



# Inovação e competitividade nas MPEs paulistas

Observatório das MPEs

Junho de 2008



# Introdução

- **Objetivos:**
  - Avaliar a questão da competitividade e da gestão empresarial no universo das micro e pequenas empresas (MPEs) paulistas (\*).
  - Identificar o grau de inovação nas MPEs paulistas.
- **Amostra planejada:**
  - 450 MPEs (1/3 indústria, 1/3 comércio e 1/3 serviços).
- **Metodologia:**
  - Entrevistas pessoais.

\* Com o uso dos tópicos sobre competitividade levantados no Prêmio Superação Empresarial. Tal prêmio é promovido pelo SEBRAE-SP, Federação das Indústrias do Estado de São Paulo (FIESP), Instituto Paulista de Excelência da Gestão (IPEG) e Grupo Gerdau.



# COMPETITIVIDADE



Avaliar a gestão da empresa por meio de:

- **Liderança**
- **Estratégias e planos**
- **Clientes**
- **Sociedade**
- **Informação e conhecimento**
- **Pessoas**
- **Processos e resultados**

- 83% não realizaram **treinamentos** (2006)
- 83% não têm, **por escrito**, uma definição de **missão e visão**
- 52% **não compartilham** informações com os empregados\*

## Estratégias e planos

- 43% não estabelecem **metas** de produção/ vendas
- 38% não têm um **plano** para atingir seus objetivos

Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP. Pesquisa de campo.

Base: 385 respondentes. \* 297 respondentes com empregados.

- 61% não adotaram medidas p/ conter o **consumo** de **energia** ou **água** em 2005/06
- 48% não conhecem os **impactos** de suas atividades no **meio ambiente**
- 21% conhecem o impacto, mas não realizam ações para **minimizá-lo**
- 55% não realizam **ações sociais espontâneas**, exceto as obrigações legais
- 76% não **estimulam** os **empregados** a realizar **ações sociais\***

Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP. Pesquisa de campo. Base: 385 respondentes.

\* 300 respondentes com empregados.

## Informação e conhecimento

- 45% não introduzem melhorias e **inovações**
- Das empresas que têm microcomputador, 45% não o utilizam em **atividades administrativas/gestão/controle**
- 36% não costumam **acompanhar** a evolução do mercado em que atuam

## Pessoas

- 77% não tiveram empregados participando de cursos em 2006\*

Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP. Pesquisa de campo. Base: 385 respondentes.

\* 299 respondentes com empregados.

- 83% não têm **estratégias** de segmentação de clientes
- 72% não têm **sistemas específicos** de **reclamações/ sugestões** de clientes
- 71% não têm nenhum instrumento p/ identificar a **satisfação** dos clientes
- Apenas 25% **adotaram sugestões** de clientes (2006).

