



TERMO DE REFERÊNCIA

Atuação do Sistema Sebrae na Economia Digital



Quem tem conhecimento vai pra frente

TERMO DE REFERÊNCIA DE ECONOMIA DIGITAL

2012. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae
Licenciada sob Creative Commons

INFORMAÇÕES E CONTATOS

SGAS 605 – Conjunto A – Brasília/DF – 70200-904
Tel.: 55 61 3348 7474 – 0800 570 0800
www.sebrae.com.br

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

Roberto Simões

DIRETOR-PRESIDENTE

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

DIRETOR-TÉCNICO

Carlos Alberto dos Santos

DIRETOR DE ADMINISTRAÇÃO E FINANÇAS

José Claudio dos Santos

ELABORAÇÃO/COORDENAÇÃO TÉCNICA: Unidade de Atendimento Coletivo – Serviços

Gerente

Ana Maria Magni Coelho

Analistas

Rosana Melo (Economia Digital)

Marcio Brito (Economia Digital)

Débora Mazzei (Economia Criativa)

Apoio Técnico


Marcelo Pimenta (Coordenação)

Maria Augusta Orofino (Economia Criativa)

Egnaldo Paulino (Economia Digital)

Flammarion Vieira (Arte)

Este documento encontra-se em constante atualização,
consulte a versão atualizada em www.sebrae.com.br/serviços.

A stylized orange hand graphic, oriented diagonally from the bottom-left towards the top-right. The hand is open, with fingers spread. The text is overlaid on the palm area.

TERMO DE REFERÊNCIA
Atuação do Sistema Sebrae
na Economia Digital

Julho/2012

→ INTRODUÇÃO

Os serviços relacionados às Tecnologias da Informação e Comunicação – TICs, situados no âmbito da Economia digital, são transversais à maioria das atividades econômicas e responsáveis pelo valor agregado – agilidade, qualidade, eficiência, no desempenho das empresas. Sua contribuição para a inovação nos negócios criativos* e pela aceleração dos processos de relacionamento entre empreendimentos e clientes são fatores indutores da competitividade.



Tais constatações motivaram a produção desse Termo de Referência. Seu conteúdo foi elaborado de forma participativa e colaborativa, incluindo os gestores de projeto, representantes dos segmentos das TICs e diversos atores interessados no tema, exercendo em si próprio o conceito de cocriação. O material resume a influência das tecnologias na sociedade atual, contextualiza e localiza oportunidades para atuação do Sebrae por meio de ações a serem desenvolvidas interna e externamente.

Sua proposta não é definitiva e a intenção é que este documento acompanhe a evolução da atuação do Sebrae e seja atualizado durante sua implementação sempre que for necessário.

→ OBJETIVO

Estabelecer os eixos estratégicos para que o Sistema Sebrae promova a economia digital por meio do fortalecimento das micro e pequenas empresas como indutoras do desenvolvimento sustentável na sociedade em rede.

→ JUSTIFICATIVA

O movimento em torno das tecnologias da informação e comunicação traz à tona o conceito da economia digital. O termo é de Don Tapscott, consultor canadense especializado em estratégia corporativa e autor de livros sobre a aplicação de novas tecnologias na dinâmica de condução de negócios. Seu conceito aborda a questão dos três “Cês” – computação (computadores, *software*, serviços), comunicações (telefonia, cabos, satélite, sem fios) e conteúdo (entretenimento, publicações, fornecedores de informação), bem como o da super rodovia da informação – a internet – como alicerce de uma economia em rede, designando esse contexto como Era da Inteligência em Rede.

Principais características da economia digital

- A informação como matéria-prima fundamental e o conhecimento sendo cada vez mais valorizado como capital.
- A digitalização e virtualização, possibilitando quantidade, velocidade de fluxo de informações e alterando a natureza das relações e organizações.
- O trabalho em rede ou em redes interligadas, facilitando o acesso, reduzindo as diferenças entre pequenos e grandes negócios, horizontalizando as relações empresariais e acelerando mudanças.
- A convergência da indústria da computação, da comunicação e de conteúdo como base para todos os setores da economia.



Surgem, assim, novos modelos e novas alternativas de negócios que não suportam mais os métodos convencionais de planejamento e implantação das empresas tradicionais. São novas formas de pensar que requerem um novo comportamento e novas competências que se desdobram no empreendedorismo digital, resumidamente definido como desenvolvimento de negócios para oferecer produtos e serviços utilizando-se dos meios digitais, principalmente a Internet.

