




Pesquisa de Valor de Marca Sebrae

Edição 2021

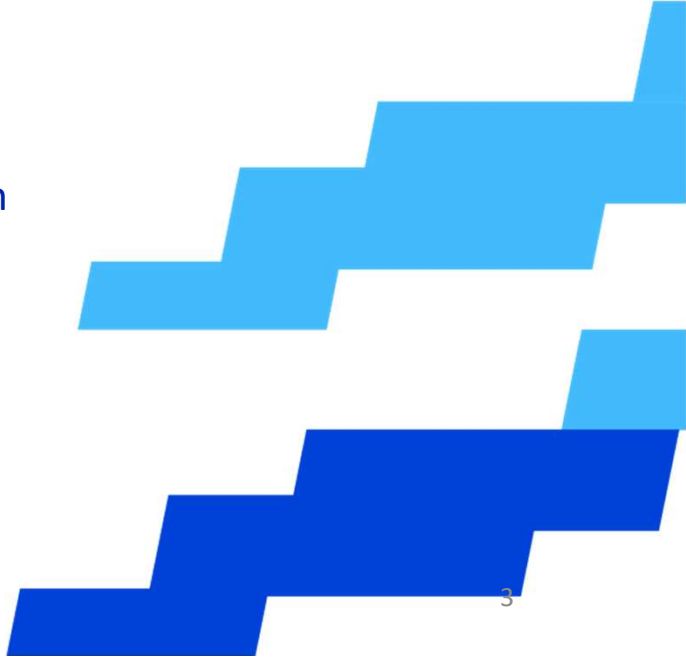



Caro leitor,

Apresentamos a você os principais achados de nossa pesquisa de **Valor de Marca Sebrae-Edição 2021**. O estudo foi desenvolvido pela Kantar. A empresa é reconhecida internacionalmente e aplica a sua metodologia de pesquisa em entrevistas em mais de 70 países. Por ser nossa parceira em avaliação de marca desde 2013, a Kantar possui um histórico de relacionamento e de conhecimento sobre a instituição, o que contribui para dar ainda mais assertividade aos resultados.



As descobertas deste estudo constituem-se em um importante vetor para o fortalecimento da presença do Sebrae no mercado. Temos desafios pela frente, mas também muitos motivos para comemorar. A começar pela valorização de nossa marca, que mais do que dobrou desde 2017. O estudo nos possibilita, ainda, identificar os atributos mais bem percebidos pelos clientes, em nível regional e nacional, por segmento de atuação, além dos gaps. São dados essenciais para aprimorar a gestão de nossa marca.





Nas próximas páginas, traremos os achados mais relevantes levantados pela pesquisa, além dos dados essenciais para o entendimento da metodologia e os parâmetros utilizados. São informações qualificadas que, certamente, contribuirão para melhorar nosso dia a dia com os clientes, buscando apoiá-los para que seus negócios se tornem sustentáveis e se perenizem.

Boa leitura!

SUMÁRIO

7 DESTAQUES

8 INTRODUÇÃO

11 COMEÇANDO PELA METODOLOGIA

12 O caminho que percorremos até chegarmos ao valor da marca SEBRAE

15 Quem foram os entrevistados?

16 Como calculamos o valor da marca

18 CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

19 A trajetória dos resultados até o valor da Marca Sebrae

20 Fatores que determinam a escolha de um produto ou serviço

21 Cursos e Eventos

22 Busca de Informações

23 Consultoria

24 Ambiente de Negócios



SUMÁRIO

CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

28 O que mais impactou o meu negócio

31 DESEMPENHO REGIONAL: Atributos e Pontos de Atenção

33 Se compararmos com 2007

36 E se a comparação for feita com nossos principais concorrentes

41 Quais fatores diferenciam a Marca Sebrae dos concorrentes

48 ANÁLISE FINANCEIRA

50 Estudo em quatro etapas

51 Nossos números são grandiosos

52 Enfim, chegamos ao VALOR DA MARCA

54 Quanto a MARCA SEBRAE gera em lucro adicional às empresas

56 E se nossa linha do tempo começasse em 2009...

57 Comparando com outras marcas valiosas

58 NOSSOS ACHADOS-CONCLUSÕES



destaques



destaques

Nossa marca **vale R\$ 7,6 bilhões**.
Valor mais do que dobrou desde 2017.

