

Inovação e competitividade das MPE brasileiras

Dezembro 2017



meta
pesquisa de opinião



A PESQUISA

OBJETIVO: Avaliar inovação e competitividade das micro e pequenas empresas (MPE) brasileiras.



- Foram entrevistados **5.385** Micro e Pequenas Empresas (MPE);
- Inspirada no **Prêmio MPE Brasil** (metodologia da Fundação Nacional de Qualidade FNQ);
- Os dados foram coletados através de entrevistas por telefone (C.A.T.I.);
- O período de campo da pesquisa aconteceu entre os dias **31/07 e 01/09 de 2017**;
- A amostra foi distribuída entre as 27 Unidades Federativas;
- O erro amostral máximo é de 1,3% para resultados nacionais; e
- O Intervalo de Confiança é de 95,0%.

SUMÁRIO

1. DIMENSÕES DA COMPETITIVIDADE	IR
2. INTRODUÇÃO DE INOVAÇÕES NA EMPRESA.....	IR
3. DESEMPENHO DA EMPRESA APÓS INOVAÇÕES.....	IR
4. FONTES DE INFORMAÇÃO E APOIO PARA REALIZAR INOVAÇÕES.....	IR
5. DESEMPENHO DA EMPRESA NOS ÚLTIMOS 12 MESES.....	IR
6. PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	IR
C ONSIDERAÇÕES FINAIS.....	IR



Resultados

1

Dimensões da Competitividade



Dimensões da Competitividade

Dimensão	Item avaliado
1. Liderança empresarial	1. Empresário fez cursos de gestão
	2. A empresa tem missão e visão
2. Estratégias e planos	3. A empresa tem plano de ação
	4. A empresa tem objetivos e metas
3. Relacionamento com Clientes	5. A empresa tem segmentação de mercado
	6. Monitora satisfação dos clientes
	7. Tem sistema de reclamação
4. Informação e conhecimento	8. Monitora evolução do mercado
5. Gestão de pessoas	9. Funcionários realizaram cursos
6. Processos e resultados	10. Monitora fluxo de caixa

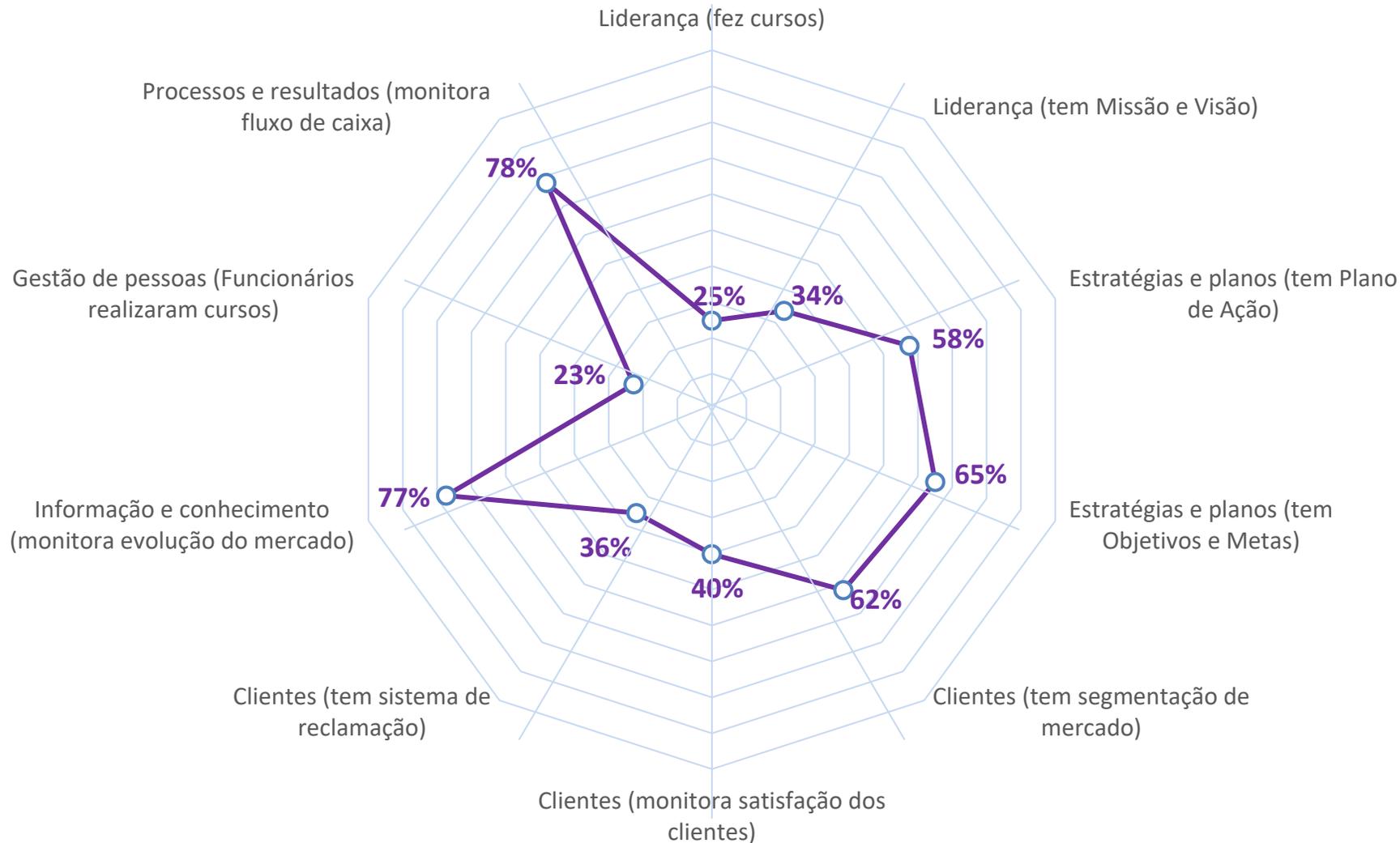
Fonte: MPE Brasil/FNQ

Definições de empresa com respeito ao grau de inovação

- **“Empresa NÃO-inovadora”**: nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, **NÃO** realizou, nenhuma inovação de produto, processo e mercado.
- **“Empresa inovadora”**: nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, realizou inovação de produto **OU** de processo **OU** de mercado.
- **“Empresas MUITO inovadoras”**: nos últimos 12 (doze) meses antes da entrevista, realizou inovação de produto **E** de processo **E** de mercado.

Fonte: Definição própria

DIMENSÕES DA COMPETITIVIDADE

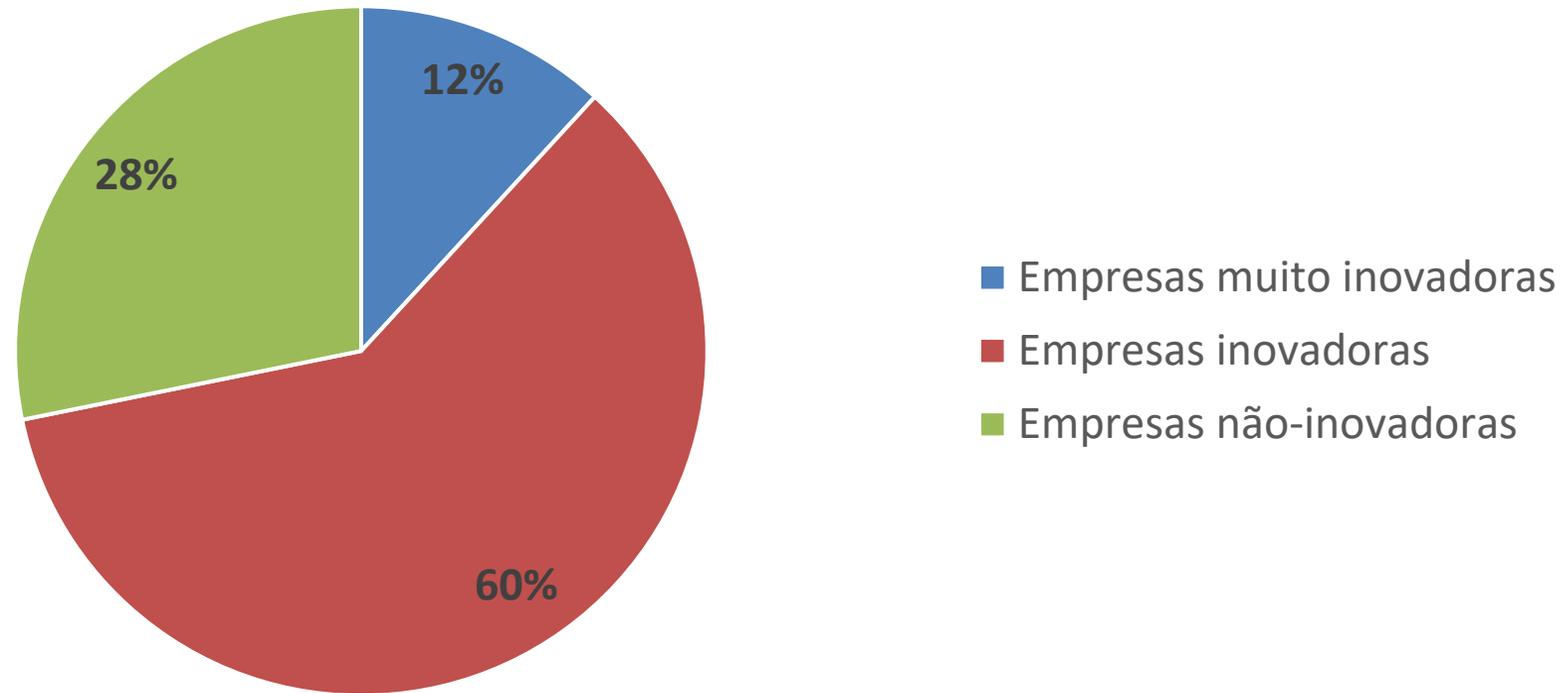


Na média das 5.385
MPE da amostra

- Na análise das 10 dimensões da competitividade, as dimensões “Processo e Resultado” e “Informação e conhecimento” são as que mais estão presentes nas MPE, já que o “monitoramento do fluxo de caixa” e o “monitoramento da evolução do mercado” aparecem, respectivamente, em 78% e 77% das empresas;
- As dimensões da competitividade menos presentes são “Liderança” e “Gestão de Pessoas”: só 25% dos empresários fizeram cursos de gestão e só 23% das empresas realizaram cursos com funcionários.

