

BDMG | GERÊNCIA DE COMUNICAÇÃO
COMUNICADO SOBRE SESSÃO PÚBLICA Nº 001/2026

Belo Horizonte, 22 de maio de 2026

Assunto:

Sessão pública para abertura de envelopes referentes à contratação de serviços especializados, nos termos do art. 14, § 2º, da Lei nº 12.232/2010

Objeto:

Revisar o posicionamento de mercado do BDMG e validar, ajustar e materializar a proposta de valor por segmento e subsegmento de negócio, combinando visão interna, leitura de mercado e escuta externa.

Estão incluídos no escopo os 6 (seis) segmentos do Banco. Para fins de representação amostral, deverão ser considerados, no mínimo, os possíveis subsegmentos abaixo:

- Micro e Pequenas Empresas:
 - Empresas com faturamento bruto anual de até R\$ 360.000,00;
 - Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 360.000,00 e R\$ 4.800.000,00.
- Médias Empresas:
 - Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 4.800.000,00 e R\$ 30.000.000,00;
 - Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 30.000.000,00 e R\$ 60.000.000,00;
 - Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 60.000.000,00 e R\$ 90.000.000,00.
 - Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 90.000.000,00 e R\$ 300.000.000,00;
- Grandes Empresas:

- Empresas com faturamento bruto anual entre R\$ 300.000.000,00 e R\$ 1.000.000.000,00;
- Empresas com faturamento bruto anual acima de R\$ 1.000.000.000,00.
- Setor Público:
 - Municípios com população de até 20.000 habitantes;
 - Municípios com população entre 20.000 e 70.000 habitantes;
 - Municípios com população acima de 70.000 habitantes.
- Agronegócio:
 - Produtores rurais com faturamento bruto anual acima de R\$ 60.000.000,00;
 - Cooperativas de produção com faturamento bruto anual acima de R\$ 30.000.000,00.
- Agro Repasse

Objetivos:

- Revalidar o posicionamento atual do BDMG frente às tendências de mercado e à percepção dos públicos internos e externos;
- Identificar diferenças de expectativa, percepção e relevância do posicionamento do BDMG em cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Identificar o potencial de mercado em cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Identificar variações dentro de cada segmento, validando os subsegmentos sugeridos ou propondo novos;
- Revisar e/ou construir a proposta de valor transversal ao Banco e de cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Traduzir os resultados em mensagens-chave, diferenciais e territórios de relevância para cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Gerar recomendações práticas para comunicação, relacionamento, portfólio e inteligência competitiva em cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos.

Escopo geral:

O trabalho será estruturado em quatro etapas: diagnóstico; pesquisas de campo; revisão, construção e aprovação da proposta de valor por segmento e, quando couber, por subsegmento; e apresentações internas.

Ao final de cada etapa a contratada deverá elaborar e apresentar à equipe do BDMG condutora do projeto um material com as principais análises, aprendizados e conclusões da etapa executada. As apresentações referentes às Etapas 1, 2 e 3 poderão ser realizadas de forma remota.

Além disso, durante toda a execução do trabalho, deverá ser mantida rotina semanal de acompanhamento de status, envolvendo as equipes da contratada e do BDMG, com o objetivo de acompanhamento e visibilidade de sua evolução.

Na etapa de pesquisas deverão ser previstas entregas específicas, contemplando as conclusões das pesquisas qualitativa e quantitativa e uma síntese integrada que consolide os resultados obtidos no trabalho de campo.

Ressalta-se que a Etapa 3 possui caráter deliberativo, sendo sua entrega condição prévia para realização da Etapa 4.

Etapa 1: Diagnóstico

Nessa etapa a contratada deverá realizar estudo integrado do contexto atual da marca BDMG, de sua atuação junto aos diferentes segmentos/subsegmentos e do ambiente externo, considerando cenário competitivo, tendências e referências relevantes.

Essa etapa abrangerá:

- Análise de materiais institucionais e estratégicos, dados relacionados à atuação do BDMG nos seus diferentes segmentos, bem como diagnósticos recém-realizados por consultorias externas;
- Análise dos resultados das pesquisas recentes realizadas para os segmentos de Micro e Pequenas Empresas e Agro Repasse;
- Escuta interna das áreas envolvidas, por meio de, no mínimo, 12 entrevistas em profundidade, que poderão ser realizadas de forma remota, distribuídas entre os representantes de cada segmento. O objetivo dessas entrevistas é captar percepções sobre o papel do Banco, seus diferenciais, desafios e oportunidades em cada frente de atuação;
- Compreensão dos direcionadores do negócio e das prioridades estratégicas;
- Análise competitiva e de tendências por meio de *desk research*, incluindo mapeamento de concorrentes, dinâmicas de mercado, referências e benchmarking de posicionamento e proposta de valor por segmento ou subsegmento;
- Identificação de fortalezas, lacunas e oportunidades do posicionamento atual do Banco.

