

# Inovação

Varejo de Belo Horizonte  
| setembro de 2017 |

*Área de Estudos Econômicos*



**Fecomércio MG**

Sesc | Senac

## Inovação

Em um ambiente altamente competitivo como o setor do comércio, o diferencial de um estabelecimento pode garantir aos negócios a sobrevivência no mercado e o sucesso junto aos consumidores. As inovações são capazes de gerar vantagens competitivas em médio e longo prazos, permitindo que as empresas acessem novos mercados, aumentem suas receitas, realizem novas parcerias, adquiram novos conhecimentos e aumentem o valor de suas marcas.

A área de Estudos Econômicos da Fecomércio MG realizou esta pesquisa com o objetivo de conhecer a adesão das empresas varejistas a ações inovadoras na cidade de Belo Horizonte.



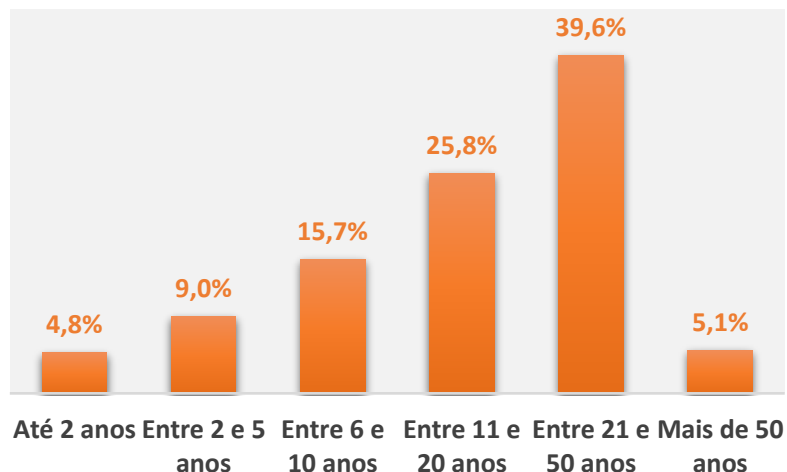
**67,9% dos empresários do comércio varejista da cidade realizaram alguma inovação nos últimos 12 meses. 64,5% pretendem promover alguma ação nos 12 meses subsequentes**

Entre as dificuldades em inovar, destacam-se o alto custo (40,2%) e a ausência de pessoal qualificado (11,5%). Entre as vantagens, os itens mais apontados foram a conquista de novos clientes (40,8%) e o atendimento às exigências do mercado (21,6%).

As inovações realizadas melhoraram a satisfação dos clientes em 82,2% das empresas e a imagem dessas no mercado (73,3%). As ações inovadoras impactaram o faturamento de 55,0% dessas empresas.