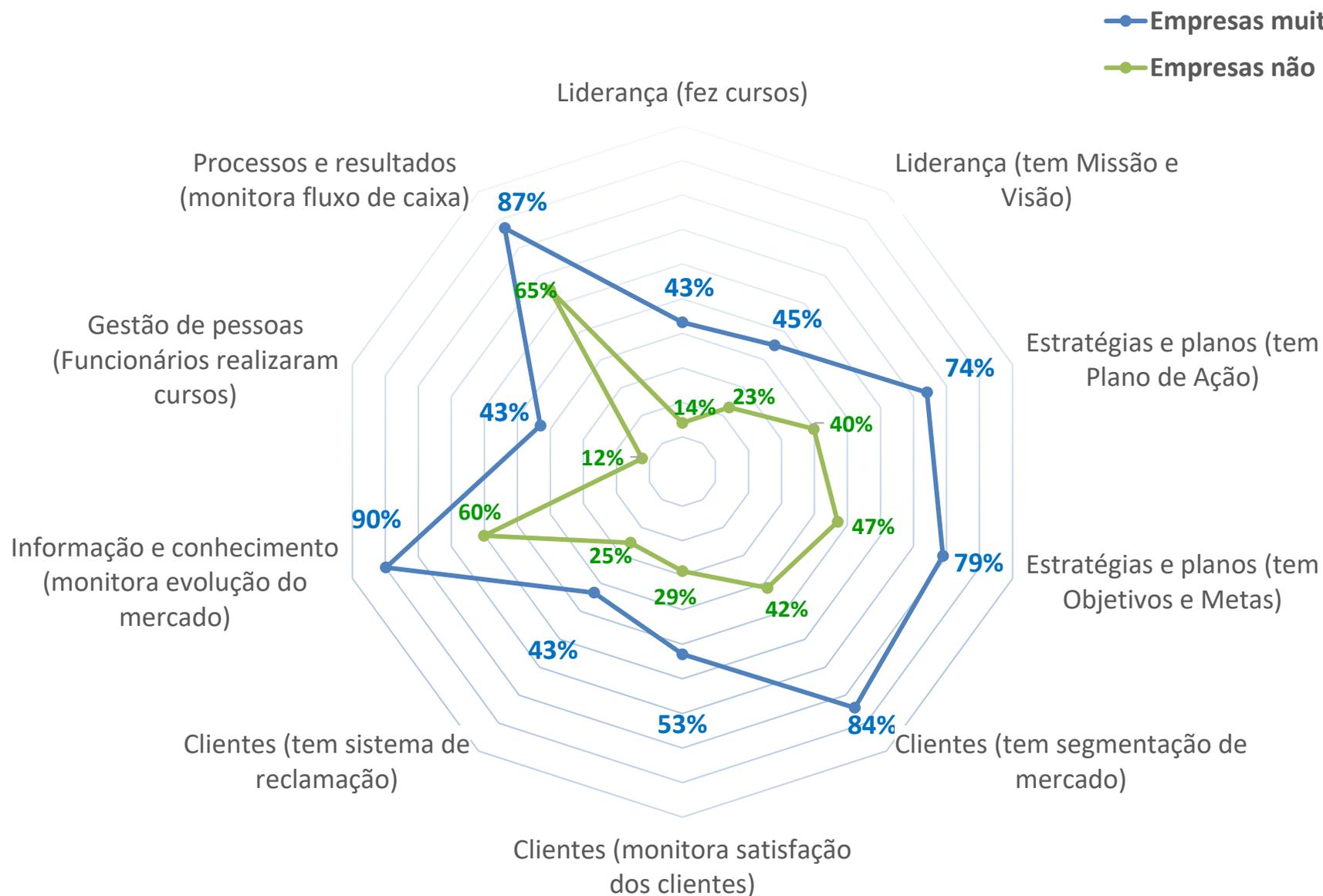
TIPO DE EMPRESA POR GRAU DE INOVAÇÃO

Empresas da amostra



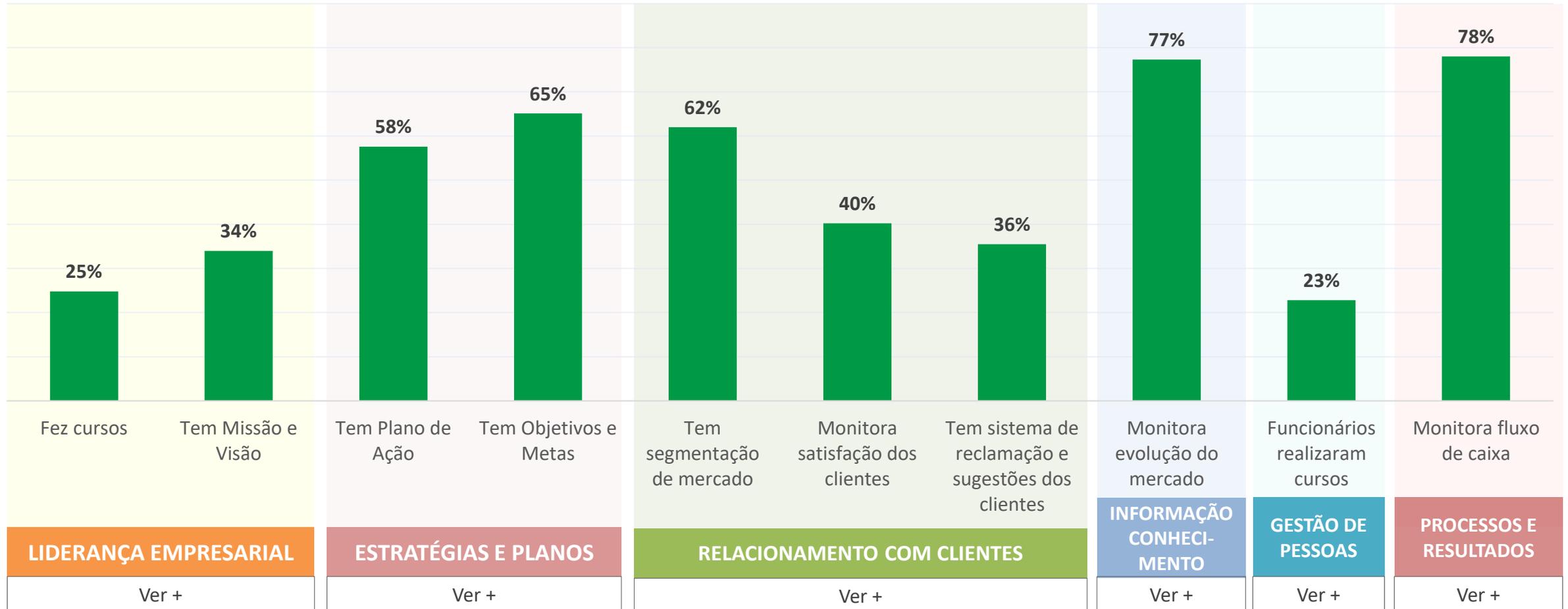
Empresas muito inovadoras: realizaram, nos últimos 12 meses antes da entrevista, inovação de produto e de processo e de mercado;
Empresas inovadoras: realizaram, nos últimos 12 meses antes da entrevista, inovação de produto ou de processo ou de mercado;
Empresas não-inovadoras: não realizaram, nos últimos 12 meses antes da entrevista, nenhuma inovação de produto, processo e mercado;

DIMENSÕES DA COMPETITIVIDADE por GRAU DE INOVAÇÃO DA EMPRESA



- As empresas **MUITO** inovadoras superaram as empresas **NÃO** inovadoras em todas as dimensões da competitividade analisadas;
- Em termos relativos, as maiores diferenças estão na Liderança (empresário fez cursos) e Gestão de pessoas (funcionários fizeram cursos). Portanto, nas empresas não inovadoras, empresários e funcionários estão bem menos preparados.

DIMENSÕES DA COMPETITIVIDADE





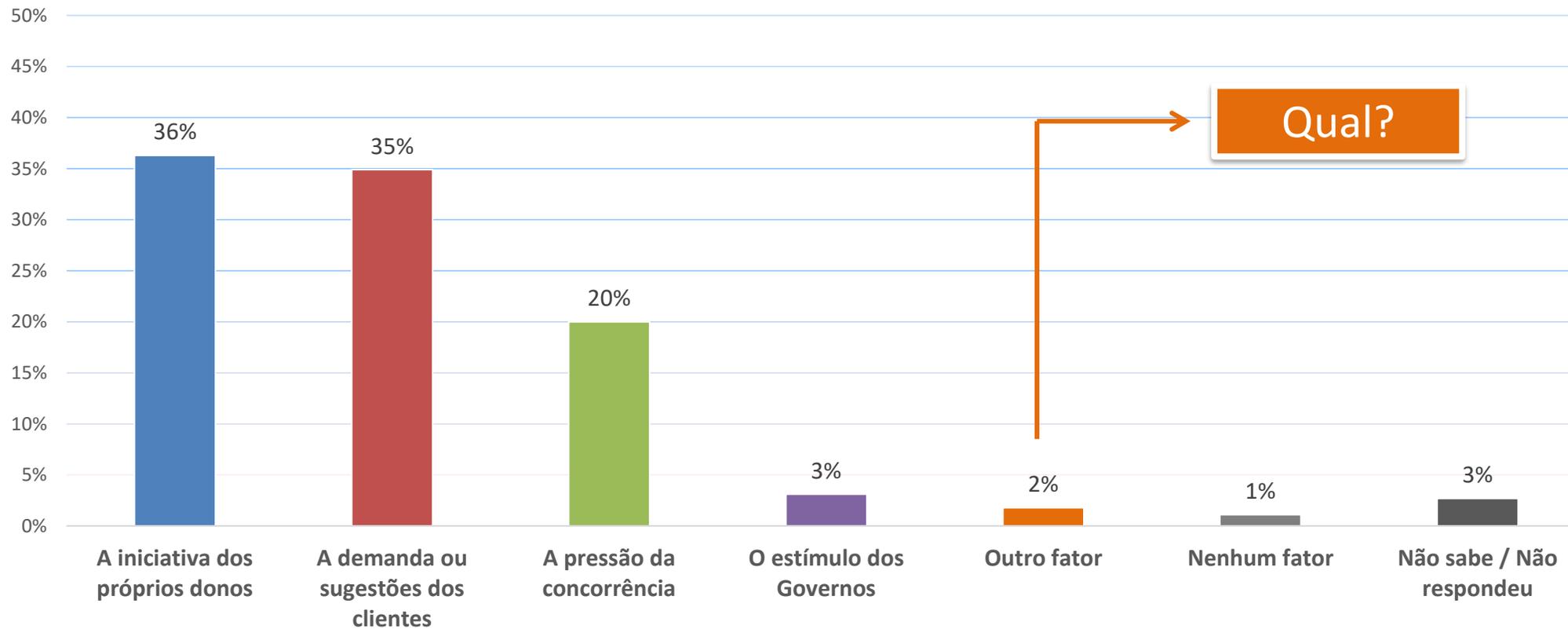
2

INTRODUÇÃO DE INOVAÇÕES NA EMPRESA

Novos produtos, serviços,
processos e mercados

FATORES DE ESTÍMULO PARA REALIZAR INOVAÇÕES

Os empresários apontam que a sua própria iniciativa (36%) e a demanda e sugestões dos clientes (35%), são os principais fatores que estimulam a inovação nas empresas.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