Como resultado desta etapa, espera-se:

- Mapa de concorrentes e respectivas propostas de valor por segmento;
- Material diagnóstico contemplando atual panorama de atuação mercadológica, expectativas internas e identificação das forças e lacunas do BDMG.

Etapa 2: Pesquisas

Esta etapa tem como objetivo aprofundar a compreensão sobre a percepção, as expectativas, os critérios de escolha e a experiência dos diferentes públicos em relação a tomada de crédito, subsidiando diretamente a revisão do posicionamento e da proposta de valor do Banco por segmento e/ou subsegmento.

Por meio da combinação de pesquisas qualitativas e quantitativas, a Etapa 2 deverá conectar a leitura estratégica desenvolvida na Etapa 1 à realidade vivenciada pelos públicos externos, permitindo identificar percepções, desalinhamentos, oportunidades de diferenciação e caminhos concretos para a evolução do posicionamento do Banco.

Essa etapa abrangerá:

- Compreensão da percepção do BDMG por clientes, ex-clientes, prospects e não clientes, considerando atributos, papéis, diferenciais, forças e fragilidades;
- Identificação de expectativas, necessidades, dores, critérios de decisão dos públicos e potencial de crescimento do BDMG em cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Avaliação do posicionamento atual do Banco em relação aos concorrentes percebidos e às principais referências de mercado na visão dos clientes;
- Mapeamento de fatores que impulsionam ou dificultam a escolha do BDMG, incluindo barreiras de acesso, imagem e relacionamento;
- Apoio à definição e ao refinamento da proposta de valor por segmento e, quando couber, por subsegmento, com base em evidências empíricas;
- Geração de insumos analíticos para orientar os direcionamentos estratégicos, de comunicação e de relacionamento do BDMG.

Considerando que o BDMG já dispõe de insumos recentes e aprofundados para os segmentos de Micro e Pequenas Empresas e Agro Repasse, analisados na Etapa 1 de diagnóstico, a Etapa 2 deverá se concentrar nos segmentos que demandam atualização ou aprofundamento de leitura, sendo eles: Médias Empresas, Grandes Empresas, Setor Público e Agronegócio. O segmento de Micro e Pequenas Empresas deverá ser considerado apenas nas pesquisas qualitativas, para fins de validação de hipóteses levantadas pelo trabalho anterior.

Metodologia:

Tanto na pesquisa quantitativa quanto na qualitativa, deverá ser assegurada a representatividade amostral das seguintes características em cada segmento, além dos portes de faturamento sugeridos no item Objeto desse documento:

- Micro e Pequenas: portes de faturamento (até 360 mil e entre 360 mil e 4,8MM) e distribuição geográfica diversa;
- Médias empresas: portes de faturamento (entre 4,8MM e 30MM, entre 30MM e 60MM e entre 60MM e 90MM), distribuição geográfica e setores de atuação diversos;
- Grandes empresas: portes de faturamento (entre 90MM e 300MM, entre 300MM e 1Bi e acima de 1Bi) e setores de atuação diversos;
- Setor público: número de habitantes (menor que 20 mil, entre 20 mil e 70 mil e acima de 70 mil) índices de IDH;
- Agronegócio: porte de faturamento do produtor (acima de 60MM) e cooperativa de produção (acima de 30MM) e tipo de cultura.

Em ambas as pesquisas, os questionários a serem aplicados deverão ser previamente submetidos à validação da equipe BDMG condutora do projeto, de forma a assegurar o alinhamento metodológico, a aderência aos objetivos do trabalho e a consistência das informações a serem coletadas.

Por fim, para os segmentos de Micro e Pequenas Empresas e Agro Repasse, os insumos de trabalhos anteriores serão incorporados às análises, garantindo uma visão completa e comparável entre todos os segmentos.

- Pesquisa Qualitativa

Serão realizadas no mínimo 60 entrevistas em profundidade, apoiadas por um pré-work estruturado, distribuídas de forma acordada e representativa entre os segmentos de Micro e Pequenas Empresas, Médias Empresas, Grandes Empresas, Setor Público e Agronegócio.

Ressalta-se que a pesquisa junto às Micro e Pequenas Empresas terá caráter de validação dos resultados obtidos em trabalho prévio. A escolha do método para realizar a pesquisa qualitativa é de responsabilidade da contratada, podendo ser executada de forma remota.

