

# Inovação nos PEQUENOS NEGÓCIOS





Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae  
Unidade de Gestão Estratégica – UGE

# Inovação nos **PEQUENOS NEGÓCIOS**

Dezembro/2013

2014 © Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Todos os direitos reservados

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação aos direitos autorais (Lei nº 9.610).

## **INFORMAÇÕES E CONTATOS**

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – Sebrae

Unidade de Gestão Estratégica

SGAS 605 – Conjunto A – Asa Sul – Brasília/DF – CEP 70200-904

Tel.: 55 61 3348-7180

Site: [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)

## **CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL**

### **Presidente**

Roberto Simões

## **DIRETORIA EXECUTIVA**

### **Diretor-Presidente**

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho

### **Diretor-Técnico**

Carlos Alberto dos Santos

### **Diretor de Administração e Finanças**

José Claudio dos Santos

## **UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA**

### **Gerente**

Pio Cortizo Vidal Filho

### **Gerente Adjunta**

Elizis Maria de Faria

## **EQUIPE TÉCNICA:**

Alexandre de Oliveira Ambrosini

Agnaldo de Almeida Dantas

## **EXECUÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO**

Opinião Consultoria

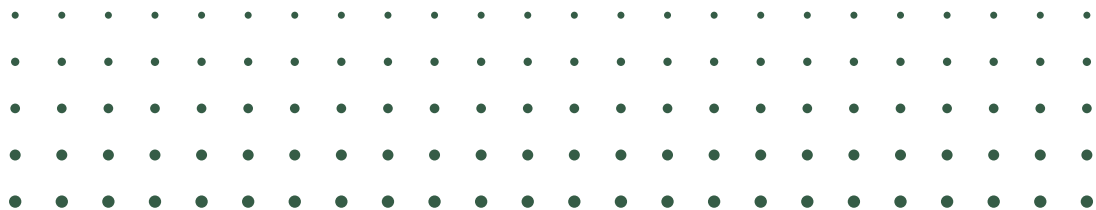
## **PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO**

Grupo Informe Comunicação Integrada



# SUMÁRIO

RESUMO .....	6
METODOLOGIA .....	7
RESULTADOS DA PESQUISA.....	8
Perfil dos entrevistados.....	9
Tipo de inovação implementada .....	14
Tipo de impactos quantitativos e qualitativos da inovação implementada.....	24
Tipo de investimento em inovação .....	47
Tipo de interações para inovar .....	58
Estímulos, objetivos e barreiras à inovação .....	68



# RESUMO

A pesquisa entrevistou **2.326 empresários**, o que dá uma margem de erro de **1,5%**. Foram realizadas perguntas sobre inovação em produtos (bens ou serviços), processos, estrutura organizacional e marketing. Os principais resultados foram:

- **75,1%** dos entrevistados realizaram algum tipo de inovação na sua empresa, seja de produto, marketing, organizacional ou de processo;
- **82,9%** afirmaram que a imagem da empresa no mercado melhorou em função da inovação adotada;
- **86,7%** das empresas informaram que a satisfação dos clientes melhorou em função das inovações;
- A maioria das empresas pesquisadas (**32,9%**) informaram terem tido um impacto de **16% a 30%** no seu faturamento total após a implementação das inovações;
- A maioria das empresas pesquisadas (**49,9%**) informaram terem tido um impacto de **6% a 30%** no seu lucro total após a implementação das inovações;
- **80,6%** dos entrevistados investiram em máquinas e equipamentos, **67,5%** em treinamentos e **46,5%** adquiriram softwares.

# METODOLOGIA

**Método:** Pesquisa quantitativa.

**Amostragem:** Probabilística.

**Técnica:** Tele pesquisa.

**Instrumento de coleta:** Questionário estruturado.

**Material de coleta:** Sistema CATI, com questionário eletrônico, aplicado por intermédio de pesquisadores, utilizando-se linhas telefônicas convencionais para contato com o público-alvo.

**Tempo médio de entrevista:** 15 minutos.


**Amostra coletada:** 2.362 Empresas de Pequeno Porte e Microempresas distribuídos nas 27 UF's brasileiras.

**Período de realização das entrevistas:** 29/08/2013 a 13/12/2013.

**Tratamento dos dados:** Software de estatística SPSS®

**Margem de erro:** 1,5%.

**Legenda:** EST – Estimulada; ESP – Espontânea; RM – Resposta Múltipla (Permite soma maior que 100%); RU – Resposta Única.



RESULTADOS  
DA PESQUISA



# PERFIL DOS ENTREVISTADOS

## COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA - UNIDADE DA FEDERAÇÃO E REGIÃO.

De modo a manter a proporcionalidade da amostra com o universo do projeto, os resultados obtidos foram submetidos a processo de ponderação.

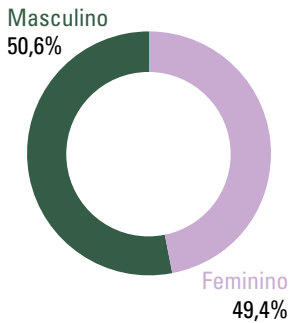
UF	AMOSTRA NÃO PONDERADA	% COLETADA
RO	57	2,4%
AC	91	3,9%
AM	54	2,3%
RR	84	3,6%
PA	49	2,1%
AP	42	1,8%
TO	55	2,3%
MA	56	2,4%
PI	47	2,0%
CE	106	4,5%
RN	53	2,2%
PB	51	2,2%
PE	71	3,0%
AL	27	1,1%

UF	AMOSTRA NÃO PONDERADA	% COLETADA
SE	20	0,8%
BA	71	3,0%
MG	104	4,4%
ES	83	3,5%
RJ	129	5,5%
SP	123	5,2%
PR	175	7,4%
SC	144	6,1%
RS	153	6,5%
MS	195	8,3%
MT	238	10,1%
GO	32	1,4%
DF	52	2,2%
<b>Total</b>	<b>2362</b>	<b>100%</b>

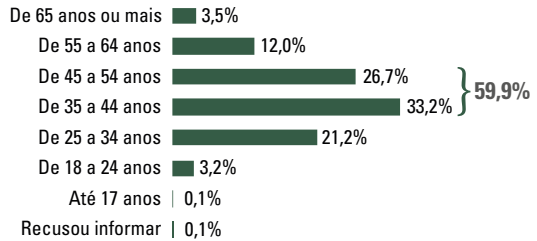
REGIÃO	QTD	%
Norte	432	18,3%
Nordeste	502	21,3%
Sudeste	439	18,6%
Sul	472	20,0%
Centro-Oeste	517	21,9%
<b>Total</b>	<b>2362</b>	<b>100%</b>

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS - SEXO E IDADE.

*Por sexo:*



*Por idade:*

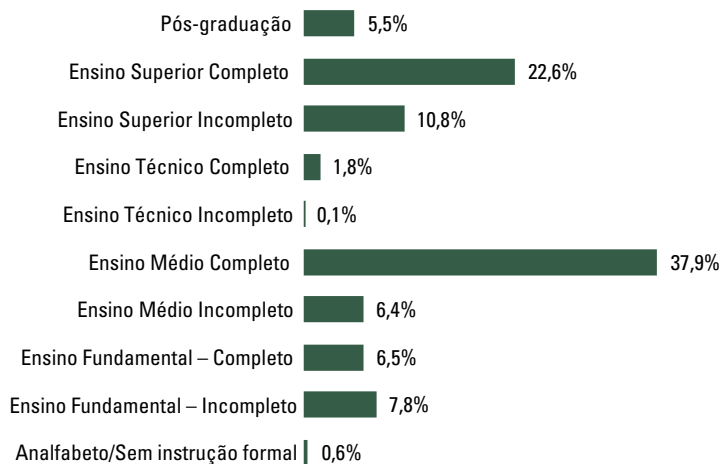


**Total de respostas: 2362**

Amostra apresentou distribuição equilibrada entre homens e mulheres. A faixa etária predominante foi de empresários entre 35 e 54 anos.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS – ESCOLARIDADE.

*P. Até que ano você estudou?*

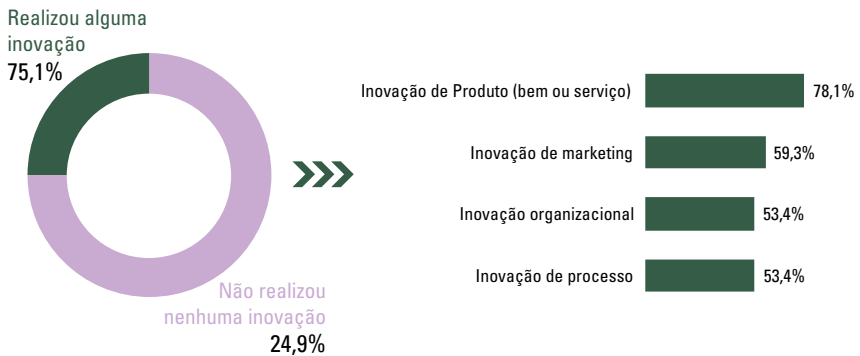


**Total de respostas:** 2362

A maioria dos empresários pesquisados (60,5%) possui ensino médio completo ou superior completo.

## PERFIL DOS ENTREVISTADOS - INOVAÇÕES REALIZADAS.

*P. Agora eu vou citar tipos de inovação que sua empresa pode ter realizado e gostaria que o(a) Sr(a) me indicasse quais a sua realizou. O(a) Sr(a) realizou... (EST-RM)*



**Total de respostas: 2362**

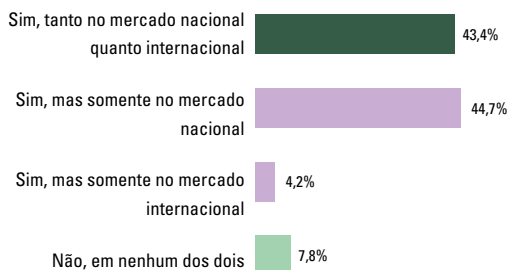
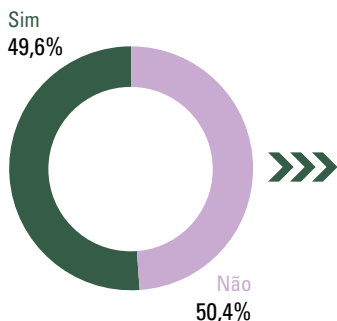
A maioria das empresas afirmou ter realizado alguma inovação. Quando questionados sobre os tipos de inovação realizados, a Inovação de produto foi a mais citada pelas empresas.

# TIPO DE INOVAÇÃO IMPLEMENTADA

## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO DE PRODUTOS.

*P. Eu gostaria que o(a) Sr(a) me dissesse se entre 2010 e 2012, a empresa lançou algum produto (bem ou serviço) novo ou com alguma melhoria relevante. (ESP-RU)*

*P. Esse produto (bem ou serviço) já existia no mercado nacional ou internacional? (ESP-RU)*



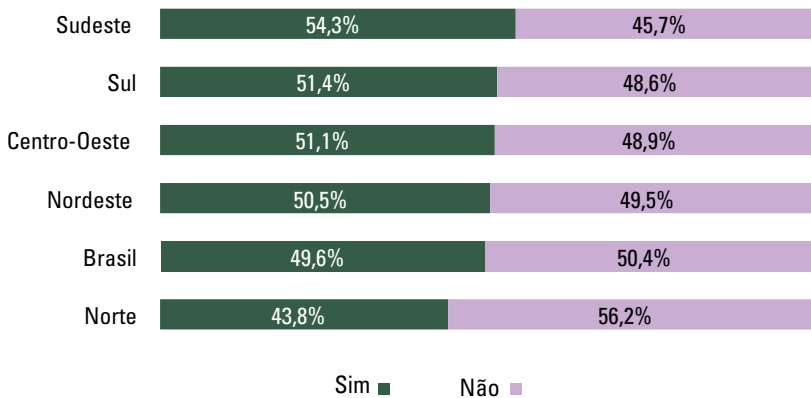
**Total de respostas: 1371**

**Total de respostas: 691**

Metade das empresas que afirmaram ter realizado inovação de produto, confirmaram que entre 2010 e 2012, lançaram algum produto novo ou com alguma melhoria relevante. Entre os empresários que confirmaram terem lançado algum produto novo, a maioria afirmou que o mesmo já existia no mercado.

