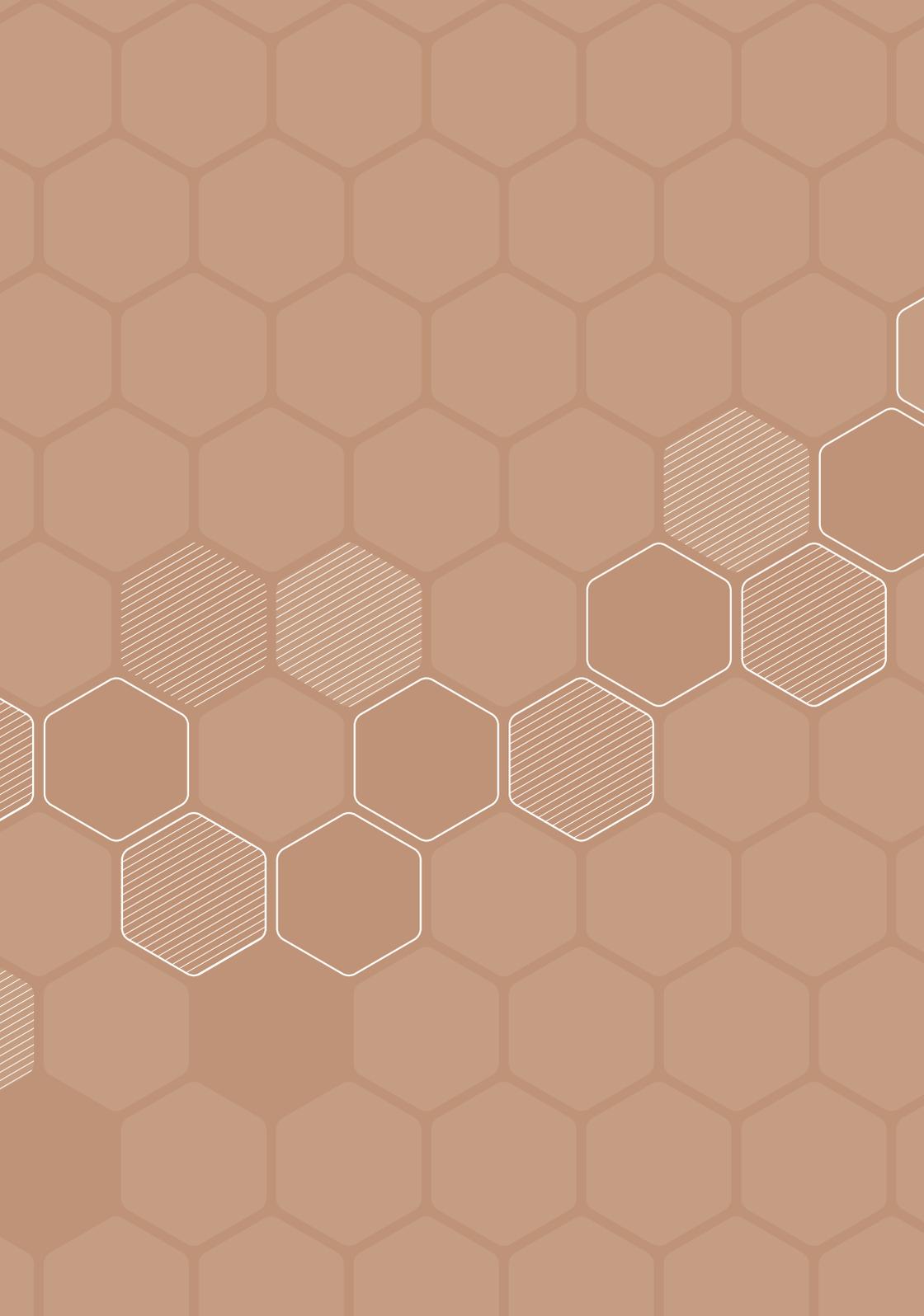


ENCADEAMENTO PRODUTIVO

Estratégia para atuação do Sistema SEBRAE



PESQUISA 2014



PESQUISA 2014

ENCADEAMENTO PRODUTIVO

Estratégia para Atuação do Sistema SEBRAE

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

CONSELHO DELIBERATIVO NACIONAL

Roberto Simões
Presidente

DIRETORIA EXECUTIVA

Luiz Eduardo Pereira Barretto Filho
Diretor-Presidente

Carlos Alberto dos Santos
Diretor-Técnico

José Claudio dos Santos
Diretor de Administração e Finanças

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA

Pio Cortizo Vidal Filho
Gerente

Elizis Maria de Faria
Gerente-Adjunta

EQUIPE TÉCNICA

Alexandre de Oliveira Ambrosini
Dênis Nunes
Denise Carvalho Chaves
Fausto Ricardo K. Cassemiro
Gustavo Reis Melo

EXECUÇÃO DA PESQUISA DE CAMPO

Opinião Consultoria

SUMÁRIO

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS	7
Resumo	8
Metodologia	10
Composição da amostra	11
Perfil dos participantes.....	12
Resultados de todos os entrevistados.....	14
Resultados apenas de quem vende ou já vendeu para médias e grandes empresas	26
Resultados apenas de quem compra ou já comprou de médias e grandes empresas.....	32
GRANDES EMPRESAS	39
Resumo	40
Metodologia	41
Âncoras compradoras de produtos e serviços	42
Âncoras fornecedoras de produtos e serviços	48

MICRO E
PEQUEÑAS
EMPRESAS





RESUMO

Principais impactos do relacionamento dos pequenos negócios com grandes empresas são:

- » A qualidade do produto/serviço aumentou para 71,4% dos entrevistados;
- » O faturamento bruto aumentou para 65,8% dos entrevistados. Aumento este de 33,8% em média;
- » A lucratividade aumentou para 48,1% dos entrevistados. Aumento médio de 25,8%;
- » A produtividade aumentou para 58,1% dos entrevistados. Aumento médio de 30,5% neste quesito;
- » O número de pessoas ocupadas aumentou para 47,1% dos entrevistados;
- » O número de reclamações de clientes diminuiu para 27,7% dos entrevistados;
- » Em relação às perspectivas para os próximos 2 anos, 57,7% pretendem realizar novos investimentos, 31% aumentar o número de clientes;
- » A satisfação geral com os produtos e serviços do Sebrae foi boa, com nota média de 8,5 pontos, sendo que 52,9% atribuíram notas 9 e 10;
- » O *Net Promoter Score* do Sebrae do programa Encadeamento Produtivo pode ser considerado elevado, ou seja, de 70%.



