

## COMUNICADO SOBRE SESSÃO PÚBLICA Nº 005/2020

**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) e correspondentes bancários.

### 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 as 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 e quais são as fraquezas e fortalezas do BDMG e de seus concorrentes considerados pelos públicos.
- Quais os grandes aprendizados antes e durante a pandemia 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? Qual área do negócio tem mais dificuldade (gestão de equipe, contabilidade, administrativo...)? Que tipo de apoio sente falta? O que poderia ser oferecido para ajudar as mulheres empreendedoras, cursos, palestras? Sustentabilidade do planeta é um tema relevante na sua vida e no seu negócio? Como? Já adotou iniciativas sustentáveis? Quais (lâmpadas de led, coleta seletiva de lixo, digitalização dos processos, aquecedor solar...)? 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, 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 oportunidades 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:

- Microempresas: 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 milhões 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 de dados 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:

- Microempresas: 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: 126 mulheres e 59 homens (com margem de erro de 6% para representar os resultados para gênero feminino);
- Médias empresas 1: 148 entrevistas (com margem de erro de 3,1%);
- Médias empresas 2: 95 entrevistas (com margem de erro de 3,1%);
- Médias empresas 3: 154 entrevistas (com margem de erro de 3,1%);
- Grandes empresas: 120 entrevistas (com 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 (com 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:** microempresa, pequenas empresas, médias empresas 1, médias empresas 2, médias empresas 3, grandes empresas e correspondente bancário. Número de contato por grupo 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 *online*;
- Atendimento interpessoal;
- Correspondentes Bancários;
- Empreendedoras com empresas de faturamento até 4,8 milhões.

## >> PRAZO DE ENTREGA DOS RESULTADOS

**Resultados parciais da Etapa 1 – Até dia 25/01** – entrega parcial dos resultados da Pesquisa Qualitativa – 15 entrevistas, sendo:

- Microempresas: 4 mulheres;
- Pequenas empresas: 4 mulheres;
- Correspondentes bancários: 7 entrevistas em profundidade.

**Resultados totais da Etapa 1 – Até dia 23/02** – entrega total dos resultados da Pesquisa Qualitativa – análise das 43 entrevistas e entrega de relatório final dessa etapa.

**Resultados da Etapa 2 – Até dia 31/03** – entrega total dos resultados da Pesquisa Quantitativa e entrega de relatório final dessa etapa.

## >> 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 especificando o valor de cada uma das etapas separadamente (Etapa 1 – Qualitativa e Etapa 2 – Quantitativa);
- 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, mas poderá ser consultada sobre dúvidas acerca do escopo do trabalho.

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](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](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 três etapas:

- Após entrega parcial da Etapa 1 – 35% do valor da pesquisa qualitativa, primeira parte do pagamento;
- Após entrega total da Etapa 1 – 65% restantes do valor da pesquisa qualitativa, segunda parte do pagamento;
- Após a entrega da Etapa 2 – valor total da pesquisa quantitativa, terceira parte do pagamento.

**Data da sessão pública: 15/12/2020**

**Horário: 14h**

**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 à 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, 4 de dezembro de 2020.