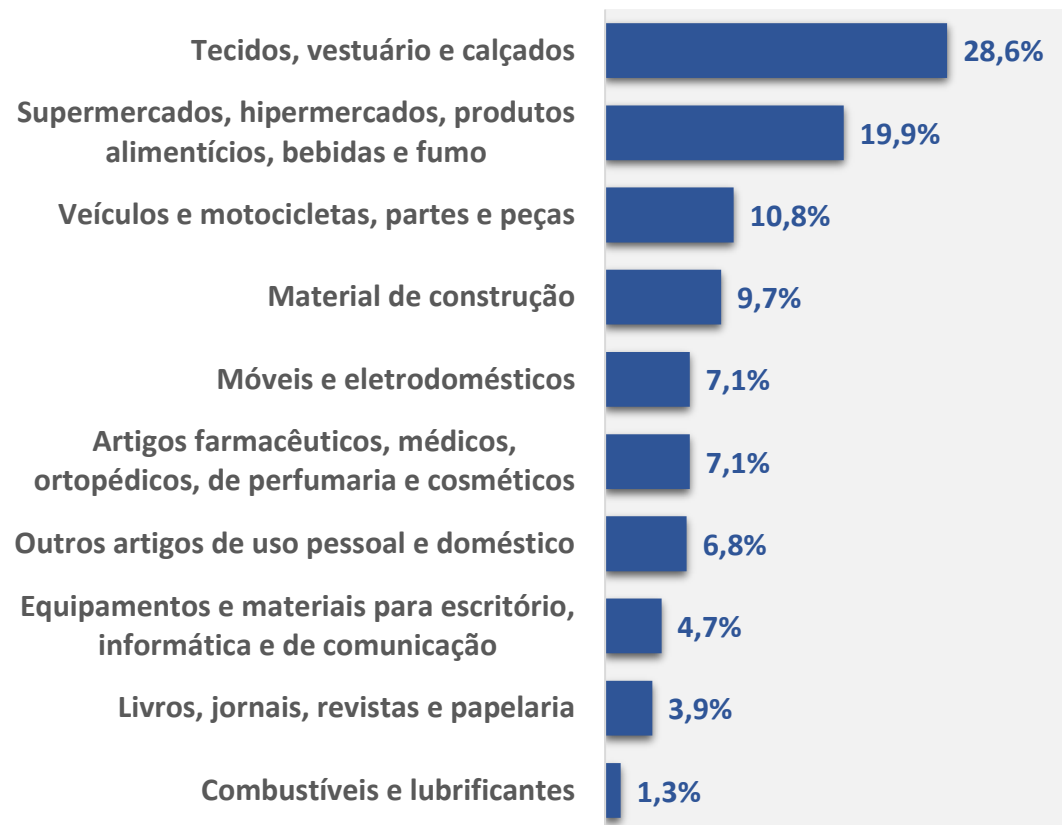
## Perfil das empresas

### Número de funcionários



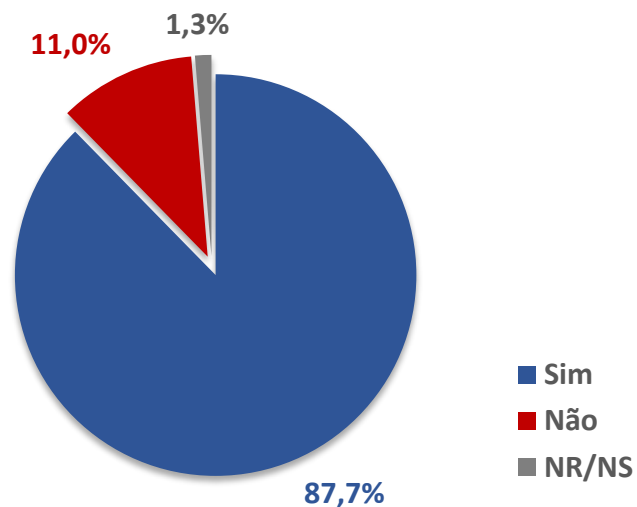
**63,4% das empresas de Belo Horizonte possuem até nove pessoas em seu quadro de funcionários, o que caracteriza microempresas**

### Segmento da empresa

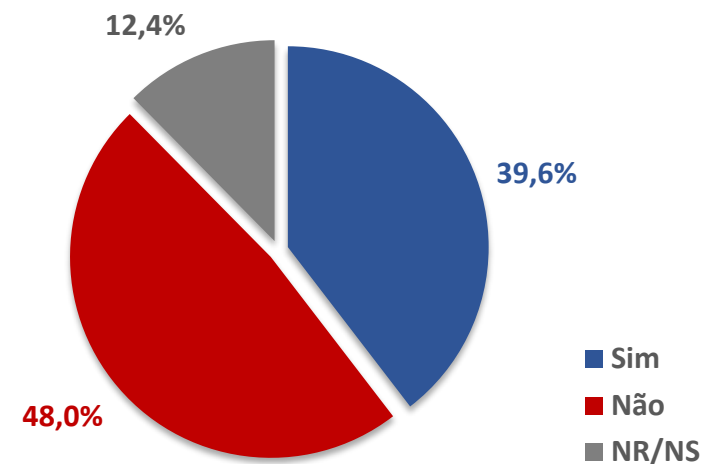


## Mercado

Sua empresa acompanha as tendências de mercado?



