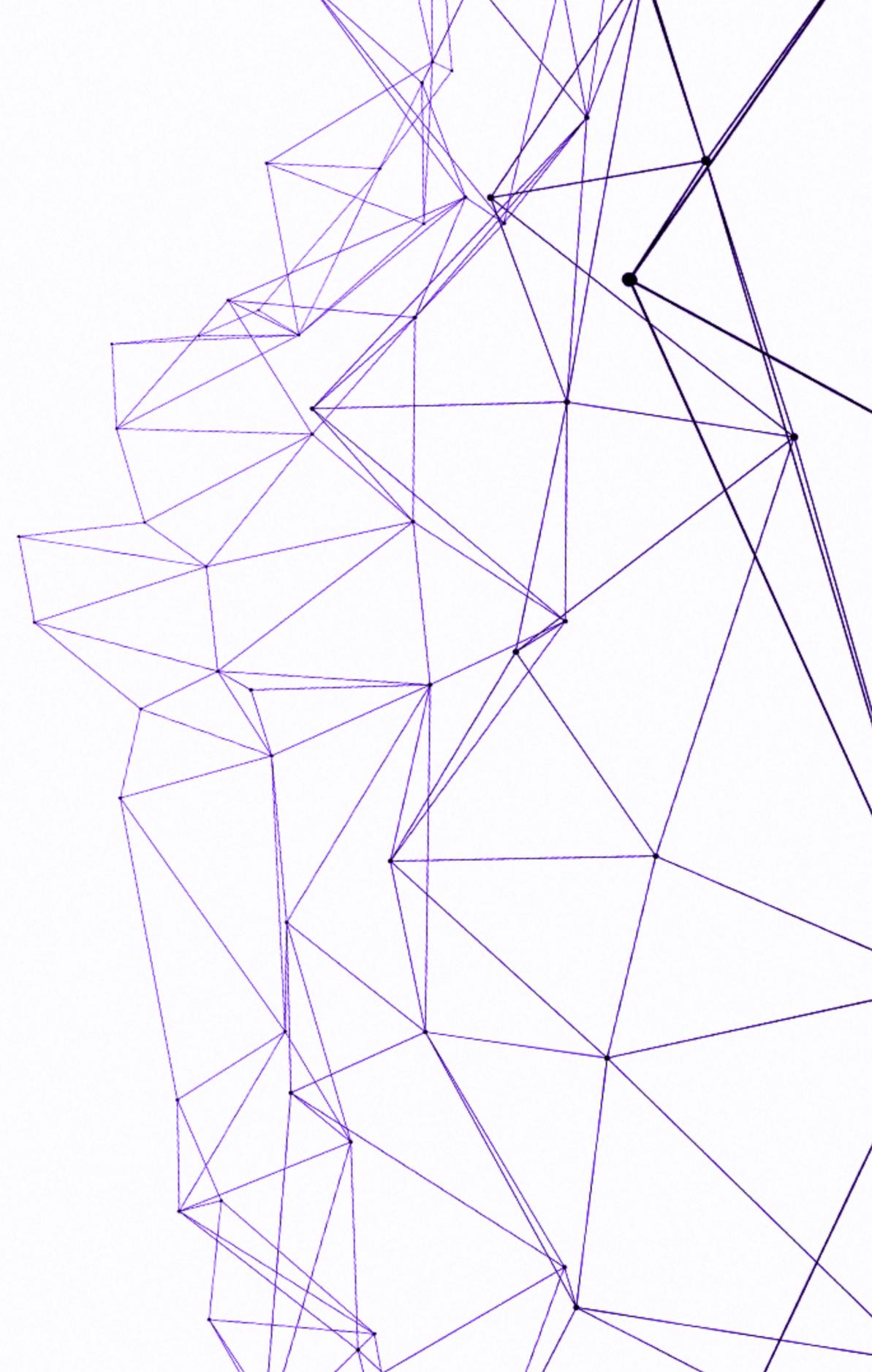
NPS: O Net Promoter Score é uma métrica utilizada para medir o nível de satisfação de clientes de uma empresa.

