

Pesquisa

Maturidade Digital dos Pequenos Negócios

Julho de 2024



Características do trabalho



- **Objetivos:**

- ✓ Calcular o Indicador de Maturidade Digital (IMD) dos PN (OKR1)
- ✓ Fazer uma análise dos dados por porte, por setor, por região e UF
- ✓ Identificar os componentes do IMD de maior/menor pontuação (visando ações futuras do SEBRAE)

- **Metodologia:**

- ✓ Metodologia elaborada pela parceria ABDI/SEBRAE (aplicação META Pesquisa de Opinião)
- ✓ Pesquisa quantitativa (pesquisa primária) com 6.933 entrevistas
- ✓ Amostra representativa do universo de MEI, ME e EPP
- ✓ Pesquisa via C.A.T.I. (por telefone)
- ✓ Resultados por:
 - Porte
 - Setor
 - Região
 - UF
- ✓ Período de coleta: 22/abril e 31/maio de 2024
- ✓ Margem de erro 1,3 pp para um intervalo de confiança de 95%
- ✓ Resultados ponderados por cotas de UF, porte e setor

A distribuição da amostra



Empresas Entrevistadas:
6.933



Entrevistas por porte

EPP	ME	MEI
1.190	2.780	2.963



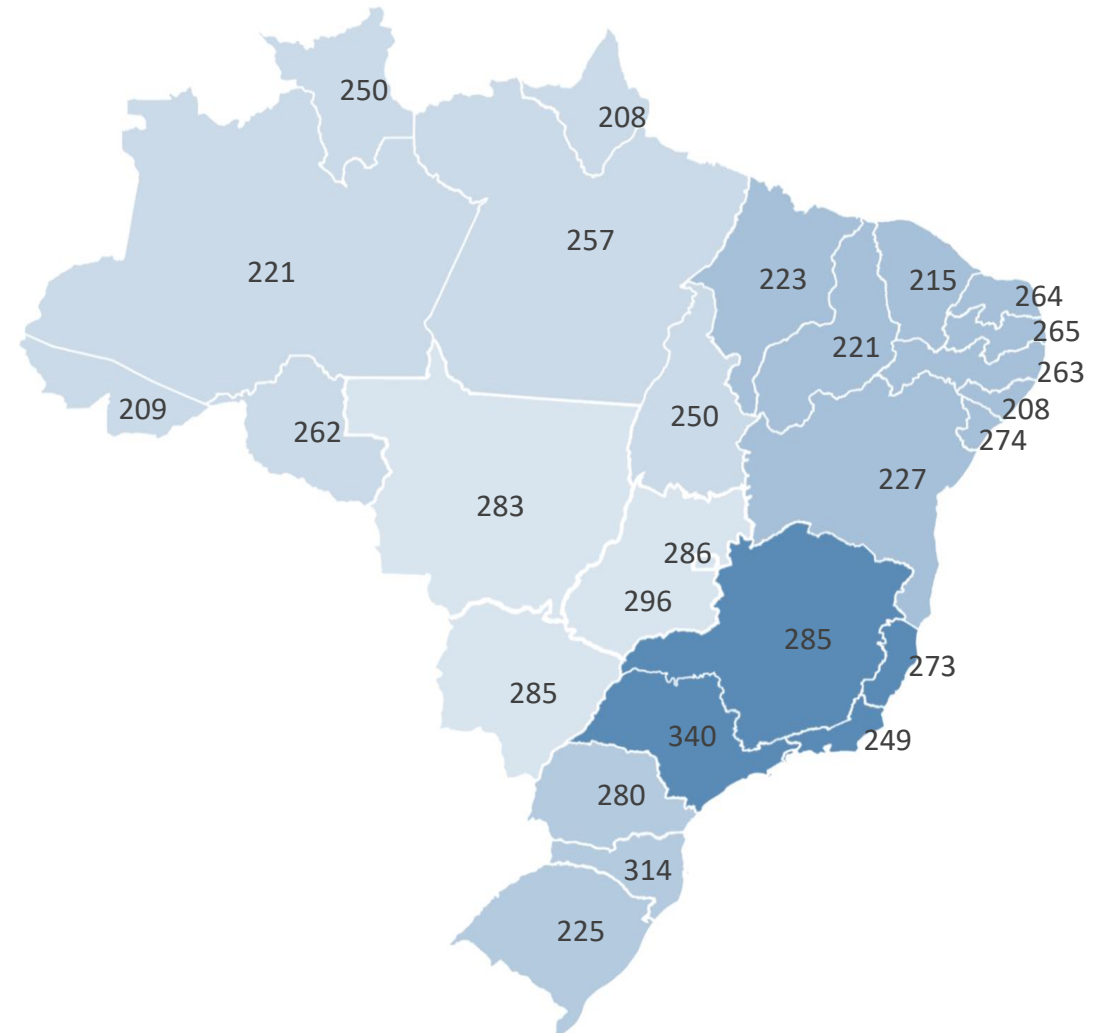
Entrevistas por setor

Comércio	Serviços	Indústria
2.487	3.276	1.170



Entrevistas por região

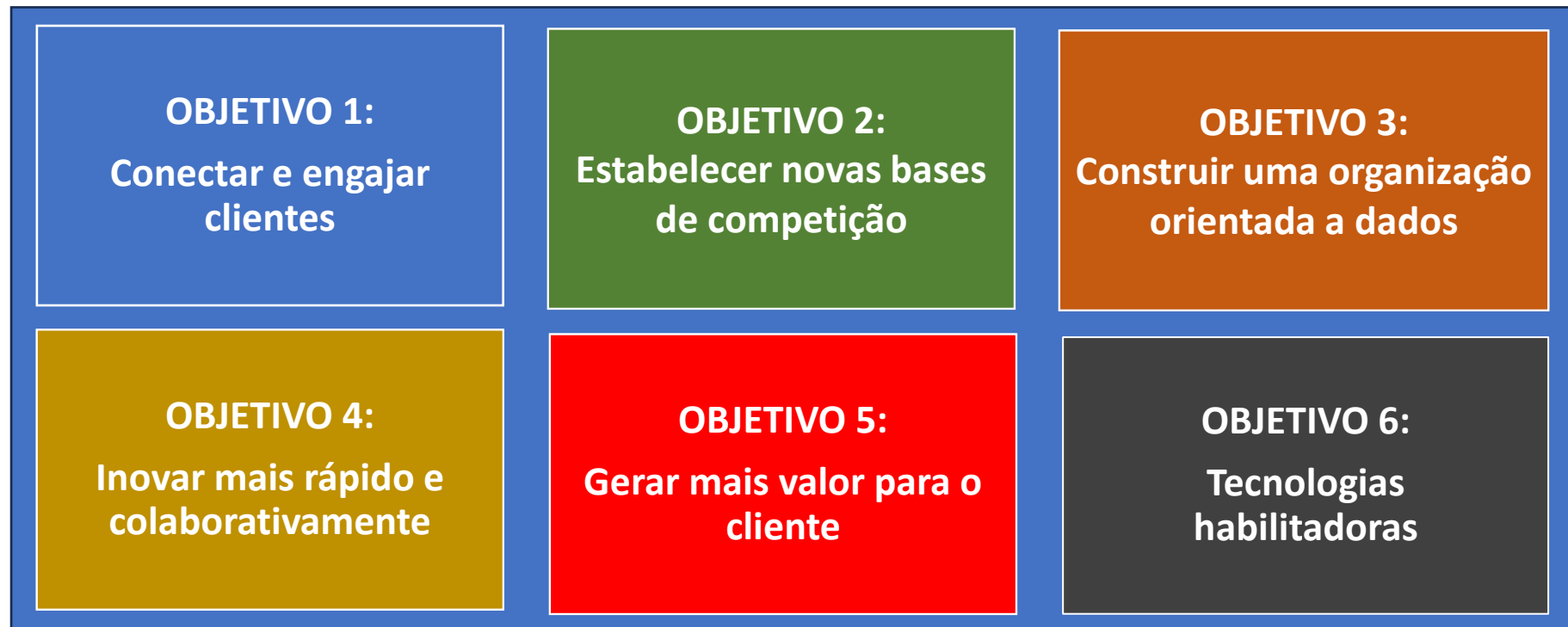
S	SE	CO	N	NE
819	1.147	1.150	1.657	2.160



Metodologia do IDM-PN (SEBRAE/ABDI)



- ✓ São 20 itens/perguntas organizadas em 6 blocos/OBJETIVOS



- ✓ Resultando em uma escala de 0 a 80 pontos (escala de 0 a 4 pts por ítem/pergunta)

Metodologia do IDM-PN (questionário)



OBJETIVOS	AFIRMAÇÕES
OBJETIVO 1: Conectar e engajar clientes	1. Sua empresa tem um Plano Estratégico de "Mídias Sociais" <u>ESCRITO</u> e <u>EM USO!</u> 2. Sua empresa usa as informações dos clientes (<u>histórico de compras, interesses demonstrados, etc</u>) para oferecer PRODUTOS ou SERVIÇOS diferenciados para cada um; 3. Sua empresa utiliza ferramentas de atendimento automatizado (como chat de whatsapp com respostas automáticas ou perguntas frequentes)
OBJETIVO 2: Estabelecer novas bases de competição	4. Sua empresa <u>CRIOU/LANÇOU NOVOS produtos/serviços</u> utilizando canais digitais no último ano (<u>p.ex. Whats app, Instagram, Facebook, TIK TOK, site próprio, etc</u>) 5. Sua empresa vende produtos/serviços utilizando plataformas digitais OU E-COMMERCE PRÓPRIO (marketplaces como Mercado Livre, Magazine Luíza, Amazon, iFood, etc); 6. Sua empresa possui um sistema de gestão que integra as bases de dados de todas as áreas.
OBJETIVO 3: Construir uma organização orientada a dados	7. Sua empresa possui um sistema de gestão de clientes e coleta dados de clientes em cada contato realizado; 8. Sua empresa utiliza relatórios com dados extraídos dos sistemas OU APLICATIVOS em todas as reuniões de tomadas de decisão; 9. Faz treinamento periódico (seu ou de funcionários) para melhorar a coleta e uso de dados de clientes PARA VENDER MAIS
OBJETIVO 4: Inovar mais rápido e colaborativamente	10. Sua empresa desenvolveu um novo produto ou serviço em cooperação com outra empresa, startup, centro tecnológico ou parceiro no último ano 11. A sua empresa tem procedimentos formais que permitam os funcionários sugerirem novos produtos ou serviços e participar do desenvolvimento dessas ideias 12. Sua empresa mantém contato com os clientes permanentemente e desenvolve novos produtos ou serviços rapidamente a partir de ideias que surgem do contato com clientes
OBJETIVO 5: Gerar mais valor para o cliente	13. Sua empresa utiliza informações coletadas sobre os clientes em mídias digitais para desenvolver novos produtos ou serviços; 14. Sua empresa testa novos produtos ou serviços com grupos de clientes selecionados; 15. Sua empresa monitora as mídias digitais para saber o que os clientes pensam sobre seu negócio, para melhorar seu atendimento, produtos e serviços
OBJETIVO 6: TECNOLOGIAS HABILITADORAS	16. Sua empresa tem acesso a internet de alta velocidade em toda a empresa 17. Sua empresa usa serviço de nuvem (cloud computing) constantemente 18. Sua empresa oferece ou paga cursos online (na internet) para treinamento seu e dos funcionários 19. Sua empresa possui um sistema de cybersegurança e políticas de proteção de dados que todos os funcionários precisam seguir (tais como restrição de acesso a determinados conteúdos, restrição de acesso a sites considerados inseguros, políticas de troca periódicas de senhas de acesso aos sistemas, entre outras) 20. Sua empresa possui uma rotina de backups de sistemas e bases de dados <u>formalmente estabelecida</u> e com responsáveis identificados



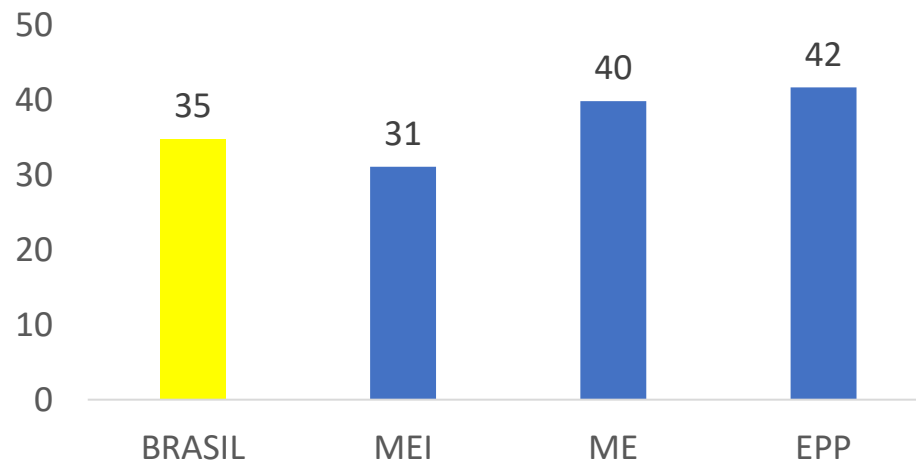
RESULTADOS GERAIS

Resultados utilizando
a pontuação agregada
de 0 a 80 pontos

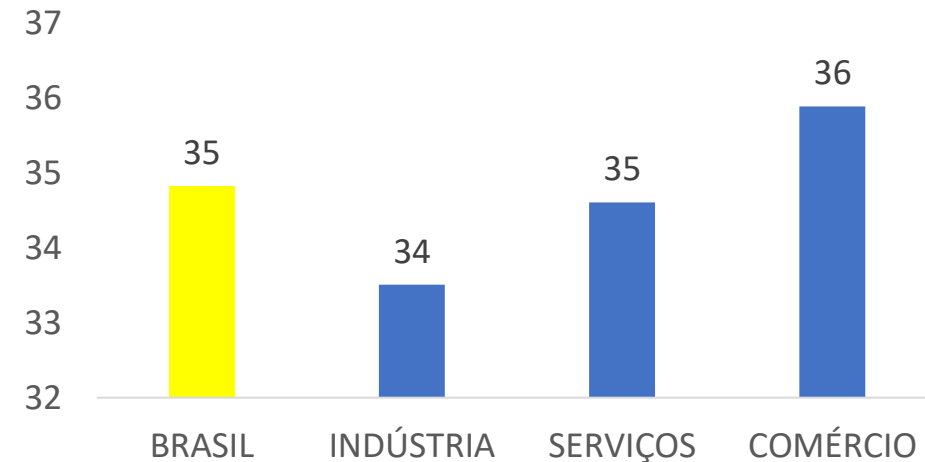
Indicador de Maturidade Digital (IMD-PN)