## INOVAÇÃO DE PRODUTOS - POR REGIÃO.

*Eu gostaria que o(a) Sr(a) me dissesse se entre 2010 e 2012, a empresa lançou algum produto (bem ou serviço) novo ou com alguma melhoria relevante. (ESP-RU)*

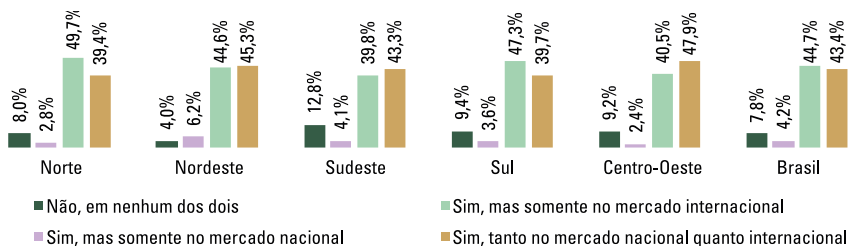


**Total de respostas: 1371**

Analisando todas as regiões, nota-se que no Norte há uma proporção menor de empresas que não lançaram algum produto novo ou com melhoria relevante.

## INOVAÇÃO DE PRODUTOS - POR REGIÃO.

*Esse produto (bem ou serviço) já existia no mercado nacional ou internacional? (ESP-RU)*



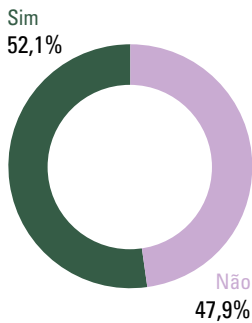
**Total de respostas: 691**

Analisando todas as regiões, nota-se que não há diferença significativa entre elas no que diz respeito da existência do produto no mercado.

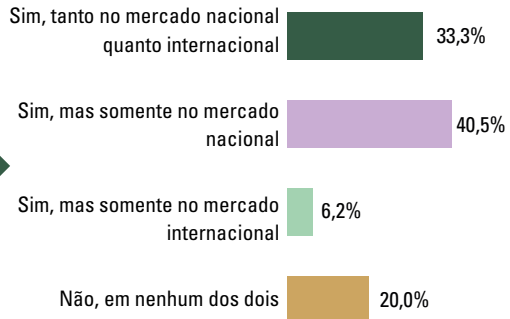


## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO DE PROCESSOS.

*P. Eu gostaria que o(a) Sr(a) me dissesse se entre 2010 e 2012, a empresa introduziu algum processo novo ou com melhorias relevantes. (ESP-RU)*



*P. Esse processo já tinha sido adotado por empresas do seu setor, no mercado nacional ou internacional? (ESP-RU)*



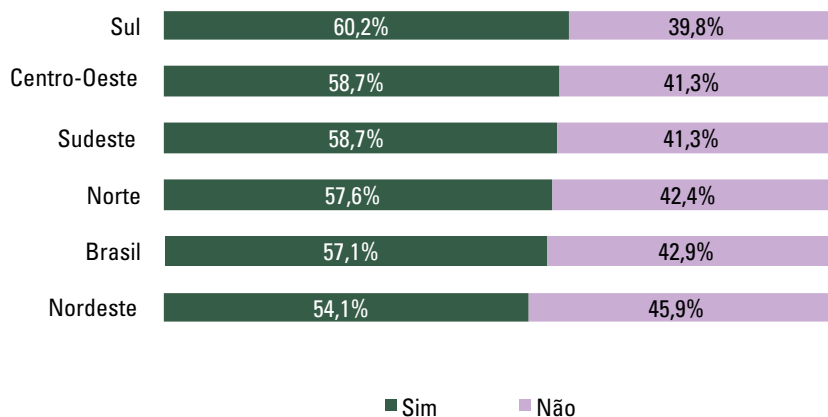
**Total de respostas: 904**  
**respostas: 469**

**Total de**

Pode-se defender que entre os empresários que confirmaram terem introduzido um processo novo, a maioria afirmou que o mesmo já existia no mercado nacional.

## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO DE PROCESSOS.

*P. Eu gostaria que o(a) Sr(a) me dissesse se entre 2010 e 2012, a empresa introduziu algum processo novo ou com melhorias relevantes. (ESP-RU)*

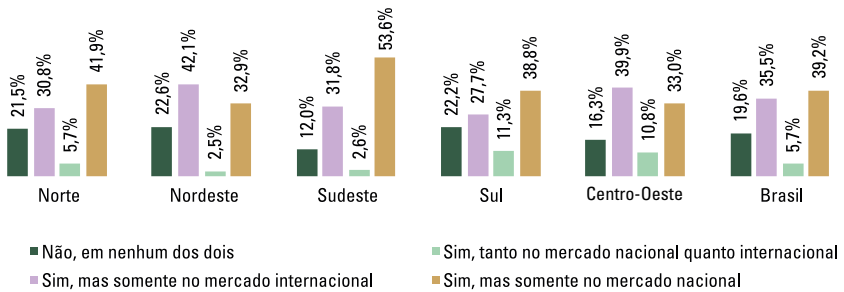


**Total de respostas: 904**

Analisando os resultados por região, nota-se que na Região Sul encontra-se a maior proporção de entrevistados que afirmam que a empresa introduziu algum processo novo ou com melhorias relevantes.

## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO DE PROCESSOS.

*P. Esse processo já tinha sido adotado por empresas do seu setor, no mercado nacional ou internacional? (ESP-RU)*

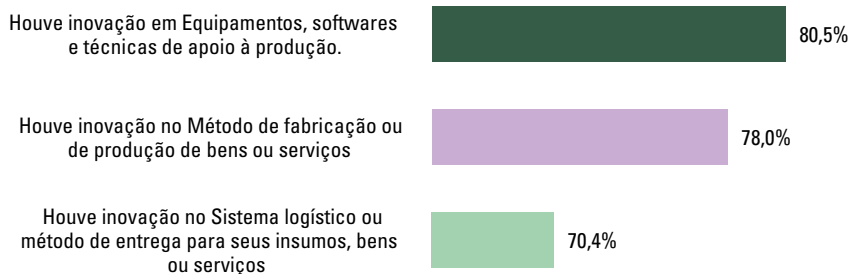


**Total de respostas: 469**

Na análise por regiões, é possível notar que na Região Sudeste a maioria dos processos adotados pelas empresas já eram adotados antes no mercado nacional.

## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO DE PROCESSOS.

*P. Citarei algumas opções e eu gostaria que o(a) Sr(a) me indicasse quais melhor traduzem a inovação de processo realizada pela sua empresa? (EST-RM)*

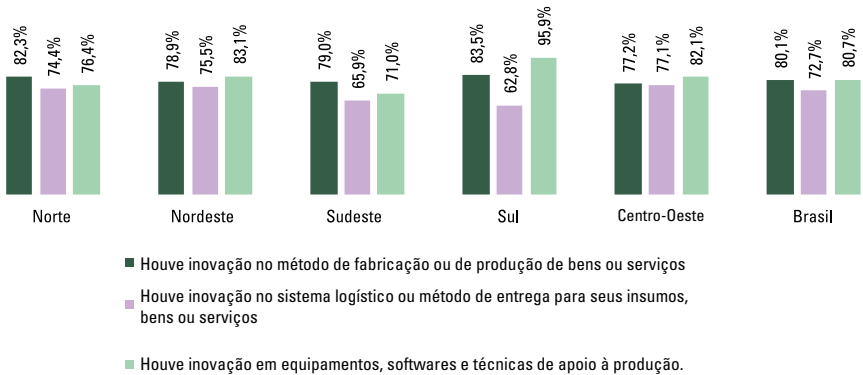


**Total de respostas: 450**

Entre as inovações de processos realizadas, a mais citada foi a relacionada à inovação de equipamentos, softwares e técnicas de apoio a produção.

## INOVAÇÃO DE PROCESSOS - POR REGIÃO.

*P. Citarei algumas opções e eu gostaria que o(a) Sr(a) me indicasse quais melhor traduzem a inovação de processo realizada pela sua empresa? (EST-RM)*

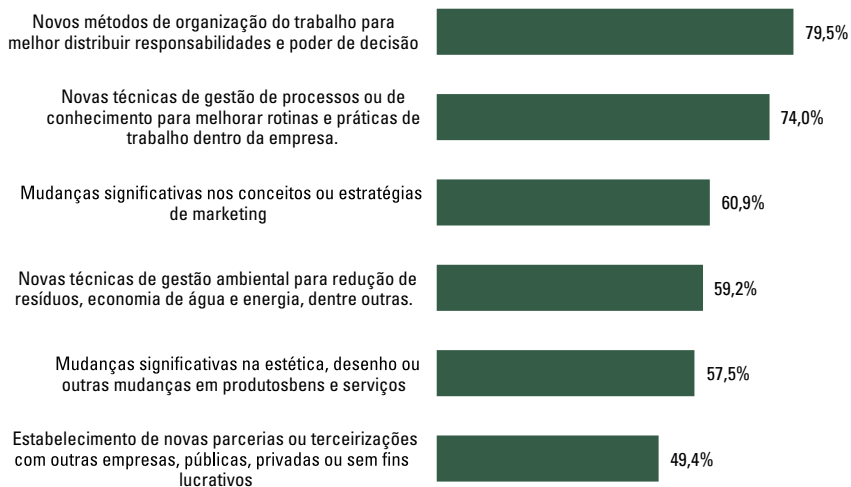


**Total de respostas: 450**

O resultado de inovação em equipamentos softwares e técnica de apoio à produção na Região Sul se mostrou o mais frequente, apresentando um percentual de 95,9%.

## TIPOS DE INOVAÇÃO - INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE MARKETING.

*P. Agora eu vou mencionar algumas atividades relacionada à Inovação organizacional e de marketing e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais delas a sua empresa implementou entre de 2010 e 2012? (EST-RM)*

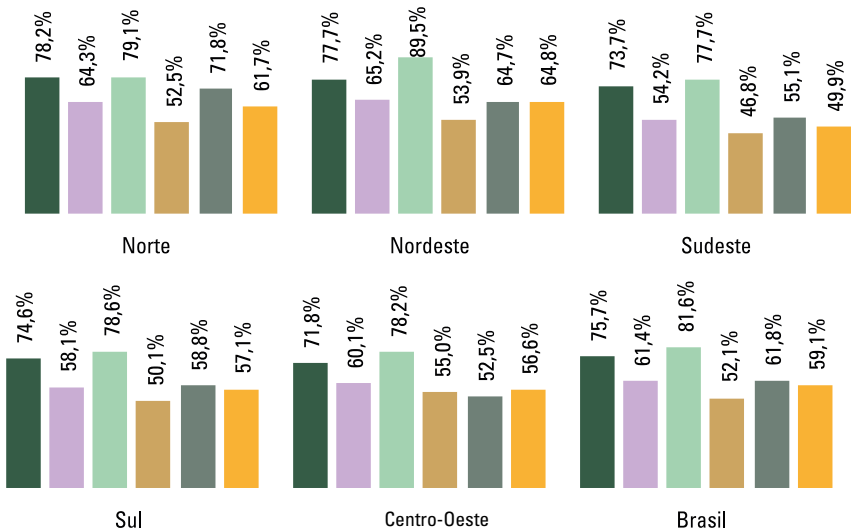


**Total de respostas: 741**

Entre as inovações Organizacionais e de Marketing realizadas entre 2010 e 2012, as mais citadas foram relacionadas à novos métodos de organização do trabalho e novas técnicas de gestão de processos.

## INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL E DE MARKETING - POR REGIÃO.

*P. Agora eu vou mencionar algumas atividades relacionada à Inovação organizacional e de marketing e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais delas a sua empresa implementou entre de 2010 e 2012? (EST-RM)*



- Novas técnicas de gestão de processos ou de conhecimento para melhorar rotinas e práticas de trabalho dentro da empresa.
- Novas técnicas de gestão ambiental para redução de resíduos, economia de água e energia, dentre outras.
- Novos métodos de organização do trabalho para melhor distribuir responsabilidades e poder de decisão
- Estabelecimento de novas parcerias ou terceirizações com outras empresas, públicas, privadas ou sem fins lucrativos
- Mudanças significativas nos conceitos ou estratégias de marketing
- Mudanças significativas na estética, desenho ou outras mudanças em produtosbens e serviços

**Total de respostas: 741**

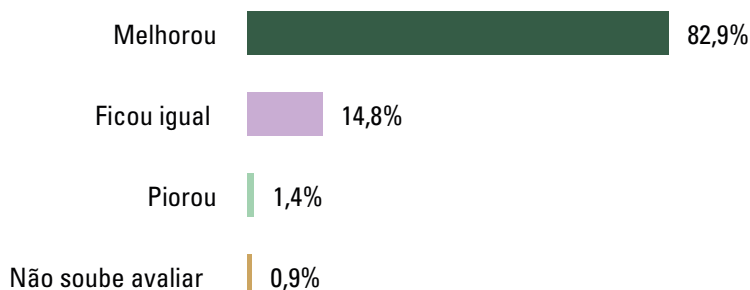
Analisando as regiões, nota-se que no Nordeste as inovações Organizacionais e de Marketing mais citadas foram as relacionadas à novos métodos de organização do trabalho, apresentando um percentual de 89.5%, o maior entre as regiões.