O relacionamento como vendedora para grandes empresas:

- » As vendas para médias e grandes empresas são expressivas no faturamento bruto dos pequenos negócios. De forma geral, a empresa melhorou após vender para médias e grandes empresas. A nota média foi de 7,2 e 25% dos entrevistados atribuíram notas 9 e 10;
- » A maior parte dos empresários entrevistados (45,4%) sentiu necessidade de implementar inovações antes e após as vendas. Os principais tipos de inovações implementadas foram de processo produtivo, gestão e produto;
- » Para 20,8%, o prazo de entrega diminuiu.

Em relação ao relacionamento como compradora de médias e grandes:

- » De forma geral, a empresa melhorou após relacionamento com a compradora; a nota média foi de 7,0 pontos. 20,2% dos entrevistados atribuíram notas 9 e 10;
- » O mix de produtos aumentou para 61,2% dessas empresas entrevistadas e aumentou em média 39,8%;
- » Os custos de compra diminuíram para 20% das empresas.



METODOLOGIA

Método: Pesquisa quantitativa.

Técnica: Telepesquisa.

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: 10 minutos.

Universo: 11.828 empresários.

Característica do público: Empresas de Pequeno Porte participantes do programa Sebrae de Encadeamento Produtivo.

Amostra: 1.799 entrevistados.

Período de realização das entrevistas: 18/02/2014 a 21/03/2014.

Tratamento dos dados: software de estatística SPSS®

Margem de erro: 2,1%.

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

Método de análise: Os resultados serão apresentados de forma consolidada, considerando todos os respondentes da pesquisa.



COMPOSIÇÃO DA AMOSTRA

A amostra da pesquisa foi dividida entre os 18 estados participantes do projeto:

REGIÃO	QUANTIDADE	%
Norte	41	2,3%
Nordeste	499	27,7%
Sudeste	679	37,7%
Sul	334	18,6%
Centro-Oeste	246	13,7%
Total	1799	100%

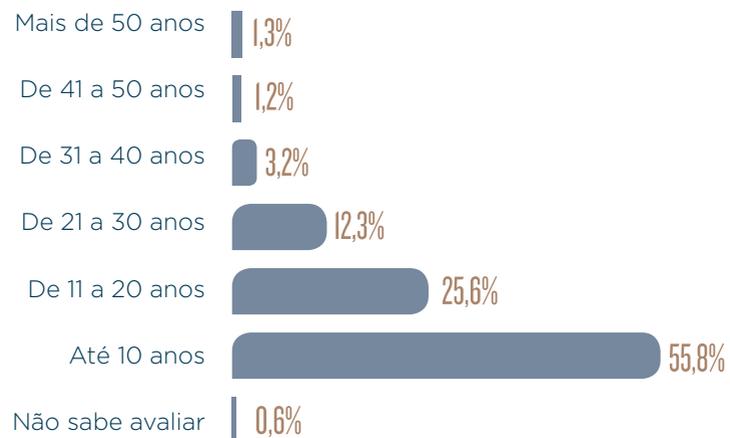
UF	QUANTIDADE	%
AM	14	0,8%
PA	27	1,5%
MA	72	4%
CE	51	2,8%
RN	89	4,9%
PE	82	4,6%
AL	21	1,2%
SE	78	4,3%
BA	106	5,9%
MG	135	7,5%
ES	47	2,6%
RJ	308	17,1%
SP	189	10,5%
PR	139	7,7%
RS	195	10,8%
MS	184	10,2%
MT	49	2,7%
DF	13	0,7%
Total	1799	100%



PERFIL DOS PARTICIPANTES

TEMPO EM ATIVIDADE

1. Quanto tempo sua empresa está em atividade? (Aberta)

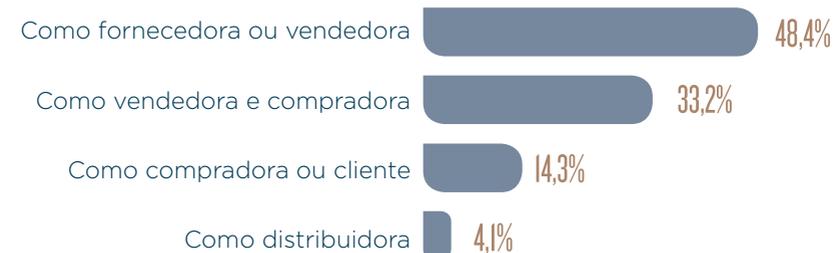


Para a maioria dos empresários pesquisados (55,8%), o tempo de atividade de suas empresas é de até 10 anos.



ATUAÇÃO JUNTO A GRANDES E MÉDIAS EMPRESAS

2. Como a sua empresa atua junto a médias e grandes empresas? (EST-RU)



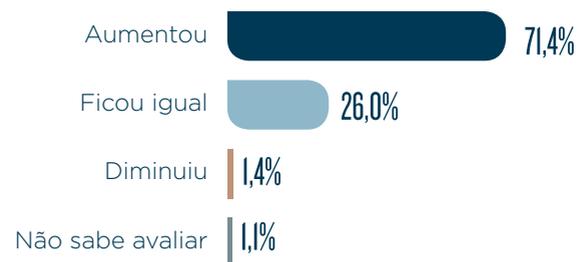
Quando questionados acerca da atuação junto à grandes e médias empresas, notou-se que a maior parte dos entrevistados atua como fornecedor ou vendedor (48,4%). Nota-se, ainda, um percentual significativo de pequenos empresários que atuam como vendedores e compradores (33,2%).



RESULTADOS DE TODOS OS ENTREVISTADOS

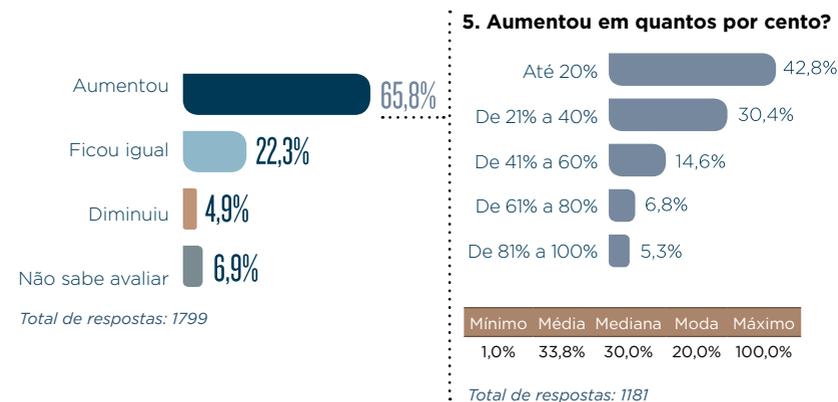
QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS

3. Após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas, o que aconteceu com a QUALIDADE DOS SEUS PRODUTOS E SERVIÇOS?



