

ESTUDO QUANTITATIVO



AVALIAÇÃO DE OPINIÃO DE PÚBLICO

BRA!N
Inteligência Estratégica

ENTREGAMOS INTELIGÊNCIA ESTRATÉGICA PARA ORGANIZAÇÕES



Já desenvolvemos

+ de **7.500 estudos de mercado**
e, anualmente, realizamos



+ de **50 mil entrevistas.**

Temos atuação em



+ de **850 cidades** de todos os estados
brasileiros.



FIQUE POR DENTRO DO MERCADO COM A BRAIN



@brain.inteligencia



Brain Inteligência
Estratégica



Brain Inteligência
Estratégica



www.brain.srv.br



FAZEMOS PARTE DE UM GRUPO DE EMPRESAS

GRUPO
BRAIN



**BRAIN INTELIGÊNCIA
ESTRATÉGICA**

A empresa de inteligência
estratégica mais representativa
do mercado imobiliário brasileiro.



(41) 3243-2880



GEOBRAIN

Uma completa plataforma
de georreferenciamento e
geomarketing imobiliário.



(41) 3243-2880

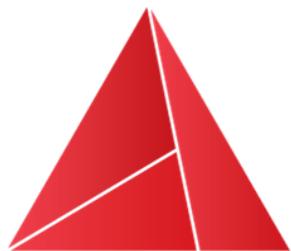


GLOBAL TALENT

Consultoria em gestão
de pessoas e processos
especializada no mercado
imobiliário.



(19) 9 9905-1902



Sinduscon-MG

O PARCEIRO DA CONSTRUÇÃO

ESTUDO QUANTITATIVO AVALIAÇÃO DE OPINIÃO DE PÚBLICO

Minas Gerais

Dezembro 2023



SUMÁRIO



- [Objetivos e Metodologia](#)
- [Perfil Sociodemográfico](#)
- [Compra e Intenção de Compra](#)
- [Ações Sindicato](#)
- [Outros Serviços](#)
- [Conclusões](#)



OBJETIVOS E METODOLOGIAS



BRA!N



Objetivos do estudo



Avaliar a opinião de organizações do mercado imobiliário e construção civil perante as características da Sinduscon-MG

Identificar pontos fortes e oportunidades de melhoria do Sinduscon-MG

Identificar os principais atrativos do Sinduscon-MG para afiliados e potenciais afiliados

Explorar lacunas de atuação que possam ser supridas por novos serviços oferecidos pela entidade

METODOLOGIA



Abordagem:

Survey



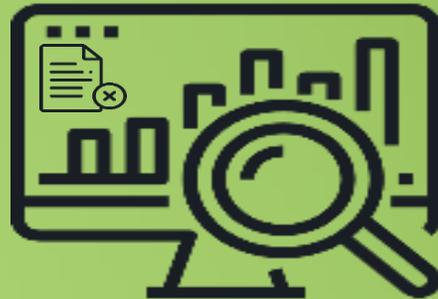
Localização:

Território Nacional



Técnica:

Questões abertas e fechadas
aplicadas online



Respondentes:

Organizações do mercado imobiliário e
construção civil de Minas Gerais



Questionários:

150 questionários
válidos



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

CARACTERIZAÇÃO DA EMPRESA



BRA!N

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

Gênero

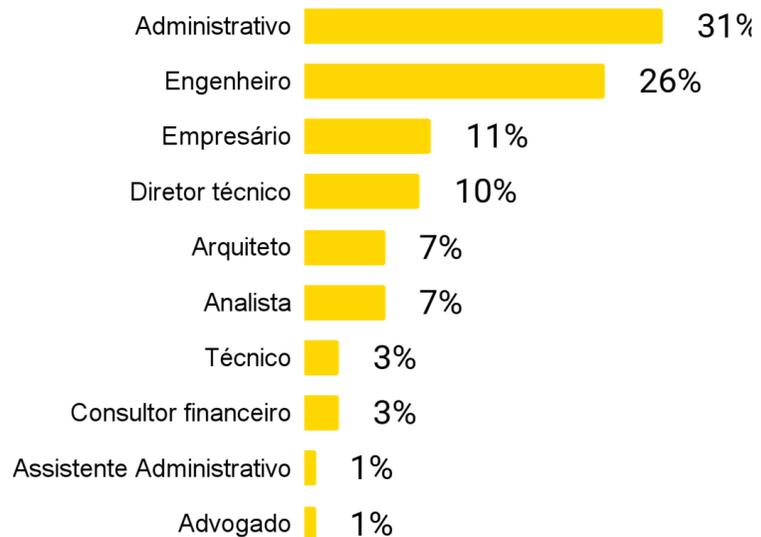


56%

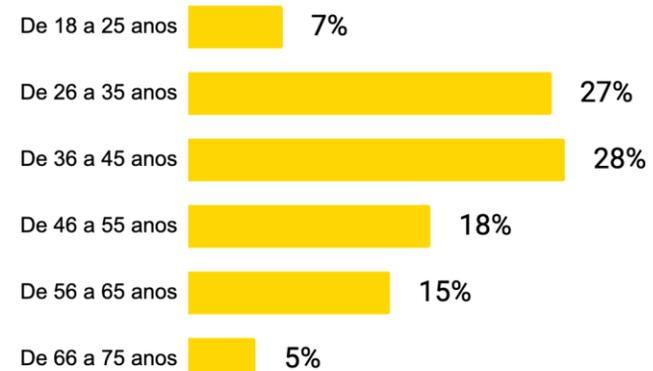


44%

Profissão

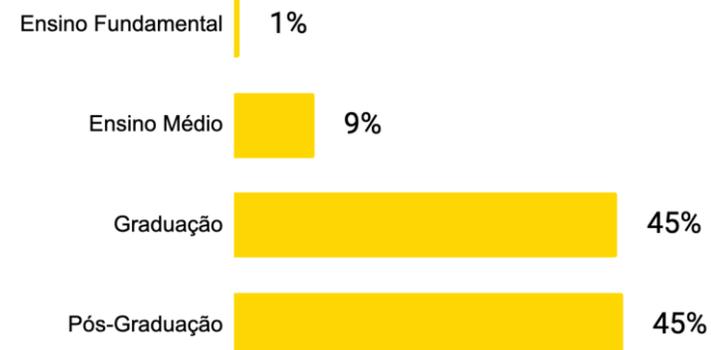


Idade



Média
42 anos

Escolaridade



PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO

AMOSTRAS

Sinduscon: 70 | Outros: 33 | Não Associados: 48

SINDUSCON - MG



71%



29%

OUTROS



33%



67%

NÃO ASSOCIADOS

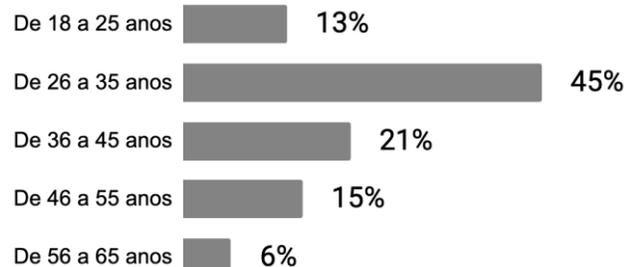
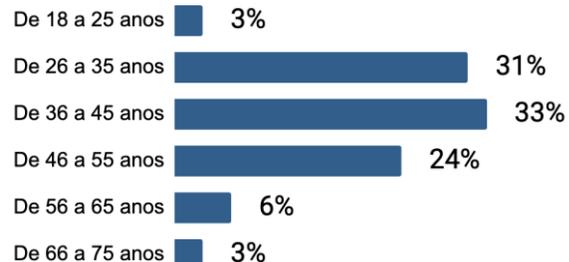
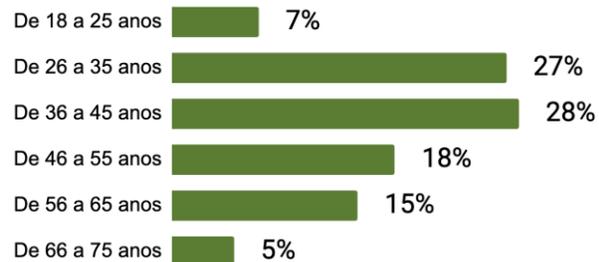


