

As PMEs que mais
crescem no Brasil
Um estudo sobre
as empresas que
cultivam as bases
da sua expansão

Sumário do relatório

Metodologia do estudo	4
Amostra da pesquisa.....	6
Perfil das empresas que mais crescem	7
O ambiente de negócios das emergentes	15
Análise dos indicadores financeiros	21
As PMEs que mais crescem no Brasil.....	24
As bases do crescimento, sob a ótica de empresas especiais	28

As visões das empresas que compõem o ranking das 200 PMEs que mais crescem podem, sem dúvida, sinalizar estratégias adequadas também para as demais organizações com o mesmo perfil no mercado brasileiro.

Oportunidades em um país de alto potencial de crescimento



Após um período de grande turbulência, especialmente gerado pelas incertezas da economia mundial, o Brasil tem apresentado grande potencial de crescimento ao atrair a atenção de investidores, o que, aliado à estabilidade política e econômica, ao fortalecimento do mercado interno e à perspectiva de realização dos megaeventos esportivos de 2014 e 2016, configura um novo ciclo de expansão econômica.

Nesse contexto, as pequenas e médias empresas (PMEs) que contarem com planos estratégicos bem definidos e melhores condições de atendimento às necessidades do mercado estarão melhor posicionadas para aproveitar as oportunidades que surgirão. Portanto, elas devem se adequar às novas exigências e superar os desafios para se beneficiar dessa nova fase de expansão.

Cabe ressaltar também que o forte processo de globalização tem levado a um ambiente de negócios cada vez mais complexo, onde as organizações devem, continuamente, buscar melhorias na gestão. Atualmente, o paradigma de administração tem como base a sustentabilidade, pela qual as empresas estão constantemente sujeitas ao desafio de gerar resultados com base em princípios sólidos de criação de valor, que precisa ser percebido por todas as pessoas envolvidas no processo produtivo. A qualidade dos produtos e serviços e o controle de custos já não são os únicos elementos que devem ser observados para a manutenção do crescimento de uma empresa. Aliás, o conceito de sustentabilidade agrega desde a geração de valor até a continuidade dos negócios.

Com o objetivo de entender como as pequenas e médias empresas estão se preparando para aproveitar as oportunidades do novo ciclo de expansão do País, a Deloitte e a revista EXAME PME realizaram este estudo em parceria. Em sua quinta edição, a pesquisa "As PMEs que mais crescem no Brasil" traz um ranking das 200 pequenas e médias empresas brasileiras que registram os níveis mais elevados de crescimento ao longo dos últimos anos encerrados, além de apontar a visão de seus líderes a respeito de fatores fundamentais para a sobrevivência e o crescimento no cenário econômico oportuno que se apresenta.

As análises geradas mostram que as expectativas de negócios das empresas giram em torno de elementos que englobam desde a busca de descentralização da carteira de clientes, até a manutenção e elevação da parceria com grandes organizações: desafios e oportunidades que exigem a adequação às exigências do mercado, a redução dos custos sem comprometimento da qualidade e a expansão das operações tanto no mercado interno quanto externo.

Por pertencerem ao grupo que expande seus negócios com maior velocidade, as visões das empresas que compõem o ranking das 200 PMEs que mais crescem podem, sem dúvida, sinalizar estratégias adequadas também para as demais organizações com o mesmo perfil no mercado brasileiro, ajudando a clarear um novo e ainda desconhecido caminho que elas devem percorrer nos próximos anos.

Metodologia do estudo

O universo definido para a realização da pesquisa “As PMEs que mais crescem no Brasil” abrange organizações brasileiras que estão em fase operacional desde, pelo menos, 1º de janeiro de 2005 e que registram receita líquida entre R\$ 5 milhões e R\$ 200 milhões em suas demonstrações financeiras referentes ao final de 2009.

O resultado classificatório das 200 PMEs que mais crescem está baseado na evolução da receita líquida das empresas ao longo dos últimos três anos. Para isso, elas apresentaram demonstrações financeiras referentes a este período (2007, 2008 e 2009), além de apontarem estimativas para a receita a ser obtida em 2010.

Não puderam participar da pesquisa e, por conseguinte, do ranking, as empresas dos segmentos de auditoria, consultoria, mídia e comunicação (setores de atuação das organizações realizadoras do estudo), além de cooperativas, instituições financeiras, empresas públicas e organizações sem fins lucrativos, por possuírem características diferenciadas de geração e avaliação de receitas. Também foi vetada a participação de empresas que fazem parte de um conglomerado empresarial com mais de 30% do seu capital controlado por estrangeiros e também de subsidiárias de grupos empresariais ou instituições com faturamento igual ou superior a R\$ 1 bilhão por ano, independentemente da origem de seu capital.

Para compor esse universo de estudo, a Deloitte e a revista EXAME PME convidaram aproximadamente 11 mil empresas, por meio de encaminhamento de questionários impressos e eletrônicos. Esse universo foi complementado pelas organizações que manifestaram interesse em participar, após tomarem ciência da pesquisa por meio da divulgação em websites, anúncios publicitários e notas editoriais das empresas realizadoras do estudo.

A pesquisa contou com o envio de questionários impressos via Correios, além da disponibilidade para preenchimento no portal da Deloitte (www.deloitte.com.br). As respostas foram remetidas diretamente para a Deloitte, responsável pelo tratamento e pela compilação dos dados. O regulamento da pesquisa foi disponibilizado ao longo de todo o período de coleta de respostas no website da empresa.

No total, 620 empresas responderam aos questionários e 422 encaminharam demonstrações financeiras. Ao final, 330 organizações atenderam a todos os critérios definidos para a participação na amostra total do estudo. As empresas de melhor desempenho compuseram o ranking das 200 que mais crescem, publicado na revista EXAME PME e que também consta da presente publicação.

Processo de coleta das respostas e de formação do ranking



A análise dos resultados

As respostas assinaladas pelas empresas da amostra total da pesquisa, com base nos questionários encaminhados, foram analisadas a partir de uma série de estratos de organizações participantes:

- O ranking das organizações que mais cresceram entre 2007 e 2009 (200 empresas).
- O conjunto de empresas que compõem a amostra e que não se classificaram para o ranking das 200 que mais cresceram (130 organizações).
- Empresas que encaminharam demonstrações financeiras, mas que foram excluídas da amostra por estarem acima da faixa de receita líquida estabelecida para o último ano-base do estudo (R\$ 200 milhões em 2009); e/ou possuírem mais de 30% do seu capital controlado por estrangeiros; e/ou fazerem parte de um grupo empresarial ou instituição que fatura mais de R\$ 1 bilhão. Esse estrato de empresas passou a ser denominado neste relatório como “Grupo Especial”, merecendo um capítulo à parte para a análise de suas respostas (páginas 28 a 30).

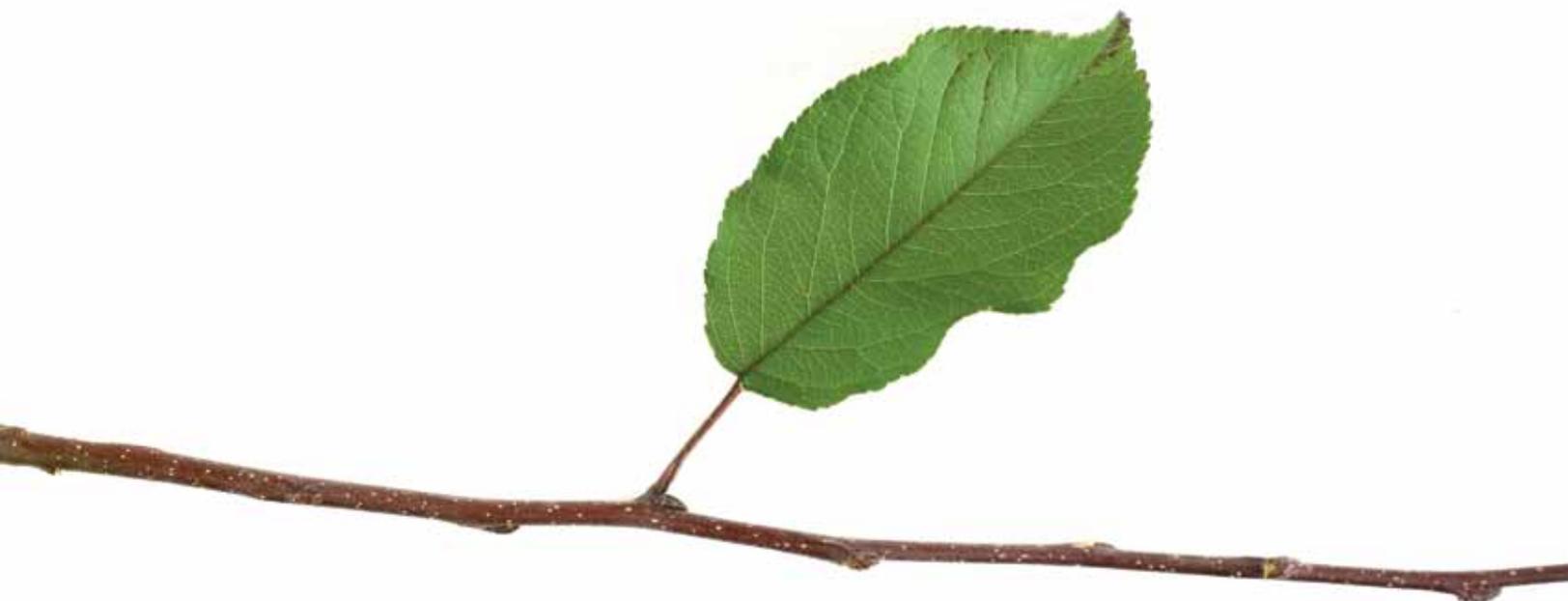
Essa estratificação visou à comparação entre os resultados de cada grupo específico de empresas participantes, a fim de proporcionar uma avaliação mais apropriada das informações coletadas. Os dados referentes a cada um desses estratos são citados e analisados ao longo deste relatório quando as suas respostas evidenciam uma discrepância relevante em relação aos grupos de empresas analisados ou à amostra total da pesquisa.

O conjunto das respostas das empresas que participaram do estudo foi então avaliado a partir do levantamento, da consolidação e da análise de informações complementares de mercado, obtidas por meio de fontes diversas, como institutos de pesquisa, órgãos governamentais e entidades empresariais.

Dessa forma, as visões, práticas e tendências evidenciadas pelas respostas dos empresários que responderam aos questionários foram avaliadas a partir do ângulo dos fatores econômicos e de negócios que incidem sobre as operações das empresas participantes da pesquisa e do mercado em geral.

O conteúdo deste relatório

- Os resultados da pesquisa serviram de base para a elaboração deste relatório, que apresenta uma análise completa dos dados levantados e representa uma oportunidade para mensurar o estágio de desenvolvimento das pequenas e médias empresas no Brasil.
- Os resultados retratados com prioridade neste relatório dizem respeito às respostas das empresas que compõem o ranking das 200 PMEs que mais crescem.
- Os resultados referentes à amostra total só foram citados em caso de discrepância relevante entre esse grupo e a subamostra das que mais crescem, quando pertinente para a melhor compreensão do universo das pequenas e médias empresas no Brasil.



Amostra da pesquisa

Como são, onde estão e o que fazem as PMEs

As empresas que compõem a amostra total da pesquisa totalizaram receitas líquidas que, juntas, compõem R\$ 16,2 bilhões (conforme as demonstrações financeiras referentes a 2009), com crescimento médio anual de 16% nos últimos dois anos. A maioria das empresas é de origem brasileira e opera há menos de trinta anos, além de se concentrar na região Sudeste (61% da amostra total e 57% das 200 maiores). As organizações do ranking perfizeram R\$ 9,7 bilhões em receitas e cresceram 35%, em média, entre 2007 e 2009.

A amostra total da pesquisa contempla praticamente todos os setores econômicos, com destaque, no setor de serviços, para indústria digital, varejo, atacado, telecomunicações e transporte. Na indústria, destacam-se construção, bens de capital e de consumo e farmacêutico. Grande parte das empresas do ranking das 200 que mais crescem estima um crescimento de 35% para 2010.

