

Campanha Publicitária

2015

Objetivo da Pesquisa:

Avaliar a percepção do micro e pequeno empreendedor no atual cenário nacional econômico, político e institucional e suas implicações para o seu ambiente de negócios. Bem como analisar a percepção e relação de cada perfil pesquisado com o SEBRAE.



O resultado da pesquisa subsidiará a UMC para melhor direcionar as campanhas publicitárias do SEBRAE no ano de 2015



Marketing



Foram realizados: **9 Grupos Focais**

Os grupos foram reúnidos entre os dias

13 e 17 de Abril de 2015



Locais de realização dos grupos:

Porto Alegre	<ul style="list-style-type: none">▪ Não clientes (2)▪ MEI
São Paulo	<ul style="list-style-type: none">▪ Clientes
Recife	<ul style="list-style-type: none">▪ Clientes▪ MEI
Brasília	<ul style="list-style-type: none">▪ Clientes▪ Não clientes▪ MEI

Total: 9

Total grupos de Clientes: 3

Total de grupos Não Clientes: 3

Total de grupos MEI: 3

Durante a análise dos grupos, identificaram-se comportamentos e percepções bastante semelhantes entre os diversos perfis pesquisados.



...Desse modo, os resultados apresentados abrangem a opinião de todos os grupos.

Contudo, eventuais opiniões divergentes serão identificadas por perfil.



O ano de 2015 não apresenta bom prognóstico, segundo os micro e pequenos empresários entrevistados.



A maior parte dos participantes da pesquisa mostraram-se pessimistas em relação ao mercado em 2015. Apreensão e insegurança destacaram-se nas análises em relação ao cenário econômico atual do país.

MAS



**Não é a primeira
crise.**



Nem a mais grave.

Os grupos de **clientes em São Paulo e Recife** frisaram que a crise atual, apesar de exigir cuidados, não pode ser considerada fora de suas proporções. Apontaram não ser a primeira, nem a mais grave crise que já enfrentaram.

Prognóstico realista...

diz que as dificuldades atuais não se resolverão no curto prazo, mas...



fator anímico



Em quase todos os grupos, o otimismo foi demonstrado. Esse sentimento otimista não é apoiado em números ou resultados, mas na percepção do papel do empresário, que deve ser, por natureza, otimista, para fazer o seu negócio se manter e crescer.

As possibilidades da crise...

Os já clientes SEBRAE ressaltaram em mais de uma oportunidade que a crise pode ser vista pelo viés de suas oportunidades, onde o empresário pode aproveitar o momento para se reorganizar, rever processos e custos, planejar e treinar funcionários. As empresas descobrem, assim, novas formas de se adaptar ao momento e ressurgirem mais fortes.



Os participantes se sentem preparados para enfrentar a crise

Quase a totalidade dos micro e pequenos empresários que participaram dos grupos sentem-se confiantes de que estão aptos a enfrentar as intempéries que estão por vir.



“Tentando não gastar. Economizar muito. Comprar no cartão ou boleto, cortamos tudo, compra só à vista”. (MEI, Brasília)



As origens do pessimismo para 2015...

Provém de vários fatores, como o aumento nas contas de água e luz, impostos altos, crise política interferindo no mercado, além do fato da mídia fomentar um clima de insegurança e instabilidade no país.

Manutenção e retração nos seus próprios negócios...

A expectativa geral dos empresários em relação aos seus próprios negócios, em 2015, é de manutenção ou retração (ainda que em alguns nichos, como estética, os negócios estejam crescendo).

“Eu estou sentindo desde Janeiro, o negócio despencou mesmo.” (clientes, SP)



Os principais motivos de se continuar trabalhando no seu próprio negócio são:

- Paixão pelo que faz
- Costume (é a única coisa que sabe fazer)
- Sustentar a família

Principalmente no caso dos MEI'S



Mesmo com crise, alguns empresários pretendem crescer...

Conforme o setor do mercado em que o empresário está inserido, pode haver um prognóstico melhor ou pior.

“Depende muito do setor” (Clientes, Recife)



Na contramão dos prognósticos, há intenção de investir nos próximos meses...

Parte dos micro e pequenos empresários, independente do cenário pessimista do mercado atual, pretendem investir na expansão de seus negócios.