# TIPO DE IMPACTOS QUANTITATIVOS E QUALITATIVOS DA INOVAÇÃO IMPLEMENTADA

\* Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - IMAGEM NO MERCADO.

P. Em relação à imagem da empresa no mercado, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)



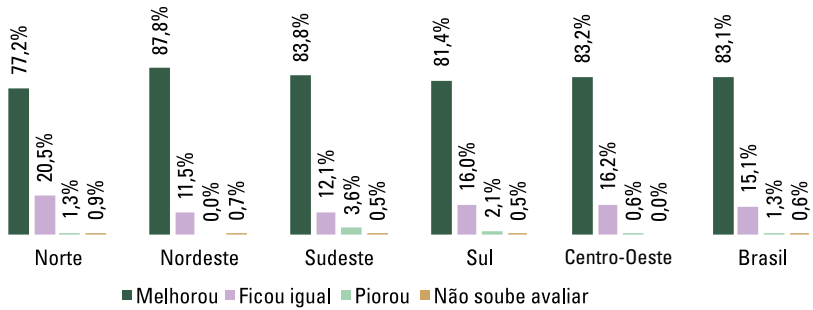
**Total de respostas:** 1074

A maioria dos empresários acredita que a imagem da sua empresa melhorou após as inovações.

## IMAGEM NO MERCADO - POR REGIÃO.



*P. Em relação à Imagem da empresa no Mercado, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)*

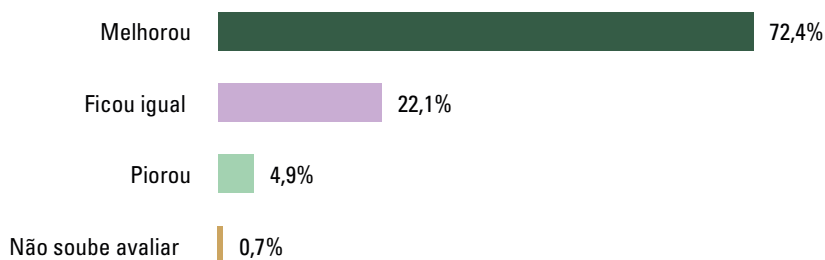


**Total de respostas: 1074**

Analisando as regiões, nota-se que não há diferença significativa entre elas.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO.

*P. Em relação à qualidade de vida no trabalho, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)*

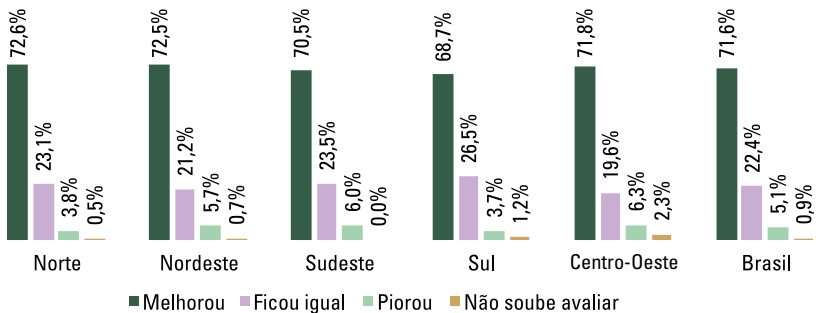


**Total de respostas:** 1074

A maioria dos empresários acredita que a Qualidade de vida no trabalho melhorou após as inovações.

## QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO - POR REGIÃO.

P. Em relação à qualidade de vida no trabalho, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)

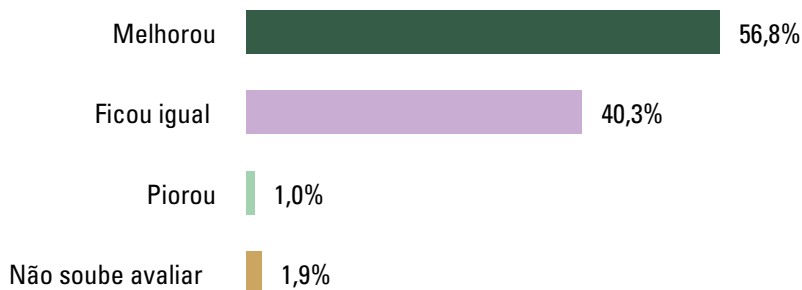


**Total de respostas: 1074**

Analisando as regiões, nota-se que não há diferença significativa no que tange a Qualidade no trabalho.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL.

*P. Em relação à responsabilidade socioambiental, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)*

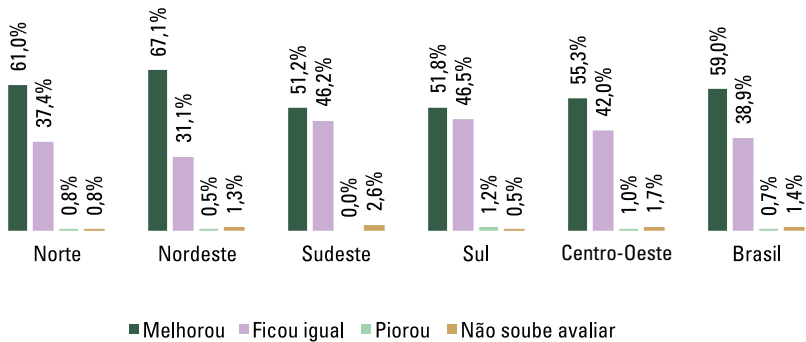


**Total de respostas:** 1074

Não há unanimidade quanto ao fato das inovações implementadas terem melhorado a responsabilidade socioambiental, porém, 56,8% acredita que melhorou.

## RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL - POR REGIÃO.

P. Em relação à responsabilidade socioambiental, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)

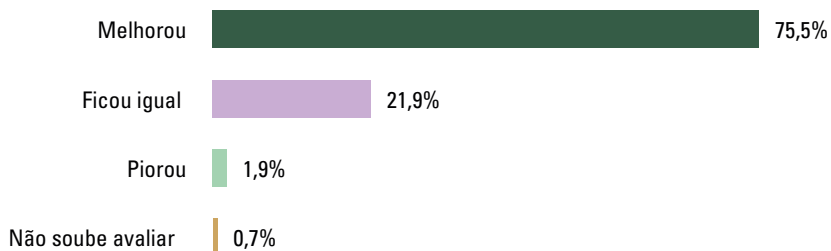


**Total de respostas: 1074**

Analisando todas as regiões, nota-se que no Nordeste há maior proporção de empresários que acreditam que houve melhora em relação à responsabilidade socioambiental.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - PARTICIPAÇÃO NO MERCADO.

*P. Em relação à participação da empresa no mercado, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)*

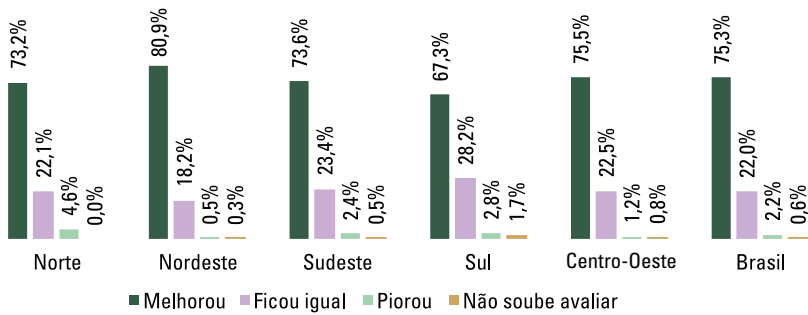


**Total de respostas:** 1074

A maioria dos empresários acredita que a participação da empresa no mercado melhorou após as inovações.

## PARTICIPAÇÃO NO MERCADO - POR REGIÃO.

P. Em relação à participação da empresa no mercado, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)

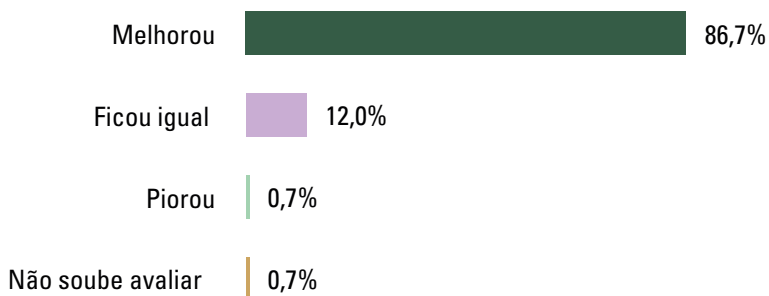


**Total de respostas: 1074**

No Nordeste há a maior proporção de empresários que acreditam que houve melhora em relação à participação da empresa no mercado.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - SATISFAÇÃO DOS CLIENTES.

*P. Em relação à satisfação dos clientes, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)*



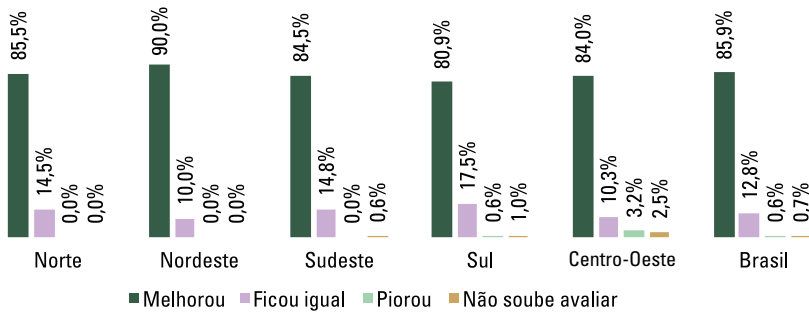
**Total de respostas:** 1074

A maioria dos empresários acredita que a satisfação dos clientes melhorou após as inovações.



## SATISFAÇÃO DOS CLIENTES - POR REGIÃO.

P. Em relação à satisfação dos clientes, o(a) Sr(a) diria que ... (EST-RU)

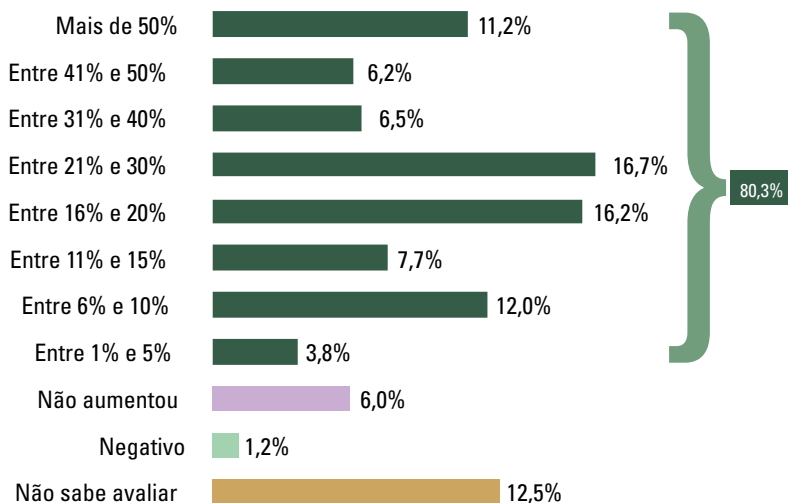


**Total de respostas: 1074**

Não é possível verificar diferenças significativas entre as regiões.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - IMPACTO NO FATURAMENTO

*P. Agora eu gostaria de avaliar o impacto das inovações no Faturamento total da empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no faturamento total da sua empresa após a implementação das inovações (ESP-RU)*