FATURAMENTO BRUTO DAS VENDAS

4. E após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas, o que aconteceu com o FATURAMENTO BRUTO/VENDAS da sua empresa?

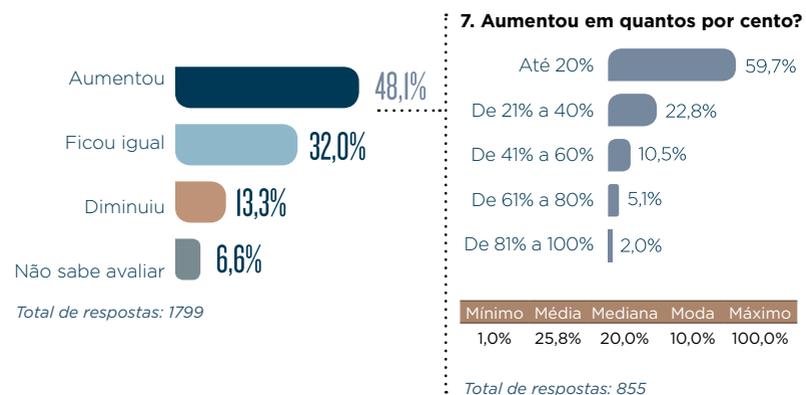


Pode-se afirmar que após comprar e vender para médias e grandes empresas, a maioria dos entrevistados (65,8%) obteve aumento em seu faturamento bruto. A maioria dos entrevistados que teve aumento do faturamento bruto obteve este resultado em até 40%.



LUCRATIVIDADE

6. O que aconteceu com a LUCRATIVIDADE da sua empresa?

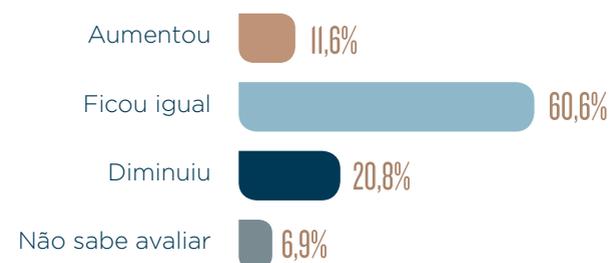


Após comprar e vender para médias e grandes empresas, a maioria dos entrevistados afirmou que a lucratividade aumentou 48,1%. A grande maioria dos entrevistados que tiveram aumento da lucratividade obteve este aumento em até 20%.



IMPACTO NO MEIO AMBIENTE

8. E após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas, como ficou o IMPACTO NO MEIO AMBIENTE decorrente das operações da sua empresa?



Observou-se que a compra ou venda para médias e grandes empresas não afetou diretamente o impacto no meio ambiente decorrente das operações das empresas da maioria dos empresários. Ressalta-se ainda um percentual de 20,8% que afirmou que o impacto diminuiu.



TRATAMENTO DE RESÍDUOS

9. Na questão do MEIO AMBIENTE, após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas, a SUA EMPRESA FEZ TRATAMENTO DE RESÍDUOS SÓLIDOS, LÍQUIDOS OU GASOSOS? (RM-EST)



Ainda acerca do impacto no meio ambiente, a grande maioria dos pequenos empresários afirmou que, após comprar ou vender para médias e grandes empresas, não realizou tratamento de resíduos, porém a maioria daqueles que fizeram algum tratamento de resíduos realizou tratamento de sólidos.



PROCESSO DE RECICLAGEM

10. Foram implementados processos de RECICLAGEM em sua empresa após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas?

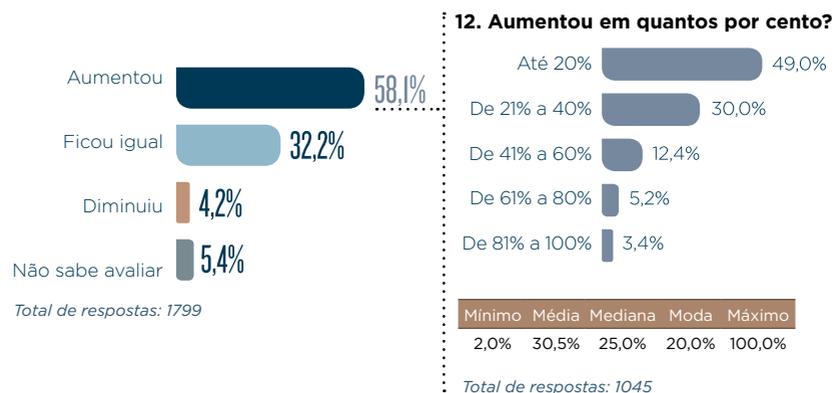


Nota-se que após comprar ou vender para médias e grandes empresas, grande parte dos entrevistados (41,9%) concluiu a implementação do processo de reciclagem ou está em andamento, porém, 37,2% não implementaram tais processos e somente 14,6% dos pequenos empresários já realizavam processos de reciclagem.



PRODUTIVIDADE DA EMPRESA

11. Após COMPRAR ou VENDER para as médias e grandes empresas, como ficou a PRODUTIVIDADE DA SUA EMPRESA?

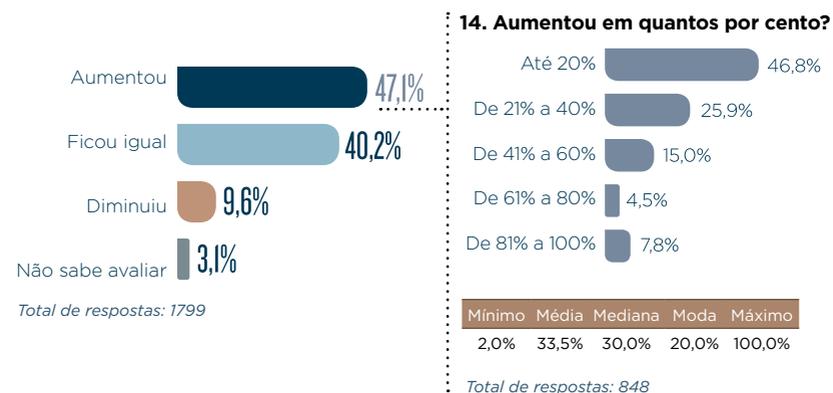


Após comprar e vender para médias e grandes empresas, a maioria dos entrevistados (58,1%) afirmou que a produtividade da empresa aumentou e um percentual pequeno de 4,2% afirmou que diminuiu. A grande maioria dos entrevistados que tiveram aumento da produtividade obteve este resultado em até 40%.



NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS

13. E Como ficou o NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS na sua empresa?



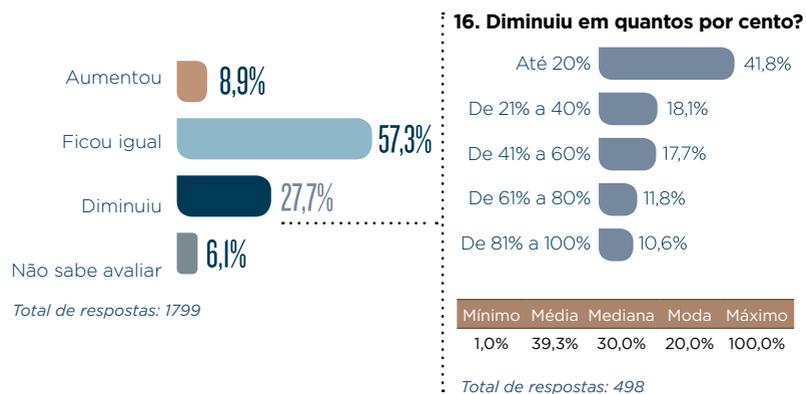
Nota-se que após comprar e vender para médias e grandes empresas, a maior parcela (47,1%) dos entrevistados afirmou que o número de pessoas ocupadas aumentou.

A maioria dos entrevistados que tiveram aumento do número de pessoas ocupadas obteve este resultado em até 20%.



NÚMERO DE PESSOAS OCUPADAS

15. E como ficou o NÚMERO DE RECLAMAÇÕES DOS SEUS CLIENTES?



Observou-se que após comprar e vender para médias e grandes empresas, o número de reclamações dos respectivos clientes ficou igual para 57,3%; porém, para 27,7% afirmou que houve diminuição das reclamações. A maioria dos entrevistados (59,9%) que teve diminuição do número de reclamações obteve este resultado em até 40%.



PERSPECTIVAS FUTURAS

17. Em relação às perspectivas para os próximos dois anos, o que a sua empresa pretende fazer? (ESP-RM)



Analisando as perspectivas para os próximos dois anos, percebeu-se que a maioria dos pequenos empresários almeja realizar novos investimentos. Aumentar o número de clientes e o faturamento também foram bastante citados.



SATISFAÇÃO GERAL SEBRAE

18. Dê uma nota de 0 a 10 para a sua satisfação geral com os produtos e serviços do Sebrae, sendo que a nota 0 significa “totalmente insatisfeito” e a nota 10 significa “totalmente satisfeito”.

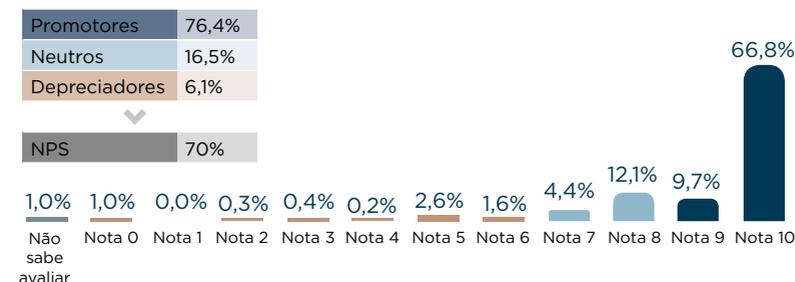


O índice de satisfação com os produtos e serviços do Sebrae foi elevado, apresentando média de 8,5 em uma escala de 0 a 10. Os percentuais de notas altas foram de 52,9% (9 e 10), significativamente maior que o de notas baixas, 9,6%.



NET PROMOTER SCORE - NPS

19. Dê uma nota de 0 a 10 para a probabilidade de o(a) Sr(a) recomendar o Sebrae para outras pessoas do seu relacionamento, sendo que a nota 0 significa “não recomendaria de forma alguma” e nota 10 “com certeza recomendaria”



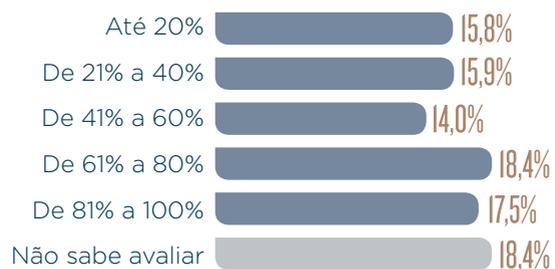
Entre os participantes do programa Encadeamento Produtivo, o *Net Promoter Score* do Sebrae é elevado e possui pequena proporção de depreciadores, atingindo um saldo positivo de cerca de 70%.



RESULTADOS APENAS DE QUEM VENDE OU JÁ VENDEU PARA MÉDIAS E GRANDES EMPRESAS

FATURAMENTO BRUTO DAS VENDAS

20. Qual é o percentual do seu faturamento bruto proveniente dessas vendas para médias e grandes empresas?

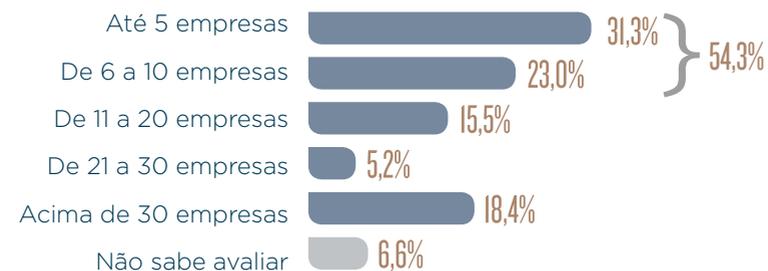


As vendas para médias e grandes empresas são expressivas nos negócios dos empresários entrevistados.



CLIENTES DA EMPRESA

21. Quantas empresas médias e grandes são clientes da sua empresa?

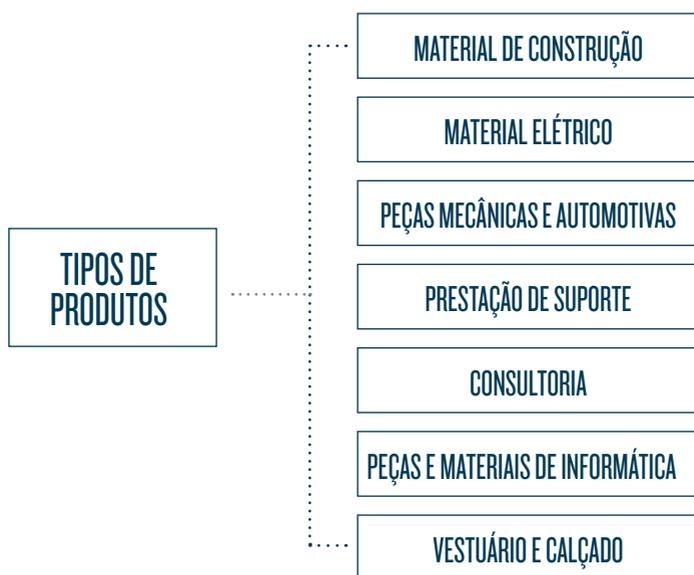


Quando questionado sobre o número de médias e grandes empresas que são clientes, nota-se que a maioria dos entrevistados tem até 10 empresas clientes.