49%

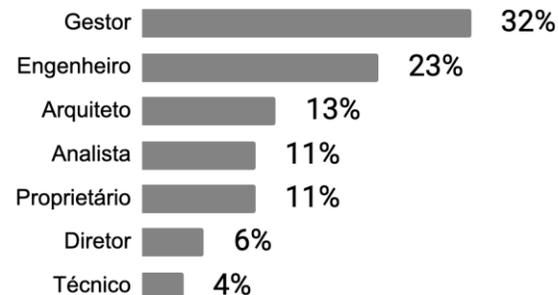
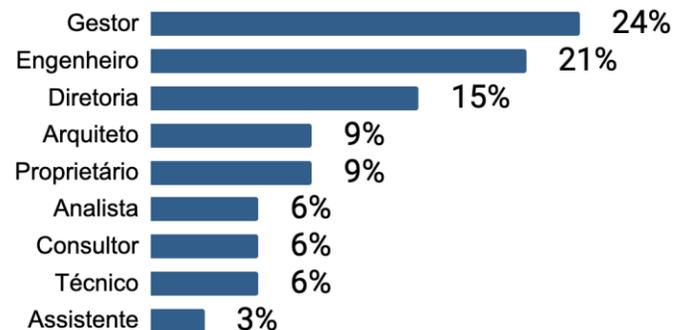
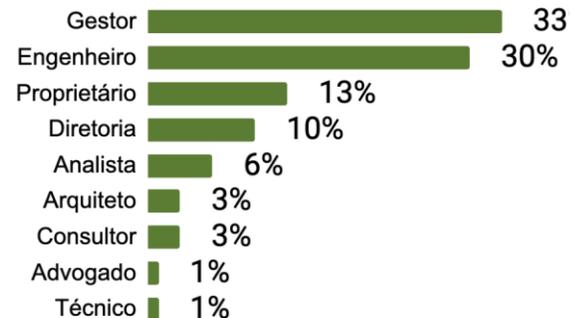


51%

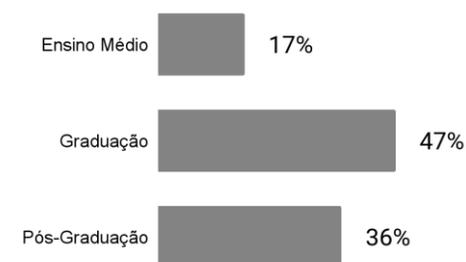
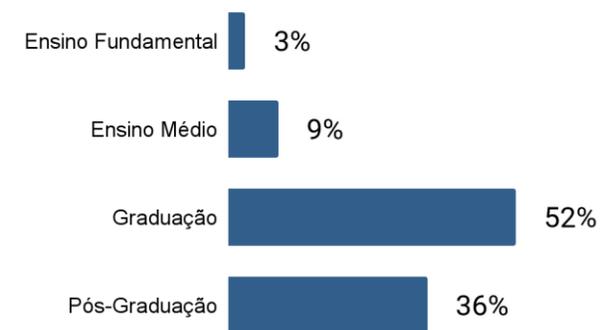
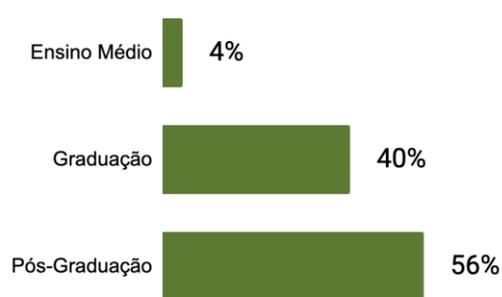
Idade