Como expressão relevante desses novos empreendimentos, surgem as *startups*, empresas que optam por buscar e/ou criar novos modelos de negócios. Elas têm a importância de representar e refletir a velocidade das mudanças, bem como de influenciar na construção de novos conhecimentos sobre o ambiente e desenvolvimento de negócios.

Para atender às demandas dos empreendedores e incentivar a disseminação de novos modelos de criação e gestão de negócios, precisamos inovar na forma de atuação e relacionamento com os protagonistas da economia digital. Um novo contexto exige novas estratégias, o que motiva o presente documento.

→ CONTEXTO



Novas mídias estão impulsionando o conhecimento e a inovação e desempenhando papéis complementares de criação de produtos e oportunidades. Ao utilizarem a conectividade como ferramenta de *marketing* e distribuição, mudam a forma de interação entre empresas e clientes.

Para o cientista americano Nicholas Negroponte, autor do livro *Vida Digital*, a natureza física que é constituída de átomos passa a ser transmitida e “transformada” em outra natureza, a natureza digital (*bits*).

Desta maneira, podemos entender que a preponderância das características citadas anteriormente compõe a natureza do que se reconhece por economia digital, que:

- abrange novos modelos de negócio;
- independe de barreiras geográficas;
- é ancorada nas ferramentas de TICs; e

- tem no potencial e *know-how* humano a mola mestra da inovação, dos produtos e serviços, dos processos de comercialização e atendimento ao cliente.

O Sebrae entende que economia digital é um novo modelo econômico onde a base das relações são negócios criados ou transformados pelas TICs para o desenvolvimento de bens e serviços intensivos em conhecimento, podendo gerar soluções transversais para todos os setores.

Destacam-se quatro grupos de empresas:

- (i) *startups* digitais: empresas iniciantes que exploram produtos e modelos de negócios inovadores e que passam por um período de experimentação. Neste período, as ideias são testadas e comprovadas para que se tenha certeza que o produto e/ou serviço lançado é adequado ao mercado e que será rentável;
- (ii) *software*: empresas dedicadas ao desenvolvimento, produção e distribuição de programas de computador. Estes programas podem ser voltados à gestão das organizações, aplicativos para o mundo mobile, jogos de computadores (*games*), aplicativos educacionais, entre outros;
- (iii) comunicações: empresas que produzem e distribuem conteúdos, incluindo empresas de infraestrutura que viabilizam a participação da população de maneira efetiva na sociedade da informação e do conhecimento. Soluções de acesso, relacionamento e informação, como pequenos provedores, estão contempladas nessa categoria;
- (iv) *hardware*: empresas estruturais aos negócios da economia digital – referem-se àquelas que realizam manutenção em computadores e dispositivos, produzem equipamentos para armazenamento, comunicação (antenas, cabos de redes, roteadores), sonorização e impressão para as mais diversas aplicações.

→ EIXOS ESTRATÉGICOS PARA ATUAÇÃO DO SISTEMA SEBRAE

As pesquisas e as contribuições do grupo de coordenadores das carteiras de economia digital e economia criativa do Sistema Sebrae, alinhadas às referências de Manuel Castells (sociólogo espanhol autor da trilogia “Sociedade em rede – a era da informação: economia, sociedade e cultura”, sobre a revolução tecnológica e a realidade de mercado), foram determinantes para a definição dos cinco eixos estratégicos:

- I. informação como matéria-prima: produzir conhecimento sobre e para os empreendimentos da economia digital;
- II. lógica de redes: construir um modelo de inovação aberta para atendimento, integrando especialistas, parceiros, empreendedores e profissionais do Sebrae;
- III. convergência: atrair soluções da economia digital para segmentos prioritários do Sebrae;
- IV. mercado: potencializar ações de acesso aos mercados interno e externo;
- V. políticas públicas: influenciar na geração de políticas públicas de incentivo à economia digital.

É necessário salientar que a atuação se dará considerando a totalidade dos negócios desta economia com prioridade para os negócios descritos anteriormente: *startups* digitais, empresas desenvolvedoras de *software*, de multimídia, de aplicativos e *games*; os pequenos provedores de internet; produtoras de *sites* e serviços *web*; e as pequenas firmas de manutenção de equipamentos.



Do ponto de vista da reunião de grupos de empresas, deve-se buscar as potencialidades regionais e as concentrações de empresas nas diversas localidades.

O conjunto de projetos deverá revelar o potencial da economia digital no País e os resultados somados deverão ser percebidos nos índices de evolução apurados nas diversas pesquisas sobre a economia digital, realizadas pelas entidades representativas desse ambiente econômico.