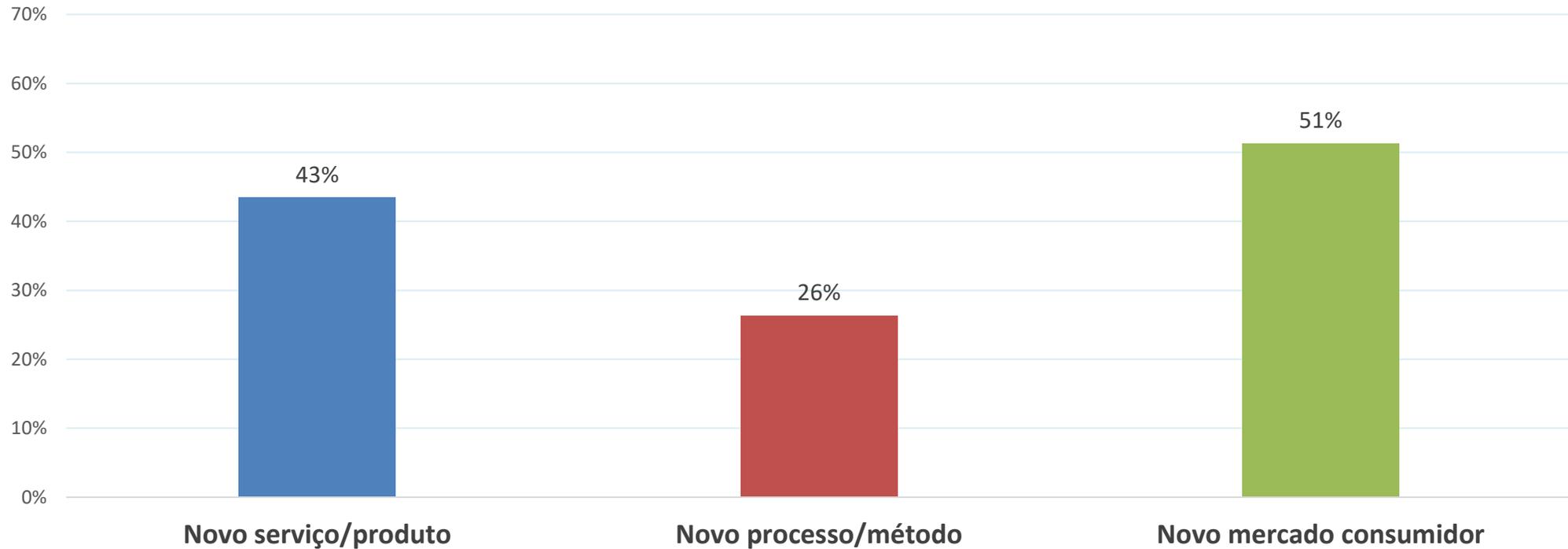
SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

INOVAÇÕES INTRODUZIDAS NA EMPRESA NOS ÚLTIMOS 12 MESES

Nos últimos 12 meses, 51% das empresas conquistou algum novo mercado, 43% introduziu algum novo produto ou serviço e apenas 26% inovou em questões de métodos e processos.

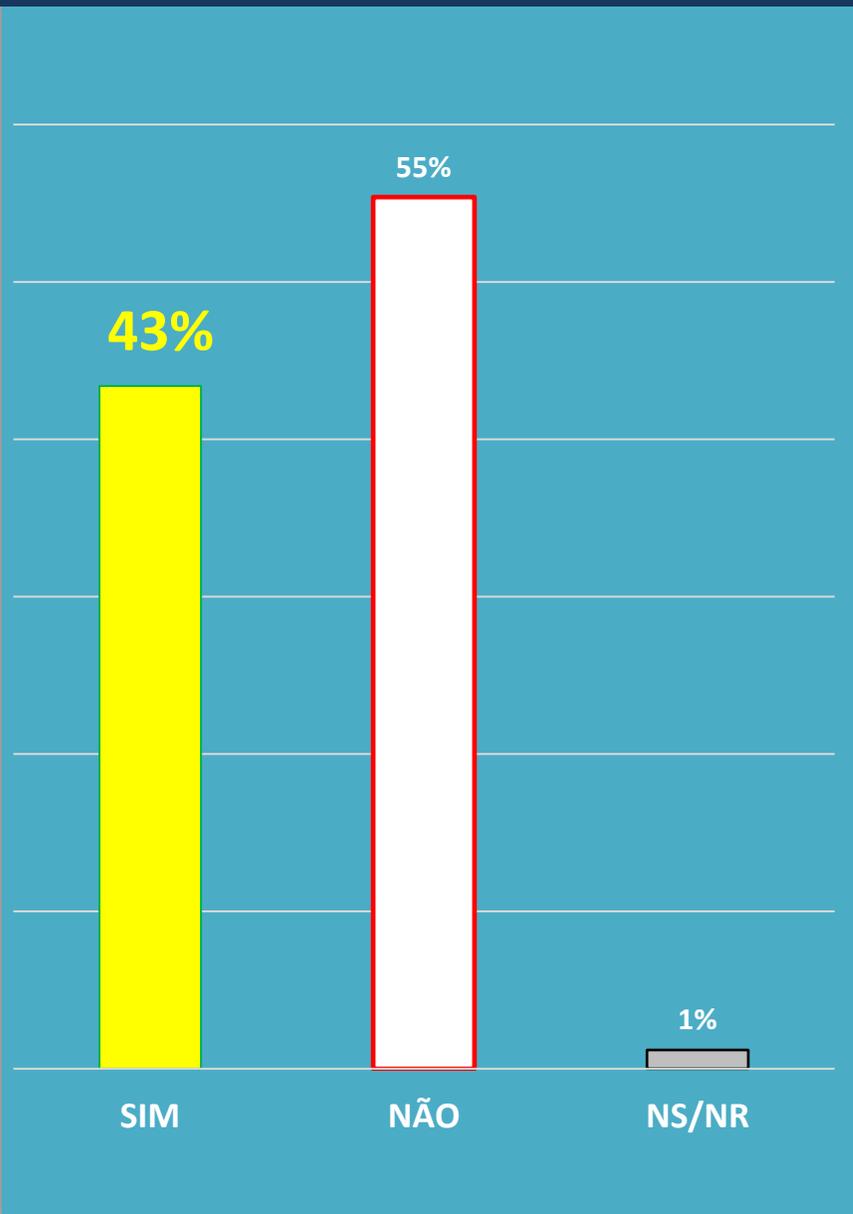


Q12. Nos últimos 12 meses, a sua empresa introduziu algum produto ou serviço novo/diferente dos que já existiam? (RU_ESP)

Q15. Nos últimos 12 meses, a sua empresa introduziu algum processo ou método novo/diferente do que já existia? (RU_ESP)

Q19. Nos últimos 12 meses, a sua empresa conquistou algum novo mercado? (RU_ESP)

INTRODUÇÃO DE NOVOS PRODUTOS E/OU SERVIÇOS



Mais de 4 em cada 10 entrevistados introduziram algum produto ou serviço novo na sua empresa nos últimos 12 meses.

Qual novo serviço/produto?*

Produtos alimentícios – 11%	Produtos automotivos – 3%
Produtos de confecção/têxtil – 7%	Variedade nos produtos – 4 %
Máquinas e equipamentos – 4%	Eletrodomésticos – 1%
Materiais de construção – 3%	Produtos de informática – 3 %
Serviços de informática – 7%	Serviços de transporte – 1 %
Produtos de madeira/mobiliário – 1%	Serviços de educação/qualificação – 3%
Produtos de metal – 0,0%	Outros – 36%
Produtos cosméticos – 9%	NS/NR – 6%

* Respondido por 2.356 entrevistados

NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

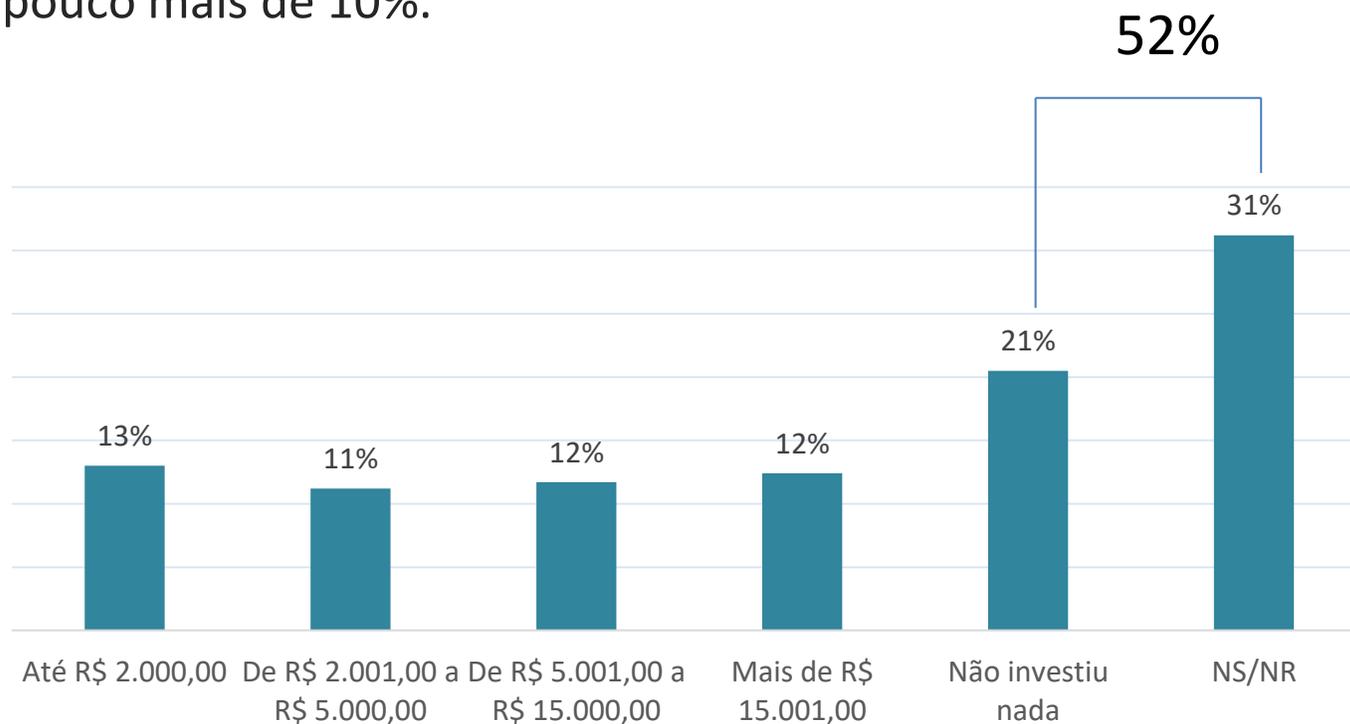
VALOR INVESTIDO PARA DESENVOLVER NOVO PRODUTO/SERVIÇO

Valor médio investido:
R\$ 30 mil

A maioria investe em torno de R\$ 5 mil



Cerca de 20% dos empresários não investiu nenhum valor para introduzir novos produtos e serviços em suas empresas. As demais faixas de investimento representam, separadamente, pouco mais de 10%.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

