



# Inovação e Competitividade nas MPEs Brasileiras

Setembro de 2009

# Introdução

- **Objetivos:**

- Avaliar a questão da inovação e da competitividade no universo das micro e pequenas empresas (MPEs) brasileiras.

- **Amostra planejada:**

- 4.200 MPEs (1/3 indústria, 1/3 comércio e 1/3 serviços).
- Os resultados foram ponderados pela participação de cada setor no universo das MPEs, por unidade da federação (UF) e pela participação de cada UF no país.

- **Metodologia:**

- Entrevistas por telefone (de 18/ago/2008 a 15/out/2008).
- Questionário estruturado
  - 21 questões sobre inovação (produtos, processos e mercados) e
  - 10 questões sobre competitividade (\*)

## **Resultados disponíveis:**

- por regiões: Brasil, regiões do país e UF
- por setores: indústria, comércio e serviços
- por empresas, segundo o grau de inovação (\*\*)

(\*) Elaboradas tomando por base itens de competitividade abordados pelo Prêmio Superação Empresarial, promovido pelo SEBRAE a partir de metodologia proposta pela Fundação Nacional de Qualidade (FNQ).

(\*\*) "Empresas não-inovadoras", "Empresas Inovadoras" e "Empresas muito inovadoras".

# Competitividade

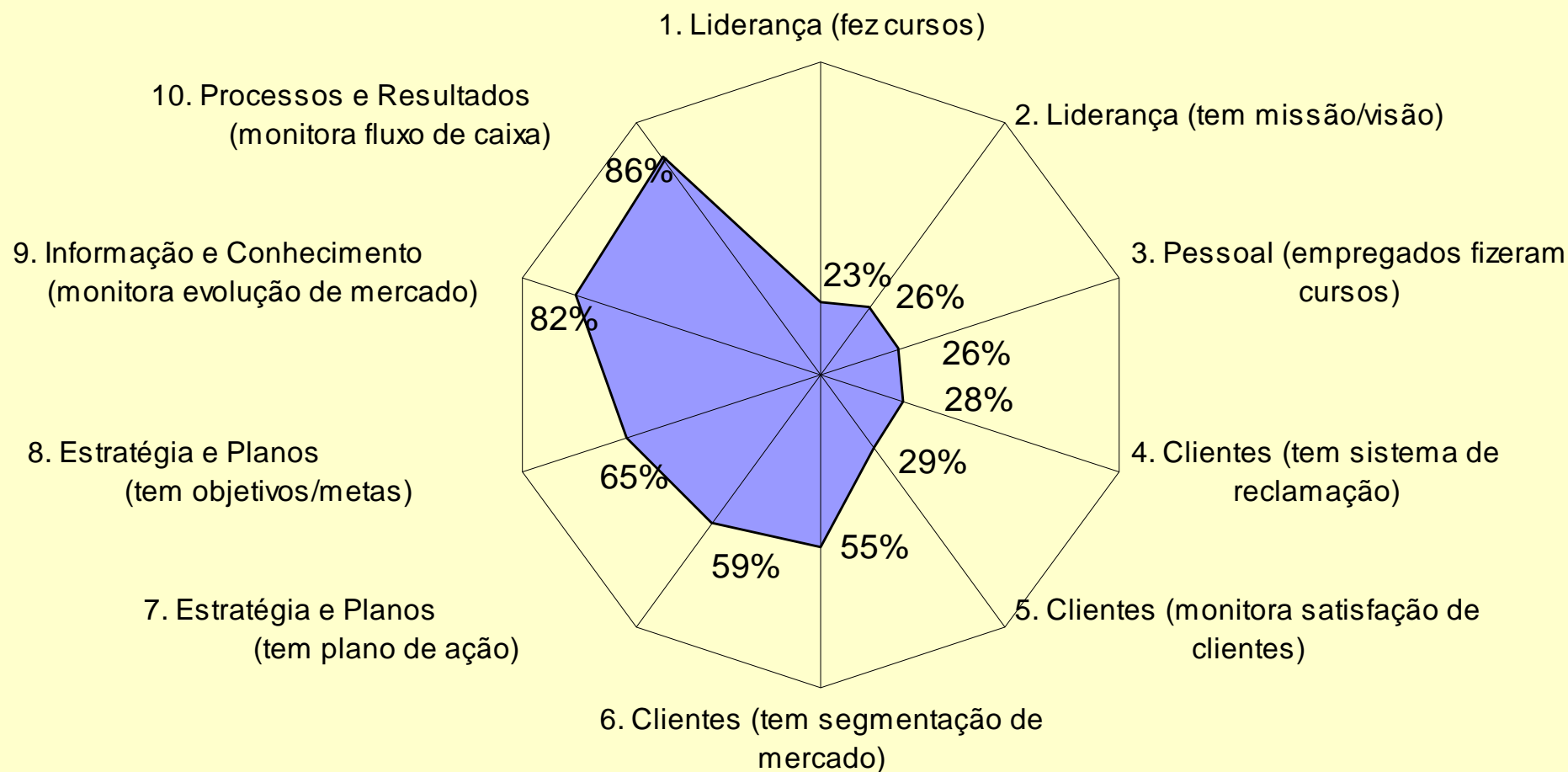
# COMPETITIVIDADE

Avaliar a gestão da empresa em 6 dimensões:

- **Liderança empresarial**
  - Se o empresário realiza capacitação própria
  - Se tem “missão” e “visão” da empresa bem definida
- **Estratégias e planos**
  - Se elabora um plano de ação
  - Se estabelece objetivos e metas para o negócio
- **Relacionamento com clientes**
  - Se trabalha com segmentação de mercado
  - Se monitora a satisfação do cliente
  - Se possui sistema de reclamação
- **Informação e conhecimento**
  - Se monitora a evolução dos mercados onde atua
- **Gestão de pessoas**
  - Se estimula a capacitação dos empregados
- **Processos e resultados**
  - Se monitora o fluxo de caixa