IMD - PN no BRASIL e PN por porte

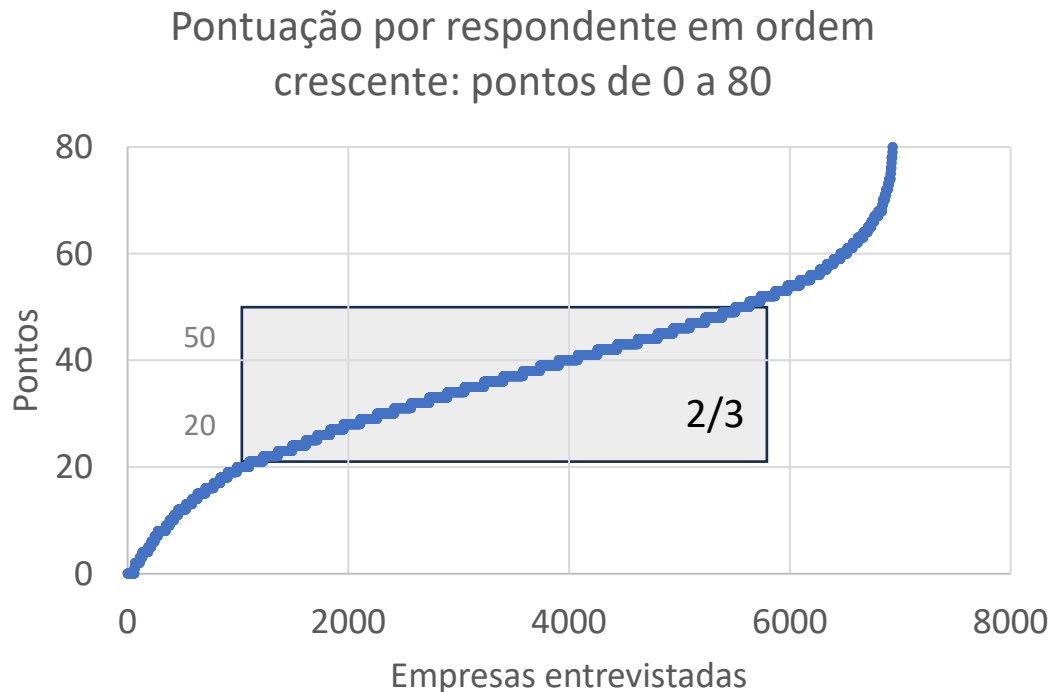


IMD - PN no BRASIL e PN por setor



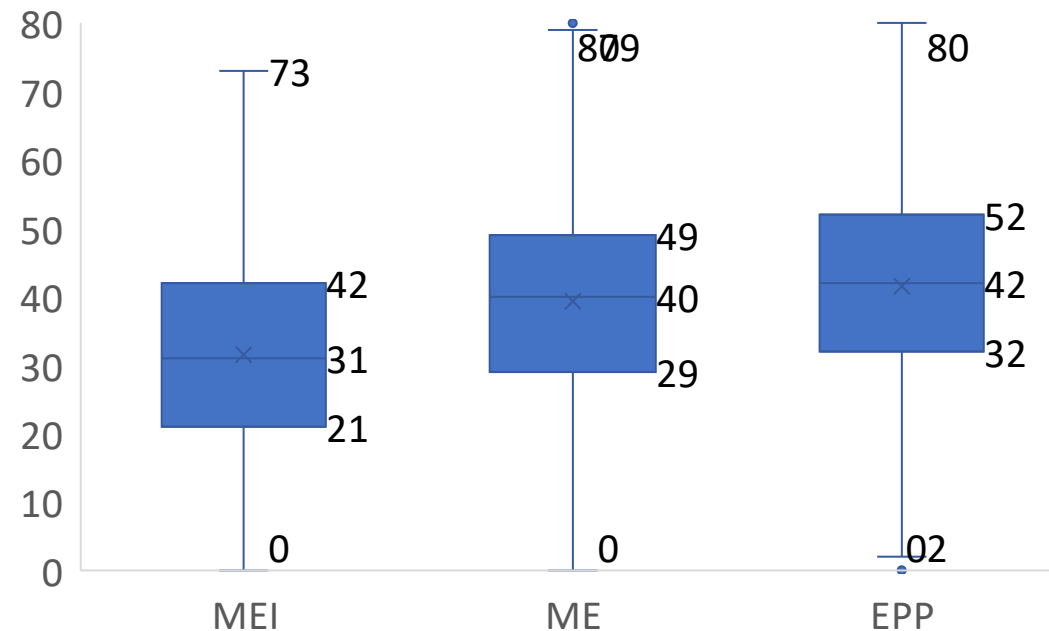
Por porte, as EPP são as que apresentam maior maturidade digital, IMP-EPP= 42
Por setor, os PN do comércio são as que têm maior maturidade digital, IMD com= 36

Análise exploratória dos dados (alta concentração e grande amplitude)



Cerca de 2/3 dos PN estão na faixa 20 a 50
A amplitude varia de 0 a 80

IMD - Box plot (diagrama de caixa) por porte

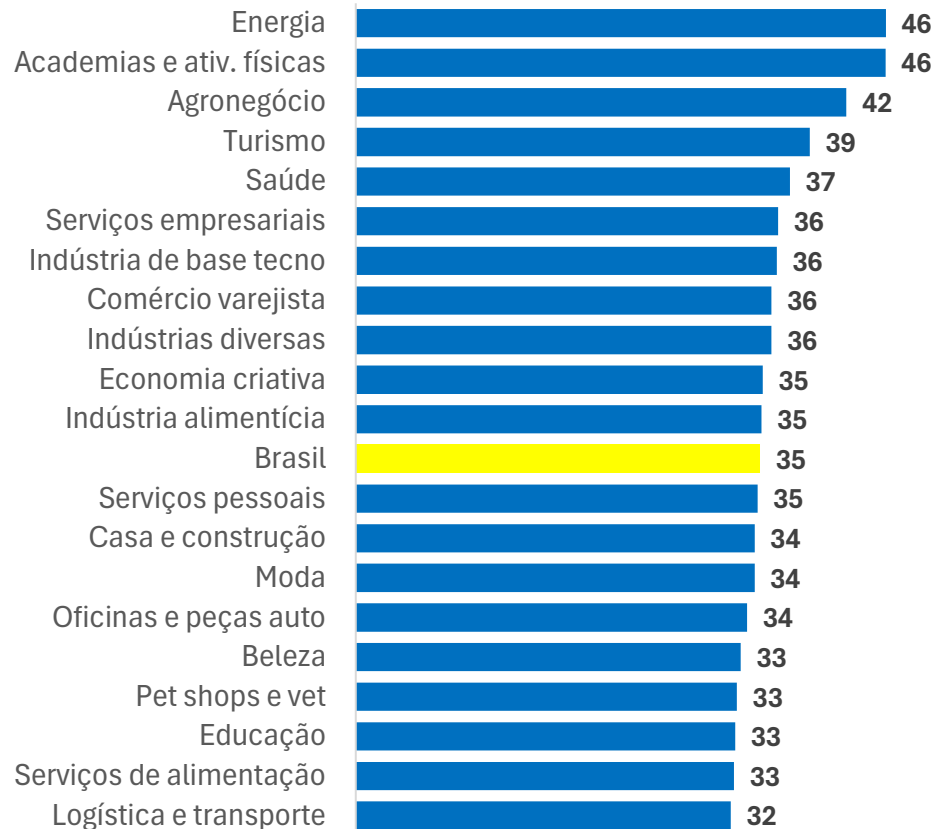


Tbm há grande concentração por porte
A amplitude varia de 0 a 73/80

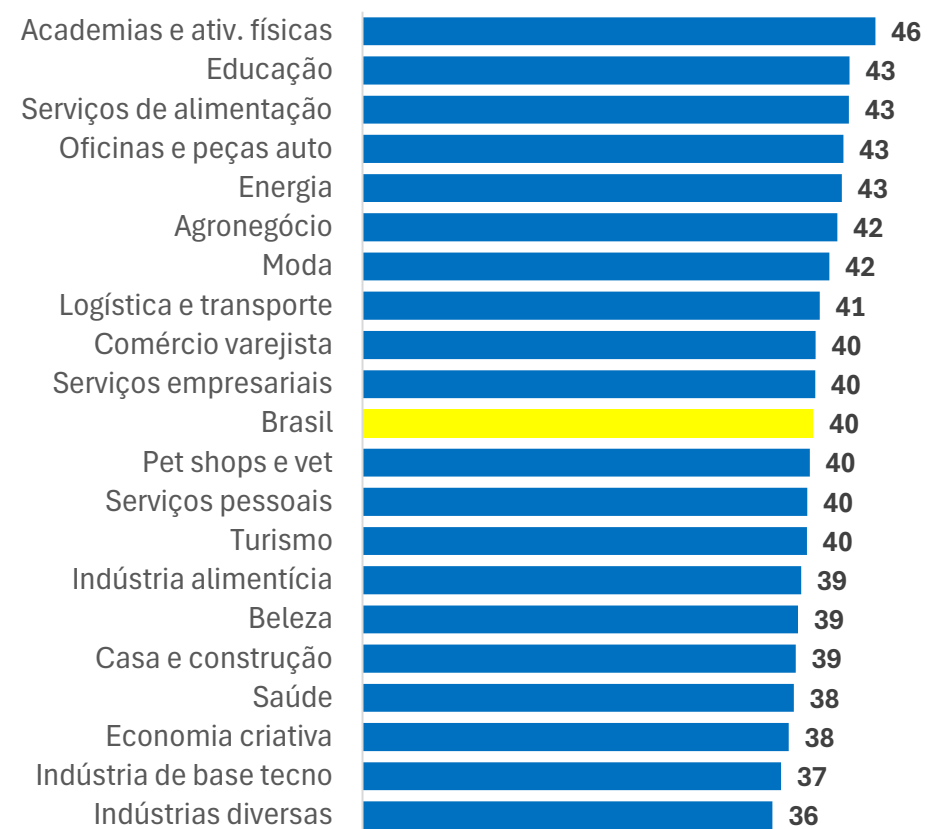
Indicador de Maturidade Digital (IMD-PN)



IMD por segmentos
(todos os portes)



IMD por segmentos
(apenas ME+EPP)



Os segmentos com maior presença de MEI apresentam menor maturidade digital.
Ao excluir o MEI (ver gráfico da direita), Academias, Educação e Serviços de Alimentação lideram o ranking.

* Os segmentos Agronegócio, Indústria de base tecno, Academias e Energia tiveram número reduzido de respondentes e, por isso, possuem maior margem de erro.