CRC: O Customer Retention Costs é uma métrica que permite você conhecer qual o custo de retenção de cada cliente, ou seja, o quanto você investe para manter cada cliente em sua base.

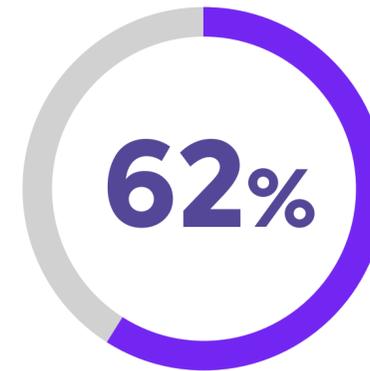
CSAT: O Customer Satisfaction Score é outra métrica que mede a satisfação de clientes, especialmente no curto prazo.

Churn Rate: É a taxa de cancelamento de clientes. Ele mede na prática o percentual de clientes que deixaram a sua base em comparação ao total que você possui.

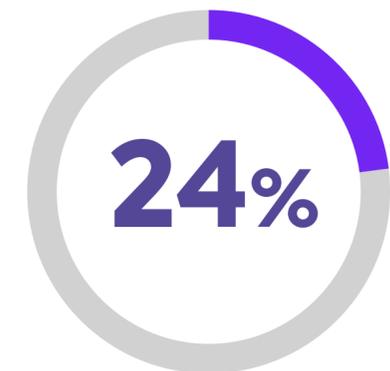
TECNOLOGIA E INOVAÇÃO



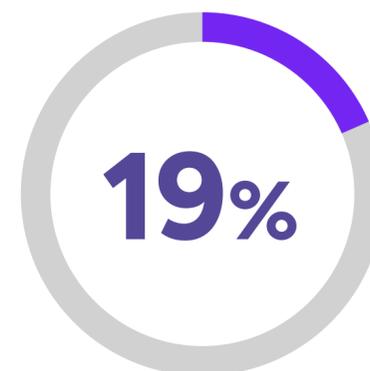
Tecnologia e Inovação também são temas que não poderiam ficar fora dessa pesquisa. Em especial quando falamos de produtos digitais, **esses aspectos podem ser essenciais para o sucesso e bom funcionamento de um negócio.**



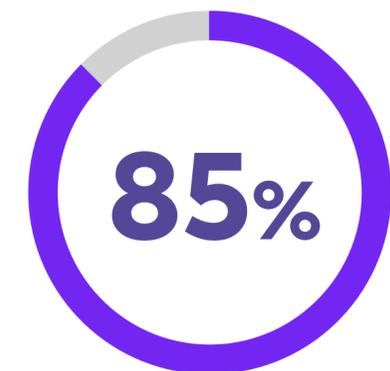
NÃO utilizam nenhuma **plataforma/tecnologia** para viabilizar seu negócio digital



utilizam **até 10% do orçamento** em tecnologia



levam o **preço** em consideração na hora de escolher uma plataforma



pretendem aumentar o **investimento em mídias** em 2020

Quais desses problemas você enfrenta com sua plataforma atual?

Quando o assunto são problemas enfrentados com a plataforma atual, as respostas são bem positivas. Dos respondentes, 15% dizem não enfrentarem problemas com a sua plataforma.

Mas nem tudo são flores, pois **14% dos empreendedores dizem enfrentar problemas de personalização e integração da plataforma.**

Enquanto isso, 11% das pessoas estão insatisfeitas com os preços cobrados. Problemas com falta de funcionalidade e falhas/erros/bugs vêm logo atrás com 9,8% e 7,8%, respectivamente.