As áreas de investimento mais procuradas no momento são:

- **Novas tecnologias e formas de produzir;**
- **Estratégias para fortalecer e inovar o Marketing através de mídias tradicionais (rádio, televisão e revistas), e atuais (redes sociais).**



**O SEBRAE é a opção mais citada
pela maioria dos clientes como
recurso de auxílio quando o
assunto é investimento.**



Os principais obstáculos atuais para os empresários de Micro e Pequeno Porte são diversos, mas já bastante conhecidos, como:

Estagnação e retração do mercado

Encontrar mão de obra especializada

Alta taxa de juros para financiamentos

Concorrência cada vez mais acirrada

Cultura do cliente de prezar pelo preço e não pela qualidade do serviço/produto.

01

02

03

04

05

O SEBRAE pode ajudar muito os micro e pequenos empresários, mas peca em alguns pontos.



Os participantes da pesquisa acreditam que o SEBRAE tem recursos para ajudar mais aquele empreendedor que está iniciando, mas não dispõe de condições para apoiar os empresários que já estão há mais tempo no mercado.

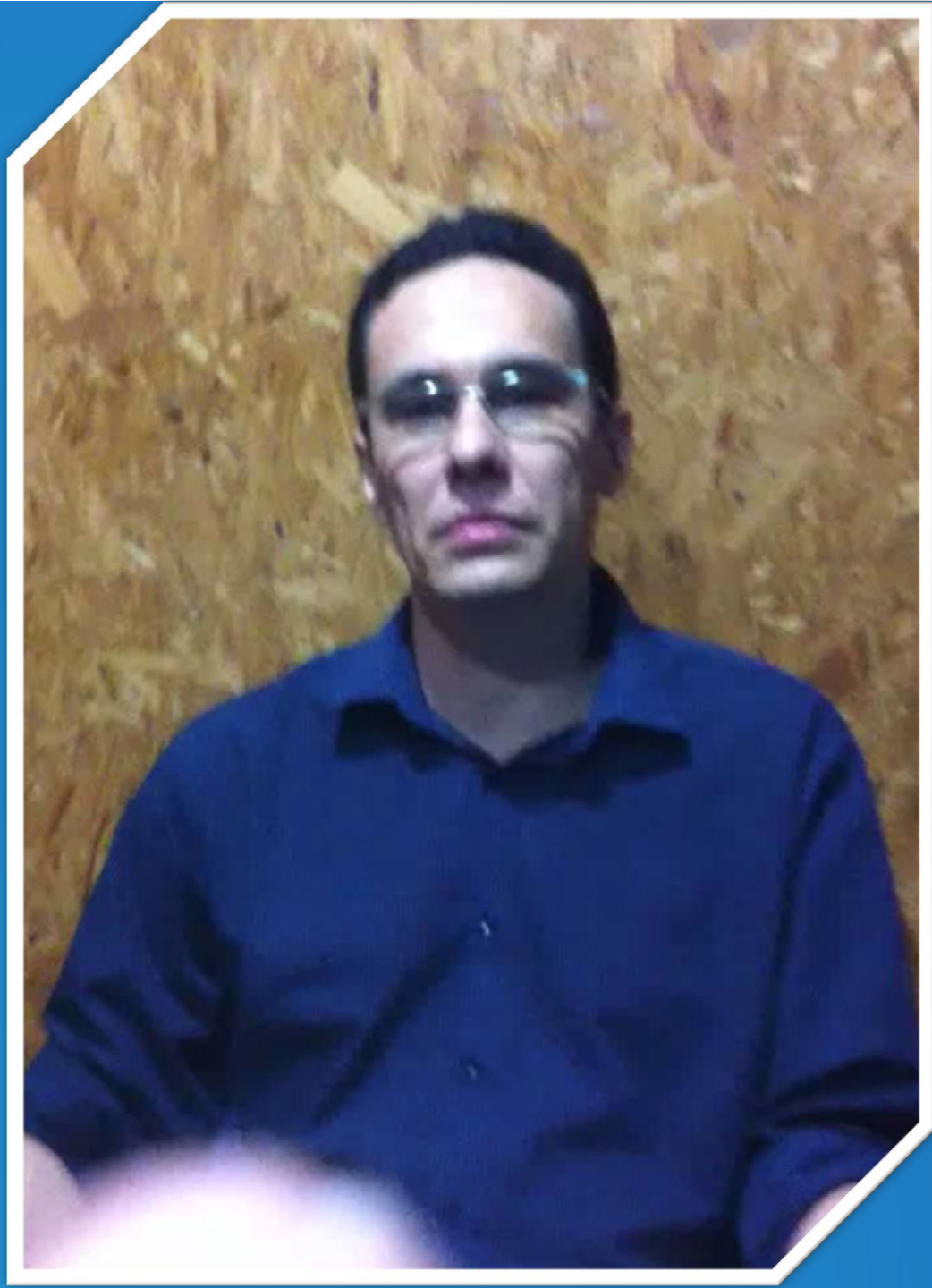
SEBRAE:

**Ajudando o micro e
pequeno**

empresário a

entender melhor o

seu próprio negócio



Em time que está ganhando não se mexe....