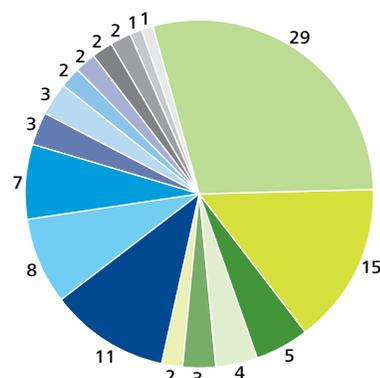
Classificação por setores (%)

Setores de serviços (58%)

- Serviços
- Indústria digital
- Varejo
- Atacado
- Transporte
- Telecomunicações

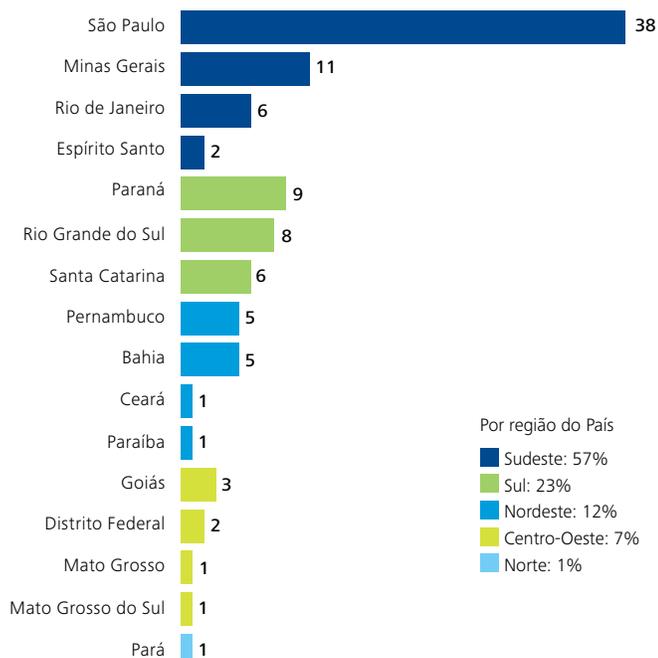
Setores de indústria (42%)

- Indústria da construção
- Bens de capital
- Bens de consumo
- Farmacêutico
- Químico e petroquímico
- Siderurgia e metalurgia
- Automotivo
- Energia
- Papel e celulose
- Eletroeletrônico
- Têxtil



Classificação geográfica

Por Estado (%)



Por região do País

- Sudeste: 57%
- Sul: 23%
- Nordeste: 12%
- Centro-Oeste: 7%
- Norte: 1%

Receita líquida

Amostra total (330 empresas)				
R\$ bilhões			Crescimento (%)	
2007	2008	2009	2007-2009	Taxa anual
11,9	15,3	16,2	35	16

Ranking (200 empresas que mais crescem)				
R\$ bilhões			Crescimento (%)	
2007	2008	2009	2007-2009	Taxa anual
5,4	7,9	9,7	82	35

Número de funcionários

Amostra total (330 empresas)				
Número de funcionários			Crescimento (%)	
2007	2008	2009	2007-2009	Taxa anual
111.793	134.448	140.151	25	12

Ranking (200 empresas que mais crescem)				
Número de funcionários			Crescimento (%)	
2007	2008	2009	2007-2009	Taxa anual
61.162	76.733	89.789	47	21

Perfil das empresas que mais crescem

Os grandes temas que rondam a economia do País, como o novo ciclo de crescimento econômico, amplos investimentos em infraestrutura e realização de megaeventos esportivos, entre outros, abriram diversas oportunidades de negócios no Brasil, tanto para empresas nacionais quanto estrangeiras. Dessa forma, os fatores decisivos de crescimento das empresas vão se alterando, ganhando maiores proporções e modelos mais complexos.

Nesse contexto, as pequenas e médias empresas que mais crescem reconhecem que qualidade dos produtos e dos serviços, controle de custos e relacionamento e fidelização de clientes foram fatores muito importantes para a condução do

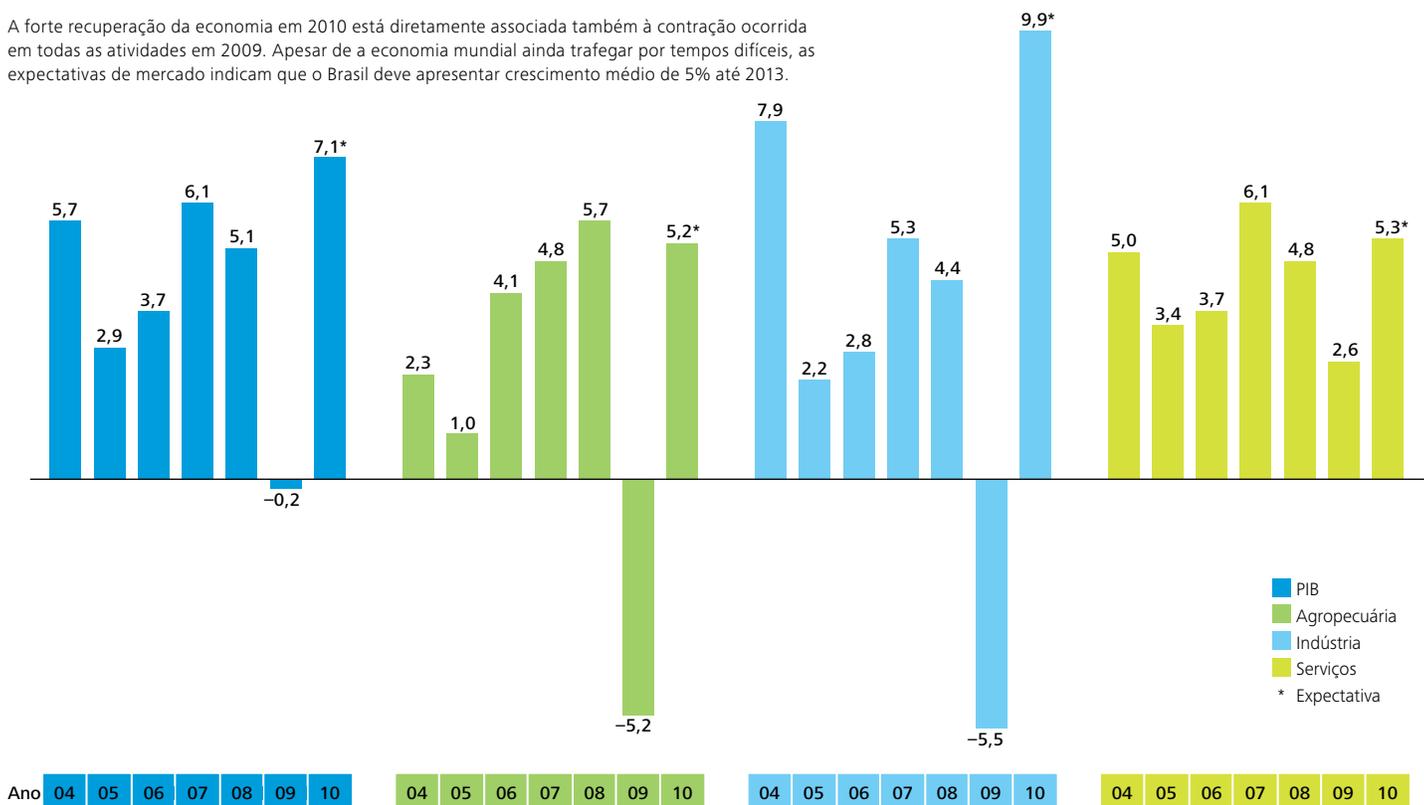
crescimento das organizações nos últimos três anos. Contudo, essas considerações tendem a mudar nos próximos anos devido ao cenário que se configura para o País. Com isso, as empresas já consideram ampliar os investimentos em recursos humanos e em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D), bem como aumentar o nível de governança corporativa, fatores imprescindíveis para a condução do crescimento em um mercado cada vez mais globalizado e competitivo. Na edição 2007 desta pesquisa, os investimentos em P&D foram indicados por 37% da amostra das empresas então pesquisadas, contra 54% na edição atual, o que indica a maior relevância desse fator na condução do crescimento das PMEs.

Informações de mercado

Sinais de um novo ciclo de expansão do País

(PIB – Crescimento % real)

A forte recuperação da economia em 2010 está diretamente associada também à contração ocorrida em todas as atividades em 2009. Apesar de a economia mundial ainda trafegar por tempos difíceis, as expectativas de mercado indicam que o Brasil deve apresentar crescimento médio de 5% até 2013.



Fonte: Research – Deloitte (a partir da consolidação de dados do Banco Central). Em relação a 2010, as expectativas de mercado foram registradas em 28/05/2010.

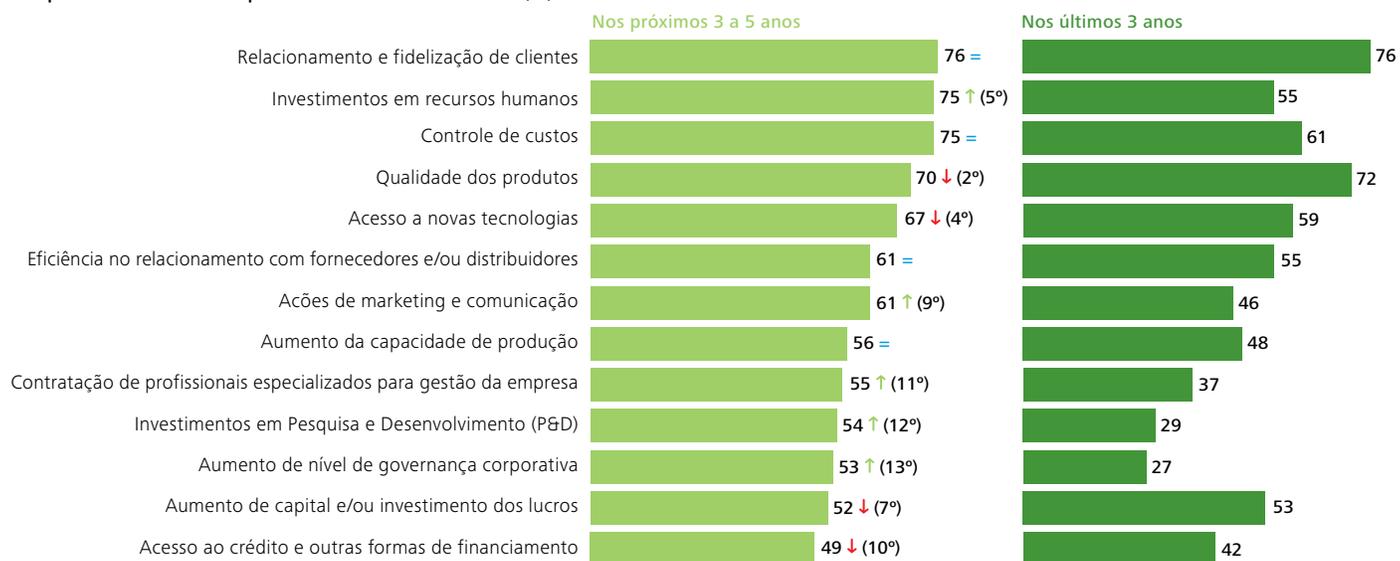
De fato, o Brasil tem ampliado os investimentos em P&D. No entanto, ainda registra os menores gastos quando comparado a outros países. Adicionalmente, os apontamentos indicam que as PMEs percebem que sua vantagem competitiva está diretamente relacionada à capacidade de adequação às novas exigências do mercado.

Cabe ressaltar que a manutenção de custos competitivos e a atenção para os recursos humanos também aparecem como principais desafios que as PMEs devem enfrentar no médio e longo prazos para manutenção do ritmo de crescimento atual, sendo indicados por 85% e 77% dos respondentes, respectivamente, enfatizando a relevância desses fatores como importantes para o crescimento e, ao mesmo tempo, desafios para as organizações.

Na edição 2007 desta pesquisa, quando indagadas sobre os desafios que deveriam enfrentar para manter a expansão atual ou para crescer ainda mais, as PMEs também se mostravam pouco preocupadas com a concorrência do mercado informal. No entanto, passados três anos, esses apontamentos mais que dobraram – de 7% em 2007 para 20%. Adicionalmente, as empresas parecem dar maior importância à criação de condições para uma administração ágil e eficiente – 43% em 2007 contra 62% dos apontamentos em 2010.

As pessoas ou organizações envolvidas na cadeia de negócios afetam diretamente as atividades de uma empresa, sendo elementos essenciais para o planejamento e a tomada de decisões estratégicas. Dessa forma, o sucesso das empresas depende da participação e da sinergia com partes interessadas e, por isso, suas expectativas e necessidades devem ser devidamente conhecidas e consideradas pelos gestores.

Principais fatores decisivos para o crescimento das PMEs (%)



↑ Sobe de posição em relação aos últimos 3 anos ↓ Cai de posição em relação aos últimos 3 anos = Mesma posição em relação aos últimos 3 anos

(°): Indicação da posição ocupada pelo item nos últimos três anos

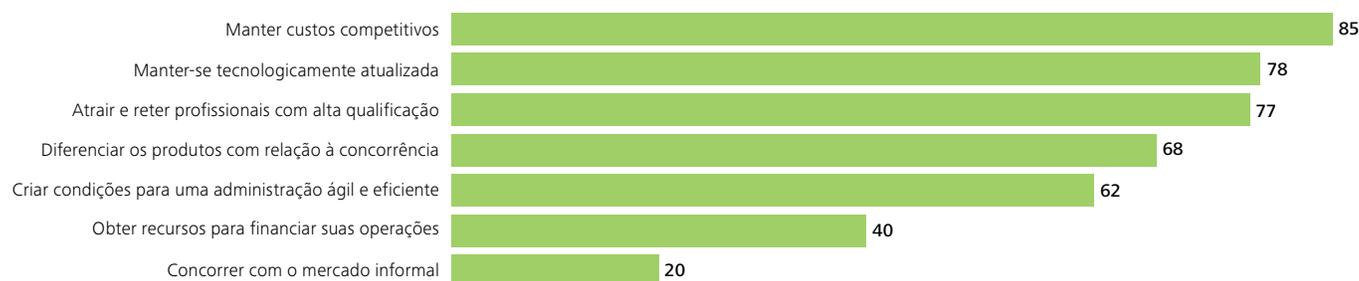
Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

Nesse contexto, a grande maioria das pequenas e médias empresas que mais crescem considera que os clientes são os principais influenciadores de suas decisões estratégicas. Na edição 2010 da pesquisa, também se destaca a relevância que as PMEs destinam a funcionários, fator sendo assinalado por quase metade da amostra. Além disso, cerca de um terço das empresas do ranking também considera importante a avaliação dos investidores com participação direta no capital (sócios e/ou acionistas).