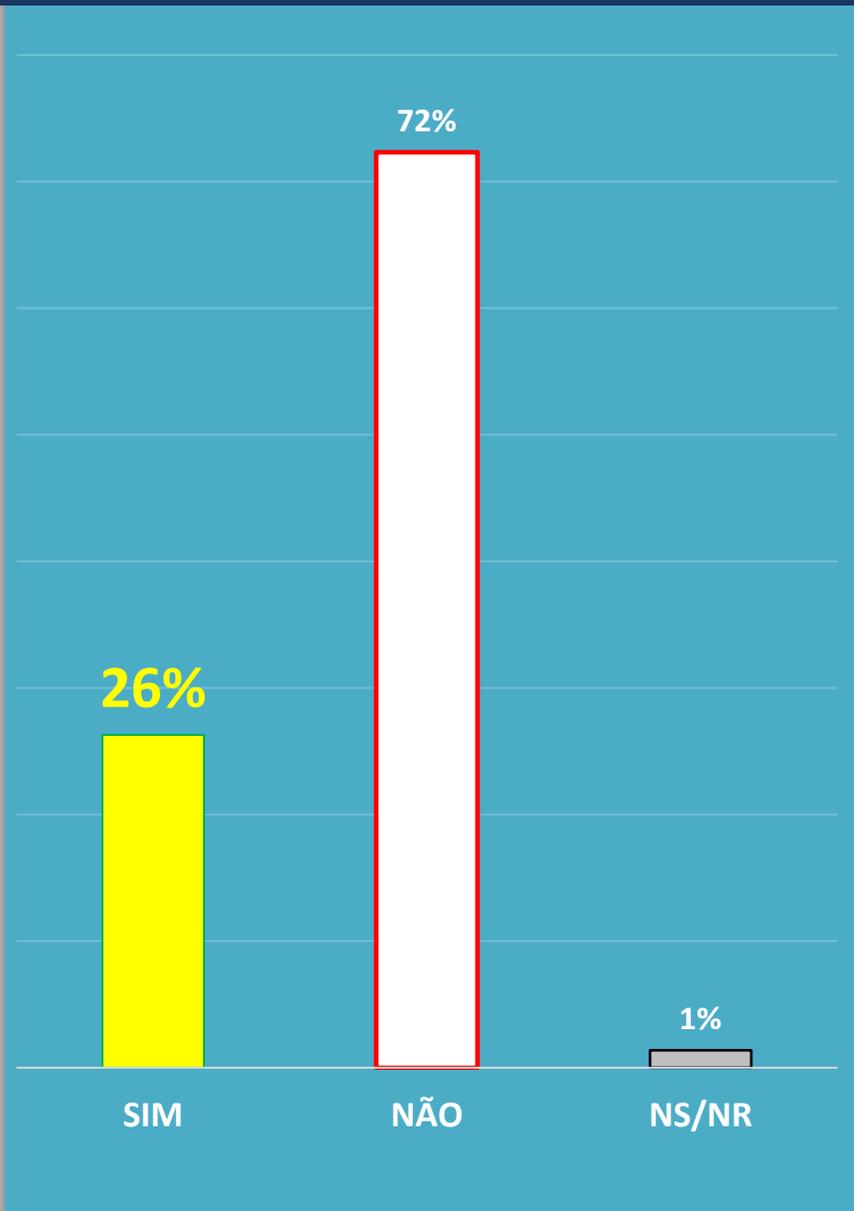
REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

INTRODUÇÃO DE NOVOS PROCESSOS OU MÉTODOS



Cerca de $\frac{1}{4}$ dos entrevistados introduziram algum processo ou método novo na sua empresa nos últimos 12 meses.

Qual novo processo/método?*

- Novos métodos de produção – 15%
- Atendimento ao cliente – 14%
- Mudança no processo de gestão – 12%
- Informatização – 10%
- Mudanças e qualificação de mão de obra – 7%
- Novas tecnologias – 7%
- Ações de marketing – 7%
- Mudanças de layout – 4%
- Máquinas e equipamentos – 3%
- Aceitar cartão de crédito – 1%
- Outros – 18%
- NS/NR – 3%

* Respondido por 1.335 entrevistados

NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

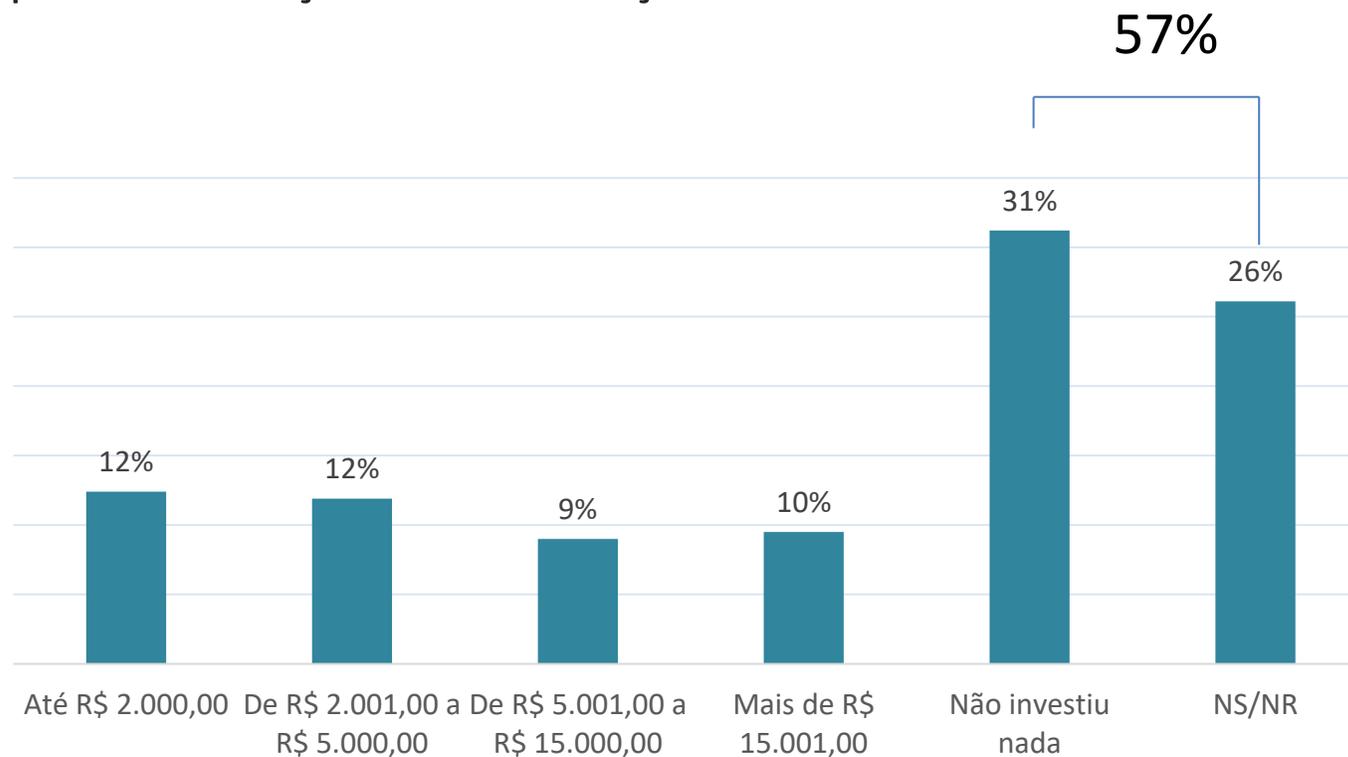
VALOR INVESTIDO PARA DESENVOLVER NOVO PROCESSO/ MÉTODO

Valor médio
investido:
R\$ 23 mil

A maioria investe
em torno de
R\$ 5 mil



Quase 1/3 dos empresários que introduziram algum processo ou método novo nos últimos meses, não investiu nenhum valor para a realização dessa inovação.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

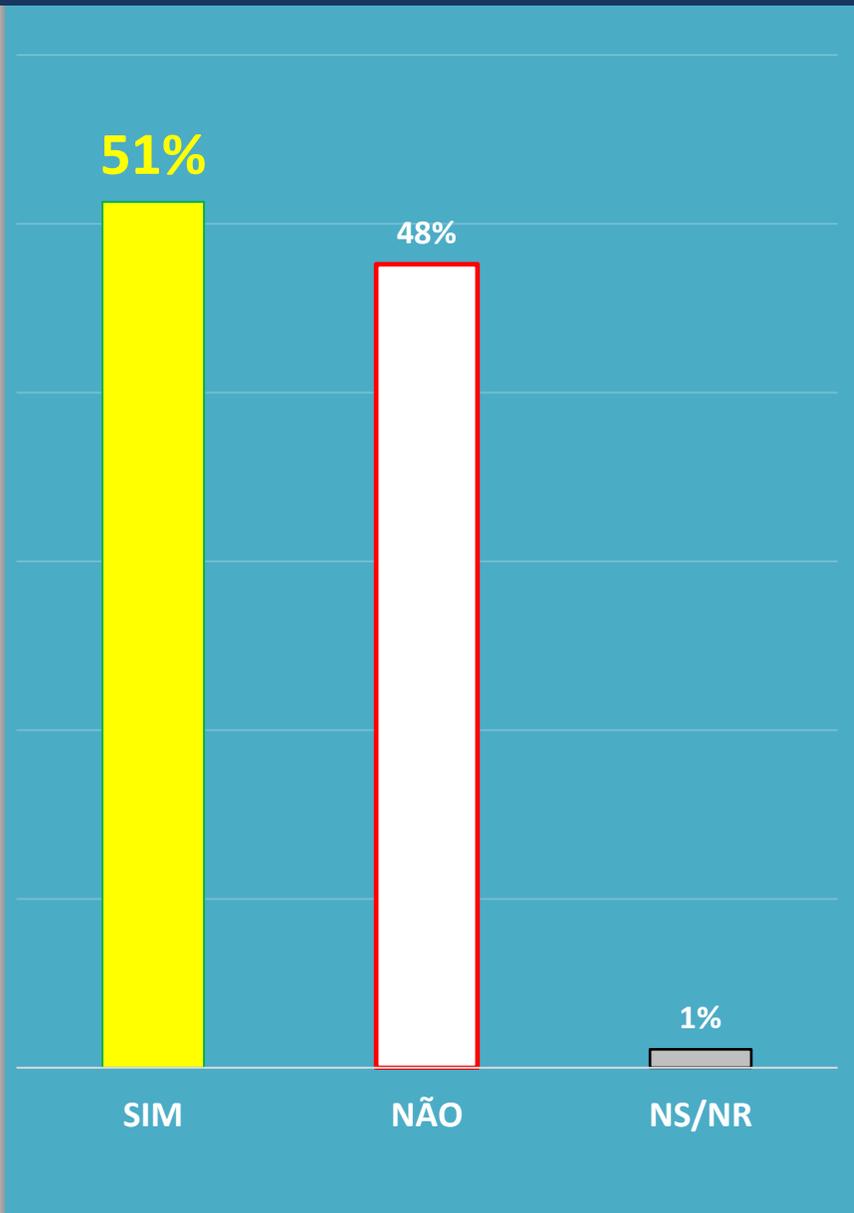
REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

