

COMUNICADO SOBRE SESSÃO PÚBLICA Nº 004/2020

Assunto: sessão pública para a abertura de envelopes referentes à realização de serviços especializados, com base no art. 14, parágrafo 2º, a Lei 12.232/2010.

OBJETO:

Realização de uma pesquisa de mercado para aprofundamento do conhecimento sobre os empreendedores que adquiriram crédito no BDMG. (base atual de clientes).

CONTEXTO:

Em sua essência, o BDMG atua criando programas para setores-chave da economia do Estado, com soluções de financiamento para segmentos específicos. Também atua junto a todos os municípios mineiros, fornecendo crédito para que os agentes públicos possam investir na melhoria da qualidade de vida das pessoas.

A atuação do Banco é baseada em: **Impacto, Competitividade, Parceria e Cultura de Resultados**. Sua estratégia está em consonância com a Agenda 2030 e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) adotados pelo Brasil e demais países membros da ONU. Nesse contexto, o Banco trabalha continuamente para ampliar sua atuação de forma inovadora, **visando à melhoria da qualidade de vida em Minas Gerais**.

Em 2019, houve mudança de gestão e um redirecionamento estratégico. O banco passou a atuar de forma mais conectada aos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Agenda 2030, da ONU, desenvolvendo projetos e oferecendo crédito para impulsionar a economia do estado. Neste ano de 2020, veio a pandemia do Coronavírus e a oferta de novos produtos para apoiar o empreendedor neste momento complexo.

DESCRIÇÃO:

>> OBJETIVO

1) Objetivo Geral

Entender melhor o universo do micro, pequeno, médio e grande empreendedor mineiro, analisando suas necessidades e sua experiência com o BDMG e com o mercado. Entender também os Correspondentes Bancários, que são parceiros do BDMG. Avaliar com esses públicos a percepção e oportunidades no contexto do relacionamento com o BDMG.

2) Objetivos Específicos

- Caracterizar o perfil de cada um dos quatro portes de clientes do BDMG. (Demograficamente, mas também a motivação por trás da decisão de empreender).
- Entender quais as necessidades diárias dos empreendedores (necessidades antes da pandemia, atuais e também em um cenário pós pandemia).
- Entender o impacto do crédito obtido (manutenção de empregos, contratação de emprego, honra de dívidas, aquisição de matérias-primas, formação de estoque, modernização/expansão do negócio, inovação)
- O que entendem como *dever/missão/função* de um banco público de desenvolvimento?
- O que o público enxerga como maiores desafios e dificuldades para empreender?
- Qual a relação do público com o dinheiro e o sistema bancário de forma geral: como se relaciona (e se relacionava) com outros bancos? Qual a relação entre contas pessoais e da empresa?
- Avaliar o conhecimento e a compreensão que existe sobre o negócio do BDMG e produtos/serviços oferecidos. E o que motivou a contratação de crédito.

- Avaliar a experiência com o BDMG: Como o BDMG entrou na vida dessas pessoas? Como ficou sabendo dos produtos do BDMG? Como foi feito o primeiro contato com o banco (por qual canal/plataforma)? E a avaliação em relação ao atendimento? Sugestões de melhorias? Como foi feita a contratação do crédito (por qual canal/plataforma)? E a avaliação em relação a contratação, agilidade e atendimento? Entender a experiência nas etapas de contratação online ou personalizada. Sugestões de melhorias? Quais os motivos para a escolha do BDMG como parceiro? O que achou e/ou tem achado da relação com o BDMG? Poderia avançar em uma relação pós pandemia? Por quais canais de comunicação tomou conhecimento da oferta de crédito? Já tinha experiência anterior com o Banco? Há diferenças? Se foi a primeira vez, qual a impressão? Fez alguma consulta ao NAC? Se sim, como foi? Sugestões?
- Avaliar qual imagem do BDMG ficou após esse processo de crédito neste momento.
- Entender quem são, quais são as fraquezas e fortalezas do BDMG e de seus concorrentes considerados pelos públicos.
- Quais os grandes aprendizados antes e durante a pandemia e que serão úteis para a perenidade do seu negócio?

2.1) Além dos objetivos acima, trazemos objetivos direcionados para as mulheres empreendedoras:

- Entender a mulher empreendedora, sua função na empresa, as necessidades de suporte ao negócio. Quais seus maiores desafios e superações? Há dificuldades específicas, discriminação e/ou preconceito por ser mulher? Quais? O que pode ser feito pela equidade de gênero, do ponto de vista do negócio? O tema da equidade de gênero é relevante na sua visão? Como? Participa de algo? Como o crédito do BDMG auxiliou seu empreendimento? O que acha sobre existir uma linha de crédito voltada para mulheres? Tem relacionamento com outros bancos? Se sim, como quais e como é?

