



**Observatório
Brasileiro de
Redes e
Centrais de
Negócios**

Observatório Brasileiro de Redes e Centrais de Negócios:

Pesquisa Nacional de
Redes e Centrais de Negócios

2021



Observatório Brasileiro de Redes e Centrais de Negócios

O QUE É

Um projeto de pesquisa criado em março de 2021 na Unisinos (Porto Alegre). O projeto de pesquisa consiste em analisar o desenvolvimento e a sustentabilidade de redes e centrais de negócios no Brasil.

OBJETIVOS

Sabe-se que no Brasil existem centenas de redes e centrais de negócio em operação. Dados do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) indicam que em 2016 existiam cerca de 675 redes operando no Brasil (Sebrae, 2016), mas há poucas informações disponíveis sobre essas redes e sobre como elas se desenvolvem ao longo do tempo, em relação à governança, gestão, relacionamentos e dificuldades enfrentadas.

O Projeto de pesquisa, dessa forma, tem como objetivo central reunir informações sobre as redes brasileiras e criar uma base de dados sobre como as redes operam, seu desenvolvimento ao longo do tempo e dificuldades que enfrentam. Com base nessas informações serão produzidos relatórios e documentos que possam auxiliar a formulação de políticas públicas de apoio às redes e melhorar o ambiente de negócios, além de servir de referência para que cada rede possa conhecer melhor o cenário de atuação.

DISSEMINAÇÃO DOS RESULTADOS

A disseminação de conhecimentos será realizada tanto por meio de seminários acadêmicos (para a comunidade científica) quanto por meio de seminários executivos, voltados para a gestores de redes, entidades de suporte e formuladores de políticas públicas;

Além da produção de artigos científicos, o projeto entregará um policy brief com recomendações a formuladores de políticas públicas sobre como tornar mais efetiva a governança de redes, tanto públicas como privadas;

Ao final do projeto será elaborado e-book com práticas de gestão destacadas indicadas pelas redes participantes do estudo. Esse e-book será distribuído gratuitamente a todas as redes brasileiras, à comunidade de consultores e gestores de redes e empresas participantes, bem como a formuladores de políticas públicas.



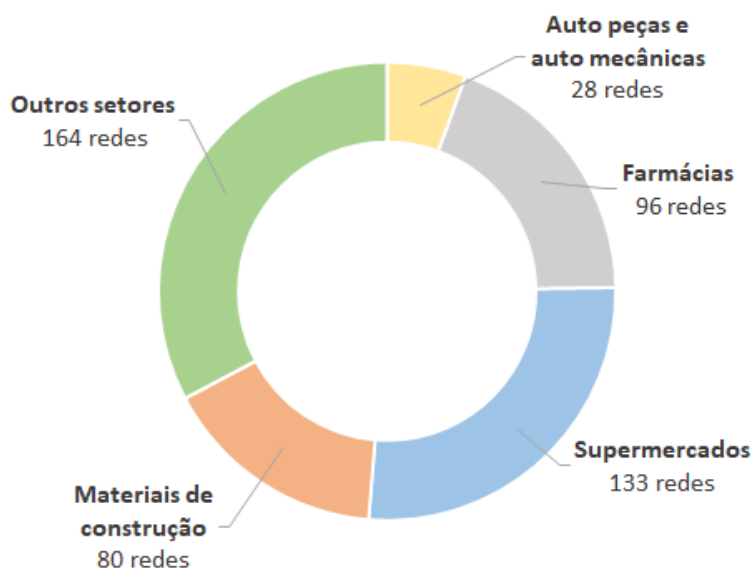
**Observatório
Brasileiro de
Redes e
Centrais de
Negócios**