As entrevistas contemplarão diferentes perfis de relacionamento com o BDMG: clientes ativos; ex-clientes; públicos que consideraram o Banco, mas optaram por concorrentes; públicos que conhecem o BDMG, mas nunca o consideraram; e públicos que o desconhecem.

A amostra será composta por 50% de clientes e 50% de prospects ou não clientes, com perfis aderentes ao público-alvo do Banco e distribuídos nas diferentes regiões de Minas Gerais, assegurando diversidade de perspectivas e robustez analítica para o diagnóstico de posicionamento e direcionamento estratégico.

- Pesquisa Quantitativa

A pesquisa quantitativa será aplicada nos segmentos de Médias Empresas, Grandes Empresas, Setor Público e Agronegócio, abrangendo tanto clientes ativos do BDMG quanto não clientes.

A definição do tamanho da amostra, bem como dos métodos de coleta e análise, será de responsabilidade da contratada. Os resultados deverão apresentar nível de confiança superior a 90%, com margem de erro máxima de 5%, considerando o universo de Minas Gerais estimado para cada segmento.

Como resultado desta etapa, espera-se:

- Entrega das transcrições das entrevistas qualitativas e dos dados quantitativos para uso posterior do BDMG;
- Relatório com as principais análises (contemplando todos os itens descritos nessa seção).

Etapa 3: Proposta de Valor por Segmento ou Subsegmento

Essa etapa tem como objetivo revisar, validar e estruturar a proposta de valor do BDMG, traduzindo os aprendizados do diagnóstico e das pesquisas em um arcabouço estratégico claro, coerente e acionável, capaz de orientar o posicionamento do Banco junto aos seus diferentes segmentos e subsegmentos de atuação.

Essa etapa abrangerá:

- Estudo e incorporação da escuta externa, resultante das pesquisas qualitativas e quantitativas;
- Análise crítica da proposta de valor atual, identificando elementos que permaneçam relevantes e àqueles que demandam ajuste ou evolução;
- Validação do posicionamento do Banco, à luz do contexto atual de mercado;
- Construção e/ou ajuste dos direcionamentos estratégicos de proposta de valor por segmento e, quando couber, por subsegmento, considerando necessidades, diferenciais e critérios de decisão;
- Identificação de nuances entre segmentos e subsegmentos, sempre que aplicável;
- Identificação de potencial de mercado em cada segmento e, quando couber, em seus subsegmentos;
- Definição de mensagens-chave, benefícios, atributos e territórios de relevância, garantindo coerência entre discurso e proposta de valor.

Como resultado desta etapa, espera-se:

- Definição da proposta de valor macro do BDMG, transversal a todos os segmentos;
- Definição da proposta de valor por segmento e, quando couber, por subsegmento;
- Definição e validação de públicos-alvo e subsegmentos;
- Desenvolvimento de mensagens-chave, benefícios e atributos por público;
- Direcionamento macro do tom de voz de comunicação por segmento e, quando couber, por subsegmento.

Os resultados parciais e os direcionamentos para a construção da proposta de valor deverão ser discutidos com a equipe BDMG condutora do projeto, antes da consolidação final.

A entrega final dessa etapa deverá ser apresentada em 2 (duas) reuniões, que poderão ser remotas, realizadas com a Superintendência de Estratégia de Mercado e o Comitê de clientes do BDMG. Essas apresentações terão caráter deliberativo para realização da etapa subsequente.

Etapa 4: Consolidação e Apresentação Interna

A Etapa 4 tem como objetivo replicar a apresentação validada na etapa anterior para as equipes internas do BDMG, bem como traduzir os aprendizados do diagnóstico, das pesquisas e da proposta de valor em recomendações práticas, capazes de orientar decisões futuras do BDMG em comunicação, relacionamento e inteligência competitiva. Trata-se do momento de consolidação estratégica e de apresentação interna, garantindo que o posicionamento definido seja compreendido, legitimado e apropriado pelas áreas de negócio.

Essa etapa abrange:

- Síntese estratégica dos principais achados do projeto, integrando diagnóstico, pesquisas e propostas de valor definidas;
- Priorização de caminhos estratégicos por segmento e/ou subsegmento, considerando diferenças de contexto, público e papel do Banco;
- Recomendações práticas para comunicação, relacionamento com clientes e inteligência competitiva;
- Estruturação de uma base orientadora para desdobramentos futuros, garantindo coerência e continuidade do posicionamento;
- Consolidação dos direcionadores em formato claro, compreensível e aplicável para as áreas do Banco.

Nessa etapa serão realizadas 04 (quatro) apresentações presenciais de até 2 (duas) horas de duração cada, voltadas às áreas internas de negócio, e organizadas por temas, com foco na exposição do posicionamento definido.