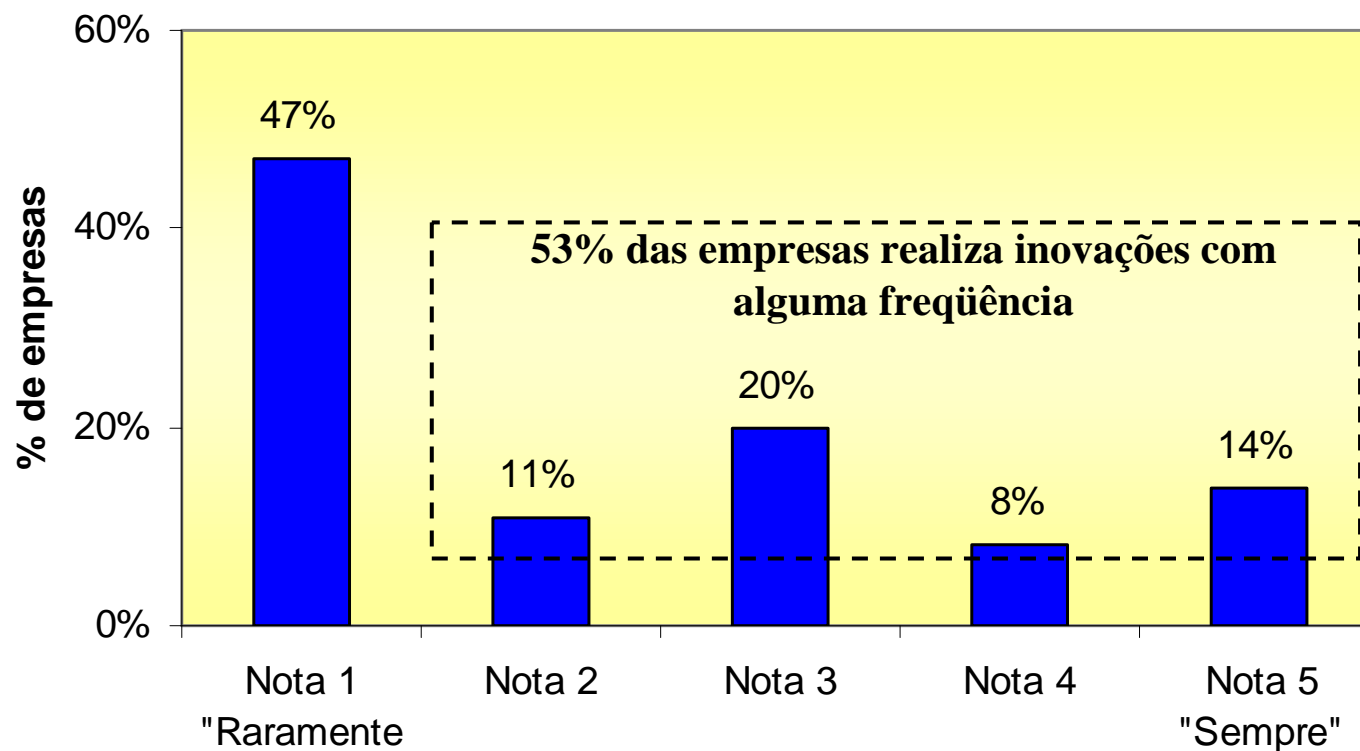
## Processos e resultados

- 25% não acompanham o **fluxo de caixa**
- A **produtividade** (faturamento/pessoas ocupadas) teve **queda de 2%** no último ano



# INOVACÃO

## Nota atribuída à frequência com que a empresa realiza aperfeiçoamentos, introduz inovações, melhorias ou novidades no seu negócio



Fonte: Observatório das MPes/ Sebrae-SP. Base: 400 respondentes.

Nota: Nota atribuída pela próprio empresário, em uma escala de 1 a 5 (auto avaliação).