A concorrência lançou, nos últimos 12 meses, algum produto ou serviço novo ou com alguma melhoria relevante?

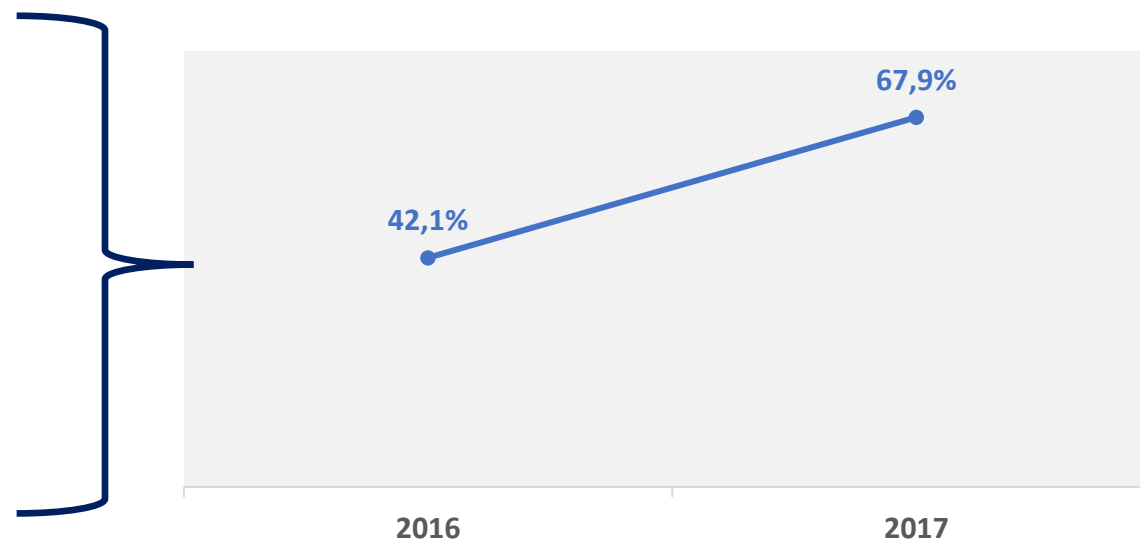


Entre os avaliados, a maioria (87,7%) afirmou que acompanha as tendências de mercado; 39,6% viram, nos últimos doze meses, as empresas concorrentes lançarem algum produto ou serviço novo.

## Inovação

### Inovou nos últimos 12 meses...

|  | 2016  | 2017  |
|--|-------|-------|
| Lançando algum produto ou serviço novo ou com alguma melhoria relevante? | 32,4% | 51,6% |
| Lançando algum processo novo ou com alguma melhoria relevante?           | 16,1% | 29,2% |
| Introduzindo alguma mudança na estrutura organizacional ou de marketing? | 26,1% | 42,0% |