Pesquisa nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

Resultados Gerais

OS QUATRO PRINCIPAIS SETORES

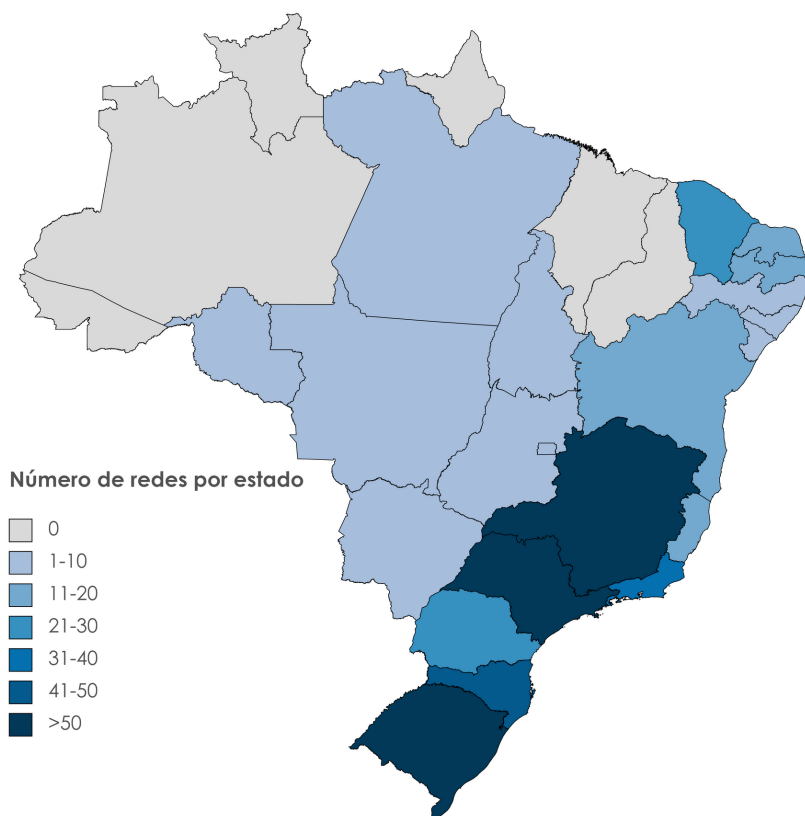
Foram identificadas e confirmadas 501 redes e centrais de negócios na pesquisa. Quatro setores concentram o maior número de redes: supermercados, materiais de construção, farmácias e autopeças. Em conjunto, esses setores representam 67% de todas as redes identificadas. Ainda, foram mapeadas redes em setores como o da educação, da energia solar, hospitalar, imobiliário, papelaria, alimentício, tecnológico e veterinário.



LOCALIZAÇÃO E PERFIL DAS REDES

O maior número de redes foi encontrado no Rio Grande do Sul (94). Há também um grande número de redes em dois estados importantes da Região Sudeste - São Paulo (85) e Minas Gerais (79). Dois estados das regiões Sul e Sudeste - Santa Catarina (43) e Rio de Janeiro (39) - igualmente concentram um expressivo número de redes.

A grande maioria dessas redes é de pequeno porte, com reduzido número de associados e pequena estrutura de gestão: 122 redes de negócios possuem até 5 funcionários e quase metade das redes mapeadas (241) possui até 26 associados.