Exemplos de atividade c/IMD extremos (Sub-classe CNAE)



IMD-PN>70

Atividades de ensino
Cabelereiro, manicure e pedicure
Atividades de contabilidade
Atividades profissionais, científicas e técnicas
Serviços de acabamentos gráficos
Com. varejista de doces, balas e bombons
Com. varejista de prod. alimentícios em geral
Lanchonetes, casas de chá, de sucos e similares
Atividades jurídicas
Educação superior - pós-graduação e extensão
Confecção de roupas íntimas
Confecção de peças de vestuário
Com. tecidos e artigos de cama, mesa e banho
Com. varejista de calçados
Com. varejista de gás liquefeito de petróleo (GLP)
Fornecimento de alimentos preparados
preponderantemente para consumo domiciliar

(*)= cerca de 70 empresas

IMD-PN=00

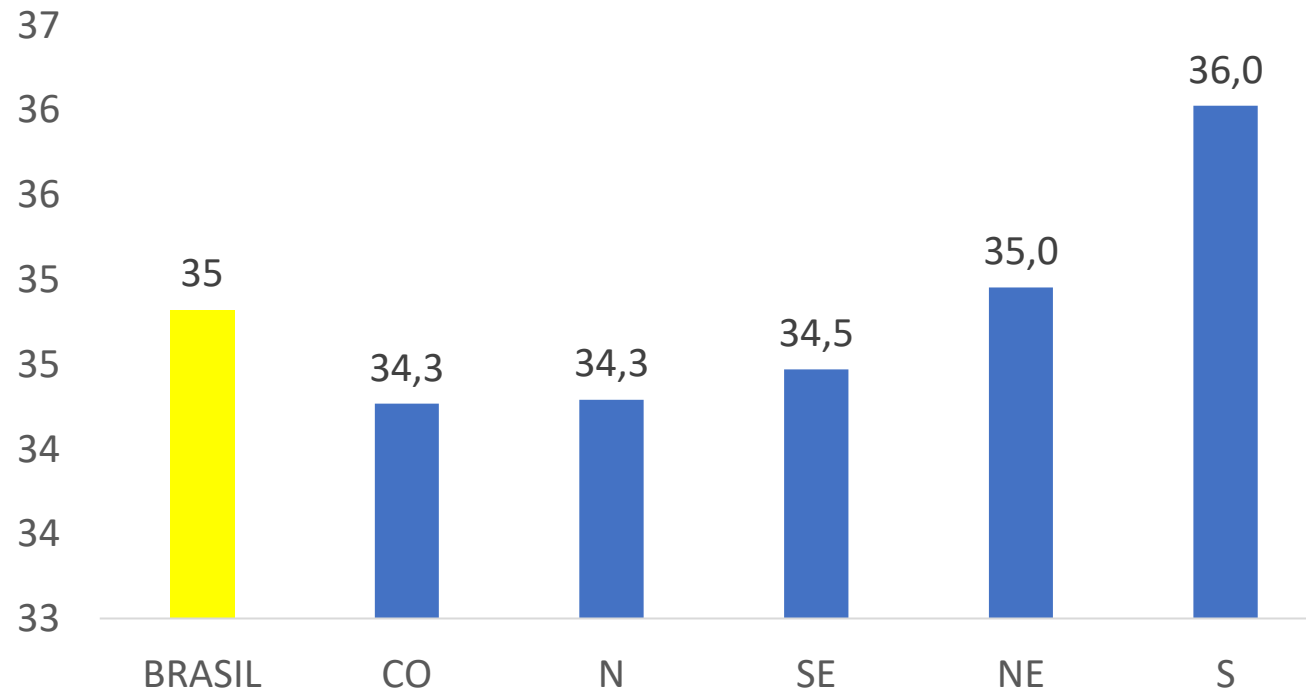
Coleta de resíduos/catadores (MEI)
Serv. Construção, pedreiro/pintor (MEI)
Mecânicas/Borracharias (MEI)
Venda de cosméticos (MEI)
Cabeleireiros, manicure e pedicure (MEI)
Transporte de carga (MEI)
Transporte de mudança (MEI)
Exploração de jogos de sinuca, bilhar e similares
Cuidadores (MEI)
Restaurantes e similares (MEI)
Bares e similares (MEI)
Atividades de ensino (MEI)
Atividades de organização de eventos (MEI)
Fotocópias, preparação de documentos (MEI)
Jardinagem (MEI)
Fornecimento de alimentos preparados
preponderantemente para consumo domiciliar

(*)= cerca de 60 empresas

Indicador de Maturidade Digital (IMD-PN)



IMD - PN no BRASIL e PN por região

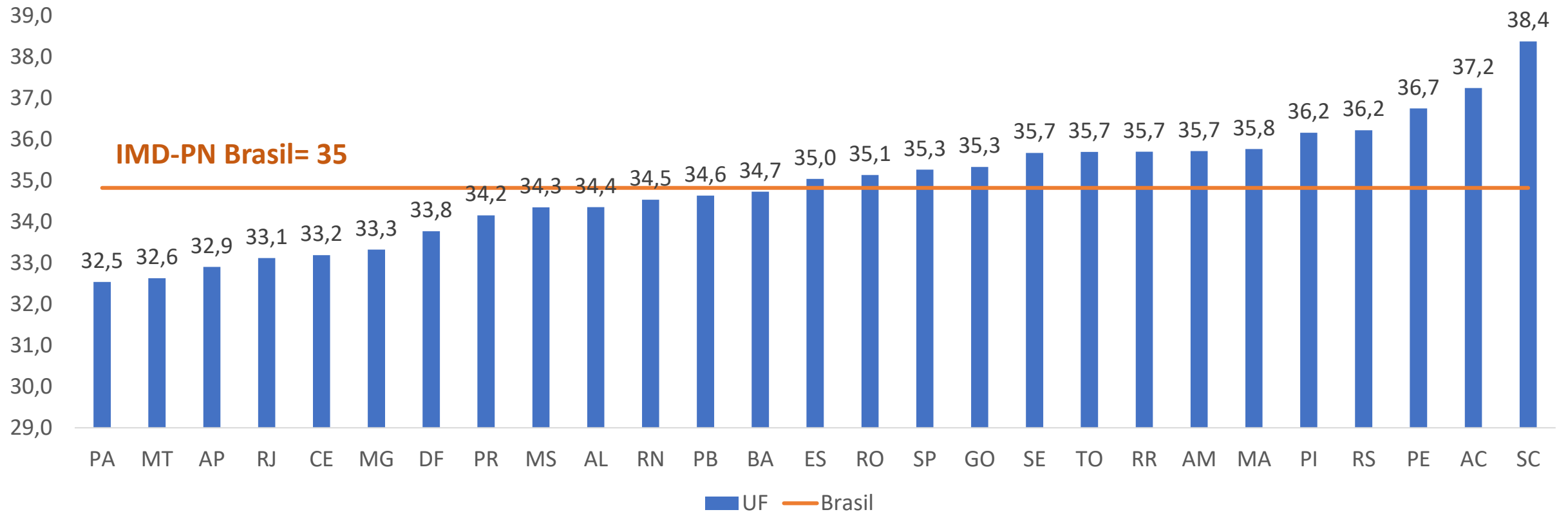


Por região, os PN da região Sul lideram em termos de maturidade digital, IMP-Sul= 36

Indicador de Maturidade Digital (IMD-PN)



IMD - PN no BRASIL e PN por UF



SC, AC e PE são as UF com maior IMD (aparentemente associados a maior ampliação de serviços digitais)



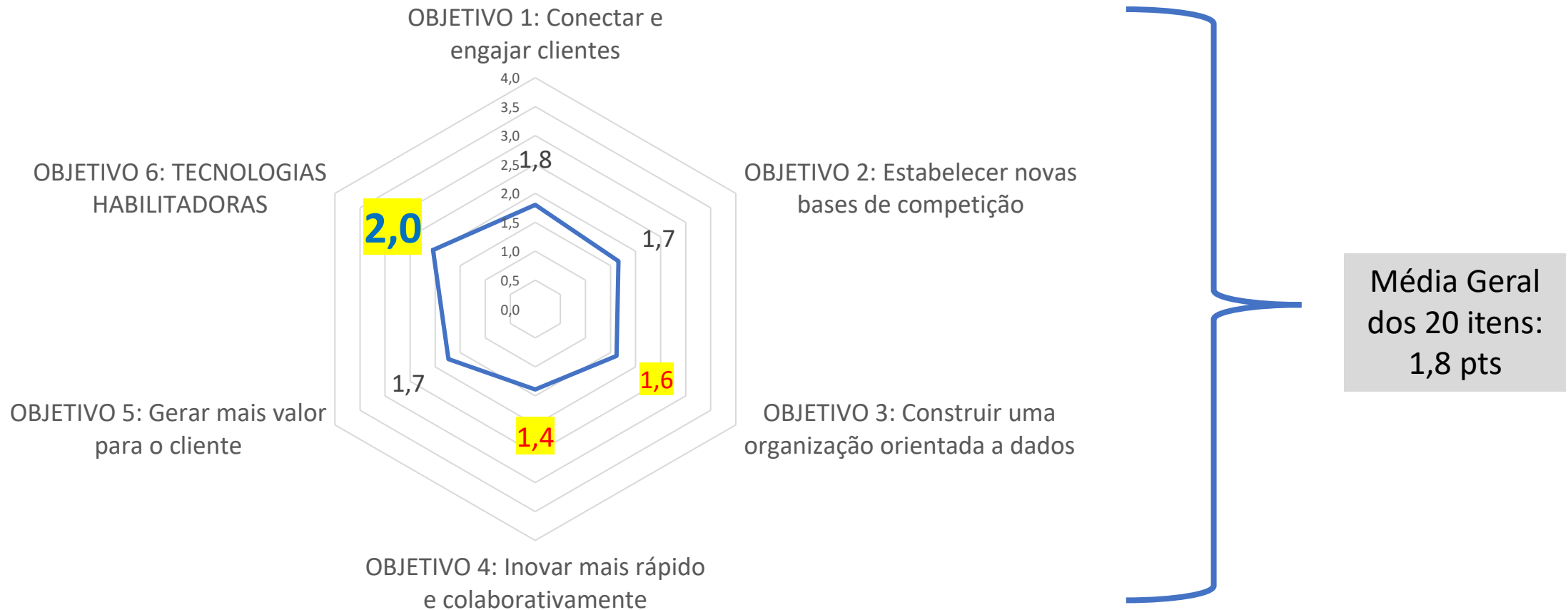
RESULTADOS POR OBJETIVOS (e por itens)

Resultados:

Item: pontuação de 0 a 4 pontos

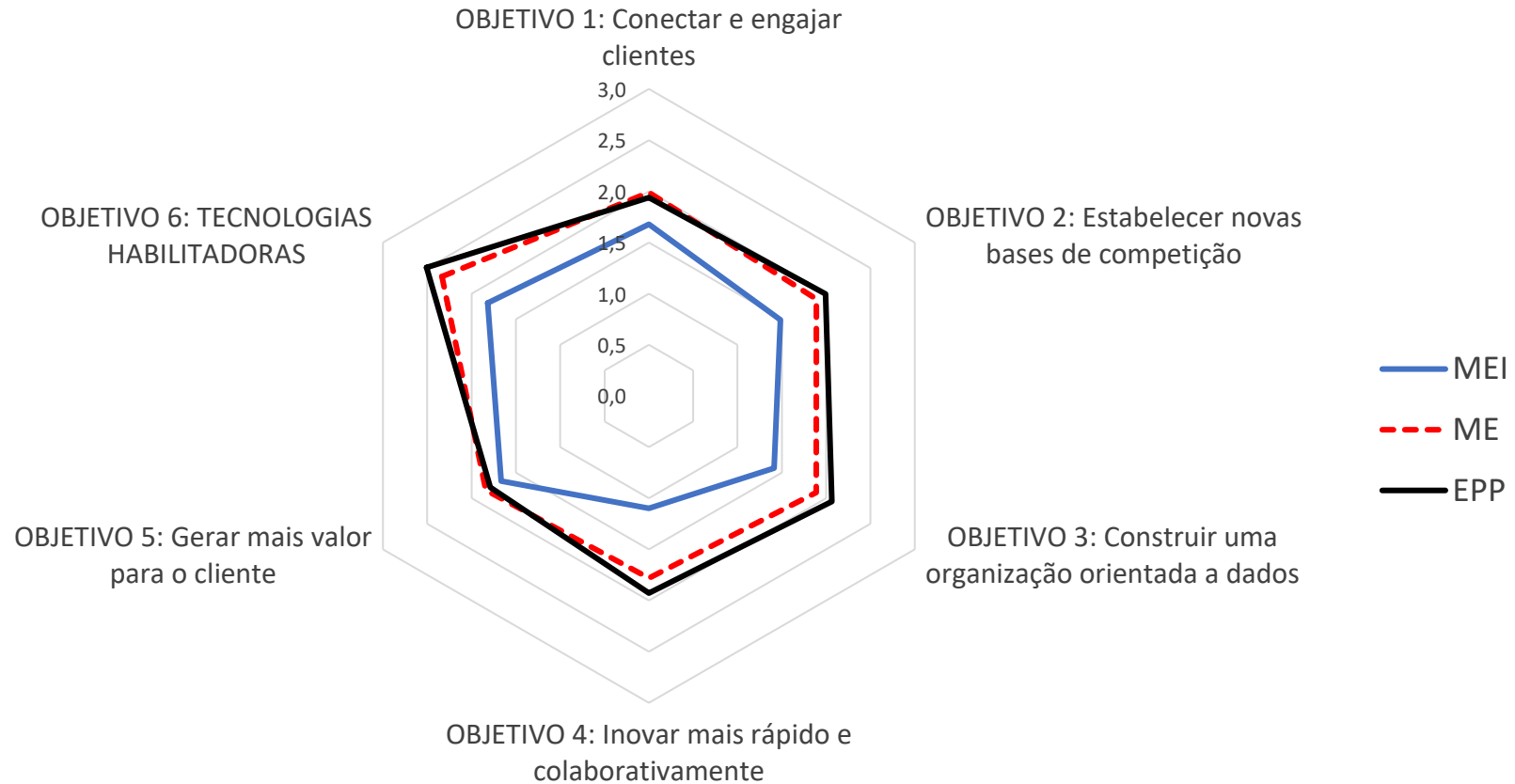
Objetivo: média dos itens que compõem o objetivo

BRASIL - Objetivos (0 a 4 pts)