**A ampla maioria dos já
clientes pretende
continuar a parceria
com o SEBRAE no ano
de 2015.**

Novos parceiros à vista



Os micro e pequenos empresários não cientes manifestaram que, em tempos difíceis, o SEBRAE não só pode ser uma boa alternativa como parceiro, como grande parte pretende procurar seu auxílio em 2015.

**Não clientes reconhecem
o SEBRAE como uma boa
alternativa de auxílio em
novos investimentos...**



**Mas seu conhecimento acerca do
trabalho desenvolvido pelo
SEBRAE é bastante limitado.**



A divulgação dos produtos e serviços SEBRAE deve melhorar.

A questão mais debatida sobre o assunto é que o SEBRAE faz boa divulgação de sua marca, mas não de seus produtos e serviços.


Afinal, quem é o público do SEBRAE?

Em São Paulo, alguns clientes acreditam que o SEBRAE é voltado para empresas que faturam até R\$ 2 milhões por ano ou novos empreendedores.



Em todas as praças pesquisadas o SEBRAE foi considerado uma ferramenta de auxílio somente para quem está iniciando uma caminhada no campo empresarial.





Para os já clientes as principais qualidades do SEBRAE atualmente são:



Disponibilidade

e

Solicitude

O que o empresário precisa, em tempos difíceis para seu negócio...

Capacidade técnica para administrar e gerir de forma racional sua empresa. O fluxograma a seguir demonstra as vontades e necessidades dos empresários no cenário atual.



Micro Empresário

Em tempos difíceis, necessita de capacidade técnica para gerir e administrar o seu negócio

Otimista
(apesar da situação atual)

SEBRAE

entra com o conhecimento

Quer crescer, mas está
recesso

Busca crescimento através de
inovação e crescimento da
produtividade



As campanhas do SEBRAE em 2015 devem levar em conta a concepção do micro e pequeno empresariado de que a instituição é voltada para iniciantes ou empresas com baixo faturamento.



Top 3 temas mais importantes para os participantes:



Inovação;

Planejamento;

Produtividade.

Segurança contábil e jurídica também foram citadas como importantes, mas com menor destaque.

*** Muitas vezes estes serviços são terceirizados.**



Sustentabilidade

Veio para ficar

Os empresários apontaram que sustentabilidade deixou de ser algo da moda para:

“Ser algo essencial em todos os sentidos e em todos os setores.” (clientes, Recife)

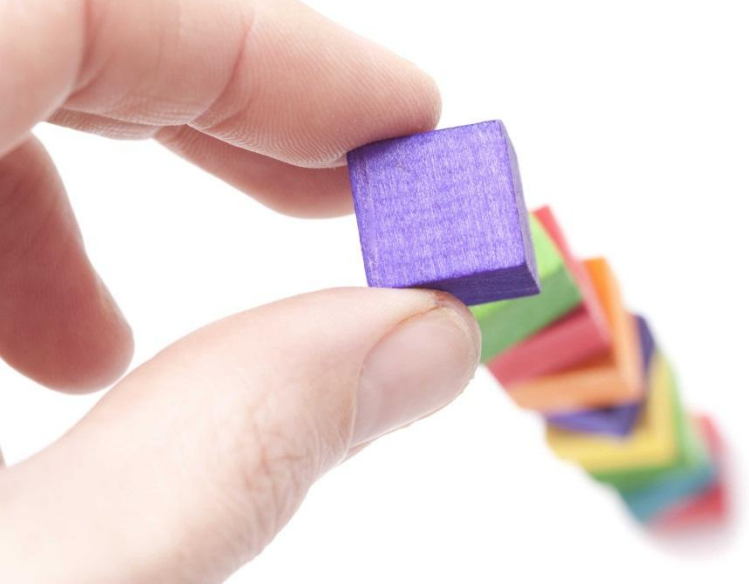


Em tempos de baixa do mercado interno...

EXPORTAÇÃO não foi citada em nenhuma oportunidade pelos empresários.

Procurar novos mercados poderia ser uma possibilidade de suavizar os efeitos do prognóstico de retração no ano de 2015.