Ocupação



Escolaridade





PANORAMA DAS EMPRESAS

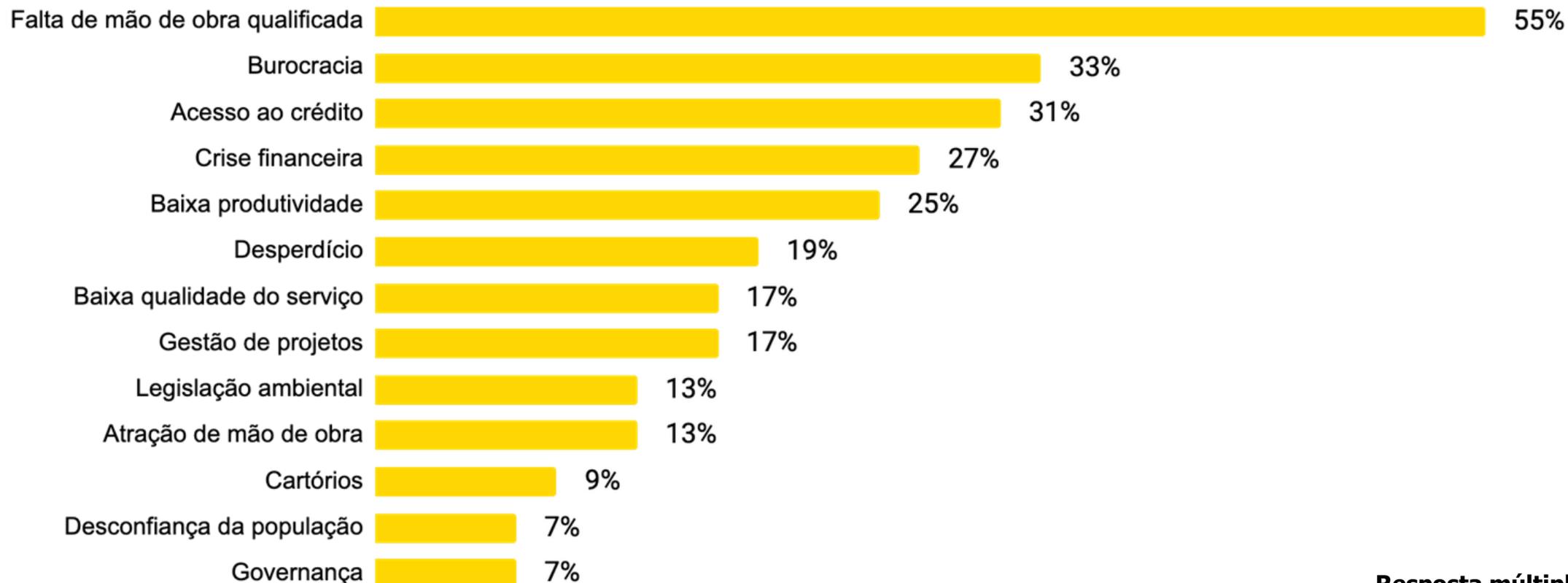


BRA!N



PANORAMA DA EMPRESA

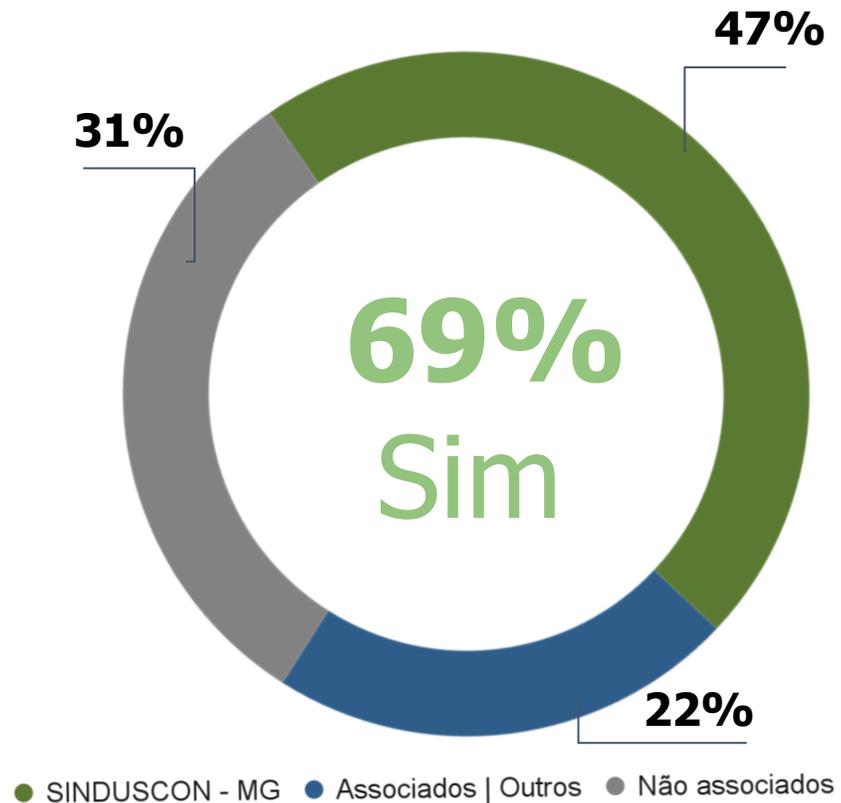
Maiores problemas do setor atualmente | **Construção Civil**



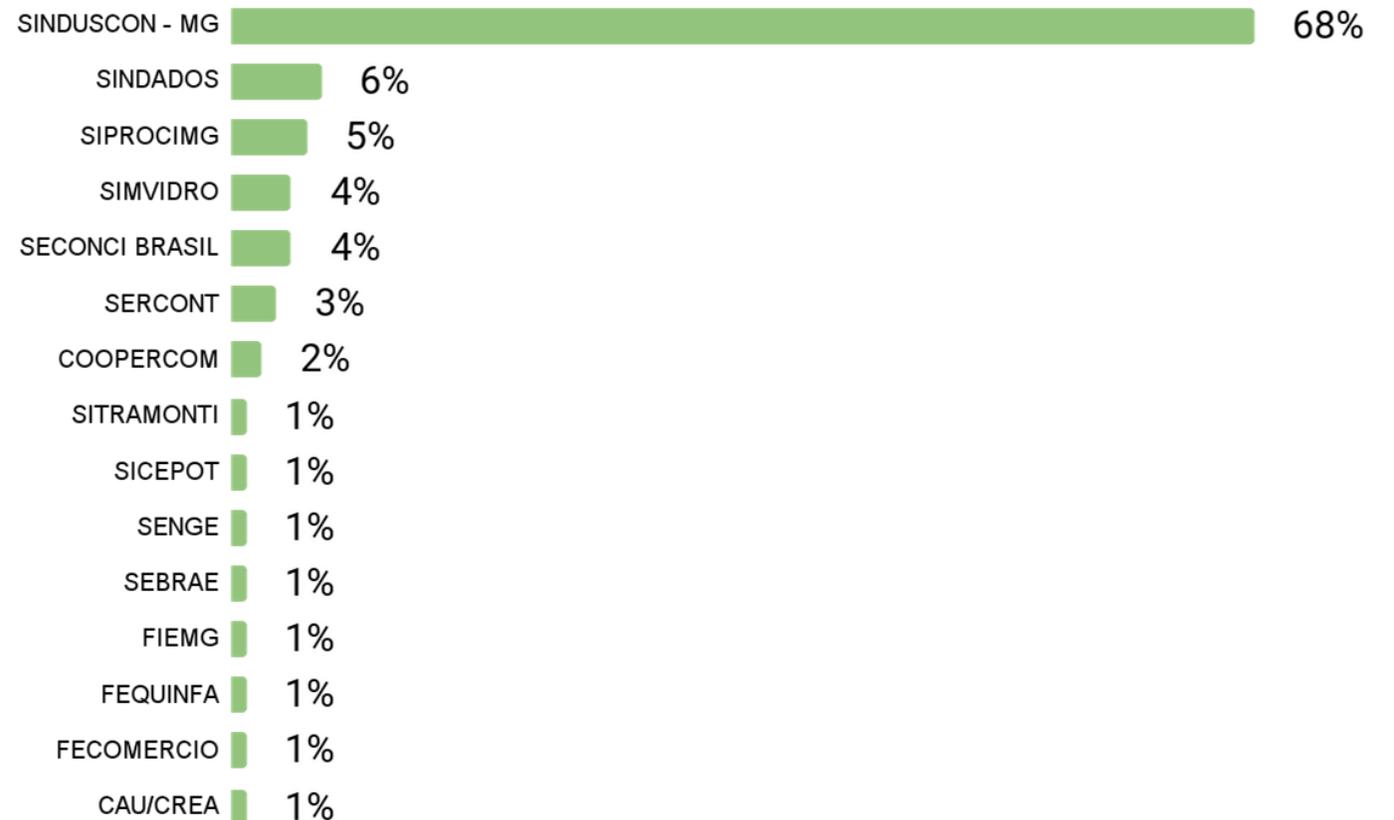
Resposta múltipla

PANORAMA DA EMPRESA

Sua empresa é associada a algum sindicato, associação ou entidade de representatividade regional ou nacional?

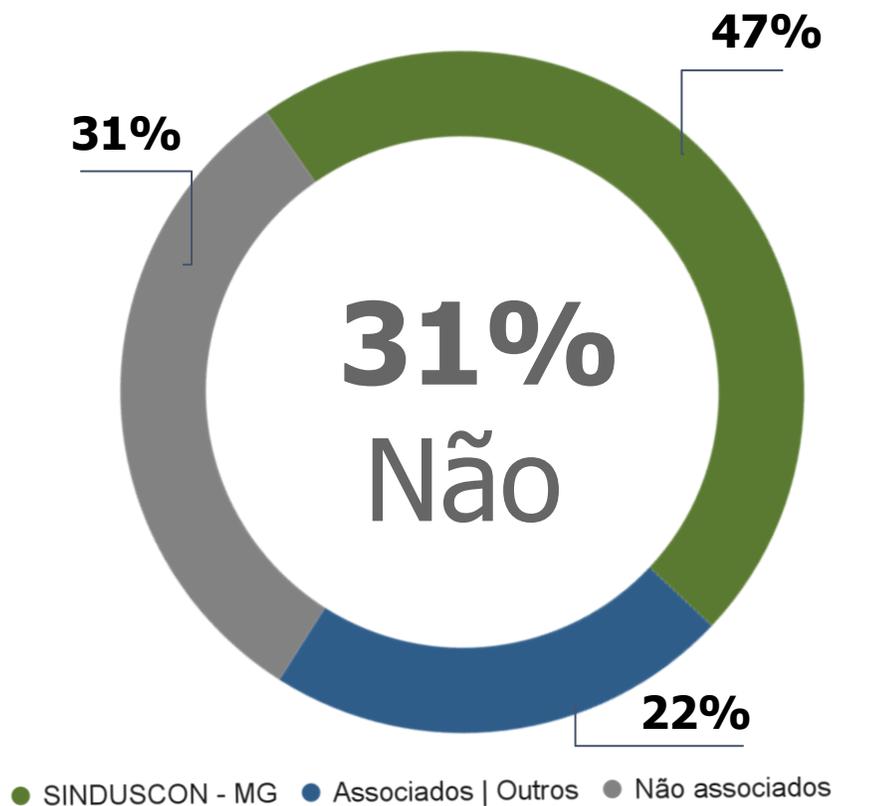


Qual sindicato, associação ou entidade?



