



Atualização da Estratégia Brasileira para a Transformação Digital

Entrevista com especialistas do setor público
Reunião Câmara do Turismo 4.0



cgEE |

Centro de Gestão e Estudos Estratégicos
Ciência, Tecnologia e Inovação

MINISTÉRIO DA
CIÊNCIA, TECNOLOGIA
E INOVAÇÕES



PÁTRIA AMADA
BRASIL
GOVERNO FEDERAL

Motivos para a atualização

- Decreto 9.319/2018 prevê a atualização da E-digital a cada 4 anos;
- Necessidade de atualizar a visão geral de como a tecnologia da informação deve ser utilizada para apoiar o desenvolvimento social e econômico da sociedade como um todo;
 - Avanços tecnológicos;
 - COVID-19;
 - Arcabouço regulatório em construção;
 - Exclusão acentuada de parte significativa da população;
 - Força de trabalho despreparada para responder aos desafios do mundo digital.

Motivos para a atualização

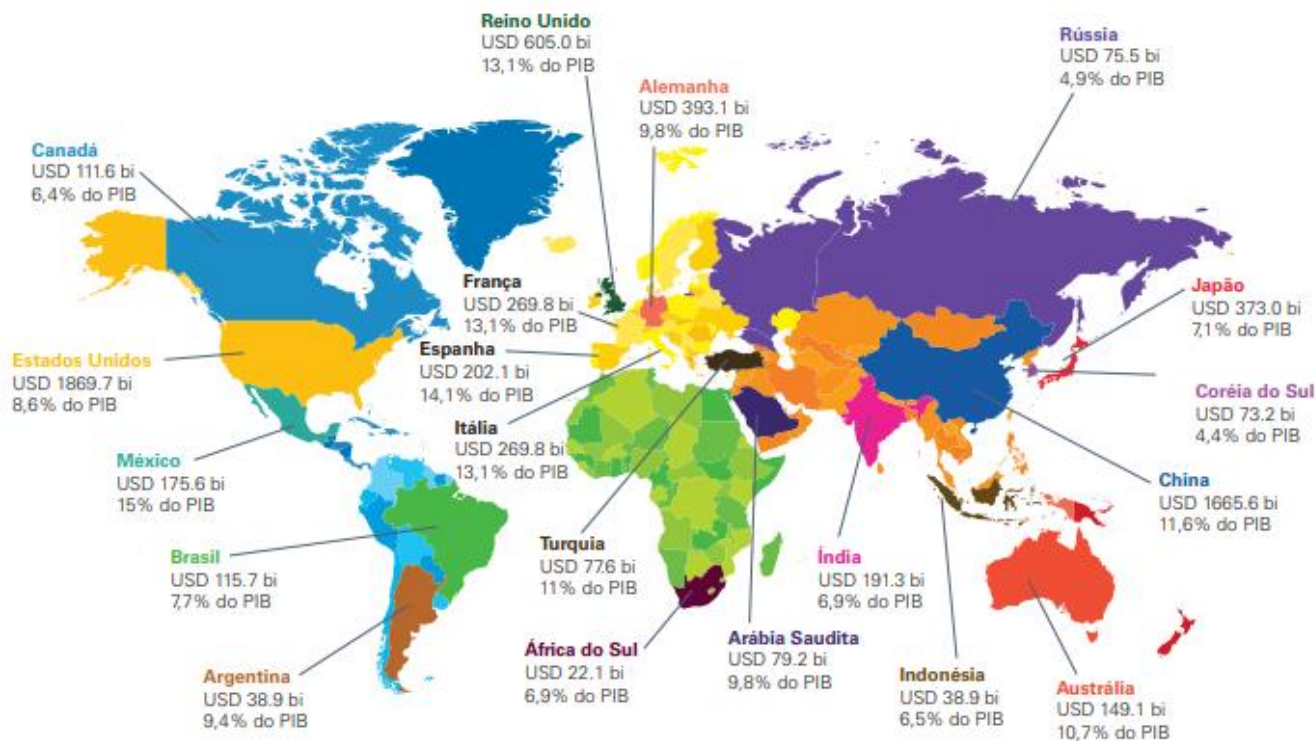
- Transformações no mercado de trabalho
 - Alteração do perfil da força de trabalho necessária para a transformação digital da economia;
 - Avanço da automação de processos;
 - Inversão da pirâmide do conhecimento;
 - Explosão criativa de jovens empreendedores digitais;
 - Crescimento da “gig economy”

Diagnóstico do setor de turismo – Ministério da Economia

Mapa internacional das principais contribuições de turismo ao PIB (bi USD) - 2019

Guia de retomada econômica do turismo
Resumo executivo
Julho/2021 (ME)

Mapa internacional das principais contribuições de turismo ao PIB (Bi USD)⁽²⁾



É um dos setores que mais emprega no país⁽²⁾



EMPREGO



1 em cada 10

1 em cada 13



10,4%

7,7%



Em 2019, o turismo representava 10,4% do PIB mundial.

No Brasil era de 7,7%.

O Brasil não faz parte das rotas do turismo global. Grande parte dos visitantes são da América do Sul e o maior foco turístico são praias, Rio de Janeiro e Cataratas do Iguaçu.

Os gastos do turismo internacional no Brasil antes da pandemia eram de USD 6 bilhões, muito incentivados pelo turismo de negócios, pelo turismo de sol e praia para turistas da América do Sul e pela venda de pacotes aos visitantes internacionais.

Mapa do fluxo turístico internacional para o Brasil



Fonte: (1) Banco Central 2021, (2) Relatório de Gestão do Ministério do Turismo 2019 (3) Dados e Fatos Turismo 2019

No Brasil, 93% dos visitantes são locais.

Em 2019, os turistas brasileiros gastaram em viagens ao exterior USD 17,6 bi, enquanto que os turistas estrangeiros gastaram no Brasil apenas USD 5,9 bi;

O cenário atual (câmbio alto e restrições da pandemia), favorece reversão dos gastos no exterior dentro do país;

O turismo de natureza se destaca como principal atrativo para os turistas brasileiros.

Destinos turísticos de destaque no Brasil



Fonte: (1) Banco Central 2020, (2) Ministério do Turismo 2019, (3) Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) 2019

Diagnóstico do setor de turismo – Ministério da Economia

Distribuidoras de viagens e turismo são as principais promotoras do turismo nacional
95% são PME

Parques locais e temáticos – mercado com **potencial de replicação e crescimento**

Transporte **rodoviário** brasileiro tem maior foco em **logística** e **não** no **desenvolvimento do turismo**.

Receptivos e Guias: são micro e pequenas empresas que podem não se recuperar da crise econômica causada pela pandemia.

Transporte **aéreo** é pouco **atrativo** e **concentrado** em poucas empresas.

Eventos são grandes **promotores** do **consumo de turismo**

Hotéis representam **47,9%** dos **serviços de hospedagem**. Apesar da queda na ocupação, há estimativas de considerável investimento no setor.

Bares e restaurantes são grandes **empregadores** e com grande **potencial** do turismo gastronômico regional.

Diagnóstico do setor de turismo – Ministério da Economia

Tendências do turismo nacional no pós-pandemia

Turista estará mais:

- Cuidadoso e seletivo;
- Preocupado com saúde e higiene;
- Interessado em novos destinos;
- Consumo ético e sustentável;
- **Mais digitalizado.**

Oportunidades:

- Fortalecer atrativos turísticos;
- Promover investimentos;
- Expandir turismo de natureza;
- **Investir em transformação digital.**



O turismo volta fortalecido



A consolidação do teletrabalho



Viagens de negócios somente em casos essenciais⁽²⁾



Consumidor mais cuidadoso e seletivo⁽¹⁾



O consumo ético e sustentável



Aumento da digitalização



Serviços por assinatura e realidade virtual



Busca por mais saúde mental



Preocupação com a saúde e higiene



Busca por novos destinos



Iniciativas para o setor do turismo – Ministério da Economia

Promover a transformação digital integrando físico e digital no mesmo ambiente



O QUÊ?

- Acelerar a digitalização dos destinos e promover o aumento do consumo e da demanda nos destinos a partir da oferta de produtos e serviços.

QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda e consumo do turismo pela melhoria na experiência do cliente.
- Informações dos clientes mais precisas.
- Aumento do emprego.

TEMAS A SER EXPLORADOS

- Identificar tecnologias de fácil integração que possibilitem a transformação da experiência do cliente desde inspiração para a viagem até o seu retorno..
- Disponibilizar Wi-Fi grátis para a coleta de dados e maior entendimento do perfil do consumidor em atrativos âncoras pré-definidos.
- Acelerar a implantação dos destinos inteligentes para serem usados como labs de inovação de impulsionamento e teste de diferentes tecnologias de maior retorno econômico para o destino.
- Incentivar parcerias público-privadas para impulsionamento do investimento em tecnologia.

HORIZONTES DE VALOR



Curto prazo: melhoria da experiência do cliente



Médio/longo prazos: aumento da demanda

PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

2º país

que mais passa tempo em redes sociais⁽²⁾

Câmara do Turismo 4.0

acordo entre MTur e MCTIC⁽¹⁾

10 cidades

selecionadas para destinos inteligentes⁽²⁾

CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS

- Walt Disney World
- Beni Dorm
- Rock in Rio

PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Wakalua
- Seguitur
- BNDE GARAGEM
- INOVATIVA BRASIL

Iniciativas para o setor do turismo – Ministério da Economia

Desenvolver uma plataforma de informações sobre turistas no Brasil (Data Driven)



O QUÊ?

- Melhorar a capacidade do setor de definir seu público-alvo e desenvolver estratégias de promoção e desenvolvimento de produtos e serviços, além de desenvolvimento de políticas públicas e ações estratégicas pelo governo.

TEMAS A SER EXPLORADOS

- Integrar dados utilizando o SNRHos com bases de dados sociais, geográficos e estatísticos existentes em plataforma, respeitando a LGPD.
- Estabelecer política de tratamento de dados pessoais.
- Aliar à plataforma a conexão com os dados gerados pela estratégia de integração do físico com o digital e desenvolver pesquisas periódicas de perfil e comportamento do turista nacional.
- Integrar à plataforma dados e informações adicionais: (1) tendências e movimentos do turismo no mundo; (2) indicadores de monitoramento de saúde e segurança (incluindo dados de COVID-19); (3) indicadores de monitoramento de países-chave emissores de turistas para o Brasil e no mundo; (4) indicadores de monitoramento da sustentabilidade; (5) análises de mercado visando a adicionar valor e viabilizar análises de mercado mais assertivas; e (6) "Calendário de Eventos".

QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda e consumo turístico por meio da melhoria dos serviços e produtos ofertados.
- Geração de empregos mais qualificados.

HORIZONTES DE VALOR



Curto prazo: Adaptação do setor às necessidades dos novos clientes.



Médio/longo prazos: Aumento do consumo (*ticket médio*) do turista por meio da oferta de produtos e serviços mais adequados.

PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

IBGE, DADOS.GOV, RAIS

Bases de dados existentes⁽¹⁾

SNRHos

Sistema Nacional de Registro de Hóspedes⁽¹⁾

Ministério do Turismo

Dados e Fatos⁽¹⁾

CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



Cartilha contendo o perfil de viajantes domésticos⁽²⁾.

- Travel BI - Turismo de Portugal
- Turismo de Gramado

PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- Dados.gov.br
- RAIS Relações Anuais de Informações Sociais
- IBGE
- RIMT Rede de Inteligência de Mercado no Turismo
- EMBRATUR

Iniciativas para o setor do turismo – Ministério da Economia

Ampliar a conectividade em cidades turísticas com wi-fi e internet banda larga



O QUÊ?