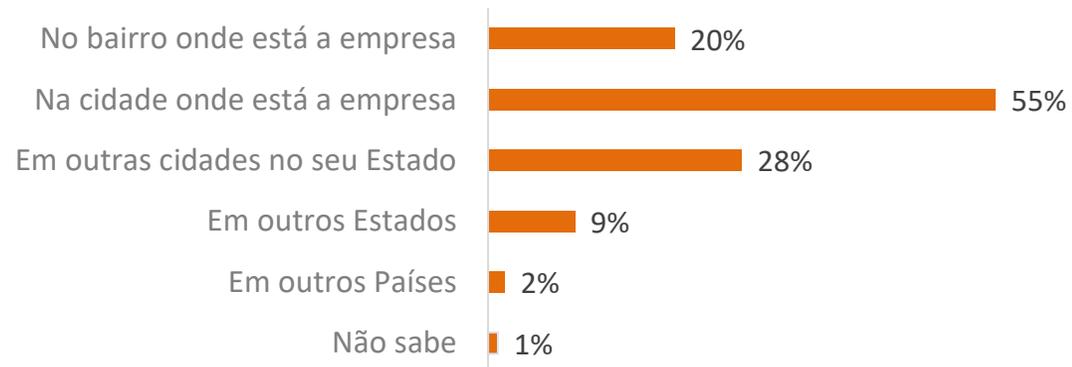
FAIXA ETÁRIA

CONQUISTA DE UM NOVO MERCADO



Mais da metade dos entrevistados conquistaram um novo mercado para a empresa nos últimos 12 meses.

Onde fica este novo mercado?*



* Respondido por 2.872 entrevistados

NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

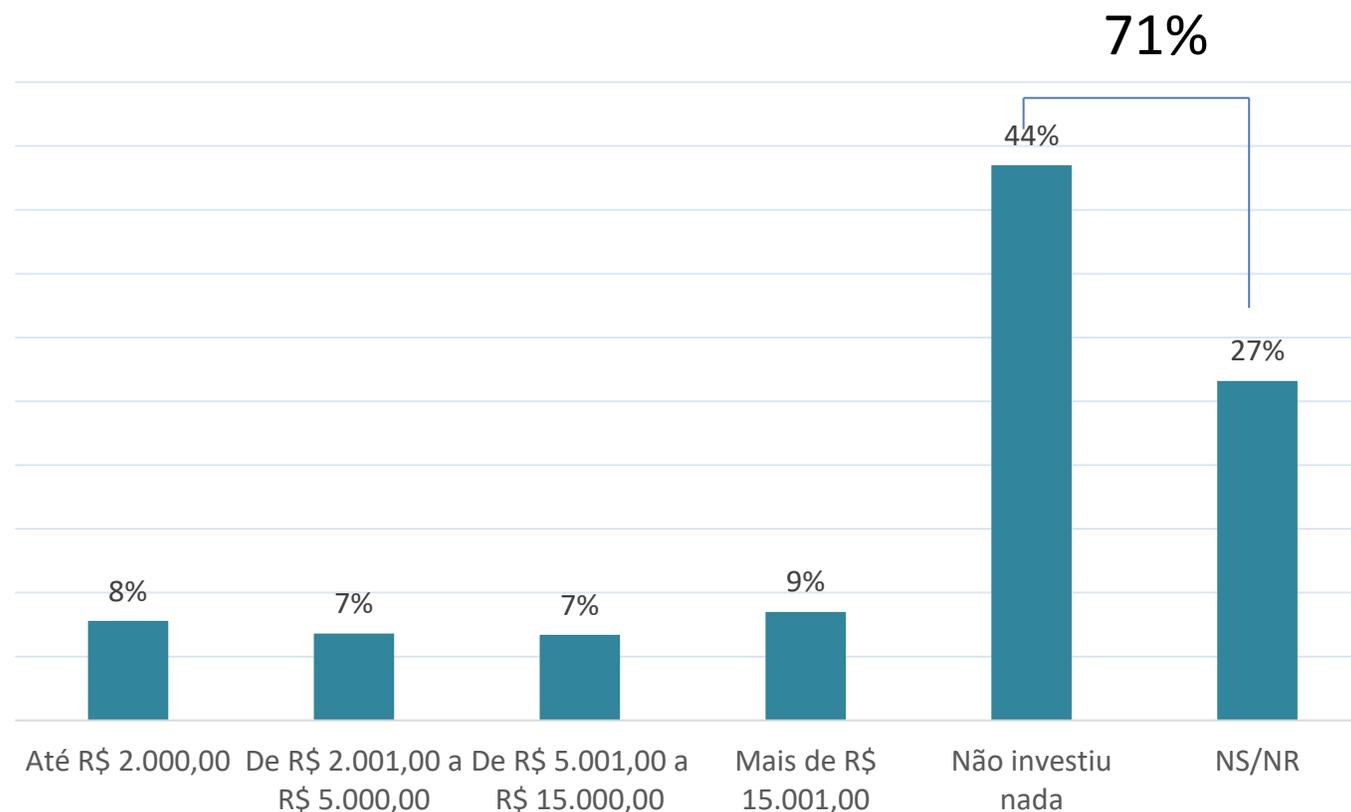
VALOR INVESTIDO PARA CONQUISTAR O NOVO MERCADO

Valor médio investido:
R\$ 28 mil

A maioria investe em torno de
R\$ 6 mil



Aproximadamente 4 em cada 10 empresas que conquistaram um novo mercado, não investiram nenhum valor para essa conquista.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO/UF

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

3

DESEMPENHO DA EMPRESA APÓS AS INOVAÇÕES



DESEMPENHO DA EMPRESA APÓS INTRODUÇÃO DA INOVAÇÃO

Dentre os empresários que introduziram algum tipo de inovação no seu empreendimento nos últimos 12 meses, 66% perceberam uma melhora na imagem da empresa no mercado, 45% perceberam uma melhora na qualidade de vida no trabalho e 37% disseram que houve uma melhora na responsabilidade socioambiental da empresa

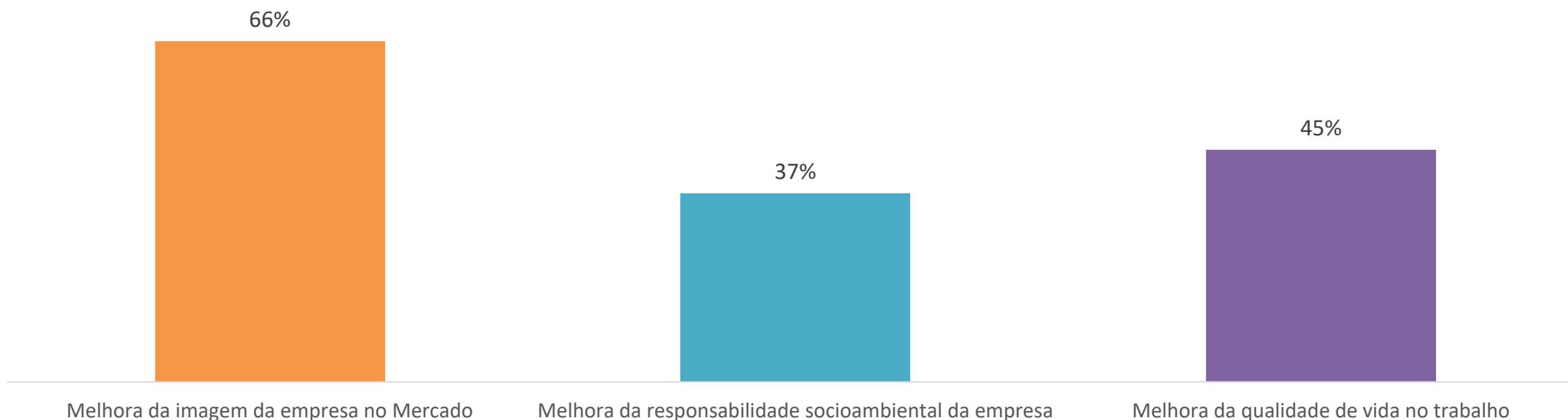
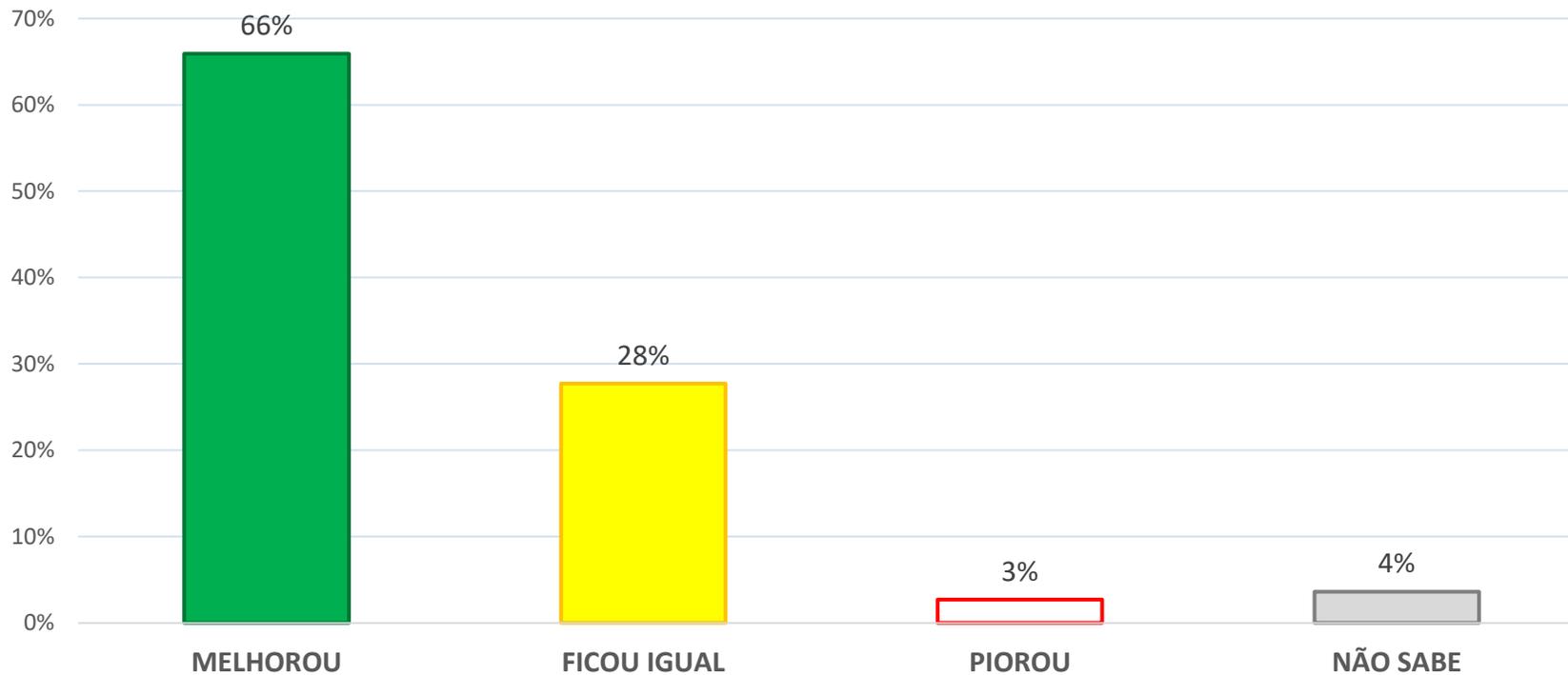