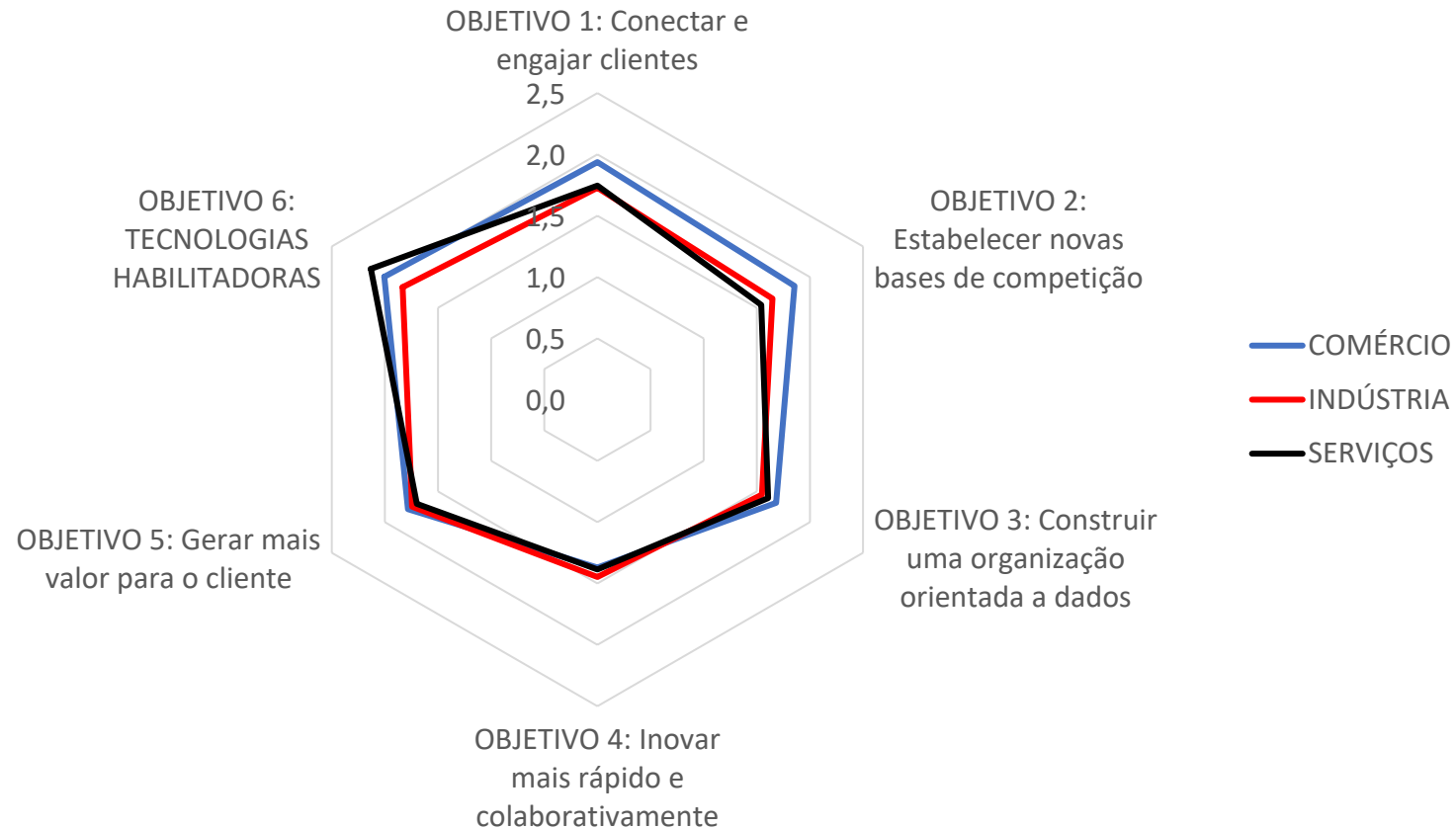
“Tecnologias Habilitadoras” foi o objetivo melhor avaliado. Os piores avaliados foram: “Inovar mais rápido e colaborativamente” e “Organização orientada para dados”.

P/PORTE - Objetivos (0 a 4 pts)



O padrão de pontuação é semelhante nos 3 portes,
Mas o MEI tem pontuação sensivelmente inferior às ME e EPP

P/SETOR - Objetivos (0 a 4 pts)



O padrão de pontuação é semelhante nos 3 setores,
Mas comércio se destaca levemente nos objetivos 1, 2 e 3 e serviços no objetivo 6

P/SEGMENTO – Pontuação por objetivo



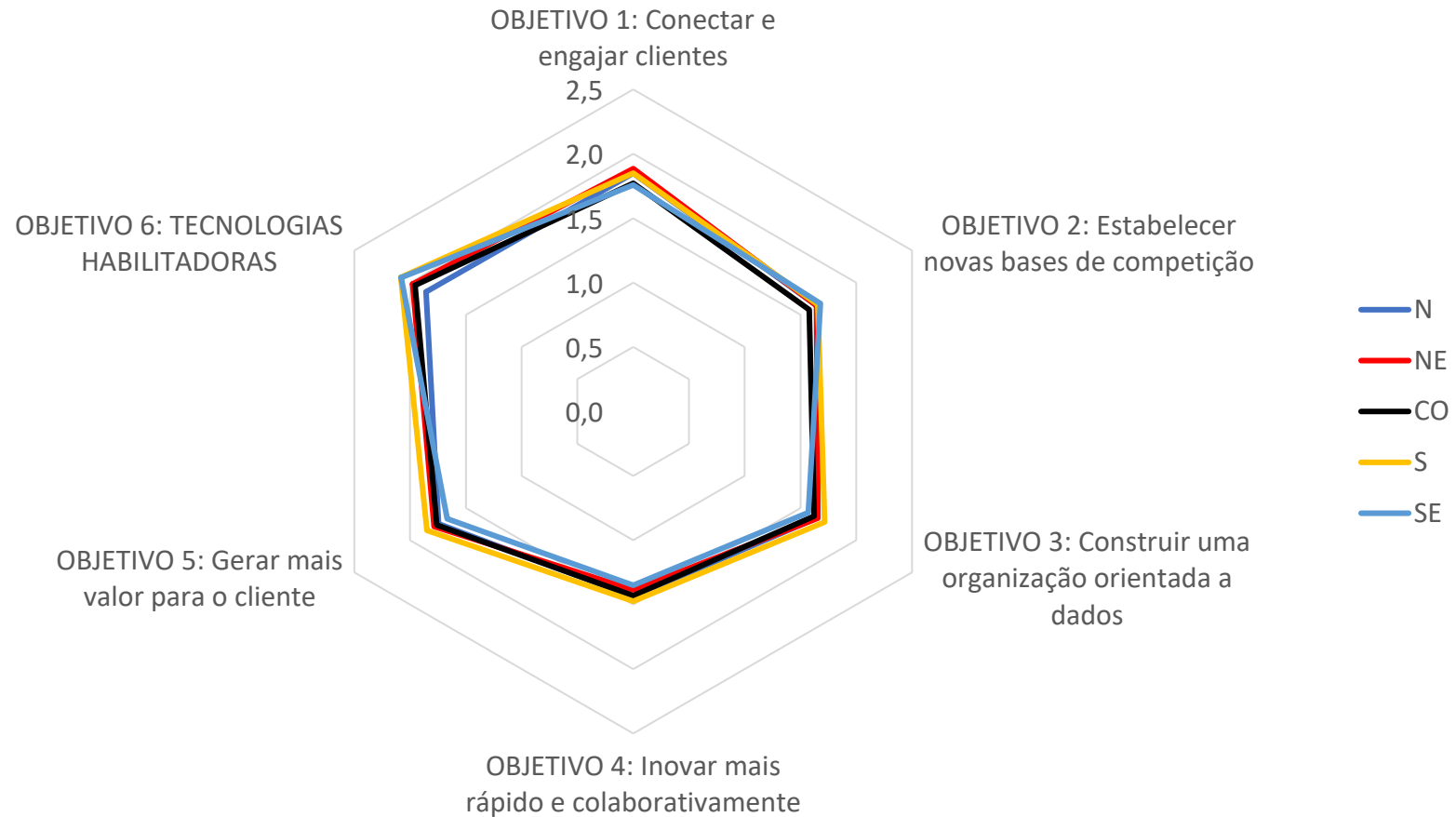
* Apenas ME+EPP

	OBJ1	OBJ2	OBJ3	OBJ4	OBJ5	OBJ6
Academias e ativ. físicas	2,2	2,2	2,4	1,8	2,0	2,7
Agronegócio	1,8	3,3	2,4	2,1	1,4	1,9
Beleza	2,0	1,8	2,1	1,5	1,9	2,2
Casa e construção	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	2,2
Comércio varejista	2,1	2,1	1,9	1,8	1,8	2,3
Economia criativa	2,0	1,6	1,6	1,9	1,9	2,2
Educação	2,1	2,3	2,2	1,7	1,9	2,6
Energia	2,2	2,1	1,8	1,9	2,0	2,5
Indústria alimentícia	1,9	2,0	1,7	1,9	1,8	2,2
Indústria de base tecno	2,0	2,0	1,7	1,7	1,5	2,1
Indústrias diversas	1,7	1,6	1,9	1,9	1,5	2,2
Logística e transporte	1,8	1,8	2,1	1,8	2,0	2,3
Moda	2,1	2,0	2,1	1,8	2,0	2,3
Oficinas e peças auto	2,1	2,2	2,0	1,9	1,9	2,4
Pet shops e vet	2,1	1,9	2,0	1,9	1,8	2,2
Saúde	2,0	1,7	1,9	1,8	1,8	2,2
Serviços de alimentação	2,1	2,2	2,0	1,9	2,1	2,5
Serviços empresariais	1,9	1,8	1,8	1,8	1,8	2,6
Serviços pessoais	1,9	1,8	2,0	1,8	1,7	2,4
Turismo	2,0	1,8	2,0	1,7	1,7	2,4
Brasil	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8	2,4

A análise dos segmentos por cada objetivo mostra variabilidades no desempenho. Por exemplo, *Educação*, apesar de acima da média na maioria, obteve um desempenho inferior no OBJ4.

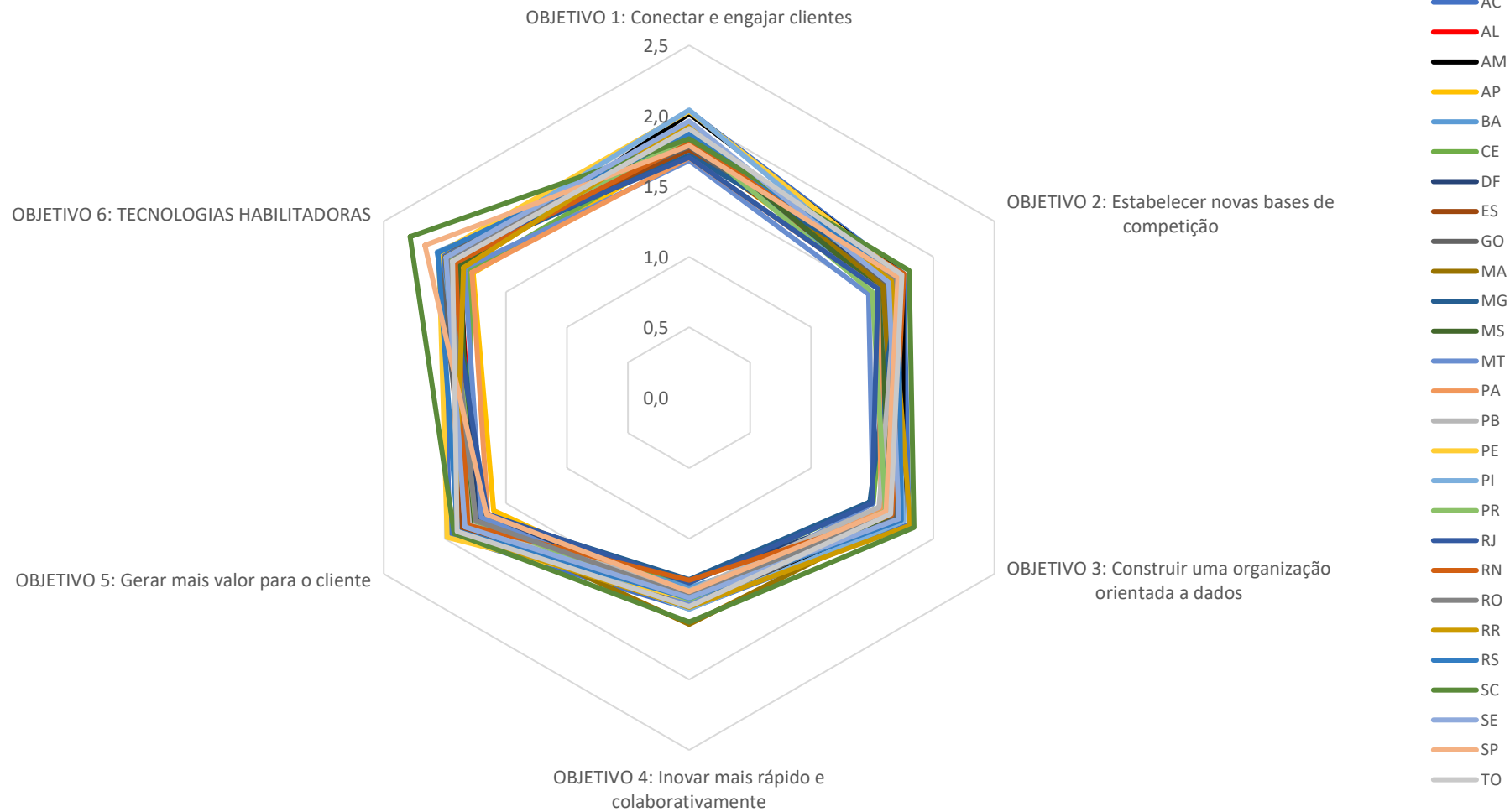
* Os segmentos *Agronegócio*, *Indústria de base tecno*, *Academias* e *Energia* tiveram número reduzido de respondentes e, por isso, possuem maior margem de erro.