Não enfrento problemas

15,6%

Problemas na personalização

14,3%

Problemas com integrações

14%

Preço

11,7%

Muitos erros/falhas/bugs

7,8%

Suporte ao cliente ineficiente

5,9%

Dificuldade de manutenção

5,5%

Plataforma pouco intuitiva

5,2%

Muitas instabilidades

3,6%

Suporte ao aluno ineficiente

2,6%

Outros

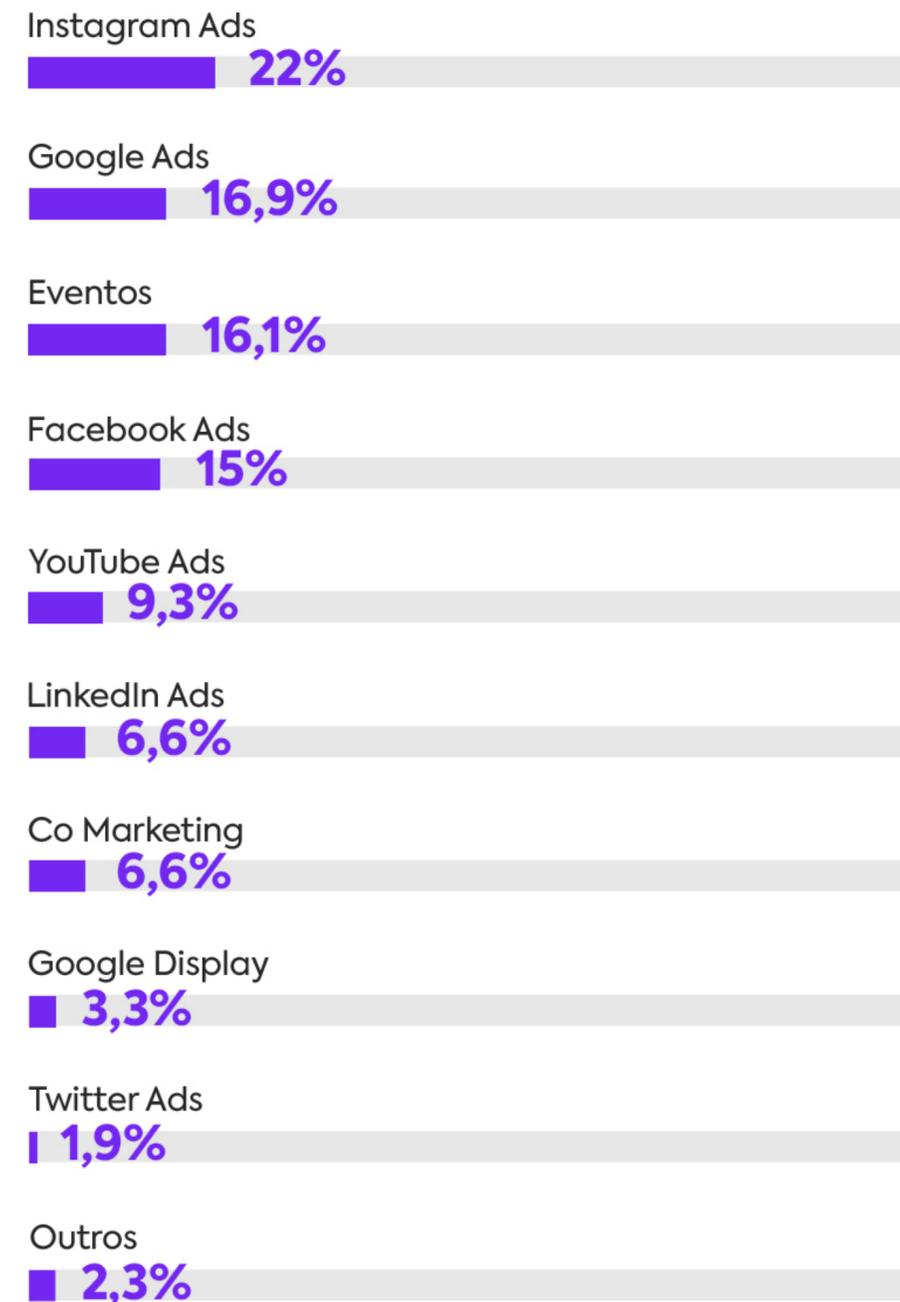
3,9%

Pretende investir em novas fontes de aquisição de clientes (canais)? Quais?

