

Plano Anual 2025
Documento de Referência
Programa Nacional
Move + Vendas



1. Dados Básicos

Nome do Programa: Move + Vendas

Unidade Coordenadora: Unidade de Acesso a Mercados

Gestor: Adriana Freire de Oliveira Menegaz

2. Objetivo do Programa

Promover a ampliação de mercados dos pequenos negócios, de forma sustentável, por meio da identificação de oportunidades, preparação de empresas e aproximações de canais de vendas e compradores no Brasil e no mundo.

3. Vinculação com a Estratégia

Missão: Ampliação do Empreendedorismo Estruturado e Transformador

Objetivo: Tornar os negócios prósperos, longevos, mais produtivos e competitivos, por meio da inovação e do acesso à tecnologia e a mercados.

Metas Mobilizadoras Organizacionais: Não se aplica¹.

4. Indicadores de Resultado do Programa:

Faturamento

5. Público

Público Direto – Pequenos Negócios e Pessoas Físicas

Rede Sebrae

6. Descrição do Programa

Move+ vendas é uma jornada que convida o time Sebrae, clientes e parceiros a terem um olhar de mercado à frente de tudo. Entender que é pelas oportunidades e desafios do mercado que se orientam empresas, empresários, inovações, melhorias e negócios.

Move+ vendas é a jornada que organiza as ações de mercado do Sistema Sebrae em um guarda-chuva único, capaz de apoiar a identificação de oportunidades de mercado, sob a ótica dos focos de negócio, e direcionar ações em temas prioritários, trilhas de atendimento, produtos e ferramentas.

Move+ vendas é o olhar de cada profissional envolvido nos mais diversos contatos com o cliente Sebrae, para sempre identificar caminhos que possam ampliar as oportunidades de mercado. É a visão dos parceiros e fornecedores de que sempre há oportunidades de potencializar vendas para os pequenos negócios.

Move+ vendas é o cliente Sebrae ampliando mercado e fazendo o Brasil crescer.

A atuação do *Move+ Vendas* se baseia em cinco grandes frentes:

¹ Embora o Programa Move + Vendas contemple o indicador Faturamento como um de seus resultados, em 2025, como se trata do ano inicial de sua implementação, a execução do indicador no âmbito do Programa neste ano não será computada para a Meta Mobilizadora.

- 1) **Inteligência**, prospecção e disseminação das melhores e mais adequadas oportunidades de negócios para os diversos clientes do Sebrae;
- 2) **Sensibilização** dos empresários para as diferentes oportunidades de mercado;
- 3) **Preparação** das empresas para competição no mercado;
- 4) **Aproximação** comercial, estimulando a geração de negócios;
- 5) Formação de **Redes** para a continuidade do relacionamento entre os empresários, gerando mais negócios.

Além destas frentes, deve-se sempre trabalhar o **monitoramento** de negócios realizados e melhoria da competitividade nas empresas atendidas para acesso a mercados

Deve-se organizar a atuação em mercado por meio de jornadas estruturadas. O planejamento das jornadas deve preceder todas as ações a serem realizadas para organizar a execução de maneira a entender para quem atuar, de que forma e como monitorar os resultados pretendidos. A jornada de mercado deve considerar as seguintes etapas:

- 1) Planejar;
- 2) Prospectar;
- 3) Direcionar;
- 4) Preparar;
- 5) Aproximar;
- 6) Mensurar;
- 7) Replanejar.

7. Temas Indutores

A. Mercado Nacional

A atuação do Sebrae para aumentar as vendas no tema indutor mercado nacional se dá principalmente com o olhar no B2B (*business to business*), isto é, o mercado onde são estabelecidas relações de trocas comerciais entre empresas. Esse mercado tem como características a exigência de adequação às demandas e requisitos específicos do comprador, a busca pelo melhor custo-benefício e pela agilidade nos processos, não focando apenas no preço.

Os principais desafios para o Sebrae na potencialização do mercado B2B dos pequenos negócios estão relacionados ao mapeamento de oportunidades, à preparação dos vendedores, ao engajamento dos compradores e à geração de relacionamento entre eles.

Neste tema indutor também poderão ser realizadas ações voltadas à expansão comercial das empresas no mercado nacional, com diferentes estratégias como adesão a redes de negócios e franquias. Também poderão ser realizadas ações para os mercados B2C e B2G neste tema indutor.

A atuação sugerida para o Sistema Sebrae neste tema indutor se dá nas frentes do programa Move+ Vendas e poderá ser tangibilizado através do plano tático para atuação em mercado nacional, com objetivo de oferecer diretrizes e orientações que visem apoiar no alcance dos resultados e metas de aumento de vendas.