PANORAMA DA EMPRESA

Sua empresa é associada a algum sindicato, associação ou entidade de representatividade regional ou nacional?



Por qual motivo a sua empresa não é associada?

Não conheço os sindicatos, associações ou entidades

46%

Não reconheço o custo x benefício

39%

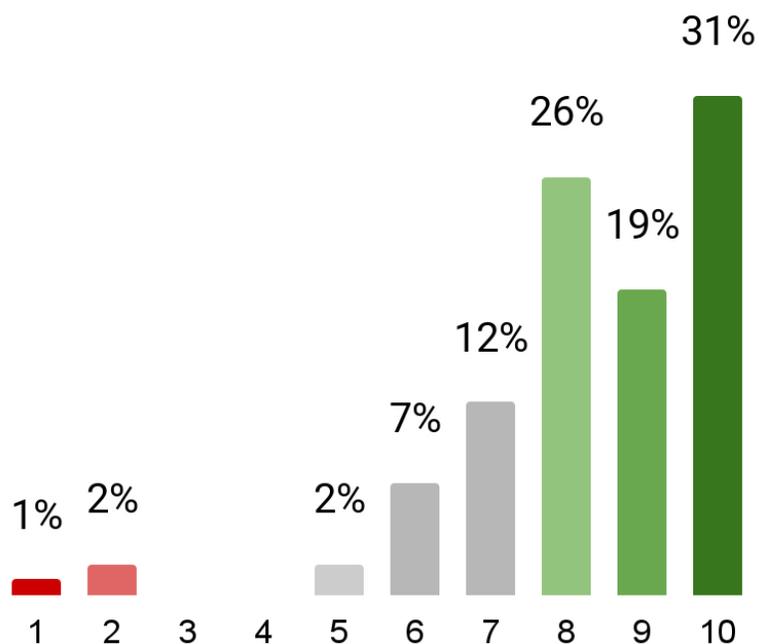
Não temos condições de pagar a contribuição

15%

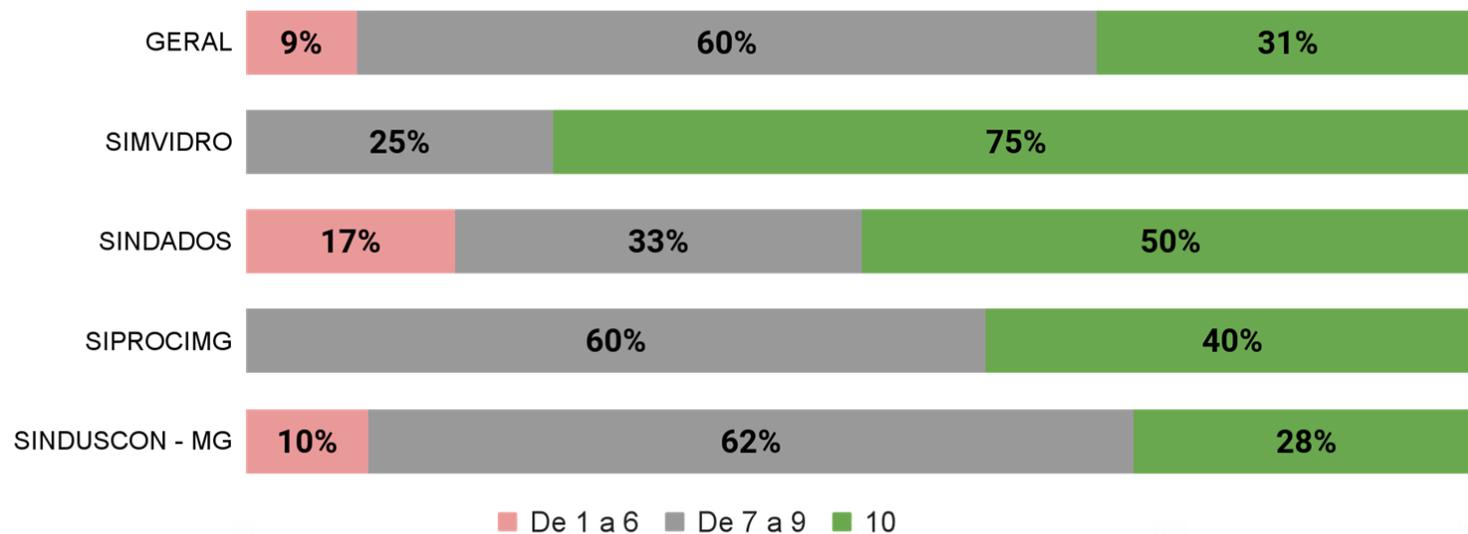
PANORAMA DA EMPRESA

Em uma nota de 0 a 10, qual seu grau de satisfação com esta entidade?

Satisfação | Geral



Satisfação | Por entidade



* Pergunta feita àqueles que são associados a alguma das entidades



INTERAÇÃO COM AS ENTIDADES

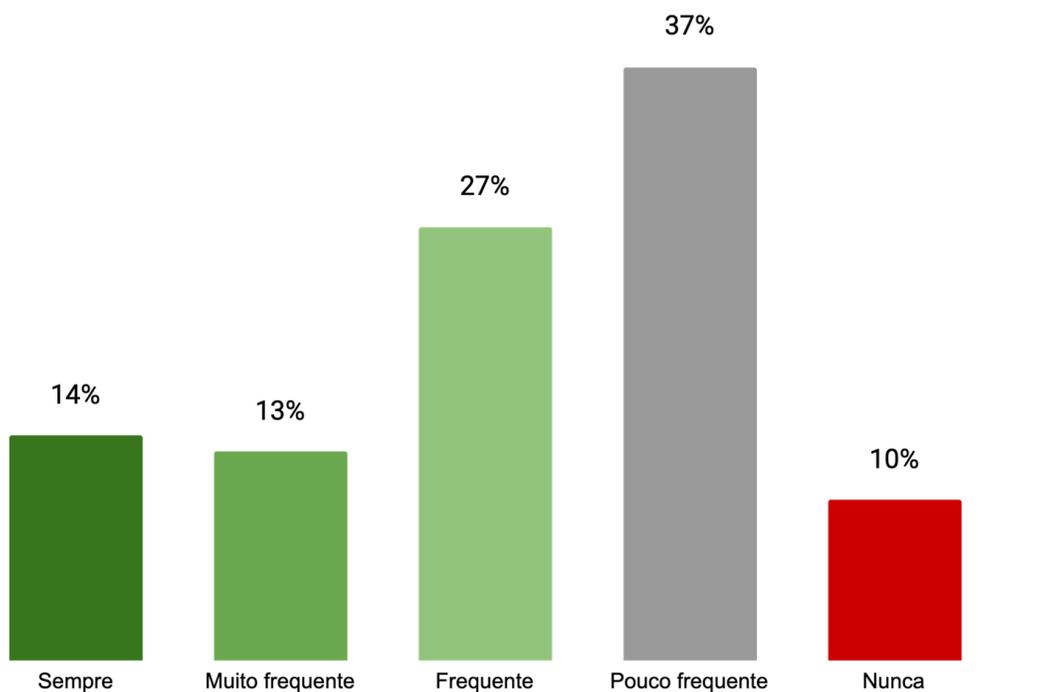


BRA!N

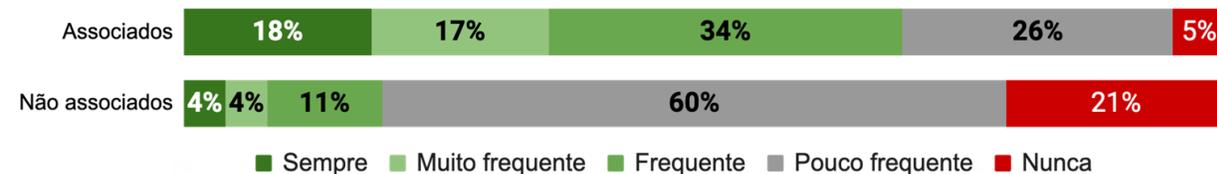
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Com qual frequência acompanha as ações de entidades?

