

Radar do MEI

Checklist de quesitos importantes
para manter a boa saúde do seu
pequeno negócio



Sumário

Vertente 1: Estímulo a novas ideias	05
Vertente 2: Tecnologia e processos	06
Vertente 3: Rede e experiência do cliente	07
Vertente 4: Presença	08
Vertente 5: Produtividade e redução de custos.....	09
Vertente 6: Recursos	10
Avaliação e análise.....	11
Bibliografia	13

Ao mesmo tempo que a pandemia da COVID-19 trouxe um recorde em fechamento de empresas, principalmente em seu primeiro ano, que foi agravado pelo isolamento social no período de 2019 – 2020, o Brasil tem alcançado atualmente sucessivos recordes de formalização de novos negócios, sendo o MEI – Microempreendedor Individual o porte que representa quase a totalidade das empresas ao iniciar a sua jornada.

Manter o seu novo negócio ativo nos primeiros anos de atuação comercial tem sido o grande desafio deste novo empresário que precisa se diferenciar em um mercado extremamente competitivo, o que requer esforços nas mais diversas frentes do seu negócio. Sabemos que, diante das muitas atribuições de que ele precisa cuidar, há a necessidade de se desdobrar em dezenas de colaboradores, muitas vezes sozinho, cenário mais conhecido como o “eupresário” ou “eupresa”.

O novo empreendedor tem colocado à prova todo o seu potencial para se diferenciar da concorrência, investindo em capacitações e sendo motivado a trabalhar de maneira autônoma e ser independente financeiramente.



Este guia rápido tem o objetivo de avaliar o potencial e a maturidade que a empresa possui para dirimir riscos, principalmente nesse período inicial do negócio que costuma ser o mais delicado. É no primeiro ano de atividade que ocorre o processo de consolidação da empresa no mercado. A seguir, um *checklist* de tudo que não pode faltar a empresa nesta etapa inicial da jornada de empreender.



Vertente 1: Estímulo a novas ideias



Em seu novo negócio, você dedica um tempo para parar um pouquinho a “loucura do dia” para pensar em novas ideias para o seu negócio e desenvolvê-las a fim de fazer pequenos testes?

SIM

NÃO

Para estimular o desenvolvimento de boas ideias, uma boa prática que tem sido feita pelas grandes empresas é a de destinar para seus funcionários um tempo durante o seu período laboral para desenvolver novas iniciativas. Pelo menos 15% do tempo semanal é estimulado a criar, o que já faz parte da cultura da empresa.

Se você é um microempreendedor que trabalha sozinho, destine um tempo, post-its, papéis e canetas e analise quais novos problemas de mercado sua empresa pode resolver. O Sebrae dispõe de um super canal interativo, repleto de podcasts, cursos, artigos e programas que podem te inspirar a pensar no novo.

Vertente 2: Tecnologia e processos



A empresa possui indicadores que monitoram a qualidade em seus processos, identificando “gargalos” em seu processo de produção?

SIM

NÃO

Seja no processo de comercialização, prestação de serviços ou produção, nosso trabalho como empresa funciona a partir de etapas. É como o processo de preparação da massa de um pão, que vai até embalar o produto final: todas as etapas desse processo necessitam ser executadas com qualidade e eficiência, com menos trabalho e mais resultados.

Temos como um grande exemplo de metodologia para mapeamento de processos o *lean manufacturing* (manufatura enxuta) que avalia a forma como a empresa aprimora os seus processos de modo a enxugar custos, estoque e tempo e tornar a produção o mais fluida possível. A filosofia empregada foi responsável pelo reerguimento econômico do Japão, depois da segunda guerra mundial.

Vertente 3:

Rede e experiência do cliente



A empresa tem o apoio de parceiros para resolução de problemas no mercado?

SIM

NÃO

Empresas consolidadas precisam de uma grande rede de parceiros para o desenvolvimento de novos produtos para o mercado, para sempre conseguirem pensar nos próximos passos, assim como fazer a avaliação da experiência e o comportamento do cliente. Trabalhar com instituições de pesquisa, grupos de clientes, universidades, outras empresas do mesmo nicho de mercado e startups gera um poderoso mecanismo de ajuda e observação de boas práticas comerciais.