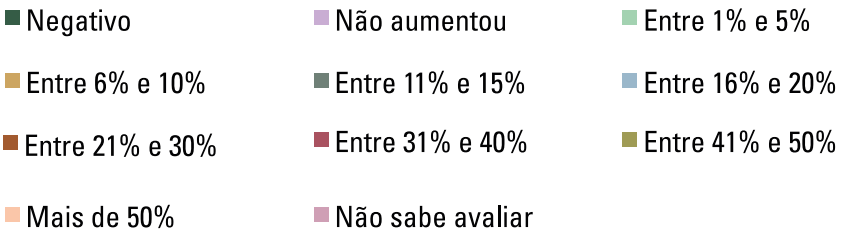
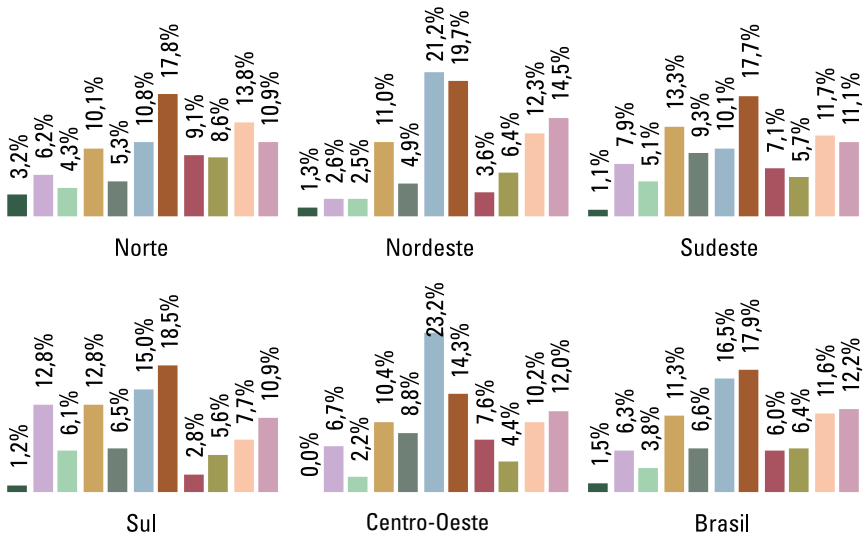


**Total de respostas:** 1074

A maioria das empresas pesquisadas (32,9%) informaram terem tido um impacto de 16% a 30% no seu faturamento total após a implementação das inovações.

## IMPACTO NO FATURAMENTO - POR REGIÃO.

*P. Agora eu gostaria de avaliar o impacto das inovações no faturamento total da empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no faturamento total da sua empresa após a implementação das inovações (ESP-RU)*

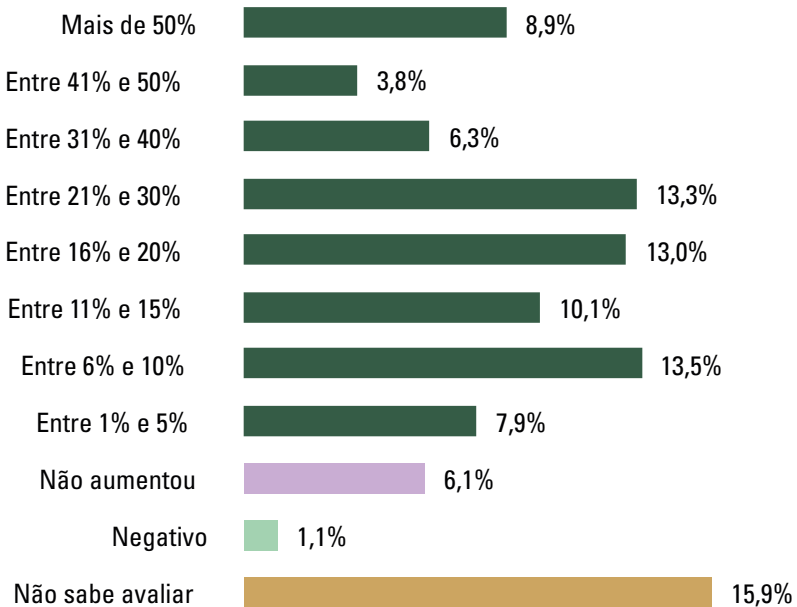


**Total de respostas: 1074**

Analisando as regiões, é possível afirmar que no Nordeste (40,9%) e no Centro-Oeste (37,5%) percebe-se uma maior proporção de empresas que registraram um aumento no percentual do faturamento de 16% e 30%.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - IMPACTO NO LUCRO.

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações no Lucro total da empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no Lucro total da empresa após a implementação das inovações. (ESP-RU)*



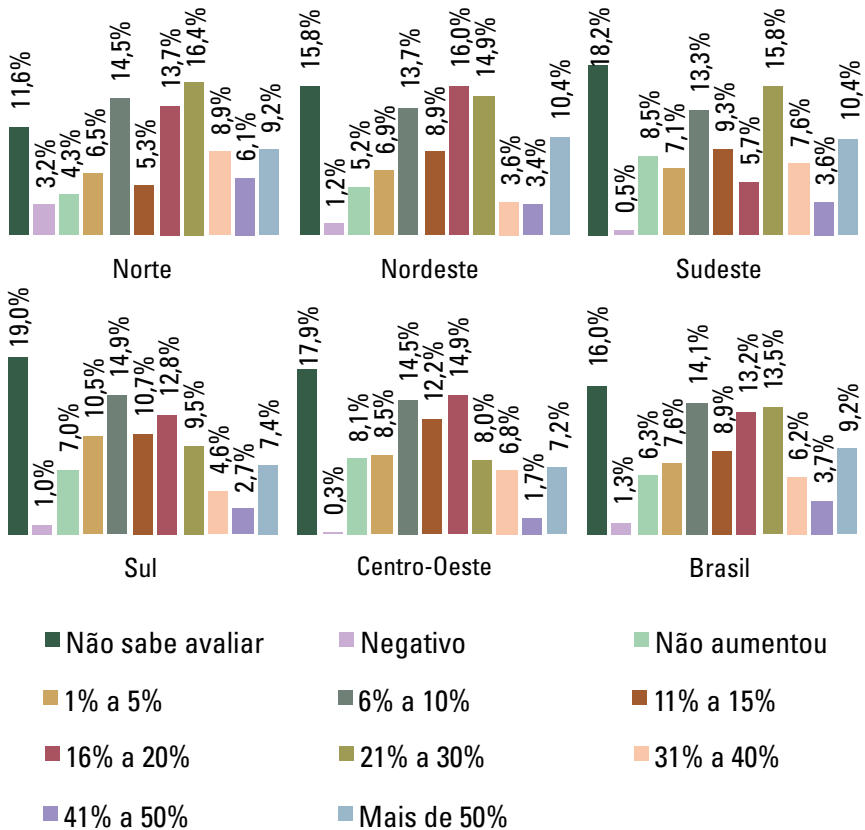
**Total de respostas: 1074**

A maior parte das empresas pesquisadas (49,9%) informaram terem tido um impacto de 6% a 30% no seu lucro total após a implementação das inovações.

Considerando-se que inovação é algo novo que traz novos resultados econômicos efetivos para empresa (lucro adicional), a dificuldade apresentada por 16% das empresas brasileiras, em média, em correlacionar a inovação com o percentual de aumento do lucro, sinaliza a necessidade de se investir em gestão da inovação nessas empresas.

## IMPACTO NO LUCRO - POR REGIÃO.

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações no Lucro total da empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no Lucro total da empresa após a implementação das inovações. (ESP-RU)*



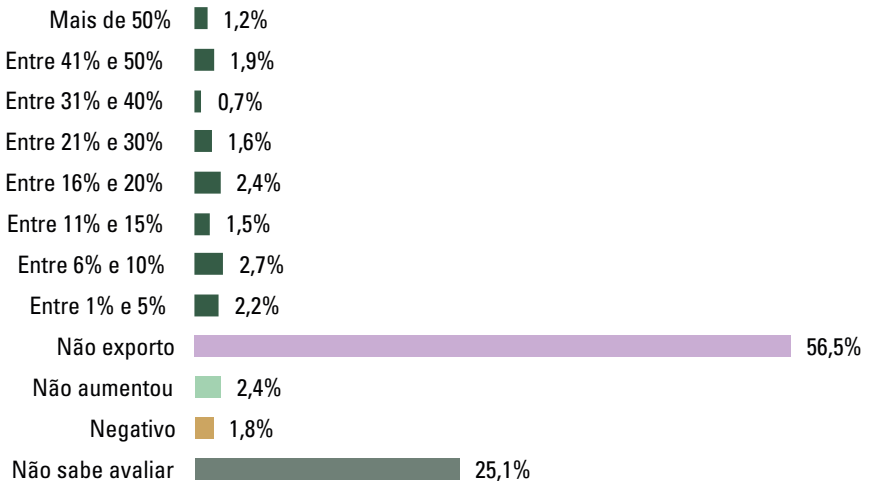
**Total de respostas: 1074**

Analisando as regiões, é possível afirmar que no Nordeste (30,9%) e no Norte (30,1%) percebe-se uma maior proporção de empresas que registraram um aumento de 16% a 30% no lucro.



## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - IMPACTO NA EXPORTAÇÃO

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações no Valor exportado pela empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no Valor exportado pela empresa após a implementação das inovações. (ESP-RU)*

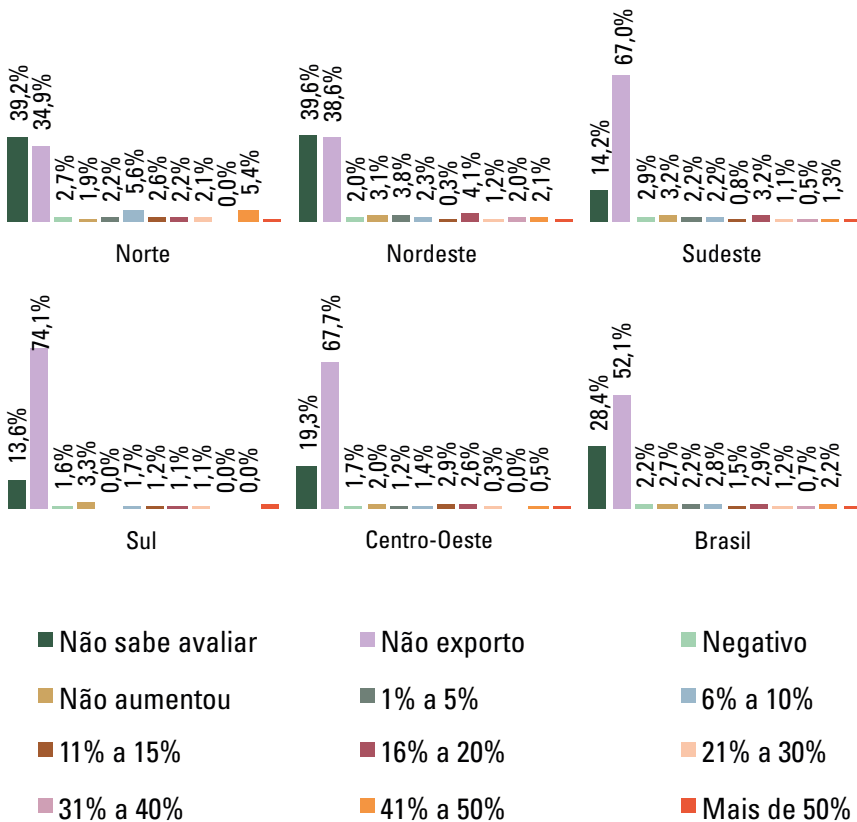


**Total de respostas: 1074**

A maioria das empresas não soube avaliar ou informou não realizar exportações.