48,1%

das redes possuem
até 26 associados

Somente **7,6%**

das redes possuem mais
de 100 associados

24,4%

das redes possuem
até 5 funcionários

Fonte: Pesquisa Nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

Realização: Febramat, Projeto "Vamos! Cooperação Brasil-Alemanha" e Unisinos

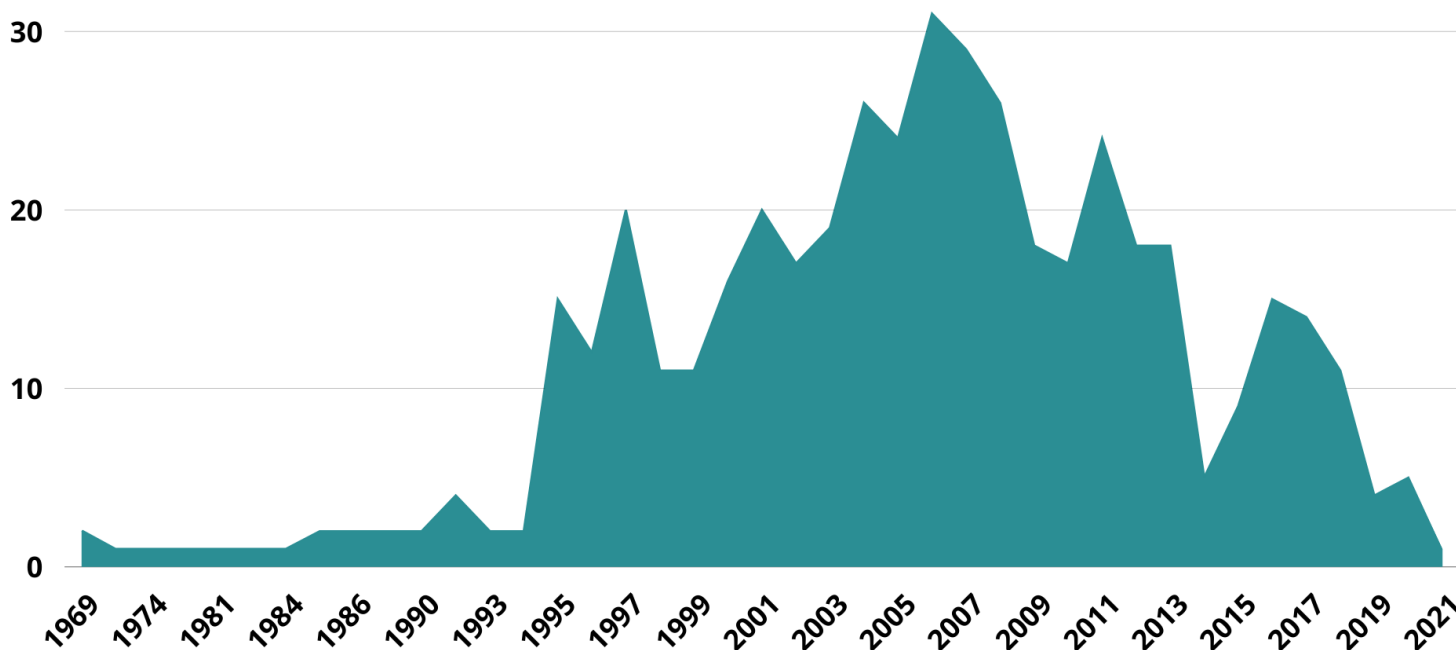


Pesquisa nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

Resultados Gerais

ANO DE FUNDAÇÃO

Mais da metade das 501 redes (53%) foram formadas entre os anos 2000 e 2010, coincidindo com o período em que houve o aumento da concorrência na maioria dos setores econômicos, favorecendo a ideia de estratégias cooperativas e o movimento de formação de redes. Ainda nesse período, os anos de 2006 e 2007 representaram o maior número de redes fundadas - 31 e 29, respectivamente.



REDES FORMADAS NA ÚLTIMA DÉCADA

Os resultados também mostram que novas redes foram criadas na última década. Cento e vinte e quatro (124) redes em setores como autopeças, farmácias, materiais de construção e supermercados têm de 1 a 10 anos. Ainda, 6 redes foram formadas durante a crise sanitária e econômica do COVID-19.