## Exemplos de aperfeiçoamento, inovação, melhoria ou novidade que já implantou, na empresa

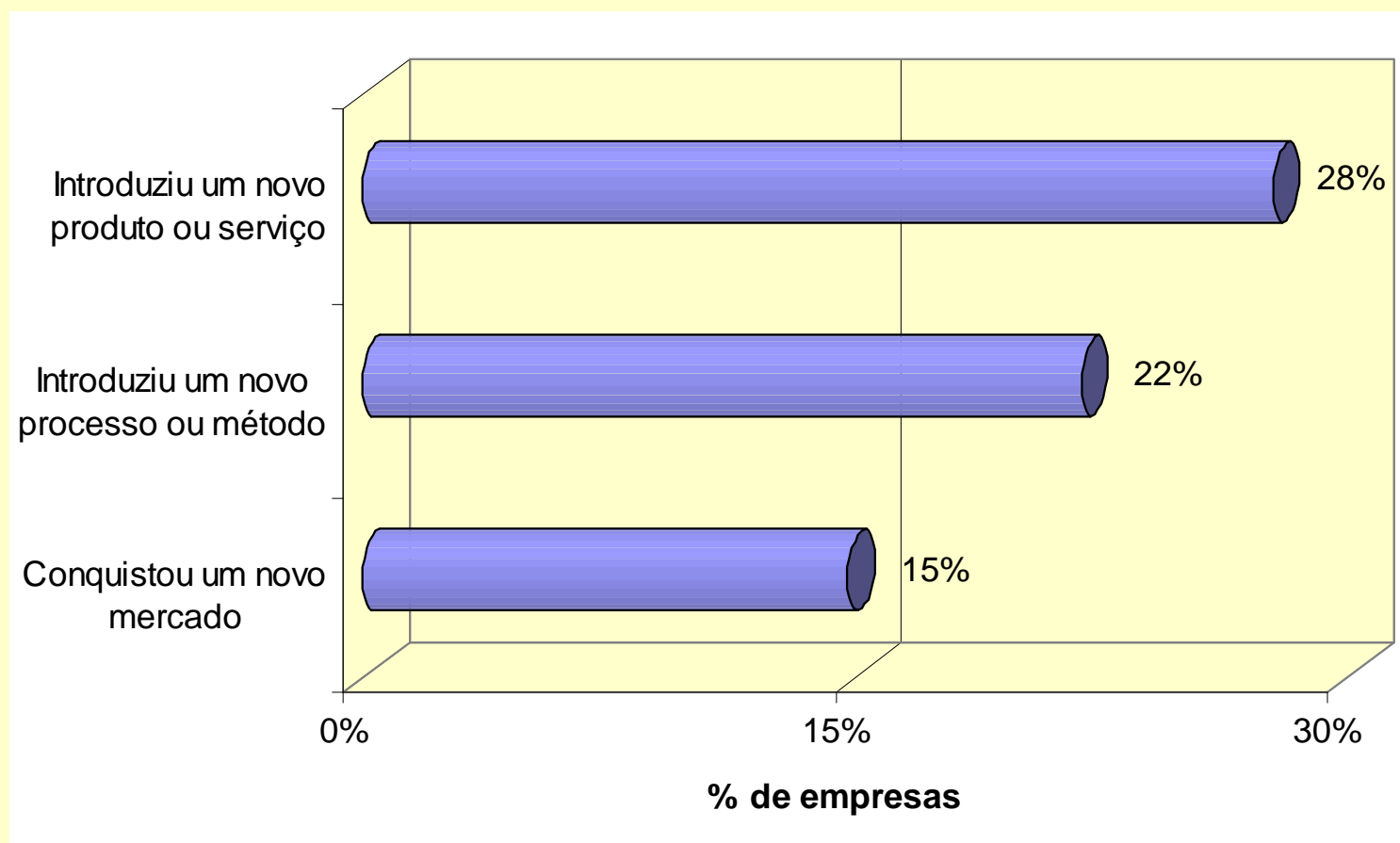


Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP. Base: 380 respondentes.

Nota: Resposta espontânea (exceto “missing”). Expressa apenas uma primeira visão do respondente sobre o assunto.

Nota: (\*) exemplos = 2 turnos, propaganda conveniada, ampliação da cota, internalizou atividade feita por fornecedor, produtos inovadores para os tecidos das roupas ficarem mais limpos sem manchas ou resíduos, atendimento ao cliente, código de ética para o meio ambiente, colocou cartões de crédito/débito, shampu e cera com temporizador, cristalização, assumiu funções de parceiros (bancos), premiação para clientes, novo sistema comercial, departamentalização da empresa, mudança de ponto e cozinha, parte administrativa, passou a atender outros municípios, etc.

## Nos últimos 12 meses, que tipo de inovação, melhoria ou novidade que introduziu, na empresa?



Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP. Base: 394 respondentes.

Nota: Somente quem respondeu a questão anterior, exceto “não sabe”.

# Exemplos de inovação

(forte perfil de difusão de inovações/muitas pequenas inovações)

## Novos prod./serviços

28% das empresas

- 6% Produtos alimentícios
- 4% Prod/serv. – novos equipamentos e insumos
- 2% Produtos de confecção
- 2% Produtos de materiais de construção
- 2% Novos serviços de informática
- 1% Novos produtos de metal
- 11% Outros produtos/serviços:
  - Maior variedade de produtos/marcas;
  - Serviços adicionais/complementares;
  - Produtos que consomem menos energia;
  - Novas peças, pneus de alta performance, turbinas, linha de elevadores.
  - Novos medicamentos, utilidades domésticas

## Novos processos/métodos

22% das empresas

- 5% Informatização da empresa
- 3% Novas ações de “marketing”
- 2% Novas máquinas e equipamentos
- 2% Novas tecnologias (ex. carro a álcool)
- 1% Novas medidas de gestão
- 1% Novas formas de recebimento (ex.: c.crédito)
- 1% Mudança de *layout*
- 1% Mudança na mão-de-obra
- 1% Novos insumos/matérias-primas (ex. novo shampoo p/pets)
- 5% Outros:
  - Melhorar da qualidade/segurança
  - Passou a fazer controle de estoque
  - Passou a fazer controle de qualidade
  - Fez curso (ex.: de mecânica)
  - Reforma dos equipamentos da cozinha
  - Baixou as calorias do sorvete
  - Novas tecnologias de produção

## Novos mercados

15% das empresas

- 10% Ingresso em mercados que não atuava por meio de novos produtos/serviços
- 2% Passou a vender para outras cidades
- 1% Passou a vender para outros estados
- 1% Passou a vender para novos tipos de clientes
- <1% Passou a exportar

Fonte: Observatório das MPEs/ Sebrae-SP.