Apesar de os clientes serem os maiores influenciadores nas decisões estratégicas das PMEs, o retorno dos funcionários é o método de avaliação da eficiência de que as empresas devem dispor ainda mais nos próximos três a cinco anos, sendo indicado por cerca de 70% da amostra.

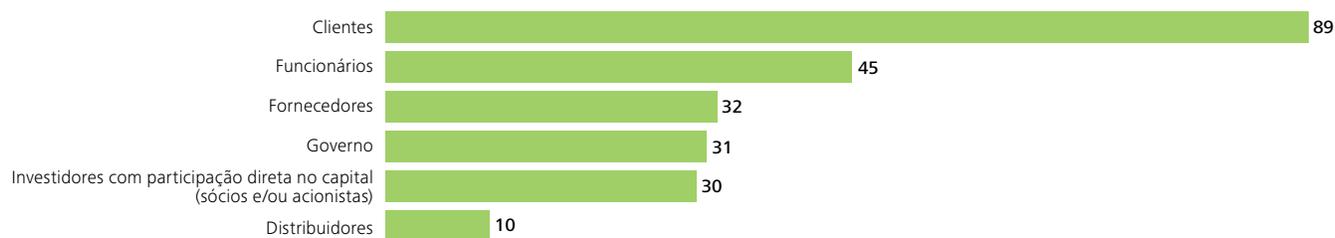
Além disso, podemos destacar que as organizações pretendem manter-se mais atentas às empresas concorrentes, além de contar com a opinião de consultores externos. O acompanhamento do desempenho econômico da empresa, assim como na pesquisa anterior, foi o método de avaliação mais utilizado para verificar a efetividade de suas ações perante o mercado.

Principais desafios que as PMEs devem enfrentar no médio e longo prazos (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

Quem mais influencia as decisões estratégicas das PMEs (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

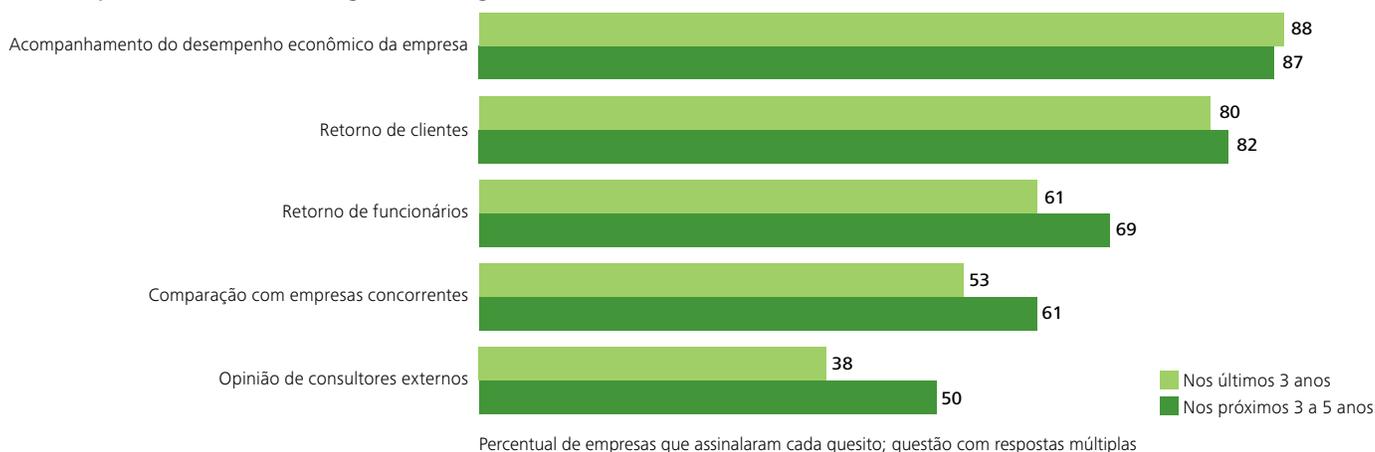
As estratégias priorizadas pelas empresas para a condução do crescimento estiveram relacionadas, nos últimos três anos, principalmente, à entrada em novos mercados geográficos (48% da amostra) e ao lançamento de novos produtos e/ou serviços (46% do ranking).

Já nos próximos 3 a 5 anos, vale destaque para os apontamentos que indicam os investimentos em inovação e a internacionalização dos negócios. Esses fatores denotam que as PMEs que mais crescem

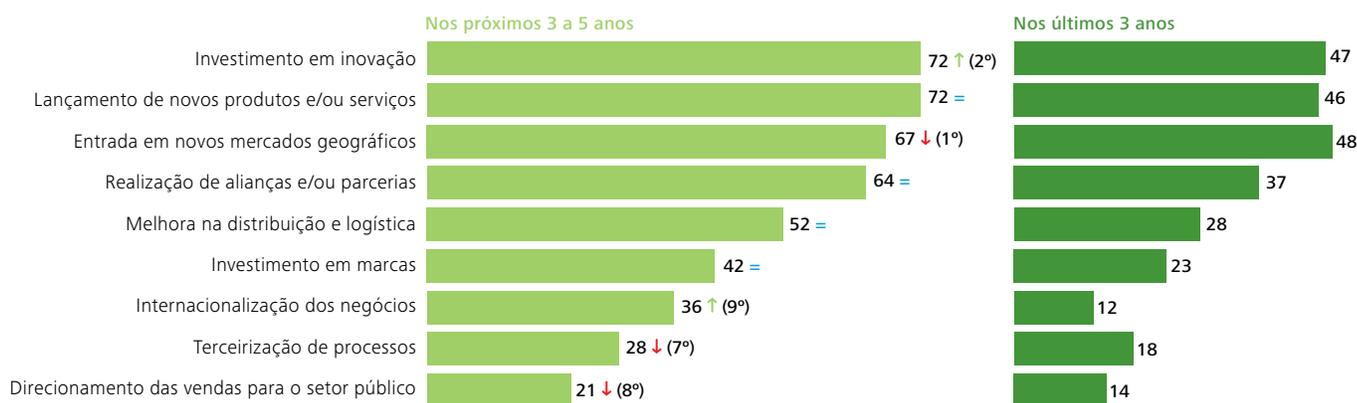
consideram fortemente a utilização de tecnologia de ponta e a ampliação de sua área de atuação, tanto no mercado interno quanto externo, tornando-se mais globalizadas e competitivas.

A elaboração de um plano de negócios e/ou planejamento estratégico é extremamente importante para uma boa formulação de objetivos e metas, para a seleção de programas de ação mais focados e para sua execução efetiva. Em suma, esses planos levam em conta as condições internas e externas da empresa e

Métodos para avaliar a eficiência na gestão dos negócios (%)



Estratégias a priorizar para condução do crescimento (%)



↑ Sobe de posição em relação aos últimos 3 anos ↓ Cai de posição em relação aos últimos 3 anos = Mesma posição em relação aos últimos 3 anos

(°): Indicação da posição ocupada pelo item nos últimos três anos

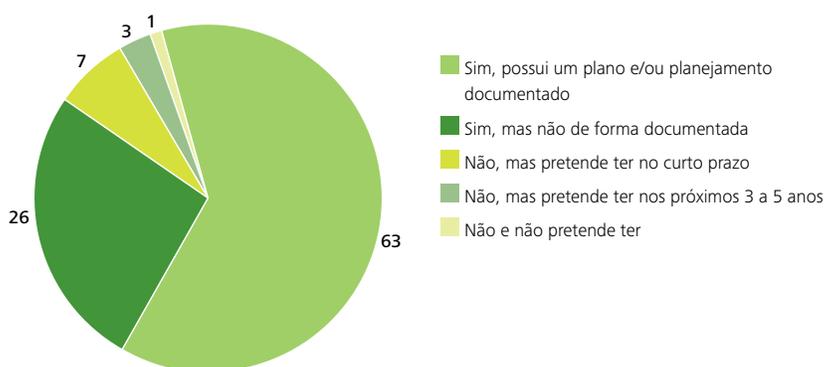
Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

a evolução estimada pelos seus gestores. Além disso, também consideram premissas básicas que a empresa deve seguir para que todo o processo seja coerente e sustentado. Das organizações que compõem o ranking, 89% possuem um plano e/ou planejamento estratégico (63% de forma documentada e 26% não documentada). As demais pretendem adotar algum plano de negócios no curto prazo (7% da amostra) e nos próximos anos (3% da amostra). Apenas 1% das PMEs não possui e não pretende formular seus objetivos e metas.

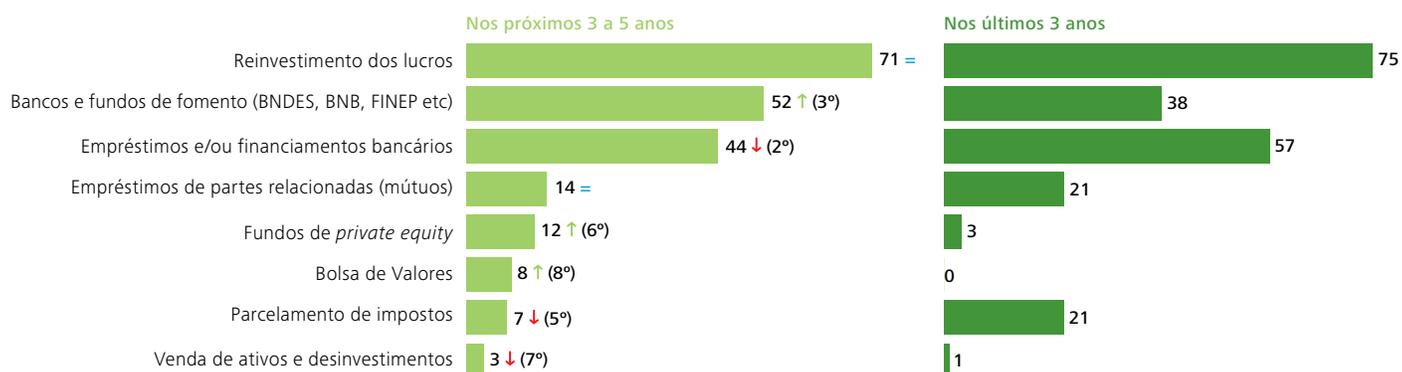
Atualmente, uma das maiores dificuldades enfrentadas por pequenos e médios empresários é a obtenção de crédito para investir em seus negócios – 42% consideram o acesso ao crédito e outras formas de financiamento como fatores decisivos para o crescimento, e 40% das PMEs avaliam a obtenção de recursos como um desafio no médio e longo prazos.

Nesse contexto, a principal fonte de recursos utilizada pelas PMEs nos últimos três anos foi o reinvestimento dos lucros, segundo declaração de 75% das empresas do ranking, seguido por empréstimos e/ou financiamentos bancários (57% da amostra). A utilização de recursos de bancos e fundos de fomento, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), o Banco do Nordeste (BNB), a Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP) e outros, vem apresentando crescimento expressivo dentre os apontamentos das PMEs desde o início da pesquisa em 2006, sendo indicada por 38% das empresas na atual edição. Em 2006, a utilização dessas linhas de crédito foi apontada por apenas 17% das empresas. Já para os próximos três anos, os recursos de fomento devem passar a ser utilizados por 52% das PMEs, segundo os entrevistados.