O Instagram é a sexta rede social mais usada no mundo, com um total de 1 bilhão de usuários cadastrados. Já no Brasil, é a quarta rede social em número de usuários, com incríveis 71% da população com acesso a internet usando o aplicativo.

Prova disso é que **22% das empreendedoras responderam que pretendem investir mais em Instagram Ads no ano de 2020**. Logo atrás vem Google Ads e Facebook Ads com 16% e 15%, respectivamente.

A veiculação de anúncios no YouTube vem ganhando muito espaço nos últimos meses, no entanto, apenas 9% das mulheres que responderam a pesquisa pretendem investir nessa modalidade no próximo ano.

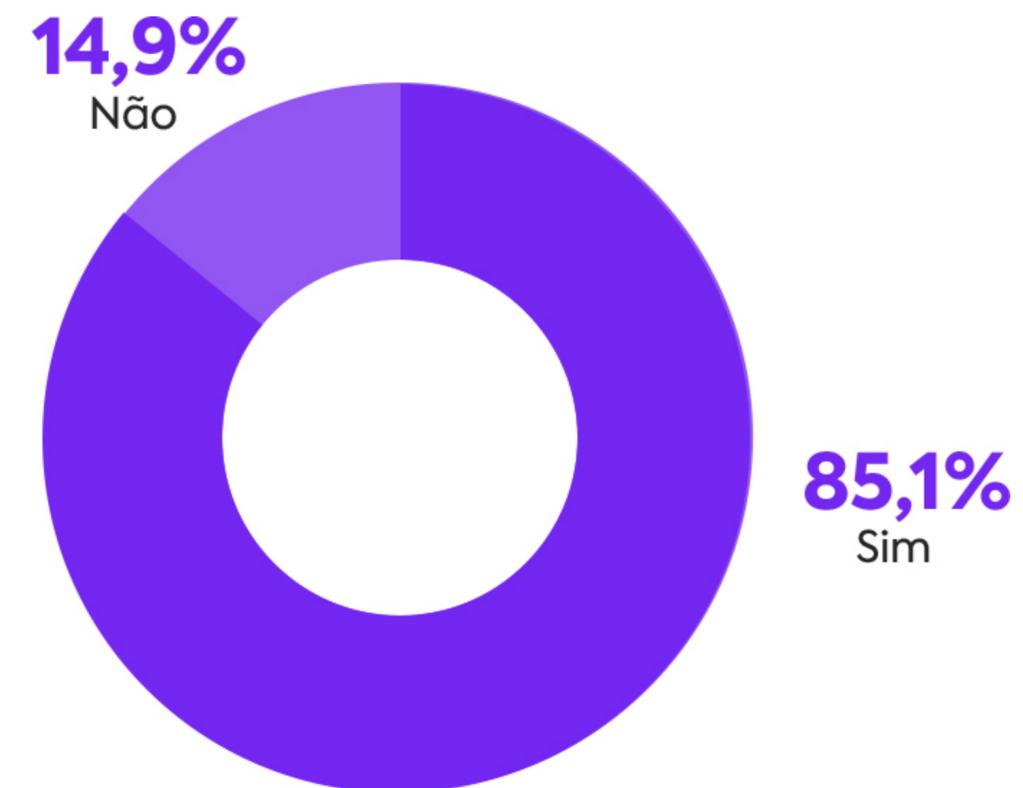


Pretende aumentar o investimento em mídias no próximo ano?