## Como se chegou à inovação

<b>Novos prod./serviços</b> 28% das empresas	<b>Novos processos/métodos</b> 22% das empresas	<b>Novos mercados</b> 15% das empresas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• 11% sugestões de clientes</li> <li>• 9% desenvolvimento próprio</li> <li>• 4% buscou apoio em outras instituições:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Vendedor passou oferecendo</li> <li>• Fornecedor (de insumo/máquina)</li> <li>• Franquia</li> <li>• Congresso</li> <li>• Outros fabricantes</li> <li>• Mídia</li> </ul> </li> <li>• 2% inspiração em produto nacional</li> <li>• 1% inspiração em produto importado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 8% desenvolvimento próprio</li> <li>• 6% sugestões de clientes</li> <li>• 6% buscou apoio em outras instituições:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Em fornecedores</li> <li>• Em empresa de informática</li> <li>• Via Senai/Senac/Sebrae</li> <li>• Via internet</li> <li>• Via mídia</li> <li>• Via órgãos governamentais</li> <li>• Via vigilância sanitária</li> <li>• Via assistência técnica</li> </ul> </li> <li>• 1% contratação de empresa de consultoria</li> <li>• 1% inspiração em processo nacional</li> <li>• &lt;1% inspiração em processo no exterior</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 3% sugestões de clientes</li> <li>• 3% visita/participação em feiras</li> <li>• 2% adaptação de mercado já existente</li> <li>• 1% contratou consultor</li> <li>• 1% buscou apoio em outras instituições:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante de marca reconhecida</li> <li>• Empresa de consultoria</li> </ul> </li> <li>• 5% outras fontes:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicação de fornecedores</li> <li>• Anúncio em listas</li> <li>• Via congressos</li> <li>• Internet/Licitações</li> <li>• “Minha filha se formou na área”</li> </ul> </li> </ul>

Fonte: Observatório das MPEs do Sebrae-SP.