Vertente 4: Presença



A empresa utiliza os seus canais digitais e perfis em redes sociais de maneira sempre inovadora para levar suas ideias ao mercado e aos lugares onde pode vender o seu produto aos clientes?



SIM



NÃO

Uma rede de restaurantes brasileira contava apenas com uma loja em Curitiba no final de 2017 e, em pouco tempo, traçando um plano de expansão comercial, investiu no *layout* dos seus espaços, campanhas em redes sociais e no modelo de franquias. Hoje são mais de 100 restaurantes em 12 estados, incluindo o Distrito Federal, graças ao forte apelo da comunicação que contribuiu para fixação da marca na memória dos clientes.

Vertente 5: Produtividade e redução de custos



A empresa conseguiu aumentar a produtividade ou reduzir o custo da sua operação no último ano de pelo menos 10 a 30%?

SIM

NÃO

Aqui se analisa os esforços da atividade comercial que estão relacionados com inovações nos processos produtivos ou nos processos de distribuição e atendimento ao cliente, a fim de torná-la mais competitiva e eficiente. O grande exemplo a ser citado é uma marca alimentícia brasiliense que, após uma crise, iniciou uma revisão completa, terceirizou a logística, o que trouxe economia de 12% em sua operação, negociou com fornecedores a extensão do prazo de pagamento, investiu mais de um milhão de reais em maquinário mais moderno, enxugou do seu mix de produtos a venda de itens que não estavam performando bem. Essas e outras medidas resultaram em um crescimento de 42% em cinco anos.

Vertente 6: Recursos



A empresa tem um orçamento anual próprio para novos projetos e monitora constantemente oportunidades para captação de recursos externos por meio de editais e contratos com o governo. Já submeteu ao menos um projeto no último ano para fontes de fomento e investidores?

SIM

NÃO

A grande maioria das empresas aponta que não consegue ganhar tração e alcance por não possuir recursos, mas a verdade é que empresas que investem em diferentes meios de captação externa, buscando novos contratos públicos e com outras pessoas jurídicas têm um radar mais bem preparado para se estabelecer nos primeiros anos de funcionamento, trabalhando o *network* e a relação de confiança que ampliam vendas.

Avaliação e análise



A aplicação deste questionário para o microempreendedor individual favorece a análise estratégica dos pontos sensíveis do negócio, trabalhando as sete vertentes que analisam as práticas e resultados da empresa em relação à sua capacidade e maturidade de se autogerir no mercado.

Devemos enfatizar que deve ser feita uma reflexão e discussão de cada prática que justifica assinalar o “check” em cada vertente. A empresa deverá realizar esse diagnóstico no ciclo de 3 meses para acompanhar o seu progresso, adotando medidas alcançáveis neste período.

A empresa recebe classificação segundo a quantidade de checks assinalados em cada vertente.



■ **Microempreendedor iniciante:**

São empresas que possuem até 2 checks marcados, assinalando estar num estágio inicial do processo de consolidação no mercado e com poucas práticas implementadas.



■ **Microempreendedor aspirante:**

Empresas que assinalaram até 3 checks, que já possuem um bom conjunto de práticas implementadas mas ainda não alcançaram resultados consistentes.



■ **Microempreendedor consolidado:**

Empresas que alcançaram 5 checks, que já conseguiram desenvolver inovações nas soluções que desenvolveram mas que ainda não possuem práticas consolidadas.



■ **Microempreendedor de impacto:**

São empresas que alcançaram 6 checks, já possuem boas práticas de gestão implementadas e já alcançaram resultados representativos que figuram estabilidade no mercado.

Bibliografia

O Modelo do Radar das 12 Dimensões da Inovação de Sahwney: ADAPTADO.

MENDES, Paulo Gammaro G. R. GUIA DO EMPRESÁRIO. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE 2019. Programa ALI.



/sebrae



/tvsebrae



@sebrae



@sebrae