## IMPACTO NA EXPORTAÇÃO - POR REGIÃO.

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações no Valor exportado pela empresa. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento no Valor exportado pela empresa após a implementação das inovações. (ESP-RU)*

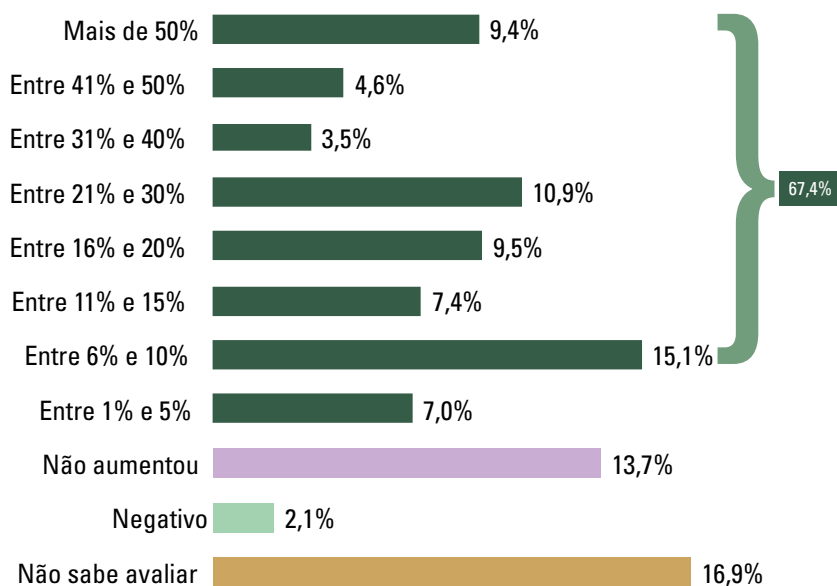


**Total de respostas: 1074**

Analisando todas as regiões, note-se que no Sul, Sudeste e Centro-Oeste uma grande proporção de empresas que informaram não realizar exportações. Considera-se interessante investigar, em uma nova oportunidade, o detalhamento da relação exportação e inovação nos pequenos negócios.

## IMPACTOS GERADOS PELA INOVAÇÃO - IMPACTO NA PRODUTIVIDADE DO EMPREGADO.

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações na Produtividade por empregado. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento na Produtividade por empregado após a implementação das inovações. (ESP-RU)*

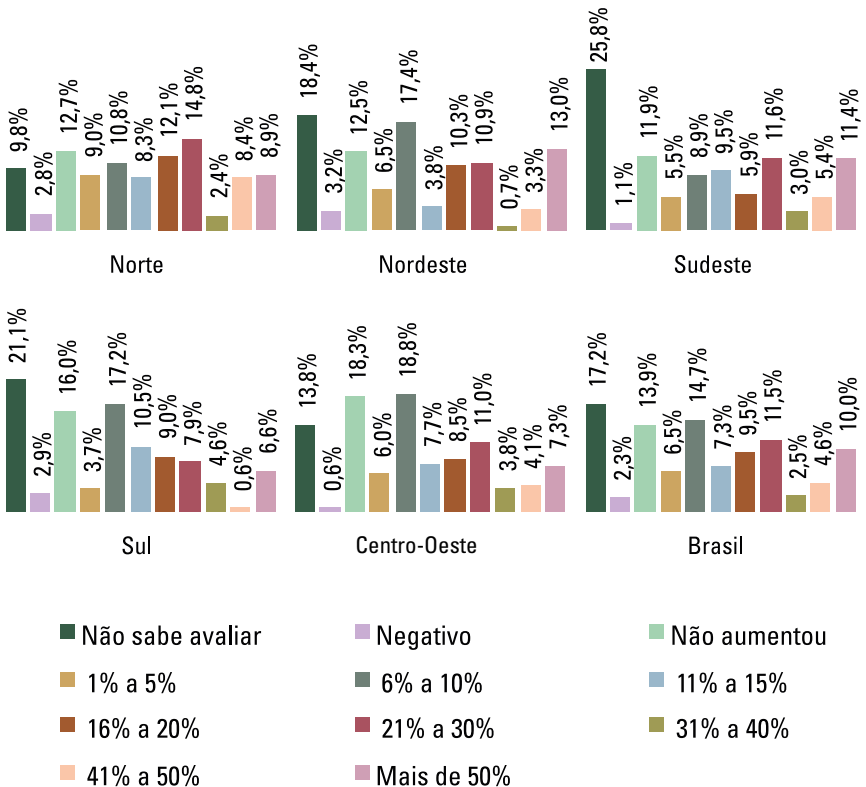


**Total de respostas: 1074**

Proporção significativa das empresas pesquisadas (30,6%) não soube avaliar ou informou que não houve aumento na produtividade por empregado na sua empresa após a implementação das inovações.

## IMPACTO NA PRODUTIVIDADE DO EMPREGADO - POR REGIÃO.

*P. Agora vamos avaliar o impacto das inovações na Produtividade por empregado. Para tanto eu gostaria que o(a) Sr(a) me informasse o percentual de aumento na Produtividade por empregado após a implementação das inovações. (ESP-RU)*



Total de respostas: 1074

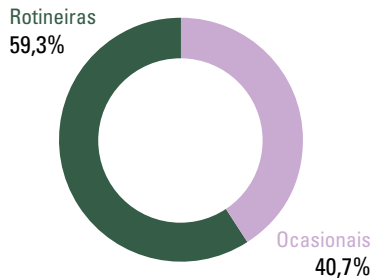
Comparando as regiões, é possível notar que na Região Sudeste e na Região Sul encontra-se a maior proporção de empresas que não souberam avaliar essa questão.

# TIPO DE INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO

\* Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.

## TIPO DE INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO – FREQUÊNCIA.

P. As atividades voltadas para a inovação, realizadas no período de 2010 a 2012, foram rotineiras ou ocasionais? (ESP-RU)

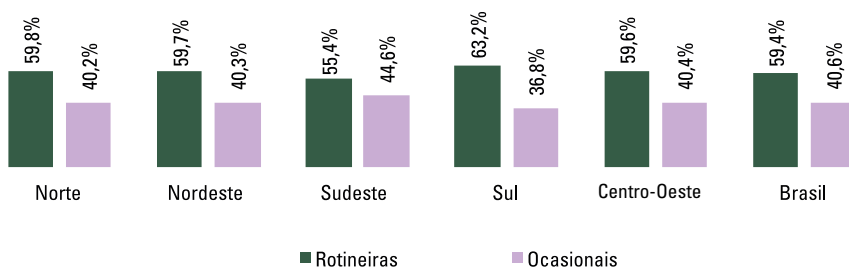


**Total de respostas:** 1074

A maioria das empresas afirmaram que as atividades voltadas para inovação foram rotineiras e não pontuais.

## FREQUÊNCIA - POR REGIÃO.

*P. As atividades voltadas para a inovação, realizadas no período de 2010 a 2012, foram rotineiras ou ocasionais? (ESP-RU)*



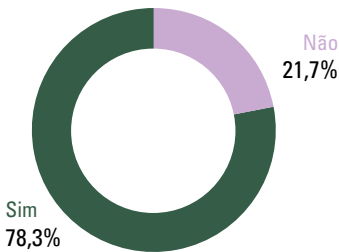
**Total de respostas: 1074**

Analisando as regiões, nota-se que a Região Sul apresenta a maior proporção de empresas que afirmaram que as atividades inovativas são rotineiras.

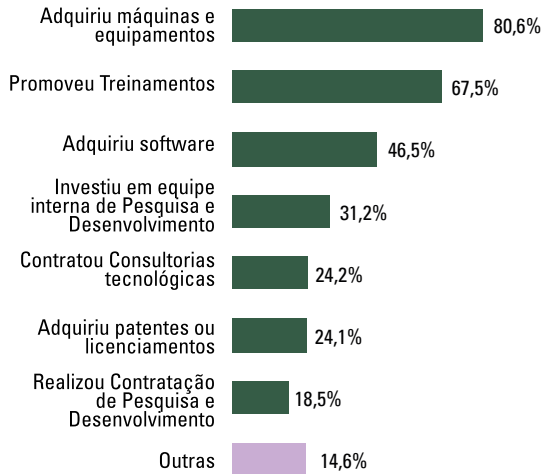


## TIPO DE INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO - NECESSIDADE DE INVESTIMENTO.

*P. Houve necessidade de realizar investimentos para introdução da inovação por sua empresa? (ESP-RU)*



*P. Por favor, indique quais o(a) Sr(a) precisou fazer para inovar? (EST-RM)*



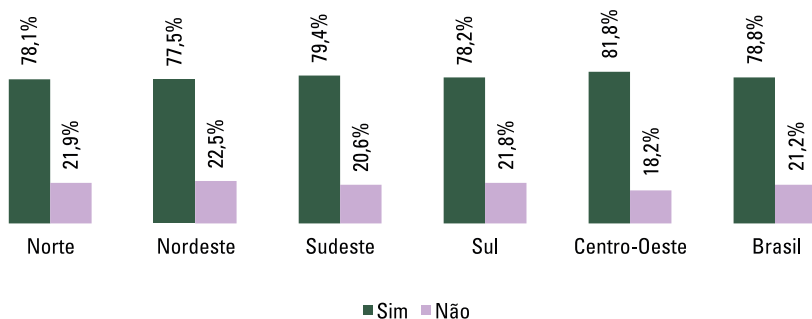
**Total de respostas: 1074**

**Total de respostas: 842**

A maioria das empresas afirmaram que houve a necessidade de investimentos para realização das inovações. Esses investimentos ocorreram, em sua maioria, na aquisição de máquinas e equipamentos, treinamentos e aquisição de software. Mais à frente, ver-se-á que, também, foram contratados profissionais especializados, provavelmente associados às novas aquisições realizadas acima.

## NECESSIDADE DE INVESTIMENTO - POR REGIÃO.

*P. Houve necessidade de realizar investimentos para introdução da inovação por sua empresa? (ESP-RU)*

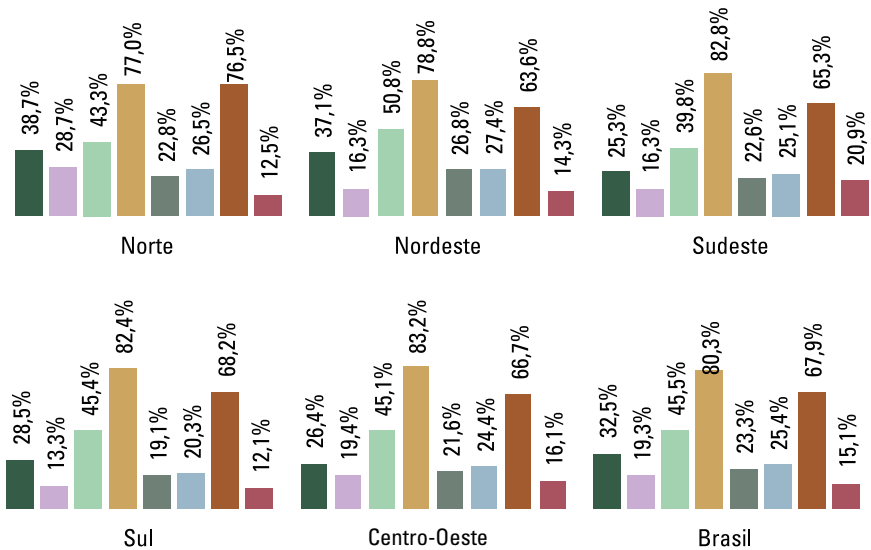


**Total de respostas:** 1074

Analisando as regiões, nota-se que não existe diferença significativa entre elas.

## NECESSIDADE DE INVESTIMENTO - POR REGIÃO.

P. Por favor, indique quais o(a) Sr(a) precisou fazer para inovar? (EST-RM)



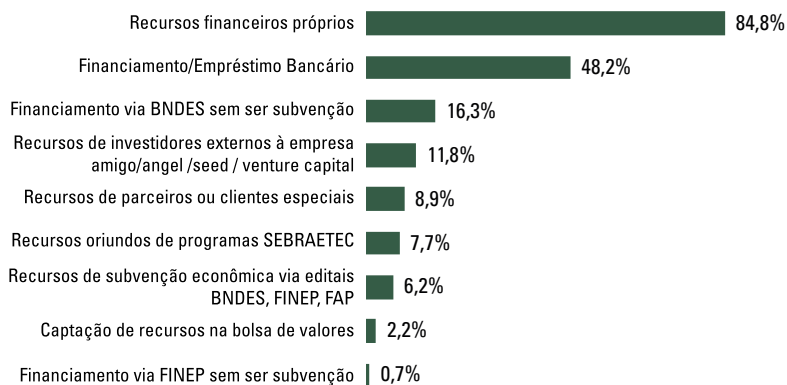
- Investiu em equipe interna de pesquisa e desenvolvimento
- Realizou contratação de pesquisa e desenvolvimento
- Adquiriu software
- Adquiriu máquinas e equipamentos
- Adquiriu patentes ou licenciamentos
- Contratou consultorias tecnológicas
- Promoveu treinamentos
- Outras

**Total de respostas: 842**

Analisando as regiões, nota-se que não existe diferença significativa entre elas no que tange as necessidades para realização de inovação.