P/REGIÃO - Objetivos (0 a 4 pts)



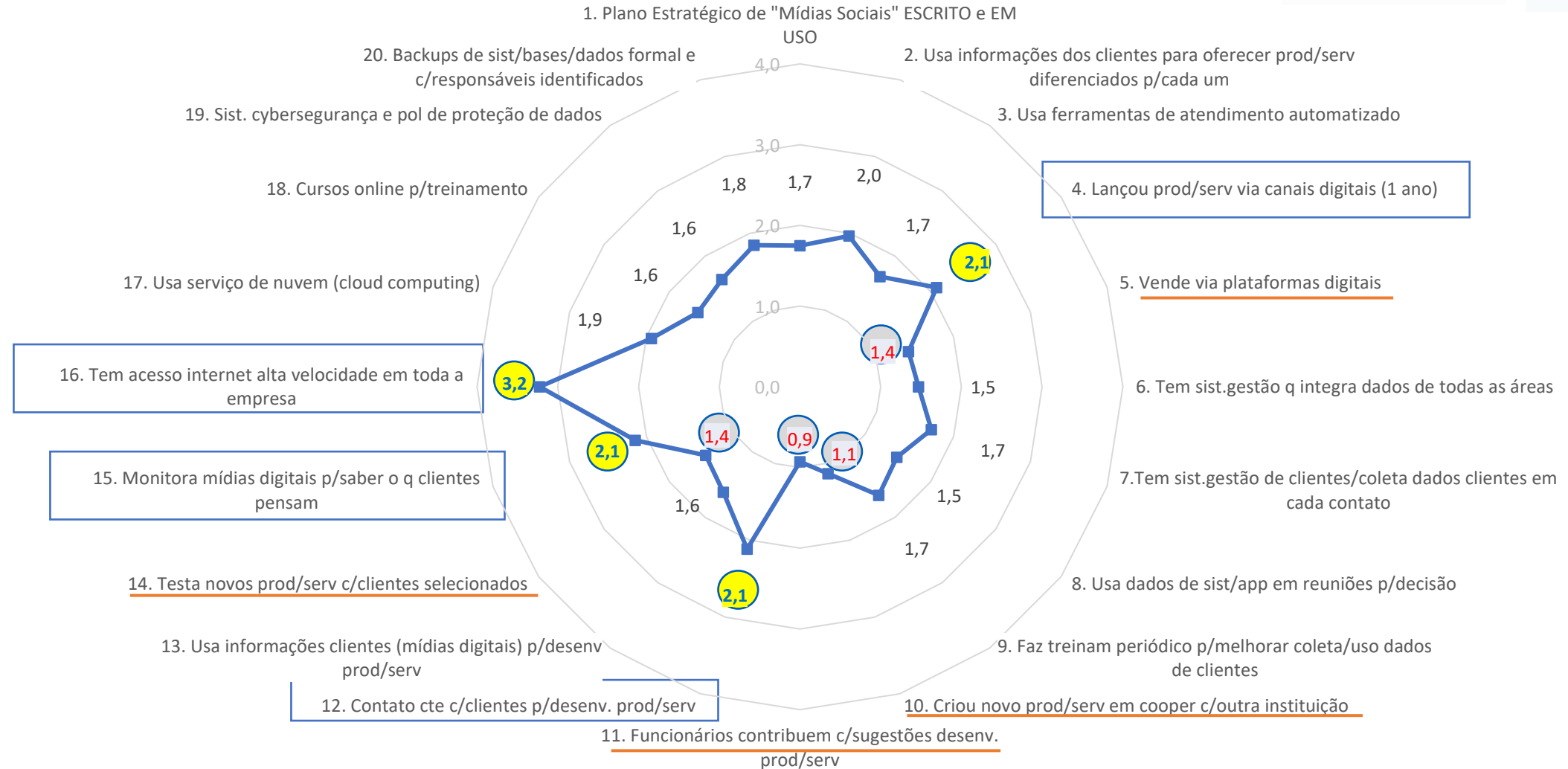
O padrão de pontuação é semelhante nas 5 regiões

P/UF - Objetivos (0 a 4 pts)



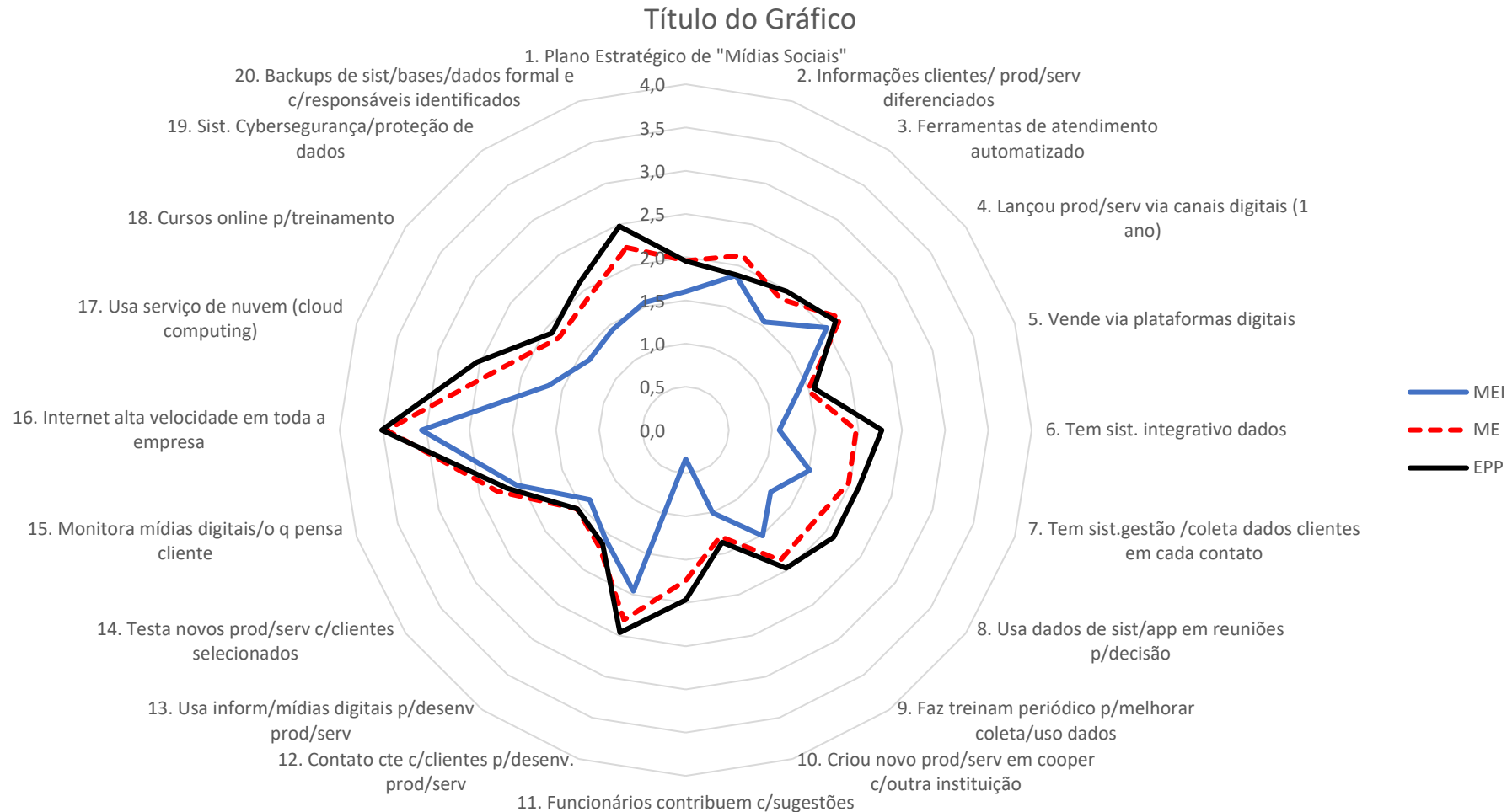
O padrão de pontuação é semelhante nas UF

BRASIL- Itens (0 a 4 pts)



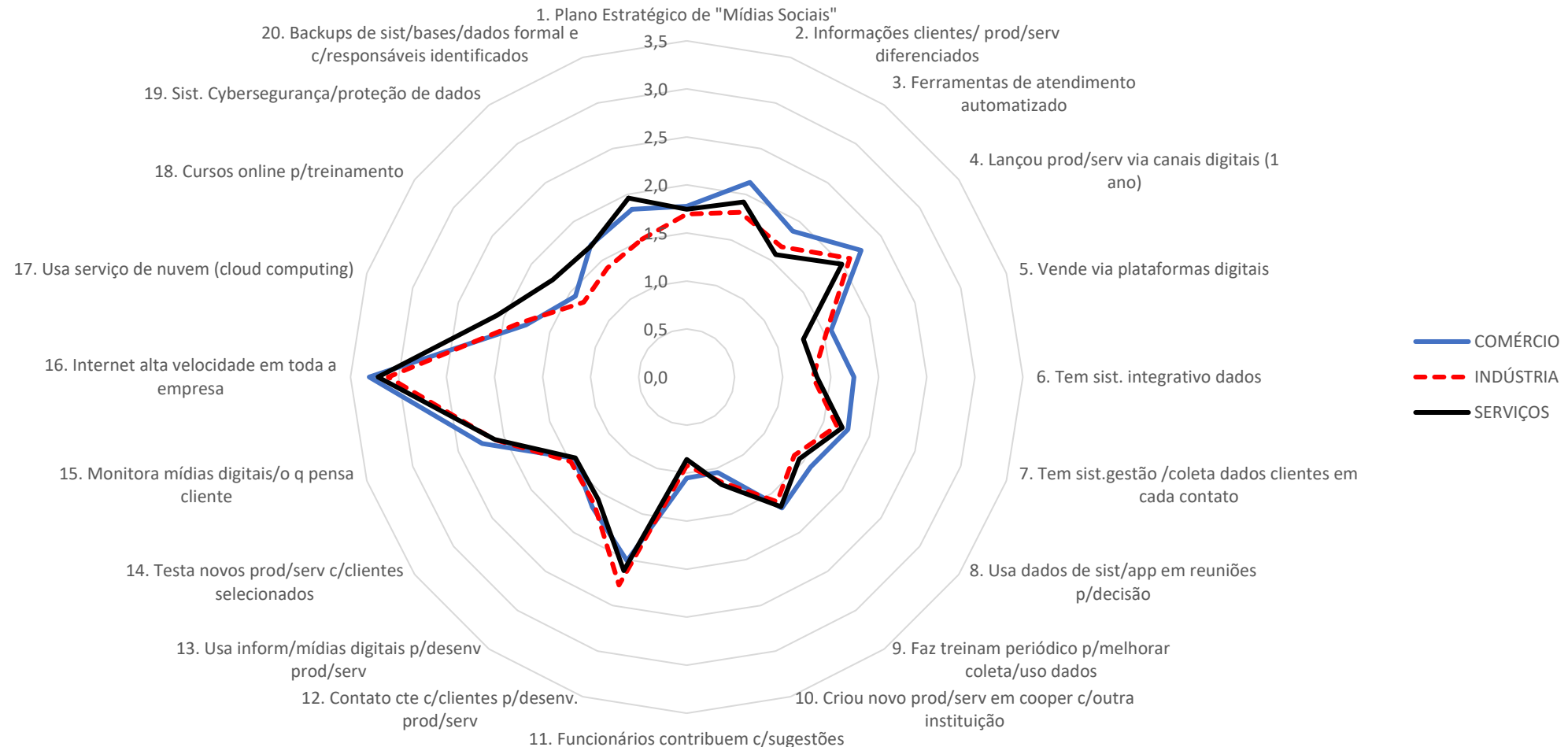
A média geral dos 6 objetivos foi de 1,8 ponto. A maioria dos 20 itens tem média abaixo de 2 pontos. O pior objetivo (e itens) avaliado(s) foi(ram) "OBJETIVO 4: Inova mais rápido e colaborativamente".