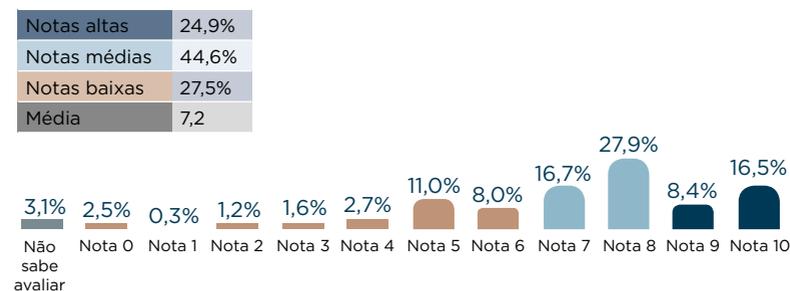
TIPOS DE PRODUTOS/SERVIÇOS

22. Quais os principais tipos de produtos ou serviços a sua empresa vende ou vendeu para as médias e grandes empresas? (Aberta)



AVALIAÇÃO DE MELHORA

23. De forma geral, o quanto a sua empresa melhorou (preço, prazo, qualidade, mão de obra etc.) após vender para médias e grandes empresas? Atribua uma nota de 0 a 10, sendo que a nota 0 significa “não melhorou em nada” e a nota 10 significa “melhorou muito”.

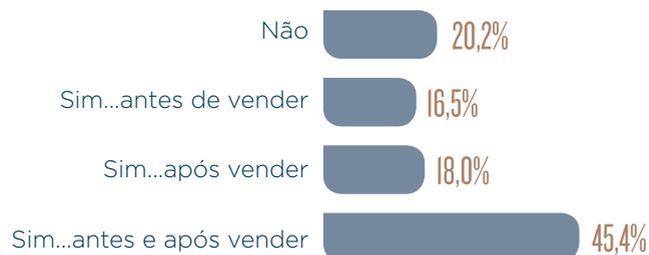


Pode-se afirmar que o índice de melhora após vender para médias e grandes empresas foi moderado, pois apresentou uma nota média de 7,2 e 25% atribuíram notas 9 e 10. Os percentuais de notas altas e baixas foram relativamente próximos, 24,9% (0 a 6) e 27,5% (9 e 10).



IMPLEMENTAÇÃO DE INOVAÇÕES

24. Na relação da sua empresa com as médias e grandes empresas foi necessário implementar inovações? (EST-RU)

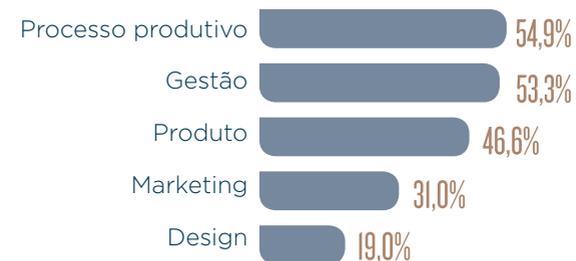


Ao se relacionar com médias e grandes empresas, a maior parte dos empresários entrevistados (45,4%) sentiu necessidade de implementar inovações antes e após as vendas.



INOVAÇÕES REALIZADAS

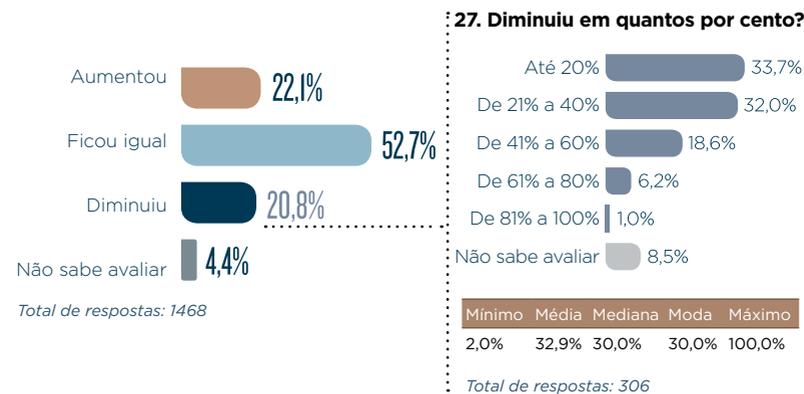
25. Que tipo de inovação foi realizada? (EST-RM)



Analisando os tipos de inovações implementadas, pode-se afirmar que os focos foram o processo produtivo, a gestão e o produto.

PRAZO DE ENTREGA

26. Após vender para as médias e grandes empresas, o que aconteceu com o PRAZO DE ENTREGA da sua empresa.



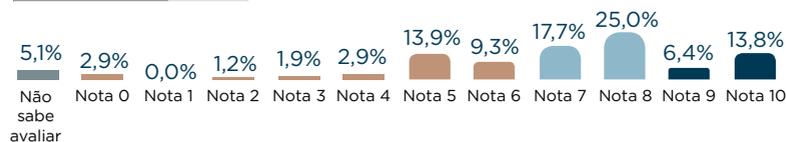


RESULTADOS APENAS DE QUEM COMPRA OU JÁ COMPROU DE MÉDIAS E GRANDES EMPRESAS

AVALIAÇÃO DE MELHORA

28. De forma geral, o quanto a sua empresa melhorou (preço, prazo, qualidade, mão de obra etc.) após comprar de médias e grandes empresas? Atribua uma nota de 0 a 10, sendo que a nota 0 significa “não melhorou em nada” e a nota 10 significa “melhorou muito”.

Notas altas	20,2%
Notas médias	42,7%
Notas baixas	32,1%
Média	7,0

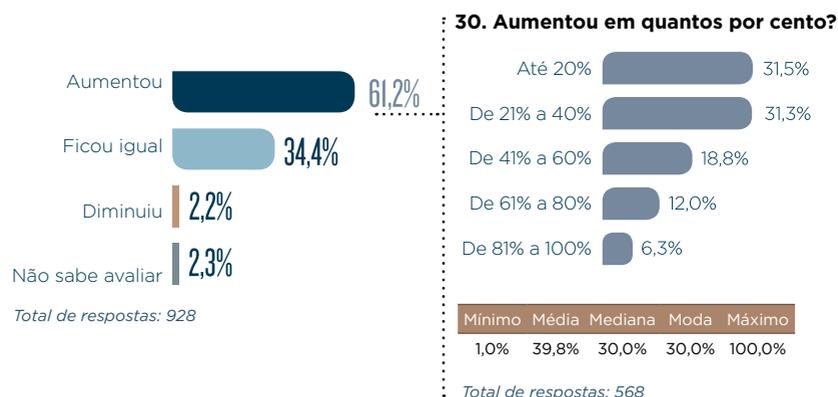


O índice de melhora após comprar de médias e grandes empresas foi moderado, com nota média de 7,0 para este quesito.