→ IMPLEMENTAÇÃO



Considerando a lógica de redes, será fundamental que o Sebrae Nacional seja mantenedor e estimulador de uma rede de inovação aberta da economia digital até que ela consiga tornar-se forte o suficiente e ganhe autonomia.

Nesse sentido, não cabe trabalhar de forma hierárquica, na qual um define e outros executam, mas construir em parceria, colaborar, compartilhar, cocriar e trabalhar em conjunto.

Cabe, portanto, ao Sebrae Nacional:

- estabelecer parcerias e estratégias em âmbito nacional e internacional;
- promover alianças com os governos federal, estaduais e municipais para influir na criação de políticas públicas para o segmento;
- estabelecer um observatório de economia digital com foco na construção de conhecimentos sobre potencialidades, mercados, carências e oportunidades para as empresas fornecedoras e usuárias;
- criar grupos multidisciplinares, envolvendo atores de outras carteiras de projetos do Sebrae e das unidades de conhecimento para desenvolver soluções de transversalidade entre setores e adequar soluções do portfólio do Sistema Sebrae para as empresas do segmento;
- incluir empreendedores na construção e produção de conhecimentos e soluções;

- organizar o portfólio nacional de soluções de atendimento aos negócios relacionados à economia digital;
- manter a organização e facilitar o acesso ao conhecimento produzido;
- construir um modelo de inovação aberta para atendimento, com a integração em rede de coordenadores, parceiros e clientes;
- promover estratégias de aprendizagens coletivas com os Sebrae estaduais, estimulando *benchmarking* de práticas empreendedoras desenvolvidas pelos empreendimentos dos diversos segmentos da economia digital.

Os gestores locais, ao efetuar o atendimento aos segmentos prioritários da economia digital, deverão levar em consideração os eixos e os pressupostos estratégicos de atuação, as demandas e as especificidades das micro e pequenas empresas de seu território.

Cabe, portanto, ao Sebrae nos estados:

- articular parcerias locais e identificar novas oportunidades para atuação;
- disseminar em âmbito nacional as práticas desenvolvidas na UF local;
- contribuir com o portfólio nacional de soluções de atendimento com a criação de polos de excelência regionais que possam atender a todo o Sistema em determinadas especificidades;
- monitorar, avaliar e disseminar resultados, bem como buscar orientação para a melhoria e consecução de resultados positivos;
- acessar, participar, compartilhar informações, colaborar e interagir nas plataformas de conhecimento e rede;
- realizar parcerias estratégicas locais;
- executar as ações acordadas com parceiros (internacionais, nacionais e locais).

 **REFERÊNCIAS**

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DAS EMPRESAS DE SOFTWARE-ABES. **Mercado Brasileiro de software: panorama e tendências.** São Paulo: ABES, 2011. Disponível em http://www.abes.org.br/UserFiles/Image/PDFs/Mercado_BR2011.pdf;

BEHRENS, Marilda Aparecida. **O paradigma emergente e a prática pedagógica.** Petrópolis: Vozes, 2005;

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 2000;

DARÓS, Márcia da Mota. **Termo de referência para atuação do Sistema Sebrae no setor de serviços.** Brasília: Sebrae, 2008;

ITU Internacional Telecommunication Union. **Measuring the Information Society.** Geneva, Switzerland: 2011. Disponível em: http://www.itu.int/ITU-D/ict/publications/idi/2011/Material/MIS_2011_without_annex_5.pdf;

MARTIN, Roger. **Design de negócios: porque o design thinking se tornará a próxima vantagem competitiva dos negócios e como se beneficiar disso.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2010;

QIANGE & ROSSOTTO. *Economic impacts of broadband.* Information and Communications for Development 2009: Extending Reach and Increasing Impact. Banco Mundial, 2009;

SECRETARIA-EXECUTIVA DO COMITÊ GESTOR DO PROGRAMA DE INCLUSÃO DIGITAL. **Documento base do Programa Nacional de Banda Larga.** 2010. Disponível em: www.planalto.gov.br/brasilconectado/;

SCHAFF, Adam. **A Sociedade informática.** 4.^a ed. São Paulo: Editora da Universidade Paulista, 1995;

UNCTAD. **Creative economy.** Report 2010. Disponível em <http://www.unctad.org/creative-economy>.



*Serviço Brasileiro de Apoio às
Micro e Pequenas Empresas*

*www.sebrae.com.br
0800 570 0800*