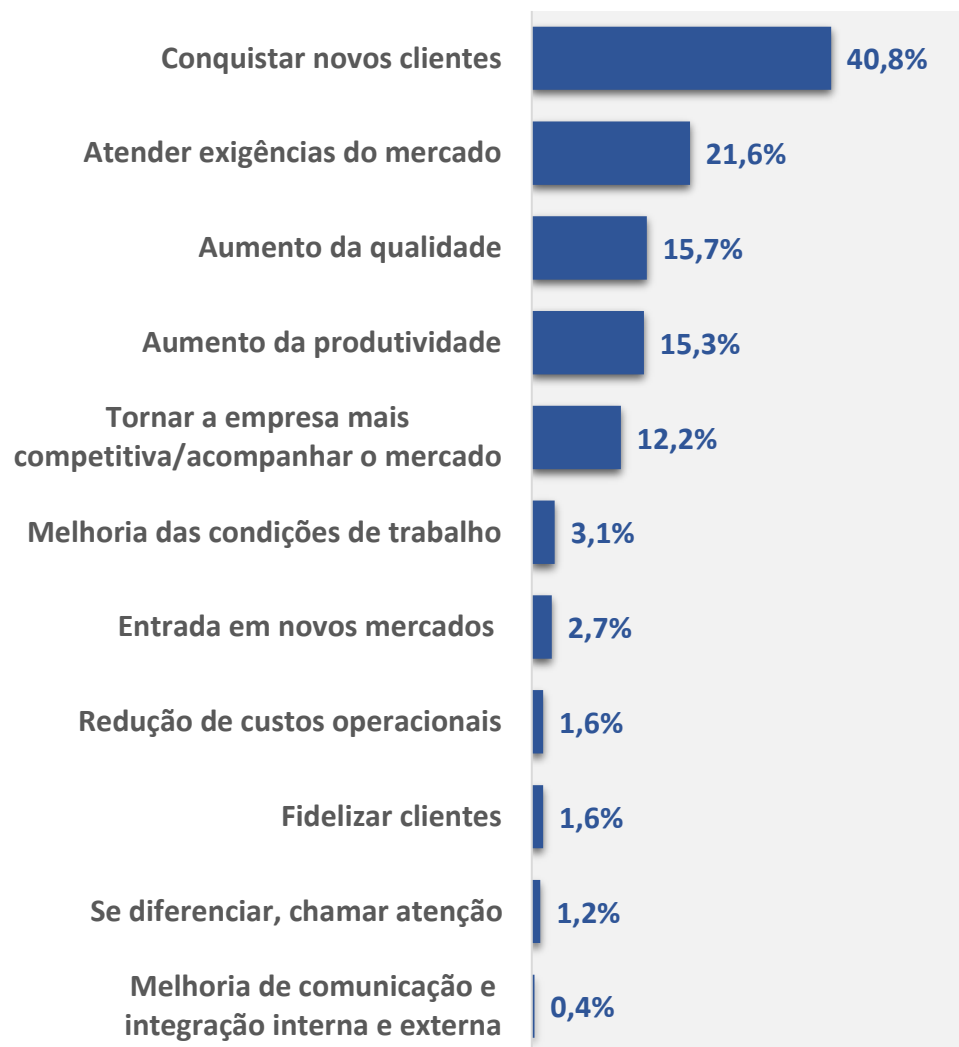


|                           |  |
|---------------------------|--|
| <b>Pretende investir?</b> | <b>64,5% das empresas pretendem investir em inovação nos próximos 12 meses</b> |
|---------------------------|--|

67,9% das empresas avaliadas realizaram alguma inovação nos últimos 12 meses, número 25,8 p.p. superior ao obtido na avaliação realizada em 2016. A principal inovação feita foi a inclusão ou a melhoria de algum produto ou serviço oferecido pela empresa.

## Motivações

### Motivos para investir em inovação <sup>(1)</sup>



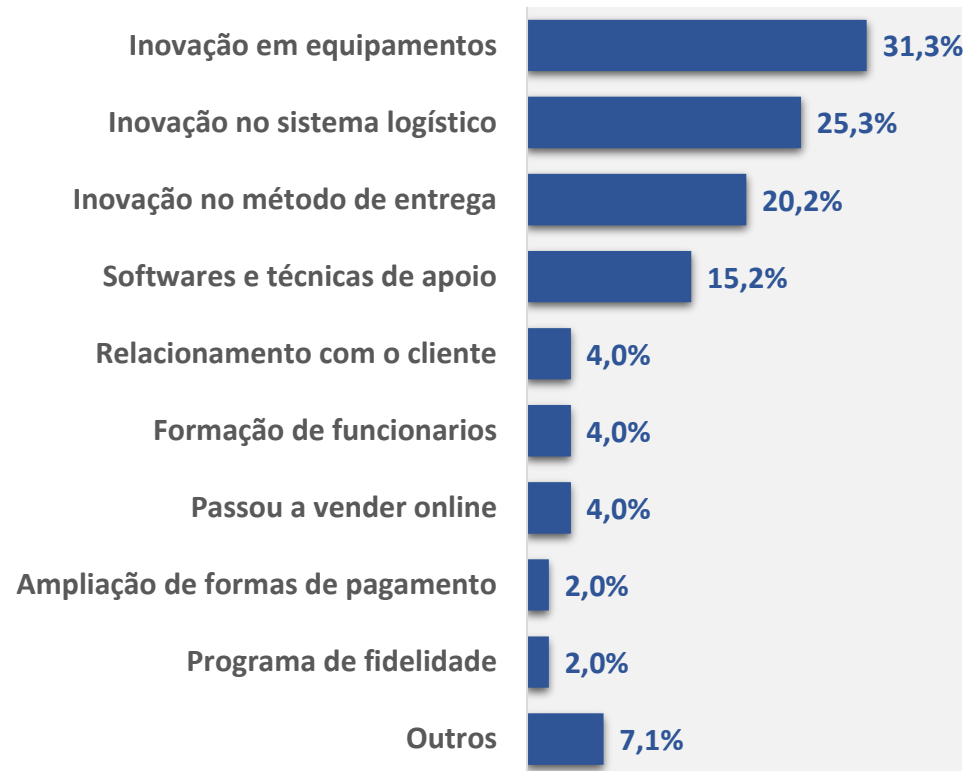
### Motivos para NÃO investir em inovação <sup>(1)</sup>