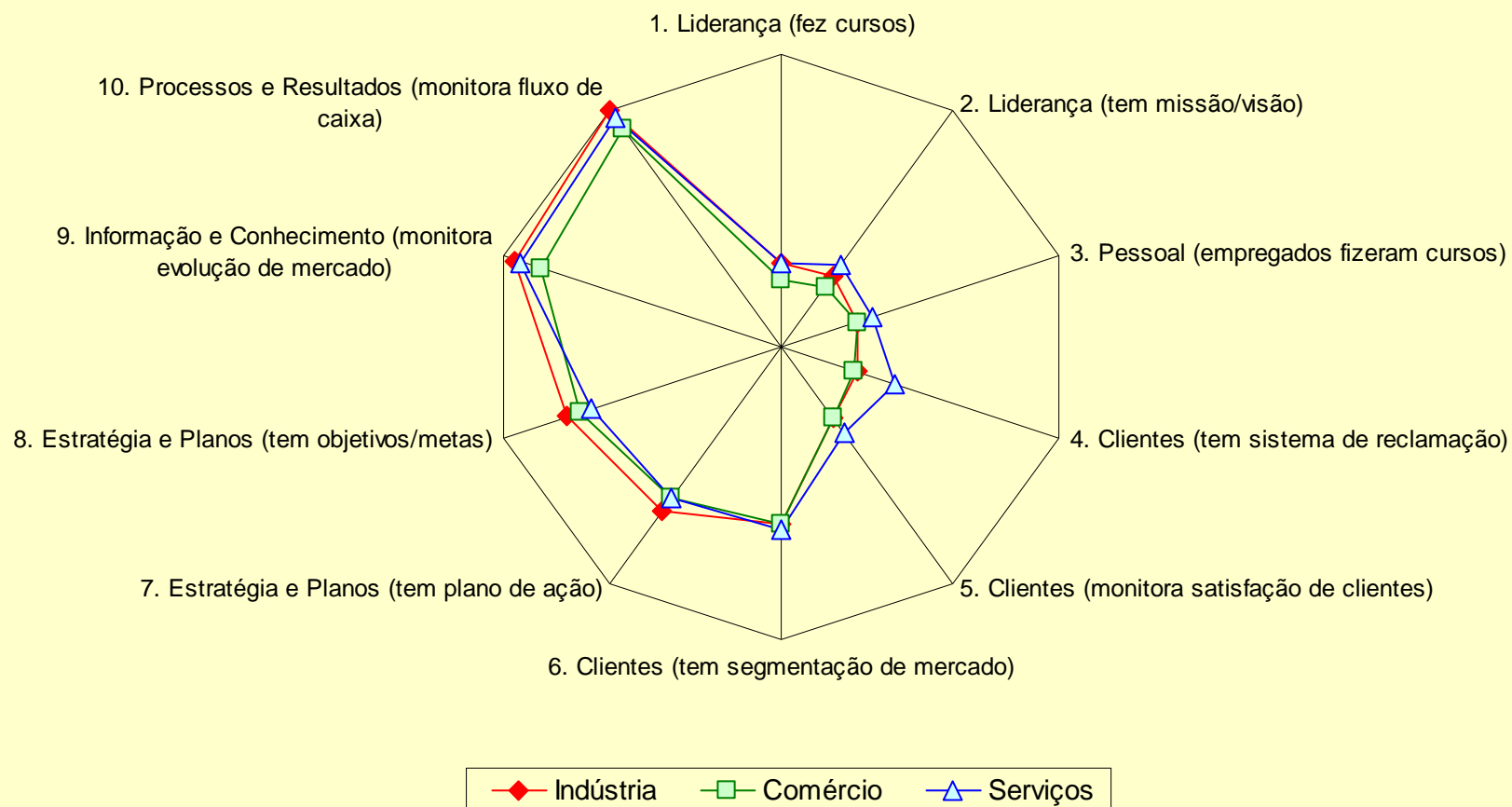


## BRASIL (2008) - Dimensões da competitividade das MPEs brasileiras



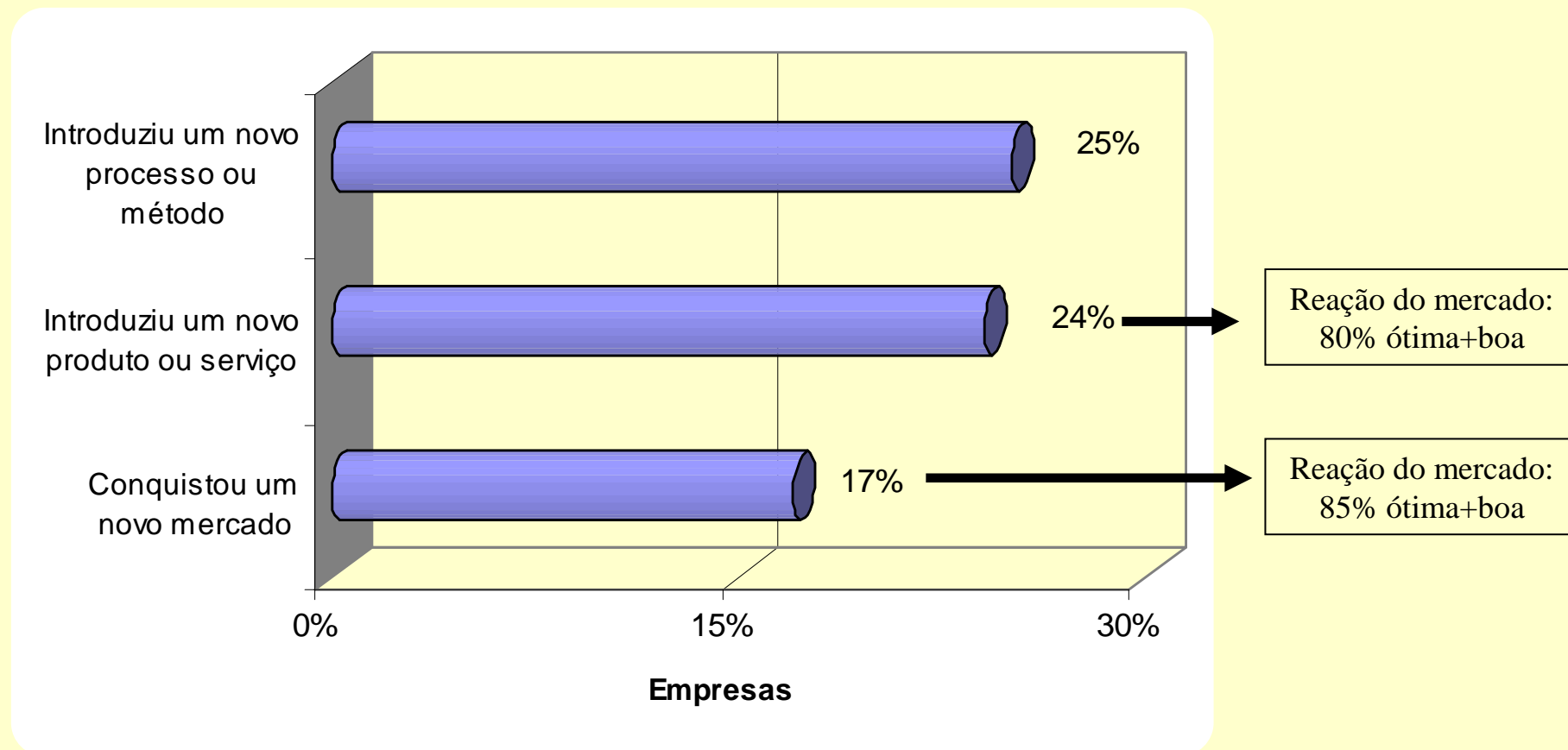
Fonte: SEBRAE-SP.

# BRASIL (2008) - Dimensões da competitividade das MPEs brasileiras, por setores de atividade



# Inovação

## BRASIL (2008) - Nos últimos 12 meses, qual tipo de inovação, melhoria ou novidade introduziu, na empresa?

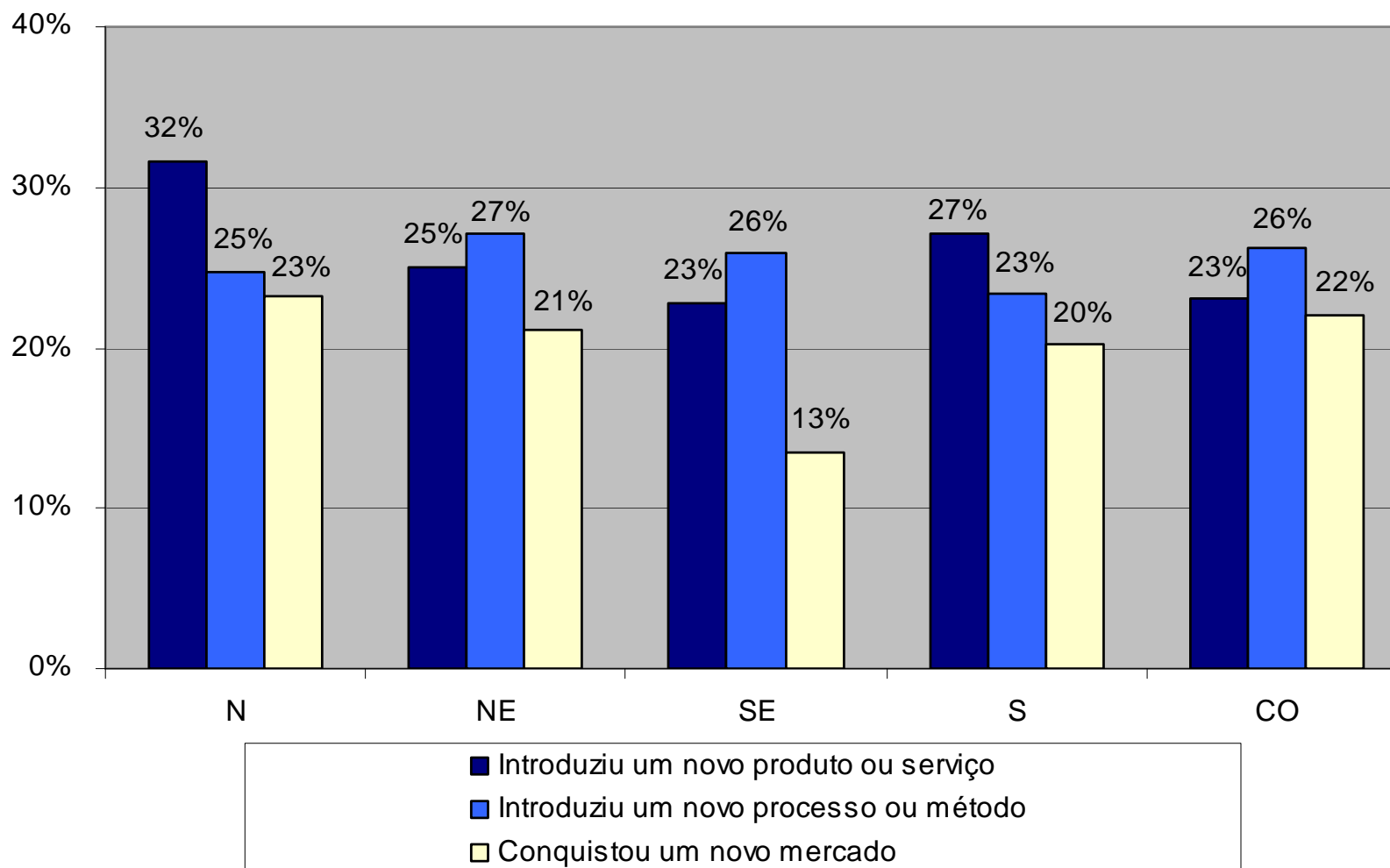


Fonte: SEBRAE-SP.





## BRASIL (2008) - Nos últimos 12 meses, qual tipo de inovação, melhoria ou novidade introduziu, na empresa (por regiões do país)?



## Novos processos ou métodos

Inovação	MPEs
Máquinas e equipamentos	6%
Informatização	5%
Mudanças na mão-de-obra	4%
Ações de "marketing"	3%
Novas tecnologias	2%
Aceitar cartão de crédito	2%
Mudanças de "layout"	1%
Outros	3%
<b>Total de MPEs</b>	<b>25%</b>

## Novos produtos ou serviços

Inovação	MPEs
Produtos alimentícios	6%
Produtos de confecção/ têxtil	2%
Máquinas e equipamentos(*)	2%
Materiais de construção	2%
Serviços de informática	1%
Produtos de madeira/mobiliário	1%
Produtos de metal	1%
Outros	9%
<b>Total de MPEs</b>	<b>24%</b>

Nota (\*): exemplos: máquina de xerox e aparelhos de ginástica

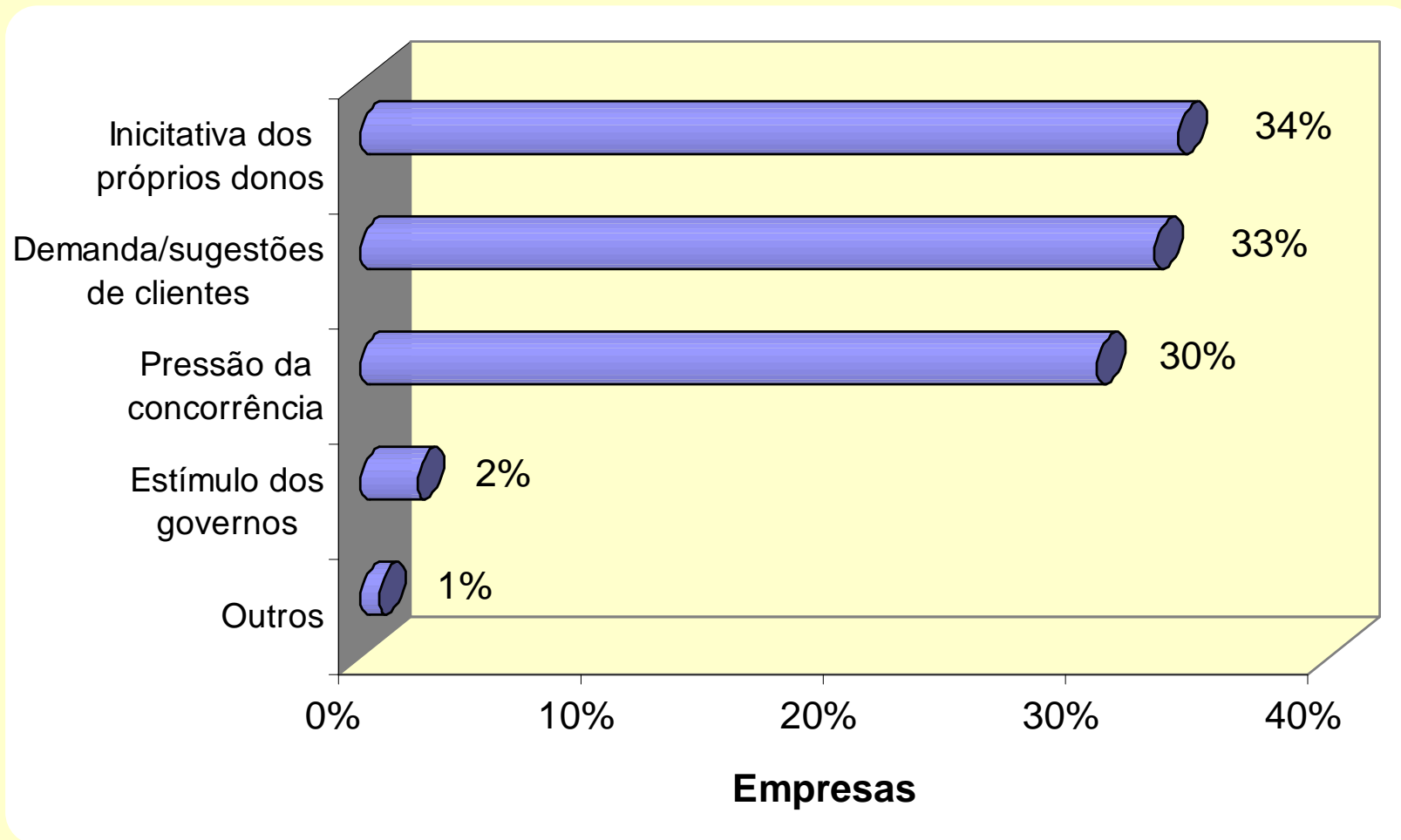
## Novos mercados

Inovação	MPEs
Novos tipos de clientes (**)	7,4%
Outras cidades	4,4%
Novos setores	2,9%
Outros estados	1,8%
Mercado externo	0,4%
Outros	0,2%
<b>Total de MPEs</b>	<b>17%</b>

Fonte: SEBRAE-SP.