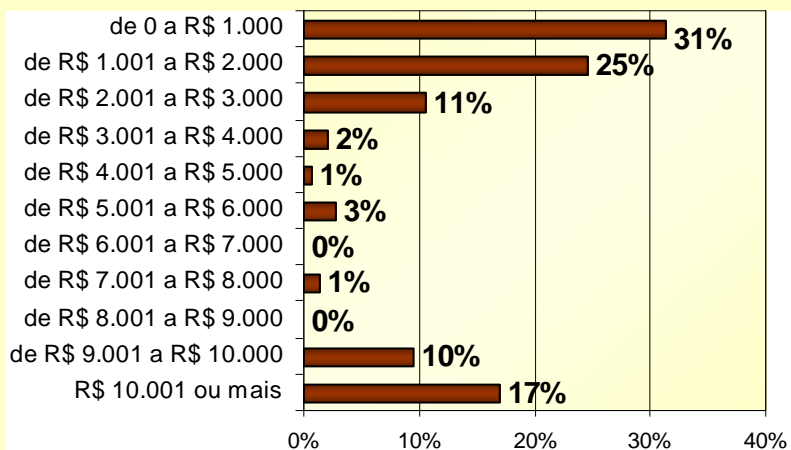


# Quanto investiu para desenvolver/conquistar ...

## Novos prod./serviços

Mediana: R\$ 2.000

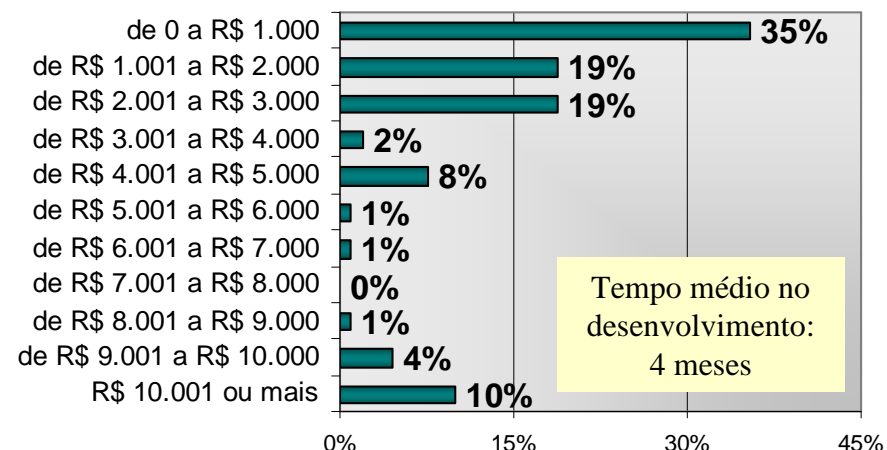
Média R\$ 27.340



## Novos processos/métodos

Mediana: R\$ 2.000

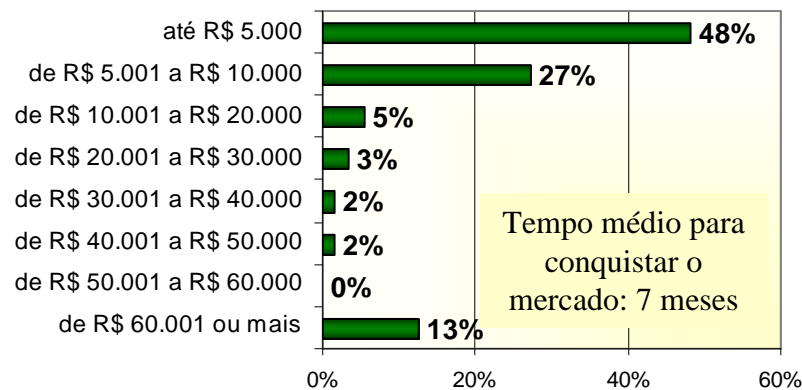
Média R\$ 7.877



## Novos mercados

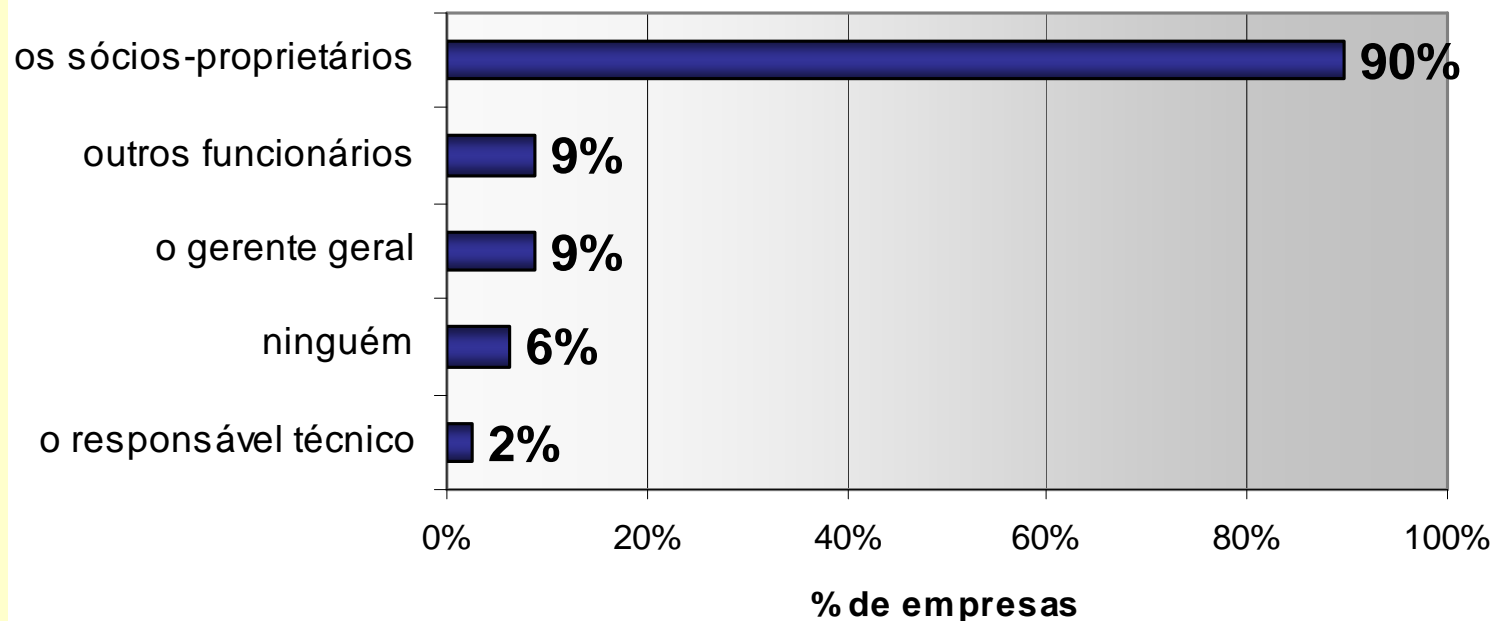
Mediana: R\$ 6.000

Média R\$ 47.397



Fonte: Observatório das MPEs do Sebrae-SP.