- Promover o turismo, trazer segurança e melhor experiência para o turista e integrar as atrações e os conteúdos das rotas turísticas a partir da melhoria da conectividade.

TEMAS A SER EXPLORADOS

- Desenvolver um estudo de demanda de tráfego para as áreas com necessidade de aumento da conectividade, a partir do mapeamento realizado pelo MTur e implementar um plano de ampliação nas regiões âncoras e de potencial turístico.
- Obter provedores regionais e programas low cost de grandes operadoras para viabilizar a implementação de conectividade em áreas rurais focadas em agrobusiness.
- Promover o desenvolvimento de associações que investiram em conectividade móvel ou fixa e/ou mobilizar a comunidade local para viabilizar o investimento nas soluções.
- Aproveitar a estrutura do programa GESAC para melhorar conectividade em meios de hospedagem para o turismo rural e outdoor.

QUAL IMPACTO?

- Aumento da demanda em destinos remotos.
- Aumento do consumo de turismo pela ampliação das possibilidades de negócio do turismo hoje pouco desenvolvido pela falta de Internet.

HORIZONTES DE VALOR



Curto prazo: Aumento da visibilidade do destino e melhoria da qualidade dos serviços com consequente aumento da sensação de segurança e melhoria da experiência para o turista.



Médio/longo prazos: Aumento da competitividade e rentabilidade da atividade turística — desenvolvimento de destinos inteligentes.

PRINCIPAIS ATIVOS PARA REALIZAÇÃO DA INICIATIVA

Turismo 4.0

Acordo entre MTur e MCTIC⁽²⁾

+14.000

operadoras regionais

PGMU V e Edital do 5G⁽⁴⁾

Soluções low cost de grandes operadoras SMP

GESAC

Governo Eletrônico - Serviço de Atendimento ao Cidadão⁽¹⁾

FINEM- BNDES e fundos setoriais⁽²⁾

CASOS DE REFERÊNCIA IDENTIFICADOS



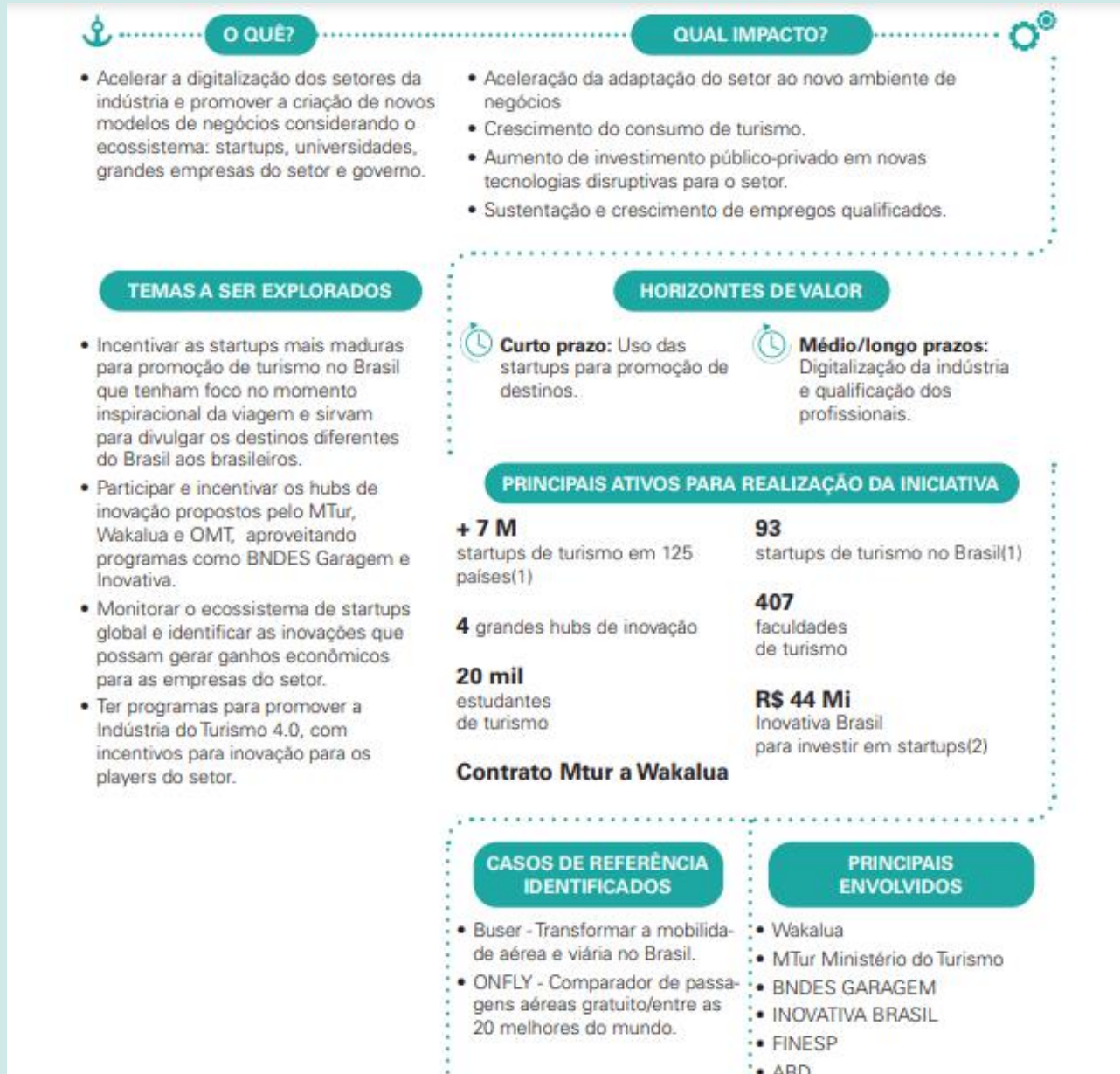
México ampliou a disponibilidade da rede para atrair mais turistas⁽²⁾.

PRINCIPAIS ENVOLVIDOS

- MTur Ministério do Turismo
- GESAC Serviço de Atendimento ao Cidadão
- REDETELESUL
- ABRINT
- ABRAMULTI
- SEGUITTUR
- MCOM
- MCTIC

Iniciativas para o setor do turismo – Ministério da Economia

Fortalecer o ecossistema de inovação do turismo impulsionando os hubs de startups e as universidades



Mapa das startups (tourism techs) do Brasil

Uso de tecnologias nas tourism techs do Brasil (2020)

36% utilizam tecnologias avançadas para desenvolver seus negócios;

Tourism techs empregaram cerca de **3 mil pessoas** e receberam cerca de **US\$ 278 mi** em investimentos



Fonte: Elaboração própria (Wakalua), 2020

Diagnóstico da inovação no turismo - Estratégia Nacional do Turismo

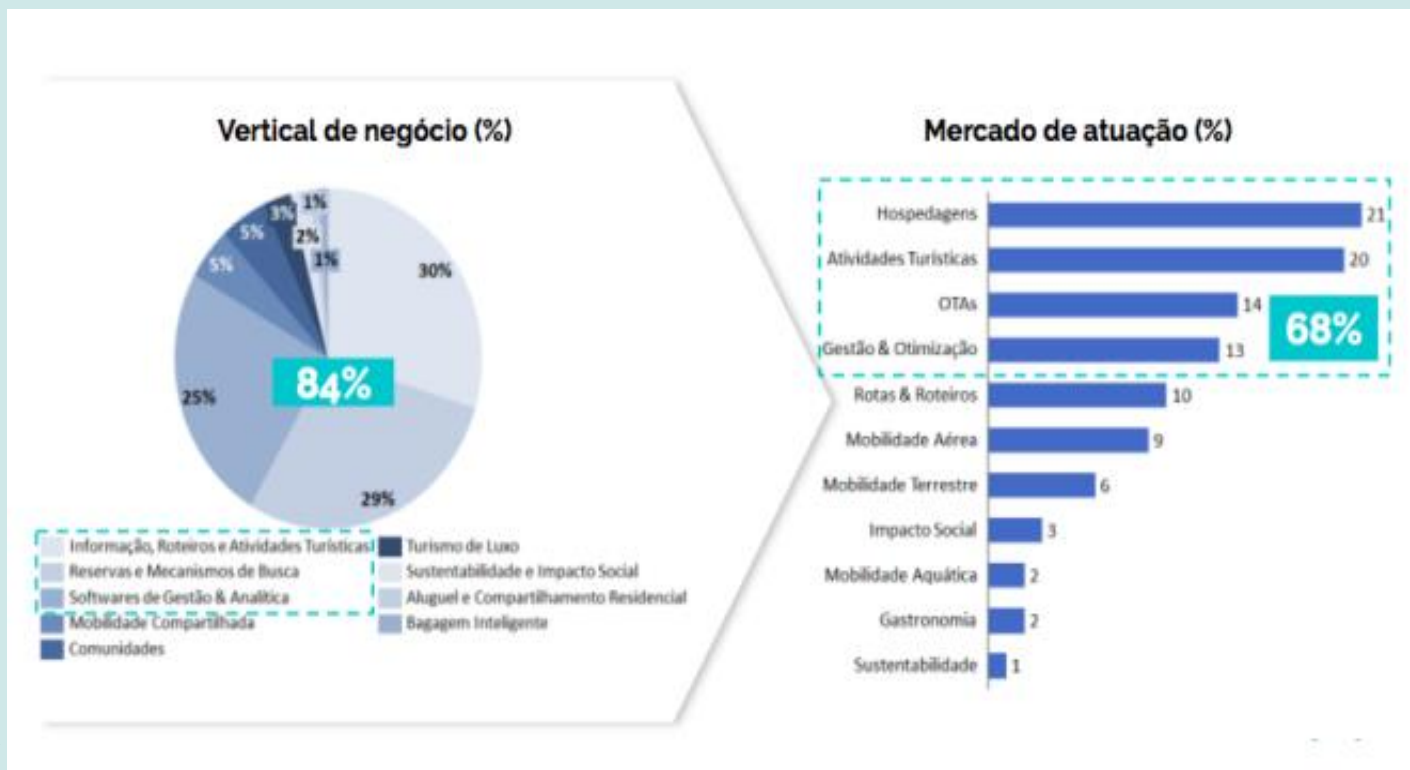
As três verticais de maior presença no setor são:

- Informações, roteiros e atividades turísticas;
- Reservas e mecanismos de busca;
- Softwares de gestão e analítica.

Das 101 startups, 84% concentram-se nesses segmentos;

68% das startups atuam nos mercados de hospedagem, atividades turísticas, OTAs e gestão & otimização.