53%
redes formadas entre
2000 e 2010

24,7%
foram na última
década

6 redes
formadas durante a
pandemia

Fonte: Pesquisa Nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

Realização: Febramat, Projeto "Vamos! Cooperação Brasil-Alemanha" e Unisinos



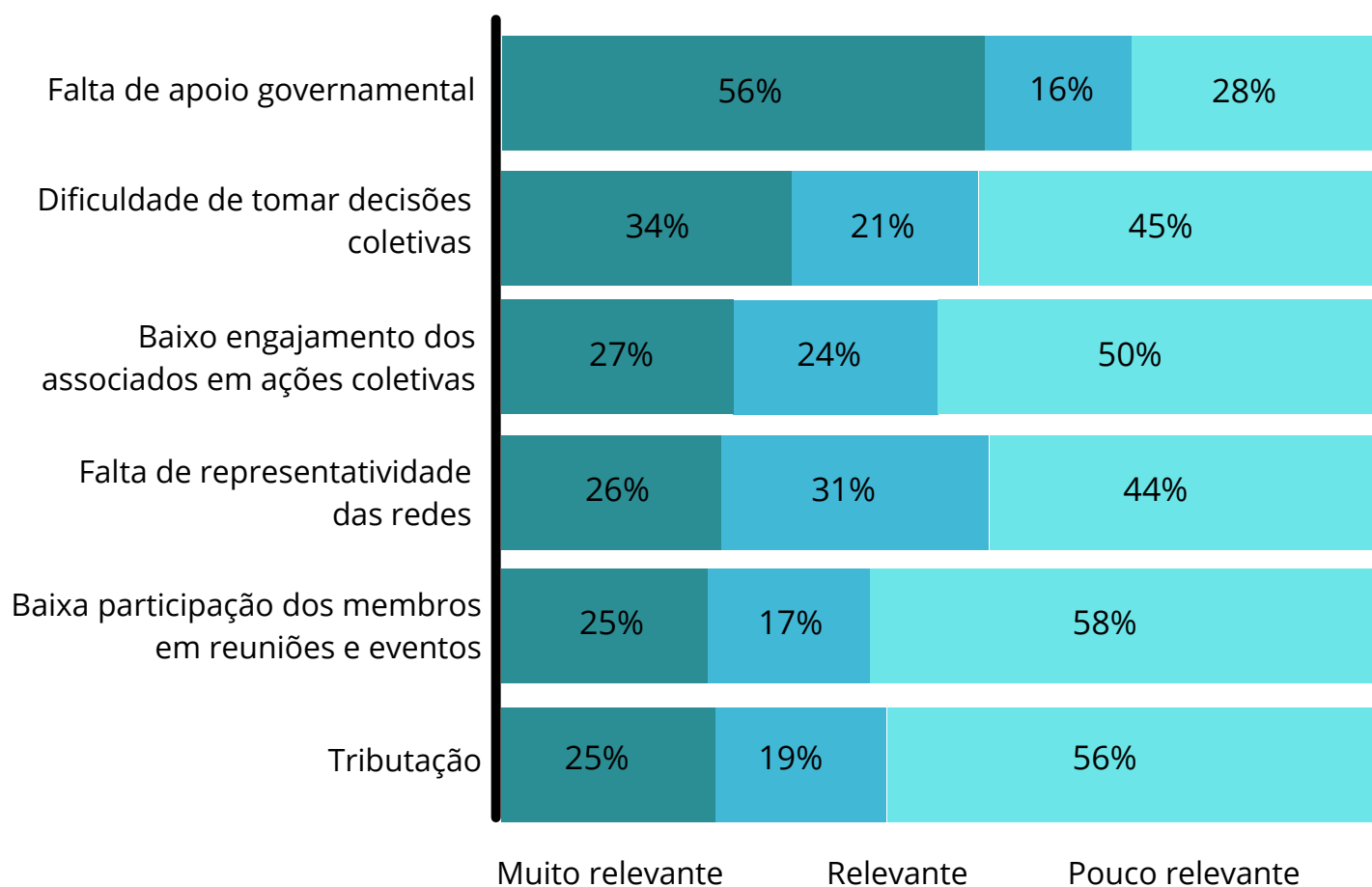
Pesquisa Nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

Dificuldades da redes

PRINCIPAIS DIFICULDADES ENFRENTADAS PELAS REDES

Os entrevistados foram questionados sobre as dificuldades que sua rede enfrenta. Os seis itens que são considerados as maiores dificuldades para as redes se referem a aspectos relacionados ao governo e à representação das redes no Brasil, assim como a aspectos internos das redes, como a participação e comprometimento dos próprios associados.

O item mais citado indica a falta de suporte governamental às redes. Uma explicação para esse resultado é que muitas redes foram criadas com apoio governamental no passado, mas atualmente há poucos programas públicos que continuem dando suporte ao desenvolvimento das redes.