	AÇÕES	SOLUÇÕES
INTELIGÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mapeamento de oportunidades • Identificação de gaps de fornecimento • Identificação de gaps de competitividade 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudos e pesquisas • Missões empresariais • Diagnósticos
PREPARAÇÃO	Aprimoramento em: <ul style="list-style-type: none"> • Vendas • Negociação • Adequação de produto • Comunicação 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitações • Consultorias • Trilhas de franquias
APROXIMAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Aproximação entre compradores e vendedores • Promoção comercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Agentes de Mercado • Feiras e eventos • Encontros / rodadas de negócios
REDES	<ul style="list-style-type: none"> • Fomento a conexões entre os públicos-alvo 	<ul style="list-style-type: none"> • Centrais de negócios • Clubes de negócios • Eventos • Parcerias

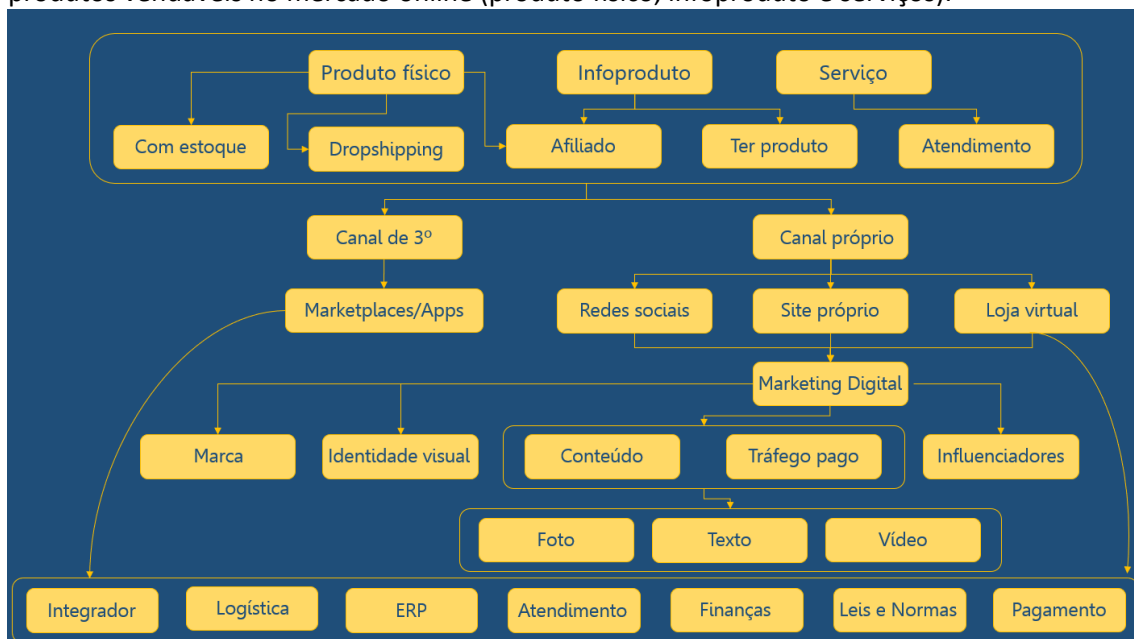
B. Mercado Digital

O mercado digital ainda é, para muitas empresas, uma distante oportunidade de atuação. Seja por desconhecimento, falta de preparo das pessoas à frente do negócio ou mesmo por dificuldade com uso da tecnologia, cerca de pouco mais de 25% dos pequenos negócios ainda não participa desse mercado.

A estratégia de Mercado Digital tem como objetivo melhorar a presença digital de pequenos negócios, ampliando visibilidade e atuação no mercado, e criando oportunidades de vendas e aumento do faturamento desses negócios. Para tanto, o Sebrae articula parcerias estratégicas com grandes *players* do mercado digital, que contribuem com a entrega de conteúdos, capacitações, soluções e ambientes de vendas, possibilitando aos pequenos negócios melhorarem seu posicionamento nos diversos canais digitais, tais como redes sociais, lojas virtuais e marketplaces, bem como seu desempenho por meio das vendas online.

Visando atender aos objetivos de melhora da presença digital e do desempenho dos pequenos negócios por meio das vendas online, o Sebrae deve estar atento para atuação em uma gama de temas que podem ter mais ou menos relevância de acordo com a iniciativa a ser construída. Os principais estão listados na imagem a seguir e mostram a variedade de arranjos possíveis quando se fala em atuação digital de negócios, tomando como ponto de partida os tipos de

produtos vendáveis no mercado online (produto físico, infoproduto e serviços).



O público-alvo da estratégia de Mercado Digital são os empreendedores que trabalham com produtos físicos, serviços e infoprodutos, além dos influenciadores digitais. A atuação junto a esse público é voltada para melhorar seu posicionamento digital, o que exige do Sebrae atuar desde a sensibilização para importância do uso dos canais digitais, passando pela definição de como e quais canais utilizar, a efetiva preparação e/ou aproximação dos canais de vendas e essencial gestão deste novo modelo de negócio.

