

2.100

PMEs pesquisadas

66%

Aumento de operações altamente rentáveis fora do mercado doméstico

129%

Aumento de PMEs que atuam em pelo menos seis países

Sponsored by



Documento traduzido pela SAP

Mentalidade de PME global

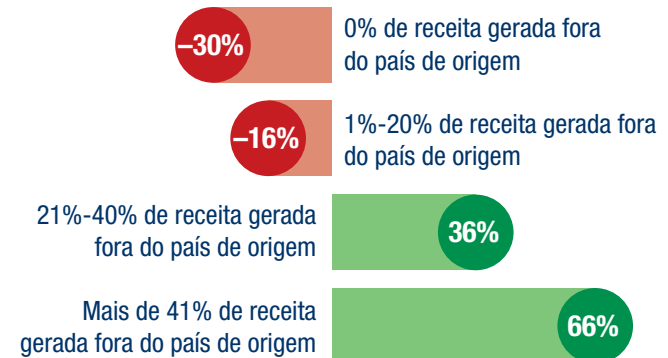
As pequenas e médias empresas estão bem engajadas na globalização. Sujeitas às mesmas tendências e forças econômicas que afetam as grandes empresas, elas se preparam para responder à altura.

Nosso estudo realizado com 2.100 PMEs de 21 países confirma a internacionalização desse setor vital da economia. O rol de PMEs que geram mais de 40% de receita fora do país de origem deve aumentar 66% em três anos, enquanto daquelas que atuam em pelo menos seis países deve saltar 129%. Em compensação, o número de empresas que não geram nenhuma receita fora do país deve cair mais de 30% e que operam apenas no país de origem deve encolher mais de 40%, ou seja, de um entre três para um entre cinco entrevistados.

As mudanças decorrem da oportunidade e da necessidade. Com as inúmeras ferramentas de tecnologia disponíveis, as PMEs podem atuar em mercados até então inacessíveis, e a chegada da concorrência estrangeira as obriga a proteger sua fatia de mercado interno e a olhar para fora em busca de crescimento. Mais de um quarto (27%) das PMEs consultadas considera a crescente concorrência global uma das grandes tendências que mais afetam seus negócios hoje. Além disso, quase 60% alega que a concorrência estrangeira cresceu significativamente nos últimos dois anos. A expansão global é citada como propulsor estratégico de crescimento por uma parte maior dos entrevistados (34%) do que a expansão doméstica (29%). Como orienta o site da Directorate General for Enterprise Industry da Comissão Europeia, "As PMEs precisam estar preparadas para enfrentar a crescente concorrência das economias desenvolvidas e emergentes e aproveitar as oportunidades proporcionadas pelos novos mercados desses países."

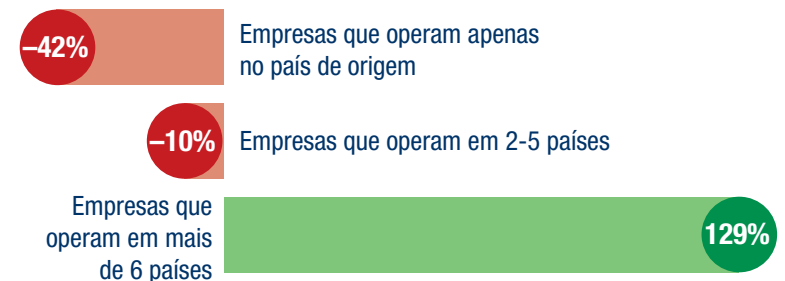
Crescente receita gerada fora do país de origem

Variação no percentual de receita gerada fora do país de origem da empresa nos próximos três anos



Mercados multinacionais

Variação no percentual de países em que as empresas mantêm negócios



PME com mentalidade global

As PMEs não estão apenas atuando como multinacionais – estão efetivamente competindo com elas. Dispondo de mais flexibilidade para se transformar e inovar do que as rivais de maior porte, as PMEs têm como diferencial a agilidade exigida pelo mercado global.

“As empresas menores precisam ser bem mais ágeis”, afirma François Hisquin, CEO da empresa francesa de consultoria de TI, Octo Technology, que emprega 190 funcionários e vende USD 28,5 milhões em operações no país de origem e em Marrocos, Suíça, Bélgica e Brasil. “Elas precisam ter uma visão, mas também devem estar preparadas para mudar se o mercado assim exigir – e acredito que esse mude bastante nos próximos cinco anos.”

A Octo gera 16% da receita no exterior, visando chegar a 50%.

“Até o final deste ano, vamos mirar em novos países”, afirma Hisquin.

Mas a Octo não está sozinha, já que as empresas do setor de prestação de serviços – junto com as de manufatura e de bens de consumo – são as que mais realizam negócios fora do país de origem. Contudo, o setor de varejo deve se igualar nos próximos três anos, com um aumento de 105% no número de empresas que gerarão mais de 40% da receita nos mercados internacionais.

