

## Anexo I

### **Pesquisa quantitativa e qualitativa/etnográfica dos clientes e não clientes do BDMG**

Para compreender de maneira aprofundada o comportamento e as preferências do tomador de decisão, é necessário analisar os seguintes aspectos, que deverão ser adaptadas conforme segmento a ser estudado:

- qual é a principal dor de cada segmento/subsegmento?
- como o BDMG é percebido em relação a essa dor?
- quais são as crenças e valores culturais que impactam a tomada de decisão de buscar recursos e na escolha do tipo de recurso;
- quais são os comportamentos e práticas que acabam direcionando suas decisões de buscar recursos e escolher determinados tipos de recursos;
- o motivo que fez com que buscasse recursos e como usou o recurso obtido;
- a “modalidade” de recursos (financiamento, antecipação, cheque especial, desconto de cheque etc.) que pegou. Caso o empresário tenha buscado crédito mais de uma vez, mencione todas as “modalidades” e o número de vezes que já acessou cada modalidade;
- o que dificulta ou já dificultou a busca de crédito?
- identificar se foi dada garantia para obter os recursos. Caso sim, quais passos adicionais foram necessários;
- o interesse que este empresário tem em conseguir “levantar mais dinheiro” e com custo mais baixo, em troca de garantias da sua empresa ou pessoais (imóvel, carro)? Caso tenha interesse, qual bem teria disponível para oferecer?
- a frequência com a qual o empresário precisa pegar recursos de terceiros;
- identificar se é o próprio empresário que faz a solicitação ou tem algum apoio de funcionário, familiar para obter recursos de terceiros;
- a antecedência com a qual identifica a necessidade de obter recursos adicionais;

- a preferência por obter recursos de terceiros como pessoa física ou como pessoa jurídica e qual fator determina a escolha entre estas alternativas;
- a fonte de informações sobre alternativas para obter recursos e o tempo dispendido pesquisando diferentes alternativas;
- o ofertante de crédito escolhido e qual foi o fator de decisão da escolha;
- as diferentes fontes ofertantes de crédito que o empresário conhece e tem interesse em acessar. Identificar também as fontes que ele conhece, mas não teria interesse em acessar. Por quê?
- a existência ou não de “pessoa de referência” que oriente o empresário quanto a diferentes fontes ofertantes de crédito e que explique as condições pelas quais o dinheiro está sendo disponibilizado;
- o canal usado para obter os recursos; os fatores determinantes na escolha do canal e a experiência obtida;
- os fatores que fariam com que este empresário virasse um cliente “recorrente” de um mesmo ofertante de recursos;
- a dificuldade que o empresário normalmente encontra para conseguir obter recursos e como consegue “contornar” esta dificuldade.
- o tempo que o empresário está disposto a dispende para preencher informações em fontes ofertantes de crédito. Esta disposição para “dispende tempo” muda se o valor que precisa for mais elevado ou se a taxa for menor?
- a existência, na opinião do empresário, de um meio “menos burocrático” de obter recursos e quais seriam estes meios. Descrever o que o empresário considera burocracia quando está pegando recursos de terceiros.
- existe desalinhamento entre percepção interna e externa?
- o posicionamento atual ainda faz sentido frente às transformações do mercado?

Para os empresários que sejam clientes do BDMG, haveria informações adicionais a serem levantadas:

- como o cliente conheceu o BDMG;
- como o cliente chegou até o BDMG e como foi a forma de contratação do crédito;
- o motivo pelo qual escolheu o BDMG e se havia feito solicitação de recursos junto a outros ofertantes;
- a avaliação do empresário sobre “jornada” do BDMG. Comparar a experiência no BDMG com outras fontes que já tenha acessado;
- a existência de algum fator que faria com que o empresário se tornasse um cliente recorrente do BDMG.
- em quais situações o empresário preferiria não recorrer ao BDMG? em quais situações o BDMG seria a primeira opção?