Sua empresa possui um planejamento estratégico documentado? (%)



As principais fontes de recursos utilizadas pelas PMEs (%)



↑ Sobe de posição em relação aos últimos 3 anos ↓ Cai de posição em relação aos últimos 3 anos = Mesma posição em relação aos últimos 3 anos

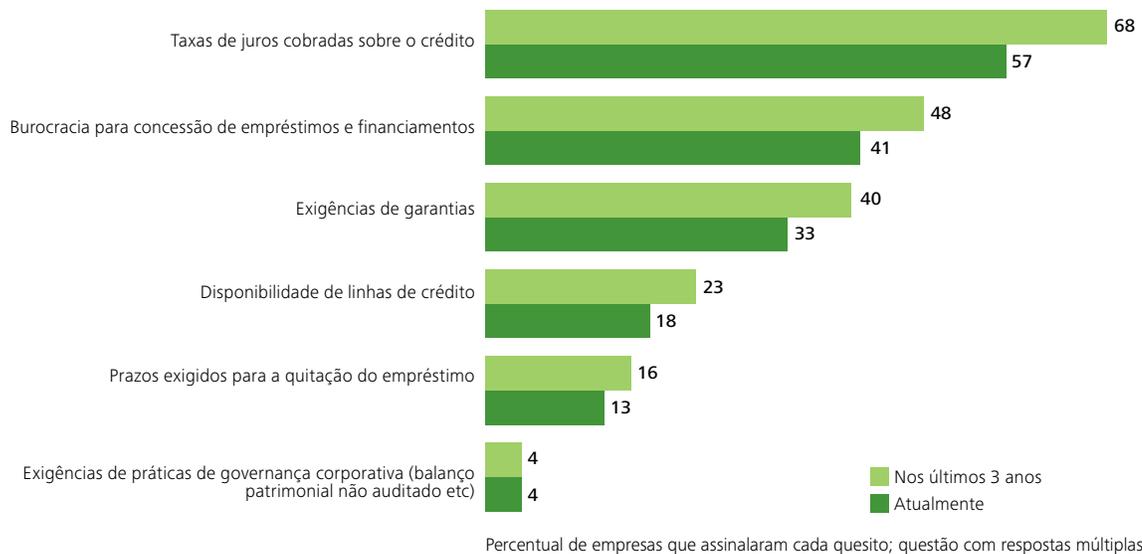
(°): Indicação da posição ocupada pelo item nos últimos três anos

Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

De fato, os desembolsos para micro, pequenas e médias empresas do sistema BNDES têm demonstrado constante crescimento, principalmente nos últimos três anos. As políticas de incentivo para captação de crédito alavancaram consideravelmente o número de desembolsos concedidos pelo BNDES às micro e pequenas empresas em 2009.

Apesar de ainda haver grande dificuldade no acesso ao crédito para as PMEs, principalmente em relação às taxas de juros e à burocracia, há um consenso de que este cenário está mudando. Os apontamentos realizados pelas empresas do ranking indicam menor dificuldade na disponibilidade de crédito atualmente. Esse cenário pode ser atribuído, em parte, ao forte crescimento na participação dos fundos de fomento, com linhas voltadas para pequenos e médios empresários, que têm facilitado, principalmente, a aquisição de máquinas e equipamentos.

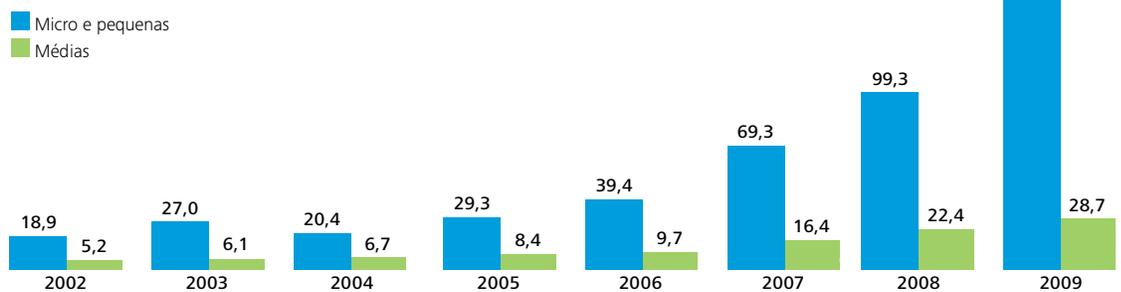
Fatores que dificultam o acesso ao crédito (%)



Informações de mercado

Mais crédito para as emergentes

Desembolso do sistema BNDES – em número de operações (mil)



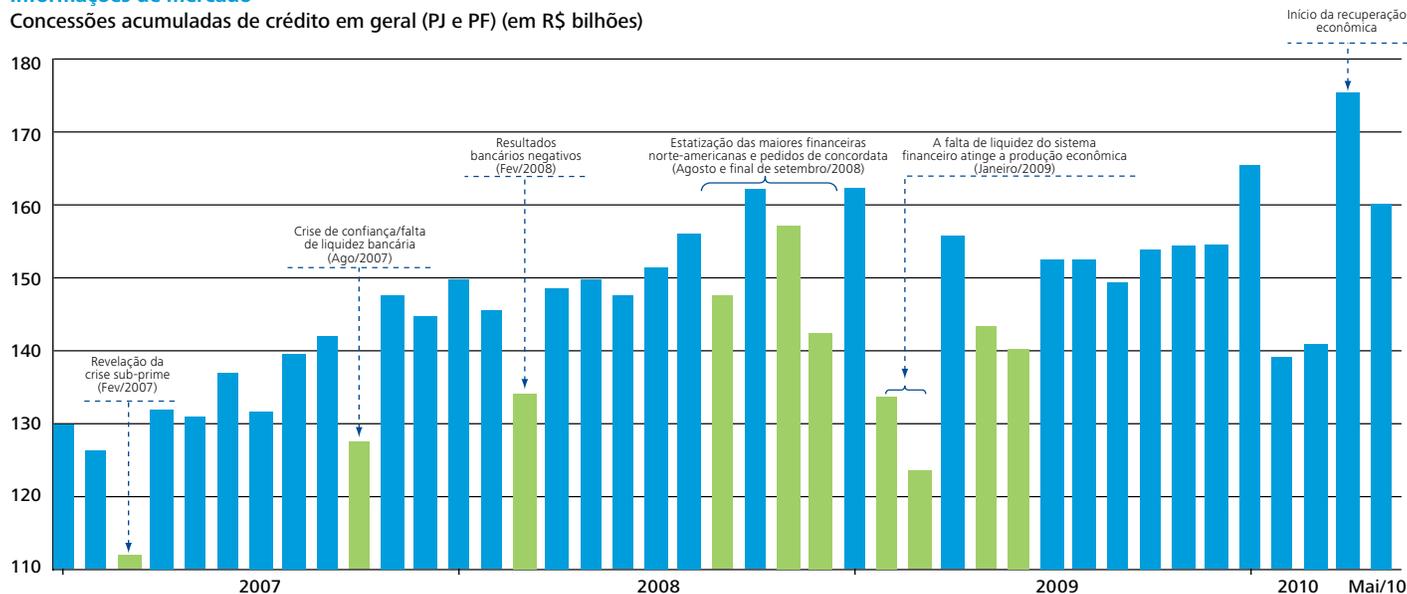
Fonte: Research – Deloitte (a partir da consolidação de dados do BNDES)

A abertura de capital, apesar de pouco considerada como forma de captação de recursos pelas empresas do ranking atualmente, é uma alternativa aos financiamentos bancários, abrindo para a organização uma gama de investidores potenciais, tanto no Brasil quanto no exterior. Dessa forma, dentre os motivos que levaram e/ou levariam as PMEs a listarem ações na Bolsa de Valores, destaca-se a captação de recursos com menor custo e o ambiente favorável

à estabilidade econômica, indicada por 60% e 41% da amostra, respectivamente. As considerações feitas pelo conjunto das PMEs que mais crescem pouco diferem da amostra das organizações respondentes que já ingressaram no mercado de ações (12 companhias), exceto em relação à crescente popularização do investimento em ações (segundo apontado por 33% das corporações listadas, ante 19% das empresas do ranking).

Informações de mercado

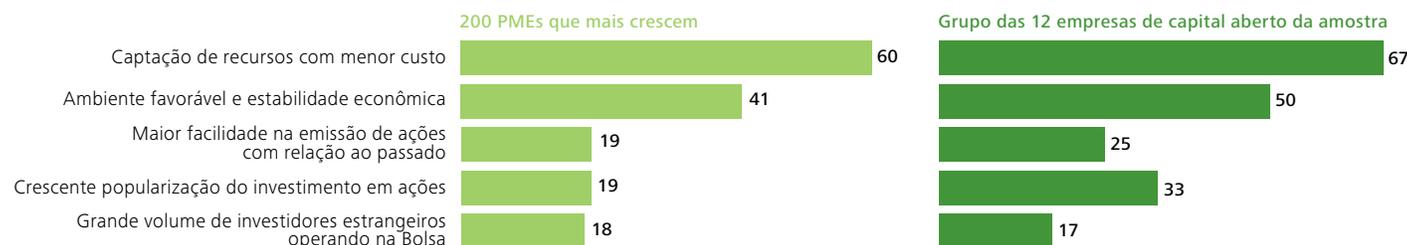
Concessões acumuladas de crédito em geral (PJ e PF) (em R\$ bilhões)



Fonte: Research – Deloitte (a partir da consolidação de dados do Banco Central)

Nota: Concessões acumuladas no mês das operações de crédito com recursos livres para taxas de juros

Motivos para listar ações na Bolsa de Valores (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas



As pequenas e médias empresas que mais crescem estão mais atentas às oportunidades do mercado, considerando, já num futuro próximo, a participação em operações de fusões e aquisições (M&A, de “merger and acquisitions”), sendo preferível, muitas vezes, em relação ao crescimento orgânico de suas atividades. Nesse contexto, os principais objetivos visados em operações de M&A estão relacionados à conquista de novos mercados e clientes, à ampliação da carteira de produtos e serviços e ao aumento da participação no mercado.

Motivos para participar de operações de fusões e aquisições (%)

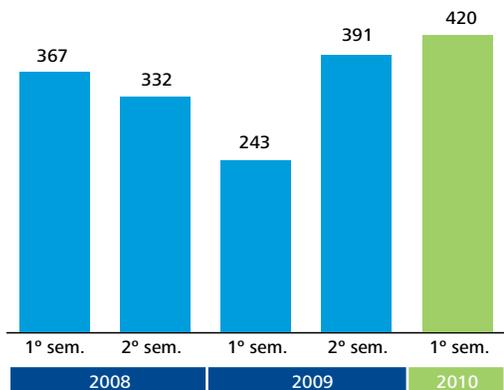


Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

Informações de mercado

O risco de permanecer pequeno

Número de operações de fusão e aquisição



Fonte: Research – Deloitte (elaborado a partir de dados da imprensa e da internet); inclui parcerias

O ambiente de negócios das emergentes

As expectativas das PMEs para os próximos 3 a 5 anos apontam que o perfil da carteira de clientes não deve se alterar consideravelmente

A ampliação de mercados e conquista de novos clientes devem ser objetivos contínuos das empresas para condução do crescimento. Além disso, quanto maior e mais diversificada a carteira de clientes, menos exposta às oscilações do mercado a empresa estará.

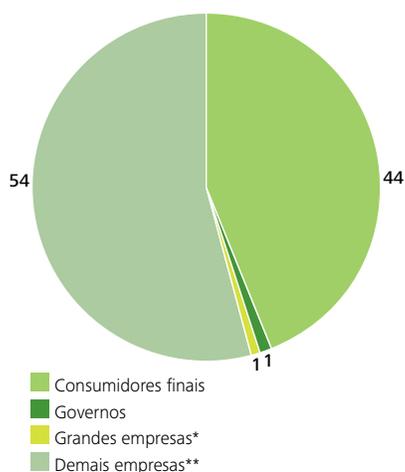
Atualmente, a carteira de clientes das 200 pequenas e médias organizações que mais crescem está concentrada em empresas (mais de 70% dos resultados), sendo que as de grande porte, apesar de representarem apenas 1% do número de clientes, contribuem com 39% das receitas geradas. As empresas com faturamento igual ou inferior a R\$ 400 milhões, que representam 54% da carteira de clientes, foram responsáveis por 34% das receitas. Os consumidores finais e os governos contribuíram com 14% e 13% dos resultados, respectivamente.

As expectativas das PMEs para os próximos 3 a 5 anos apontam que a concentração na carteira de clientes não deve se alterar consideravelmente, havendo apenas uma melhora na participação das empresas de menor porte, passando a representar 39% dos resultados.

A manutenção ou conquista de um bom relacionamento com grandes empresas é importante para as PMEs não somente no sentido comercial, como também no desenvolvimento de novos produtos e serviços. Dessa forma, as empresas do ranking consideram a ampliação de sua relação com corporações de grande porte. Cerca de metade da amostra avalia que, nos últimos 3 a 5 anos, seu relacionamento com grandes grupos teve como base o fornecimento e o desenvolvimento de produtos e serviços. Para os próximos três anos, as organizações pretendem ampliar, principalmente, sua parceria com grandes companhias e também receber mais recursos para desenvolvimento ou produção.