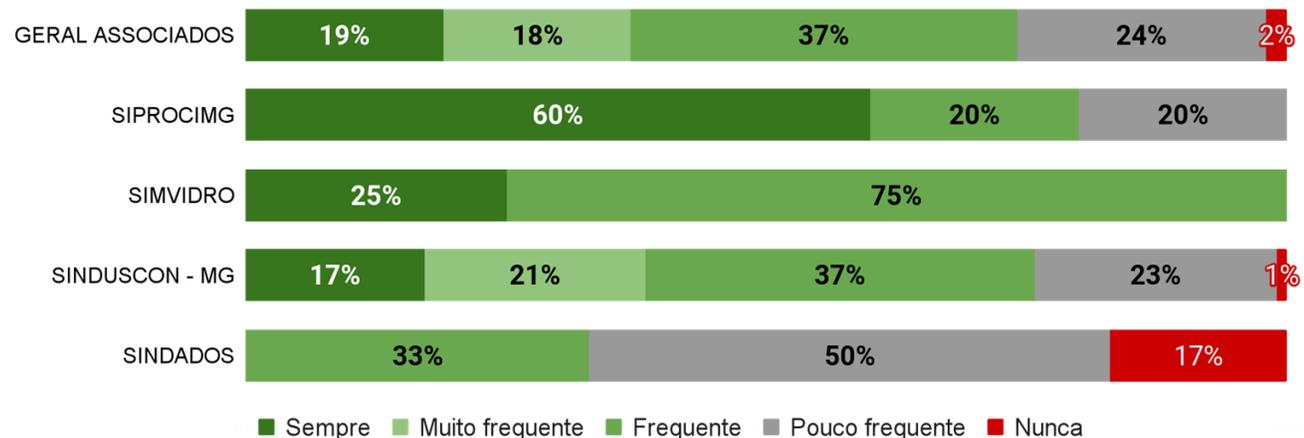
Frequência | Geral



Frequência | Associados x Não Associados



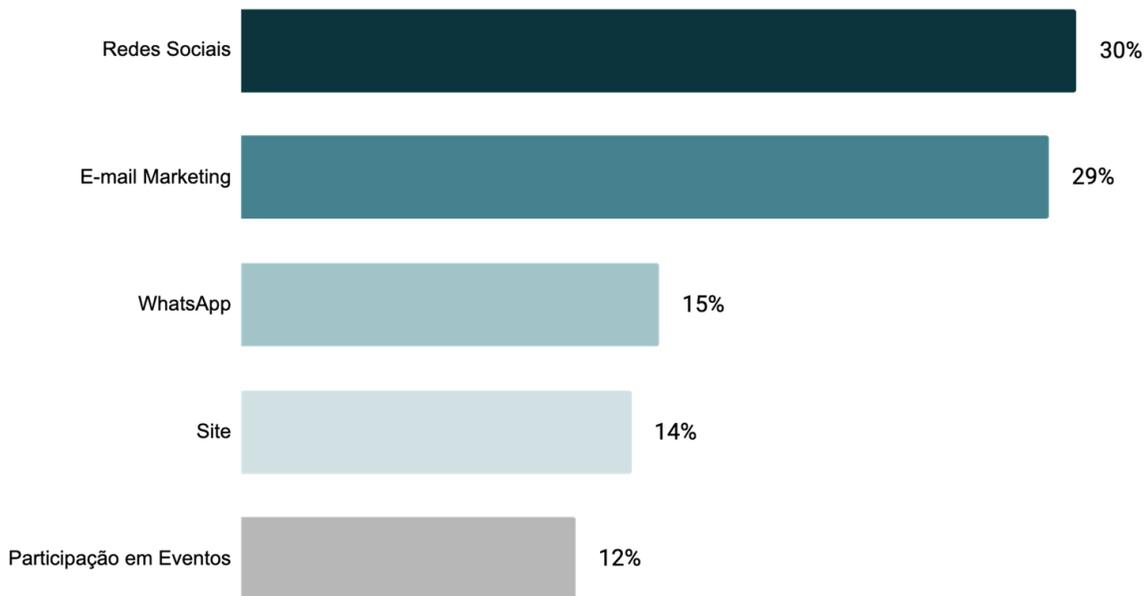
Frequência dos Associados | Por entidade



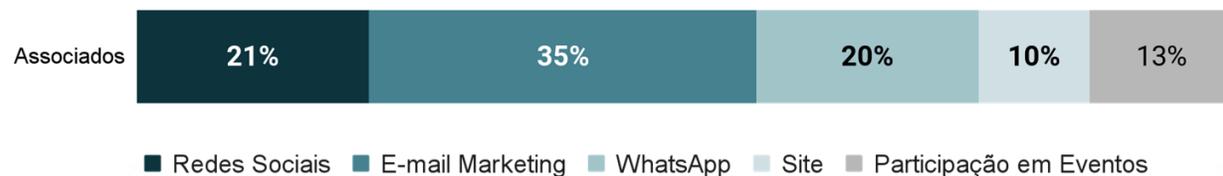
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Qual meio utiliza para acompanhar as ações da entidade?