Nossa marca gera um **lucro adicional de R\$ 5 bilhões** a nossos clientes.

Nossos clientes faturam
R\$ 240 bilhões/ano (base 2021).



destaques

Somos fortes no indicador Preferência em Cursos e eventos, Busca de Informações e Consultoria.

A Contribuição da Marca Sebrae é de 68,4%.

Em 2017, era 43,5%. Os segmentos mais bem avaliados são Consultoria e Busca de Informações.

Confiança é ponto forte em quase todas as regiões do país.



Introdução



Nas páginas seguintes, vamos mostrar como chegamos a esses resultados, os atributos mais importantes dos produtos e serviços do Sebrae apontados pelos entrevistados, os desafios que a instituição tem pela frente.

Para um melhor entendimento, dividimos este documento em quatro tópicos: **Metodologia**, **Contribuição da Marca**, **Análise Financeira** e **Conclusões/Principais Achados**.



COMEÇANDO PELA METODOLOGIA

O CAMINHO QUE PERCORREMOS PARA CHEGARMOS AO VALOR DA MARCA SEBRAE

- Definimos uma amostra de empresas e fomos ouvir seus sócios e/ou proprietários;
- Questionamos os empreendedores e buscamos a sua percepção a respeito de uma variedade de itens que compõem o dia a dia do relacionamento da sua empresa com a instituição.



METODOLOGIA

- Escolhemos parâmetros que nos permitiram saber qual a importância de cada atributo, em cada categoria de produtos e em ambiente de negócios. Atribuímos um peso a cada um deles. Por exemplo: em Cursos e Eventos, o item de mais peso é: Os cursos dessa instituição têm boa disponibilidade de horário;
- BUSCAMOS ENTENDER O QUÃO IMPORTANTE É A MARCA SEBRAE NA CONQUISTA DOS RESULTADOS PARA A SUA EMPRESA. O QUANTO GERA EM GANHOS ADICIONAIS.



As respostas dos entrevistados nos permitiram:

- Quantificar a contribuição da Marca Sebrae à geração de lucro adicional aos MEI, ME e EPP.
- Em que medida a Marca Sebrae colabora para a sustentabilidade do Sistema.
- O que aconteceria, com o lucro dessas empresas, se não houvesse a Marca Sebrae.

Você já pensou o que aconteceria se a latinha de Coca Cola fosse vendida sem marca?





QUEM FORAM OS ENTREVISTADOS?

Nossa pesquisa abrangeu todas as regiões brasileiras

- Pesquisa Quantitativa CATI – entrevistas por meio de ligações telefônicas
- Período: **Maio - Agosto – 2021**
- Amostra: **2086 entrevistas (1.266 MEI, 419 ME, 393 EPP)**
- Perfil dos entrevistados – **Microempreendedores individuais, sócios ou proprietários de ME ou de EPP, da base de clientes do Sebrae**
- Regiões – **Sudeste, Sul, Centro-Oeste, Nordeste e Norte**



COMO CALCULAMOS O VALOR DA MARCA?

Os dados da pesquisa CATI em nosso sistema nos possibilitaram a iniciar o trabalho para calcular o valor da marca.

Com esta finalidade, aplicamos os padrões ISO 10668 – norma que regulamenta o processo.

Resumindo...

O que diz a ISO 10668

Definição de unidades de avaliação da marca

Quantifica a influência da marca na disposição das pessoas em fazer negócios com ela

Capacidade do negócio de gerar valor financeiro acima das expectativas para os públicos estratégicos

O quanto a marca impacta na geração de valor da companhia

SEGMENTAÇÃO

CONTRIBUIÇÃO DE MARCA (%)

ANÁLISE FINANCEIRA

VALOR DA MARCA

O que consideramos, para nossa pesquisa

Relevância financeira, de mercado e marca de cada grupo; disponibilidade de indicadores financeiros

Os dados da pesquisa nos permitiram entender a decisão de contratação e a contribuição da marca, neste processo de escolha

Aplicamos padrões internacionais de avaliação de empresas, como IFRS¹ e GAAP²

O Valor Financeiro (VF) multiplicado pela Contribuição da Marca: lucros provenientes da marca, trazidos para o valor presente, submetidos a uma taxa de desconto

¹ International Finance Reporting Standards

² Generally Accepted Accounting Principles



CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

A TRAJETÓRIA DOS RESULTADOS ATÉ O VALOR DA MARCA SEBRAE

Depois de entendermos alguns princípios da metodologia do estudo, chegou a hora de conhecer os resultados da pesquisa.



CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

QUAIS FATORES SÃO DETERMINANTES NA ESCOLHA DE UM PRODUTO OU SERVIÇO

Os entrevistados responderam questões relacionadas a quatro segmentos: Cursos e Eventos, Busca de Informações, Consultoria e Ambiente de Negócios. Com a opinião deles, foi possível construir um ranking de importância. O ranking mostra quais são os itens determinantes no processo de escolha de um produto ou serviço.



Cursos e Eventos

Os cursos dessa instituição têm boa disponibilidade de horário	19%
Essa instituição oferece um bom preço para cursos/eventos	11,3%
É uma instituição indicada por seus profissionais	10,9%
O curso/evento dessa instituição tem boa localização	10,7%
Essa instituição oferece um conteúdo de qualidade	9,8%
Eu confio na marca dessa instituição	9,6%
É uma instituição que divulga seus cursos/eventos	8,1%
É uma instituição com cursos/eventos indicados por amigos ou contatos profissionais	7,4%
A qualidade dos profissionais/palestrantes dessa instituição é boa	6,7%
O curso/evento desta instituição é bom para fazer contatos profissionais	6,4%

Busca de Informações

A informação recebida dessa instituição resolveu meu problema	40,3%
Esta instituição possui um bom conhecimento/boa qualidade de conteúdo	21,6%
É fácil obter informação com essa instituição	13,1%
Eu confio na marca da instituição	10,5%
É uma instituição com canais de informação indicados por amigos ou contatos profissionais	8,1%
É uma instituição que divulga seus canais de informação	6,5%



Consultoria

Com a consultoria, resolvi meu problema	34,8%
Essa instituição oferece bom atendimento prévio	20,7%
Essa instituição oferece bom preço para o serviço de consultoria	13%
Eu confio na marca da instituição	9,7%
É uma instituição com serviço de consultoria indicado	8,9%
Os consultores são bem qualificados	7,9%
O serviço é de fácil acesso	5%
É uma instituição que divulga seu serviço de consultoria	0%



Ambiente de Negócios

Na pesquisa de 2021, adicionamos mais esta alavanca de valor.

A busca revelou atributos muito interessantes.

O desempenho mostra o quanto o relacionamento com o

Sebrae auxilia na melhoria do ambiente de negócios para as

empresas.

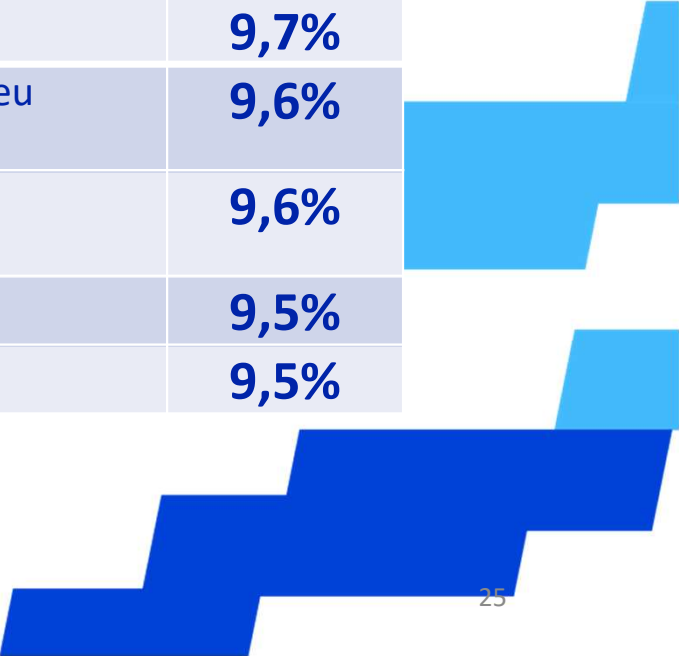




Ambiente de Negócios

Confira os itens mais bem avaliados:

Diminui a burocracia na hora da abertura da empresa	9,7%
Uma instituição que está a meu lado. Assim, me sinto mais confiante no meu negócio	9,6%
Uma instituição que defende os empreendedores com a atuação na frente parlamentar	9,6%
Auxílio na hora de abrir o meu negócio, com ações e informações	9,5%
Auxílio no acesso à qualificação profissional	9,5%



Relevância do Ambiente de Negócios

Medimos a sua importância em todas as regiões.