## TIPO DE INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO - FONTES DE RECURSOS.

*P. Vou citar algumas fontes de recursos que a sua empresa pode ter utilizado para inovar e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais o(a) Sr(a) utilizou. (EST-RM)*

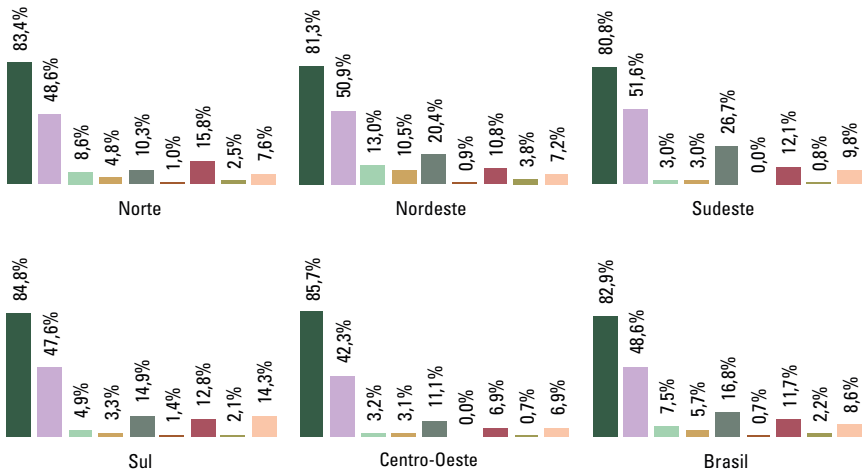


**Total de respostas: 842**

Entre aqueles que realizaram investimentos, a maioria afirmou ter feito uso de recursos próprios.

## FONTES DE RECURSOS - POR REGIÃO.

*P. Vou citar algumas fontes de recursos que a sua empresa pode ter utilizado para inovar e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais o(a) Sr(a) utilizou. (EST-RM)*



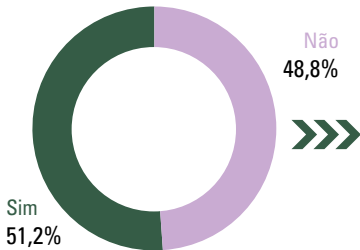
- Recursos financeiros próprios
- Recursos oriundos de programas SEBRAETEC
- Financiamento via BNDES sem ser subvenção
- Recursos de investidores externos à empresa amigo/angel /seed / venture capital
- Recursos de parceiros ou clientes especiais
- Financiamento/Empréstimo Bancário
- Recursos de subvenção econômica via editais BNDES, FINEP, FAP
- Financiamento via FINEP sem ser subvenção
- Captação de recursos na bolsa de valores

### **Total de respostas: 842**

Analisando todas as regiões, é possível afirmar que não existe diferença significativa entre as mesmas em relação à fontes de recursos. Exceto pelo fato da Região Sudeste conseguir captar maior volume de recursos via BNDES - o que era previsível, dado ao fato de ser uma região mais desenvolvida.

## TIPO DE INVESTIMENTO EM INOVAÇÃO - NOVOS FUNCIONÁRIOS.

*P. Houve contratação de novos profissionais para introdução da inovação em sua empresa? (ESP-RU)*



*P. Gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais o(a) Sr (a contratou). (EST-RM)*



**Total de respostas: 842**

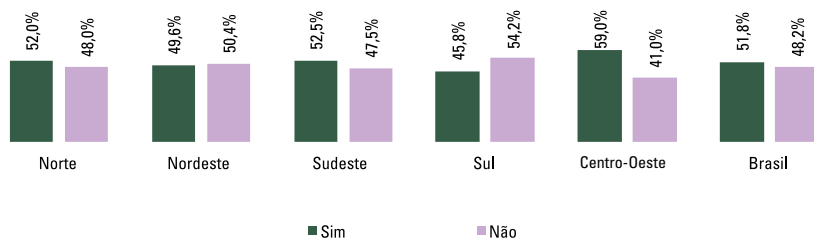
**Total de respostas: 423**

Cerca de metade das empresas que realizaram investimento afirmaram que realizaram contratação de novos profissionais.

A maioria das empresas que contrataram novos profissionais contrataram funcionários especializados.

## NOVOS FUNCIONÁRIOS - POR REGIÃO.

*P. Houve contratação de novos profissionais para introdução da inovação em sua empresa? (ESP-RU)*



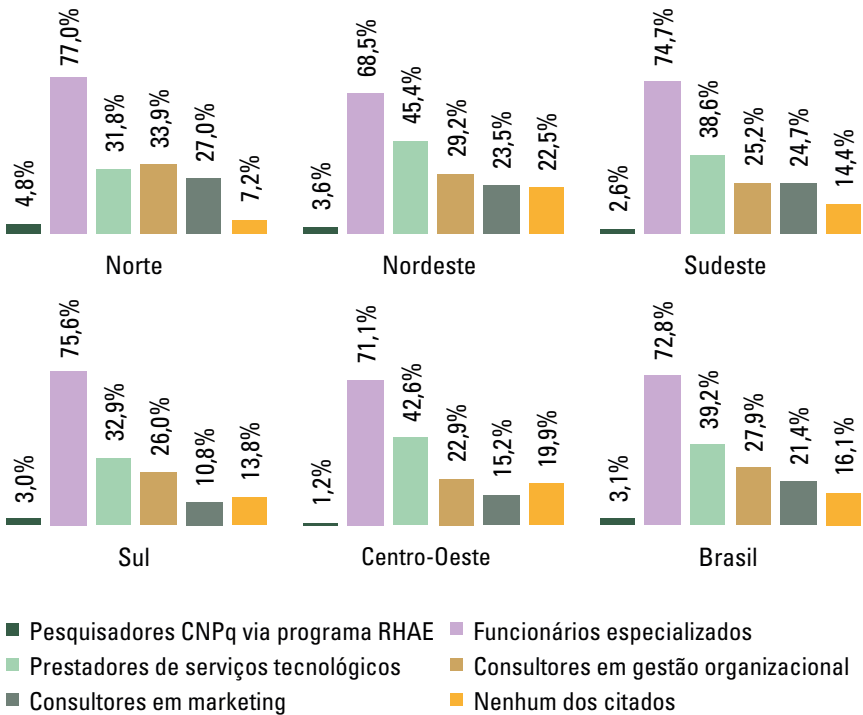
**Total de respostas: 842**

Comparando as regiões, é possível notar que no Centro-Oeste há uma maior proporção de empresas que afirmaram ter realizado contratação de novos profissionais para introdução de inovação.



## NOVOS FUNCIONÁRIOS - POR REGIÃO.

*P. Gostaria que o(a) Sr(a) indicasse quais o(a) Sr (a contratou. (EST-RM)*



**Total de respostas: 423**

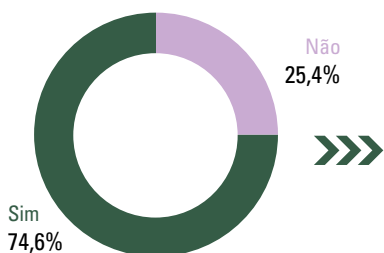
Analisando as regiões, é possível afirmar que não existe diferença significativa entre as mesmas.

# TIPO DE INTERAÇÕES PARA INOVAR

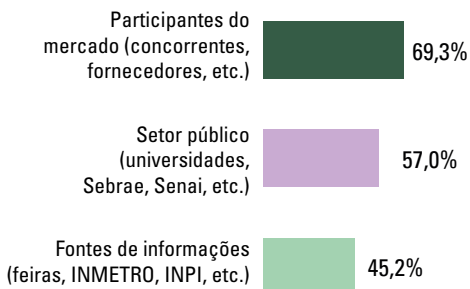
\* Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.

## TIPO DE INTERAÇÕES PARA INOVAR – PARCERIAS.

*P. Entre 2010 e 2012, a empresa esteve envolvida em parcerias com outras organizações para desenvolver atividades inovativas? (ESP-RU)*



*P. O (a) Sr(a) realizou parcerias com... (EST-RM)*



**Total de respostas: 1074**

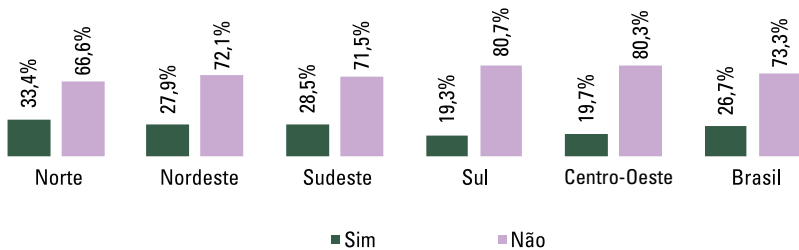
**Total de respostas: 255**

A minoria das empresas afirmou ter estado envolvida em parcerias com outras instituições no desenvolvimento das atividades inovativas.

Entre aquelas que tiveram envolvidas em parcerias, as mais comuns foram com participantes do mercado.

## PARCERIAS - POR REGIÃO.

*P. Entre 2010 e 2012, a empresa esteve envolvida em parcerias com outras organizações para desenvolver atividades inovativas? (ESP-RU)*

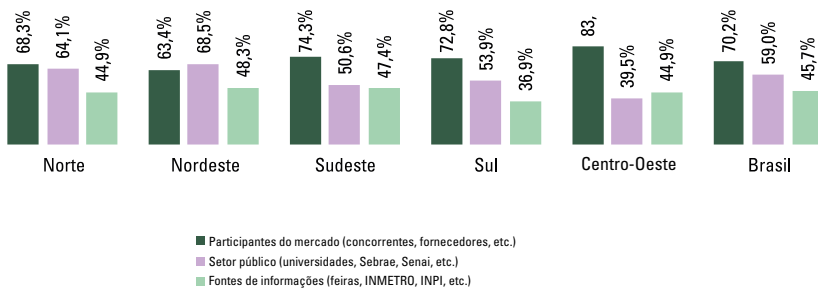


**Total de respostas: 1074**

Levando em conta as regiões, nota-se que no Sul e no Centro-Oeste há uma maior proporção de empresas que afirmaram não terem se envolvido em parcerias com outras instituições.

## PARCERIAS - POR REGIÃO.

*PO (a) Sr(a) realizou parcerias com...(EST-RM)*

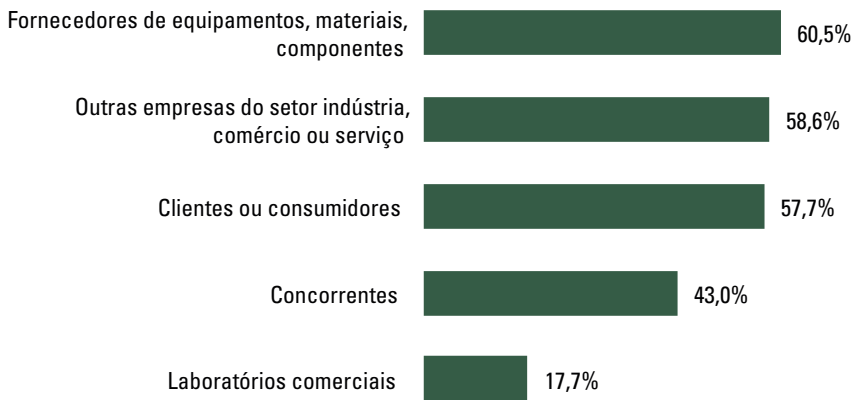


**Total de respostas: 255**

Analizando as regiões, nota-se que envolvimento em parcerias com participantes do mercado é mais forte no Centro-Oeste.

