

AS TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO (TIC) NAS MPE BRASILEIRAS

Foi realizada pelo Observatório Empresarial de São Paulo, em 2008, uma pesquisa com o intuito de identificar o grau de informatização das MPE brasileiras, ou seja, como elas têm utilizado equipamentos das tecnologias de informação e comunicação, com destaque aos microcomputadores (PC), à Internet e ao telefone celular.

Um pouco sobre a metodologia: foram realizadas entrevistas, por telefone, com uma amostra de 4.004 MPE, em todos os estados, no período de 1/04/2008 a 28/05/2008. Em São Paulo foram cerca de 300 entrevistas e nos outros estados entre 100 e 150 empresas. Em Pernambuco foram 139 empresas entrevistadas. Os setores pesquisados foram indústria, comércio e serviços. Não foi contemplado, diretamente, o setor de agronegócio, meio rural. A Margem de erro (estabelecida a priori, para um nível de confiança de 95%) é de 2,5 pontos percentuais (para dados nacionais) e 10 pontos percentuais (para dados abertos por UF).

PRINCIPAIS RESULTADOS NACIONAIS:

75% das MPE, empresas formais, utilizam computadores. Há 10 anos era de 16%, apenas.

Quanto maior o porte da empresa maior é o seu grau de informatização, ela cresce de acordo com a escala de negócios. Há seis anos o perfil típico era a de pessoa física, um computador e uma impressora para realização de atividades simples. Hoje, além do microcomputador, as empresas utilizam outros equipamentos, ampliando os recursos de informática (71% das empresas possuem impressora; 55% possuem gravador de CD ou DVD; 34% scanner; 15% leitor de código de barras).

A principal finalidade no uso do PC é para ter acesso à Internet 63%, seguido de 59% que utilizam para cadastro de clientes, 55% para elaboração de documentos, 42% no controle de estoques. Houve um aumento na automação dos processos.

66% têm software de ações e comandos integrados.

71% têm acesso à Internet. Há 10 anos apenas 7% tinham acesso à Internet.

A utilização da Internet não tem sido muito elaborada por parte do empreendedor. 64% utilizam o correio eletrônico; 53% para pesquisar preços e fornecedores; 49% para serviços bancários; 48% serviços de governo (emissões de certidões, licitações); 32% compra de insumos ou mercadorias, 14% para vendas de produtos ou serviços.

Apenas 20% das empresas possuem site próprio e 3% utilizam sites de terceiros.

Dos empresários que tem acesso à Internet, a média de tempo por semana é de 15 horas.

11% dos empresários já fizeram cursos pela Internet dos quais 84% consideraram úteis.

54% dos empresários têm interesse em fazer cursos pela Internet, disponibilizando de 1 a 4 hora por semana.

54% dos empresários pretendiam investir em informática até dezembro de 2008 (metade investiria até R\$ 4.000,00 – quatro mil reais).

91% das MPE utilizam telefone celular.

O telefone celular é para o uso mais imediato, comunicação, poucas empresas utilizam outros serviços. 18% para mensagem de texto.

PRINCIPAIS RESULTADOS de PERNAMBUCO:

78% das MPE, empresas formais, utilizam computadores.

75% das empresas possuem impressora; 54% possuem gravador de CD ou DVD; 42% scanner; 16% leitor de código de barras.

Pernambuco não está muito diferente da média nacional quanto à finalidade do uso do PC: 67% para ter acesso às informações na Internet, 57% para elaboração de documentos / cartas, 56% para banco de dados, 51% controle de estoques.

78% do total dos entrevistados responderam à pergunta sobre a utilização de software para ajudar a administrar as diversas atividades do negócio, apenas 33% responderam positivamente.

74% têm acesso à Internet.

A finalidade da utilização da Internet por parte das empresas pernambucanas não difere muito dos resultados nacionais, 68% utilizam correio eletrônico, 51% bancos, 50% serviços de governo, 49% pesquisa de preço ou fornecedores, 24% compra de insumo ou mercadorias.

12% dos empresários realizaram curso pela Internet e 46% têm interesse em fazer.

93% das MPE utilizam telefone celular. 71% para chamadas telefônicas, 19% para mensagem de texto. Sendo outros serviços quase que não utilizados.

REFLEXÕES e ENCAMINHAMENTOS:

Em 2002 existiam cerca de 23 milhões de empreendedores no Brasil, incluindo os candidatos. O Sebrae atingia com suas ações / atividades entre 4 a 5% desse público. Em 2008 o número subiu para 26 milhões de empreendedores, com a atuação do Sebrae voltado para cerca de 20% desse número e a previsão para 2015 é de cerca de 30 milhões de empreendedores. Como fazer para atingir 100% desse contingente? A atuação através da TIC é essencial.

Pelos resultados referentes à utilização da Internet para fazer cursos, comparando em escala numérica, cerca de 3 milhões de empreendedores formais que possuem banda larga têm interesse em participar dessa ação.

O comércio eletrônico não tem evoluído. Em 2002, apenas 26% utilizavam a Internet para transações comerciais, os números em 2008 ficaram um pouco acima dos 30%. É imprescindível investimento em infraestrutura de redes e toda tecnologia relacionada.

Apenas 14% das empresas utilizam a Internet para vender seus produtos e serviços. Em tempo de crise, estratégias de vendas é uma prioridade. Buscar alternativas para atrair novos cliente e fidelizar os já existentes através da Internet é uma solução possível.

Os resultados da pesquisa na íntegra em nível Nacional e a sondagem do estado de Pernambuco estão disponíveis em rede: \\Pesrvfile03\observatorio