## Na sua empresa, quem identifica novas oportunidades?

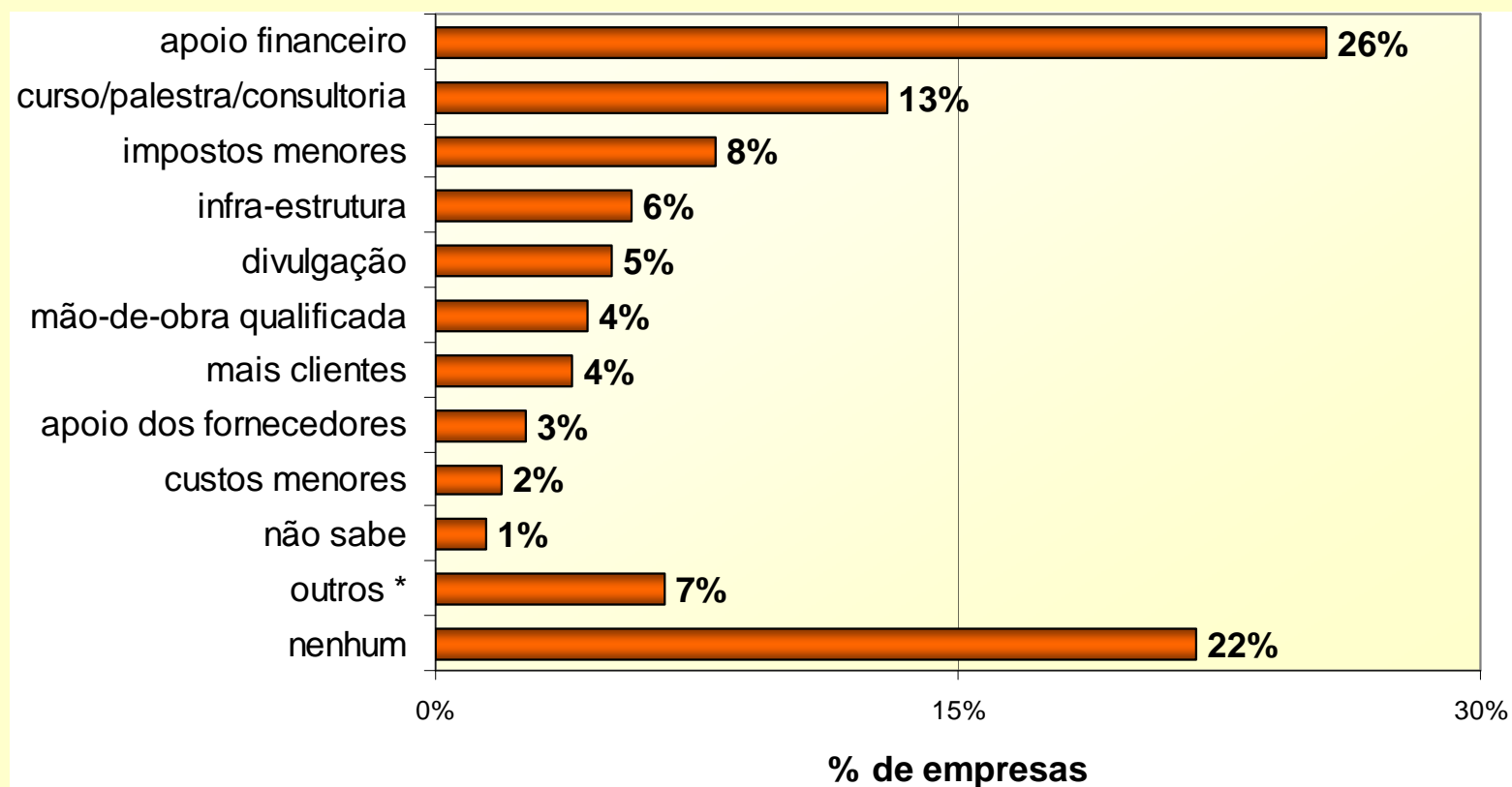


Apenas 9% das empresas oferecem algum tipo de prêmio ou bônus (pecuniário ou não pecuniário) para estimular os colaboradores a identificar novas oportunidades



## Principal tipo de apoio para tornar-se mais competitiva

(resposta espontânea)



Fonte: Observatório das MPEs do Sebrae-SP.