A marca **SEBRAE**
transmite confiança

É consenso geral entre os pesquisados o fato de que a marca SEBRAE transmite credibilidade para os clientes.

**“A instituição
SEBRAE tem
um nome
muito
positivo”**



Pensou em SEBRAE, pensou em...

APOIO

No imaginário dos micro e pequenos empresários, o SEBRAE é um instrumento de apoio, tanto nos momentos de dificuldade quanto nos momentos de crescimento.



Pensou em
SEBRAE, pensou
em...

Crescimento



E se o SEBRAE fosse um animal?

Segundo os participantes da pesquisa, o SEBRAE está ligado à:

- **Imponência (touro, cavalo, leão);**
- **Visão estratégica (Águia);**
- **Trabalho (formiga);**
- **Lealdade (cão).**



A visão estratégica da Águia...



Sobre a técnica projetiva do SEBRAE em relação aos animais, talvez a mais interessante surgiu no grupo de Não Clientes de Brasília que apontaram uma Águia como representativa do SEBRAE, porque:

“Tem visão, ela consegue enxergar a necessidade de cada empresa, e daquela necessidade, ele consegue dar aquilo que você precisa.”

Esse é o tipo de descrição que valoriza o papel estratégico do SEBRAE.

E se o SEBRAE fosse um carro?

Os participantes da pesquisa realizaram associações com os conceitos de:

- Imponência (Caminhão, carreta);
- Rapidez (Ferrari);
- Trabalho duro (Kombi, Van);
- Conhecimento; segurança (ônibus).