Verticais e mercado de maior atuação nas tourism techs do Brasil



Fonte: Elaboração própria (Wakalua), 2020

Diagnóstico da inovação no turismo - Estratégia Nacional do Turismo

60% das startups do setor estão na fase de **operação**, visto que **passar da fase de desenvolvimento é a mais difícil**;

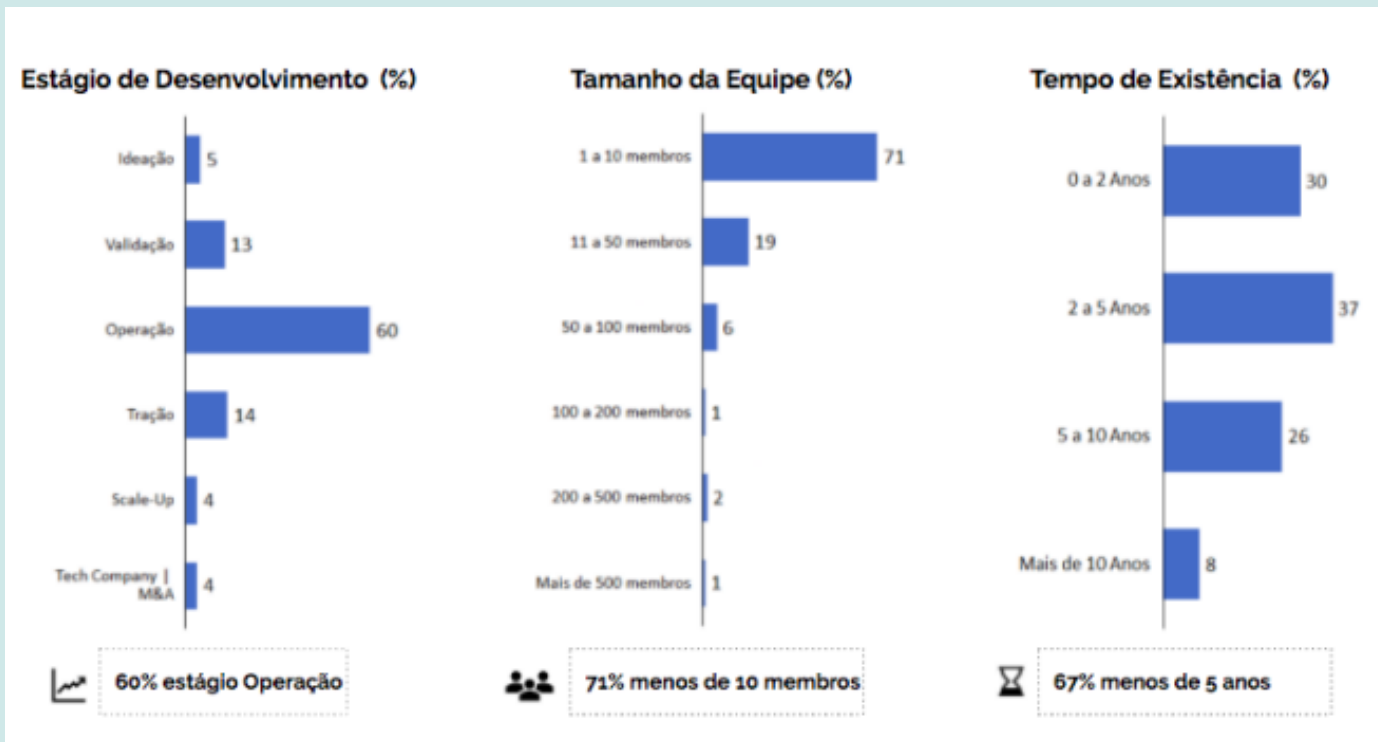
Equipes pequenas em 71% das startups;

Foram criadas há **menos de 5 anos em 67%** dos casos;

Entre as de nível **scale-up**, destaca-se a **MaxMilhas**, que fez parte do **Startup Brasil (MCTI)**;

HotelUrbano também é um caso de **scale-up**.

Características das tourism techs brasileiras (2020)



Fonte: Elaboração própria (Wakalua), 2020

Linhas de atuação destacadas do eixo habilitador Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação:

- **A otimização de políticas voltadas ao setor de modo a expandir (...) o investimento privado em PD&I em TICs, a melhorar a competitividade da economia brasileira, a gerar mais empregos com valor agregado, e a promover maior desenvolvimento social.**
- **A ampliação do papel das políticas públicas pelo lado da demanda como instrumento de indução da PD&I, em particular, a partir das encomendas governamentais de TICs e tecnologias de setores correlatos voltadas ao atendimento de temas estratégicos nacionais.**
- **O estabelecimento de um roteiro (roadmap) tecnológico, com metas de investimento de longo prazo, que reflitam as necessidades de serviços de cyber infraestrutura para empresas altamente demandantes de TIC, apoiando projetos de ciência, tecnologia e inovação nesse setor.**
- **O estímulo à formação de profissionais do setor de TICs, de modo a capacitá-los para os desafios das tecnologias de fronteira em informação e comunicação (análise de Big Data, manufatura 4.0, inteligência artificial e robótica, Internet das Coisas etc.).**

Convergências da E-Digital com a Estratégia Nacional de Turismo

Linhas de atuação destacadas do eixo de transformação digital “Novos modelos de negócio” – Tema “Plataformas Digitais”:

- Reconhecimento do papel das plataformas digitais para a inovação e o crescimento econômico no País, diante de sua diversidade de acesso a conteúdo, serviços e produtos, redução de custos de transação e de acesso a mercado por pequenas e médias empresas.
 - Análise e acompanhamento do papel de alguns players do ecossistema de plataformas, em razão de seu papel de intermediários do acesso à informação, o que apresenta vantagens quanto à personalização de serviços, mas riscos a direitos como liberdade de expressão e acesso à informação.
- Avaliação do risco de concentração do poder econômico no mercado de plataforma digitais, o que exige atualização e avaliação por parte das autoridades regulatórias e de antitruste.
- Estímulo ao desenvolvimento de empresas nacionais atuantes nos mercados de plataformas digitais, buscando ampliar a segurança jurídica e a apropriação dos ganhos de exploração desses mercados.
 - Mapear o marco normativo incidente sobre o ambiente digital com vistas à sua atualização, de modo a incentivar investimentos e inovação, prevenir abuso de poder de mercado e viabilizar a autonomia informacional de consumidores, considerando as especificidades dos mercados online.
 - Incentivar que as empresas de tecnologia digital adotem padrões elevados de transparência em relação aos critérios e pressupostos embutidos nos seus algoritmos, de forma a maximizar o acesso a informação dos usuários, respeitados limites técnicos e segredo industrial.
 - Aprimorar as condições competitivas entre plataformas online e intermediários que ofertam serviços inovadores aos consumidores finais, identificando mecanismos que permitam mitigar efeitos de rede e de lock-in decorrentes da escala das plataformas digitais.

Linhas de atuação destacadas do eixo de transformação digital “Novos modelos de negócio” – Tema “Empreendedorismo Digital”:

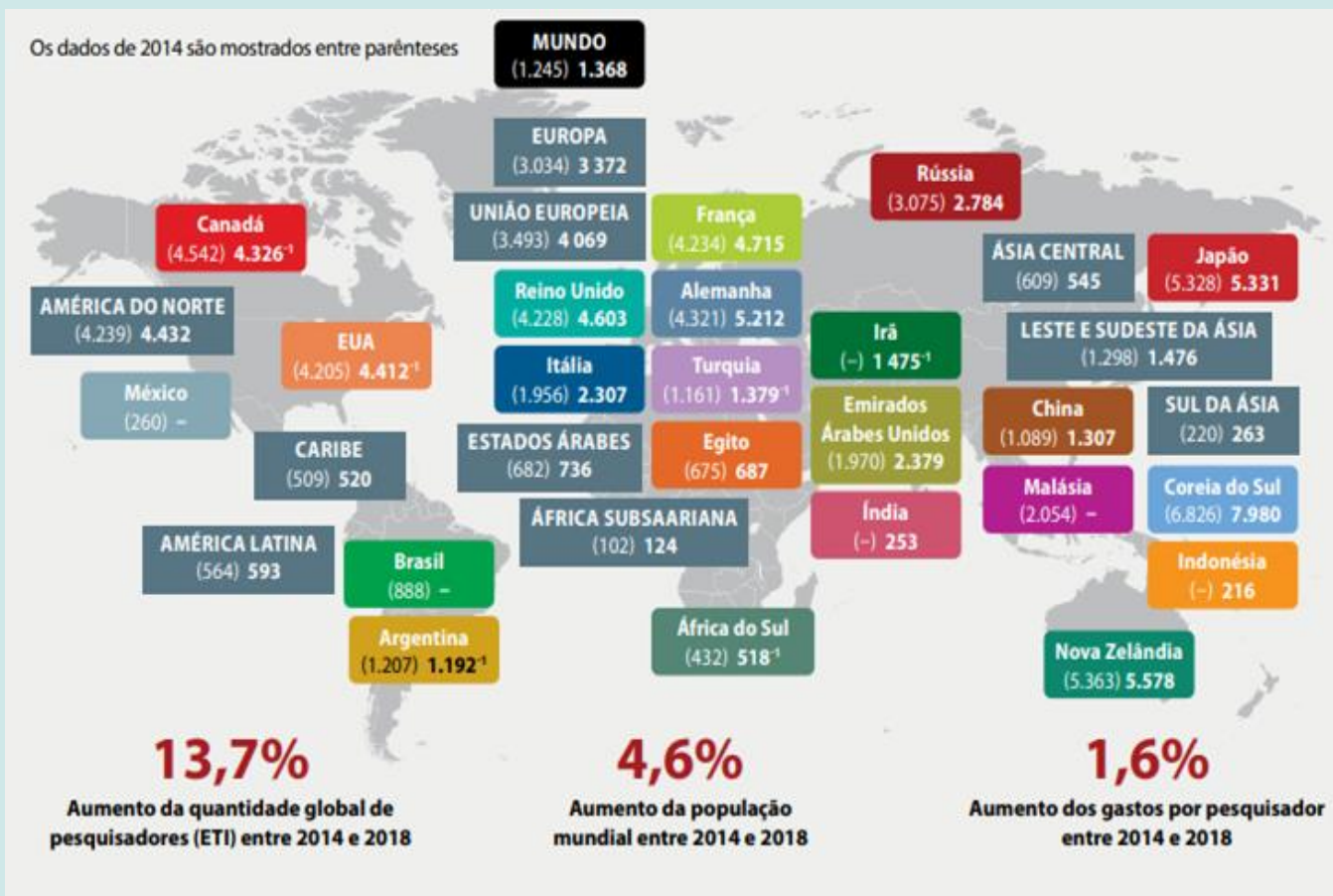
- Estimular a formação de recursos humanos especializados em tecnologias digitais, incrementando a oferta de força de trabalho com competências adequadas para atuar em uma economia digital.
- Reformular mecanismos jurídicos e tributários para a redução dos riscos dos investimentos e custos de capital, facilitando formas mais complexas de composição de capital capazes de ampliar os mecanismos disponíveis para aportes em startups.
- **Estimular a oferta de financiamento nos estágios iniciais das empresas de base tecnológica, conhecidos como early stages, criando um ambiente internacionalmente competitivo para a atração de capital de risco.**
- Estimular a mudança da cultura para ambientes que tolerem o erro, o que pode incluir ações como a revisão de aspectos relacionados a falências e a simplificação das regras para abrir e fechar um negócio.

Linhas de atuação destacadas do eixo de transformação digital “Novos modelos de negócio” – Tema “Empreendedorismo Digital”:

- **Fortalecer iniciativas que visem à desburocratização para aumento da competitividade, tais como a modernização das formas societárias, a simplificação na obtenção de licenças e a estruturação de um ambiente regulatório propício e que não inviabilize modelos de negócios inovadores.**
- **Promover ações que visem à internacionalização das startups brasileiras.**
- **Aprimorar e articular iniciativas de governo que apoiem startups, incluindo aceleração, captação de recursos, mentoria e conexão com investidores, universidades e empresas já consolidadas no mercado.**
- **Aprimorar a regulamentação para facilitar a contratação de startups pelo Estado, com abertura de oportunidades de validação de soluções que auxiliem na resolução de problemas públicos nas áreas de saúde, educação, segurança e outras.**
- **Desenvolver ambientes regulatórios flexíveis (“regulatory sandboxes”) para testes de modelos de negócios inovadores.**

Dados sobre pesquisadores

Pesquisadores (ETI) por milhão de habitantes, por região e países selecionados, 2014 a 2018



O Brasil manteve o número de 888 pesquisadores/mi habitantes. Número bem abaixo da média mundial que é de 1.368 pesquisadores/mi habitantes..