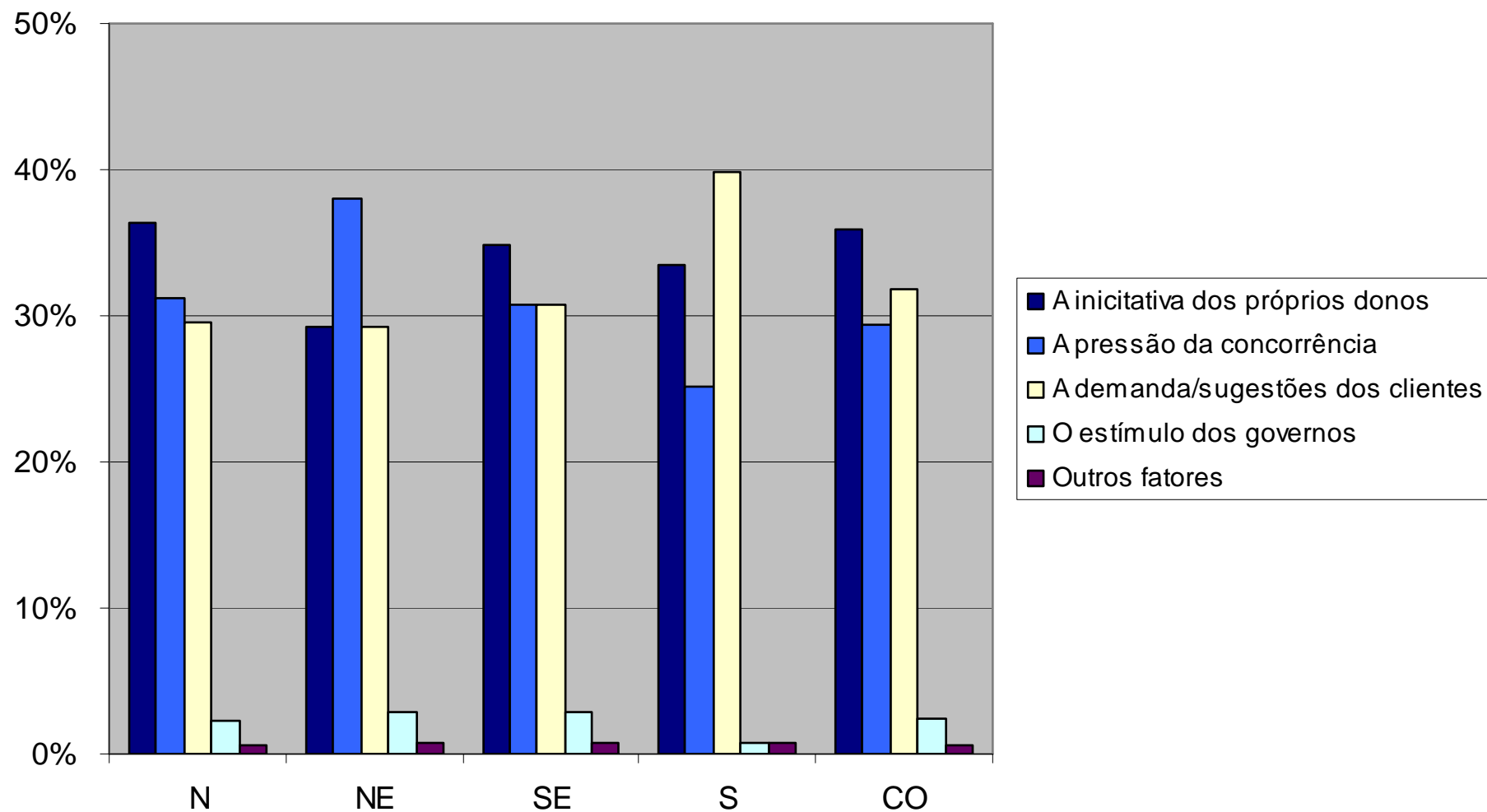
Nota (\*\*): exemplos: crianças e adultos, pessoas físicas e jurídicas (empresas), homens e mulheres.

## BRASIL (2008) – Principal fator que estimula a empresa a realizar inovações e melhorias



Fonte: SEBRAE-SP.