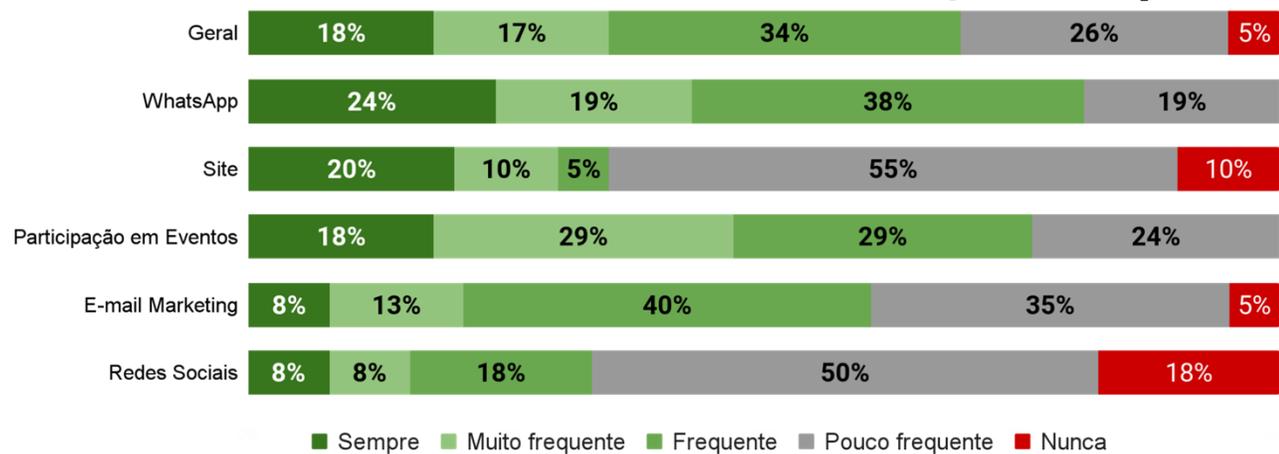
Meio | **Geral**



Meio | **Associados**



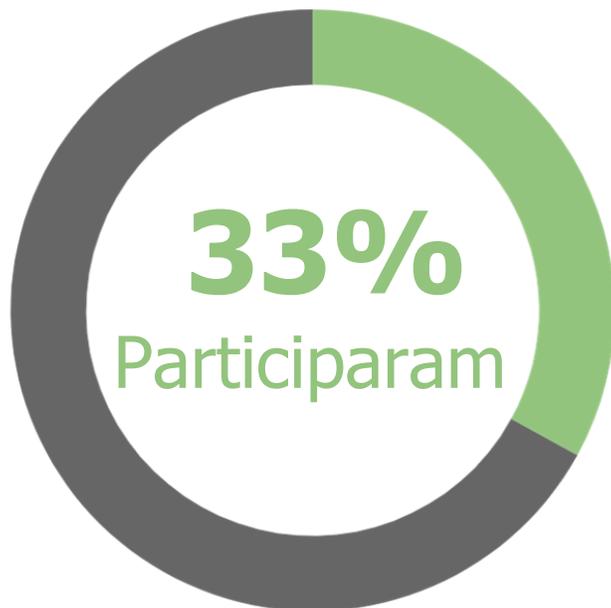
Meio dos Associados | **Por frequência**



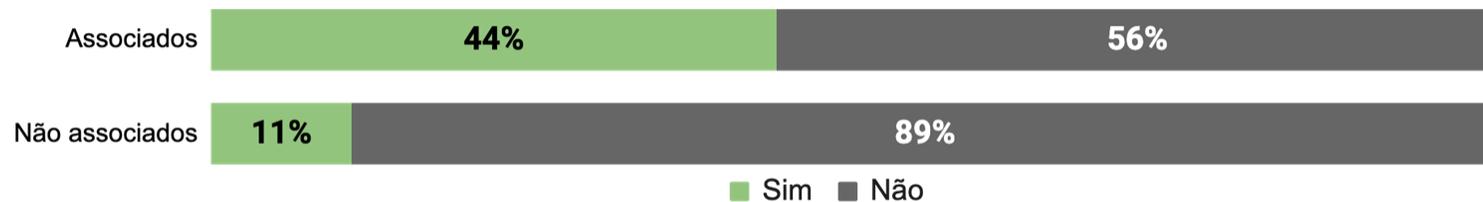
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Já participou de **comissões e núcleos de desenvolvimento setorial** organizados por entidades?

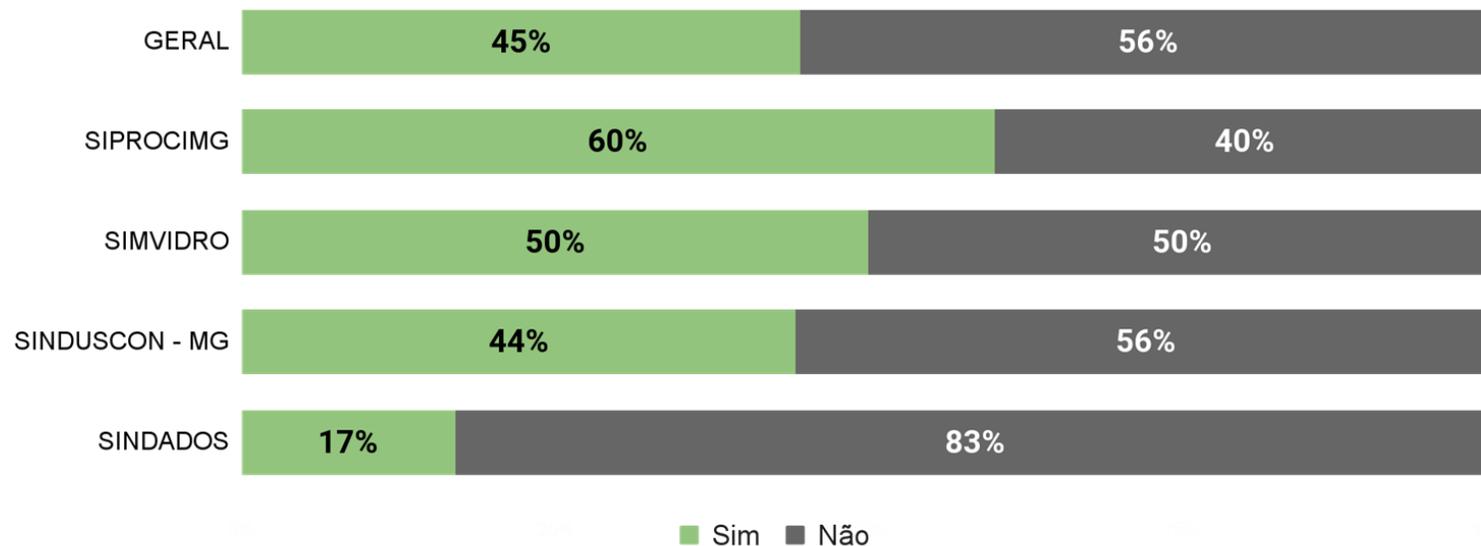
Participaram | **Geral**



Participaram | **Associados x Não Associados**



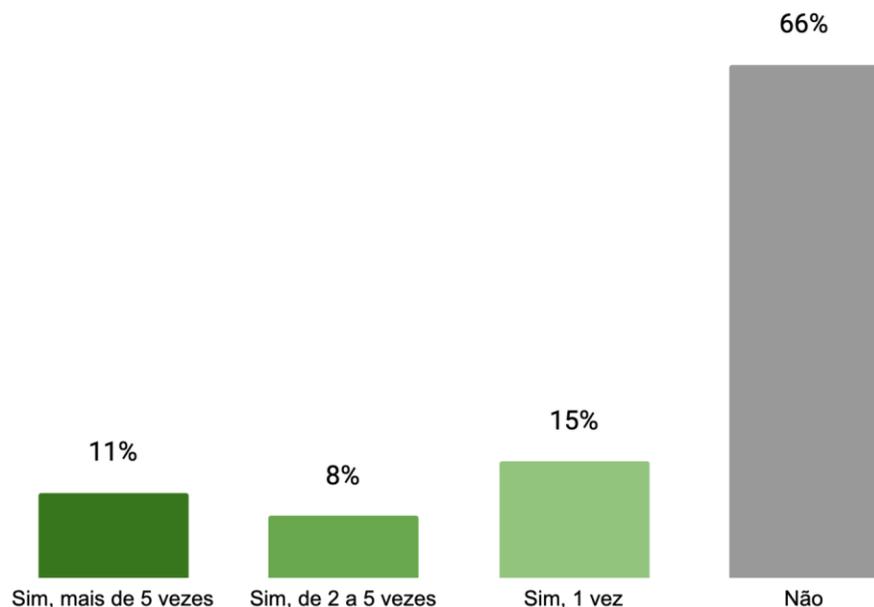
Participaram (Associados) | **Por entidade**



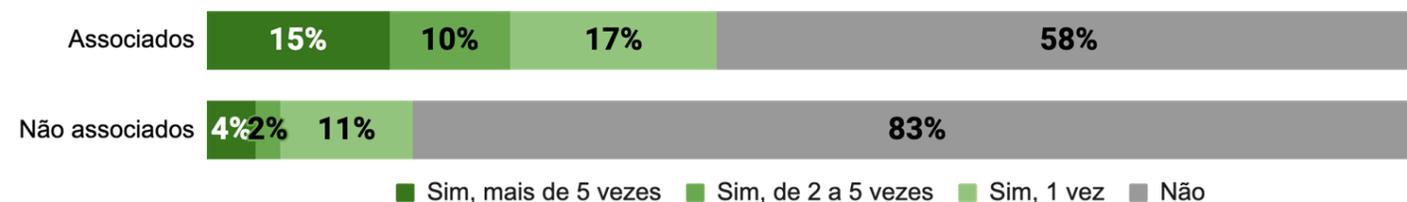
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Já participou de **assembleias gerais relativas à negociação salarial** ou convenções coletivas?