<sup>(1)</sup> Percentual de empresas do grupo que citou cada item

## Inovações realizadas

### Processo ou melhoria implementada <sup>(1)</sup>



### Mudança na estrutura organizacional ou de marketing <sup>(1)</sup>



Para as empresas que realizaram inovação em processos, 31,3% adquiriram ou melhoraram algum equipamento e 25,3% fizeram alterações no sistema logístico.

Entre as mudanças estruturais, os itens mais mencionados foram a alteração no *layout* da loja (46,8%) e mudanças nos conceitos e estratégias de marketing (33,3%).

## Perfil das empresas inovadoras

Entre as empresas com mais de nove funcionários é maior a frequência de inovação (90,6%), assim como no grupo de empresas no mercado a menos de dois anos (77,8%).

Entre os segmentos destacam-se: livros, jornais, revistas e papelaria (93,3%); equipamentos e materiais para escritório, informática e de comunicação (77,8%) e tecidos, vestuário e calçados (77,1%).

|                                |              |
|--------------------------------|--------------|
| <b>Até 9 funcionários</b>      | <b>65,9%</b> |
| <b>Acima de 9 funcionários</b> | <b>90,6%</b> |

### Inovação por tempo de mercado



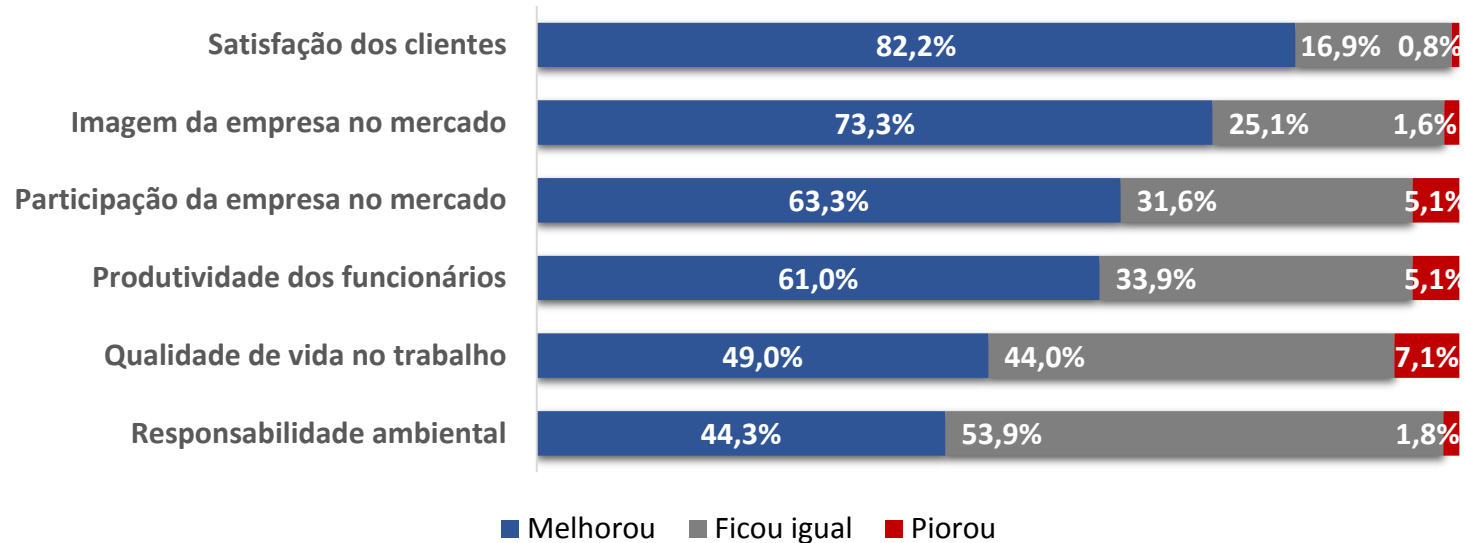
### Inovação por segmento do comércio



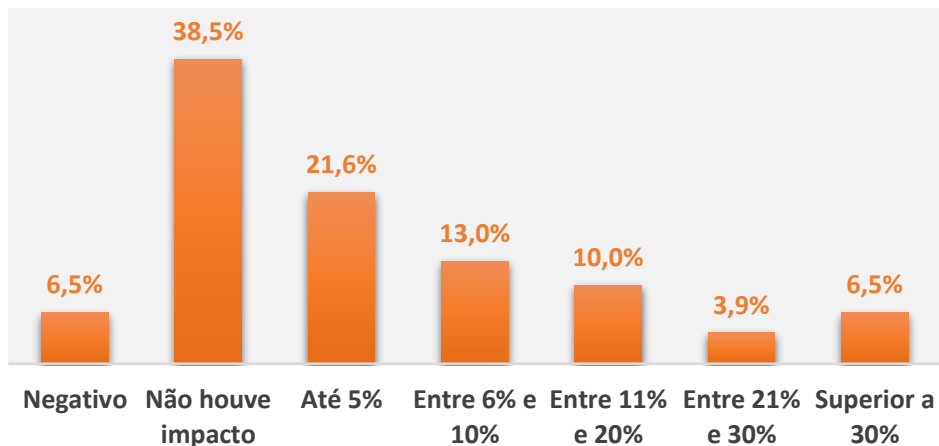


## Impactos da inovação

### Impacto da inovação na...



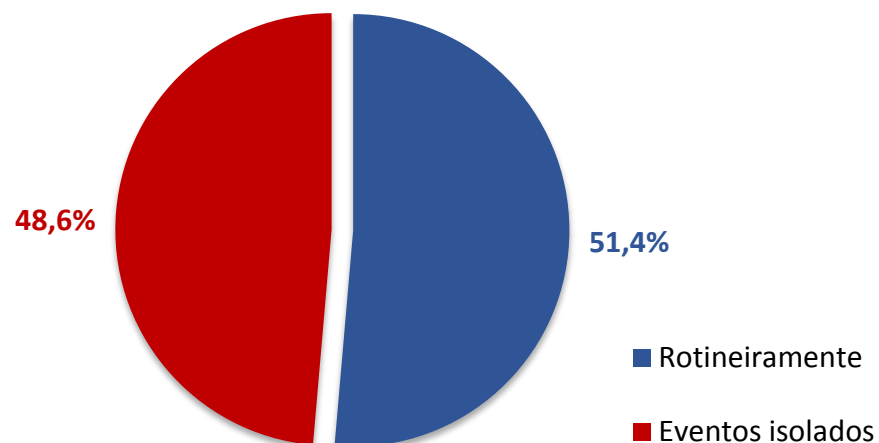
### Impacto das inovações no faturamento da loja