Volume de Patentes

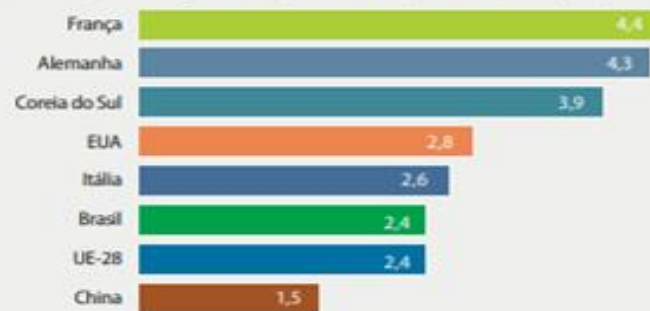
Tendências de inovação no Brasil

Número de patentes IPS concedidas ao Brasil, 2014-2018



Parcela de publicações científicas resultantes de colaboração entre universidade e indústria, 2015-2017 (%)

Outros países e regiões são apresentados para fins de comparação



Patentes de invenções e programas de software depositados no Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (INPI), 2010-2018



Em 2018 o Brasil alcançou o maior número de concessões de IPS, no período entre 2014 e 2018.

Cerca de 2,4% das publicações nacionais correspondiam a parcerias entre universidades e indústria, entre 2015 e 2017.

Volume de Patentes

Os países com o maior número de patentes concedidas são: EUA, China e Coréia do Sul.

O Brasil possui maior índice de concessões em Métodos de TI .

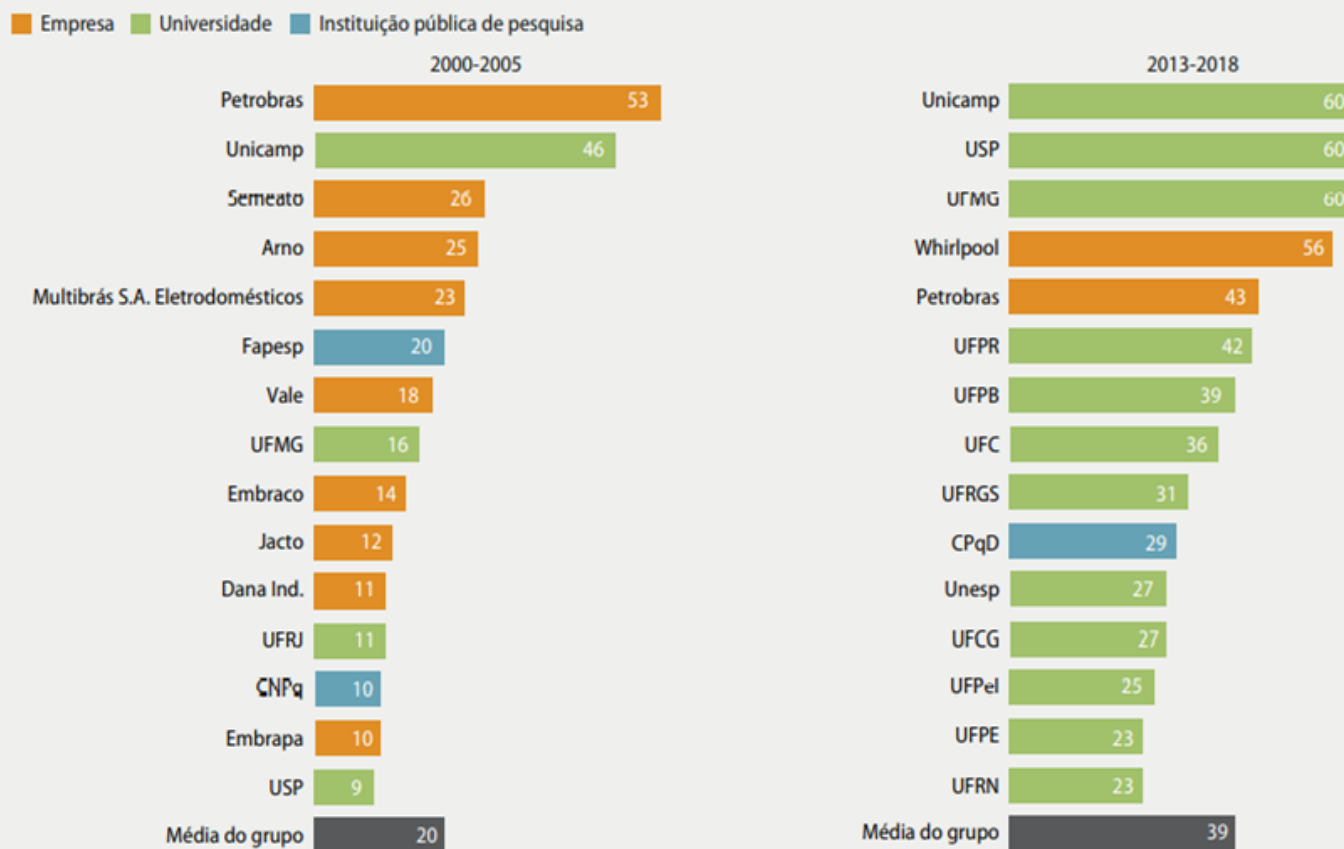
Origem do Inventor	Aplicações de patentes por Classificação de Tecnologia da WIPO, 2020		
	Telecomunicações	Comunicação Digital	Métodos de TI para gestão
Argentina	10	4	1
Brasil	48	72	115
Canadá	332	1.180	559
Chile	7	3	8
China	23.299	69.542	38.859
Alemanha	1.660	3.445	1.130
Índia	52	285	298
Portugal	31	41	19
Coreia do Sul	5.032	12.170	7.078
Rússia	479	299	285
África do Sul	15	28	24
Estados Unidos	11.111	37.063	14.332
Uruguai	1	7	

Volume de Patentes

Líderes em pedidos de patentes ao INPI entre entidades estabelecidas no Brasil, 2000-2005 e 2013-2018

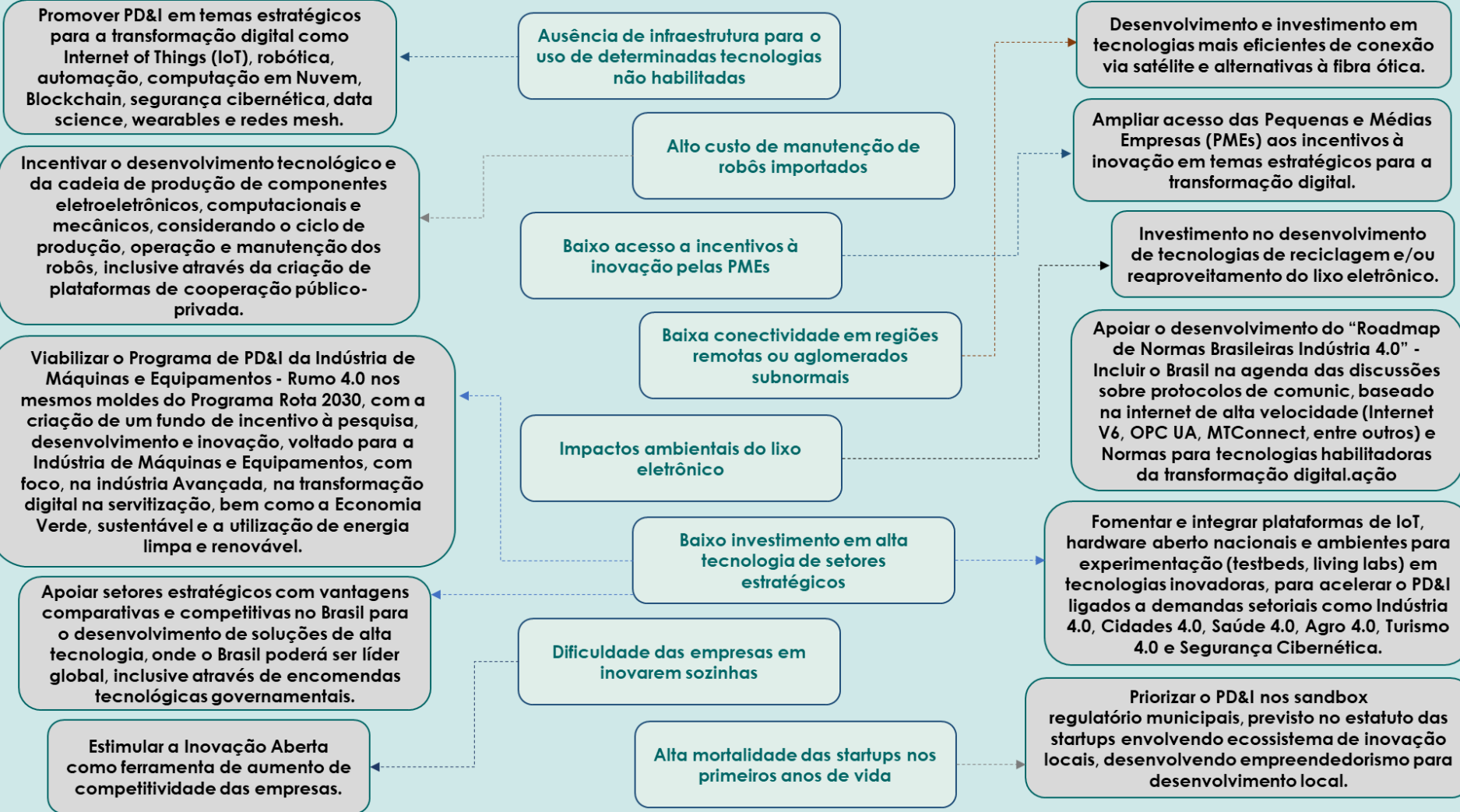
Entre 2000 e 2005 as empresas eram líderes em pedidos de patentes.

Entre 2013-2018 as universidades se tornaram líderes em pedidos de patentes.



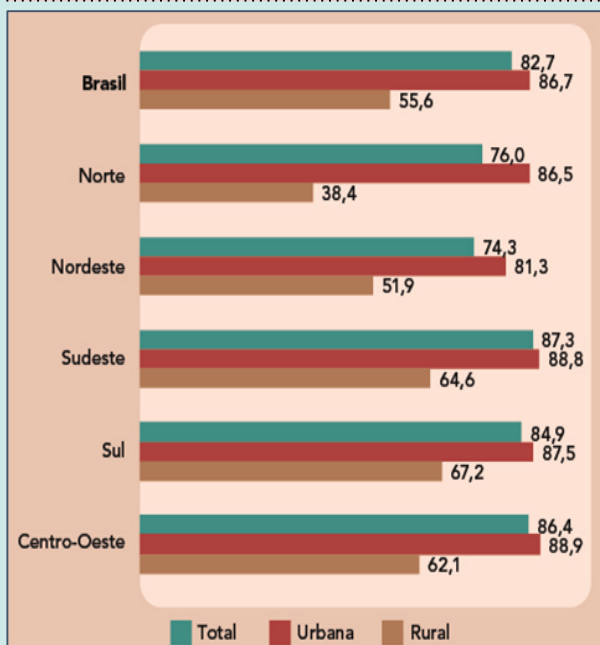
Observação: IPS se refere a US Patent and Trademark Office, European Patent Office, Japanese Patent Office, Korean Intellectual Property Office e State Intellectual Property Office da China.