MIX DE PRODUTOS/SERVIÇOS

29. Depois que sua empresa passou a comprar de médias e grandes empresas, o que aconteceu com o MIX DE PRODUTOS/SERVIÇOS da sua empresa? (EST-RU)

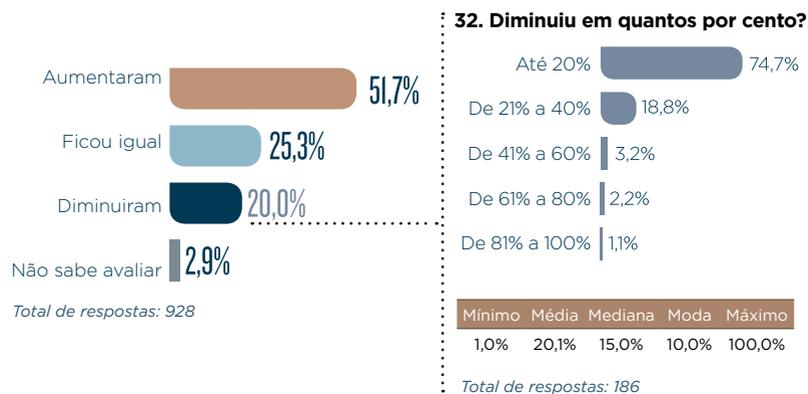


Após comprar de médias e grandes empresas a maioria dos entrevistados (61,2%) afirmou que o mix de produtos e serviços aumentou e somente 2,2% afirmou ter diminuído. Dos entrevistados que tiveram aumento do mix de produtos e serviços, 62,8% obtiveram aumento de até 40%. A média de aumento do mix de produtos e serviços foi de 39,8%.



CUSTO DE COMPRA

31. E OS CUSTOS de compra da sua empresa? (EST-RU)

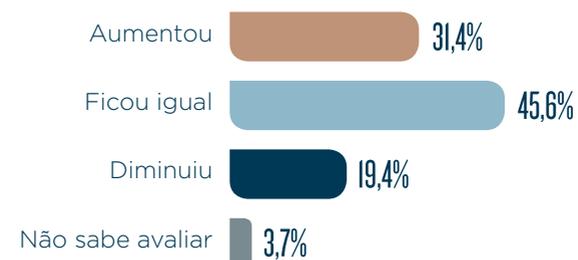


Pode-se afirmar que após comprar de médias e grandes empresas, a maioria dos entrevistados teve os custos de compra da empresa aumentados, porém 20% afirmaram ter diminuído. A maioria dos entrevistados que teve os custos de compra da empresa diminuídos obteve uma redução de até 20%.



TEMPO PARA RESOLUÇÃO DE PROBLEMAS

33. E O TEMPO dedicado em resolver problemas dos seus fornecedores ? (EST-RU)

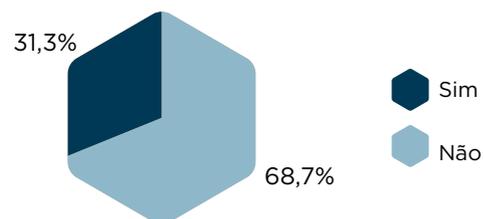


Após comprar de médias e grandes empresas, a maioria dos entrevistados afirmou que o tempo dedicado à resolução de problemas dos fornecedores ficou igual, porém 19,4% afirmaram ter diminuído. Um percentual significativo de 31,4% afirmou ter aumentado o tempo para solução destes problemas.



COMENTÁRIOS, CRÍTICAS E SUGESTÕES

34. O(a) Sr(a) teria algum comentário, crítica ou sugestão? (Aberta)



CRÍTICAS/SUGESTÕES

- » Oferecer mais cursos
- » Melhor divulgação dos serviços
- » Chegar mais próximo do micro e pequeno empreendedor

COMENTÁRIOS

- » Continuar apoiando as MPE
- » Parabenizar e agradecer o Sebrae



GRANDES
EMPRESAS





RESUMO

Relativo às âncoras compradoras de produtos e serviços gerados pelas ME e EPP [encadeamento produtivo a montante (fornecedor)].

- » 90% das empresas-âncora afirmaram que a qualidade dos produtos e/ou serviços aumentou;
- » 50% das empresas-âncora informaram que houve atualização tecnológica dos seus (produtos e/ou processos) fornecedores;
- » 70% das empresas-âncora afirmaram que a participação do ME e EPP no volume de compras da sua empresa aumentou;
- » 80% das empresas-âncora consideraram que o seu relacionamento com as ME e EPP melhoraram;
- » 60% das empresas-âncora informaram que a presteza e a flexibilidade das ME e EPP para atender às necessidades emergenciais melhorou.

Relativo às âncoras fornecedoras de produtos e serviços às ME e EPP [encadeamento produtivo a jusante (distribuidor)].

- » 60% das empresas-âncora afirmaram que a participação das ME e EPP no seu volume de vendas aumentou;
- » 80% das empresas-âncora informaram que o número de ME e EPP compradoras aumentou;
- » 80% das empresas-âncora afirmaram que sua aproximação com o consumidor final (cliente do seu cliente) melhorou;
- » 60% das empresas-âncora informaram que as sugestões das ME e EPP para melhoria em produtos/serviços/processos produtivos aumentou.



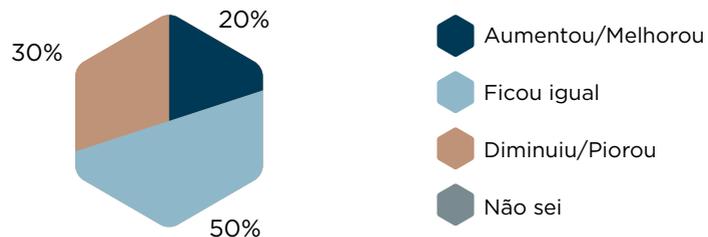
METODOLOGIA

- » **Método:** Pesquisa quantitativa.
- » **Técnica:** Questionário enviado por e-mail para autopreenchimento.
- » **Característica do público:** Grandes empresas participantes do programa Sebrae de Encadeamento Produtivo.
- » **Respondentes:** Oito empresas/unidades produtivas entrevistadas participantes de projetos a montante (fornecedor) e 6 de projetos a jusante (distribuidor).
- » **Período de realização da pesquisa:** 18/02/2014 a 21/03/2014.