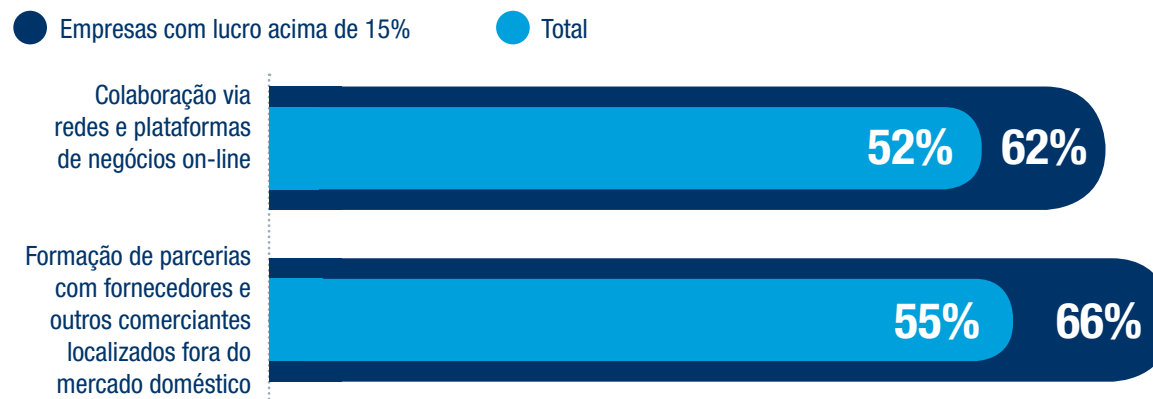
Parceria internacional

Em um mercado internacional dominado por grandes corporações, as parcerias locais compensam o porte reduzido das PMEs. Nosso estudo indica que muitas, isto é, mais de metade das empresas consultadas (55%), já estão formando mais parcerias com fornecedores e comerciantes estrangeiros, principalmente da América do Norte (60%) e EMEA (57%).

Do mesmo modo, mais de metade (52%) afirma estar inovando e crescendo, colaborando via redes e plataformas de negócios on-line; novamente, na liderança estão América do Norte (60%) e EMEA (53%). O setor de manufatura se mostra mais propenso do que os outros a participar dessa tendência. Parceria parece ser o segredo do sucesso no mercado global, já que mais de dois terços das maiores e mais rentáveis PMEs estão firmando acordos nesse sentido. Do mesmo modo, as grandes (60%) e rentáveis (62%) PMEs são as que mais colaboram com empresas estrangeiras via redes e plataformas de negócios on-line.

A colaboração via redes de negócios é tendência popular e crescente, principalmente entre as PMEs mais rentáveis

Colaboração no mercado global



O fabricante polonês de ônibus, Solaris Bus & Coach, vem trilhando os dois caminhos. A empresa colabora on-line com fornecedores e comerciantes no mercado internacional, para discutir detalhes de contratos e projetos e definir um software compartilhado. Ela também estabelece parcerias mais formais com fabricantes de componentes automotores para realizar o minucioso trabalho de desenvolvimento dos veículos, atuando em todas as frentes. “Usamos muita videoconferência para economizar custos”, diz o diretor da empresa Zbigniew Palenica. “Mas, é claro, reuniões presenciais também são essenciais.”

Solaris versus o mundo

O fabricante polonês de ônibus e trólebus, Solaris Bus & Coach, enfrenta concorrência pesada no segmento em toda a Europa, mas não pode investir globalmente nas mesmas condições dos maiores concorrentes. Em vez disso, a empresa adota uma abordagem diferente para combater a crescente concorrência nos 26 países onde vende seus veículos, contando com parceiros estabelecidos no mercado local.

“Usamos parceiros e fornecedores locais para ter uma cadeia de suprimentos otimizada e reagir com rapidez”, afirma Palenica. “Somos capazes de nos ajustar às necessidades de clientes de cada canto da Europa.”

Por exemplo, quando percebemos claramente que as dificuldades orçamentárias estavam consumindo os recursos para financiamento de projetos de transporte público na Europa Meridional, trabalhamos com os parceiros e rapidamente mudamos o foco da produção para trólebus e ônibus elétricos – dois produtos que têm grandes chances de atrair o interesse de governos com orçamentos limitados.

Enquanto isso, depois de entregar 225 ônibus para as autoridades de transporte e rodovias de Dubai em 2007 e 2008 – todos personalizados com áreas para famílias e câmeras de vigilância de acordo com os costumes locais – a Solaris criou com parceiros de Dubai uma empresa especificamente para orientar as autoridades no sentido de tornar as frotas ambientalmente mais sustentáveis.

A Solaris aposta na capacidade de adaptar-se rapidamente – com a ajuda dos parceiros – para permanecer um passo à frente dos novos rivais. As empresas asiáticas vêm invadindo seu mercado tradicional, onde já enfrenta a acirrada concorrência das europeias, como a alemã EvoBus, a sueca Volvo Buses, a francesa Irisbus, a holandesa Van Hool e a espanhola Castrosua.