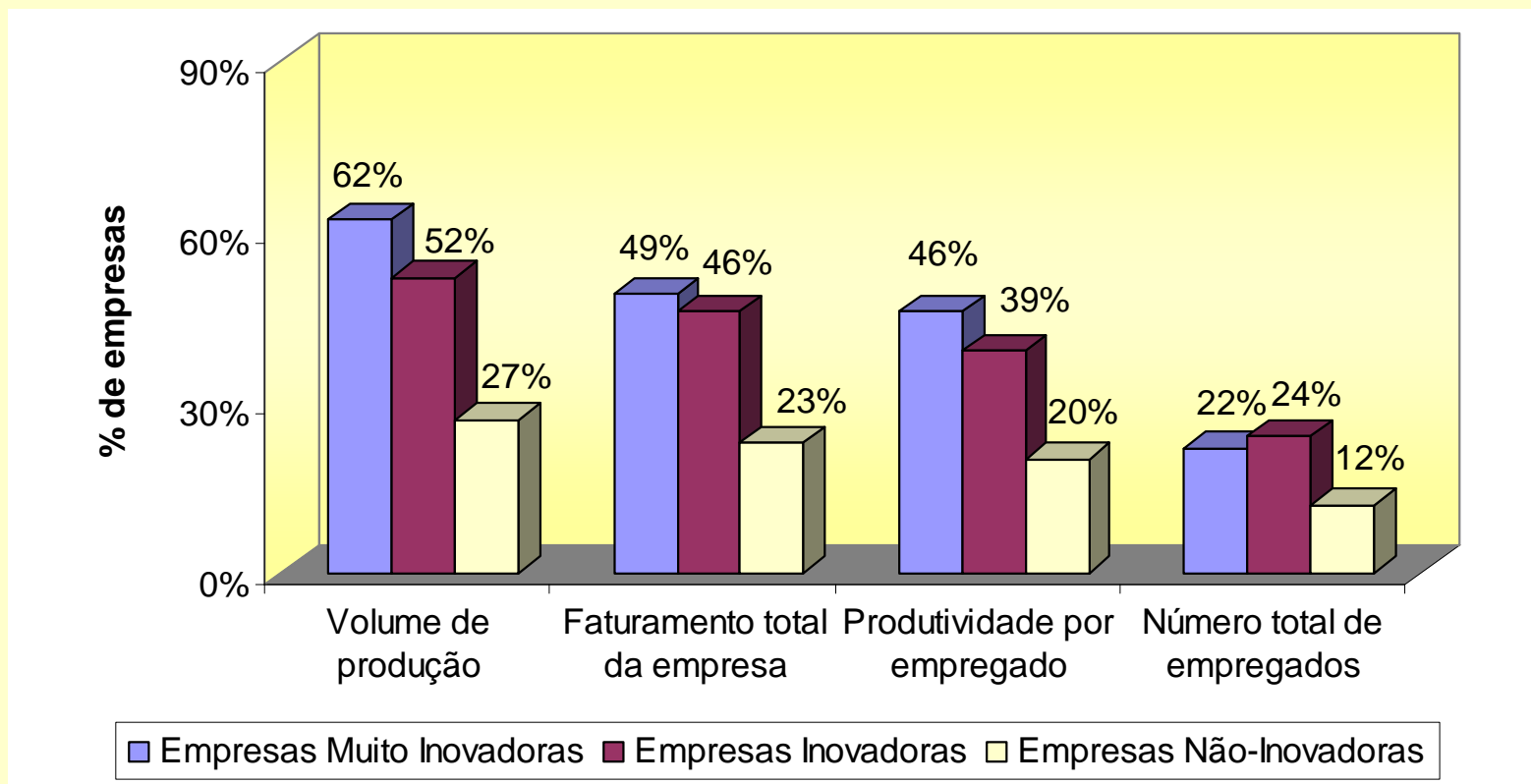
Nota: (\*) Apoio da prefeitura (novos transbordos/bota fora, fiscalização de pontos clandestinos, mais eventos, incentivo ao turismo) etc.