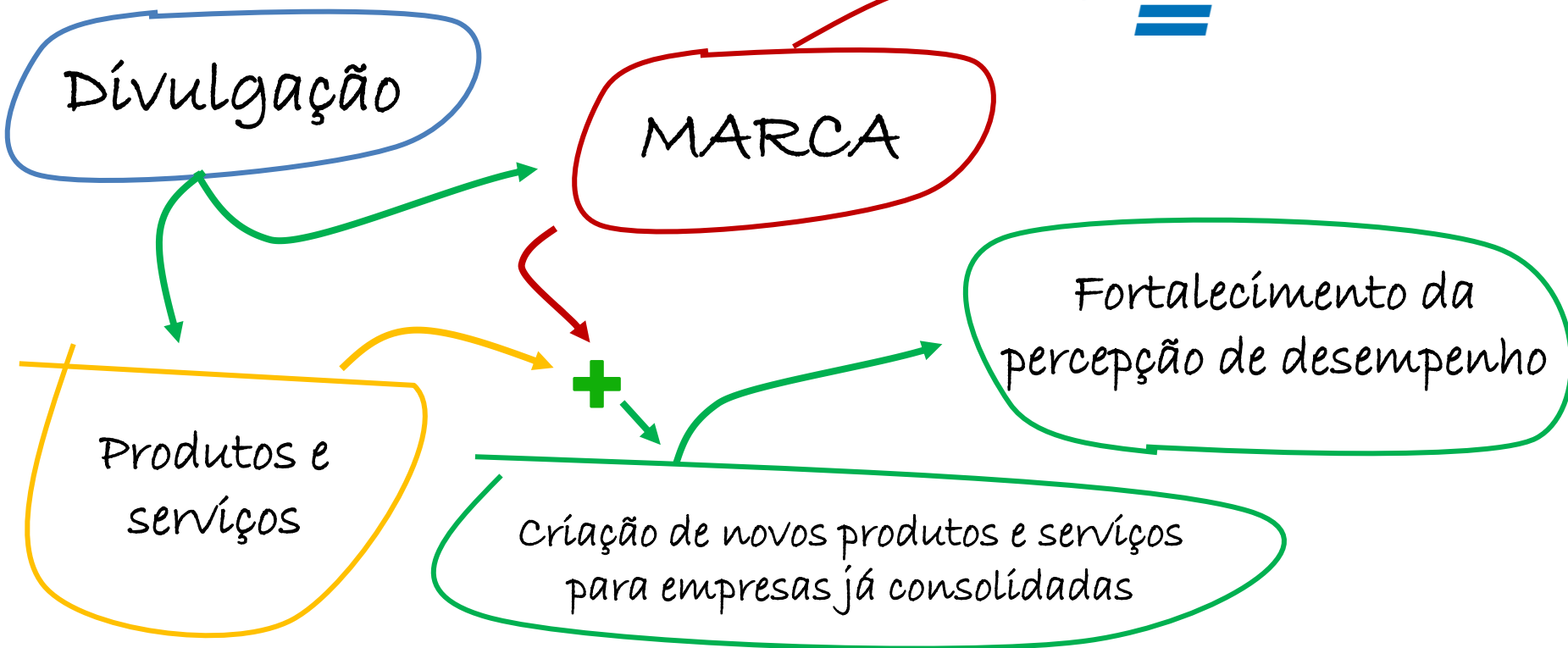


➔ Por levar as pessoas para algum lugar



O SEBRAE transmite credibilidade porque divulga a sua MARCA, mas não de seus produtos e serviços, o que se torna hipótese explicativa para o resultado das técnicas projetivas da marca SEBRAE em relação à animais e veículos que transmitem a ideia de lealdade, imponência e trabalho, mas não de desempenho.

Cenário hipotético



Com maior divulgação dos serviços e produtos ofertados pelo SEBRAE e com a incorporação de produtos voltados às empresas consolidadas, poder-se-á agregar à visão de imponência/trabalho/lealdade ao conceito de desempenho. Fatores ligados à velocidade, diligência e visão estratégica (como a águia) indicados na pesquisa apontam nesta direção.

Visões sobre o SEBRAE, segundo o porte da empresa

	ME e EPP	MEI
O SEBRAE pode ajudar o empreendedor brasileiro		
O SEBRAE Trabalha para seu perfil	 	
O Sebrae transmite confiança		

Visões sobre o SEBRAE, segundo o porte da empresa

ME e EPP

MEI

O SEBRAE faz boa divulgação de sua marca



O SEBRAE faz boa divulgação de seus produtos e serviços



Pretende estabelecer ou continuar parceria com o SEBRAE em 2015



Visões sobre o SEBRAE, segundo o porte da empresa

ME e EPP

MEI

O SEBRAE é uma boa alternativa como parceiro em tempos de crise



O SEBRAE faz boa divulgação de seus produtos e serviços



Pretende estabelecer ou continuar parceria com o SEBRAE em 2015



Os participantes concordam?




“O SEBRAE oferece informações e soluções tanto para quem quer abrir uma empresa, quanto para quem já tem uma pequena empresa consolidada.”

Clientes		
Não Clientes		
MEI		

Em Brasília, não clientes repetiram a ideia de que conhecem a marca SEBRAE, mas desconhecem seus produtos, portanto não opinaram sobre o assunto.

Os participantes concordam?

“O conhecimento que o SEBRAE oferece aumenta decisivamente a chance de sucesso de um negócio”

Clientes	 
Não Clientes	*Não se consideraram aptos a julgar.
MEI	

Em Recife, clientes discordaram da palavra decisivamente, pois transmite a ideia de que a responsabilidade do sucesso é somente do SEBRAE, quando na verdade é uma parceria.

Os participantes concordam?

“É fácil fazer negócio com o SEBRAE”

Clientes



Não Clientes



Em Porto Alegre alguns empresários disseram ter procurado ajuda do SEBRAE através do portal WEB e não obtiveram resposta.



MEI



Essa concordância parcial contraria os resultados da técnica projetiva dos animais, antes exposta, na qual projetou-se o SEBRAE como um cachorro, simbolizando valores como lealdade e honestidade.

Os participantes concordam?

“Considero que os produtos e serviços do SEBRAE apresentam o melhor custo-benefício do mercado.”

Clientes	
Não Clientes	Em geral, desconhecem o assunto para formar uma opinião.
MEI	

Essa concordância geral está em conformidade com os resultados da técnica projetiva dos animais, antes exposta, através da qual o SEBRAE foi associado a um cachorro, simbolizando valores como lealdade e honestidade.

Os participantes concordam?





“O SEBRAE é o maior especialista em pequenas empresas no Brasil”

Clientes		
Não Clientes		
MEI		

Os grupo de clientes de São Paulo, não clientes de Porto Alegre e MEI de Recife, apesar de concordarem com a afirmação, disseram não conhecer outras instituições com a mesma finalidade, portanto, não há comparativo possível.

Os participantes concordam?

“Quando eu preciso, O SEBRAE está sempre por perto”

Clientes	 
Não Clientes	*Não se consideraram aptos a julgar.
MEI	 

Clientes e MEI's concordaram que apesar de disponível, discordam em parte da proposição por considerar o trabalho do SEBRAE reativo, onde é o empresário que tem de buscar ajuda.

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA SEBRAE NACIONAL

Coordenação da pesquisa

Dênis Pedro Nunes

Paulo Jorge de Paiva Fonseca