Esses encontros terão como objetivos:

- Apresentação dos direcionadores estratégicos e da proposta de valor por segmento e/ou subsegmento;
- Garantia da compreensão transversal do posicionamento definido;
- Promoção do alinhamento interno, adesão das áreas envolvidas e senso de propriedade sobre a estratégia;
- Viabilização da tradução dos direcionadores em orientações práticas e implementáveis para o BDMG.

Além disso, estão previstas mais 02 (duas) apresentações executivas presenciais de até 1 (uma) hora de duração cada.

Requisitos de aptidão:

A empresa deverá comprovar aptidão para desempenho de atividade pertinente e compatível em características, quantidades e prazos com o objeto da contratação, mediante apresentação de 03 (três) atestados de capacidade técnica emitidos por pessoa jurídica de direito público ou privado, comprovando a execução de serviços de construção, revisão, desenvolvimento ou reposicionamento de proposta de valor organizacional, fundamentados em pesquisas qualitativas e/ou quantitativas.

Os atestados deverão demonstrar que os serviços foram prestados para empresas de médio ou grande porte, assim consideradas aquelas com estrutura organizacional compatível e operação relevante em seu segmento de atuação.

Para fins de comprovação, os atestados deverão conter, no mínimo:

- identificação da contratante e da contratada;
- descrição dos serviços executados;
- período de execução;
- indicação de utilização de pesquisas, diagnósticos, estudos de mercado, percepção de stakeholders ou metodologias correlatas para fundamentação da proposta de valor;
- manifestação quanto à execução satisfatória dos serviços.

A contratante poderá realizar diligências para verificação da autenticidade e veracidade das informações apresentadas.

Adicionalmente, a contratada deverá possuir equipe dedicada com elevada qualificação técnica e experiência comprovada, composta, no mínimo, por 01 (um) head de estratégia, 02 (dois) estrategistas e 01 (uma) moderadora sênior. Os profissionais alocados deverão apresentar grau de senioridade compatível com a complexidade das atividades, com experiência média mínima de 5 (cinco) anos em suas áreas de atuação. A equipe deverá demonstrar capacidade de análise estratégica, condução de projetos e execução qualificada das atividades previstas, assegurando consistência técnica, alinhamento aos objetivos e qualidade nas entregas.

Prazo de entrega final:

O projeto será conduzido de forma faseada, com entregas intermediárias ao longo de sua execução, conforme cronograma previamente acordado entre as partes, possibilitando acompanhamento contínuo, validações pontuais e eventuais ajustes ao longo do processo. A Etapa 3 deverá ser concluída até o dia 21 de setembro, e a Etapa 4 até o dia 15 de outubro.

Forma de Pagamento:

Etapa 1: 40% do valor total após a conclusão da etapa + envio dos documentos de medição solicitados pela agência. O pagamento será realizado no dia 24 de julho, condicionado ao recebimento da entrega completa dessa etapa.



Etapa 2: 20% do valor total após a conclusão da etapa + envio dos documentos de medição solicitados pela agência. O pagamento será realizado no dia 21 de agosto, condicionado ao recebimento da entrega completa dessa etapa.

Etapa 3: 20% do valor total após a conclusão da etapa + envio dos documentos de medição solicitados pela agência. O pagamento será realizado no dia 25 de setembro, condicionado ao recebimento da entrega completa dessa etapa.

Etapa 4: 20% do valor total após a conclusão final das entregas + envio dos documentos de medição solicitados pela agência. O pagamento será realizado no dia 23 de outubro, condicionado ao recebimento da entrega completa dessa etapa.

Data da sessão pública:

29/05/2026

Horário:

14h

Local:

BDMG | Rua da Bahia, 1.600 - Lourdes / Belo Horizonte - MG

Finalidade da sessão:

Abertura dos envelopes referentes aos serviços especializados constantes no objeto acima, nos termos do briefing encaminhado pela contratante, Popcorn Comunicação Ltda.

Teto do orçamento:

O custo para a contratação do objeto descrito acima não deve ultrapassar R\$ 785.000,00

Observações:

- A Agência e o BDMG não têm autorização para receber nenhuma proposta final antes da data marcada para a sessão pública.
- As propostas finais (**modelo no Anexo II**) devem ser entregues em envelopes fechados, assinados e carimbados com CNPJ.
- Para a contratação do serviço faz-se necessário o **cadastro prévio e válido do CRC/MG** - Certificado de Registro Cadastral do Estado de Minas Gerais - toda a documentação deve estar em dia e sem pendências.



João Eduardo de Faria Neto

Gerente de Comunicação