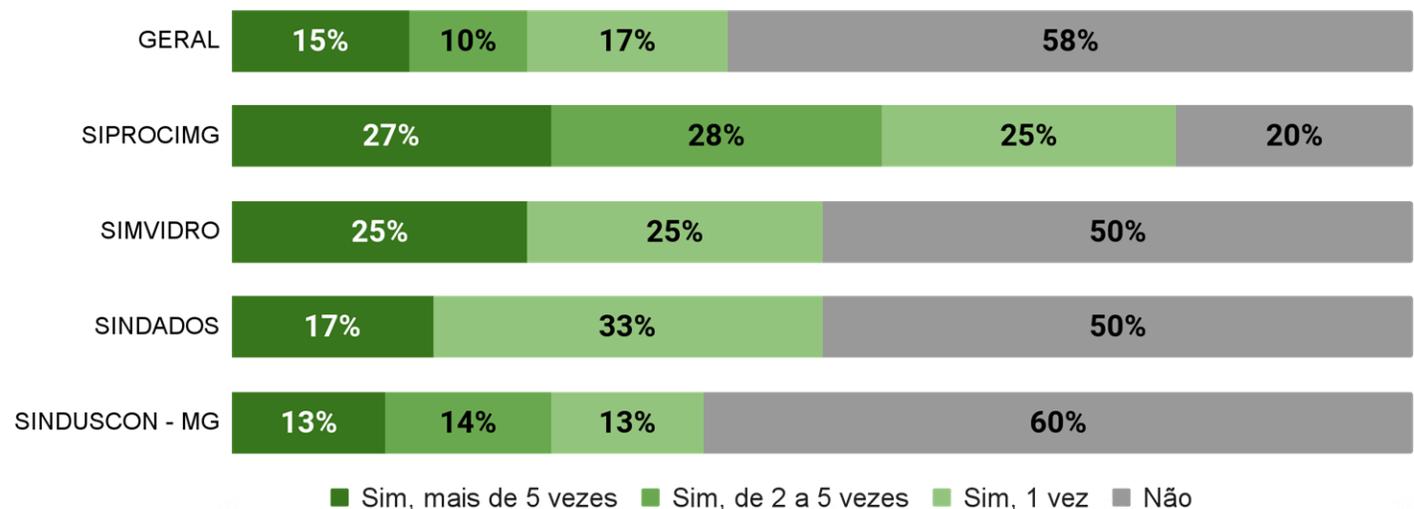
Participaram | **Geral**



Participaram | **Associados x Não Associados**



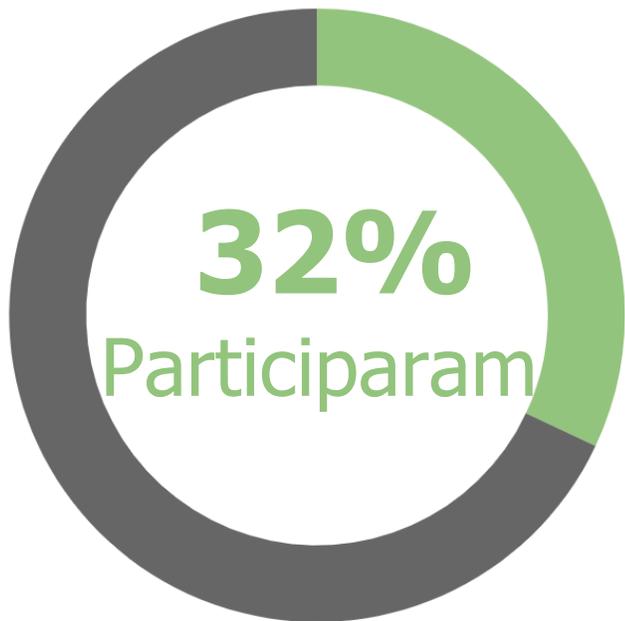
Participaram (Associados) | **Por entidade**



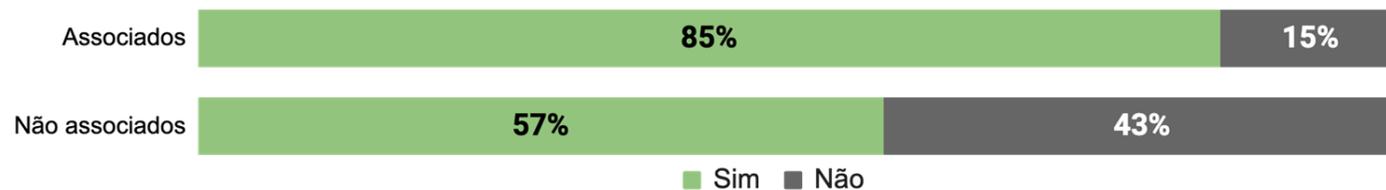
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Já participou de algum evento do setor?