## TIPO DE INTERAÇÕES PARA INOVAR - PARCERIAS - PARTICIPANTES DO MERCADO.

*P. Em relação às parcerias realizadas com participantes do mercado, eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse com quem foi? Com... (EST-RM)*

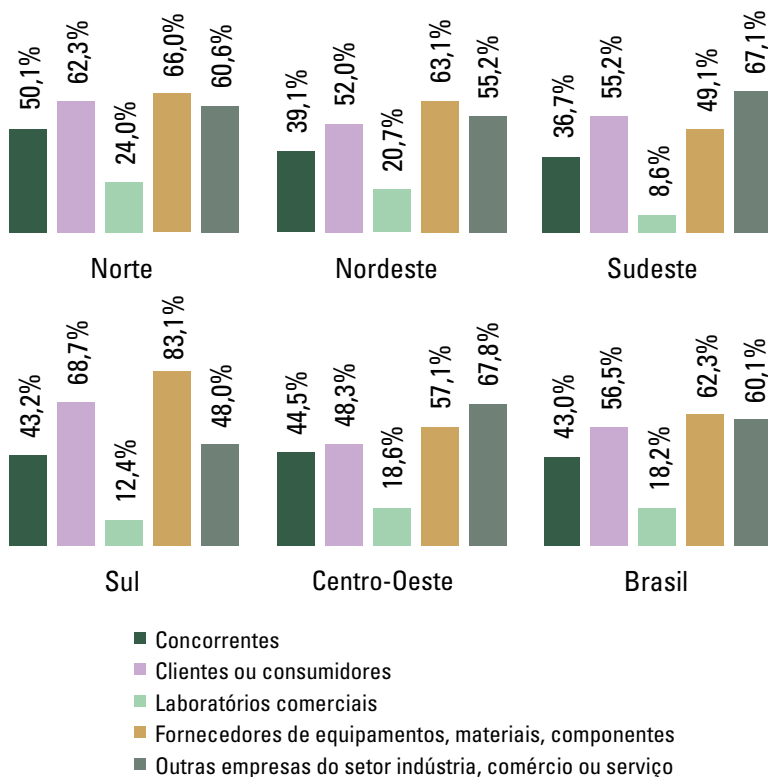


**Total de respostas: 179**

Entre aqueles que realizaram parcerias com participantes do mercado, a parceria mais frequente foi com fornecedores de equipamentos.

## PARCERIAS - PARTICIPANTES DO MERCADO - POR REGIÃO.

*P. Em relação às parcerias realizadas com participantes do mercado, eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse com quem foi? Com... (EST-RM)*

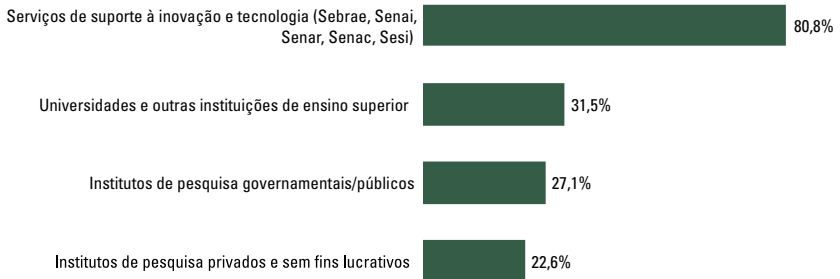


**Total de respostas: 179**

Cruzando as regiões, nota-se que entre aqueles que realizaram parcerias com participantes do mercado, a Região Sul apresenta o maior percentual de parcerias com fornecedores de equipamentos.

## TIPO DE INTERAÇÕES PARA INOVAR - PARCERIAS - SETOR PÚBLICO.

*P. Em relação às parcerias realizadas com o setor público, eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse com quem foi? Com... (EST-RM)*

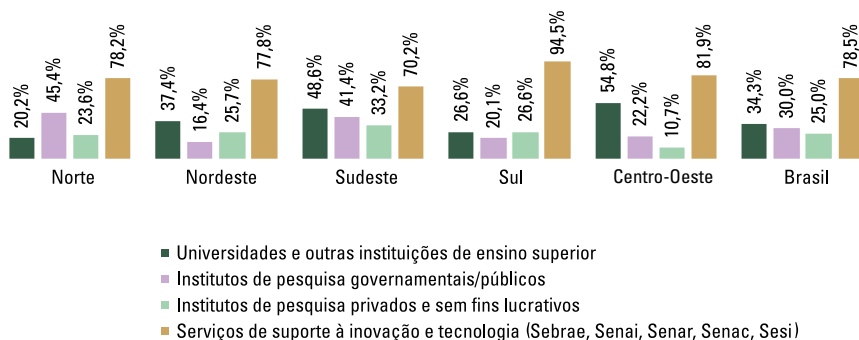


**Total de respostas: 142**

Entre aqueles que realizaram parcerias com o setor público, a parceria mais frequente foi com serviços de suporte a inovação.

## PARCERIAS - SETOR PÚBLICO - POR REGIÃO.

*P. Em relação às parcerias realizadas com o setor público, eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse com quem foi? Com... (EST-RM)*



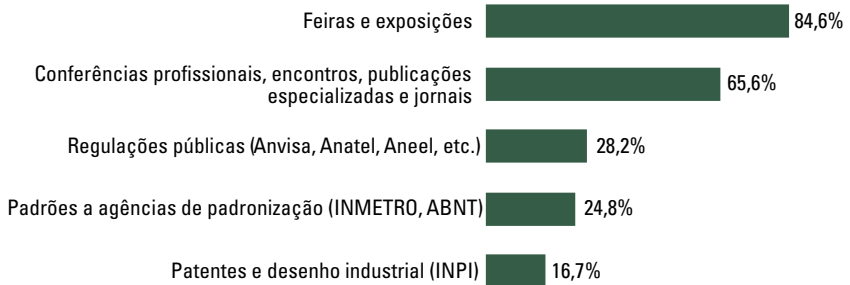
**Total de respostas: 142**

Levando em conta as regiões, nota-se que na Região Sul encontra-se uma maior proporção de empresas que realizaram parcerias com serviços de suporte à inovação.



## TIPO DE INTERAÇÕES PARA INOVAR - PARCERIAS - FONTES DE INFORMAÇÃO.

*P. Em relação às fontes de informação, quais o(a) Sr(a) utilizou? (EST-RM)*

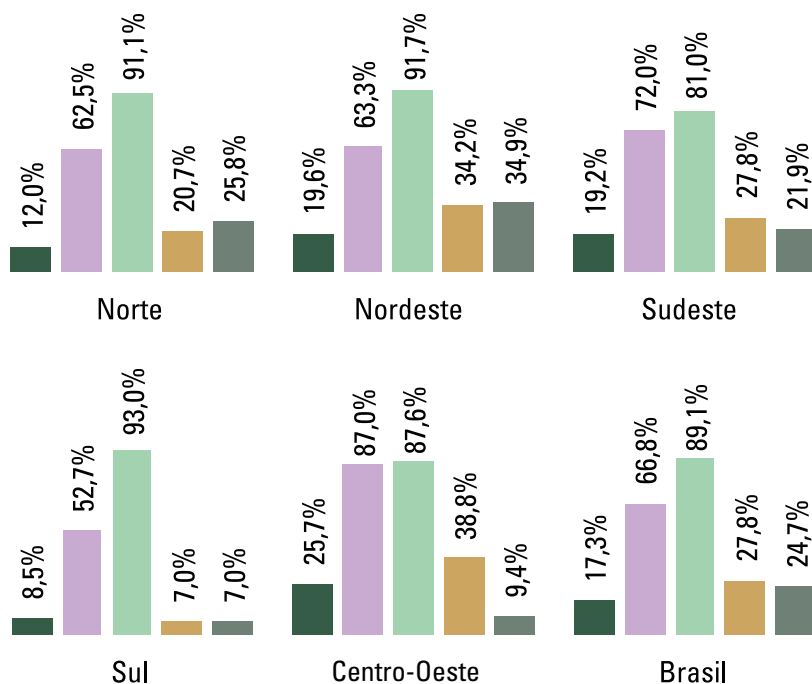


**Total de respostas: 113**

As fontes de informação mais utilizadas foram as feiras e exposições (84,6%), seguida de conferências profissionais, encontros, publicações especializadas e jornais (65,6%).

## PARCERIAS - FONTES DE INFORMAÇÃO - POR REGIÃO.

P. Em relação às fontes de informação, quais o(a) Sr(a) utilizou? (EST-RM)



- Patentes e desenho industrial (INPI)
- Conferências profissionais, encontros, publicações especializadas e jornais
- Feiras e exposições
- Padrões a agências de padronização (INMETRO, ABNT)
- Regulações públicas (Anvisa, Anatel, Aneel, etc..)

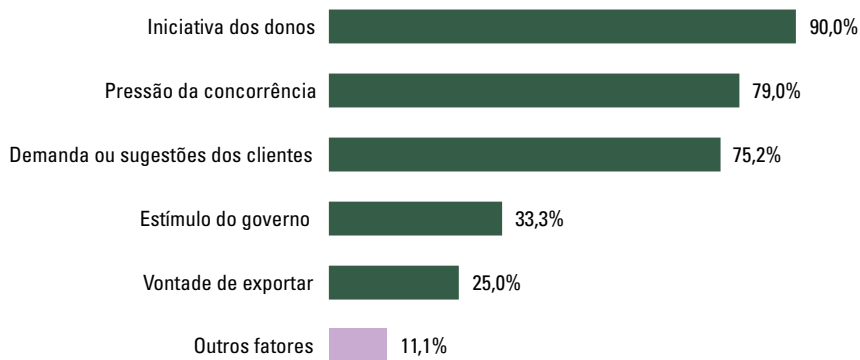
**Total de respostas: 113**

Entre as regiões, nota-se que a Região Sul apresenta o menor percentual de empresas que utilizaram fontes de informação relacionadas à agências de padronização (INMETRO, ABNT) e regulações públicas (Anvisa, Anatel, etc.)

# ESTÍMULOS, OBJETIVOS E BARREIRAS À INOVAÇÃO

## ESTÍMULOS, OBJETIVOS E BARREIRAS À INOVAÇÃO - ESTÍMULOS PARA INOVAÇÕES.

*P. Eu vou citar alguns fatores e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse aqueles que estimulam sua empresa a realizar inovações e melhorias. (EST-RM)*



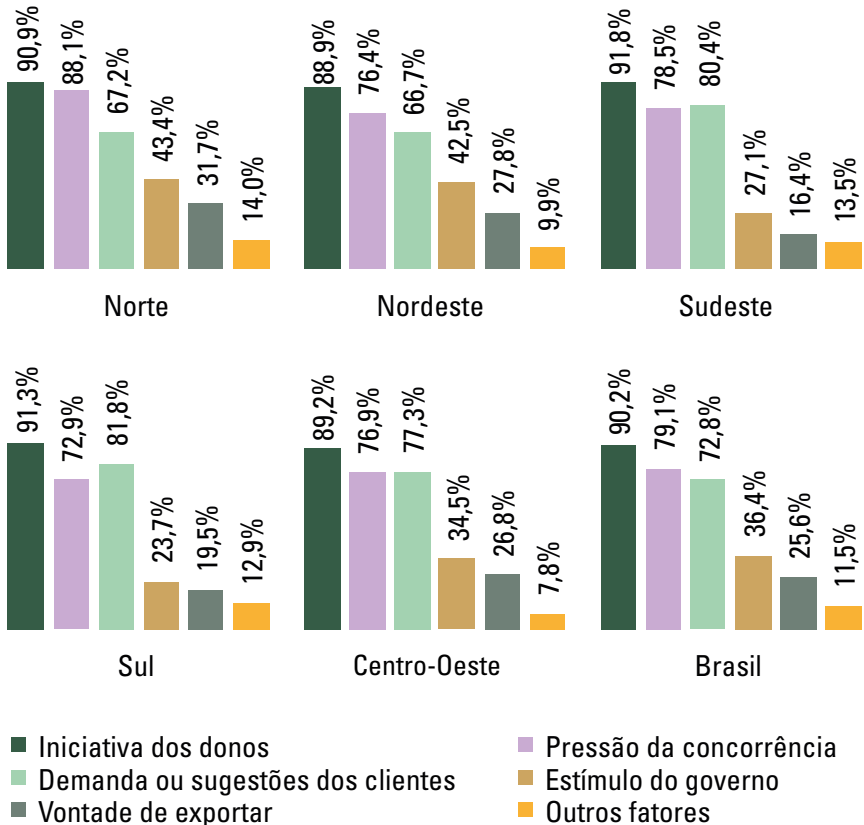
**Total de respostas:** 1074

*Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.*

Entre os fatores que estimulam as empresas a realizar inovações, a iniciativa dos proprietários e a pressão da concorrência foram os mais citados.