IMAGEM DA EMPRESA NO MERCADO

Das empresas que introduziram alguma inovação nos últimos 12 meses, cerca de 65% apresentou uma melhora de sua imagem no mercado.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

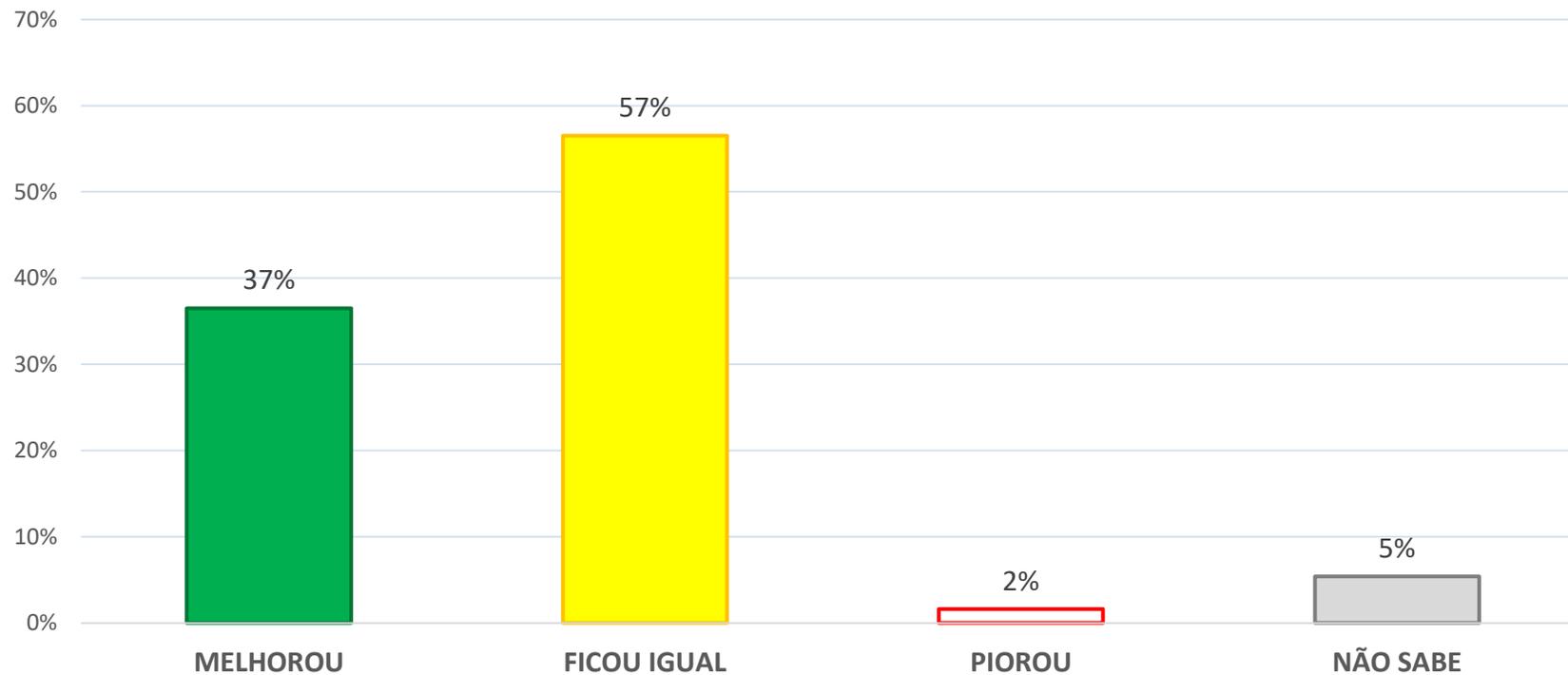
SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Mais de 60% das empresas que introduziram alguma inovação nos últimos 12 meses, apontou que sua responsabilidade socioambiental não apresentou melhorias.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

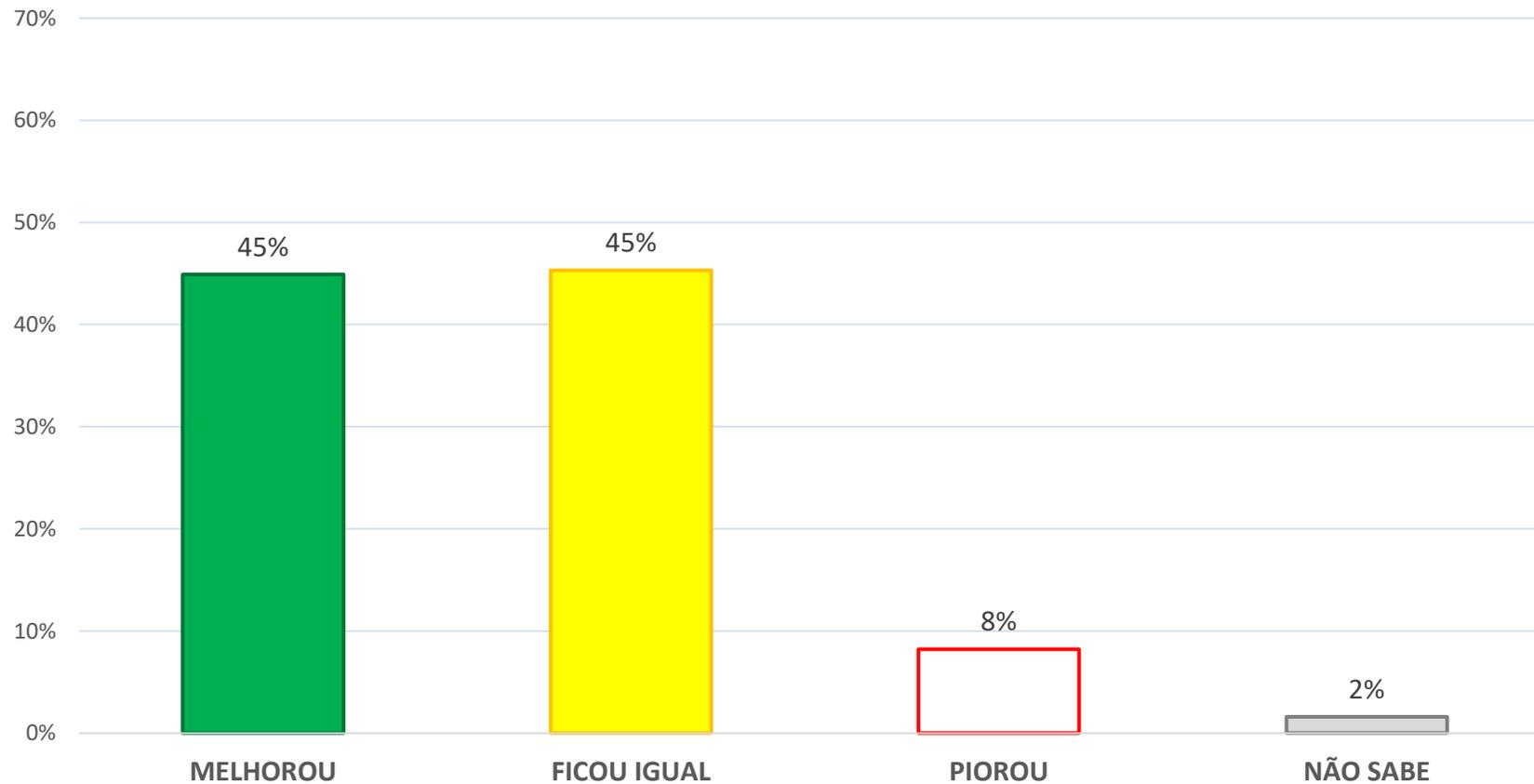
SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

QUALIDADE DE VIDA NO TRABALHO

Um total de 45% dos empresários que introduziram alguma inovação na empresa, afirmam que a qualidade de vida no trabalho melhorou.



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

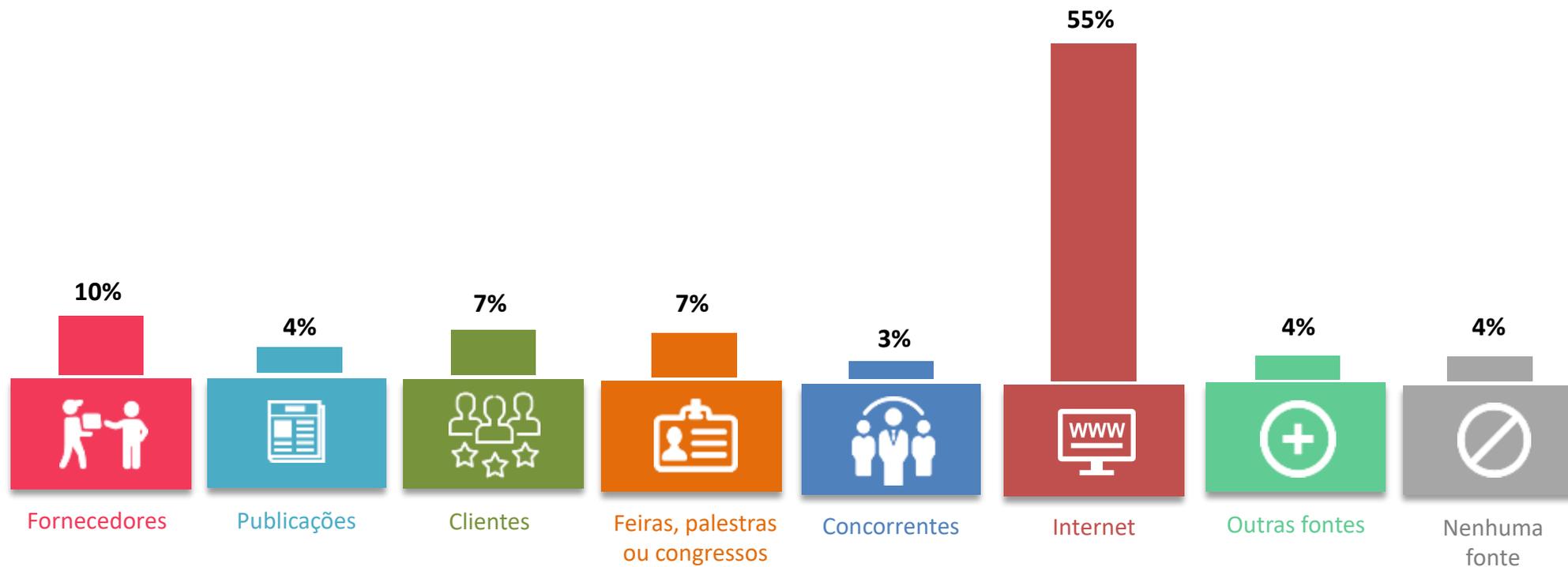
4

FONTES DE INFORMAÇÃO E APOIO PARA REALIZAR INOVAÇÕES



PRINCIPAL FONTE DE INFORMAÇÃO DA EMPRESA

- A principal fonte de informação utilizada para inovar foi a internet (55%)