Desafios x Ações – Eixo Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação

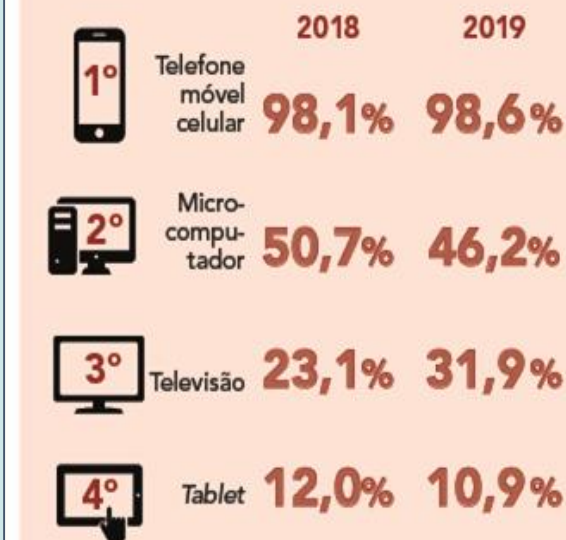


Acesso à internet

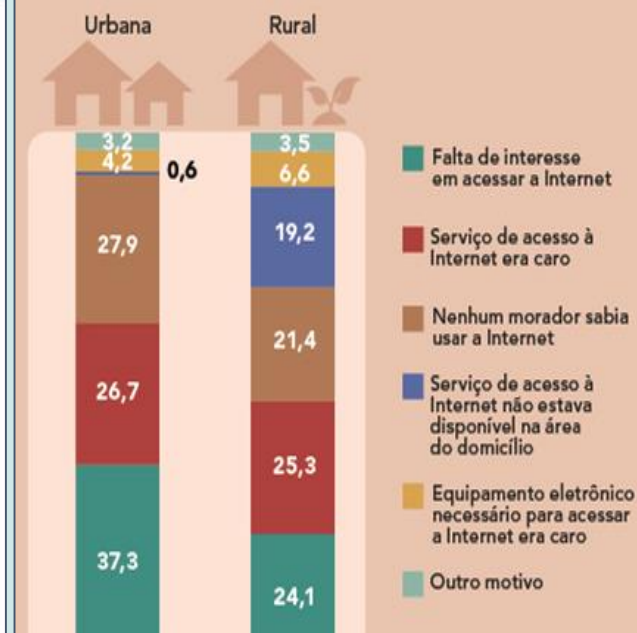
Domicílios em que havia utilização da internet, por situação de domicílio (%)



Equipamento utilizado para acessar a internet



Distribuição dos domicílios sem utilizar internet por motivo da não utilização (%)



Fonte: IBGE, diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua 2018/2019

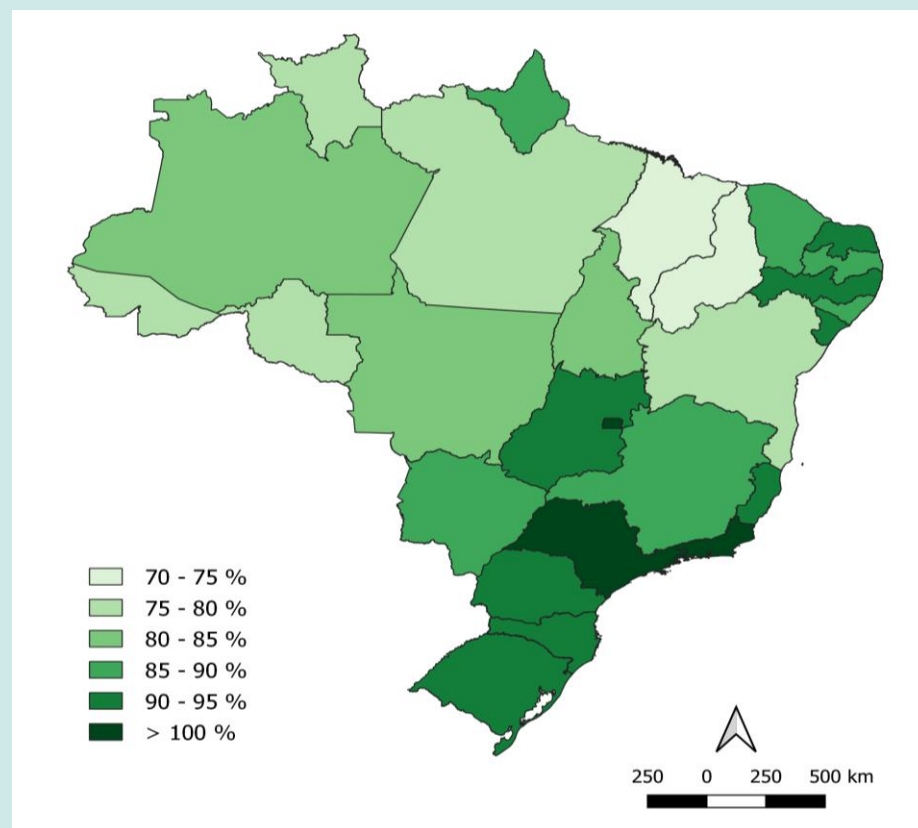
Cobertura de Rede

Segundo a estimativa do IBGE, em 2020 a população do Brasil alcançou 211,8 milhões de pessoas, das quais 84,4% vivem em áreas urbanas e dessas 67.521.778 em cidades com mais de meio milhão de habitantes.

Segundo ANATEL, o índice de cobertura, considerando todas as tecnologias (2G, 3G e 4G), é de 90,27% no Brasil e não há municípios sem cobertura no momento.

Os territórios da federação com maior cobertura são o DF, com 99,68% e SP, com 98,79%. Os de menor cobertura são PI, com 73,76% e MA, com 73,35%.

Mapa da Cobertura em todas as tecnologias e em todas as regiões.

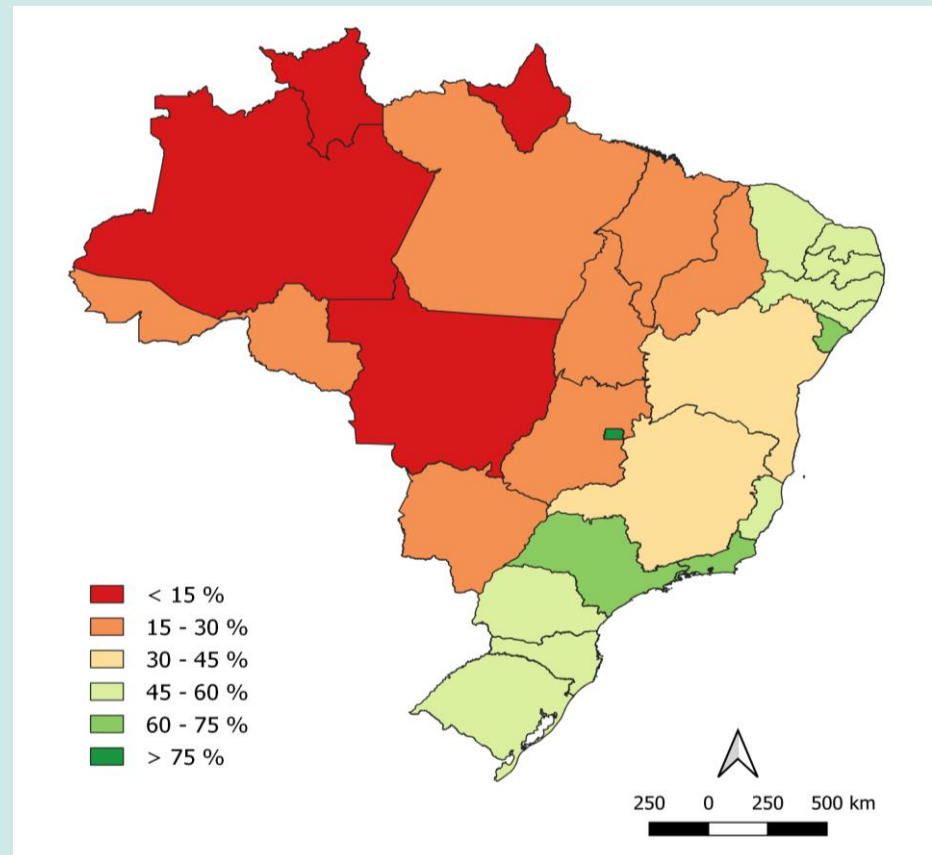


Cobertura de Rede

Se considerarmos apenas as zonas rurais a densidade de cobertura cai, em todas as tecnologias, para 40,56% e na tecnologia 4G para 33,49% com diferenças regionais incisivas;

As entidades federativas com **melhor cobertura móvel** em todas as tecnologias permanecem sendo o DF com 90,2% e SP com 72,7%, nas zona rurais. Os mais prejudicados são AM, 8,7% e RR, 2,7%.

Mapa da Cobertura em Zonas Rurais

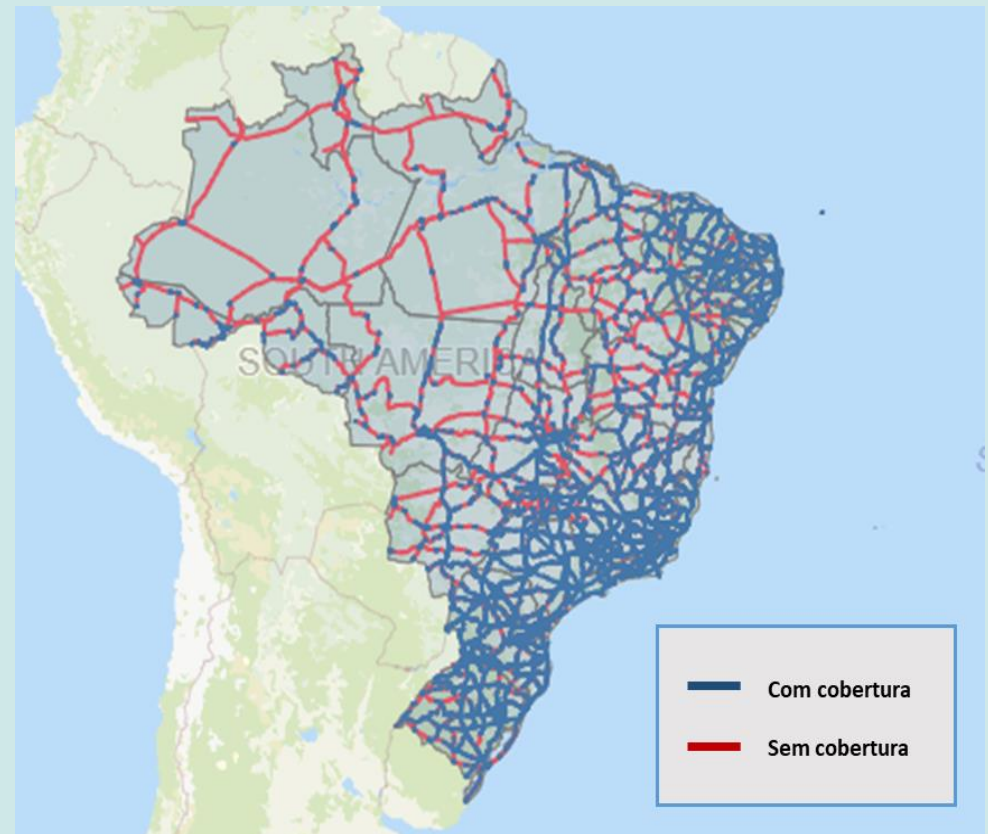


Cobertura de Rede

A cobertura nas rodovias acompanha a mesma lógica: **cobertura intensa na costa atlântica** que vai se rarefazendo conforme adentra o interior do país;

Ao norte do país, a cobertura de rede nas rodovias é praticamente inexistente, o mesmo vale para a cobertura em hidrovias. O **Distrito Federal possui a maior cobertura móvel em rodovias, 92,8%** de suas estradas contam com sinal 2G, 3G ou 4G.