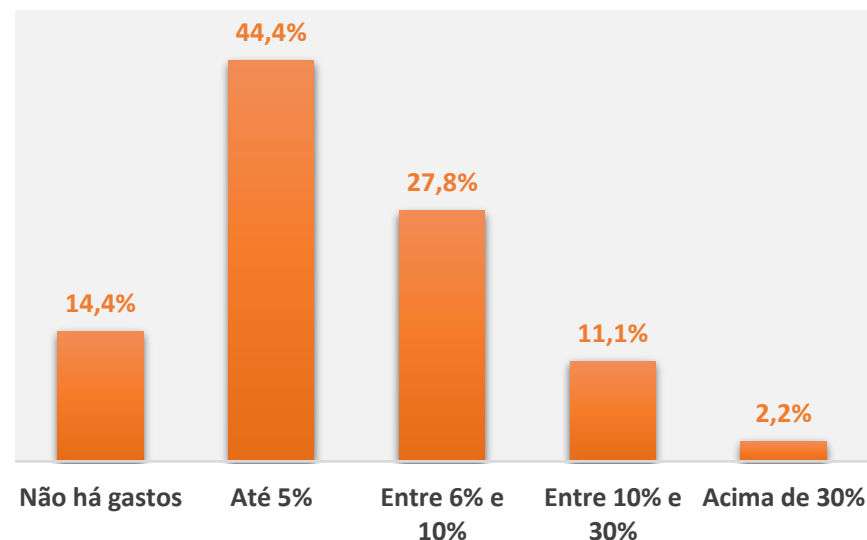
38,5% dos empresários alegaram que as inovações não impactaram o faturamento da loja, embora alguns fatores positivos tenham sido observados: satisfação dos clientes (82,2%), imagem da empresa no mercado (73,3%), participação da empresa no mercado (63,3%) e produtividade dos funcionários (61,0%).

## Frequência de inovações

Frequência com que ocorre processos de inovação na empresa:



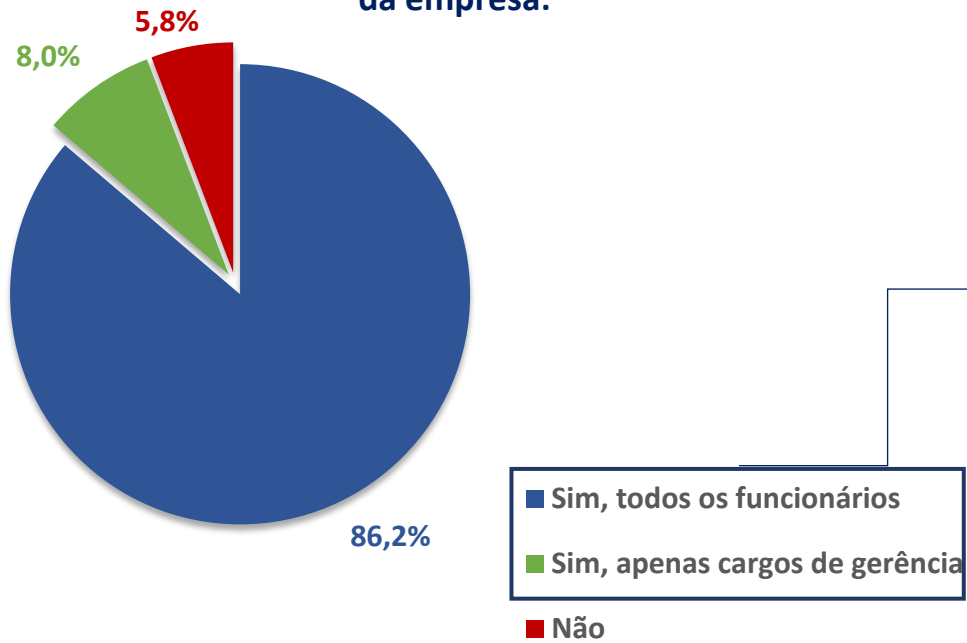
Percentual médio do faturamento mensal da loja gasto em inovação:



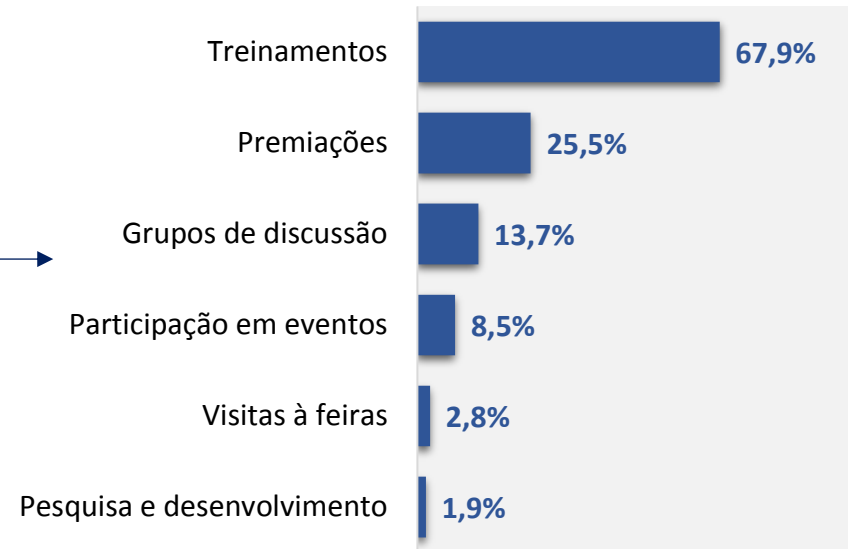
As inovações fazem parte da rotina da maioria das empresas (51,4%). Nos casos em que os processos de inovação são rotineiros, em 14,1% não há gastos e em 44,4% as ações representam um investimento de, em média, até 5% do faturamento mensal do empreendimento.

## Inovação de pessoal

Incentivo à inovação dos profissionais por parte das lideranças da empresa:



De que forma? <sup>(1)</sup>



Em 86,2% das empresas há incentivo, por parte das lideranças, para a inovação dos funcionários da loja. Esse incentivo se dá, principalmente, por meio de treinamentos (67,9%) e premiações (25,5%).

## Metodologia

Pesquisa quantitativa do tipo survey telefônico, baseada em amostra proporcional aos segmentos do comércio varejista e das regiões de Belo Horizonte. O universo pesquisado consiste em empresas do comércio varejista da capital mineira. O método utilizado para a seleção das lojas foi definido com base no cadastro da área de Estudos Econômicos do Sistema Fecomércio MG. A pesquisa foi realizada entre os dias 22 e 29 de agosto. Foram avaliadas 380 empresas, perfazendo uma margem de erro da ordem de 5,0% para a amostra a um intervalo de confiança de 95%.

### Equipe Técnica

#### Estudos Econômicos

|                           |  |
|---------------------------|--|
| Responsável               | Guilherme Lucas Moreira Dias Almeida   |
| Analista de pesquisa      | Elisa Castro da Mata Ferreira  |
| Assistente administrativo | Dayanne Jéssica da Silva Mendes  |
| Pesquisadores             | Bruno Alisson Batista Gomes<br>Filipe do Nascimento Souza<br>Joyce do Nascimento Silva<br>Sara Angela dos Santos |
| Jovem aprendiz            | Lara Oliveira Lopes  |

*Este material está liberado para reprodução, responsabilizando-se o usuário integralmente e a qualquer tempo pela adequada utilização das informações, estando ciente de que pode vir a ser responsabilizado por danos morais e materiais decorrentes do uso, reprodução ou divulgação indevida, isentando a Fecomércio MG de qualquer responsabilidade a esse respeito.*

*Por fim, fica o usuário ciente da obrigatoriedade de, por ocasião da eventual divulgação das referidas informações, mencionar a Fecomércio MG como fonte de informação.*



Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo  
do Estado de Minas Gerais.  
Rua Curitiba, 561, Centro, Belo Horizonte, MG.  
CEP 30170-120 | TEL + 55 31 3270 3324  
economia@fecomerciomg.org.br | www.fecomerciomg.org.br