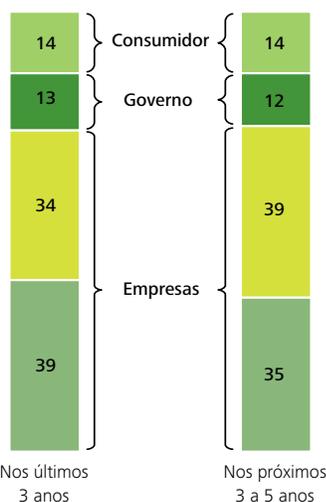
Quem são e qual a importância dos clientes para as PMEs

Número de clientes (composição %)



* Faturamento superior ou igual a R\$ 400 milhões
** Faturamento igual ou inferior a R\$ 400 milhões

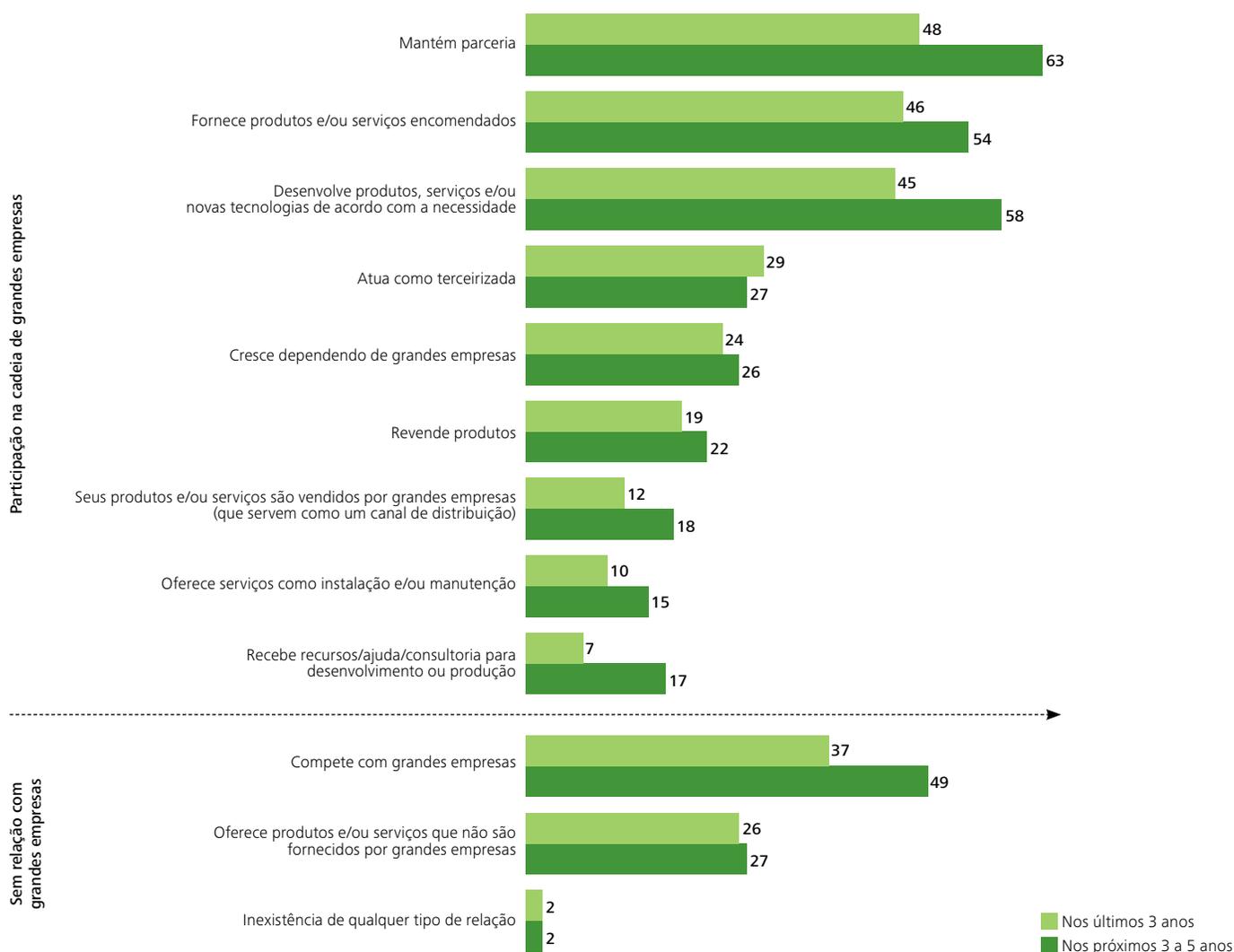
Contribuição para os resultados (composição %)



A relação comercial com grandes empresas pode ser complicada devido às exigências que elas costumam fazer. Ao mesmo tempo, essa maior exigência pode ser benéfica ao incentivar uma pequena ou média empresa a ser mais competitiva. Nesse contexto, mais de dois terços das empresas do ranking consideram que sua relação comercial com grandes grupos

influenciou na melhora dos processos ao cumprir com as exigências de qualidade. Além disso, mais de metade da amostra avalia que com essa relação seus resultados melhoraram ao influenciar na conquista de novos clientes, tornando-se mais competitivas ao aprimorar o controle de custos e ao contar com funcionários melhor qualificados.

Tipo de relacionamento que as PMEs mantêm com as grandes organizações (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

As grandes organizações, em geral, apresentam uma tendência à concentração de fornecedores. Portanto, o acesso a essas empresas costuma ser muito restrito, burocrático e até inviável para a maior parte das PMEs. De fato, cerca de 50% da amostra avalia que a burocracia é a principal dificuldade ou obstáculo na relação comercial com as grandes empresas. Além disso, 44% do ranking considera arriscado depender das grandes corporações. A busca contínua por preços baixos (42% do ranking) e descontos (40% da amostra) também aparecem como grandes barreiras nesta relação.

Por outro lado, apenas 16% das PMEs consideram que as grandes não valorizam relações duradouras com seus fornecedores. Portanto, manter contatos e negócios com grandes companhias é uma garantia de estabilidade, apesar do risco envolvido com a concentração das atividades.

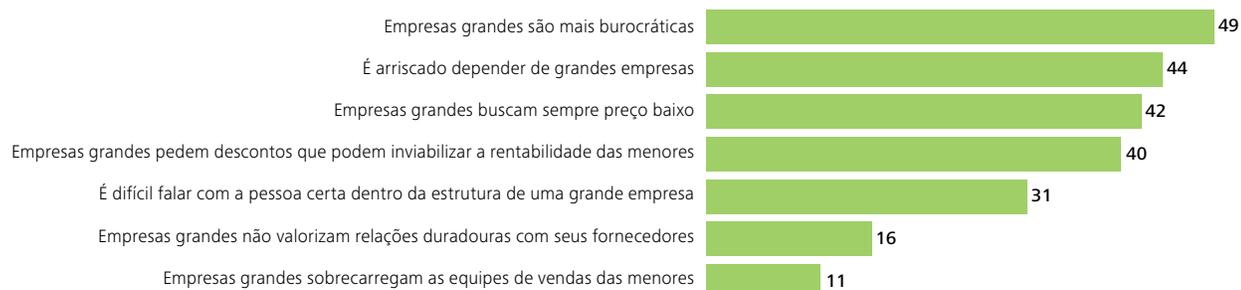
A busca pela melhoria do relacionamento com clientes e consumidores deve ser constante, porém, as formas de consegui-las não são fáceis, pois as necessidades e demandas dos indivíduos mudam constantemente. De forma geral, a oferta de produtos e serviços com qualidade, item indicado por 88% dos respondentes, é visto como o fator mais importante no relacionamento com clientes e/ou consumidores.

Relações comerciais das PMEs com as grandes empresas (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

A visão das PMEs sobre as grandes organizações (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

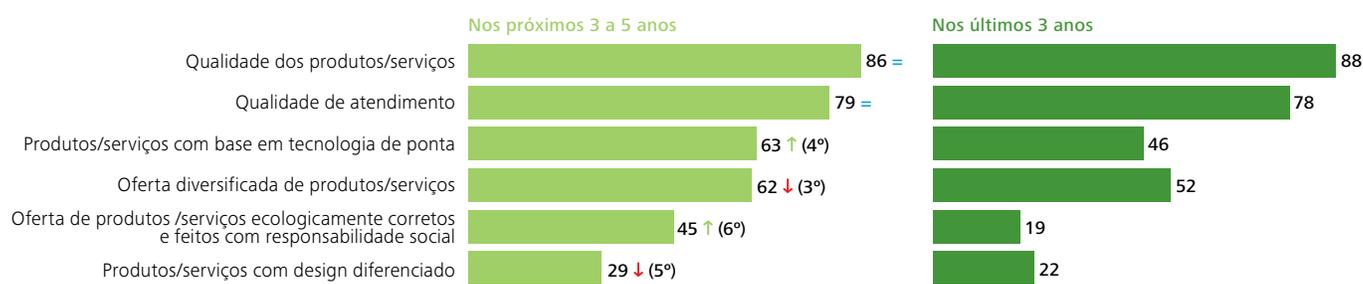
O relacionamento das PMEs também é sustentado por outros fatores, como qualidade de atendimento (78% do ranking) e oferta diversificada de produtos e serviços (52% da amostra). Nos próximos anos as PMEs devem estar mais atentas à oferta de produtos e serviços com base em tecnologia de ponta e ecologicamente corretos e feitos com responsabilidade social, denotando maior preocupação com a sustentabilidade dos negócios.

Mesmo que a estrutura e o modelo de gestão entre as grandes e as PMEs sejam diferentes, as exigências do mercado são iguais para ambas. Portanto, novos modelos e demandas do mercado devem ser encarados como formas de aumentar a competitividade e, quanto mais rápido e eficiente for essa adaptação, melhor para as organizações aproveitarem as oportunidades geradas pelo novo ciclo de expansão do País.

A flexibilização de preços e concessão de descontos e a manutenção da boa performance financeira já não são suficientes para atender às exigências das grandes organizações. Os selos de gestão de qualidade, as certificações sócio-ambientais e a adequação ao novo padrão contábil (IFRS) são o que realmente estão se tornando tendência.

As questões sócio-ambientais vêm despertando a atenção de diversos setores e, com o aumento da competitividade e da maior conscientização dos clientes/consumidores, essa variável assume uma importância cada vez maior na relação com grandes empresas.

O que é mais importante para as PMEs no relacionamento com clientes e consumidores (%)



↑ Sobe de posição em relação aos últimos 3 anos ↓ Cai de posição em relação aos últimos 3 anos = Mesma posição em relação aos últimos 3 anos

(°): Indicação da posição ocupada pelo item nos últimos três anos

Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

O que as PMEs precisam fazer para se adequar ao mercado (%)



Percentual de empresas que assinalaram a cada quesito; questão com respostas múltiplas

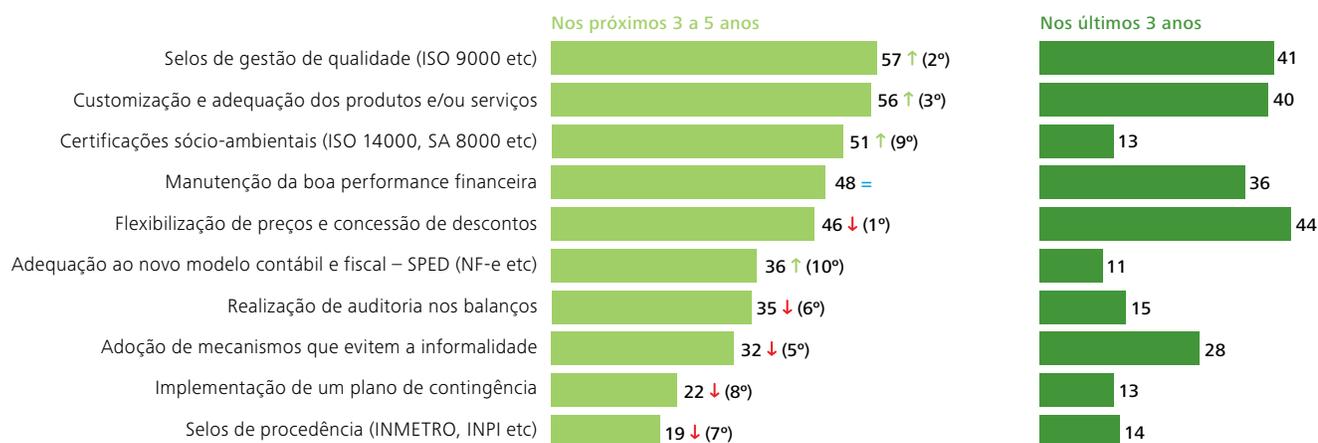
As PMEs que mais crescem, nesse novo contexto, consideram adotar uma nova orientação incorporando as certificações sócio-ambientais (ISO 14000, SA 8000 etc) em seus planos de negócios, ganhando vantagem competitiva. Dessa forma, a preocupação com a sustentabilidade passa a constituir uma oportunidade de mercado ao invés de uma barreira comercial.

As PMEs se deparam com a necessidade de se adequar de forma imediata às exigências do mercado para aproveitar as oportunidades do novo ciclo de expansão do País. Nesse contexto, os apontamentos revelaram que a redução dos custos sem comprometimento da qualidade (80% da amostra) e a manutenção e ampliação da participação de grandes clientes na carteira (66% das PMEs) são as principais adequações que as empresas precisam realizar para aproveitarem as oportunidades e cumprirem com as exigências do mercado.

Além disso, as empresas participantes do ranking acreditam que, dentre as adequações exigidas, o acesso e a ampliação tanto do mercado doméstico (60% do ranking) quanto do mercado externo (31% das PMEs) precisam ser realizados. Esses fatores também estão dentre as estratégias a priorizar para a condução do crescimento das PMEs nos próximos 3 a 5 anos.