A maioria dos entrevistados enxerga a atividade do Sebrae, em ações para a melhoria do Ambiente de Negócios, como Muito Relevante.

Relevância do Ambiente de Negócios

Vamos aos dados:

	Consolidado	Centro Oeste	Nordeste	Norte	Sudeste	Sul
Muito Relevante	43%	44%	45%	47%	40%	36%
Relevante	30%	29%	32%	25%	30%	33%
Neutro	11%	13%	10%	9%	12%	12%
Pouco Relevante	9%	9%	7%	11%	9%	11%
Nada Relevante	7%	5%	6%	8%	10%	8%

CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

O QUE MAIS IMPACTOU O MEU NEGÓCIO


Consultoria e Busca de Informações lideram, com uma pequena diferença.

Apuramos a Contribuição da Marca perguntando aos nossos entrevistados qual segmento do Sebrae mais tinha influído no seu negócio



O QUE MAIS IMPACTOU O MEU NEGÓCIO

	Importância atribuída ao segmento, pelos entrevistados	Contribuição de Marca
Consultoria	29%	72,4%
Busca de Informações	28%	69,9%
Cursos e Eventos	25%	68,6%
Ambiente de Negócios	18%	59,4%
CONTRIBUIÇÃO CONSOLIDADA	100%	68,4%



A Contribuição da Marca (CM), como vimos na Metodologia, é um dos indicadores usados para apurar o ganho adicional trazido pelo Sebrae a seus clientes. O outro indicador é o Valor Financeiro (VF), que veremos na sequência.

CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

DESEMPENHO REGIONAL

Confiança na marca Sebrae e seus segmentos é ponto forte em quase todas as regiões.

Acesso e dificuldade de obter informações são pontos de atenção.



REGIÃO	Principais atributos x Segmentos		
	CURSOS E EVENTOS	BUSCA DE INFORMAÇÕES	CONSULTORIA
Centro Oeste	68,6% Confiança; Instituição indicada por seus profissionais; Bom Preço Pontos de Atenção: disponibilidade de horário; qualidade do professor/palestrante	70,4% Solução do problema; bom conhecimento/qualidade do conteúdo Pontos de Atenção: Obtenção de informações; divulgação dos seus canais de informação.	72,5% Solução do problema Confiança Bom atendimento prévio Ponto de Atenção: Dificuldade no acesso
Nordeste	67,1% Oferece cursos de qualidade; confiança; oportunidade para contatos profissionais Pontos de Atenção: disponibilidade de horário; localização; divulgação	69,3% Solução do problema apresentado Pontos de Atenção: Divulgação dos seus canais de informação	72,9% Solução do problema Consultores bem qualificados Ponto de Atenção: dificuldade de acesso
Norte	73,7% Confiança na marca Sebrae; qualidade do professor/palestrante Pontos de Atenção: Disponibilidade de horário; divulgação	69,6% Solução do problema Pontos de Atenção: Divulgação dos seus canais de informação	74,9% Solução do problema; Confiança; consultores qualificados Pontos de atenção: divulgação e acesso
Sudeste	67,8% Instituição indicada por seus profissionais; confiança na marca Sebrae; divulgação de cursos e eventos Pontos de atenção: disponibilidade de horário, localização	70,6% Bom conhecimento e qualidade do conteúdo; solução do problema Pontos de Atenção: Dificuldade de obter informações; Divulgação dos canais de informação	73,1% Solução de problemas; Bom preço; consultores qualificados Pontos de Atenção: Confiança e acesso.
Sul	66,5% Indicada por seus profissionais; boa localização Pontos de Atenção: Preço; qualificação do professor/palestrante	69,8% Solução do problema apresentado; bom conhecimento e qualidade do conteúdo Pontos de Atenção: Divulgação dos canais de informação	72,7% Bom preço; atendimento; solução do problema Pontos de Atenção: confiança e acesso



SE COMPARARMOS COM 2017...