O DILEMA DA AÇÃO COLETIVA

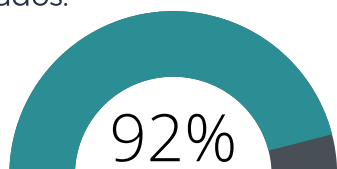
Um resultado bastante revelador da pesquisa é que dentre as seis maiores dificuldades indicadas pelas redes, três se referem à colaboração interna: a dificuldade em tomar decisões coletivas, a falta de engajamento dos próprios associados em atividades coletivas e a falta de participação dos associados. Ou seja, dificuldades significativas enfrentadas pelas redes dizem respeito às relações internas e às ações dos associados. Ações voltadas ao fortalecimento da colaboração, ao desenvolvimento do comprometimento com as atividades da rede e que estimulem a participação dos associados deveriam ser consideradas por muitas das redes pesquisadas.

Pesquisa nacional de Redes e Centrais de Negócios (2021)

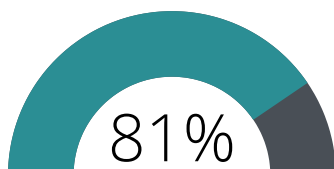
Serviços oferecidos pelas redes

FOCO EM COMPRAS E MARKETING

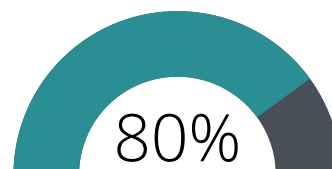
A negociação com fornecedores e as compras conjuntas são os principais serviços oferecidos pelas redes aos associados. Esse resultado era previsível, considerando que a grande maioria das redes brasileiras é do segmento de varejo. Estratégias de marketing, treinamento dos funcionários e gestores são os outros serviços que completam o ranking dos cinco serviços mais oferecidos aos associados.



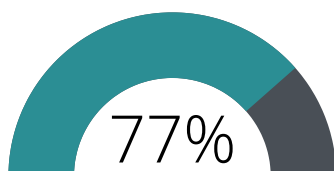
Negociação com fornecedores



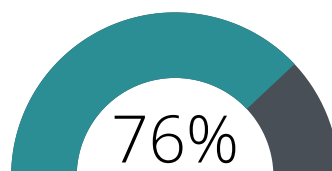
Estratégias de marketing
compartilhado



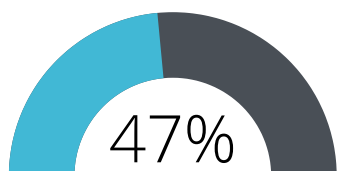
Compras conjuntas



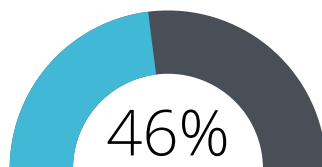
Treinamento para
funcionários



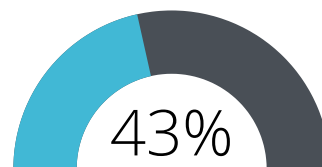
Treinamento para
gestores



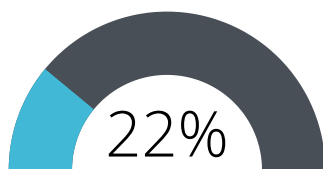
Logística
compartilhada



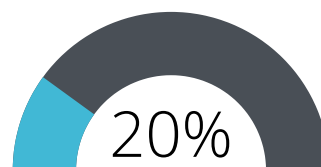
Assessoria contábil



Assessoria em tecnologia de
informações



E-commerce



Negociação com seguradoras

POUCA ÊNFASE EM E-COMMERCE E SUPORTE À TI

Na outra ponta da lista de serviços, chama atenção que apenas 22% das redes oferecem algum tipo de suporte aos associados para desenvolvimento de plataformas de e-commerce. O percentual é um pouco mais alto quando se analisa o suporte geral em termos de tecnologia da informação (43%), mas ainda tímido se considerada a transformação digital que vem ocorrendo em todos os setores de negócio.

Colaboradores

INSTITUIÇÕES PATROCINADORAS



APOIO