Aproveitamento da tecnologia

As PMEs nitidamente reconhecem o papel crucial da tecnologia para prosperar no mercado global. Quase um terço (32%) identifica a crescente concorrência de empresas com recursos tecnológicos avançados como o maior desafio, e praticamente o mesmo número aponta a dificuldade de determinar a distribuição ideal dos investimentos em tecnologia. Um fator determinante da estratégia de tecnologia das PMEs é a crescente complexidade das cadeias de suprimentos em virtude da expansão internacional – mais de metade das empresas considera a tendência uma dinâmica importante nos negócios.

A necessidade de preparar-se para a concorrência global ajuda a explicar a forte preferência das PMEs pelo software de gestão empresarial (BMS). Metade das empresas consultadas considera o BMS prioritário, bem mais que a prioridade seguinte, a ferramenta de análise (43%), e bem mais à frente dos principais setores de tecnologia, como mobilidade (37%), mídia social (35) e computação em nuvem (35%). O que indica o reconhecimento da necessidade de estabelecer-se uma sólida base tecnológica para alcançar crescimento global sustentável. As empresas menores estão ganhando espaço graças a essas incríveis ofertas que estão cada vez mais acessíveis.

Uma em cada cinco PMEs considera a otimização da cadeia de suprimentos o principal benefício obtido com o software de gestão empresarial, atrás apenas da redução de custos e da melhoria no desenvolvimento de produtos e serviços (25% cada) e equiparada a melhoria no atendimento ao cliente. As PMEs norte-americanas, mais especificamente, consideram a otimização da cadeia de suprimentos o único grande benefício obtido com o BMS.

Ao mesmo tempo, a relativamente lenta aceitação da computação em nuvem pode significar perda de oportunidade. Os serviços baseados em nuvem para várias categorias de software usado pelas PMEs – inclusive BMS – claramente facilitam a redução de custos e a construção da almejada base tecnológica. No entanto, parece inexistir uma ligação entre adoção de BMS pelas PMEs e de computação em nuvem. Esta deve servir de equalizador para as empresas menores, mas as PMEs preferem comprar ou adquirir o software de gestão empresarial em vez de arrendar ou pagar pelo uso, e por margem significativa (43% contra 23%).

32%

Afirmam que é um grande desafio competir com empresas bem avançadas tecnologicamente

52%

Afirmam que a cadeia de suprimentos fica cada dia mais complexa

50%

Afirmam que têm como investimento prioritário o software de gestão empresarial

Diferenças regionais

Independentemente da localização das PMEs, a globalização deve ser o foco da atenção. Mas como as empresas de diferentes regiões desenvolvem e até que ponto conseguem desenvolver as competências necessárias para competir no mercado global variam muito.

Por exemplo, as PMEs da América Latina (49%) são quatro vezes mais propensas do que seus concorrentes da Ásia-Pacífico (12%) a gerar receita apenas no país de origem, mas um percentual significativamente alto também considera prioritário promover a inovação para impulsionar o crescimento. Enquanto isso, as PMEs da América do Norte são as mais propensas (47%) a adotar primeiro a tecnologia, comparadas às rivais mais conservadoras da Ásia-Pacífico (24%), que tendem a investir mais em tecnologia apenas quando têm certeza do retorno sobre o investimento. As empresas norte-americanas também são mais voltadas do que as de outras regiões a tecnologias de análises de negócios (58%), com uma vantagem potencial na identificação e reação às mudanças nas tendências globais.

As PMEs dos mercados desenvolvidos se preocupam mais do que as dos emergentes com a incerteza econômica, com as companhias norte-americanas mostrando-se as mais preocupadas. Mas aquelas dos mercados emergentes se preocupam mais do que as dos desenvolvidos (27%) com a concorrência de empresas com tecnologia mais avançada. Preocupação esta bem significativa entre as PMEs latino-americanas (44%), o que ajuda a explicar a atenção com a inovação. As latino-americanas também estão na frente (55%) em relação a iniciativas para estreitar as relações com o cliente.

Conclusão

Globalização é prioridade para PMEs de todas as regiões e setores, mas as empresas diferem na priorização das competências necessárias para ter êxito no mercado global. Seus esforços têm produzido vários resultados.

Qualquer que seja o enfoque, a globalização é crucial para o futuro sucesso das PMEs. Nos próximos anos, pequenas e médias empresas de todos os tipos e de todas as regiões esperam gerar mais receita internacional e realizar negócios em mais mercados estrangeiros. Para isso, no entanto, precisam aceitar a transformação e a inovação com a mesma rapidez com que realizam os negócios.

Sobre a pesquisa

The Global SME Mindset (Mentalidade de PME global) é um dos quatro artigos baseados em uma pesquisa realizada com executivos sêniores de 2.100 PMEs de 21 países em abril de 2013. Estão representados os setores de manufatura discreta, serviços de consultoria, bens de consumo, varejo e atacado. A receita das empresas varia de USD 20 a USD 750 milhões. Além da pesquisa, foram entrevistados 12 executivos de PME de diversos países.