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

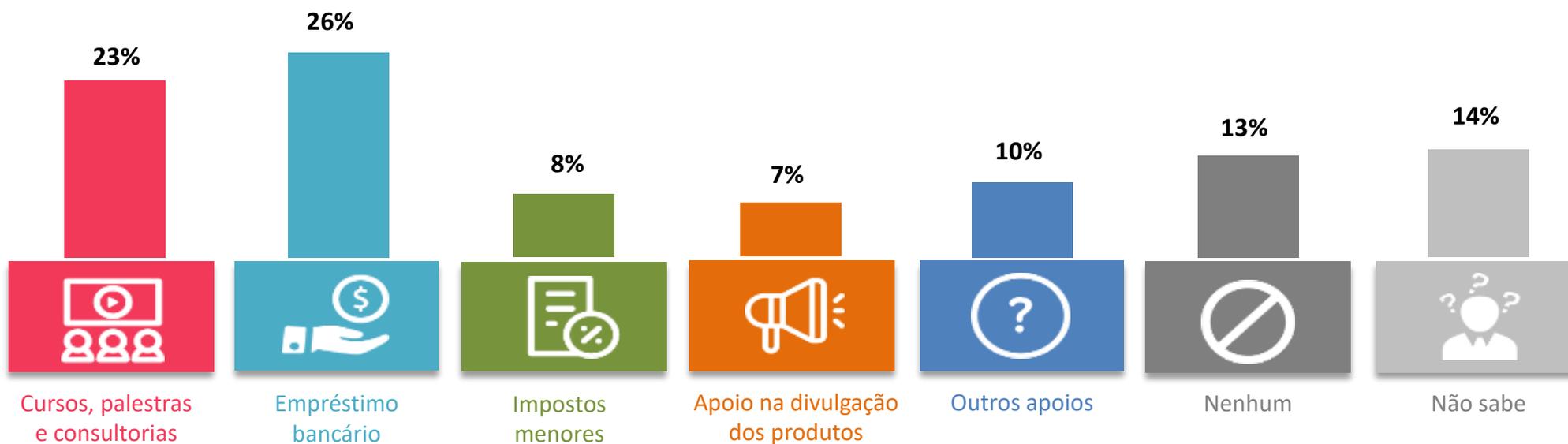
SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

APOIO QUE A EMPRESA NECESSITA PARA REALIZAR INOVAÇÕES

Os dois tipos de apoio mais demandados para as empresas realizarem inovações são os empréstimos bancários (26%) seguidos por cursos, palestras e consultorias (23%)



NACIONAL

GRAU INOVAÇÃO

PORTE

SETOR

REGIÃO

SEXO

ESCOLARIDADE

FAIXA ETÁRIA

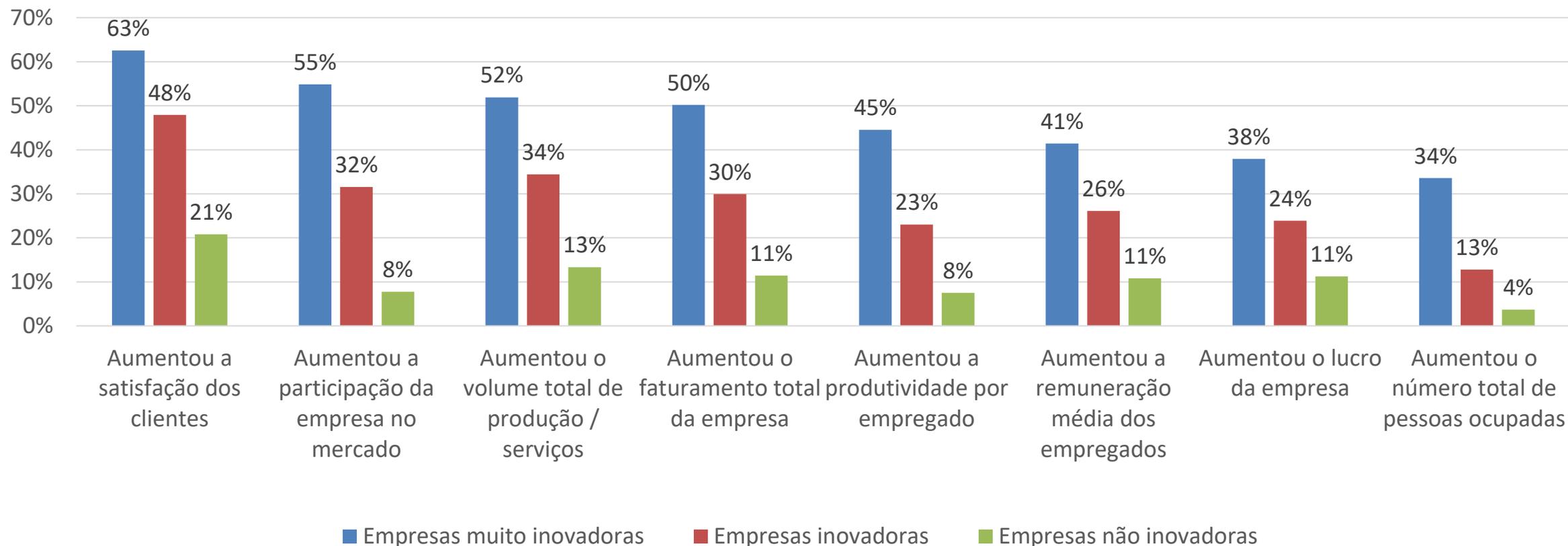
5

DESEMPENHO DA EMPRESA NOS ÚLTIMOS 12 MESES



DESEMPENHO DA EMPRESA - % de entrevistados cujo indicador AUMENTOU

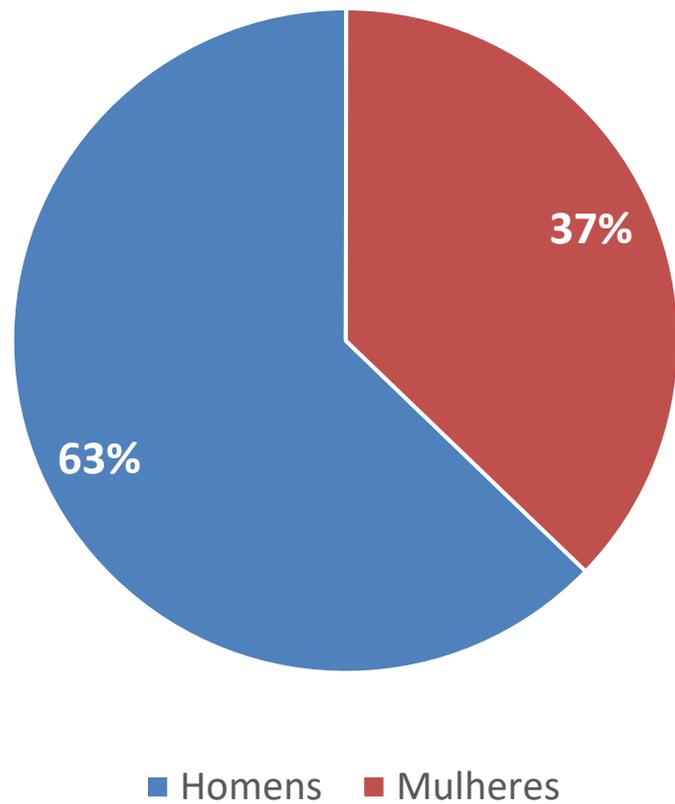
Comparando o ano atual (2017), até o momento da entrevista, com o mesmo período do ano anterior, o resultado que sua empresa está apresentando em termos de ... (apenas as que perceberam “aumento” na comparação de 2017 com 2016)