MARCA SEBRAE É **57%**

MAIS RELEVANTE EM 2021 DO QUE ERA EM 2017

Relevância atribuída pelos entrevistados, em 2017, era de **43,5%**

Em 2021, passou a ser de **68,4%**

Importante levar em conta que o avanço da Marca Sebrae ocorreu em um cenário de forte competição com plataformas digitais – Google e Youtube, por exemplo) - e, também, do do Sistema S (Senai e Senac)

CONTRIBUIÇÃO DA MARCA

O cliente está mais atento aos atributos qualitativos.

Este é um indicador muito importante porque sinaliza quais são os interesses do cliente, o que ele espera que o Sebrae entregue.




Compare:

	2017	2021
Cursos e Eventos	24%	68,6% Principais qualificações atribuídas pelos entrevistados: confiança na marca Sebrae; instituição indicada por seus profissionais; oferece conteúdo de qualidade.
Busca de Informações	63% Foco na facilidade em obter informações.	70% Ênfase na solução de problemas (40,3%); conhecimento e qualidade do conteúdo fornecido pelo Sebrae (21,6%), facilidade na obtenção de informações (13,1%), confiança (10,5%)
Consultoria	48% Destaque para bom atendimento prévio e divulgação dos serviços	72% Relevância para solução de problemas (34,8%), bom atendimento prévio (20,7%), preço (13%) e confiança na marca Sebrae (9,7%).

**Se compararmos a marca SEBRAE
com as principais concorrentes
em seus mercados...**

**Preferência é fortaleza da
marca SEBRAE.**



Marca é a preferida em universo onde estão empresas globais de tecnologia como Google, Youtube e Facebook, unidades do Sistema S, como Senai e Senac, além dos serviços oferecidos pela FGV e FDC e Caixa.

No item conhecimento de marca, o resultado fica comprometido porque o pesquisador, ao realizar a entrevista, já se identificava como representante do Sebrae.

É importante notar que a concorrência tem índices elevados de conhecimento.

Cursos e Eventos

	SEBRAE	FGV	Google	Senac	Senai	Youtube
Preferência	46%	2%	10%	5%	9%	17%
Conhecimento	99%	69%	88%	88%	92%	89%

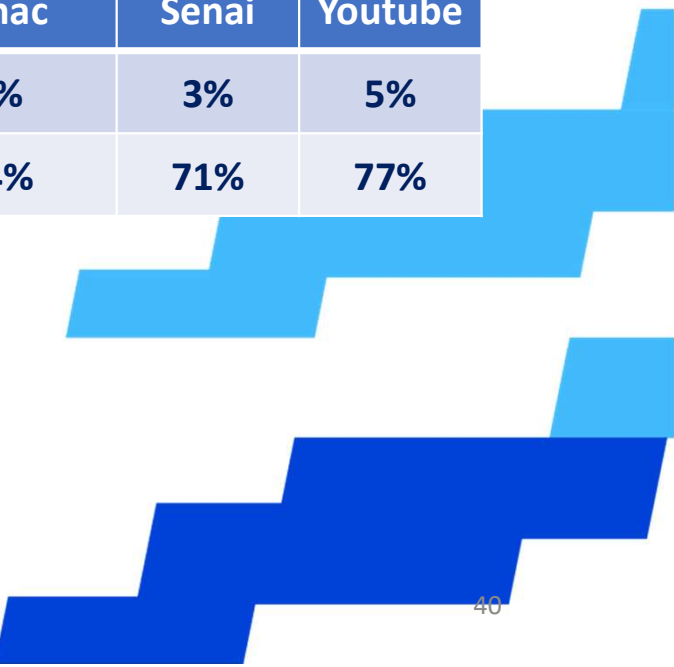
Busca de Informações

	SEBRAE	Google	Senac	Senai	Youtube	Contador	Caixa
Preferência	58%	6%	3%	5%	8%	5%	3%
Conhecimento	96%	85%	79%	80%	83%	55%	71%



Consultoria

	SEBRAE	Facebook	FGV	Google	Senac	Senai	Youtube
Preferência	67%	2%	2%	5%	1%	3%	5%
Conhecimento	98%	70%	46%	78%	74%	71%	77%



Quais são os atributos que diferenciam a Marca Sebrae e suas concorrentes?