## BRASIL (2008) – Principal fator que estimula a empresa a realizar inovações e melhorias (por regiões do país)

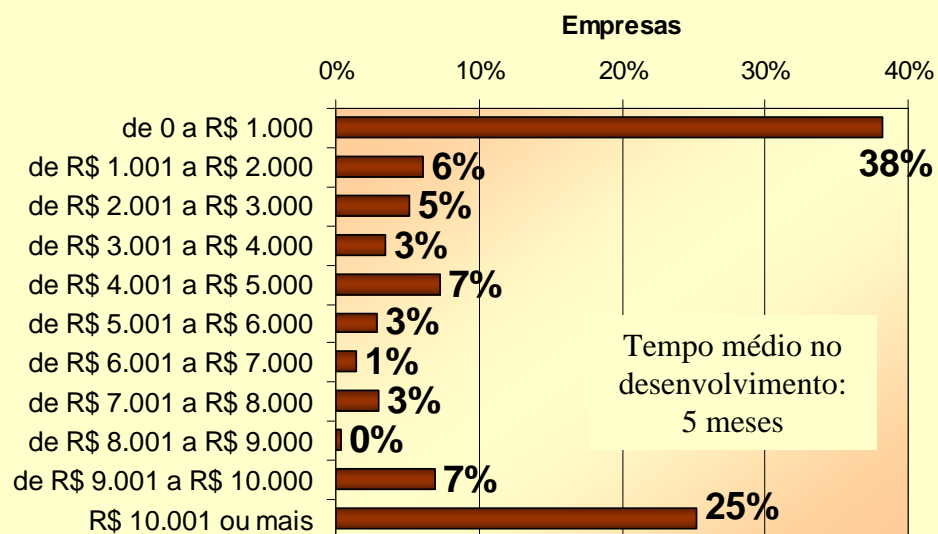




# BRASIL (2008) - Quanto investiu para desenvolver/conquistar ...

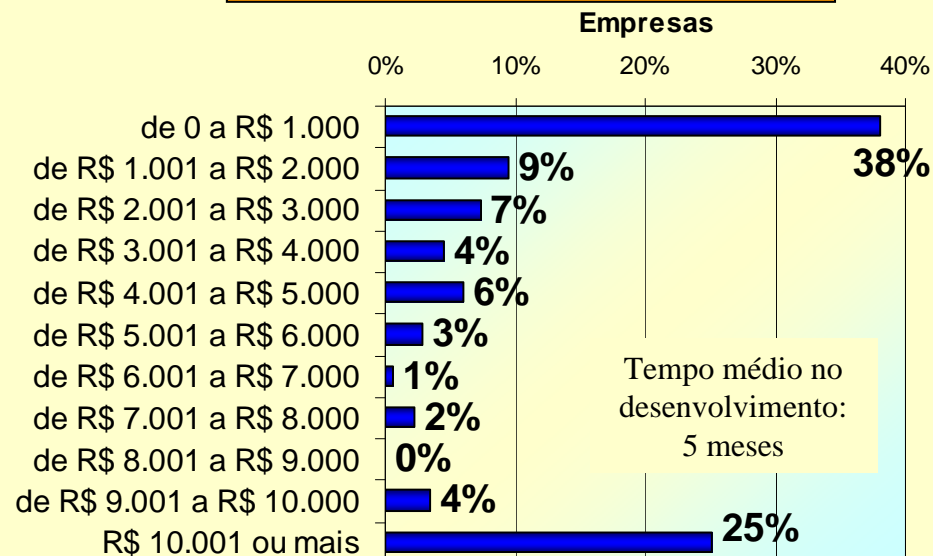
## Novos prod./serviços

Mediana: R\$ 3.500  
Média R\$ 28.011



## Novos processos/métodos

Mediana: R\$ 2.500  
Média R\$ 19.784

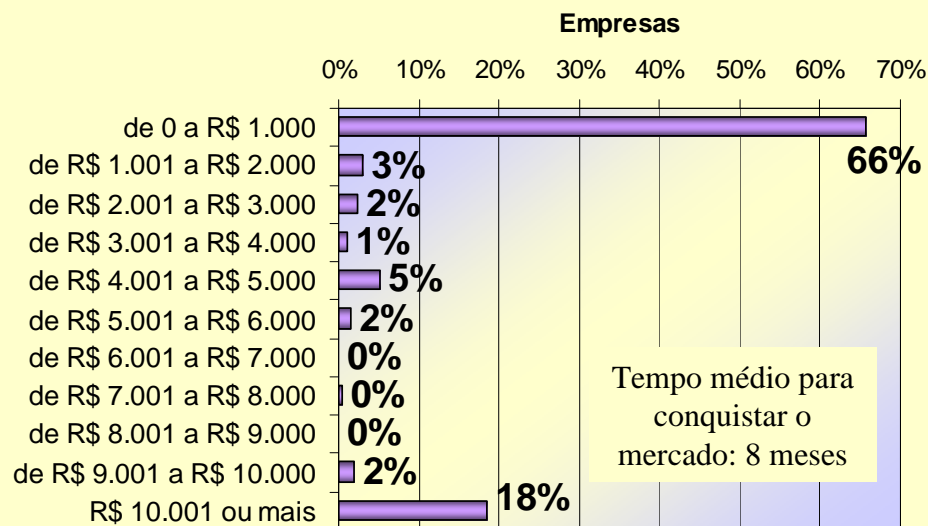


## Novos mercados

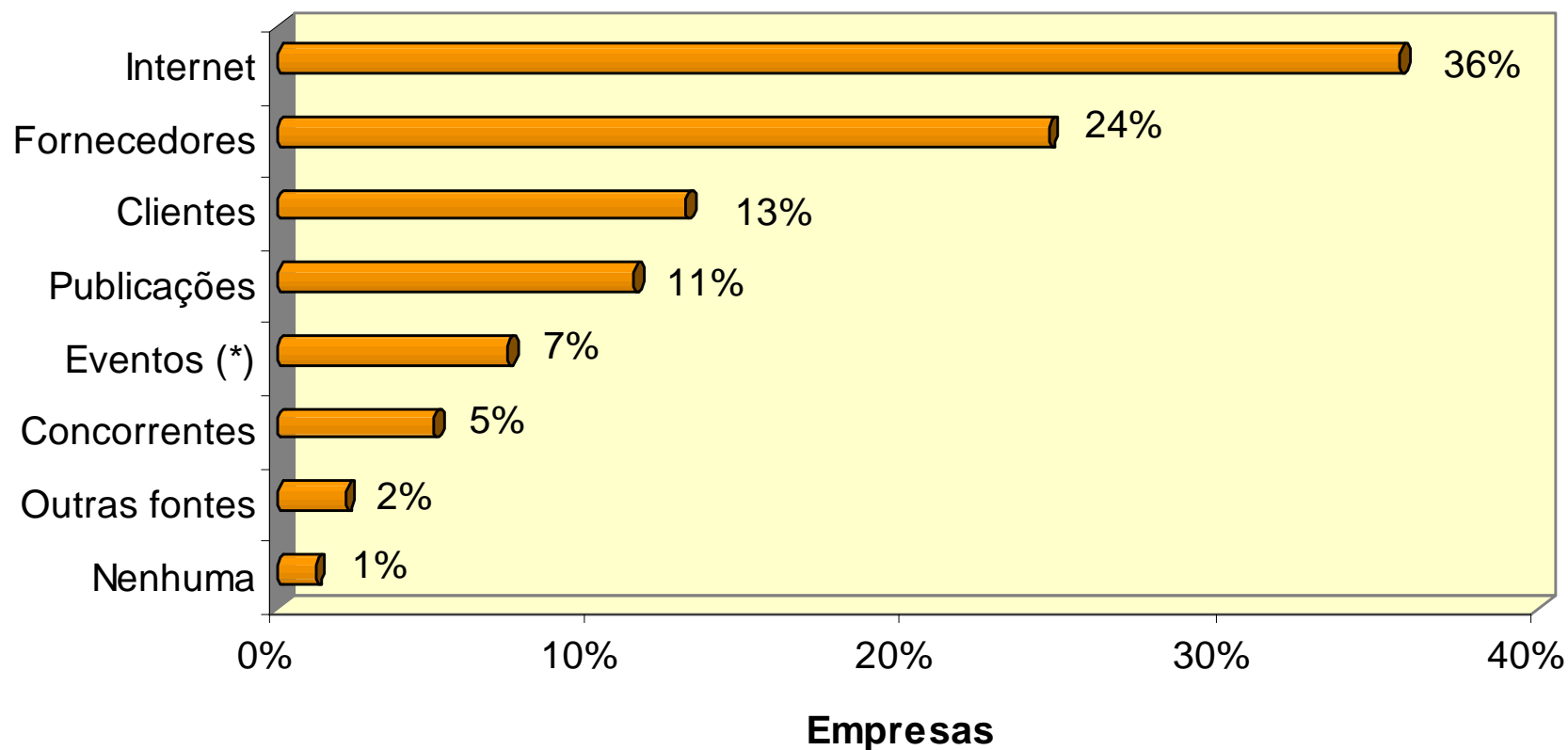
Mediana: R\$ 0  
Média R\$ 20.299

Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Em cada gráfico a porcentagem refere-se ao total de MPEs que realizaram inovações.



## BRASIL (2008) – Principal fonte que a empresa utiliza para manter-se informada sobre inovações de produto, processo ou mercado

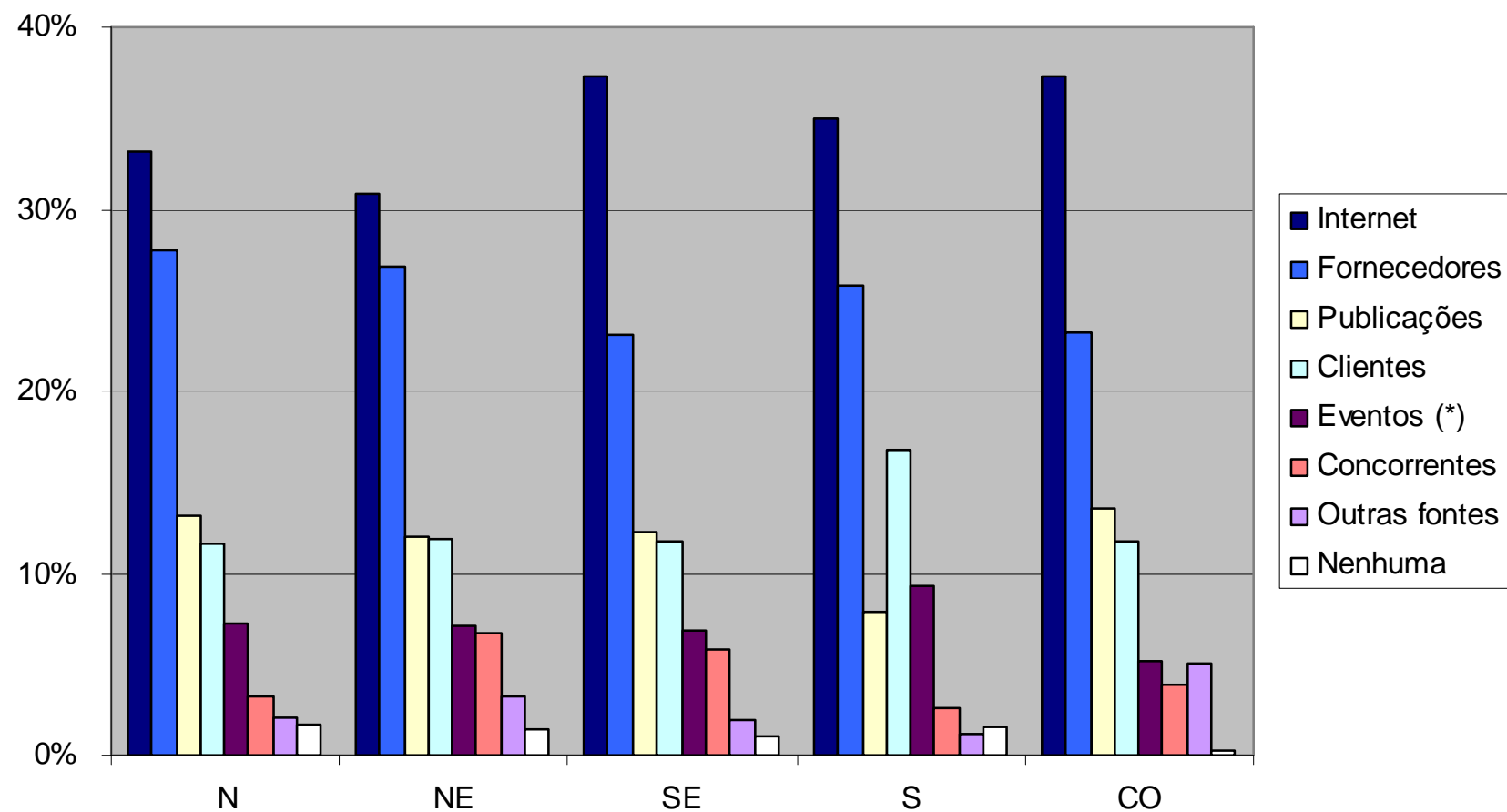


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota (\*): Feiras/palestras/congressos



## BRASIL (2008) – Principal fonte que a empresa utiliza para manter-se informada sobre inovações de produto, processo ou mercado (por regiões do país)

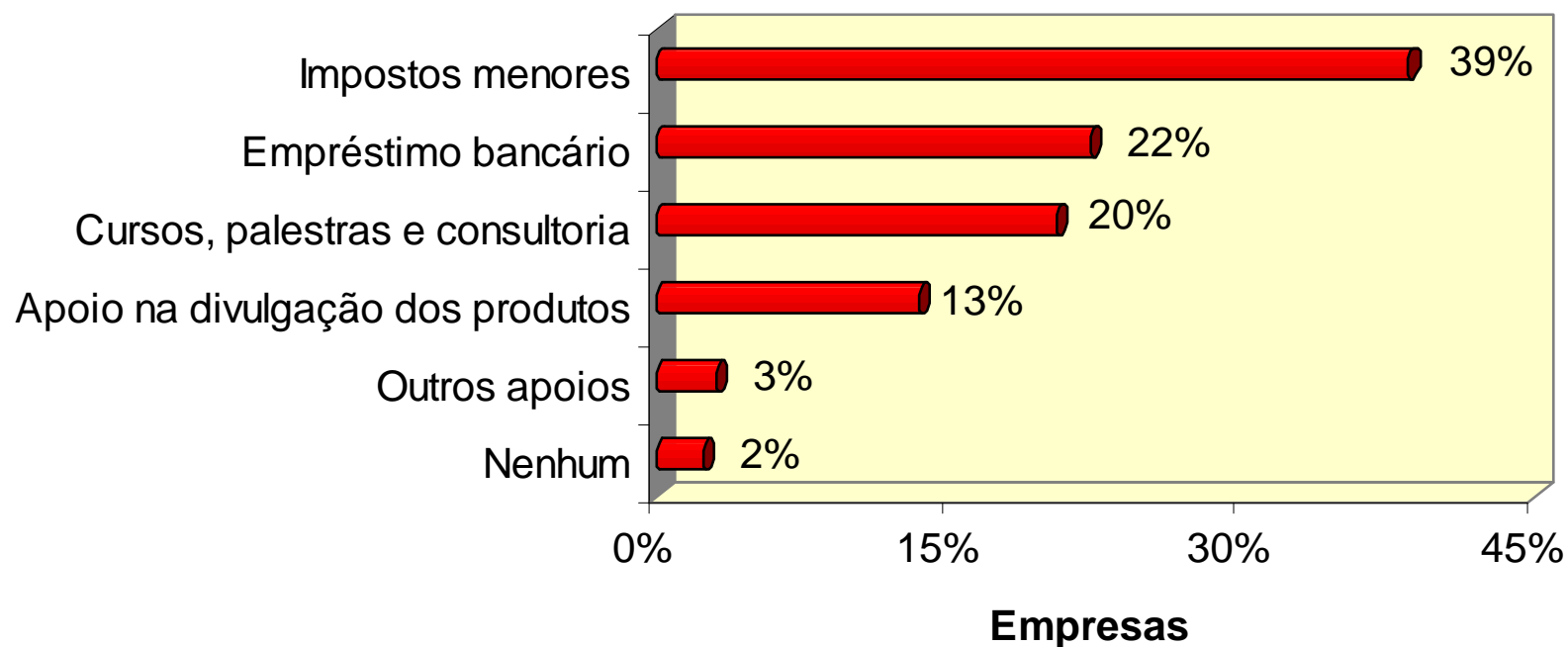


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota (\*): Feiras/palestras/congressos



## BRASIL (2008) - Principal tipo de apoio que a empresa necessita para realizar inovações de produtos, processos ou mercados