## Resultados preliminares das inovações

<b>Novos prod./serviços</b> 28% das empresas	<b>Novos processos/métodos</b> 22% das empresas	<b>Novos mercados</b> 15% das empresas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• O produto já foi vendido no mercado?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 96% sim</li> <li>• 4% não</li> </ul> </li> <li>• Em que mercados está disponível (respostas múltiplas)?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 59% no bairro</li> <li>• 28% no município</li> <li>• 25% no estado</li> <li>• 10% em outros estados</li> <li>• &lt; 1% no exterior</li> </ul> </li> <li>• Como foi a reação do mercado?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 39% ótima</li> <li>• 45% boa</li> <li>• 16% regular</li> <li>• 1% ruim</li> <li>• 0% péssima</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 74% tiveram aumento de produtividade</li> <li>• 49% tiveram aumento de receita</li> <li>• 35% tiveram redução de custos</li> <li>• 19% substituíram insumos/materiais</li> <li>• 17% reduziram o impacto da atividade no meio ambiente</li> <li>• Outros resultados relatados:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-Maior número de clientes</li> <li>-Maior satisfação dos clientes</li> <li>-Maior qualidade do produto</li> <li>-Maior organização/controle</li> <li>-Visual mais bonito</li> <li>-Ganho de espaço</li> <li>-Menos gastos/tempo com manutenção</li> <li>-Maior competitividade</li> <li>-Maior lucro</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como foi a reação do mercado?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 50% ótima</li> <li>• 45% boa</li> <li>• 4% regular</li> <li>• 1% ruim</li> <li>• 0% péssima</li> </ul> </li> <li>• Quanto o novo mercado representa do faturamento mensal da empresa?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>• 57% até ¼ do faturamento</li> <li>• 32% de ¼ a ½ do faturamento</li> <li>• 10% de ½ a ¾ do faturamento</li> <li>• 1% mais de ¾ do faturamento</li> </ul> </li> </ul>

# Comparação entre empresas “não-inovadoras”, inovadoras e muito inovadoras

(Perceberam “aumento”, na comparação jan-ago 2007 com jan-ago 2006)



Fonte: Observatório das MPEs do Sebrae-SP.

Nota: “Empresa não-inovadora” é aquela que não introduziu nenhum novo produto ou serviço, nenhum processo ou método e não conquistou nenhum novo mercado nos últimos 12 meses. “Empresa inovadora” é aquela que introduziu algum novo produto ou serviço, algum novo processo ou método ou conquistou algum novo mercado nos últimos 12 meses. “Empresa muito inovadora” é aquela que “sempre” inova (que atribuiu a si mesma nota 5 em uma escala de 1 a 5, em termos de frequência com que adota inovações, aperfeiçoamentos ou melhorias).



## 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 Pedro Surcalo Junior. Colaboração: Academia do Empreendedor e Unidade Organizacional de Inovação e Acesso a Tecnologia do SEBRAE – SP.

**Nota Metodológica:** Esta sondagem foi elaborada a partir de uma amostra planejada de 450 micro e pequenas empresas (MPEs), em dois momentos no tempo. O tema “Competitividade” foi objeto de entrevistas entre os dias 22 de fevereiro e 16 de março de 2007. O tema “Inovação” foi objeto de entrevistas entre os dias 8 e 22 de agosto de 2007. A amostra utilizada é representativa do universo das MPEs do Estado de São Paulo, da indústria (empresas com até 99 pessoas ocupadas), comércio e serviços (empresas com até 49 pessoas ocupadas). 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 março de 2004, sendo o sorteio elaborado por conglomerados. De acordo com o CEE tal universo é formado por 1.390.731 MPEs (março/2004). A distribuição da amostra planejada é composta por 150 empresas da indústria, 150 do comércio e 150 de serviços. Os dados divulgados neste relatório para o conjunto das MPEs são obtidos a partir da média ponderada dos resultados setoriais. Os ponderadores seguem a mesma participação relativa destes setores no universo das MPEs do Estado de São Paulo (12,3% para a indústria, 55,2% para o comércio e 32,5% para serviços). A margem de erro “a priori” da pesquisa é de 4,6 pontos percentuais, para um índice de confiança de 95%.

**Pesquisa de campo:** M.Stortti Business Consulting Group.

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

Observatório das MPEs

Rua José Getúlio, 89, 4º andar – Aclimação

CEP 01509-001 – 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: 0800-7280202

Informações sobre este relatório: (11) 2109-5701/ 5702/ 5703/ 5705