Quando falamos em investimento em mídias para o próximo ano, a competição chega a ser desleal: 85% das respondentes pretendem investir mais, contra 14,9% que dizem que não irão continuar investindo a mesma quantidade de 2019 ou até menos.

85%

Pretendem aumentar o investimento em mídias em 2020

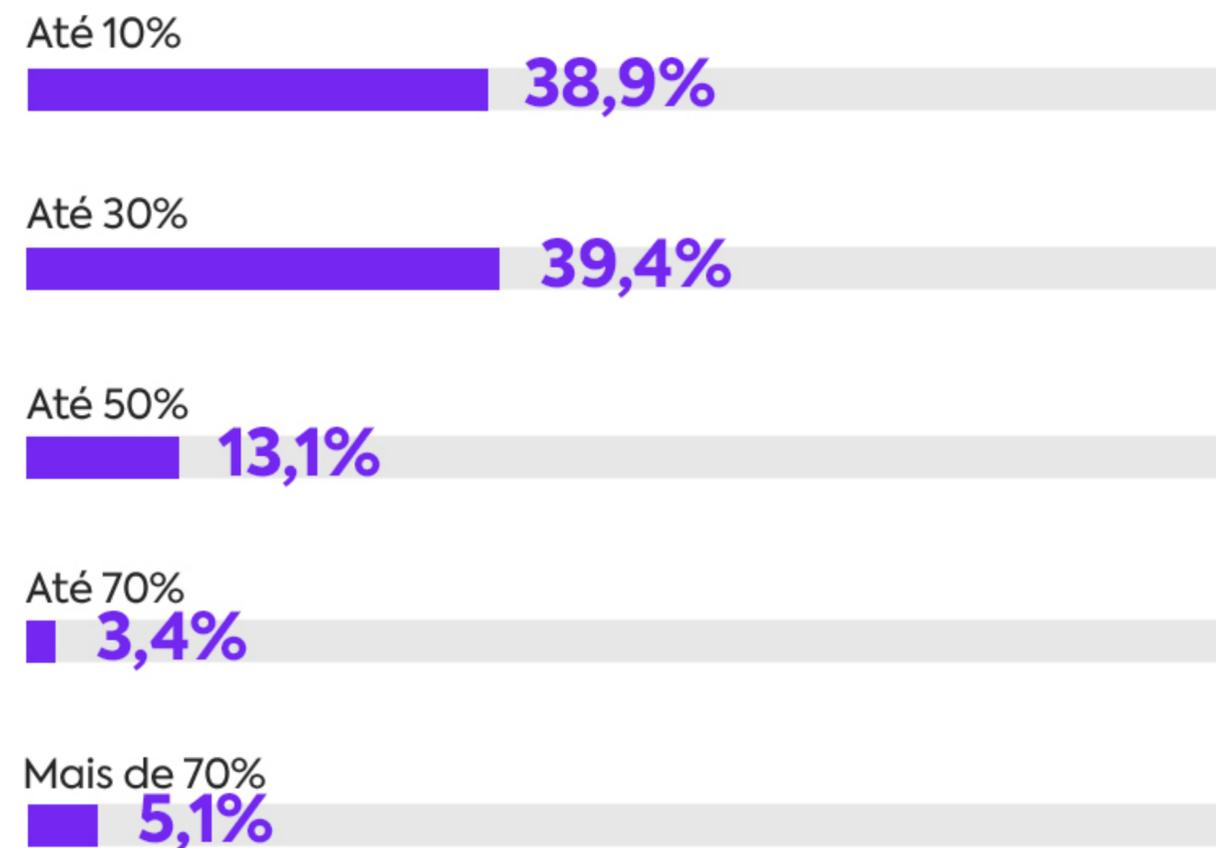


Caso positivo, pretende aumentar esse investimento em quantos porcentos?