De acordo com os resultados da pesquisa, a cadeia da construção civil é a que apresenta maior potencial de crescimento nesse e nos próximos anos, segundo 38% das PMEs. Depois, aparecem as atividades de petróleo gás/petroquímica e tecnologia, ambos com cerca 30% dos apontamentos. Estes resultados indicam maior otimismo das PMEs com as cadeias/atividades produtivas voltadas para a infraestrutura, setor que vem recebendo grandes investimentos e incentivos governamentais.

O que as grandes exigem das PMEs (%)



↑ Sobe de posição em relação aos últimos 3 anos ↓ Cai de posição em relação aos últimos 3 anos = Mesma posição em relação aos últimos 3 anos

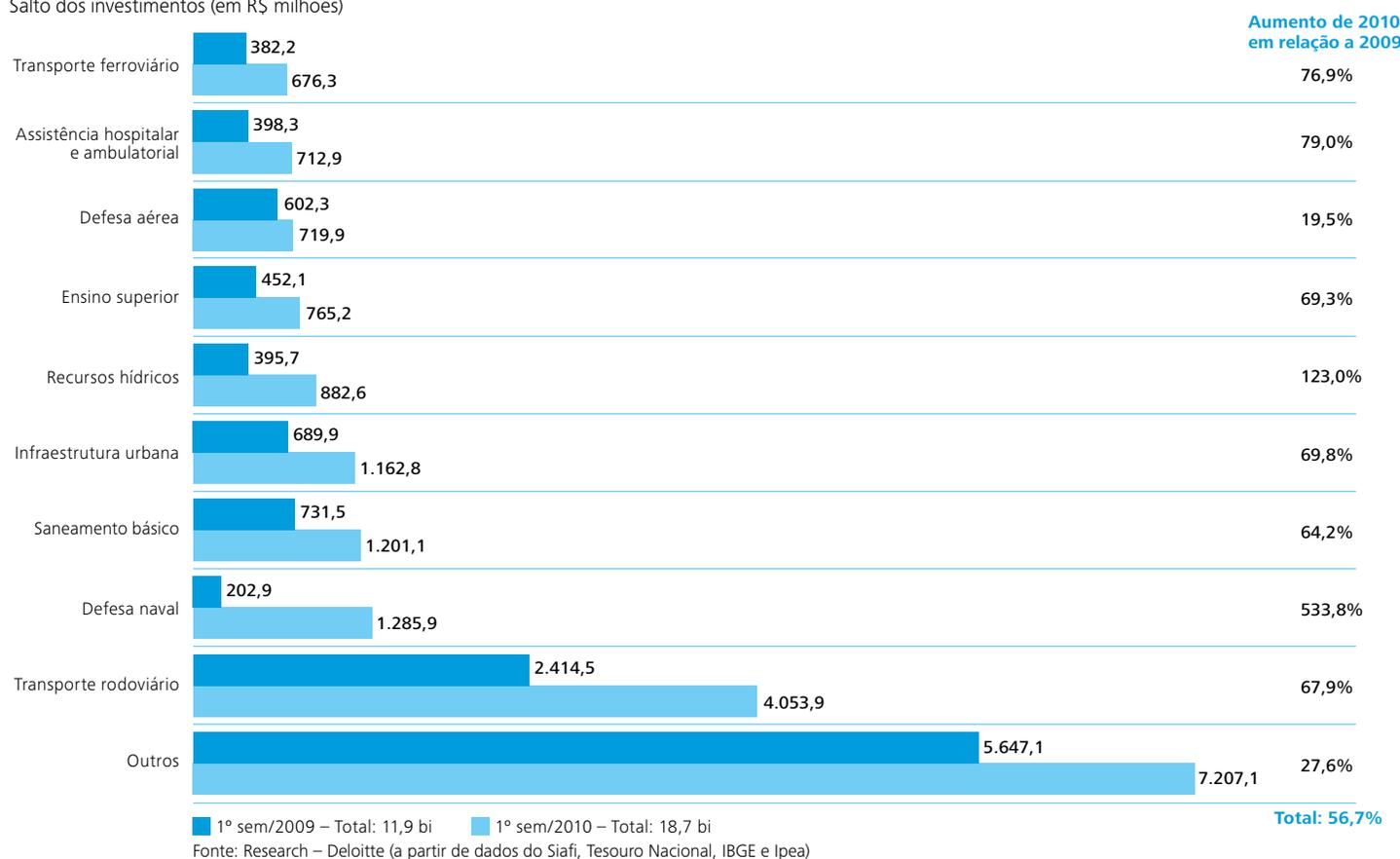
(°): Indicação da posição ocupada pelo item nos últimos três anos

Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

Informações de mercado

Sinais de um novo ciclo de expansão do País

Salto dos investimentos (em R\$ milhões)



As cadeias com maior potencial de crescimento para as PMEs, neste e nos próximos anos (%)



Percentual de empresas que assinalaram cada quesito; questão com respostas múltiplas

Análise dos indicadores financeiros



O ano de 2009, último ano de referência para as demonstrações financeiras das empresas que participaram desse estudo, foi marcado por uma retomada da economia brasileira, com base nos estímulos econômicos concedidos, como redução das taxas de juros, ampliação da disponibilidade de crédito, principalmente dos bancos públicos, e corte nos tributos para setores-chave, com destaque para a cadeia da construção civil e de eletroeletrônicos. Nesse contexto, nota-se que as empresas que formaram o ranking desta edição da pesquisa souberam aproveitar as oportunidades, pois seus indicadores não tiveram declínio significativo, ao contrário, até registraram melhoria.

Observa-se que o grupo das 200 empresas que mais cresceram apresentou um retorno sobre o patrimônio líquido maior do que o das demais organizações da amostra total (330 empresas). Essa constatação sugere uma correspondência direta entre o crescimento das empresas e o seu desempenho.

O quadro a seguir apresenta a comparação de indicadores de desempenho das PMEs participantes da pesquisa, divididas em dois grupos:

- a) As 200 PMEs incluídas no ranking de maior crescimento;
- b) As empresas com faturamento superior a R\$ 200 milhões em 2009, com mais de 30% de capital estrangeiro, subsidiárias de grupo empresarial com faturamento igual ou superior a R\$ 1 bilhão por ano ou controladas pelo setor público, que ficaram fora da amostra total.

Indicadores	200 maiores			Grupo Especial*		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009
Receita per capita	116,0	124,3	130,8	236,7	263,4	267,5
Liquidez corrente	1,50	1,51	1,62	1,56	1,46	1,62
Endividamento total	53%	56%	55%	56%	64%	56%
Margem bruta	35%	36%	32%	21%	22%	19%
Margem líquida	6,2%	7,6%	6,9%	3,2%	3,0%	4,6%
Giro de ativos	1,8	1,9	1,8	1,5	1,4	1,5
Estrutura de capitais	2,0	2,2	2,1	2,2	2,5	2,1
Retorno patrimônio líquido	27,3%	29,3%	32,4%	15,4%	18,1%	20,3%

* Empresas que se encaixam em um ou mais dos critérios seguintes: faturamento superior a R\$ 200 milhões em 2009; mais de 30% de capital estrangeiro; subsidiária de grupo empresarial com faturamento superior a R\$ 1 bilhão por ano; controle pelo setor público

Obs: informação obtida a partir do uso da mediana, que indica a localização do centro da distribuição de dados.

Indicador

Receita per capita (R\$ mil)

Liquidez corrente

Endividamento total (%)

Margem bruta (%)

Margem líquida (%)

Retorno por patrimônio líquido (%)

Giro de ativos

Estrutura de capitais

Fórmulas

Receita líquida de vendas/nº de funcionários

Ativo circulante/passivo circulante

(Passivo circulante + exigível a longo prazo)/ativo total

Lucro bruto/receita líquida

Lucro líquido/receita líquida

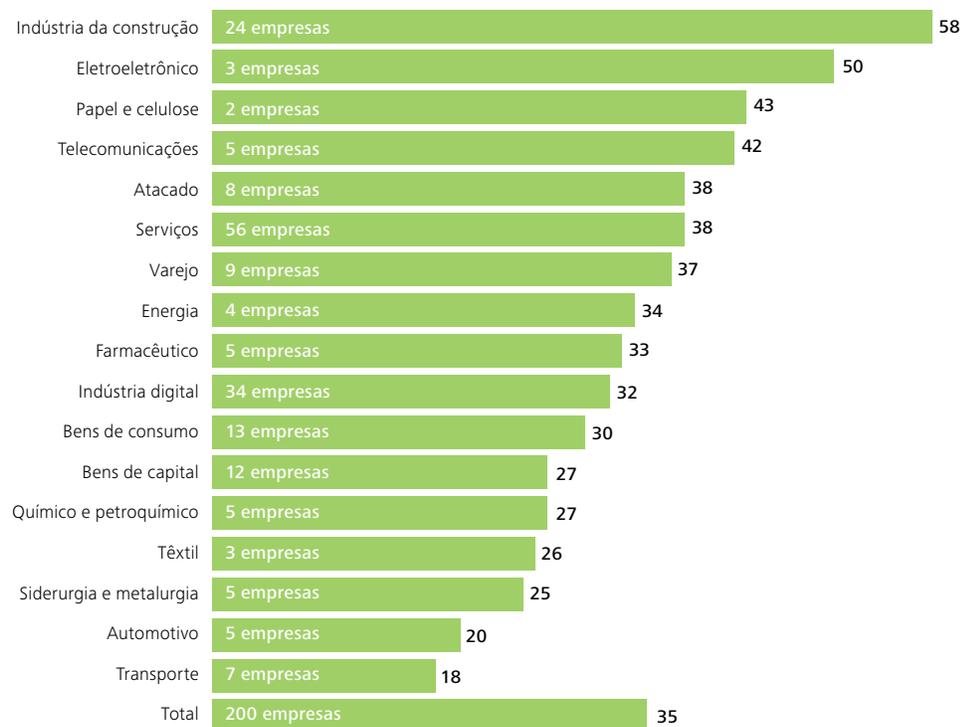
Lucro líquido/patrimônio líquido

Receita líquida de vendas/ativo total

Ativo total/patrimônio líquido



Taxa média anual de crescimento (%)



Amostra das 200 pequenas e médias empresas que mais cresceram no Brasil entre 2007 e 2009

As PMEs que mais crescem no Brasil

Ranking das 200 pequenas e médias empresas que registraram as mais altas taxas de expansão em receita líquida entre 2007 e 2009

	Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)			Crescimento (%)	
			2007	2008	2009	2007-09	Anual
1	Costa & Vieira Ltda.	Varejo	11.757	39.857	133.792	1038,0%	237,3%
2	Casagrande Engenharia e Consultoria	Indústria da construção	893	5.415	7.488	738,8%	189,6%
3	Portal Educação	Serviços	1.101	2.507	8.235	648,3%	173,5%
4	Akiyama Soluções Tecnológicas	Eletroeletrônico	1.775	3.846	13.206	643,8%	172,7%
5	Construtora Queiroz Mello	Indústria da construção	967	1.618	7.044	628,2%	169,9%
6	Essence	Indústria digital	3.759	17.135	24.841	560,9%	157,1%
7	Izamar	Serviços	6.414	24.613	39.586	517,2%	148,4%
8	Human Mobile	Serviços	1.660	5.569	9.893	495,9%	144,1%
9	Aliter Construções e Saneamento Ltda.	Indústria da construção	4.856	14.031	23.932	392,8%	122,0%
10	Latin Tec Ltda.	Telecomunicações	2.635	3.981	12.929	390,8%	121,5%
11	Termoeste S.A. Construções e Instalações	Indústria da construção	11.634	38.195	55.053	373,2%	117,5%
12	Proguarda Administração e Serviços	Serviços	1.742	3.009	8.171	368,9%	116,6%
13	Lotil	Indústria da construção	11.745	20.979	53.981	359,6%	114,4%
14	FEMME - Laboratório da Mulher	Serviços	2.318	4.848	8.825	280,7%	95,1%
15	Microlins Formação Profissional	Serviços	12.873	35.783	46.253	259,3%	89,6%
16	Carbo Gás Ltda.	Químico e petroquímico	6.268	17.009	21.960	250,4%	87,2%
17	Seiva Produtos e Serviços	Varejo	15.565	34.786	54.204	248,3%	86,6%
18	A. Yoshii Engenharia e Construções Ltda.	Indústria da construção	50.188	75.558	168.781	236,3%	83,4%
19	Fort Knox Tecno. Segurança	Serviços	7.734	22.038	25.918	235,1%	83,1%
20	Bel S.A.	Bens de consumo	58.607	62.917	188.965	222,4%	79,6%
21	Crivo	Indústria digital	5.460	11.023	17.412	218,9%	78,6%
22	NetService	Serviços	20.089	30.433	62.004	208,7%	75,7%
23	Provider IT Business Solutions	Indústria digital	8.555	16.054	25.929	203,1%	74,1%
24	VL Fabricação de Laboratórios	Bens de capital	3.411	9.246	10.213	199,4%	73,0%
25	Projotec Projetos Técnicos Ltda.	Serviços	10.624	13.114	31.776	199,1%	72,9%
26	Natural Gurt	Bens de consumo	3.772	7.198	10.787	186,0%	69,1%
27	Prolink	Indústria digital	3.466	5.434	9.873	184,9%	68,8%
28	Werbran Distribuidora de Medicamentos Ltda.	Atacado	2.842	4.666	8.046	183,1%	68,3%
29	Montreal GTEC	Serviços	5.690	11.530	15.830	178,2%	66,8%
30	Ziva Tecnologia e Soluções	Indústria digital	11.948	23.724	33.088	176,9%	66,4%
31	Plano1	Serviços	5.408	6.141	14.938	176,2%	66,2%
32	4BIO Medicamentos	Farmacêutico	7.950	17.844	21.913	175,6%	66,0%
33	Digipix	Indústria digital	4.970	8.666	13.620	174,0%	65,5%
34	Portátil Equipamentos de Informática	Varejo	4.523	9.325	12.303	172,0%	64,9%
35	PIFER Railway Interiors	Transporte	2.428	6.279	6.588	171,4%	64,7%
36	QSE Tecnologia em Inspeção	Serviços	10.126	10.612	27.369	170,3%	64,4%
37	Prodent Assistência Odontológica	Serviços	15.337	22.598	41.150	168,3%	63,8%
38	Vagas Tecnologia	Indústria digital	3.051	5.911	8.010	162,5%	62,0%
39	Wheb Informática Ltda.	Indústria digital	5.559	9.292	14.549	161,7%	61,8%
40	Linx S.A.	Indústria digital	28.474	63.387	73.994	159,9%	61,2%
41	Construteckma Engenharia Ltda.	Indústria da construção	25.614	59.216	65.964	157,5%	60,5%
42	CIL - Construtora ICEC	Indústria da construção	76.393	174.764	194.668	154,8%	59,6%