## ESTÍMULOS PARA INOVAÇÕES - POR REGIÃO.

*P. Eu vou citar alguns fatores e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse aqueles que estimulam sua empresa a realizar inovações e melhorias. (EST-RM)*



**Total de respostas: 1074**

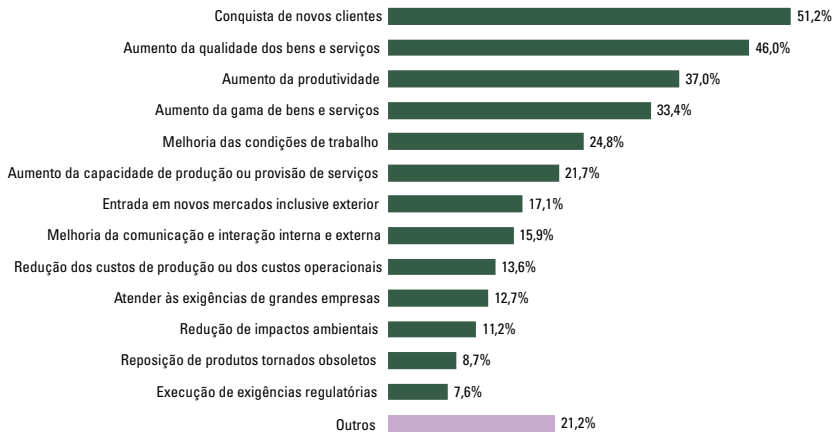
*Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.*

Levando em conta as regiões, nota-se que não existe diferença significativa.

## ESTÍMULOS, OBJETIVOS E BARREIRAS À INOVAÇÃO - OBJETIVOS

## AO INOVAR.

*P. Quais os principais objetivos de sua empresa ao inovar? (ESP-RM)*



**Total de respostas: 1074**

*Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.*

Os objetivos almejados pelas empresas ao inovarem são a conquista de novos clientes e aumento da qualidade dos produtos e serviços.

## OBJETIVOS AO INOVAR - POR REGIÃO.

*P. Quais os principais objetivos de sua empresa ao inovar? (ESP-RM)*

	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL	CENTRO-OESTE	BRASIL
Reposição de produtos tornados obsoletos	6,1%	9,3%		7,7%	8,7%	8,6%
Melhoria das condições de trabalho						
Redução de impactos ambientais	6,9%				8,4%	
Execução de exigências regulatórias	3,5%	5,9%		9,2%	8,9%	7,5%
Atender às exigências de grandes empresas	5,7%					
Aumento da gama de bens e serviços						
Conquista de novos clientes						
Entrada em novos mercados inclusive exterior						



	NORTE	NORDESTE	SUDESTE	SUL	CENTRO-OESTE	BRASIL
Aumento da qualidade dos bens e serviços						
Aumento da capacidade de produção ou provisão de serviços						
Redução dos custos de produção ou dos custos operacionais		8,4%				
Aumento da produtividade						
Melhoria da comunicação e interação interna e externa	7,8%					
Outros						

**Total de respostas: 1074**

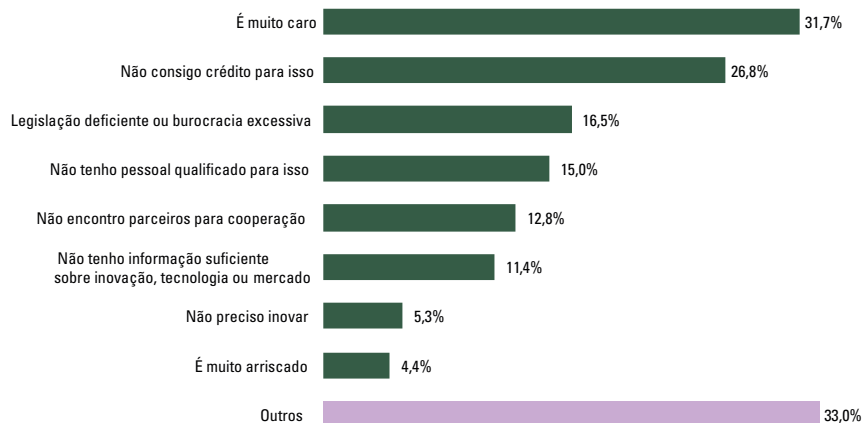
*Apenas para as empresas que tiveram suas ações inovativas confirmadas.*

Analisando as regiões, nota-se que os objetivos relacionados a conquista de novos clientes é mais presente no Sudeste e Centro-Oeste.

## **ESTÍMULOS, OBJETIVOS E BARREIRAS À INOVAÇÃO - PRINCIPAIS**

## BARREIRAS.

*P. Quais as principais barreiras que dificultam sua empresa a inovar? (ESP-RM)*

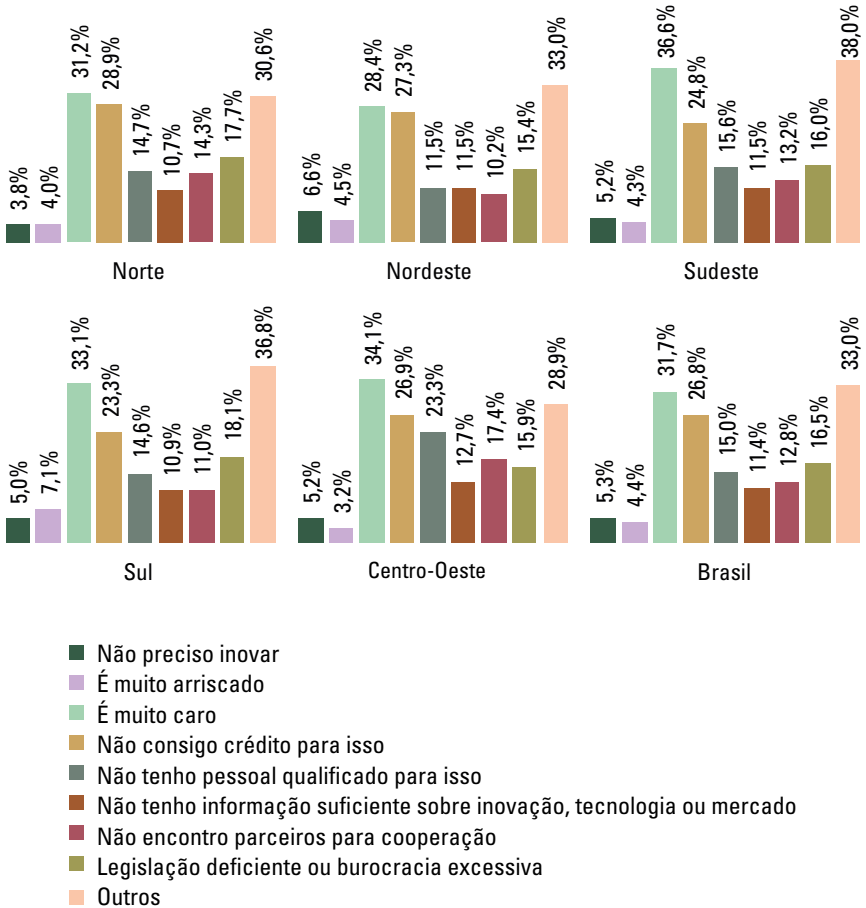


**Total de respostas: 2362**

As barreiras que dificultam a inovação, que foram mais citadas, são aquelas relacionadas à disponibilidade de recursos para realizar a inovação.

## PRINCIPAIS BARREIRAS - POR REGIÃO.

P. Quais as principais barreiras que dificultam sua empresa a inovar? (ESP-RM)

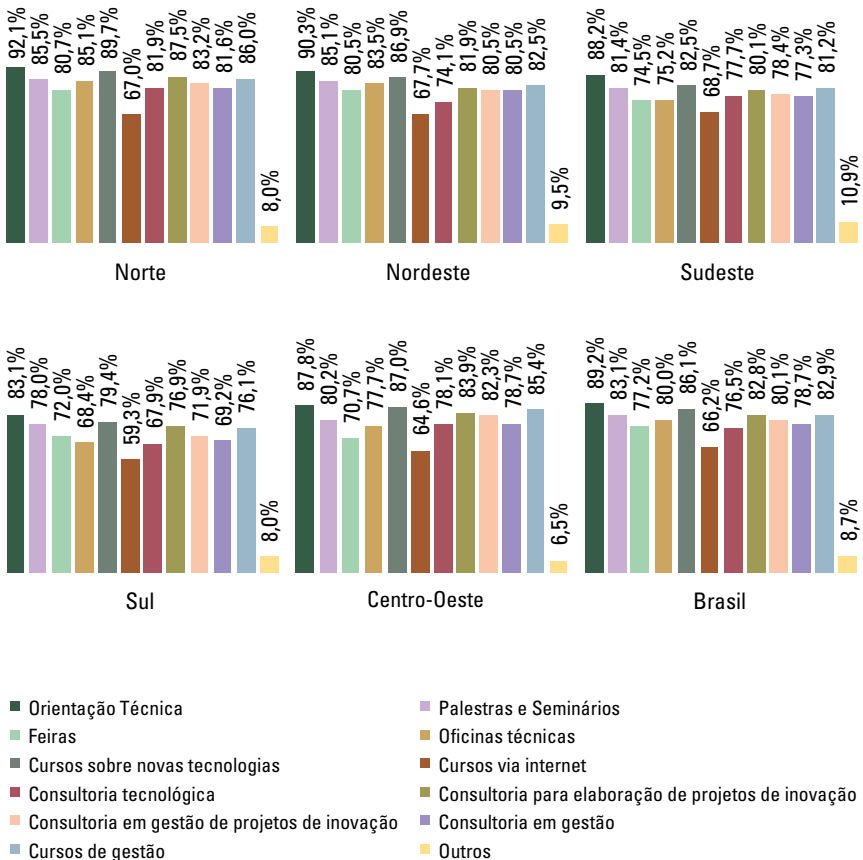


**Total de respostas: 2362**

Levando em conta as regiões, nota-se que no Sudeste o custo envolvido da inovação foi mais citado do que nas outras regiões.

## SERVIÇOS DO SEBRAE QUE ESTIMULAM A INOVAÇÃO - POR REGIÃO.

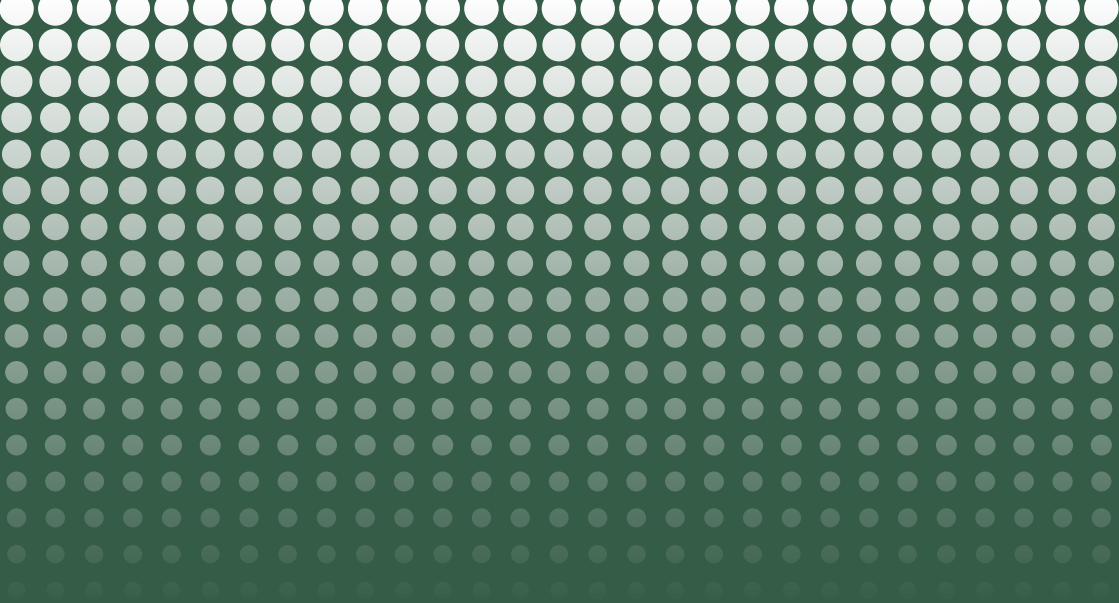
*P. Eu vou citar alguns serviços do Sebrae e eu gostaria que o(a) Sr(a) indicasse aqueles que o(a) Sr(a) acredita que mais estimulam a inovação. (EST-RM)*



**Total de respostas: 2362**

Cruzando os resultados pelas regiões, nota-se que não há diferenças significativas.





0800 570 0800 / [sebrae.com.br](http://sebrae.com.br)