Busca de Informações

Solução de problemas, pelo Sebrae, é o item mais percebido pelos entrevistados

	CENTRO OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL
SEBRAE	Solução de problemas Bom conhecimento e qualidade do conteúdo	Solução de problemas	Solução de problemas	Bom conhecimento/Qualidade de conteúdo	Solução de problemas; Bom conhecimento e qualidade de conteúdo
GOOGLE	Solução de problemas; facilidade em obter informações	Solução de problemas; Facilidade em obter as informações	Solução de problemas; divulga seus canais de informação	Solução de problemas; Fácil acesso	Solução de problemas Facilidade de acesso
SENAC	Bom conhecimento e qualidade do conteúdo	Confiança; divulga seus canais de informação	Canais de informação indicados por amigos; Confiança	Confiança; Bom conhecimento e qualidade de conteúdo	Bom conhecimento e boa qualidade de conteúdo
SENAI	Bom conhecimento e qualidade do conteúdo e confiança	Confiança	Canais de informação indicados por amigos	Bom conhecimento; Qualidade de Conteúdo	Confiança Bom conhecimento e qualidade de conteúdo
YOUTUBE	Facilidade de obter informações; canais de informação indicados por amigos ou contatos profissionais	Solução de problemas; Facilidade de acesso	Solução de problemas; facilidade de acesso	Fácil acesso/solução de problemas	Solução de problemas; facilidade de acesso
CONTADOR	Solução de problemas; facilidade de obter informações	Solução de problemas	Solução de problemas/Confiança	Solução de problemas	Solução de problemas
CAIXA	Confiança; divulga seus canais de informação	Confiança/ Solução de problemas	Facilidade em obter informações; Confiança	Confiança; divulga seus canais de informação	Confiança



Cursos e Eventos

Confiança é destaque do Sebrae, na maioria das regiões

	CENTRO OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL
Sebrae	Bom preço; Confiança	Conteúdo de qualidade; Instituição indicada	Confiança	Indicação indicada por seus profissionais Confiança	Instituição indicada por seus profissionais; Conteúdo de qualidade
FGV	Confiança Conteúdo de qualidade	Instituição indicada; Conteúdo de qualidade	Conteúdo de qualidade; profissionais qualificados	Conteúdo de qualidade Confiança	Instituição indicada por seus profissionais; Conteúdo de qualidade
Google	Disponibilidade de horário; Divulgação	Disponibilidade de horário	Disponibilidade de horário; Divulgação	Disponibilidade de horário	Boa disponibilidade de horário
Senac	Bom preço; Divulgação	Confiança;	Boa disponibilidade de horário	Conteúdo de qualidade	Bom preço; Localização; Indicada por seus profissionais
Senai	Conteúdo de qualidade; Localização; bom para fazer contatos profissionais	Instituição indicada	Indicada por seus profissionais; Conteúdo de qualidade	Confiança Instituição indicada por seus profissionais	Instituição indicada por seus profissionais
Youtube	Disponibilidade de horário	Disponibilidade de horário	Disponibilidade de horários	Disponibilidade de horários	Disponibilidade de horário; Bom preço



Consultoria

Solução de problemas e bom preço são os atributos mais destacados para a Consultoria do Sebrae, nas regiões

	CENTRO OESTE	NORDESTE	NORTE	SUDESTE	SUL
Sebrae	Solução de problemas Bom preço	Solução de problemas Consultores qualificados Serviço indicado	Consultores qualificados	Solução de problemas Bom preço Consultores qualificados	Bom preço
Google	Solução de problemas; Divulgação de seu serviço de consultoria	Bom preço Fácil acesso	Fácil acesso	Fácil acesso	Solução de problemas Facilidade de acesso
Senac	Solução de problemas; consultores qualificados	Confiança; Consultores qualificados	Consultores qualificados	Bom preço	Bom preço Confiança Fácil acesso
Senai	Serviço indicado; Fácil acesso	Solução de problemas; Consultores qualificados	Solução de problemas; Consultores qualificados	Bom preço Confiança	Bom atendimento prévio
FGV	Confiança	Confiança; Consultores qualificados	Bom preço, confiança; Indicação	Divulga seu serviço de consultoria	Serviço indicado
Youtube	Serviço de fácil acesso	Facilidade de acesso	Fácil acesso	Fácil acesso/solução de problemas	Fácil acesso
Facebook	Divulga seu serviço de consultoria	Fácil acesso	Fácil acesso	Solução de problemas	Solução de problemas