P/PORTE - Itens (0 a 4 pts)



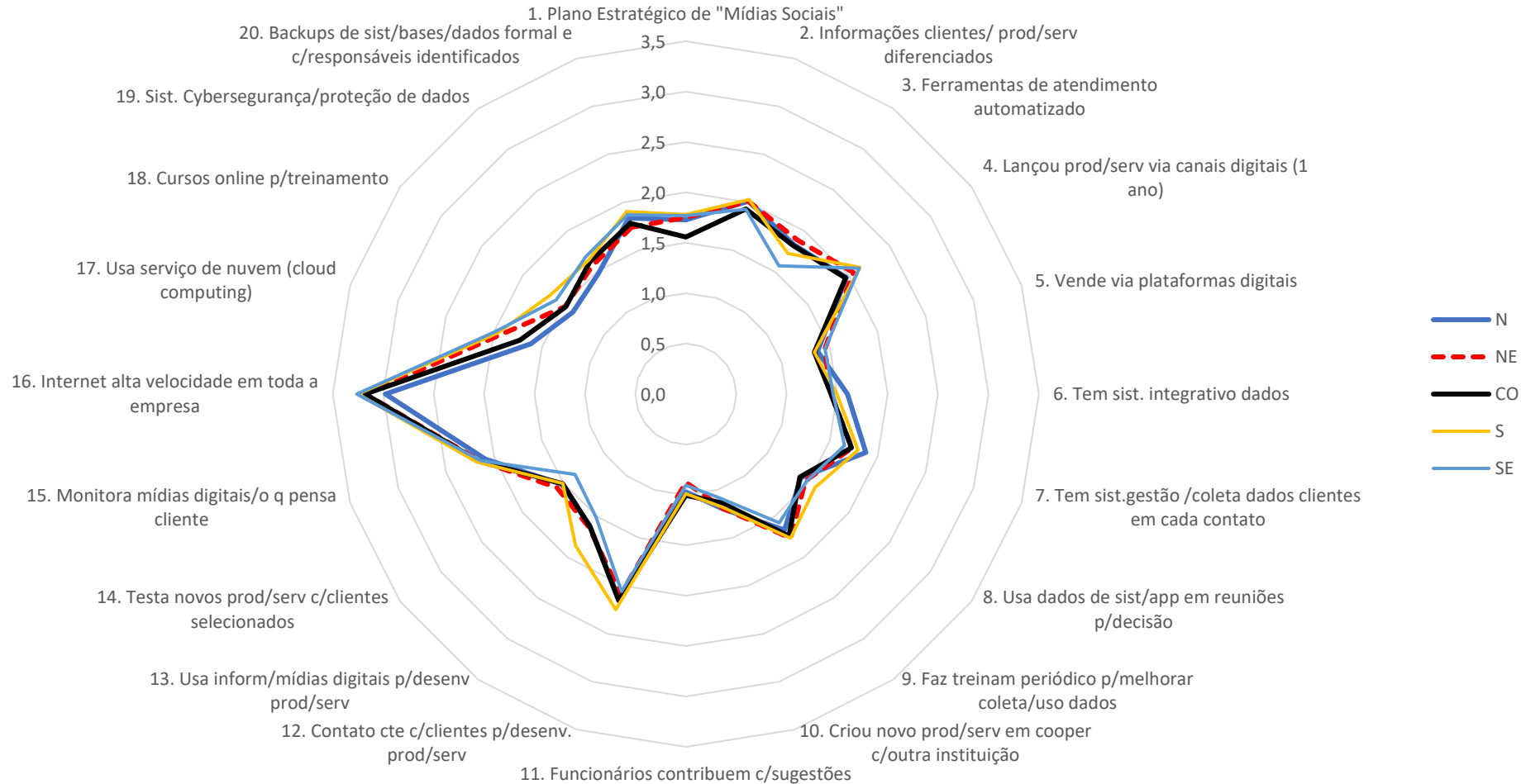
O padrão de pontuação é parecido nos 3 portes, mas o MEI tem pontuação visivelmente inferior às ME e EPP

P/SETOR - Itens (0 a 4 pts)



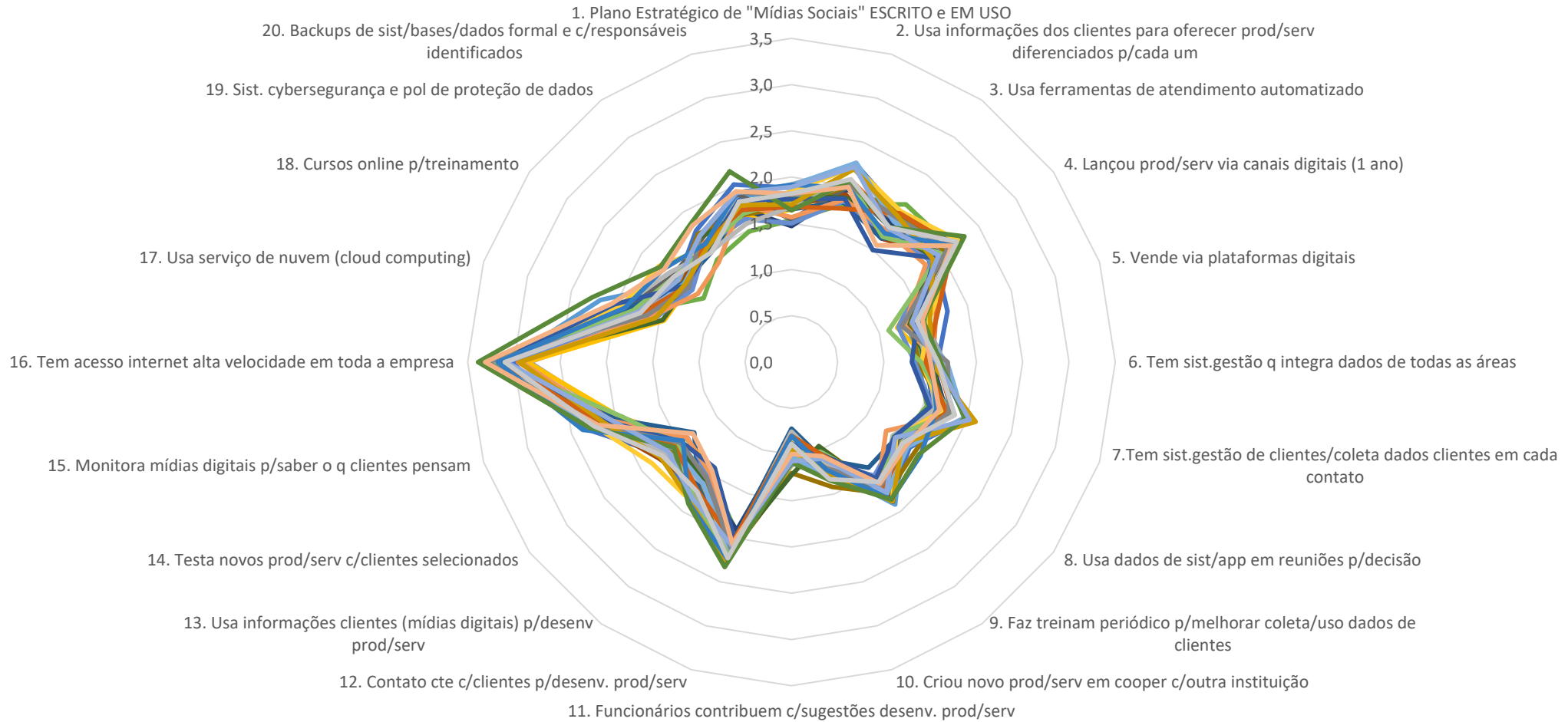
O padrão de pontuação é parecido nos 3 setores. Serviços usa mais *cloud computing* e Comércio usa mais informações clientes, sistemas integrativos e vendas digitais

P/REGIÃO - Itens (0 a 4 pts)



O padrão de pontuação é parecido nas 5 regiões

P/UF - Itens (0 a 4 pts)



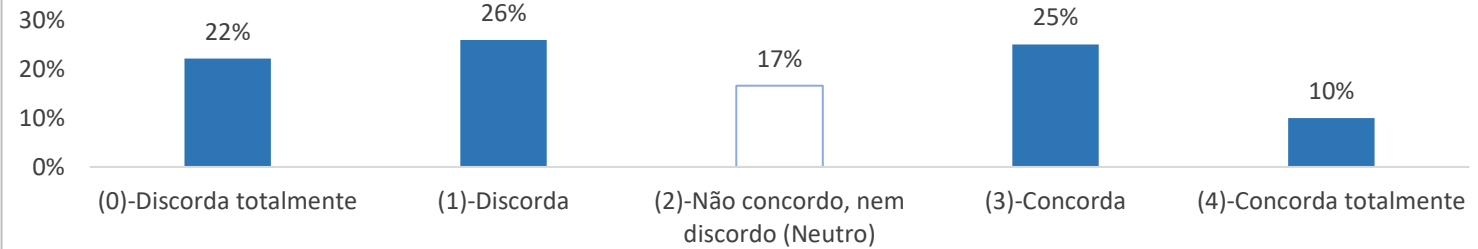
O padrão de pontuação é parecido nas 27 UF

BRASIL-Itens por Objetivo

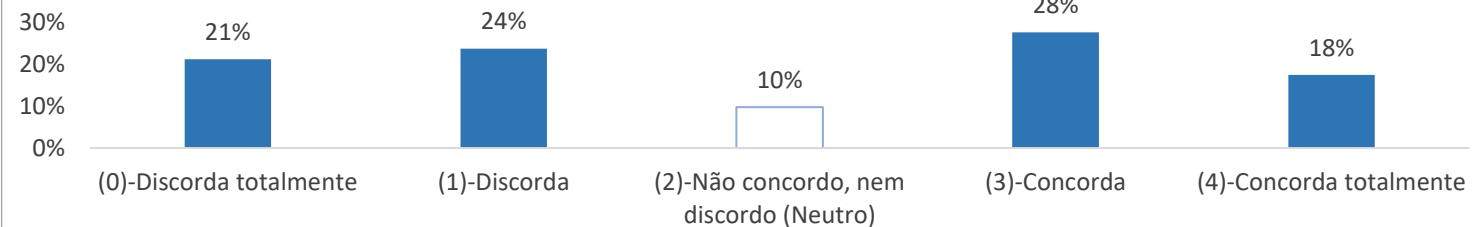


OBJETIVO 1:
Conectar e engajar
clientes
(média 1,8)

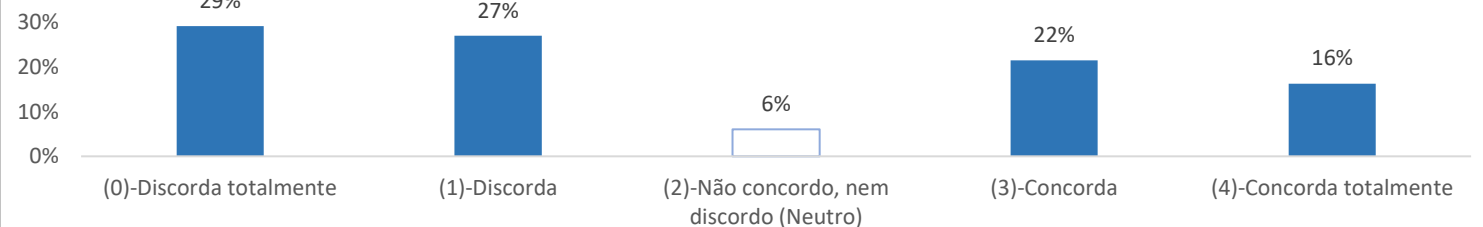
1. Sua empresa tem um Plano Estratégico de "Mídias Sociais" ESCRITO e EM USO!



2. Sua empresa usa as informações dos clientes (histórico de compras, interesses demonstrados, etc) para oferecer PRODUTOS ou SERVIÇOS diferenciados para cada um;