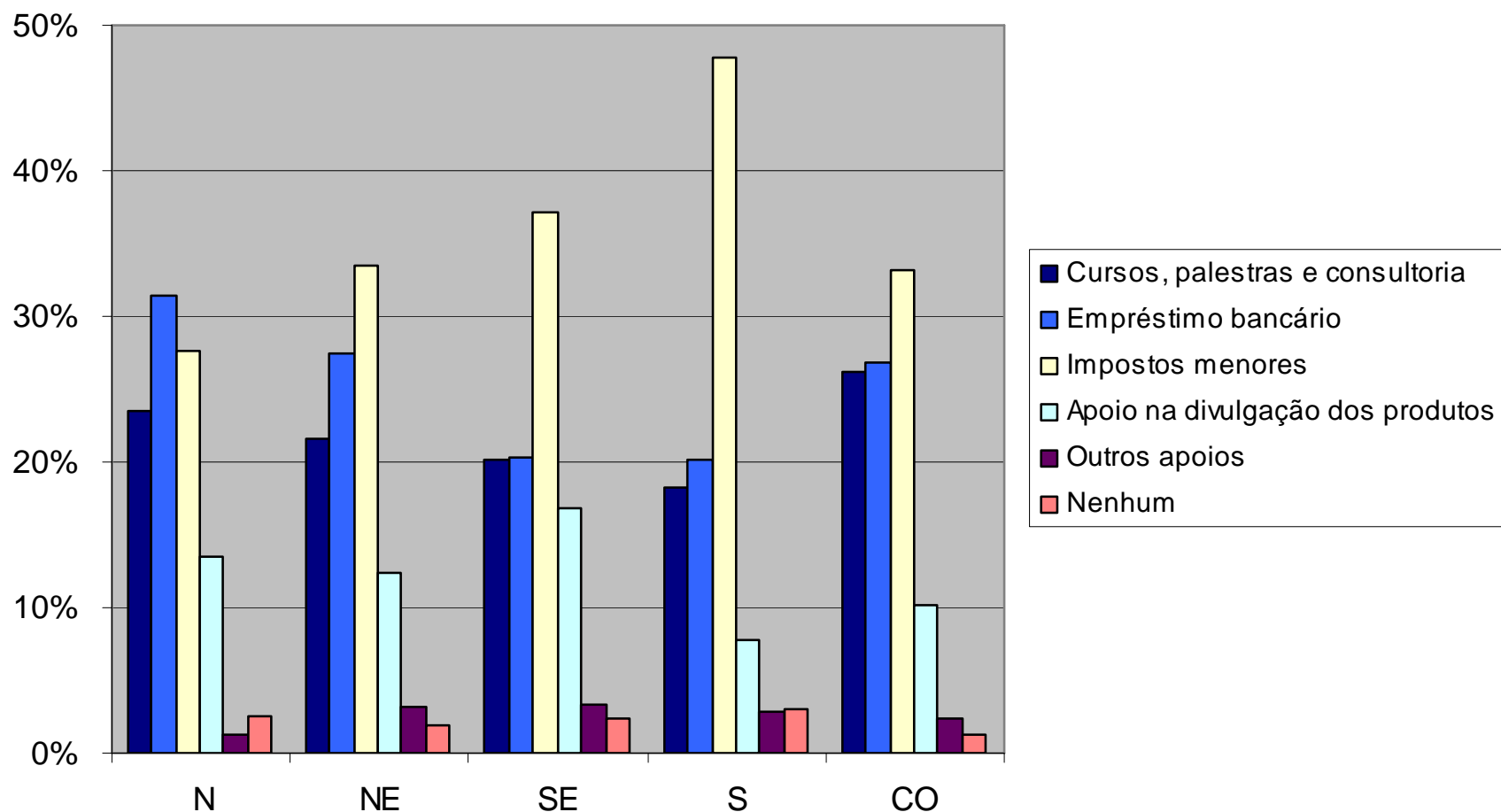


Fonte: SEBRAE-SP.





## BRASIL (2008) - Principal tipo de apoio que a empresa necessita para realizar inovações de produtos, processos ou mercados

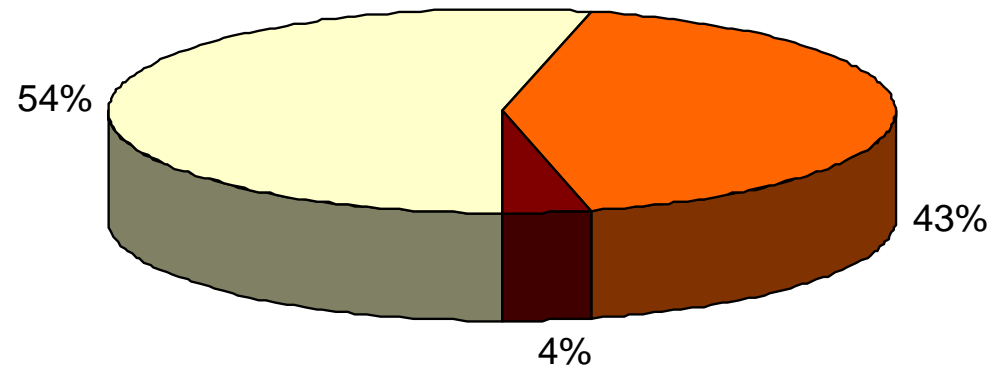


Fonte: SEBRAE-SP.



# Empresas segundo grau de inovação

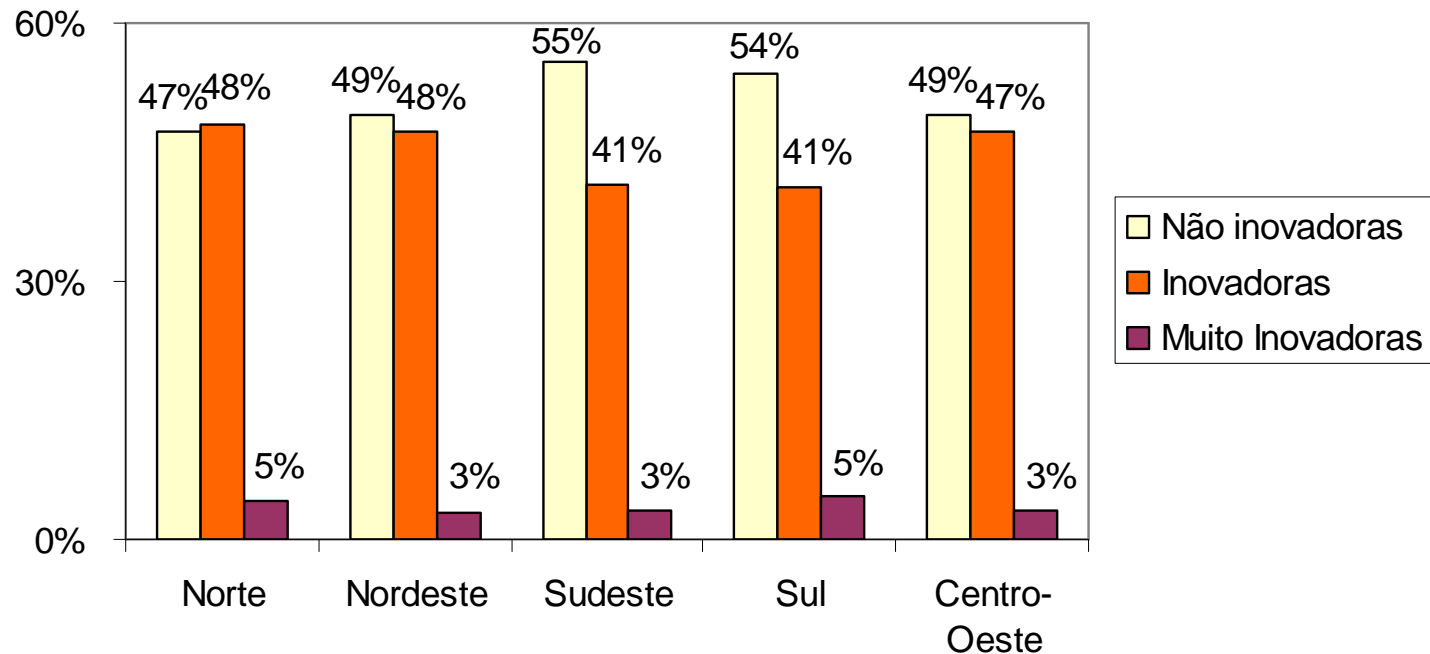
## BRASIL (2008) - Empresas segundo o grau de inovação



□ MPEs não-inovadoras    ■ MPEs inovadoras    ■ MPEs muito inovadoras

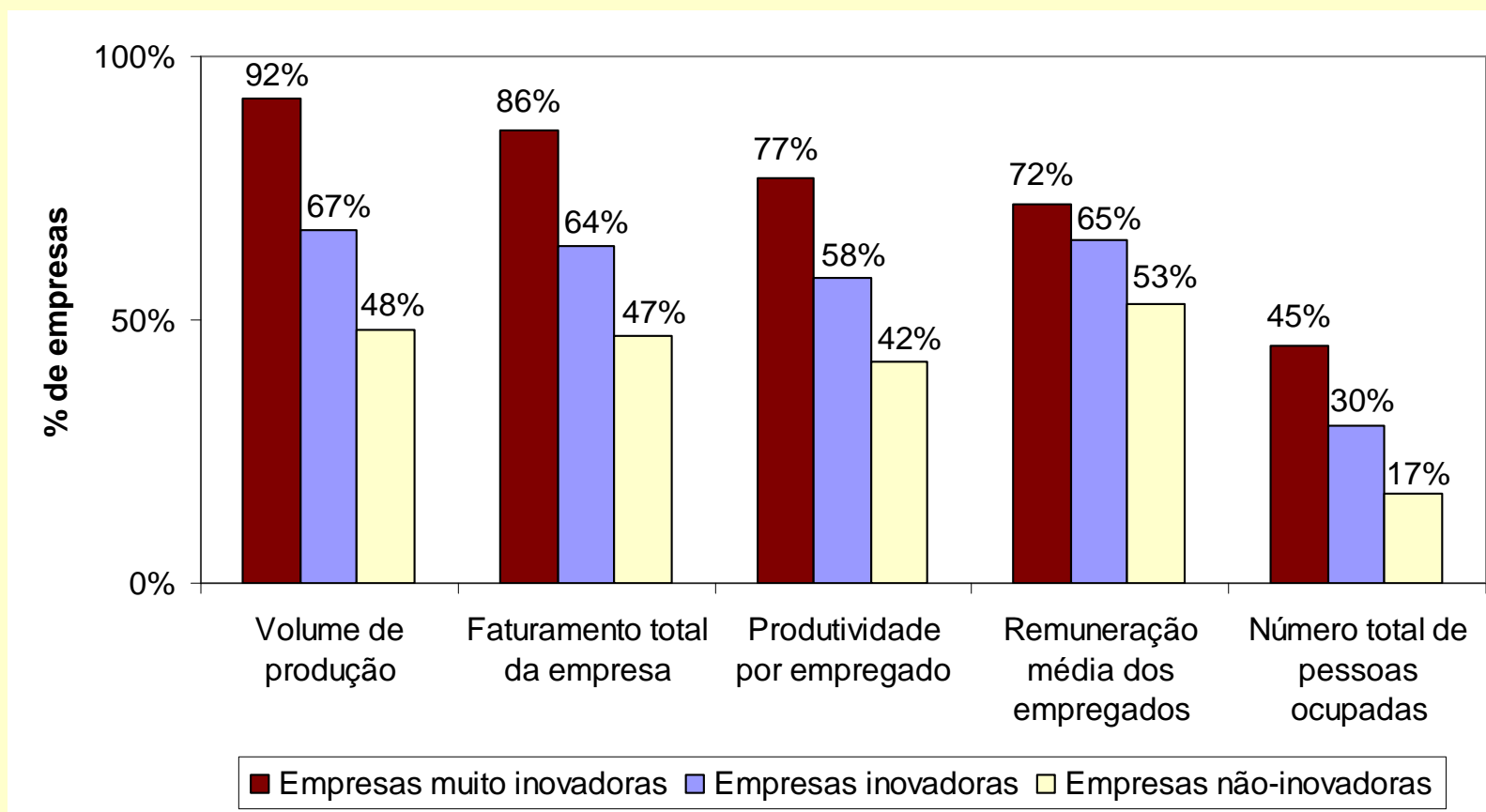
- “**Empresas não-inovadoras**”: não realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, nenhuma inovação de produto, processo e mercado
- “**Empresas inovadoras**”: realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, inovação de produto ou de processo ou de mercado
- “**Empresas muito inovadoras**”: realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, inovação de produto e de processo e de mercado