Mapa da Cobertura nas rodovias no Brasil em todas as tecnologias.



Acesso e Uso das Tecnologias Digitais

Nos resultados da pesquisa TIC Domicílios 2020, houve aumento da demanda pela comunicação digital e de acessos de modo exponencial: **81% da população com mais de dez anos de idade usam a internet, sendo 88% nas zonas urbanas e 74% nas zonas rurais.**

Em relação aos equipamentos utilizados, **59% já utilizaram computador, sendo 63% em zonas urbanas e 34% em zonas rurais. Nas classes C e D o percentual cai para 30% no uso de computadores.** Em relação ao uso de celulares, o índice sobe para **99% nas zonas urbanas e expressivos 100% em zonas rurais e pelas classes D e E.**

Domicílios com acesso à internet, por classe, total de domicílios (%)

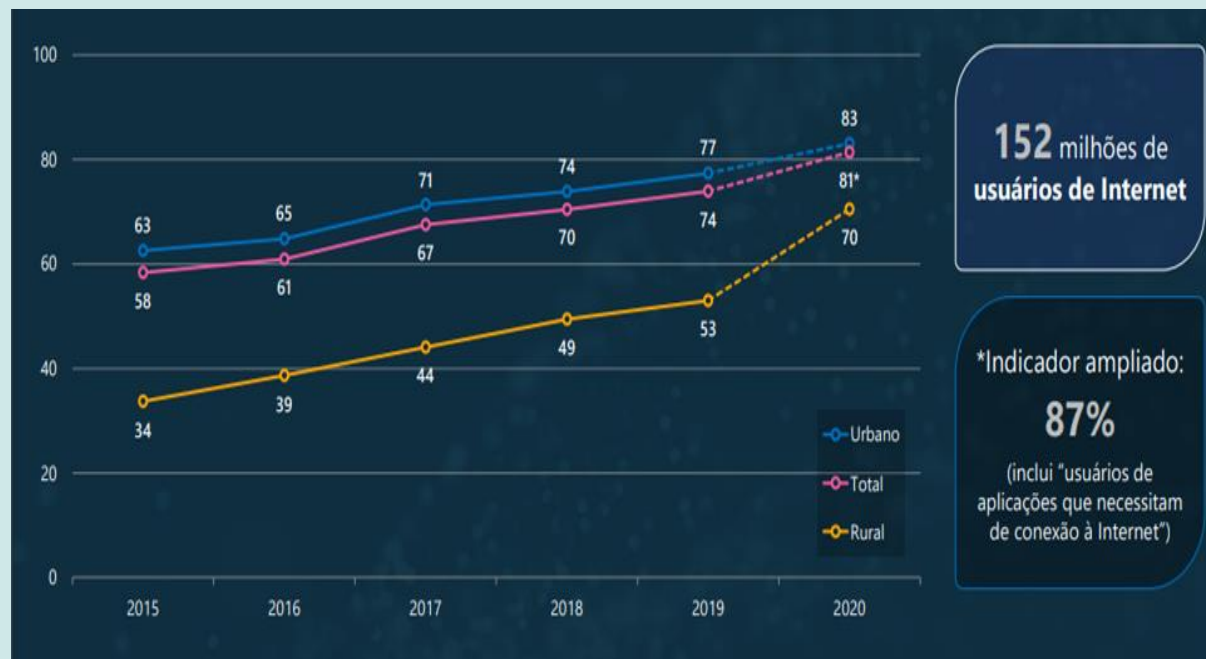


Acesso e Uso das Tecnologias Digitais

As principais distinções entre a pesquisa CIT de 2019 e 2020 se referem ao **acesso de usuários de zonas rurais, que subiu de 53% para 70%;**

Entre pessoas de **60 anos ou mais**, passou de **34% para 50%**, entre os que têm **escolaridade no nível fundamental**, passou de **60% para 73%**, entre as **mulheres** com aumento de **73% para 85%** e nas **classes D e E** passou de **57% para 67%**.

Usuários de internet por área, total da população %

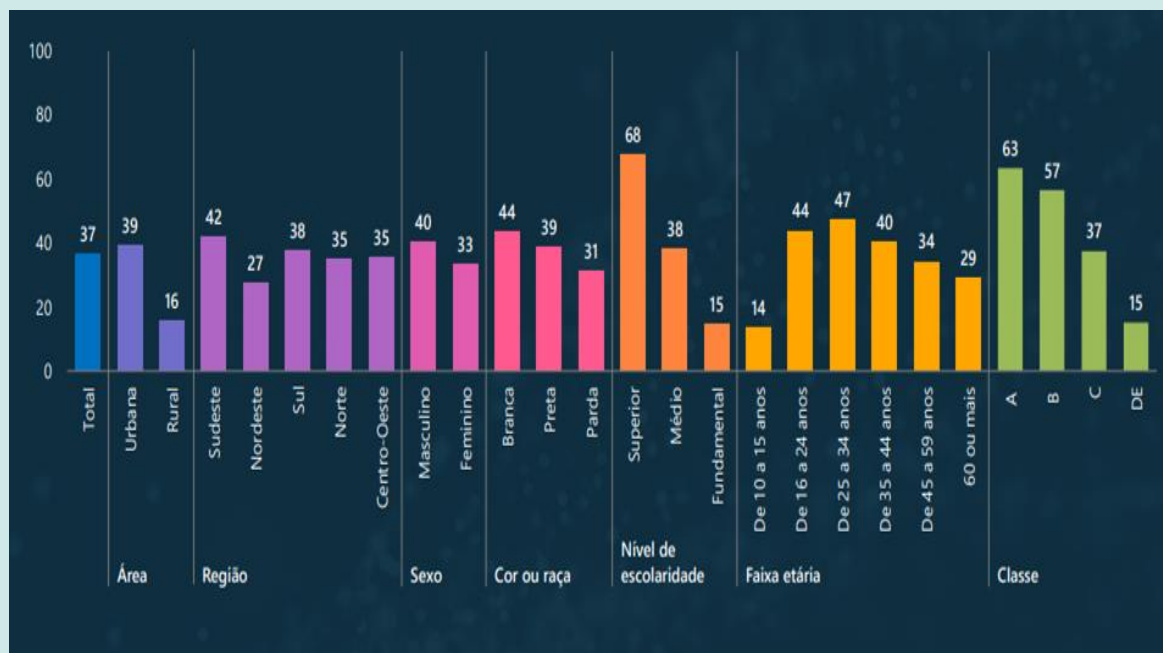


Acesso e Uso das Tecnologias Digitais

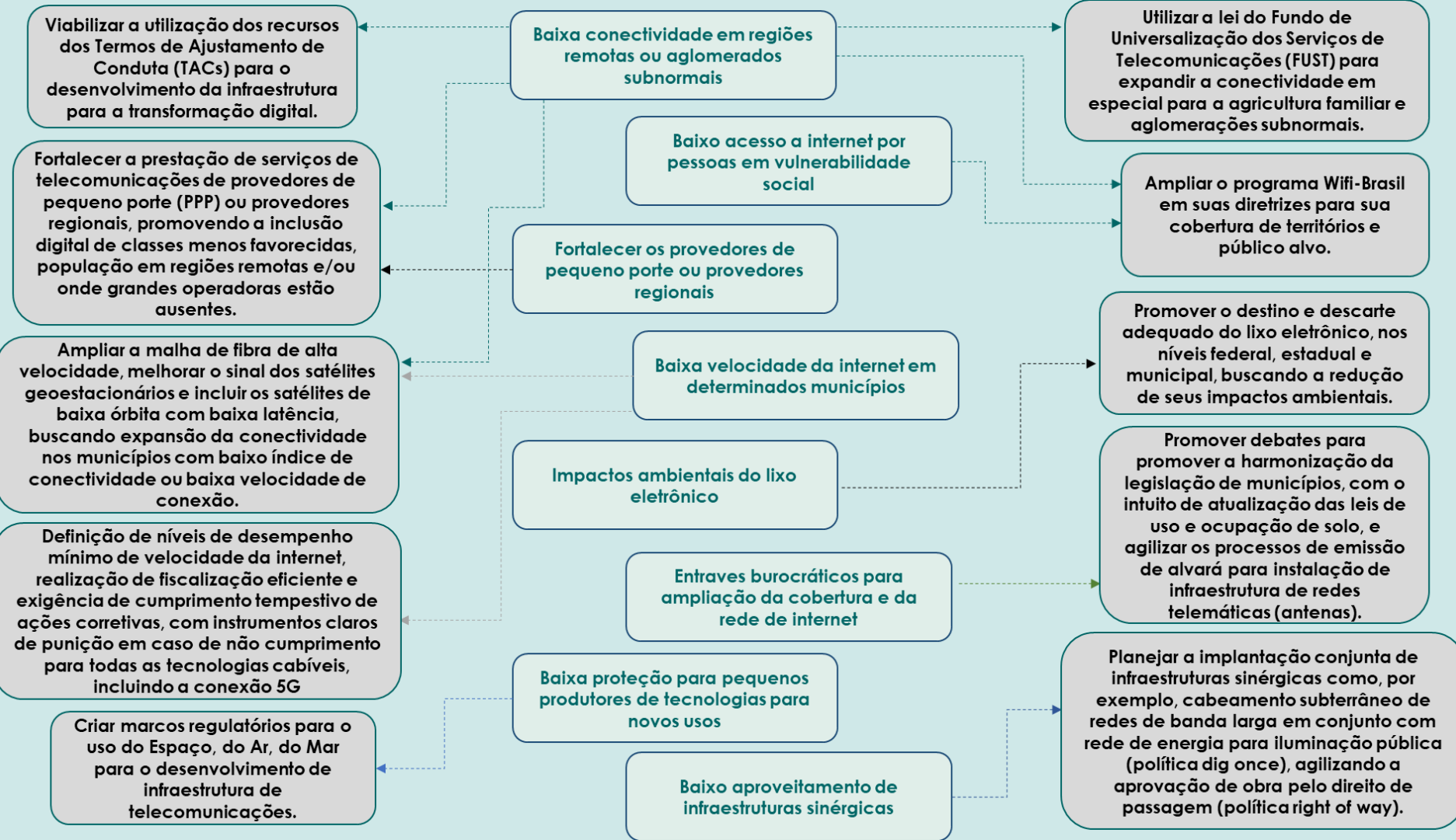
Os serviços que tiveram um aumento de procura significativa, segundo a CIT 2020, foram: os relacionados à Educação (45% realizaram atividades escolares), às transações financeiras 43%. Serviços públicos online com 42%, Saúde com 53% e ao entretenimento audiovisual com expressivos 77% dos acessos.

No que tange à desigualdade, as classes mais altas, com mais escolaridade e mais jovens têm maior proporção de acesso ao ambiente digital. A classe C realizou mais cursos a distância com 18%, mas as classes A e B ainda são largamente superiores nesse quesito.