2.2) Objetivos da pesquisa para Correspondentes Bancários:

- Qual a visão do CB em relação ao BDMG? O que esse público enxerga como oportunidade e ferramentas para melhoria dessa relação? Há dificuldades? Sugestões? Como se dá o relacionamento no dia a dia? Recebe o apoio desejado? O que pode ajudar na evolução do negócio?

>> PÚBLICOS A SEREM PESQUISADOS

FOCO DEFINIDO:

- Micro empresas: até R\$ 360 mil de faturamento. (base de dados de 2019 e 2020 somam 3.252 contatos)
- Pequenas empresas: R\$ 360 mil até R\$ 4,8 milhões. (base de dados de 2019 e 2020 somam 3.395 contatos)
- Médias empresas 1: R\$ 4,8 milhões à R\$ 16 milhões. (base de dados de 2019 e 2020 somam 608 contatos)
- Médias empresas 2: R\$ 16 à R\$ 30 milhões. (base de dados de 2019 e 2020 somam 184 contatos)
- Médias empresas 3: R\$ 30 milhões à R\$ 300 milhões. (base de dados de 2019 e 2020 somam 735 contatos)
- Grandes empresas: faturamento acima de R\$ 300 milhões. (base de dados de 2019 e 2020 somam 311 contatos)
- CBs: correspondentes bancários responsáveis pela venda de produtos (base com total de 400 contatos).

O mailing será fornecido pelo BDMG para a realização da pesquisa. Os campos disponíveis no mailing são: razão social, e-mail, telefone e nome do contato responsável pelo fechamento do contrato com o BDMG. Na realização da entrevista, o Instituto deve considerar o contato presente no mailing como a pessoa a ser entrevistada.

>> METODOLOGIA

1) Etapa 1

Natureza: pesquisa qualitativa.

Técnica: entrevistas em profundidade.

Coleta de dados: as entrevistas devem ser realizadas à distância por meio de telefone ou videochamadas.

Quantidade de entrevistas: 43 entrevistas:

- Microempresas: 8 entrevistas em profundidade. Sendo: 4 mulheres e 4 homens.
- Pequenas empresas: 8 entrevistas em profundidade. Sendo: 4 mulheres e 4 homens.
- Médias empresas 1: 5 entrevistas em profundidade.
- Médias empresas 2: 5 entrevistas em profundidade.
- Médias empresas 3: 5 entrevistas em profundidade.
- Grandes empresas: 5 entrevistas em profundidade.
- Correspondentes Bancários: 7 entrevistas em profundidade.

2) Etapa 2

Natureza: pesquisa quantitativa.

Técnica: *survey*, que consiste na aplicação de questionário estruturado e padronizado a uma amostra representativa do universo de clientes atuais de MPEs.

Coleta de dados: as entrevistas devem ser realizadas à distância por meio de telefone. Não considerar coleta de dados por meio de questionário online.

Quantidade de entrevistas: 886 entrevistas:

- Micro empresas: 184 entrevistas. Sendo: 125 mulheres e 59 homens. (Com margem de erro de 6% para representar os resultados para gênero feminino).
- Pequenas empresas: 185 entrevistas. Sendo: 125 mulheres e 59 homens. (Com margem de erro de 6% para representar os resultados para gênero feminino).
- Médias empresas 1: 148 entrevistas. (margem de erro de 3,1%)
- Médias empresas 2: 95 entrevistas. (margem de erro de 3,1%)
- Médias empresas 3: 154 entrevistas. (margem de erro de 3,1%)
- Grandes empresas: 120 entrevistas. (margem de erro de 3,1%)

2) Etapa 2.1

Natureza: pesquisa quantitativa.

Técnica: *survey*, que consiste na aplicação de questionário estruturado e padronizado a uma amostra representativa do universo de Correspondentes Bancários.

Coleta de dados: as entrevistas devem ser realizadas à distância por meio de telefone. Não considerar coleta de dados por meio de questionário online.

Quantidade de entrevistas: 165 entrevistas (margem de erro de 5% e intervalo de confiança de 95,5%).