ANÁLISE FINANCEIRA


ANÁLISE FINANCEIRA

- Nos permite calcular o Valor Financeiro (VF).
- Junto com a Contribuição da Marca que, como vimos, é de 68,4%, o VF nos possibilitará descobrir quanto a marca Sebrae gera em lucros adicionais aos nossos clientes.
- **E este é o principal objetivo de nossa pesquisa.**





ESTUDO EM QUATRO ETAPAS



Faturamento das empresas usuárias do Sebrae.
Consolidado e em cada categoria: MEI, ME, EPP e Rural. Ano de 2021

Com base nesse faturamento, qual o lucro gerado pela associação do negócio à Marca Sebrae? **Lucro Adicional**

Qual é o valor presente destes lucros?

Por último: **QUAL O VALOR DA MARCA?**



Nossos números são
GRANDIOSOS

Faturamento acumulado das
empresas atendidas pelo Sebrae:

R\$ 240
bilhões/ano (em
valores de 2021)

O valor total dos intangíveis das
empresas (valor presente líquido
da projeção de lucros futuros
atualizados por uma taxa de
desconto³) é de

R\$ 11,05 bilhões

O SEBRAE gera um lucro
adicional de

R\$ 5
bilhões/ano
para essas empresas

³ Foi considerada a taxa de captação de capital de terceiros média do terceiro e quarto trimestres de 2020 e primeiro e segundo trimestres de 2021).

**Enfim, chegamos ao valor da marca
SEBRAE**

R\$ 7,6 bilhões

O valor é o resultado da multiplicação de dois indicadores: o valor dos intangíveis de cada categoria de empresa e a respectiva contribuição da marca, calculada com base nas respostas dos entrevistados.

Tem como principal fundamento a visão do valor gerado pelo Sebrae às empresas.

Desta forma:

	Valor dos Intangíveis 2021 (em reais)	Contribuição da marca	Valor de marca 2021 (em reais)
MEI	1,21 bilhão	69%	830 milhões
ME	2,26 bilhões	67%	1,52 bilhão
EPP	7,57 bilhões	69%	5,25 bilhões
TOTAL			7,6 bilhões

AO LONGO DO TEMPO, FORTE VALORIZAÇÃO DA MARCA SEBRAE

A comparação com os resultados de 2017 mostra o avanço do valor da marca Sebrae.

Vamos aos números (EM REAIS)

	MEI	ME	EPP	TOTAL
2017	2,3 bilhões	0	900 milhões	3,2 bilhões
2021	830 milhões	1,52 bilhão	5,25 bilhões	7,6 bilhões

E SE NOSSA
 LINHA DO
 TEMPO
 COMEÇAR
 EM 2009...
 (em reais)

2009	2011	2012	2013	2017	2021
1,4 bilhão	1,6 bilhão	2,4 bilhões	4,7 bilhões	3,2 bilhões	7,6 bilhões
-	15%	50%	95%	-32%	138%
Atualização pelo IPCA (2021, como referência)					
2,6 bilhões	2,6 bilhões	3,7 bilhões	6,8 bilhões	3,6 bilhões	7,6 bilhões
	1%	42%	85%	-47%	111%



COMPARANDO COM OUTRAS MARCAS VALIOSAS

- Se o Sebrae atuasse com ações no mercado de capitais, a **marca seria a 13ª colocada** no ranking da Kantar publicado na revista Meio & Mensagem em 2020.
- Viria logo depois da Natura (12ª colocada) e antes de marcas consagradas como Pão de Açúcar, Lojas Americanas, Localiza, Banco do Brasil, Vivo, Seara, Extra, Porto Seguro etc.

NOSSAS PRINCIPAIS CONCLUSÕES

- A marca Sebrae é um ativo muito valioso.
- Em seus segmentos de atuação, possui atributos que a diferenciam da concorrência e contribuem para a sua valorização.
- A Marca Sebrae, como vimos, é muito forte, se comparada à concorrência: Sistema S (Sebrae e Senac), empresas de tecnologia (Google e Youtube, por exemplo), FGV e FDC. No entanto, a concorrência tende a se acirrar, o que é um ponto de atenção.
- Os dados coletados pela pesquisa mostraram que é indiscutível o papel do Sebrae na geração de lucros das empresas (MEI, ME e EPP).



UCOM – Unidade de Comunicação do Sebrae Nacional