Usuários de internet que fizeram serviços online

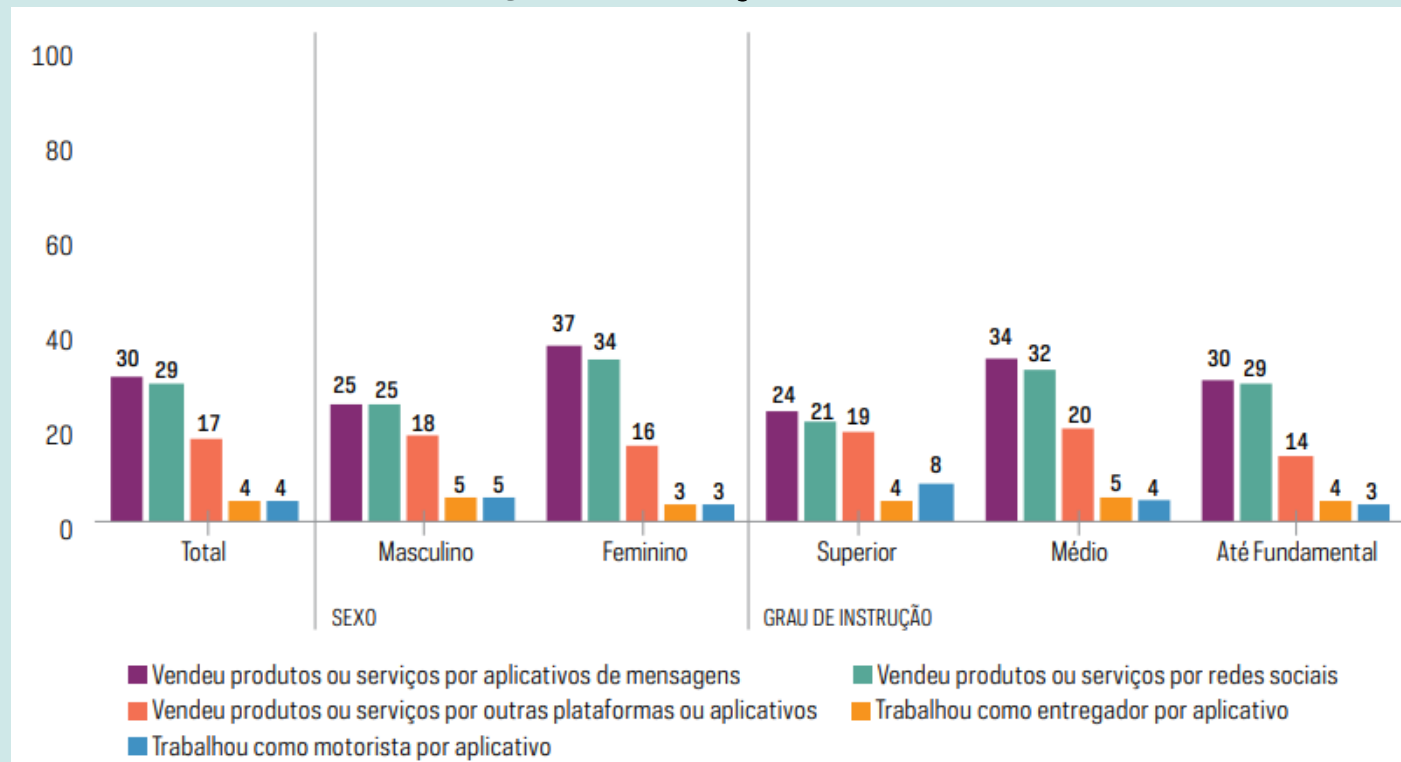


Desafios x Ações – Eixo Infraestrutura e acesso às TICs



Usuários de internet que realizaram atividades de trabalho e geração de renda por meio da internet, por sexo e grau de instrução

Entre os jovens de 16 e 24 anos, “cerca de 1/3 realizou vendas de bens e serviços por aplicativos (37%) e redes sociais (32%), sendo que a maioria (71%) começou a atividade justamente durante o período da pandemia

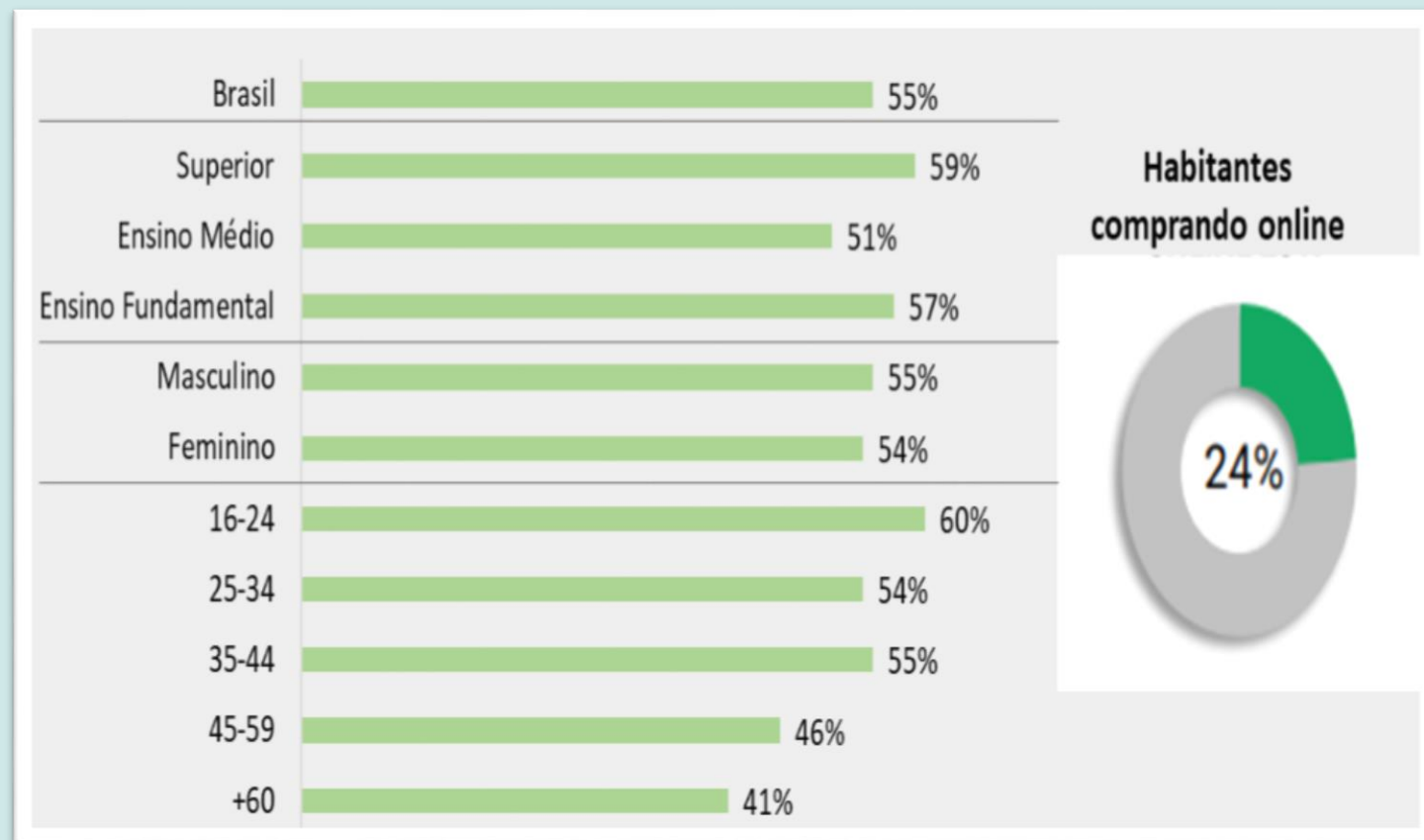


*Usuários de internet com 16 anos ou mais que trabalharam pelo menos uma hora durante a pandemia (%)

Fonte: TIC-Empresas 2019.

Consumidores brasileiros de até 45 anos estão acelerando compras online no Brasil

Em comparação com outros países, a pesquisa Covid-19 and E-Commerce (2020) UNCTAD, os consumidores brasileiros com menos de 45 anos estão impulsionando o mercado online.



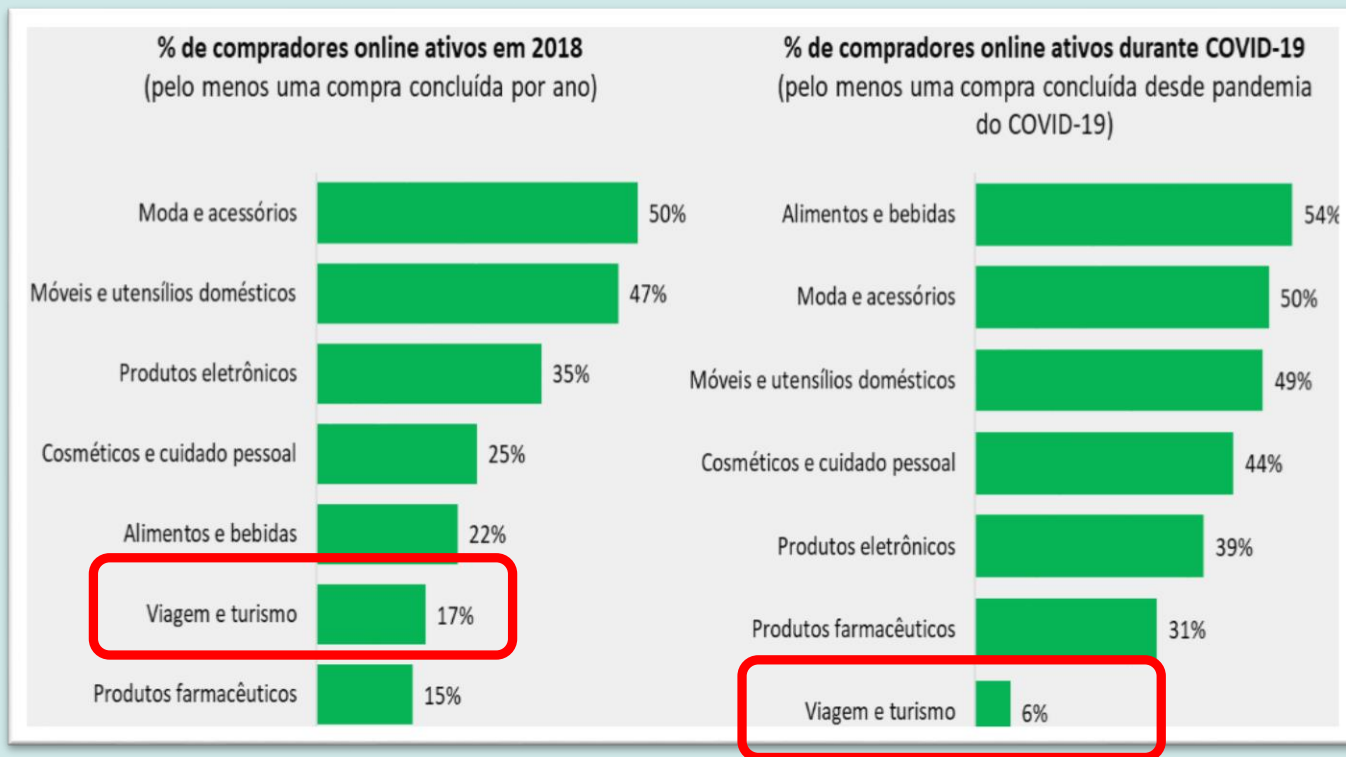
*Desde a pandemia do COVID-19, eu estou comprando mais online do que antes.

Fonte: Relatório Covid-19 and E-Commerce (2020) UNCTAD.