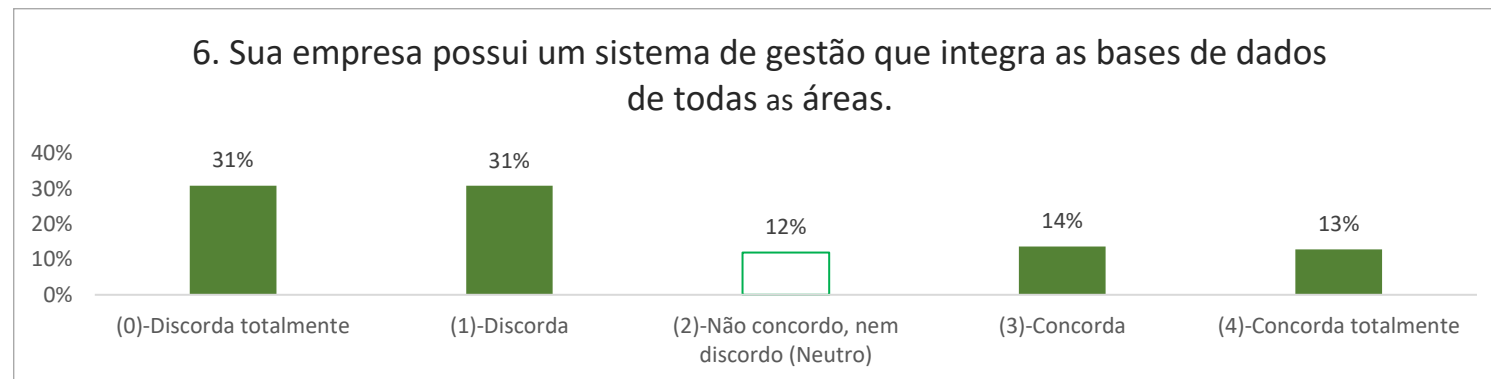
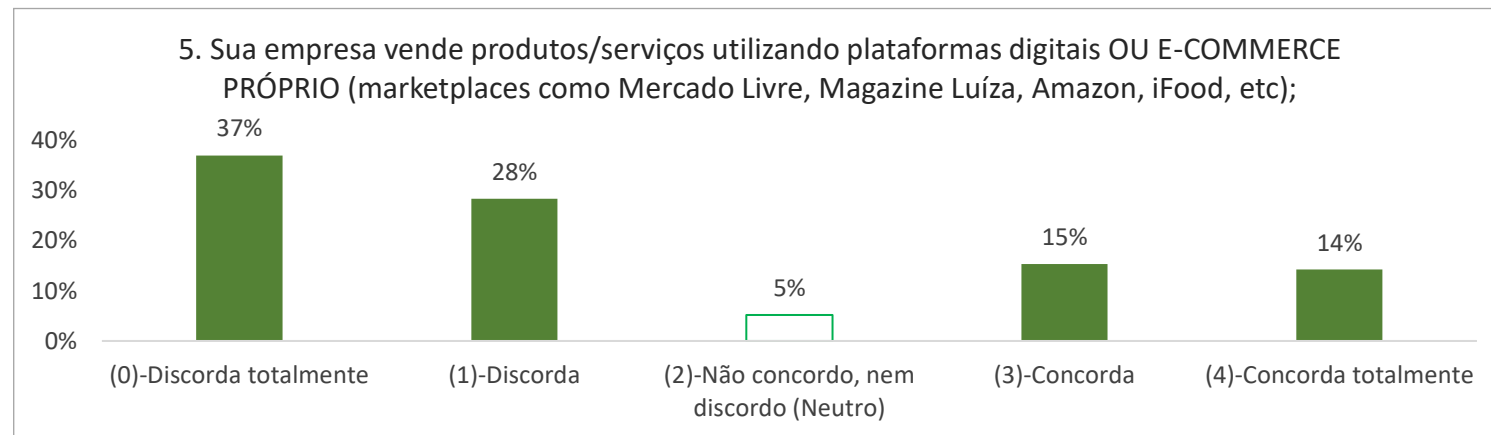
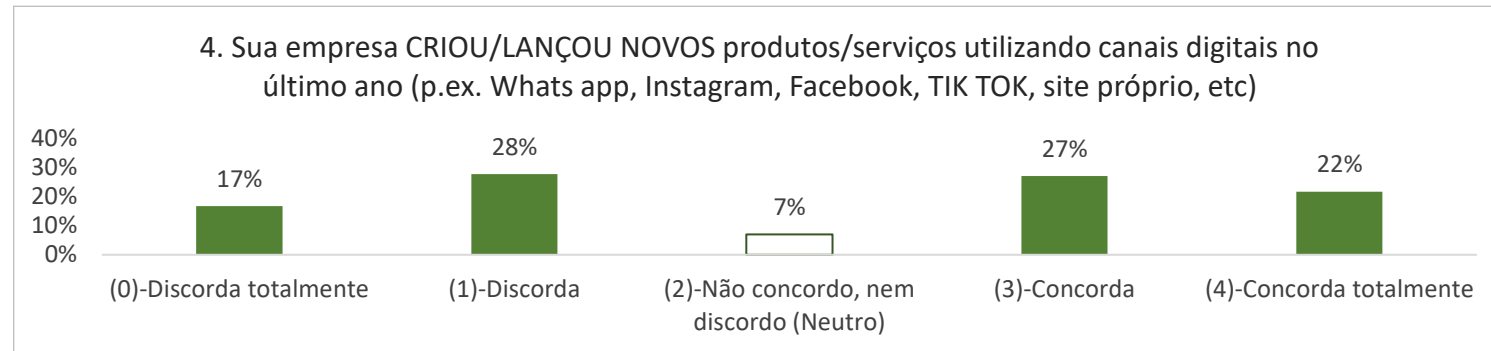
3. Sua empresa utiliza ferramentas de atendimento automatizado (como chat de whatsapp com respostas automáticas ou perguntas frequentes)



BRASIL-Itens por Objetivo

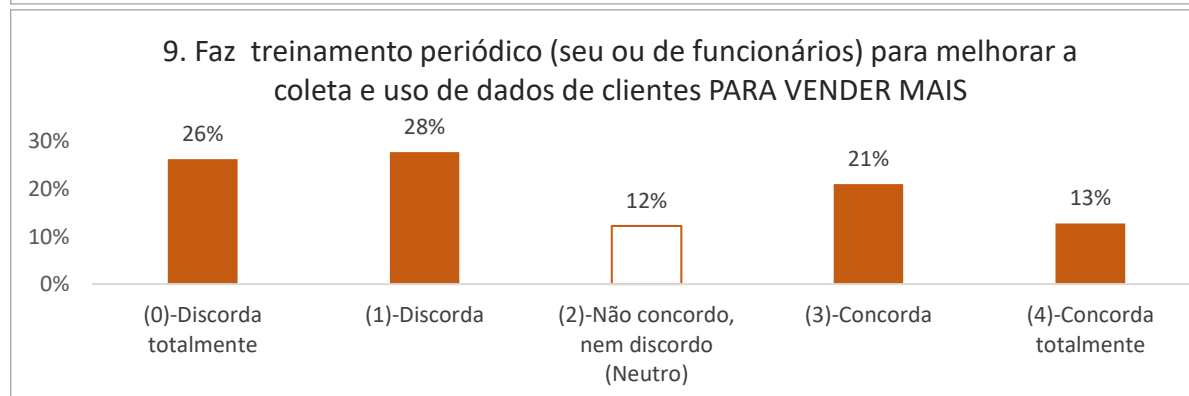
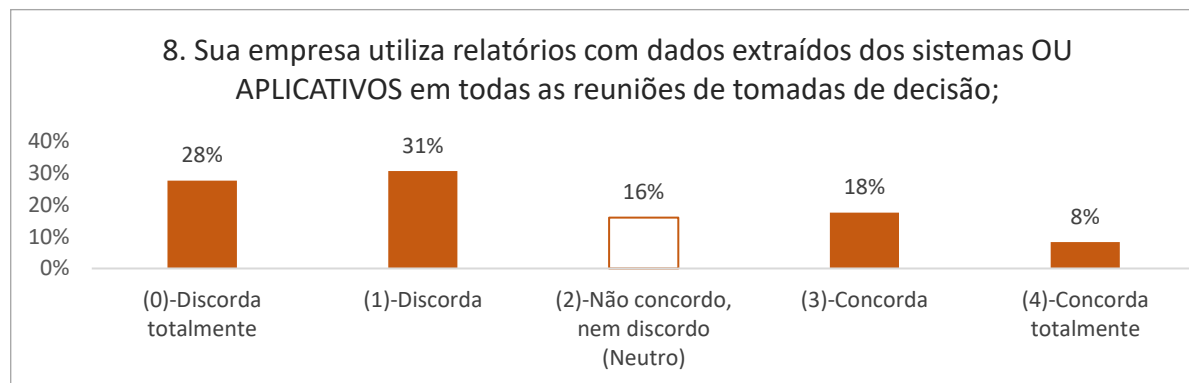
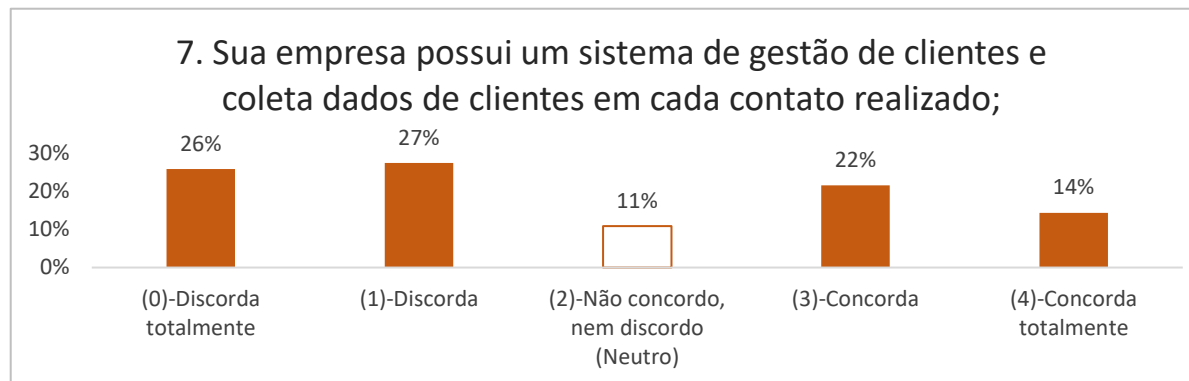


OBJETIVO 2:
Estabelecer novas bases
de competição
(média 1,7)



BRASIL-Itens por Objetivo

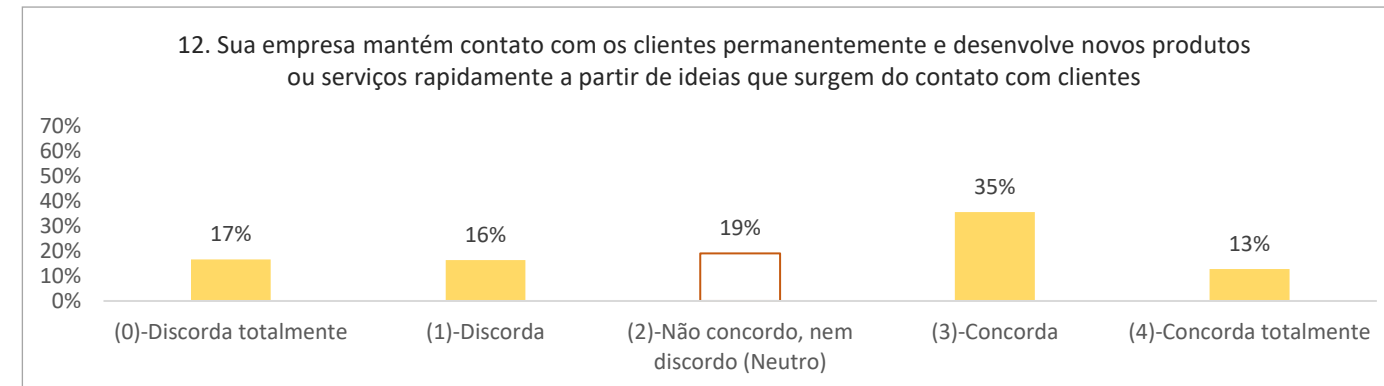
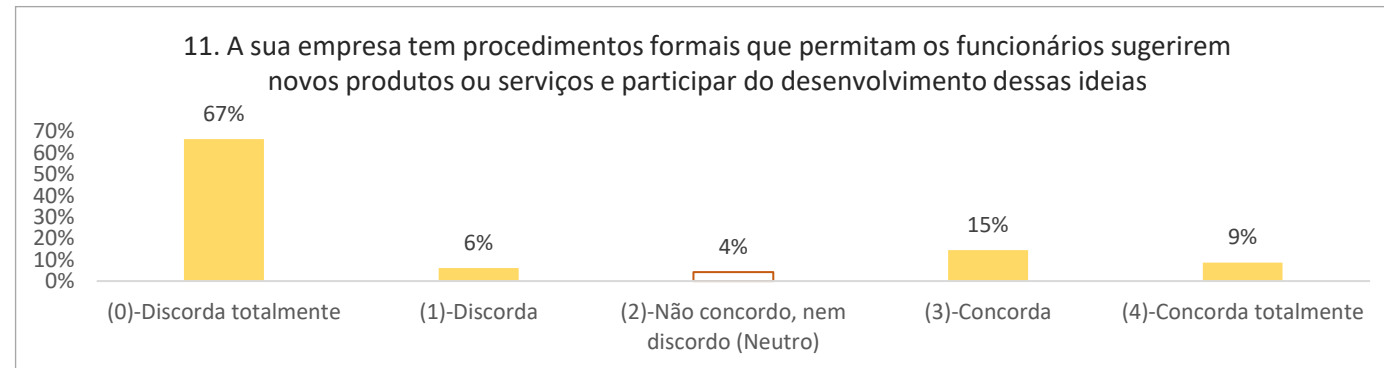
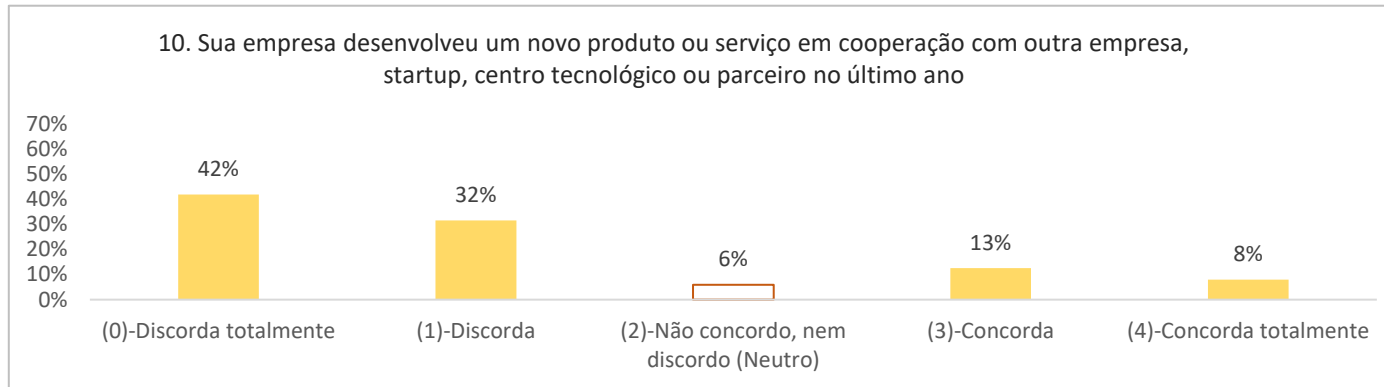
OBJETIVO 3:
Construir uma
organização orientada a
dados
(média 1,6)