ÂNCORAS COMPRADORAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

PRAZO DE ENTREGA DOS FORNECEDORES?



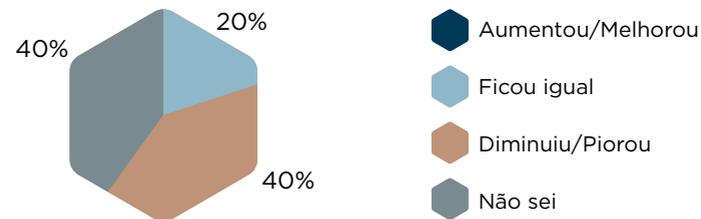
A QUALIDADE DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DOS SEUS FORNECEDORES.



A ATUALIZAÇÃO TECNOLÓGICA (PRODUTOS E/OU PROCESSOS) DOS SEUS FORNECEDORES.

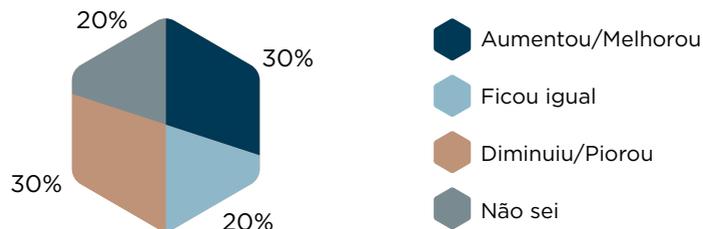


IMPACTO NO MEIO AMBIENTE DAS OPERAÇÕES DA CADEIA PRODUTIVA.

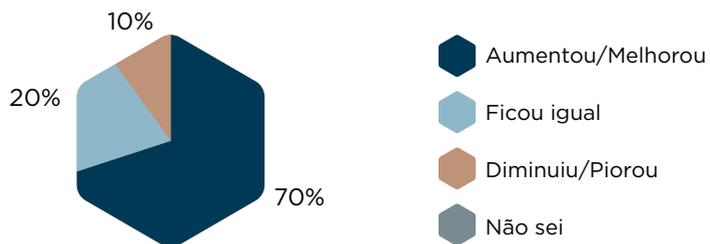




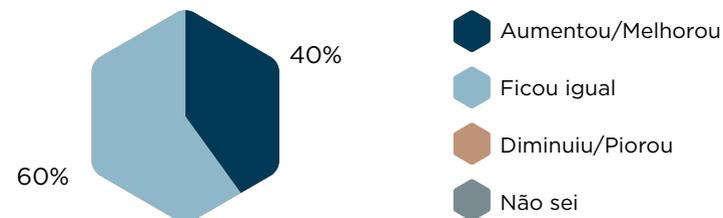
O TEMPO DEDICADO EM RESOLVER PROBLEMAS COM OS FORNECEDORES.



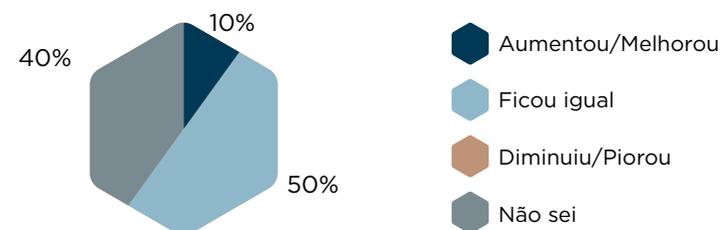
A PARTICIPAÇÃO DAS ME E EPP NO VOLUME DE COMPRAS DA SUA EMPRESA.



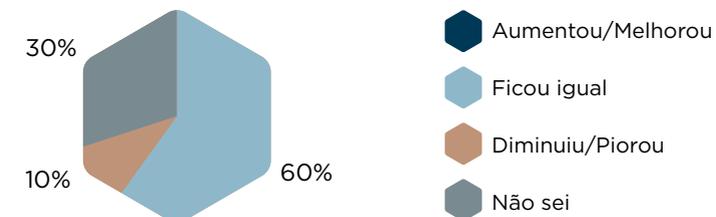
O NÚMERO DE FORNECEDORES PARA SUA EMPRESA.



OS CUSTOS LOGÍSTICOS DA SUA EMPRESA.

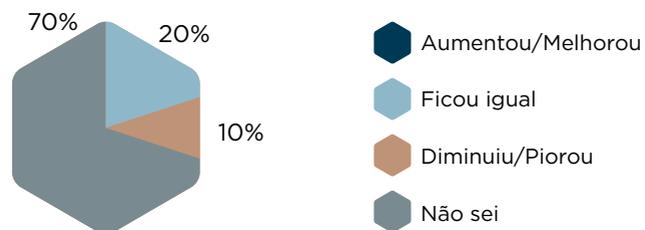


OS CUSTOS DE COMPRA DA SUA EMPRESA.





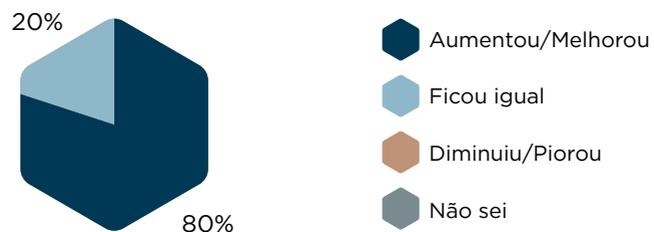
AS RECLAMAÇÕES TRABALHISTAS DE FUNCIONÁRIOS DE SEUS FORNECEDORES QUE RECAEM SOBRE SUA EMPRESA.



A PRESTEZA E A FLEXIBILIDADE DAS ME E EPP PARA ATENDER NECESSIDADES EMERGENCIAIS.



O RELACIONAMENTO DA SUA EMPRESA COM AS ME E EPP.



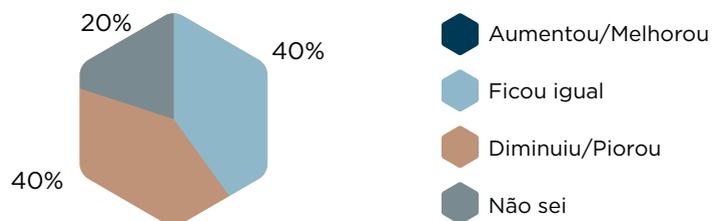
AS SUGESTÕES DAS ME E EPP PARA MELHORIA DE PRODUTOS/SERVIÇOS/PROCESSOS PRODUTIVOS.