Observações:

- Os nomes de algumas empresas foram simplificados por razões de espaço ou clareza
- Informação do balanço patrimonial fornecida pelas empresas

	Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)			Crescimento (%)	
			2007	2008	2009	2007-09	Anual
43	Valborg Volvo	Automotivo	16.140	16.164	41.072	154,5%	59,5%
44	System Marketing	Serviços	6.733	9.033	17.025	152,8%	59,0%
45	IMCSaste Construções	Serviços	71.418	134.886	179.458	151,3%	58,5%
46	GlobalBev	Bens de consumo	32.994	41.541	82.823	151,0%	58,4%
47	Qualidades Engenharia e Informática	Serviços	7.821	18.505	19.491	149,2%	57,9%
48	Agro Tech	Atacado	6.370	10.389	15.801	148,0%	57,5%
49	Atlas Logística	Transporte	6.965	10.465	17.238	147,5%	57,3%
50	Accept	Eletroeletrônico	10.760	17.444	26.482	146,1%	56,9%
51	Construtora Andrade Mendonça	Indústria da construção	12.265	9.944	29.840	143,3%	56,0%
52	Empresa Construtora Brasil	Indústria da construção	40.651	72.313	98.595	142,5%	55,7%
53	Casa da Saúde São Bernardo	Serviços	44.628	67.662	107.775	141,5%	55,4%
54	Servix Informática Ltda.	Indústria digital	10.851	24.121	25.229	132,5%	52,5%
55	A Geradora	Serviços	37.307	63.721	86.540	132,0%	52,3%
56	Avansys Tecnologia	Indústria digital	12.307	17.030	28.397	130,7%	51,9%
57	Hospital São Vicente de São Paulo	Serviços	61.328	133.552	141.126	130,1%	51,7%
58	Bimetal Indústria Metalúrgica Ltda.	Telecomunicações	74.015	162.956	169.996	129,7%	51,6%
59	Dan-Hebert S.A.	Indústria da construção	41.607	78.241	94.818	127,9%	51,0%
60	Starpac Comercial	Papel e celulose	15.270	34.982	34.567	126,4%	50,5%
61	Reserva Natural	Têxtil	7.055	12.746	15.872	125,0%	50,0%
62	Cimcop S.A.	Indústria da construção	39.571	58.263	88.710	124,2%	49,7%
63	Santa Izabel Implementos Agrícola Ltda.	Bens de capital	13.399	20.237	29.934	123,4%	49,5%
64	Minascontrol	Telecomunicações	16.930	27.266	37.723	122,8%	49,3%
65	Fugro In Situ Geotécnica	Indústria da construção	6.583	11.686	14.384	118,5%	47,8%
66	TCI BPO	Serviços	70.795	114.046	152.753	115,8%	46,9%
67	Conartes Engenharia e Edificações	Indústria da construção	10.402	8.819	22.054	112,0%	45,6%
68	Altus Sistemas de Informática	Indústria digital	32.956	52.631	69.279	110,2%	45,0%
69	Betonpoxi Engenharia	Indústria da construção	7.453	9.633	15.666	110,2%	45,0%
70	Equiplex Indústria Farmacêutica Ltda.	Farmacêutico	23.916	29.131	50.205	109,9%	44,9%
71	Ecom Energia	Energia	69.766	105.804	146.099	109,4%	44,7%
72	Serilon Brasil	Atacado	42.817	86.835	89.224	108,4%	44,4%
73	Lógica Engenharia	Indústria da construção	16.789	23.892	34.767	107,1%	43,9%
74	ZLS	Serviços	4.100	21.304	8.396	104,8%	43,1%
75	Sanex Comércio e Indústria Veterinária Ltda.	Bens de consumo	3.129	5.597	6.390	104,2%	42,9%
76	Vitsolo	Serviços	20.784	26.942	42.424	104,1%	42,9%
77	ALOG Data Centers do Brasil	Serviços	35.348	56.794	72.119	104,0%	42,8%
78	Solesa Soluções Estruturais	Siderurgia e metalurgia	30.027	58.527	60.363	101,0%	41,8%
79	Spassu Tecnologia e Serviços	Serviços	32.742	45.202	65.071	98,7%	41,0%
80	Servtec Instalações e Manutenção	Serviços	32.233	51.382	64.013	98,6%	40,9%
81	Barsil Construção	Indústria da construção	6.545	9.342	12.971	98,2%	40,8%
82	Grameyer	Energia	13.918	25.668	27.324	96,3%	40,1%
83	Domínio Sistemas	Indústria digital	14.378	20.419	27.594	91,9%	38,5%
84	Librelato Implementos	Bens de capital	76.143	128.562	143.932	89,0%	37,5%
85	AxisMed	Serviços	9.219	11.699	17.416	88,9%	37,4%
86	AG2 Agência de Inteligência Digital S.A.	Serviços	9.289	12.874	17.397	87,3%	36,9%

	Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)			Crescimento (%)	
			2007	2008	2009	2007-09	Anual
87	Samaq	Varejo	17.036	30.838	31.765	86,5%	36,6%
88	Sabarálcool S.A. - Açúcar e Álcool	Energia	79.990	179.657	148.044	85,1%	36,0%
89	ICF - Instituto de Ciências Farmacêuticas	Farmacêutico	11.028	16.405	20.363	84,6%	35,9%
90	Construtora Ribeiro Caram Ltda.	Indústria da construção	22.947	32.107	41.881	82,5%	35,1%
91	Cerealista Nova Safra Ltda.	Atacado	46.354	70.602	84.191	81,6%	34,8%
92	Sirtec Sistemas Elétricos	Indústria da construção	13.327	20.702	23.995	80,0%	34,2%
93	Master Turismo	Serviços	4.839	8.965	8.615	78,0%	33,4%
94	CINQ Technologies	Indústria digital	8.609	15.215	15.315	77,9%	33,4%
95	Superpedido Tecmedd	Atacado	19.396	30.493	34.489	77,8%	33,3%
96	Diamaju Agrícola Ltda.	Atacado	26.072	36.674	46.331	77,7%	33,3%
97	GZT Comércio e Importação S. A.	Atacado	11.844	16.575	21.033	77,6%	33,3%
98	Prazzo Engenharia	Indústria da construção	3.849	5.724	6.790	76,4%	32,8%
99	Arbore Engenharia	Indústria da construção	12.229	15.188	21.561	76,3%	32,8%
100	CIA. Caetano Branco	Bens de capital	44.961	67.257	79.084	75,9%	32,6%
101	Reivax S.A. Automação e Controle	Bens de capital	15.891	26.225	27.898	75,6%	32,5%
102	Hospital Nossa Senhora de Fátima	Serviços	8.132	10.934	14.191	74,5%	32,1%
103	CAS Tecnologia	Indústria digital	9.320	18.438	16.203	73,9%	31,9%
104	Proguarda Vigilância e Segurança	Serviços	11.602	15.553	20.140	73,6%	31,8%
105	ACF Engenharia	Serviços	14.379	15.939	24.959	73,6%	31,8%
106	Cadersil Industrial Ltda.	Papel e celulose	10.254	15.310	17.543	71,1%	30,8%
107	Locaweb	Indústria digital	70.623	92.788	119.648	69,4%	30,2%
108	Arizona	Indústria digital	17.772	23.478	29.724	67,3%	29,3%
109	AeC	Serviços	116.867	161.343	194.152	66,1%	28,9%
110	Resource IT Solutions	Indústria digital	67.353	89.495	111.666	65,8%	28,8%
111	Digitel S.A.	Telecomunicações	29.999	41.364	49.696	65,7%	28,7%
112	SRE	Serviços	5.801	7.297	9.606	65,6%	28,7%
113	IBG - Indústria Brasileira de Gases	Químico e petroquímico	23.986	46.085	39.712	65,6%	28,7%
114	Cryopraxis Criobiologia Ltda.	Serviços	9.789	14.682	16.138	64,9%	28,4%
115	Sol Informática	Varejo	44.196	66.095	72.692	64,5%	28,2%
116	Lincx Sistemas de Saúde	Serviços	102.905	142.114	167.841	63,1%	27,7%
117	Seva Engenharia	Automotivo	7.512	9.223	12.252	63,1%	27,7%
118	Certisign	Indústria digital	31.331	30.130	50.483	61,1%	26,9%
119	Cyberlynxx S.A.	Indústria digital	14.139	21.085	22.768	61,0%	26,9%
120	ePharma	Serviços	8.376	10.776	13.449	60,6%	26,7%
121	DJ Indus. e Com. de Móveis	Bens de consumo	28.995	35.088	46.545	60,5%	26,7%
122	Rubberart	Químico e petroquímico	3.131	4.639	5.008	60,0%	26,5%
123	Kyly Indústria Têxtil	Têxtil	88.769	118.960	141.715	59,6%	26,4%
124	ESCAD Rental	Serviços	14.871	22.805	23.621	58,8%	26,0%
125	Premier IT Global	Indústria digital	12.758	16.414	20.176	58,1%	25,8%
126	Domínio Assesores	Serviços	11.679	14.666	18.399	57,5%	25,5%
127	GB Gabriel barcelar Construções S.A.	Indústria da construção	29.663	18.757	46.665	57,3%	25,4%
128	Multilab Indústria Farmacêutica	Farmacêutico	81.268	129.629	127.735	57,2%	25,4%
129	Alphageos	Serviços	6.656	9.306	10.461	57,2%	25,4%
130	Clean Gestão Ambiental	Serviços	36.963	39.300	57.850	56,5%	25,1%
131	Hospital Mater Dei	Serviços	101.026	115.541	158.010	56,4%	25,1%
132	Grupo Motormac	Automotivo	56.031	80.238	87.610	56,4%	25,0%
133	Home Health Care Doctor	Serviços	60.355	78.934	94.304	56,2%	25,0%
134	Cristofoli Equipamentos de Biossegurança Ltda.	Bens de capital	15.695	19.839	24.292	54,8%	24,4%
135	Perfilline	Siderurgia e metalurgia	3.292	5.421	5.077	54,2%	24,2%
136	Lepper	Têxtil	86.924	102.846	134.007	54,2%	24,2%
137	PA Arquivos	Serviços	10.850	13.402	16.638	53,4%	23,8%
138	Tecno Logys	Indústria da construção	10.992	11.108	16.700	51,9%	23,3%
139	Transbahia Transportes	Transporte	11.620	16.402	17.593	51,4%	23,0%
140	Discover	Indústria digital	11.341	14.500	17.106	50,8%	22,8%
141	Grácia Produtos Alimentícios S.A.	Bens de consumo	7.524	9.293	11.282	49,9%	22,5%
142	VOGLER	Bens de consumo	37.932	59.866	56.518	49,0%	22,1%
143	VP Projeto, Instalação e Construção	Bens de capital	4.750	7.322	7.059	48,6%	21,9%