Produtos mais comprados antes e durante a pandemia do Covid-19

Em 2018, itens de moda eram os mais comprados online, durante a pandemia a alimentação passou a ser prioridade;

Itens de moda, mantiveram a mesma colocação (50%), seguidos de móveis e produtos domésticos (49%), cosméticos e cuidados pessoais (49%), consumo eletrônico e TICs (39%),

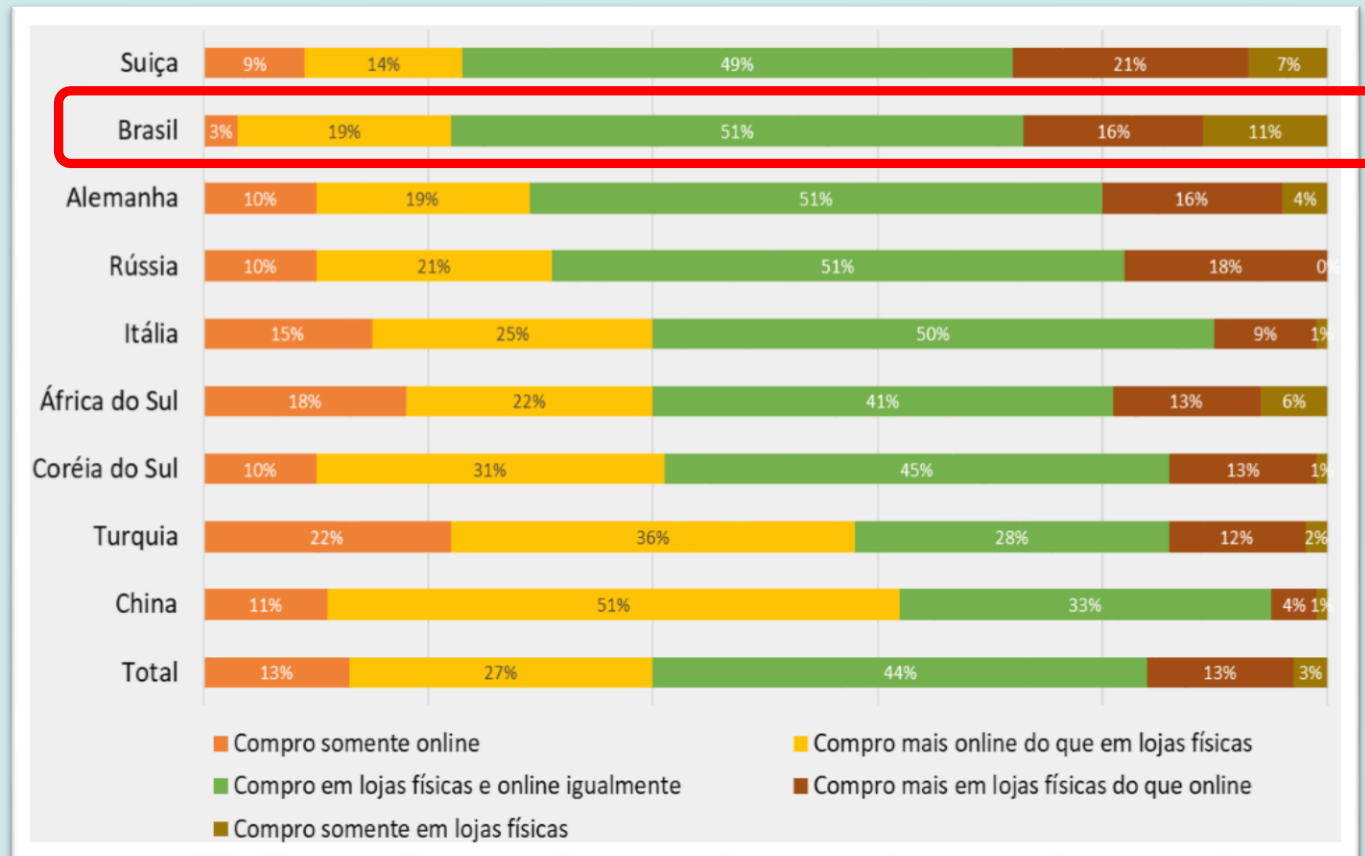


Fonte: Relatório Covid-19 and E-Commerce (2020) UNCTAD

Eixo de transformação digital Novos modelos de negócios

Expectativa pós-pandemia dos consumidores, em comparação com outros países, o Brasil apresenta alguma potência para continuidade do consumo online junto do consumo em lojas físicas.

Consumo online e em lojas físicas – países selecionados



51% físico = online

3% online

11% físico

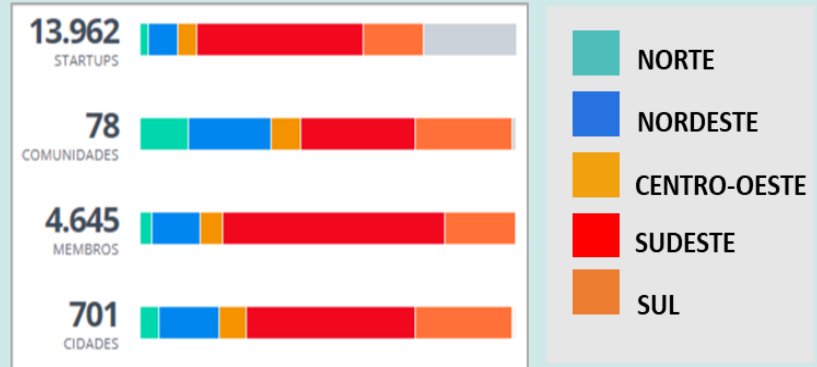
19% > online

16% > físico

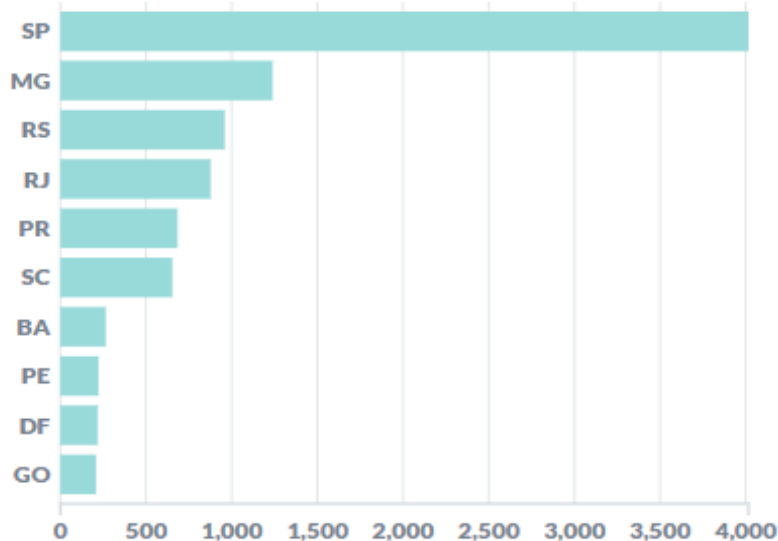
Eixo de transformação digital Novos modelos de negócios

Ecosistema de startups

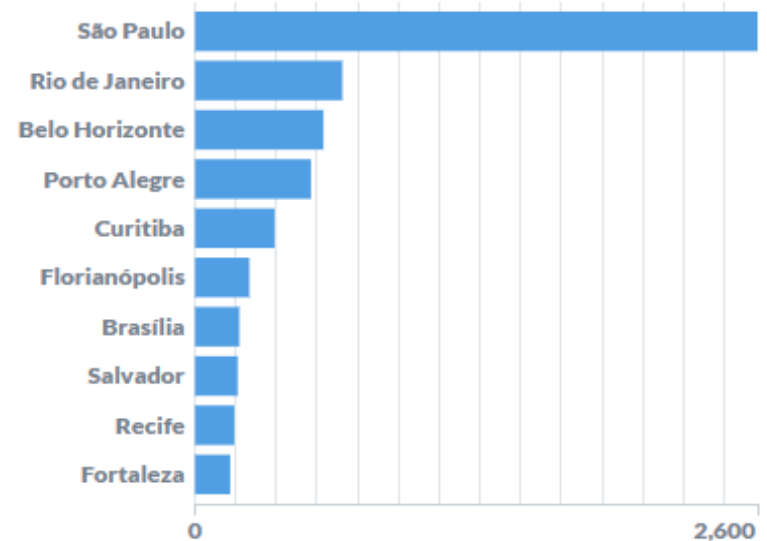
No Brasil existem hoje **13.962 startups**. São Paulo lidera o ranking com **4.022 unidades**, e o município de São Paulo com **2.770 unidades**.



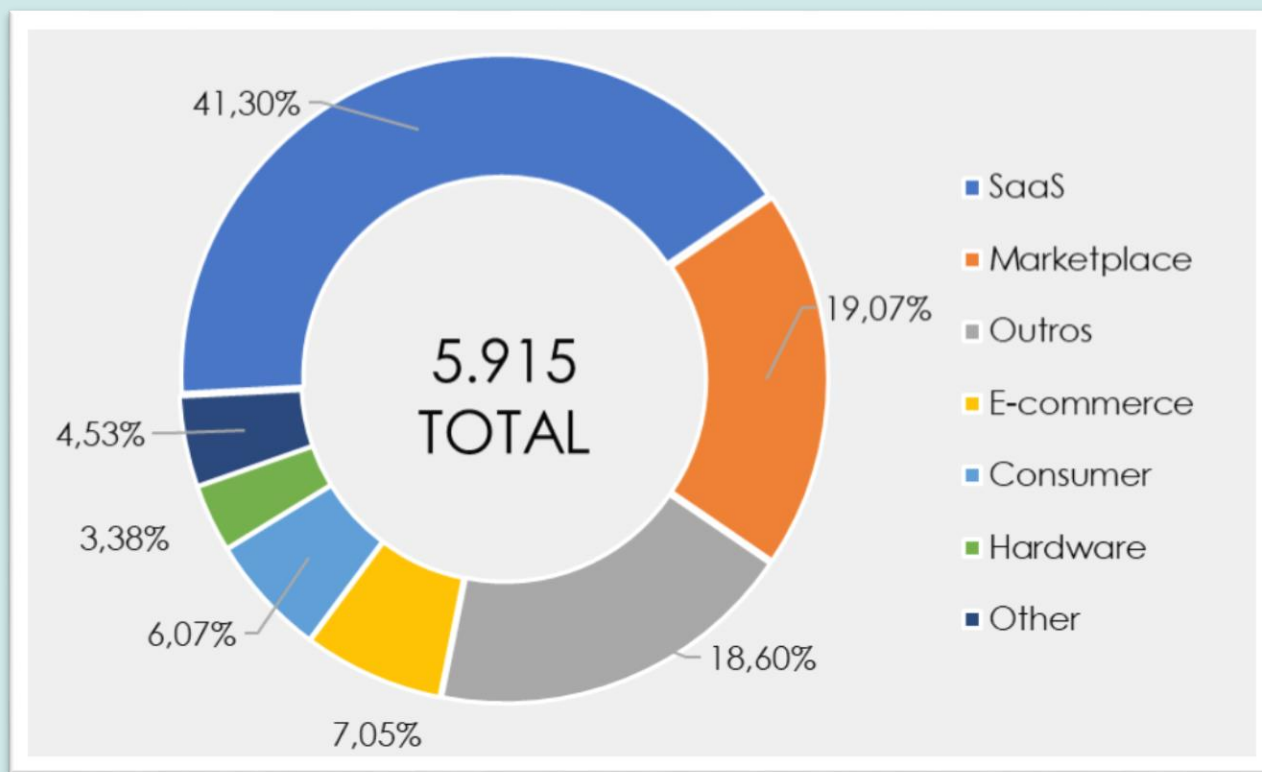
Ranking 10 estados com mais startups



Ranking 10 cidades com mais startups



Startups por modelo de negócio



Fonte: StartupBase

Em relação ao mercado de atuação, a maioria das **Startups** estão na área da **Educação** (com **8,77%**). Sobre o modelo de negócio, a maioria é de **SaaS** (software como serviço) com **41,30%**. **Marketplace** responde por **19,07%** dos modelos de negócio das **Startups**

F3 - Novos modelos de negócios