ÂNCORAS FORNECEDORAS DE PRODUTOS E SERVIÇOS

O TEMPO DEDICADO EM RESOLVER PROBLEMAS DE SEUS CLIENTES ME E EPP.



AS RECLAMAÇÕES DE ME E EPP CLIENTE.



A PARTICIPAÇÃO DE ME E EPP NO VOLUME DE VENDAS DA SUA EMPRESA.

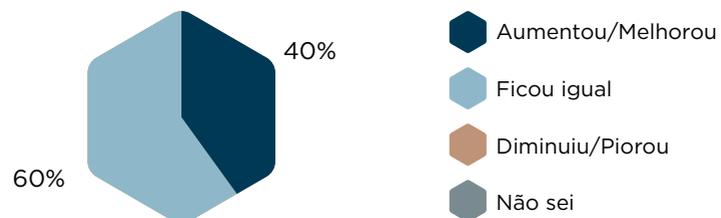


O NÚMERO DE ME E EPP COMPRADORAS DA SUA EMPRESA.





O FATURAMENTO BRUTO/VENDAS DA SUA EMPRESA.



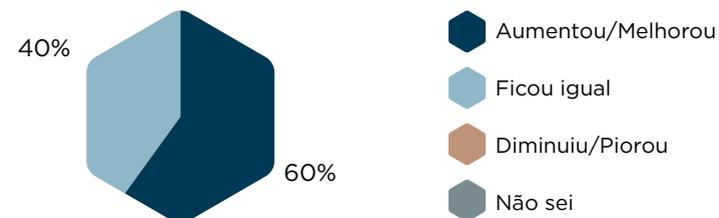
A QUALIDADE DO RELACIONAMENTO DA SUA EMPRESA COM AS ME E EPP A JUSANTE (DISTRIBUIDOR) DA CADEIA PRODUTIVA DA EMPRESA.



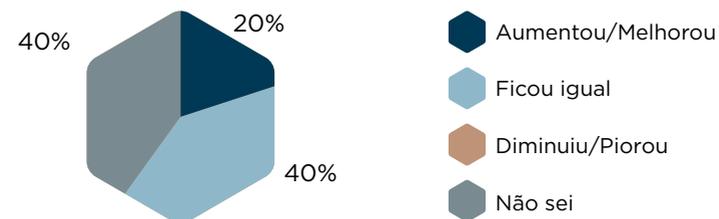
A APROXIMAÇÃO DA SUA EMPRESA COM O CONSUMIDOR FINAL (CLIENTE DO SEU CLIENTE).

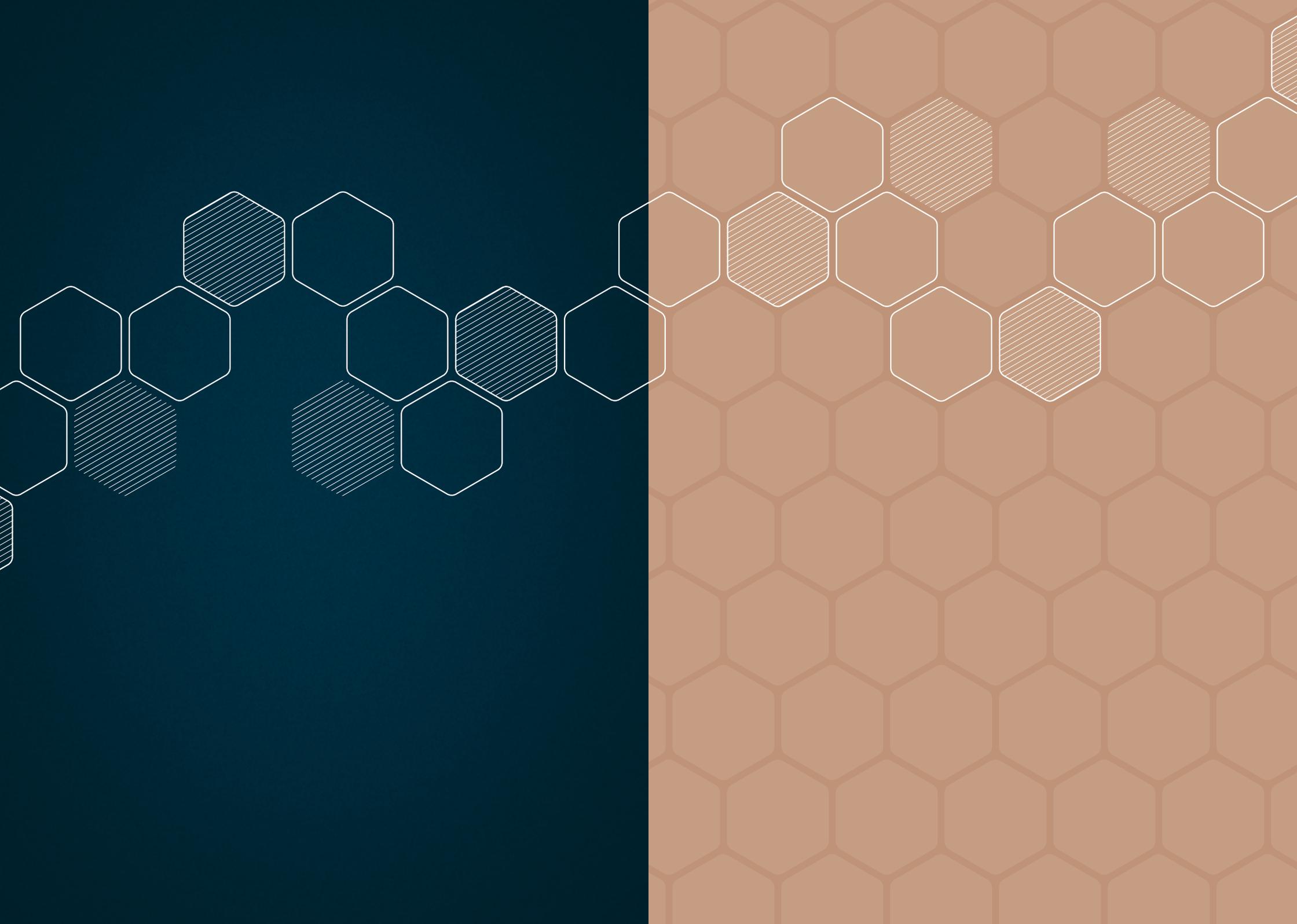


SUGESTÕES DAS ME E EPP PARA MELHORIA EM PRODUTOS/SERVIÇOS/PROCESSOS PRODUTIVOS.



AS RECLAMAÇÕES TRABALHISTAS DE FUNCIONÁRIOS DE SEUS CLIENTES/DISTRIBUIDORES QUE RECAEM SOBRE SUA EMPRESA.







0800 570 0800 / sebrae.com.br