BRASIL-Itens por Objetivo

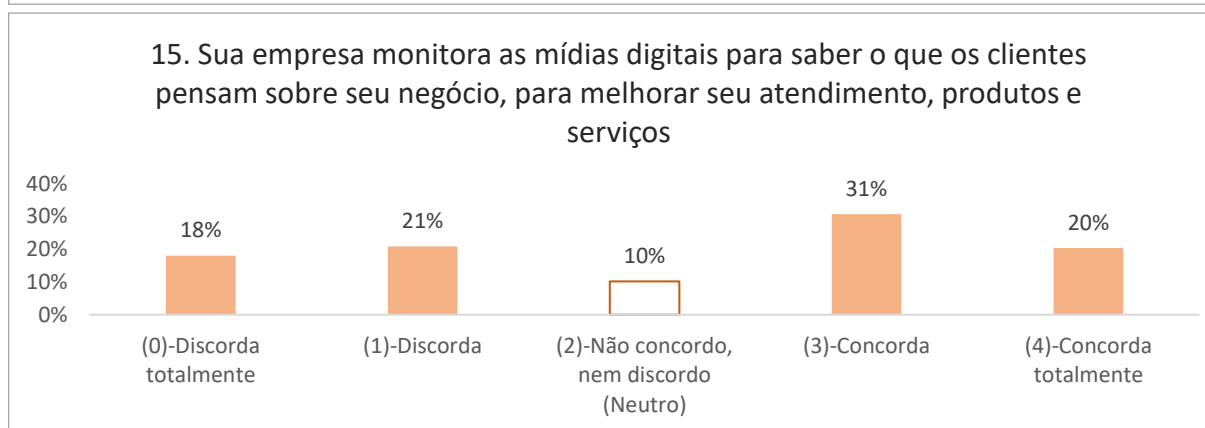
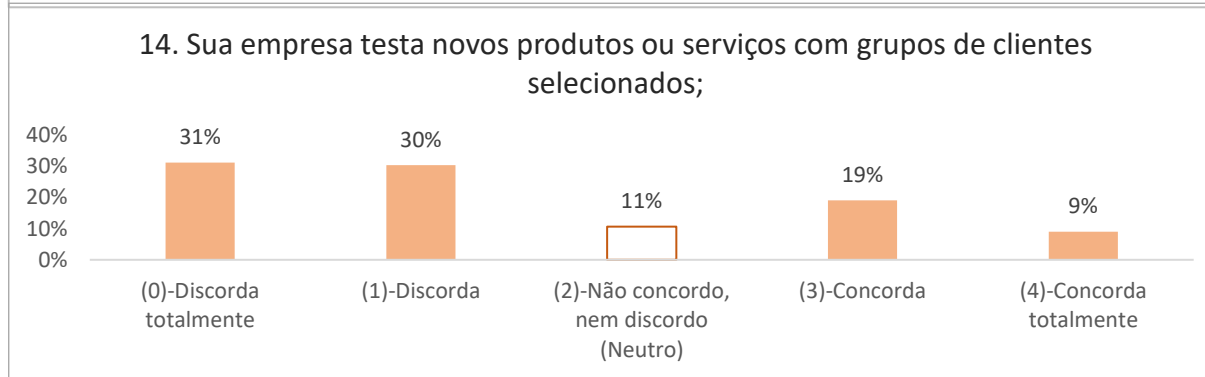
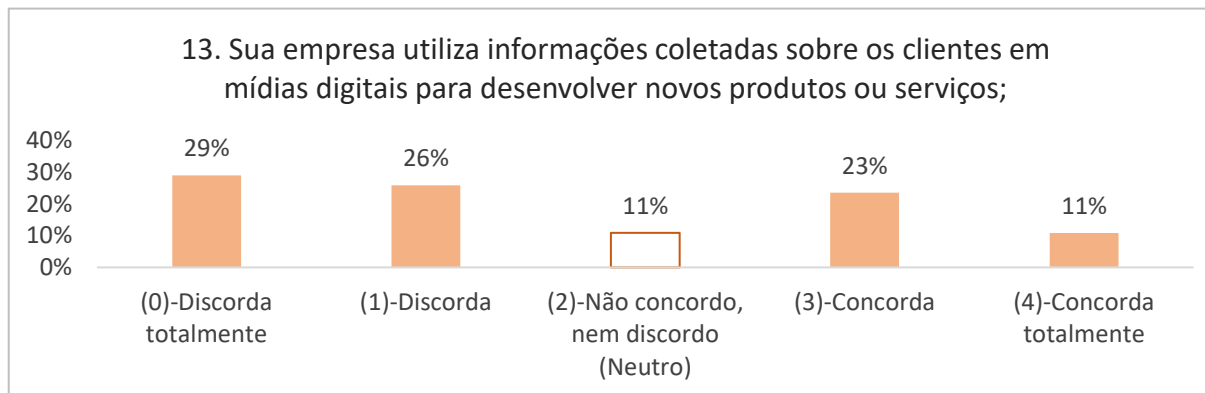


OBJETIVO 4:
Inovar mais rápido e colaborativamente
(média 1,4)



BRASIL-Itens por Objetivo

OBJETIVO 5:
Gerar mais valor para o cliente
(média 1,7)

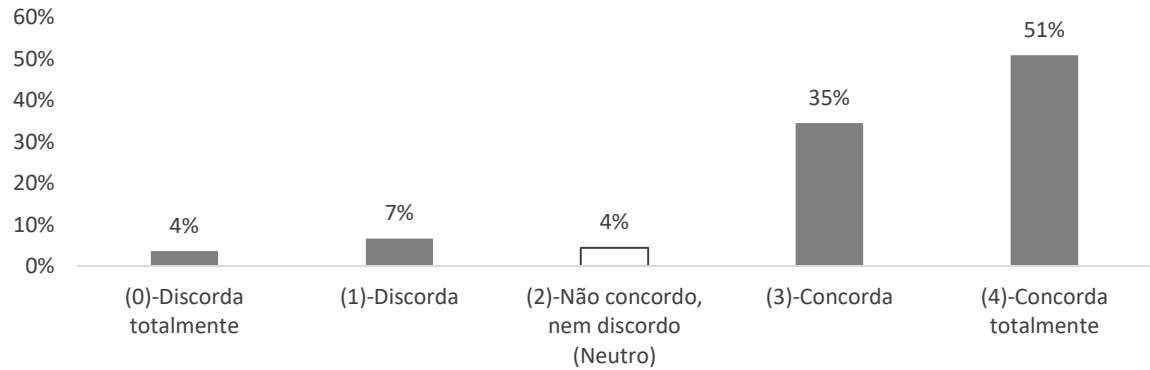


OBJETIVO 6:

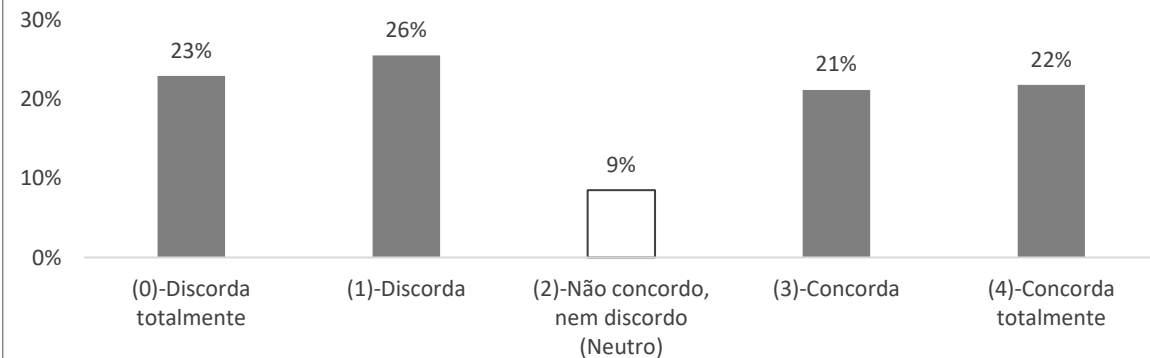
Tecnologias habilitadoras (média 2,0)



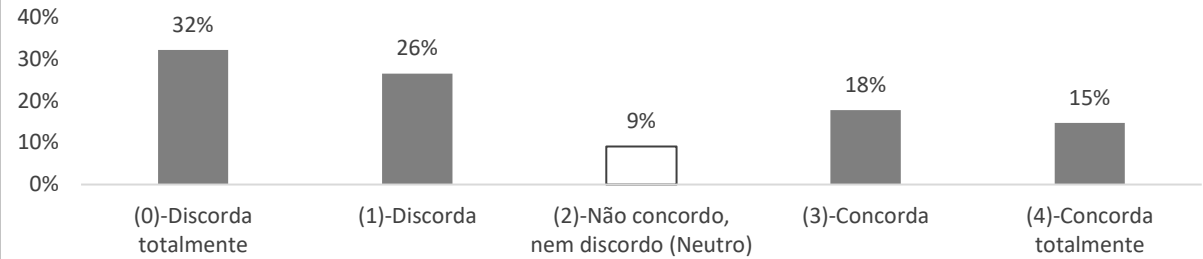
16. Sua empresa tem acesso a internet de alta velocidade em toda a empresa



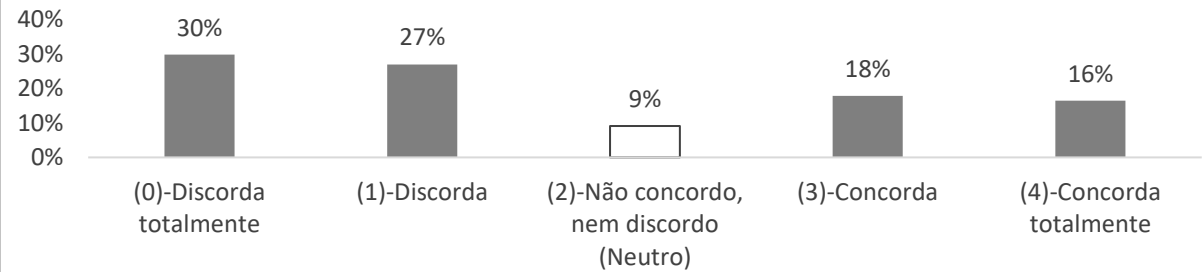
17. Sua empresa usa serviço de nuvem (cloud computing) constantemente



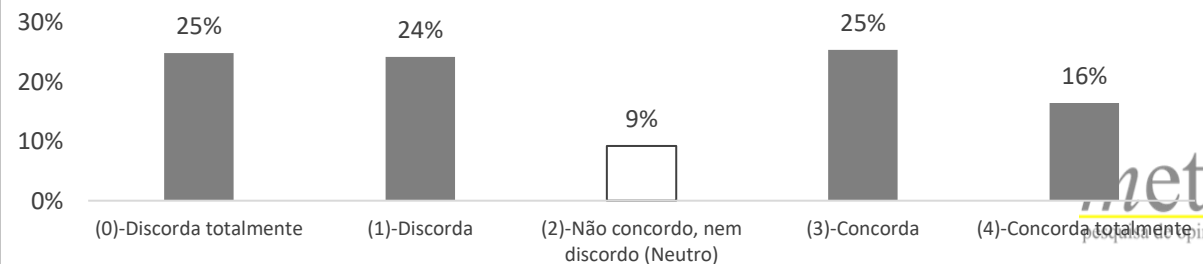
18. Sua empresa oferece ou paga cursos online (na internet) para treinamento seu e dos funcionários



19. Sua empresa possui um sistema de cyberssegurança e políticas de proteção de dados que todos os funcionários precisam seguir (tais como restrição de acesso a determinados conteúdos, restrição de acesso a sites considerados inseguros, políticas de troca



20. Sua empresa possui uma rotina de backups de sistemas e bases de dados formalmente estabelecida e com responsáveis identificados



Principais conclusões



- Há forte concentração de PN em um nível relativamente baixo de Maturidade Digital
- Em uma escala de 0 a 80, o IMD do PN no BRASIL=35 (ou 40 se excluídos os MEI)
 - ✓ 2/3 têm IMD entre 20 e 50
 - ✓ Os MEI “puxam” (bem) o IMD médio para baixo
 - ✓ CO, N e “indústria” (construção/alimentação) e serviços têm os menores IMD
 - ✓ “Inovar colaborativamente” é o objetivo pior avaliado (conjunto c/empregados e instituições)
 - ✓ “Construir uma organização orientada a dados” é o 2º pior avaliado
- Se destacam positivamente
 - ✓ EPP
 - ✓ Atividades que “exigem” maior escolaridade
 - ✓ Negócios com empreendedores com maior maturidade digital/escolaridade
 - ✓ “Tecnologias habilitadoras” é o objetivo melhor avaliado (internet alta velocidade em toda empresa)
 - ✓ SC, AC e PE são as UF com maior IMD (aparentemente associados a ampliação de serviços digitais)

Realização

Esta pesquisa é um produto da **Unidade de Estratégica e Transformação (UGE)** em parceria com a **Unidade de Competitividade (UCOMP)** do Sebrae Nacional e a **Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI)**



Equipe UGE

Marco Bedê
Kennyston Lago
Dênis Nunes
Juliana

Equipe ABDI

Adryelle Fontes
Raphael Ribeiro
Roberto Pedreira
Maria M. Uchoa Pinho
Marcel Levi (FGV)

Equipe UCOMP/DITEC

Roberta Aviz Fernandez
Alberto Valim
Mayara Viana
Kelly Cristina Sanches
Rafael Moreira (DITEC)

Equipe META

Flávio Eduardo Silveira
Jalcira das Virgens
Daiana Hermann