## BRASIL (2008) - Empresas segundo o grau de inovação, por regiões do país



- “**Empresas não-inovadoras**”: não realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, nenhuma inovação de produto, processo e mercado
- “**Empresas inovadoras**”: realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, inovação de produto ou de processo ou de mercado
- “**Empresas muito inovadoras**”: realizaram, nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, inovação de produto e de processo e de mercado

## BRASIL (2008) - Comparação entre empresas “não-inovadoras”, “inovadoras” e “muito inovadoras” (Perceberam “aumento”, na comparação 2008 com 2007)

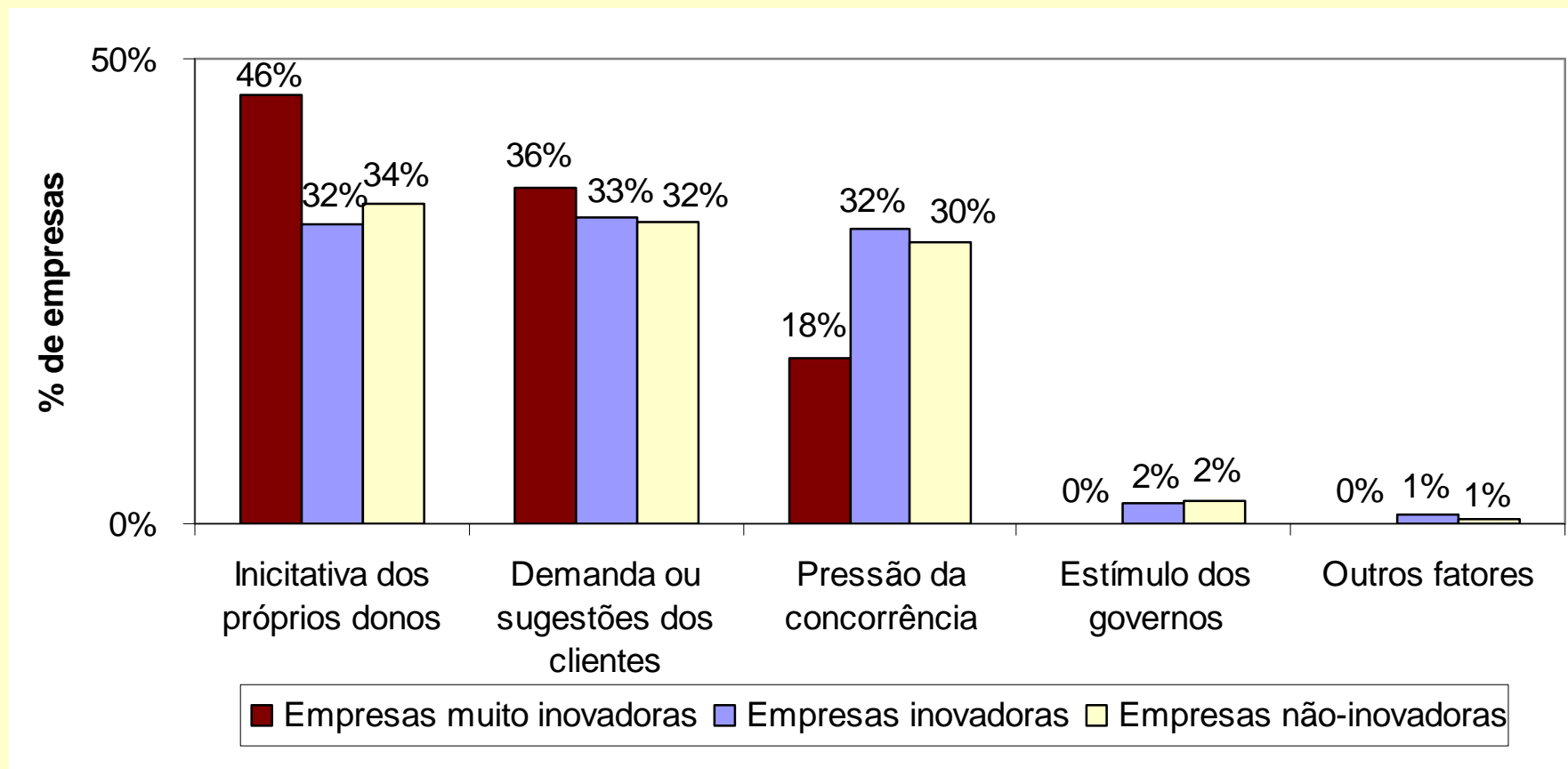


Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: “Empresas muito inovadoras”: realizaram, durante o período analisado, inovação de produto e de processo e de mercado. “Empresas inovadoras”: realizaram, durante o período analisado, inovação de produto ou de processo ou de mercado. “Empresas não-inovadoras”: não realizaram, durante o período analisado, nenhuma inovação de produto, processo e mercado.

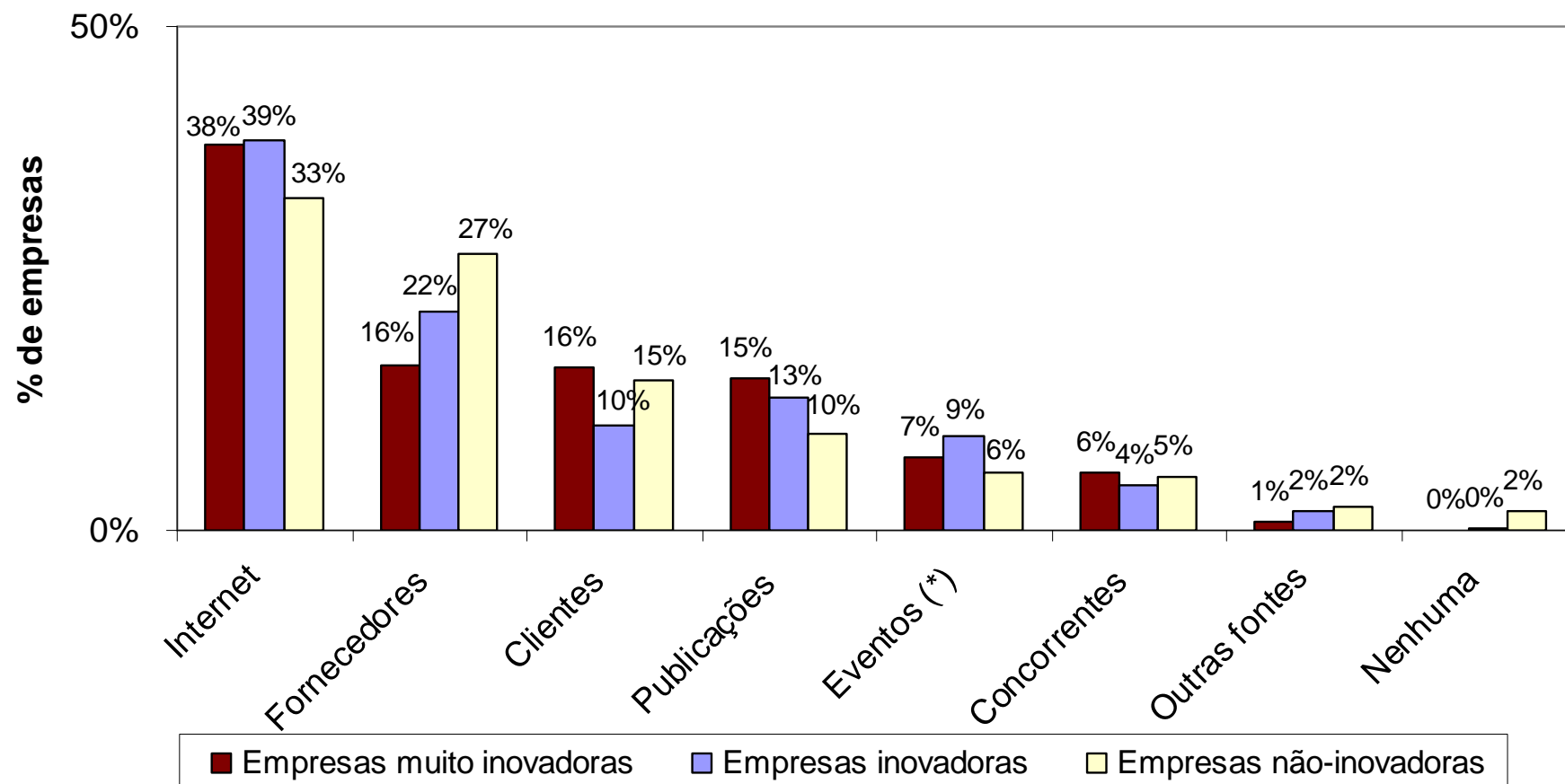
Nota: Perceberam “aumento” no ano (até o momento da entrevista), na comparação com o mesmo período do ano anterior.

## BRASIL (2008) – Principal fator que estimula a empresa a realizar inovações e melhorias



Fonte: SEBRAE-SP.

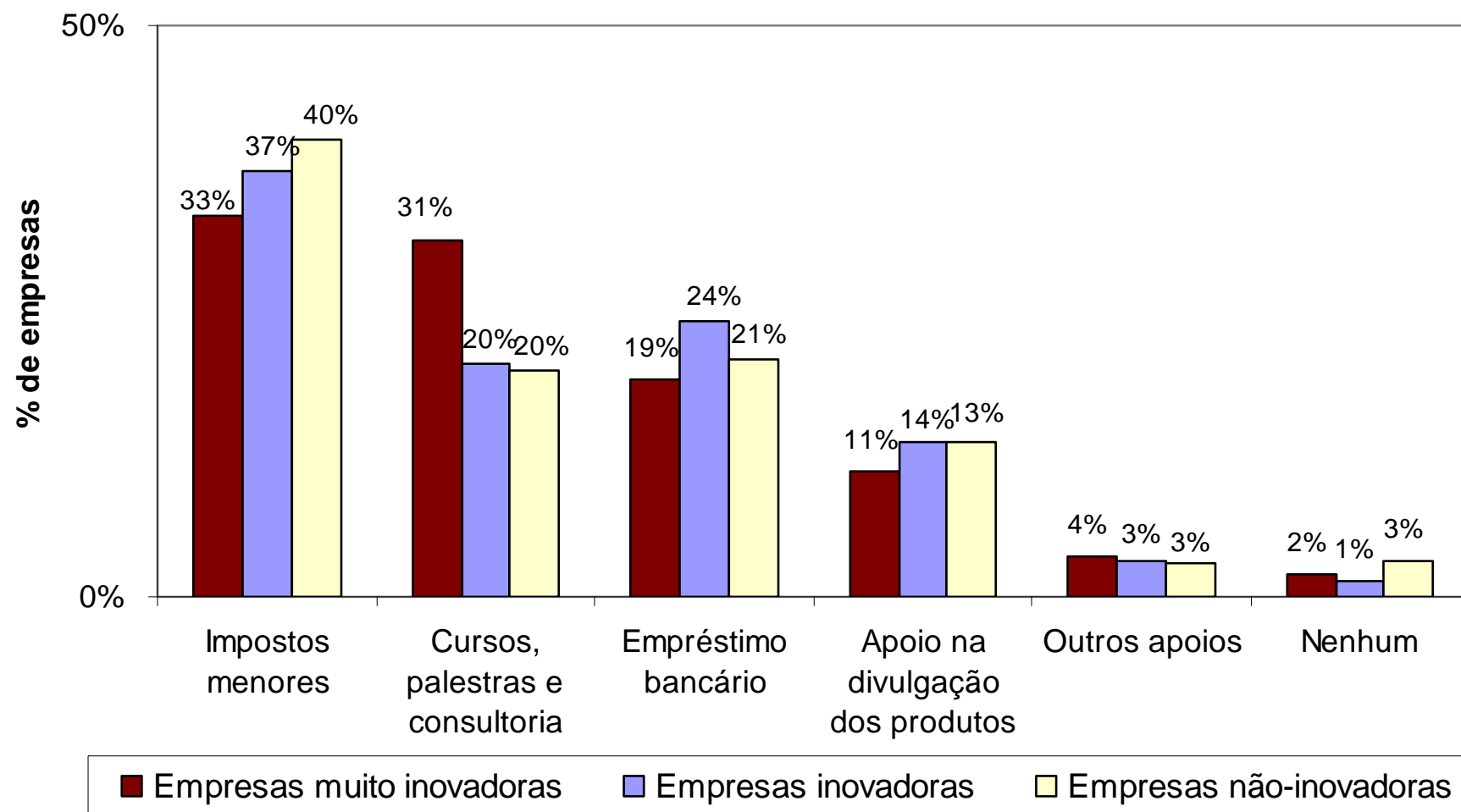
## BRASIL (2008) – Principal fonte que a empresa utiliza para manter-se informada sobre inovações de produto, processo ou mercado