38,9% e 39,4% das empreendedoras responderam que pretendem investir entre 10% e 30% a mais em mídias. E, logo atrás, vêm os 13% das empreendedoras que pretendem investir até 50% a mais no próximo ano.

39%

Pretendem aumentar o investimento em até 30% em 2020



CON CLU SÃO

Chegamos ao fim, mas ainda com muito trabalho pela frente.

Essa pesquisa serviu como base para ajudar mulheres como você a tomarem melhores decisões em seus negócios digitais. Muito se foi falado a respeito de tendências e oportunidades para o alcance de resultados expressivos em 2020. Você, nesse momento, tem todos os insumos necessários para tal.

Mas o que irá fazer a diferença de fato é você ir além e colocar em prática todas as dicas aqui relatadas. Só assim você irá conseguir alcançar o que sempre sonhou!

Esperamos que você tenha tirado bons insights dessa pesquisa e que consiga sair da inércia em busca de um futuro melhor para você e o seu negócio digital.

Até a próxima!



Você se interessou pelo conteúdo dessa pesquisa e quer dar o próximo passo?

Nós ajudamos você mulher empreendedora em toda a sua jornada no empreendedorismo digital, desde a sua ideia até a monetização do seu conhecimento

[Quero dar o próximo passo!](#)

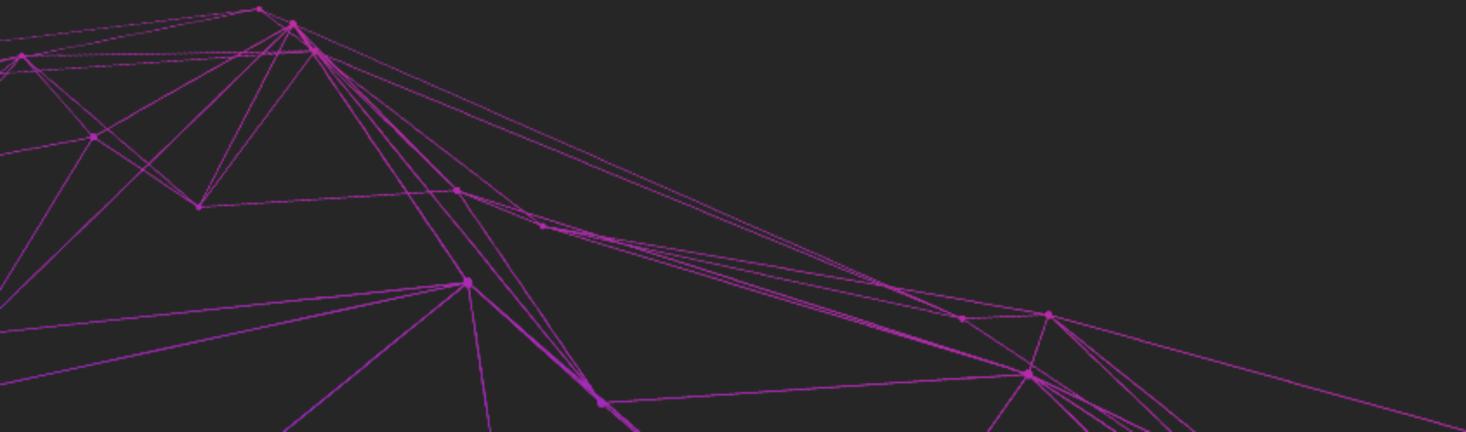


Sobre a HeroSpark

A HeroSpark é uma solução completa para empreendedores digitais. A empresa nasceu da fusão entre Edools e Eadbox, startups que até então eram referência na área de edtech – e concorrentes.

Elencada entre uma das 10 melhores startups do Paraná, a HeroSpark já conta com mais de 1600 clientes, mais de seis milhões de alunos e está presente em 21 Países, se tornando líder de mercado na América Latina.

[Conheça a HeroSpark](#)



Panorama Empreendedorismo Digital Feminino Brasil 2020

Powered by
HEROSPARK