A atuação sugerida para o Sistema Sebrae neste tema indutor contempla as seguintes frentes:

	AÇÕES	SOLUÇÕES
INTELIGÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mapear plataformas • Identificar gaps • Monitorar tendências • Organizar dados 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudos e pesquisas • Data MPE • Mapa marketplaces • Parcerias
SENSIBILIZAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Estimular o uso dos canais digitais para geração de negócios 	
PREPARAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolver o pequeno negócio para possibilitar maior desempenho no mercado digital 	<ul style="list-style-type: none"> • Trilhas/ jornadas de mercado digital • Portfólio Sebrae de capacitações e consultorias no tema • Turbina Vendas
APROXIMAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Conectar com plataformas e ferramentas digitais 	<ul style="list-style-type: none"> • Parcerias com grandes marketplaces e plataformas de redes sociais

C. Mercado Internacional

A estratégia de Internacionalização de Pequenos Negócios tem o objetivo de fomentar a cultura exportadora no Brasil e alavancar a quantidade de pequenos negócios participando do mercado internacional, seja por meio da exportação, da importação, de investimento ou parcerias internacionais.

No processo de exportação, mapeou-se 7 principais dores do pequeno negócio. São elas:

1. *Cultura exportadora*: não cogita exportar por achar que não é para sua empresa.
2. *Preparação e adequação*: não está preparado para negociar e realizar vendas, seu produto e sua embalagem não estão apropriados para o mercado externo.
3. *Mercado*: não sabe para onde vender e tem dificuldade de encontrar um comprador
4. *Documentação*: tem dificuldade de obter toda a documentação regular para exportação.
5. *Logística*: não sabe como enviar o produto e como fazer o desembaraço aduaneiro.
6. *Crédito*: não tem acesso a crédito para exportar.
7. *Recebimento e seguro*: tem dificuldades em receber o pagamento e não consegue assegurar suas mercadorias.

A atuação sugerida para a estratégia de internacionalização dos pequenos negócios visa superar as dores do pequeno negócio, com possibilidade de atuação nas cinco frentes do programa *Move+ Vendas*:

	AÇÕES	SOLUÇÕES
INTELIGÊNCIA	<ul style="list-style-type: none"> • Mapear oportunidades 	<ul style="list-style-type: none"> • Estudos e pesquisas • Missões • Parcerias • Prospecção de mercados internacionais • Diagnósticos
SENSIBILIZAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Difundir a cultura exportadora 	<ul style="list-style-type: none"> • Eventos • Ações de comunicação • Palestras
PREPARAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar e implantar plano de internacionalização • Preparar os pequenos negócios e adequar seus produtos e serviços ao mercado internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Portfólio Sebrae de capacitações e consultorias • Mentoria • Sebraetec • Parcerias
APROXIMAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Conectar com compradores internacionais 	<ul style="list-style-type: none"> • Feiras • Rodadas de negócio • Projeto comprador • Agente de mercado • Marketplaces internacionais
REDES	<ul style="list-style-type: none"> • Criar conexões entre os públicos-alvo 	<ul style="list-style-type: none"> • Aproximação com comerciais exportadoras • Centrais de negócio

Está sendo elaborado o Programa Sebrae de Internacionalização de Pequenos Negócios, com previsão de lançamento em setembro de 2024. Tal programa abará a atuação sugerida neste tema indutor, detalhada acima. Os Sebrae/UF já deverão prever iniciativas de internacionalização e quando do lançamento do programa poderão fazer o detalhamento destas.

8. Lista de Documentos Complementares

Move + Vendas –Documento Orientativo Planejamento 2025

9. Orientações Operacionais

As iniciativas do programa *Move+ Vendas* poderão ter foco em apenas um tema indutor ou prever mais de um dele no mesmo projeto.

O Agente de Mercado Sebrae deverá ter uma ação específica para sua execução.

O indicador de faturamento é obrigatório para todas as iniciativas deste programa nacional, que também deve indicar a quantidade de pequenos negócios previstos para atendimento.

Além do indicador obrigatório, os projetos poderão ter indicadores complementares tais como: volume de vendas, aproximações comerciais geradas, novos canais de venda, melhoria da presença digital, empresas internacionalizadas, volume exportado, entre outros.

É preciso inserir uma ou mais das tags abaixo nas ações para indicar a estratégia ou foco de cada ação:

#AgentesDeMercado

#mercadodigital

#mercadonacional

#mercadointernacional

#B2C

#B2B

#B2G

#franquia

Não será disponibilizado projeto modelo, mas os projetos e processos propostos deverão observar as orientações constantes neste item