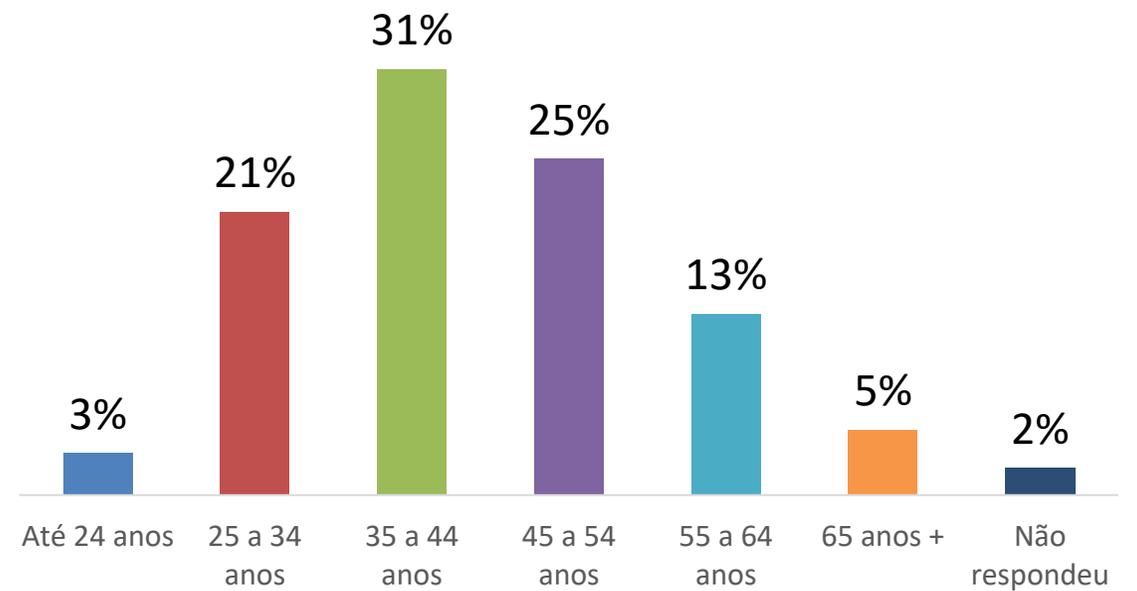
PERFIL DOS ENTREVISTADOS



SEXO E IDADE DOS CLIENTES

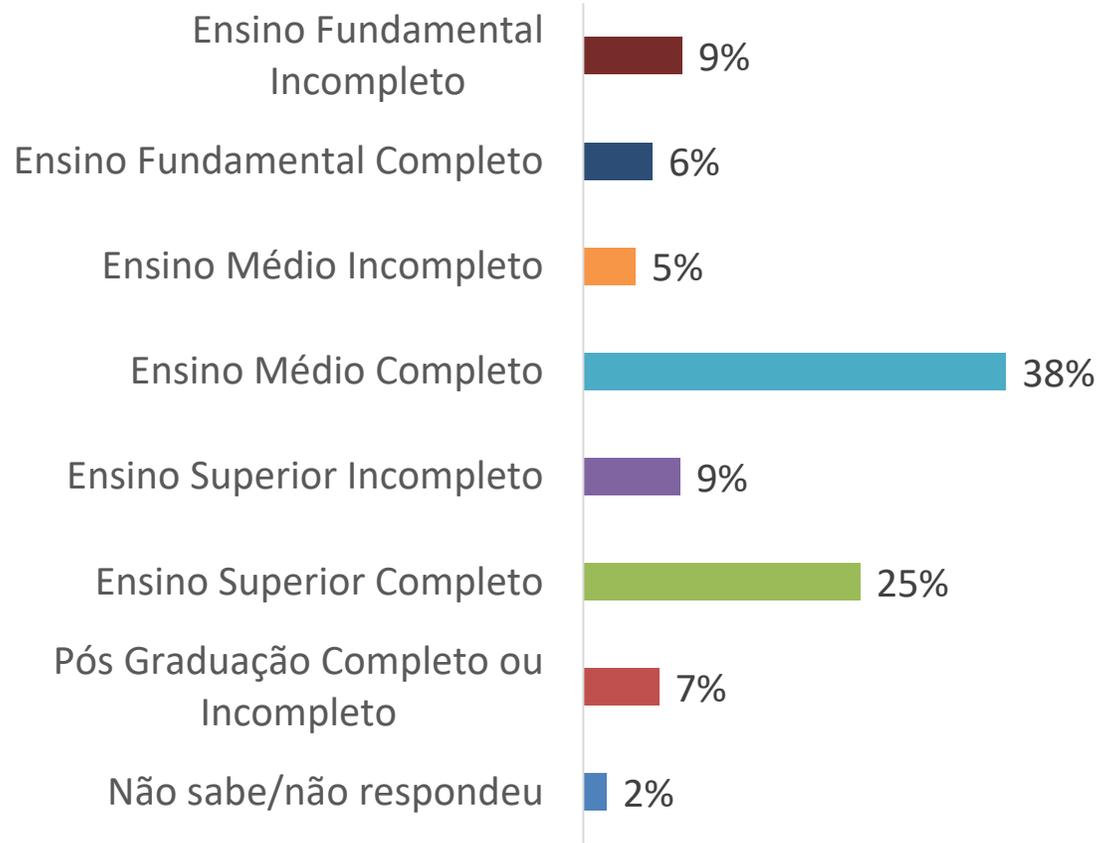


Q38. Sexo

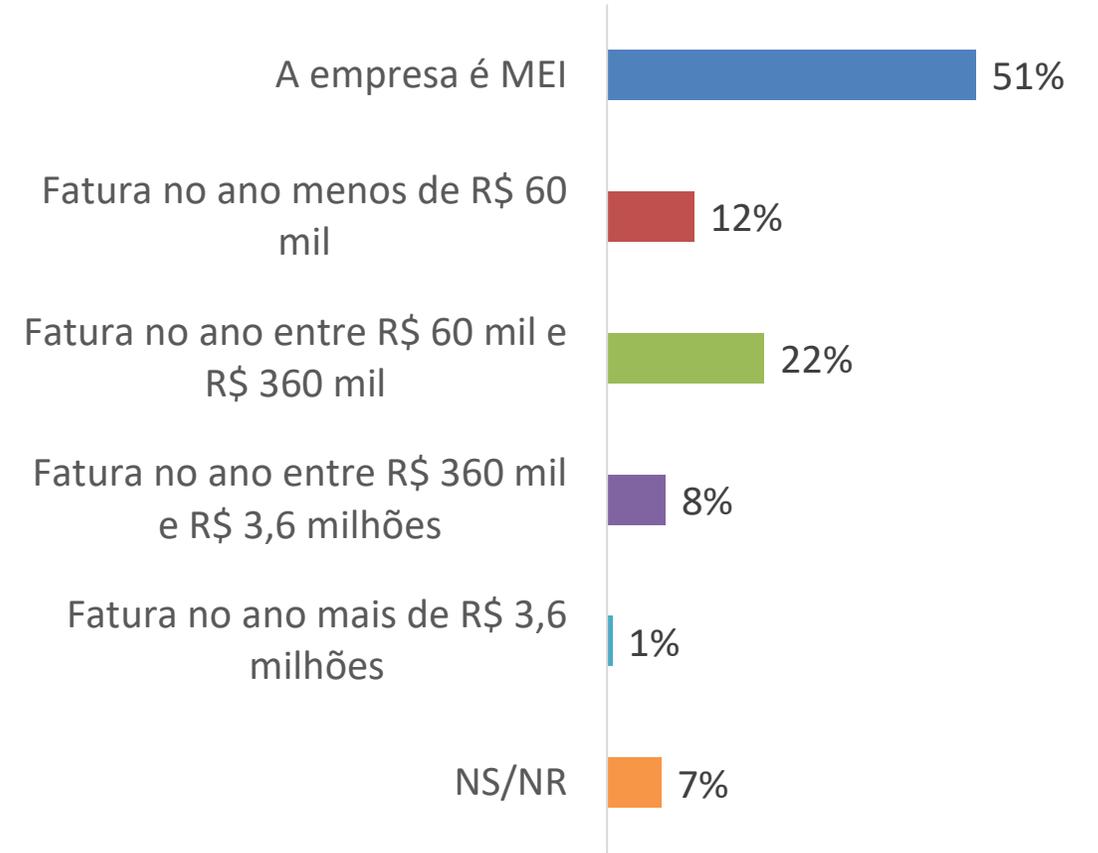


Q36. Idade

GRAU DE INSTRUÇÃO E FATURAMENTO



Q37. Grau de instrução



Q35. Faturamento



Considerações finais



As dimensões da competitividade das empresas com índices **mais positivos** referem-se ao monitoramento do fluxo de caixa (**Processos e Resultados**), ao monitoramento da evolução do mercado (**Informação e Conhecimento**), ao estabelecimento de objetivos e metas de produção ou vendas (**Estratégias e Planos**), e a existência de estratégias para atender diferentes perfis de clientes (**Segmentação de Mercado**).



Por outro lado, as dimensões referentes à capacitação de proprietários e sócios (**Liderança Empresarial**) e à capacitação de funcionários (**Gestão de Pessoas**) obtiveram **índices baixos**.



Quanto **mais inovadoras** as empresas e quanto **mais jovens e escolarizados** os empresários, **maiores os índices** alcançados em todas as dimensões da competitividade das empresas.



Empresas de Pequeno Porte (EPPs) e empresas do setor de **Serviços** tendem a ter um desempenho **mais positivo** em todas as dimensões de competitividade avaliadas na pesquisa.



Por outro lado, os **micro empreendedores individuais** (MEIs) e as empresas dos setores da **Indústria e da Construção Civil** apresentaram **desempenho menos satisfatório** nas dimensões de competitividade empresarial avaliadas.



Os dois principais fatores para estimular a inovação na empresa são a **iniciativa dos próprios empresários**, bem como a **demanda e as sugestões dos clientes**.



A **pressão da concorrência** foi citado por 20% dos entrevistados.



Além disso, nota-se que as MPE brasileiras **não tendem a contar** com o auxílio do **Estado** para promover inovação em seus negócios: apenas 3% diz que o estímulo dos governos é fator determinante para realizar inovações.



Empresas de pequeno porte, empresas do setor de **Serviços** e **empresas muito inovadoras** tendem a colocar ainda mais peso na **iniciativa dos próprios empresários** para realizar inovações.



Já os **Micro empreendedores individuais** e as empresas do setor da **Indústria e Construção Civil** citam como principal estímulo para a introdução de inovações, as **demandas e sugestões dos clientes**.



Quanto **mais jovens** os empresários, maior a tendência de citarem a iniciativa dos próprios donos da empresa como fator principal para a inovação.



Por outro lado, **quanto maior a idade** dos entrevistados, maior o peso das **sugestões e demandas dos clientes** com fator principal para a introdução de inovações nas empresas.



O tipo de inovação mais introduzida nas empresas pesquisadas foi a **conquista de um novo mercado consumidor** (51% das empresas). A introdução de um **novo produto ou serviço** nos últimos 12 meses foi citado por 43% dos empresários. Por outro lado, apenas $\frac{1}{4}$ dos empresários introduziram algum novo **processo ou método** no seu empreendimento.



As **empresas de pequeno porte** são as que introduziram, em maior proporção, inovações nos últimos 12 meses. Já os **micro empreendedores individuais** tendem a introduzir inovações com menor frequência, se comparados aos EPPs e MEs.



Quando **mais jovens** e **mais escolarizados** os empresários, maiores as chances de terem introduzido alguma inovação na empresa nos últimos 12 meses.



Após a introdução das inovações, cerca de 2/3 dos entrevistados perceberam uma **melhora na imagem da empresa junto ao mercado**, especialmente as EEPs e as empresas muito inovadoras.



Cerca de 45% dos empresários perceberam **melhora da qualidade de vida no trabalho** após a introdução das inovações, especialmente os Micro Empresários Individuais e as Micro Empresas, e o setor da Indústria e Construção Civil.



Pouco mais de 1/3 dos entrevistados verificaram **melhora na responsabilidade socioambiental** da empresa após a introdução de inovações.



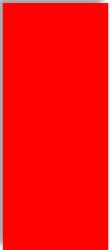
A principal **fonte de informação** que as empresas utilizam para se atualizar sobre inovações de produtos, processos e mercados é a **internet**.



Empréstimos bancários e a **oferta de cursos, palestras e consultorias** são os principais **tipos de apoio** citados pelos empresários para que possam realizar inovações nos seus empreendimentos.



Empréstimo bancários foram citados especialmente pelos **MEIs** como principal tipo de apoio para que consigam introduzir inovações na empresa.



Com relação ao **desempenho da empresa** nos últimos 12 meses, a maior parcela dos empresários viu o **volume total de produção/serviços**, o **faturamento total** da empresa e o **lucro** da empresa **diminuir**.



Os resultados negativos são mais expressivos no setor da **Indústria e Construção Civil**, entre as **empresas não inovadoras**, nos empreendimentos da região **Sudeste** e entre empresários **menos escolarizados** e com **idade mais elevada**.



Por outro lado, as **empresas muito inovadoras** registraram, em grande proporção, um **aumento na produtividade** dos seus empregados, na **participação da empresa no mercado** e na **satisfação dos clientes** nos últimos 12 meses.

A pesquisa “Inovação e competitividade das MPE brasileiras” é um produto da **Unidade de Gestão Estratégica** do Sebrae Nacional.

Equipe UGE que trabalhou neste relatório

Marco Aurélio Bedê (coordenador)
marco.bede@sebrae.com.br

Kennyston Costa Lago
Kennyston.lago@sebrae.com.br



Mais informações:
Marco Aurélio Bedê – marco.bede@sebrae.com.br