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota (\*): Feiras/palestras/congressos

## BRASIL (2008) - Principal tipo de apoio que a empresa necessita para realizar inovações de produtos, processos ou mercados







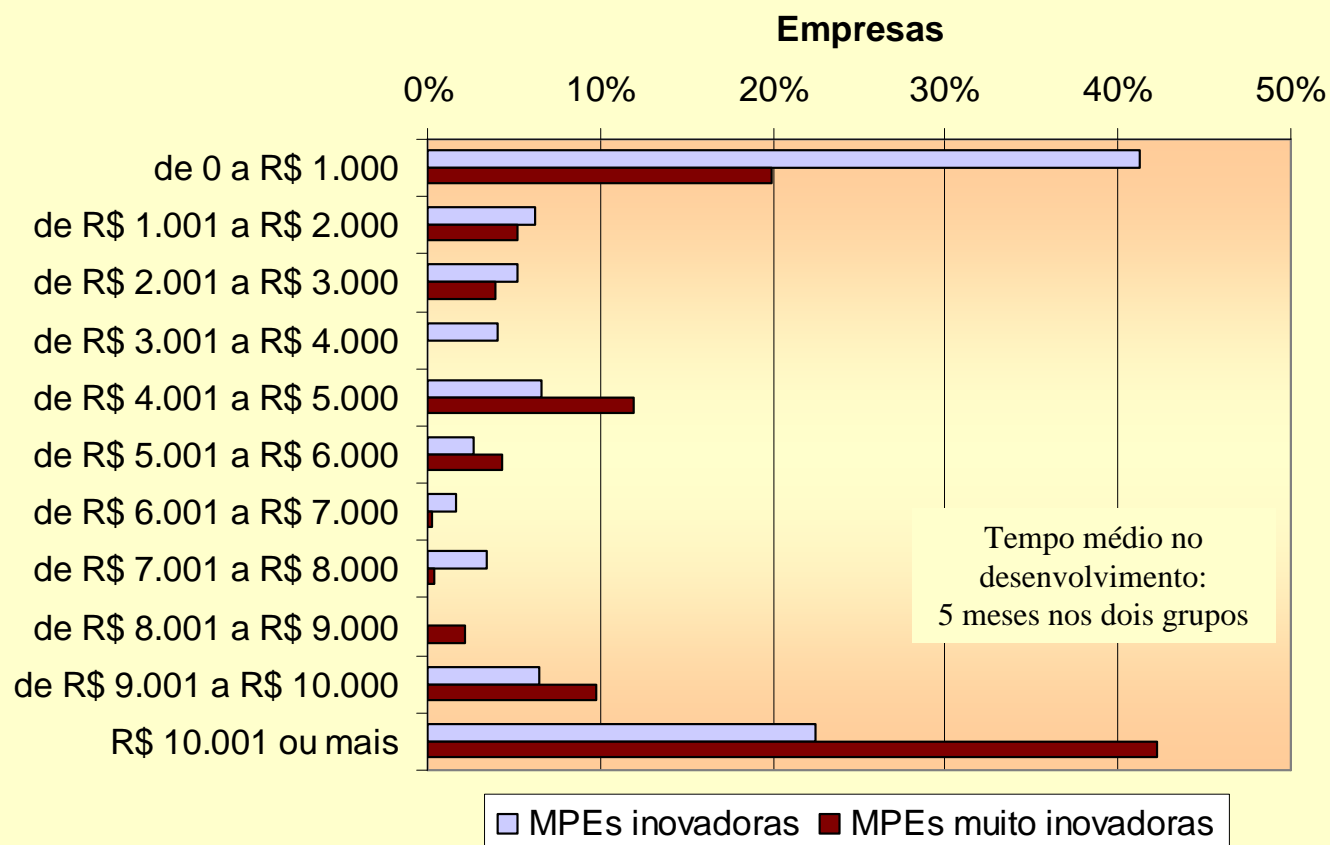
## BRASIL (2008) - Quanto investiu para desenvolver novos produtos/serviços

### MPEs inovadoras

Mediana: R\$ 3.000  
Média R\$ 21.005

### MPEs muito inovadoras

Mediana: R\$ 10.000  
Média R\$ 71.635



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Em cada gráfico a porcentagem refere-se ao total de MPEs que realizaram inovações.



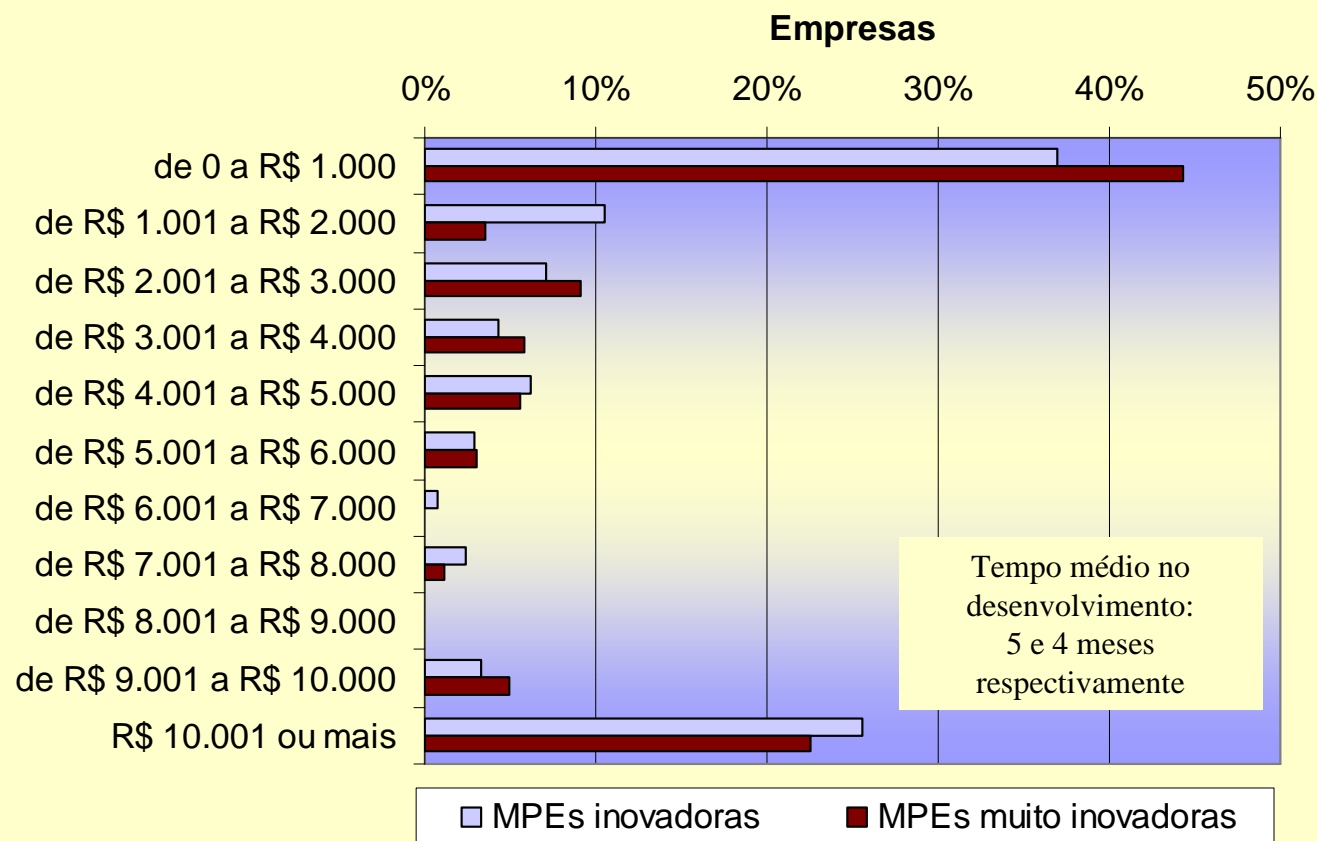
## BRASIL (2008) - Quanto investiu para desenvolver novos processos/métodos

### MPEs inovadoras

Mediana: R\$ 2.500  
Média R\$ 18.706

### MPEs muito inovadoras

Mediana: R\$ 3.000  
Média R\$ 26.045



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Em cada gráfico a porcentagem refere-se ao total de MPEs que realizaram inovações.