Níveis de leitura desejados:

1º) Leitura geral e leitura por cada um dos eixos: micro empresa, pequenas empresas, médias empresas 1, médias empresas 2, médias empresas 3, grandes empresas e correspondente bancário. Número de contato por grupo já sinalizado no item 4.

2º) Leitura por localização geográfica: o cruzamento da localização geográfica será feito a partir do questionário.

3º) Leitura por volume de crédito contratado junto ao BDMG: o cruzamento do volume de crédito contratado será feito a partir do questionário.



4º) Leitura por setores: apenas para médias e grandes empresas.

- Agropecuária.
- Indústria:
 - Base (mineradoras, madeireiras, petrolíferas, metalúrgicas etc.).
 - Bens intermediários (papel e celulose, produtos químicos, borracha, plásticos, componentes elétricos e eletrônicos etc.).
 - Bens duráveis (automóveis, móveis, eletrodomésticos, eletrônicos etc.).
- Comércio e Serviços.

5º) Leitura por gênero - mulheres empreendedoras: apenas para micro e pequenas empresas.

>> QUESTIONÁRIOS

Os questionários serão desenvolvidos de acordo com cada público. Algumas variações de questionários:

- Atendimento on-line.
- Atendimento interpessoal.
- Correspondentes Bancários.
- Empreendedoras com empresas de faturamento até 4,8 milhões.

>> CRONOGRAMA | RESULTADOS

Os resultados da Etapa 1 - Pesquisa Qualitativa, os resultados devem ser apresentados até o dia 9/12, às 17h, com o que tiver evoluído até o momento. E os resultados da Etapa 2 - Pesquisa Quantitativa, na sequência, considerando prazo máximo do primeiro trimestre de 2021.

>> PROPOSTAS

Na Proposta Técnica deverá ser apresentado:

- Histórico do instituto de pesquisa: descrição da equipe, tempo de atuação no mercado, clientes atendidos, certificações e associações, se existentes;
- Descritivo do trabalho (metodologia e forma de realização da pesquisa) alinhado ao escopo descrito.

Na Proposta Comercial deverá ser apresentado:

- Valor do trabalho;
- Condições de pagamento;
- Cronograma para a realização do trabalho.



IMPORTANTE:

A) As propostas deverão ser entregues presencialmente:

- Em via impressa;
- Devidamente assinadas;
- Devidamente carimbadas com CNPJ;
- Em envelope lacrado.

B) Os fornecedores deverão:

- Confirmar recebimento do e-mail referente ao comunicado da sessão pública que contém em anexo esse documento em questão denominado BRIEFING PARA ELABORAÇÃO DE PROJETO DE PESQUISA;
- Caso tenha interesse em participar desta sessão pública, confirmar sua intenção de participação no processo por e-mail;
- Em caso de dúvidas sobre a sessão, responder o e-mail incluindo todos os outros contatos envolvidos em cópia. As respostas serão, da mesma forma, encaminhadas a todos.

C) Em hipótese nenhuma os fornecedores deverão compartilhar com a equipe da Tom Comunicação ou com a equipe do BDMG a Proposta Comercial ANTES da data e hora agendada para a realização da sessão pública. A agência e o BDMG não têm autorização para receber nenhum orçamento.

A equipe da Tom Comunicação deverá ser consultada apenas para alinhamento do entendimento do escopo do trabalho, ou seja, o que disser respeito à Proposta Técnica.

D) Para contratação do serviço faz-se necessário o cadastro prévio e válido do CRC - Certificado de Registro Cadastral – do Estado de Minas Gerais, com toda a documentação em dia / sem pendência.

O cadastro pode ser realizado diretamente no site:

http://www.compras.mg.gov.br/index.php?option=com_content&view=article&id=1003&Itemid=100078

Para informações sobre a documentação necessária para inscrição do fornecedor no sistema CAGEF:

http://www.compras.mg.gov.br/images/Fornecedores/Lista_de_documentos_do_Cagef_1.pdf

E) O pagamento será feito contra-apresentação, após a entrega de cada uma das fases.





Data da sessão pública: terça-feira, 24/11/2020

Horário: 16h

Local: BDMG – Rua da Bahia 1.600

Finalidade da sessão: Abertura dos envelopes referentes aos serviços especializados constantes do objeto acima.

Atenção: O BDMG seguirá todos os protocolos de segurança para prevenção da COVID-19. Portanto só poderão participar da sessão as pessoas que estiverem usando máscaras, conforme orientação da autoridade local.



Ana Patrícia Moura Villa
Gerente de Comunicação BDMG

Belo Horizonte, 20 de novembro de 2020.