

II SIMPAGRO da UNIPAMPA

Empreendedorismo na Campanha gaúcha

Dom Pedrito, RS. 24 e 25 de agosto de 2017.



Eixo 2) Empreendedorismo

Modalidade pós-graduação

UM ESTUDO SOBRE A CAPTAÇÃO DE CLIENTES PARA O SEBRAE DE BAGÉ

Geovana Echeverria Peres 1¹

¹ Pós graduanda em Gestão e Inovação no Agronegócio da Universidade Federal do Pampa, Dom Pedrito RS
Brasil, geovanaperes@yahoo.com.br

RESUMO

O Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) é uma entidade privada que promove a competitividade e o desenvolvimento sustentável dos empreendimentos de micro e pequeno porte, aqueles com faturamento bruto anual de até R\$ 3,6 milhões. Sendo que para o porte ME (Microempresa) o faturamento anual é de até R\$ 360.000,00 e EPP (Empresa de Pequeno Porte) o faturamento anual é entre R\$ 360.000,01 à R\$ 3.600.000,00. O SEBRAE há mais de 40 anos, atua com foco no fortalecimento do empreendedorismo e na aceleração do processo de formalização da economia por meio de parcerias com os setores público e privado, programas de capacitação, acesso ao crédito e à inovação, estímulo ao associativismo, feiras e rodadas de negócios. O SEBRAE desenvolve algumas soluções que atendem desde o empreendedor que pretende abrir seu primeiro negócio, como empresas de médio porte e pequeno porte que já estão consolidadas e buscam um novo posicionamento no mercado. Para Grönroos (2004), serviços são inerentemente relacionais, pois o fornecedor de serviços está sempre presente, interagindo com o cliente em base ampla ou promovendo a infraestrutura do processo. Mesmo em um único encontro podem estar envolvidos elementos pelos quais o relacionamento entre o provedor dos serviços e o cliente pode ser desenvolvido. A presente proposta apresentou uma abordagem qualitativa, estudo de caso e descritiva. Foram realizadas entrevistas com dois funcionários do SEBRAE: O gerente da Regional Campanha e Fronteira Oeste que responde pelas unidades de Bagé, Livramento, Uruguaiana e São Borja e o gestor do projeto atendimento territorial que responde pelas unidades citadas anteriormente e também é responsável por disponibilizar serviços de qualidade para o atendimento territorial, adequados e atualizados às necessidades dos clientes, com foco em gestão e inovação. Foram realizadas também as entrevistas com

dez empresários de Bagé, sendo cinco do porte ME e cinco do porte EPP. Os empresários foram escolhidos por acessibilidade do entrevistador e baseado no histórico de atendimento do SEBRAE, considerando empresários que não frequentam cursos há mais de um ano. O porte das empresas foi escolhido entre ME e EPP em função da necessidade que a unidade do SEBRAE Bagé tem em atingir as suas metas baseadas nesses portes de empresas. Concluiu-se que o SEBRAE é importante para as empresas do porte ME e EPP, porém não está utilizando as ferramentas corretas de divulgação de seus serviços. Visto que alguns entrevistados nem conhecem o que o SEBRAE tem a oferecer, e o que ele disponibiliza para as suas empresas. O gestor geral e o gerente, de certa maneira estão cientes do seu público-alvo, mas desconhecem algumas necessidades dos clientes, que apontam uma falha na forma de divulgação dos seus serviços. Sugere-se, como estratégia, a divulgação das ações do SEBRAE através do telefone, whatsapp e com visitas nas empresas. As divulgações via e-mail devem ser objetivas e atrativas de forma que os empresários possam agendar os cursos e capacitações oferecidos pelo SEBRAE durante os meses seguintes, pois dessa forma os empresários conseguirão se programar para participar das capacitações.

Palavras-chave: Captação de clientes. Público alvo. Marketing de relacionamento.

REFERÊNCIAS

PERES, Geovana, E. Um estudo sobre a captação de clientes para o Sebrae de Bagé. 2015. 57 f. Trabalho de conclusão de curso (TCC) - Curso de Administração de Empresas, Instituto de Desenvolvimento Educacional do Alto Uruguai, IDEAU, Bagé. 2015.