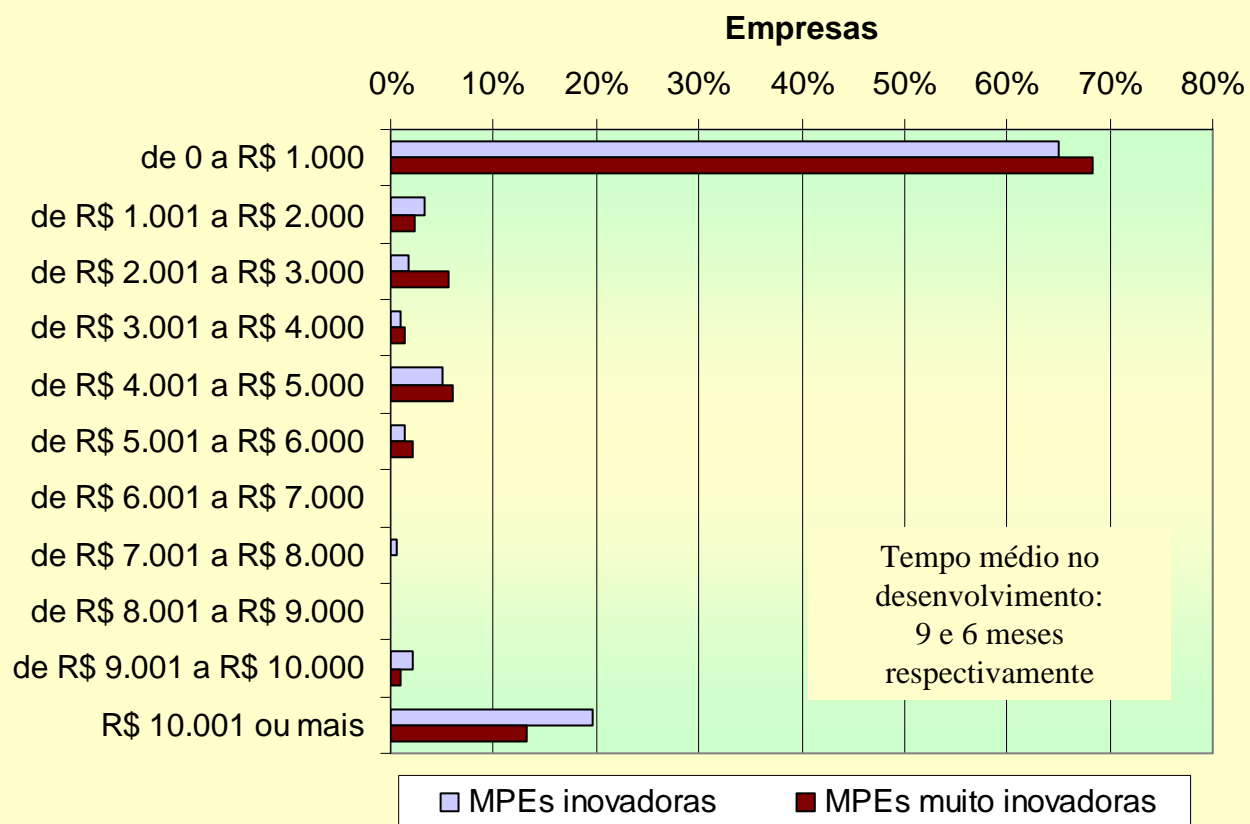
## BRASIL (2008) - Quanto investiu para conquistar novos mercados

### MPEs inovadoras

Mediana: R\$ 0  
Média R\$ 22.899

### MPEs muito inovadoras

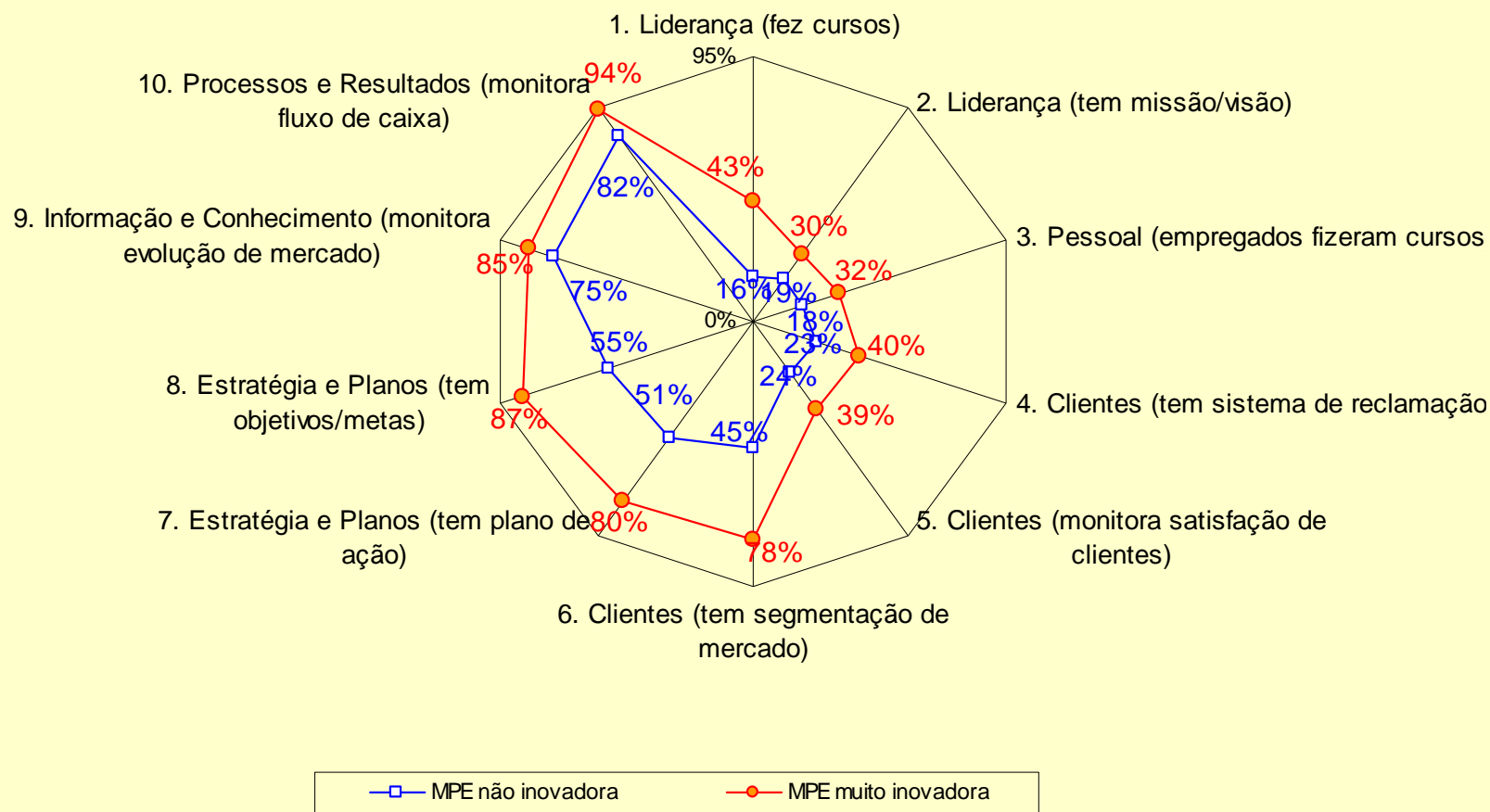
Mediana: R\$ 500  
Média R\$ 9.441



Fonte: SEBRAE-SP.

Nota: Em cada gráfico a porcentagem refere-se ao total de MPEs que realizaram inovações.

## BRASIL (2008) - Dimensões da competitividade das MPEs brasileiras “muito inovadoras” e “não-inovadoras”



## Principais conclusões: competitividade

- Os proprietários das MPEs procuram conhecer os resultados das operações da empresa: 86% declaram monitorar o fluxo de caixa da empresa. 82% costumam avaliar a evolução do mercado (82%).
- Algumas MPEs costumam planejar suas ações, enquanto outras não o fazem: 65% declaram estabelecer objetivos e metas e 59% informam ter um plano de ação.
- Outros aspectos da competitividade são realizados com baixa incidência, particularmente:
  - gestão do cliente (28% das MPEs têm um sistema para reclamações e 29% monitora a satisfação dos clientes);
  - gestão de pessoas (26% encaminharam seus funcionários para cursos em 2008); e
  - liderança (26% das MPEs possuem uma missão/ visão e 23% dos empresários realizaram cursos em 2008).

## Principais conclusões: inovação (I)

- No período de doze meses que antecedeu a realização da pesquisa:
  - 25% das MPEs introduziram um novo processo ou método no estabelecimento;
  - 24% introduziram um novo produto ou serviço; e
  - 17% conquistaram um novo mercado.
  
- Volume de recursos financeiros gastos no processo de inovação:
  - processo ou método: 50% das MPEs gastaram até R\$ 2.500,00;
  - produto ou serviço: 50% das MPEs gastaram até R\$ 3.000,00; e
  - mercados: 50% das MPEs não tiveram custos financeiros.
  
- Quanto ao tipo de apoio para realizar inovações, as principais demandas:
  - dizem respeito aos recursos financeiros: impostos menores (39% das MPEs) ou empréstimos (22%); e
  - capacitação (20%), envolvendo cursos, palestras e consultoria.

## Principais conclusões: inovação (II)

- Quanto ao grau de inovação as MPEs podem ser classificadas como:
  - não-inovadoras (54%): empresas que, nos doze meses anteriores à entrevista não realizaram qualquer inovação;
  - inovadoras (43%): empresas que realizaram inovação de produto **ou** processo **ou** mercado nos doze meses anteriores à entrevista;
  - muito inovadoras (4%): empresas que realizaram inovação de produto **e** de processo **e** de mercado.
  
- São exemplos de inovações realizadas por MPEs:
  - processo ou método: aquisição de máquinas e equipamentos, informatização.
  - produto ou serviço: produtos alimentícios não comercializados anteriormente.
  - mercados: empresa que vendia para adultos, passa a vender para crianças.
  
- As MPEs que inovam possuem desempenho superior às MPEs que não inovam:
  - na comparação de 2008 com 2007, 86% das MPEs muito inovadoras e e 64% das MPEs inovadoras declararam aumento de faturamento, ante 47% das MPEs não-inovadoras.



## Ficha técnica

**Realização:** Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo (SEBRAE-SP).

**Equipe Técnica:** Marco Aurélio Bedê (coord.), Pedro João Gonçalves, Hao Min Huai, Mariana Rutkowski Silva, Virginia Marella Neves da Silva e Gregory Augusto de Barros Giroto. **Colaboração:** Unidade Organizacional de Atendimento e Fomento do SEBRAE – SP.

**Nota Metodológica:** Esta sondagem foi elaborada a partir de uma amostra planejada de 4.200 micro e pequenas empresas (MPEs). O período de entrevistas foi de 18 de agosto a 15 de outubro de 2008. Tal amostra é representativa do universo das MPEs brasileiras, por Unidade da Federação (UF) e setores - indústria (empresas com até 99 pessoas ocupadas), comércio e serviços (empresas com até 49 pessoas ocupadas). De acordo com a Relação Anual de Informações (RAIS) tal universo é formado 5.213.356 MPEs (dados de 2005). A seleção das empresas foi realizada de forma aleatória, utilizando-se o Cadastro de Estabelecimentos Empregadores (CEE) do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE) de junho de 2007, sendo o sorteio elaborado por amostra aleatória simples por UF e setor. A distribuição da amostra planejada é composta, em cada UF, por 50 empresas da indústria, 50 do comércio e 50 de serviços, exceto para o estado de São Paulo, onde a amostra planejada é de 100 empresas em cada um dos três setores de atividade. Os dados divulgados neste relatório para o conjunto das MPEs são obtidos a partir da média ponderada dos resultados setoriais por UF. Os ponderadores seguem a mesma participação relativa dos setores de atividade, por UF, no universo das MPEs brasileiras.

**Pesquisa de campo:** Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas (Fipe).

**SEBRAE-SP - Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas de São Paulo**

Unidade Organizacional de Planejamento

Rua Vergueiro, 1.117

CEP 01504-001 – São Paulo – SP.

Homepage: <http://www.sebraesp.com.br>

e-mail: [pesqeco@sebraesp.com.br](mailto:pesqeco@sebraesp.com.br)

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800-570 0800

Informações sobre este relatório: (11) 3177-4948/ 4849/ 4874/ 4877