	Empresa	Setor	Receita líquida (R\$ mil)			Crescimento (%)	
			2007	2008	2009	2007-09	Anual
144	Produquim	Químico e petroquímico	3.616	4.376	5.351	48,0%	21,7%
145	Armco Staco S.A.	Siderurgia e metalurgia	82.498	136.954	122.084	48,0%	21,6%
146	Estaf Equipamentos	Serviços	9.765	12.695	14.434	47,8%	21,6%
147	Transpedrosa S.A.	Transporte	28.973	32.066	42.678	47,3%	21,4%
148	Sigma Dataserv	Indústria digital	11.712	16.621	17.250	47,3%	21,4%
149	Newsupri	Indústria digital	4.110	4.818	6.053	47,3%	21,4%
150	Peruzzo Supermercados	Varejo	92.666	111.157	136.433	47,2%	21,3%
151	N & A Consultores e Associados	Serviços	4.574	9.607	6.710	46,7%	21,1%
152	Icaro Technologies	Serviços	8.385	13.625	12.270	46,3%	21,0%
153	Silvestre Labs Química & Farmacêutica Ltda.	Farmacêutico	4.740	17.967	6.932	46,3%	20,9%
154	Mika Alimentos	Bens de consumo	23.782	31.131	34.749	46,1%	20,9%
155	ABC71 Soluções em Informática Ltda.	Indústria digital	6.467	6.898	9.434	45,9%	20,8%
156	Conquest One Consultoria e Serviços de TI Ltda.	Serviços	6.812	10.021	9.915	45,6%	20,6%
157	ELLAN	Siderurgia e metalurgia	10.708	14.495	15.506	44,8%	20,3%
158	BL Informática Ltda.	Indústria digital	15.187	16.439	21.978	44,7%	20,3%
159	Grupo Ana Rosa	Serviços	15.027	17.789	21.547	43,4%	19,7%
160	Cabletech Cabos Ltda.	Telecomunicações	40.050	47.832	57.377	43,3%	19,7%
161	Sênior Sistemas	Indústria digital	50.077	62.605	71.664	43,1%	19,6%
162	Branco Peres Açúcar e Álcool	Energia	70.910	89.290	101.388	43,0%	19,6%
163	São Rafael Câmaras Frigoríficas	Eletroeletrônico	14.021	16.912	19.837	41,5%	18,9%
164	SET Sistemas	Atacado	5.278	6.297	7.464	41,4%	18,9%
165	Grupo CJF	Serviços	115.356	140.496	163.112	41,4%	18,9%
166	Farben S.A.	Químico e petroquímico	64.815	83.818	91.645	41,4%	18,9%
167	Hotéis Deville Ltda.	Serviços	16.275	22.376	23.004	41,3%	18,9%
168	SubWay Link	Serviços	11.625	16.296	16.281	40,1%	18,3%
169	Quality Software S.A.	Indústria digital	11.679	13.301	16.208	38,8%	17,8%
170	Prominas	Bens de capital	23.868	35.722	33.021	38,4%	17,6%
171	Sênior Solution	Indústria digital	21.405	24.643	29.563	38,1%	17,5%
172	Ribeiro Veículos	Varejo	113.842	137.467	156.366	37,4%	17,2%
173	Nasajon Sistemas	Indústria digital	9.452	11.029	12.951	37,0%	17,1%
174	TECVAN Informática Ltda.	Bens de capital	29.341	20.948	40.012	36,4%	16,8%
175	Mig-PLUS	Bens de consumo	25.419	31.102	34.654	36,3%	16,8%
176	Ferro e Aço Takono S.A.	Siderurgia e metalurgia	30.445	45.897	41.406	36,0%	16,6%
177	Emac Engenharia	Serviços	18.981	23.061	25.781	35,8%	16,5%
178	Somassey	Bens de capital	32.248	41.841	43.675	35,4%	16,4%
179	RL Higiene	Serviços	17.121	19.793	23.100	34,9%	16,2%
180	GSW Software	Indústria digital	8.171	10.837	10.954	34,1%	15,8%
181	Metalúrgica Mardel	Automotivo	102.312	123.431	136.879	33,8%	15,7%
182	Lojas Certo Moveis e Eletrodomésticos	Varejo	10.501	12.391	14.006	33,4%	15,5%
183	Dello	Bens de consumo	19.452	26.437	25.900	33,1%	15,4%
184	Cargolift Logística	Transporte	44.628	53.142	59.369	33,0%	15,3%
185	JBR Engenharia	Serviços	11.682	12.276	15.528	32,9%	15,3%
186	Ford Metropolitana	Automotivo	114.238	110.475	150.938	32,1%	14,9%
187	Softway S.A.	Indústria digital	27.420	32.310	36.210	32,1%	14,9%
188	SCS - Soluções, Construções e Sistemas	Bens de capital	59.993	104.454	79.142	31,9%	14,9%
189	Mercantil Bastos Ltda.	Varejo	47.809	56.047	62.848	31,5%	14,7%
190	Apetit Serviços de Alimentação	Serviços	20.031	23.030	26.328	31,4%	14,6%
191	Cerealista Rosalito	Bens de consumo	95.995	142.984	125.500	30,7%	14,3%
192	Starsoft	Indústria digital	14.287	16.602	18.598	30,2%	14,1%
193	Cosampa Projetos e Construções Ltda.	Serviços	18.158	30.878	23.622	30,1%	14,1%
194	LG Sistemas	Indústria digital	25.282	26.073	32.883	30,1%	14,0%
195	Mega Sistemas Corporativos	Serviços	30.270	35.241	39.299	29,8%	13,9%
196	AGM Logística	Transporte	17.206	19.276	22.285	29,5%	13,8%
197	Brinquedos Bandeirantes	Bens de consumo	101.399	117.921	130.976	29,2%	13,7%
198	Periquito Alimentos	Bens de consumo	44.136	55.276	56.981	29,1%	13,6%
199	Expresso Jundiá	Transporte	119.458	146.617	153.961	28,9%	13,5%
200	Construtora Capital	Indústria da construção	35.925	74.657	46.259	28,8%	13,5%

As bases do crescimento, sob a ótica de empresas especiais



As 40 organizações emergentes que já romperam suas fronteiras de crescimento e que hoje apresentam porte superior às empresas do ranking das que mais crescem revelam os seus segredos ao mercado

A análise de um grupo de empresas que foram excluídas da amostra desta edição da pesquisa também pode contribuir para o entendimento do novo ciclo de expansão econômica, servindo como referência para as PMEs do País.

Este conjunto, formado por 40 organizações que responderam ao questionário da pesquisa e que encaminharam suas demonstrações financeiras, não foi incluído na amostra por, pelo menos, uma das seguintes razões:

- Classificaram-se em faixas de receita líquida superiores à estabelecida para o último ano-base do estudo (R\$ 200 milhões em 2009);
- Fazem parte de um conglomerado empresarial com mais de 30% do seu capital controlado por estrangeiros;
- São subsidiárias de grupo empresarial ou instituição com faturamento igual ou superior a R\$ 1 bilhão por ano, independentemente da origem do capital.

Este grupo de empresas totalizou receitas líquidas de R\$ 86 bilhões em 2009, com taxa anual de 24% nos últimos dois anos e perspectivas de crescimento médio em torno de 28% para 2010 (78% das empresas do Grupo Especial). Para as 200 que mais crescem, o crescimento médio esperado para 2010 alcançará 40%.

A maioria das empresas do Grupo Especial se concentra na região Sudeste (62% da amostra) e contempla praticamente todos os setores econômicos, com destaque para a prestação de serviços (aproximadamente 52% da amostra, contra 58% das 200 que mais crescem). No setor de serviços, destacam-se a indústria digital e o varejo. Com relação ao tempo de operação, cerca de 40% das empresas do Grupo Especial tem menos de 20 anos, contra mais de 50% das empresas da amostra das que mais crescem, o que indica um nível de maturidade superior desse grupo com relação ao do ranking.

Evolução da receita líquida

Ranking e Grupo Especial*

Ranking (200 empresas que mais cresceram)				
Receita líquida (R\$ bilhões)			2007-2009 (%)	
2007	2008	2009	No período	Taxa anual
5,4	7,9	9,7	82	35

Grupo Especial* (40 empresas)				
Receita líquida (R\$ bilhões)			2007-2009 (%)	
2007	2008	2009	No período	Taxa anual
5,5	7,2	8,6	55	24

Crescimento % médio esperado em 2010**

Ranking (173 empresas que mais crescem)	Grupo Especial (31 empresas)*
40	28

* Empresas que se encaixam em um ou mais dos critérios seguintes: faturamento superior a R\$ 200 milhões em 2009; mais de 30% de capital estrangeiro; subsidiária de grupo empresarial com faturamento superior a R\$ 1 bilhão por ano; controle pelo setor público

** Amostra de empresas que apresentaram estimativa de crescimento para 2010

Outras diferenças entre as empresas do Grupo Especial com relação à amostra das 200 que mais crescem são: apresentam maior número de sociedades com capital aberto (8% do total); registraram maior participação das operações de exportação sobre a receita líquida obtida em 2009; a grande maioria conta com serviços de auditoria independente (97% contra 46% do ranking).

A visão sobre as estratégias e exigências do mercado e de negócios com grandes empresas apresenta pontos de semelhança, mas diverge quando o assunto é modelo de gestão. Essas alterações podem ser atribuídas às diferenças de grandeza em termos de faturamento existente entre as duas amostras.

As empresas do Grupo Especial consideram o controle de custos e a qualidade dos produtos como principais fatores decisivos para o seu crescimento, enquanto as pequenas e médias empresas que mais crescem levam mais em conta o relacionamento e fidelização de clientes e os investimentos em recursos humanos.

Tanto para as empresas que mais crescem quanto para as especiais, os investimentos em inovação devem ser priorizados como estratégia para a condução do crescimento. No entanto, ao contrário das empresas que mais crescem, o lançamento de novos produtos e serviços foi apontado, como prioridade estratégica, por menos da metade dos respondentes do Grupo Especial, contra mais de 70% do ranking.

Em relação aos principais desafios que as organizações deverão enfrentar no médio e longo prazos, observa-se que menos de um terço das empresas do Grupo Especial consideram a obtenção de recursos como uma barreira para o financiamento das operações, contra 40% das que mais crescem. Além disso, atualmente, apenas 5% das especiais indicam a disponibilidade de linhas de crédito como um obstáculo no acesso a esses recursos, ante 18% do ranking.

Um ponto a destacar é a maior realização de planos de negócios pelo Grupo Especial. A grande maioria da amostra especial (80%) já possui um planejamento estratégico documentado, contra menos de dois terços das 200 que mais crescem. Portanto, de maneira geral, parte das empresas do ranking desconhecem ou não vislumbram os benefícios advindos de um bom planejamento, com definição de estratégias, objetivos e metas.

Quanto às fontes de recursos utilizadas pelas empresas para o desenvolvimento de suas atividades, a distância entre as duas realidades dos diferentes grupos não se apresenta tão significativa. O reinvestimento dos lucros, apontado por cerca de 70% das amostras, aparece como principal fonte de recurso. Entretanto, enquanto para apenas 14% das 200 que mais crescem o empréstimo de partes relacionadas (mútuos) surge como forma de levantamento de fundos, para cerca de 30% do Grupo Especial, esta deve ser uma fonte bastante usada nos próximos anos.

As empresas do Grupo Especial pensam em aumentar consideravelmente sua participação em movimentos de fusões e aquisições, manifestando intenção semelhante às das 200 que mais crescem. Assim como as empresas do ranking, a conquista de novos mercados e a ampliação da carteira de produtos ou serviços são os objetivos mais visados com as transações, ao lado do aumento de participação no mercado.

Ao final da análise, percebe-se que existem muitos pontos em comum entre o posicionamento das PMEs que mais crescem e seus pares do Grupo Especial, tanto em termos de visão de modelos estratégicos quanto de adequação às exigências do mercado. Por sua vez, as diferenças em relação à adoção de um planejamento estratégico e ao atendimento às exigências das grandes empresas remetem à menor atenção, por parte das PMEs que mais crescem, quanto às cobranças do mercado, que devem crescer cada vez mais ao passo que o País evolui e torna-se mais globalizado.

Independentemente do faturamento realizado, as empresas devem estar atentas às novas exigências e demandas do mercado e, assim, aproveitar da melhor forma possível as oportunidades que surgirão com o novo ciclo de crescimento econômico do Brasil.



O conteúdo deste relatório e todos os resultados e análises relacionados à pesquisa “As PMEs que mais crescem no Brasil – Um estudo sobre as empresas que cultivam as bases da sua expansão” foram produzidos pela Deloitte e pela EXAME PME. A reprodução de qualquer informação inserida neste relatório requer autorização da Deloitte e da EXAME PME, com o compromisso de citação da fonte.

Para mais informações, contate a Deloitte pelo e-mail comunicacao@deloitte.com ou pelo telefone (11) 5186-6686.

“Deloitte” refere-se à sociedade limitada estabelecida no Reino Unido “Deloitte Touche Tohmatsu Limited” e sua rede de firmas-membros, cada qual constituindo uma pessoa jurídica independente. Acesse www.deloitte.com/about para uma descrição detalhada da estrutura jurídica da Deloitte Touche Tohmatsu Limited e de suas firmas-membros.

© 2010 Deloitte Touche Tohmatsu Limited. Todos os direitos reservados.