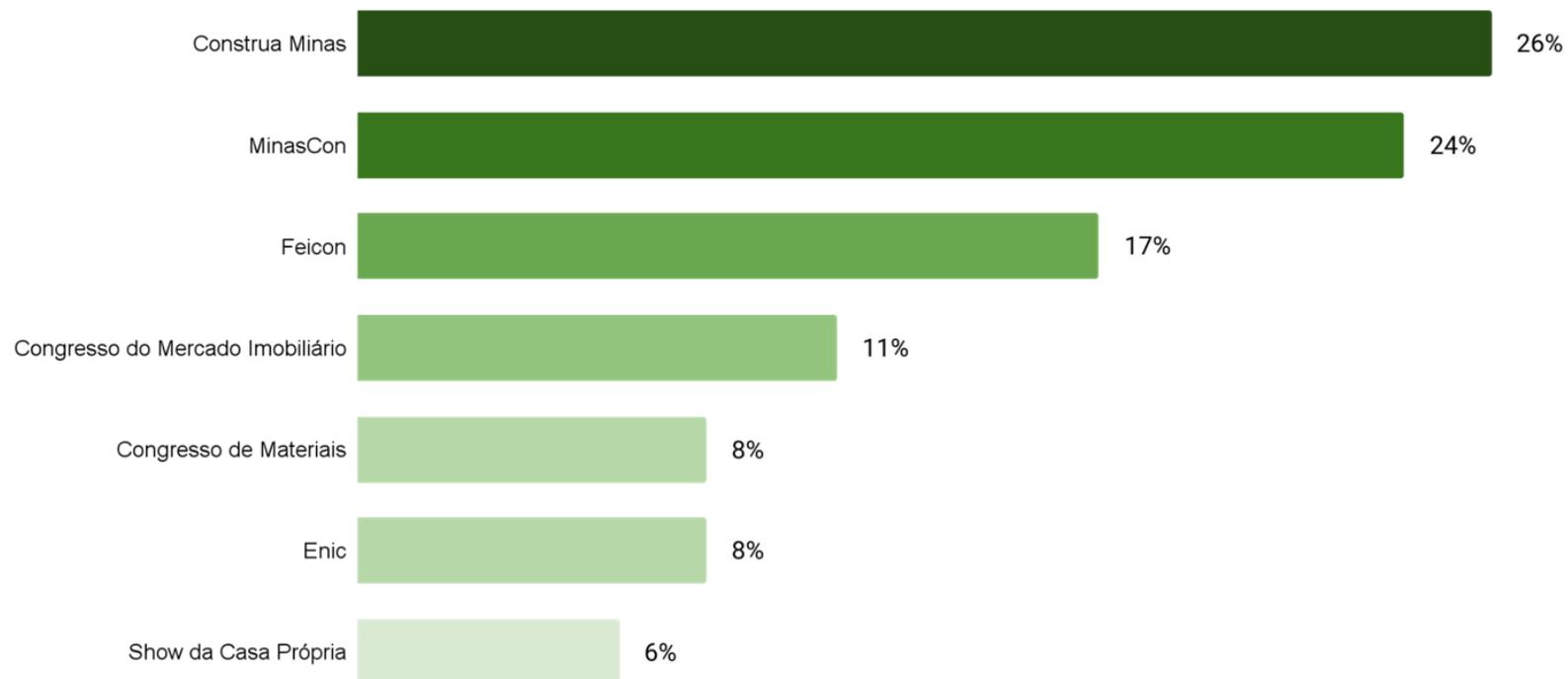
Participaram | **Geral**



Participaram | **Associados x Não Associados**



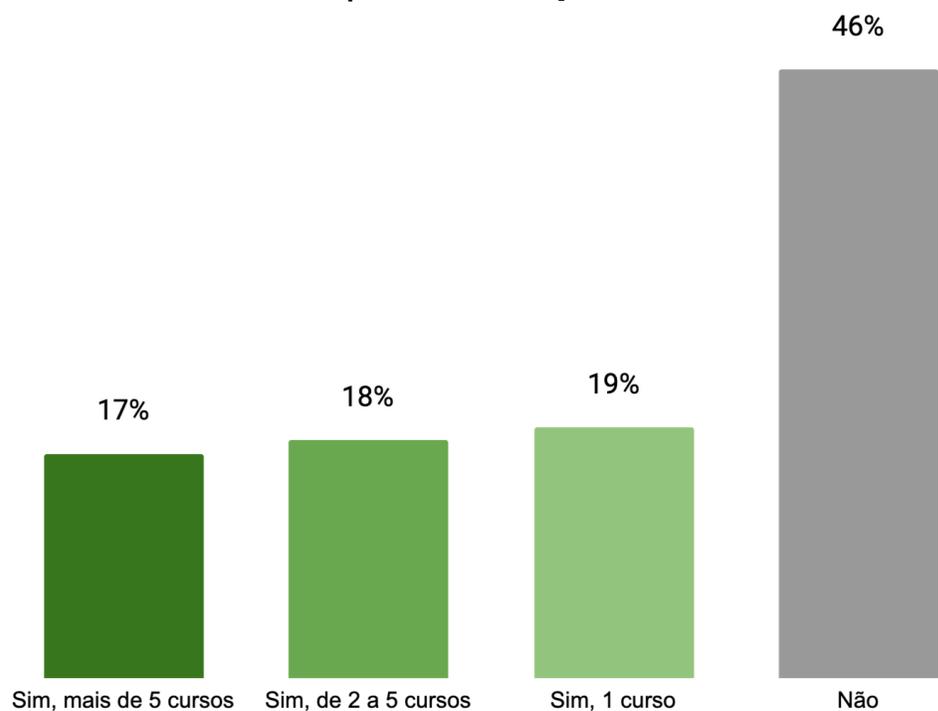
Participaram | **Por evento**



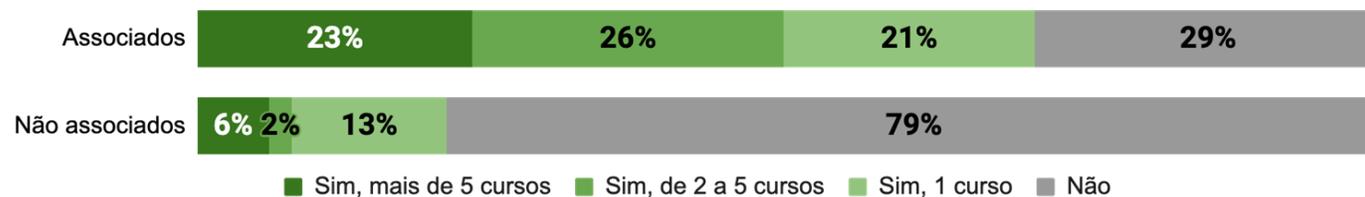
INTERAÇÃO | ENTIDADES

Já frequentou algum curso de algum sindicato pela sua empresa?

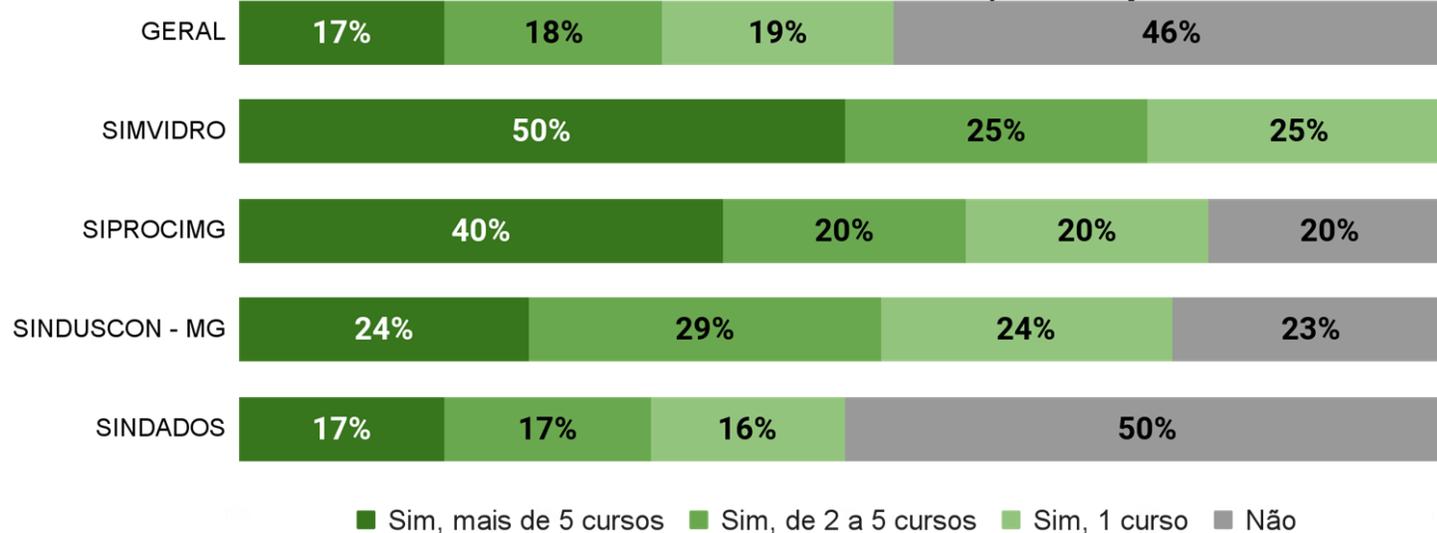
Frequentaram | **Geral**



Frequentaram | **Associados x Não Associados**



Frequência | **Por Entidade**





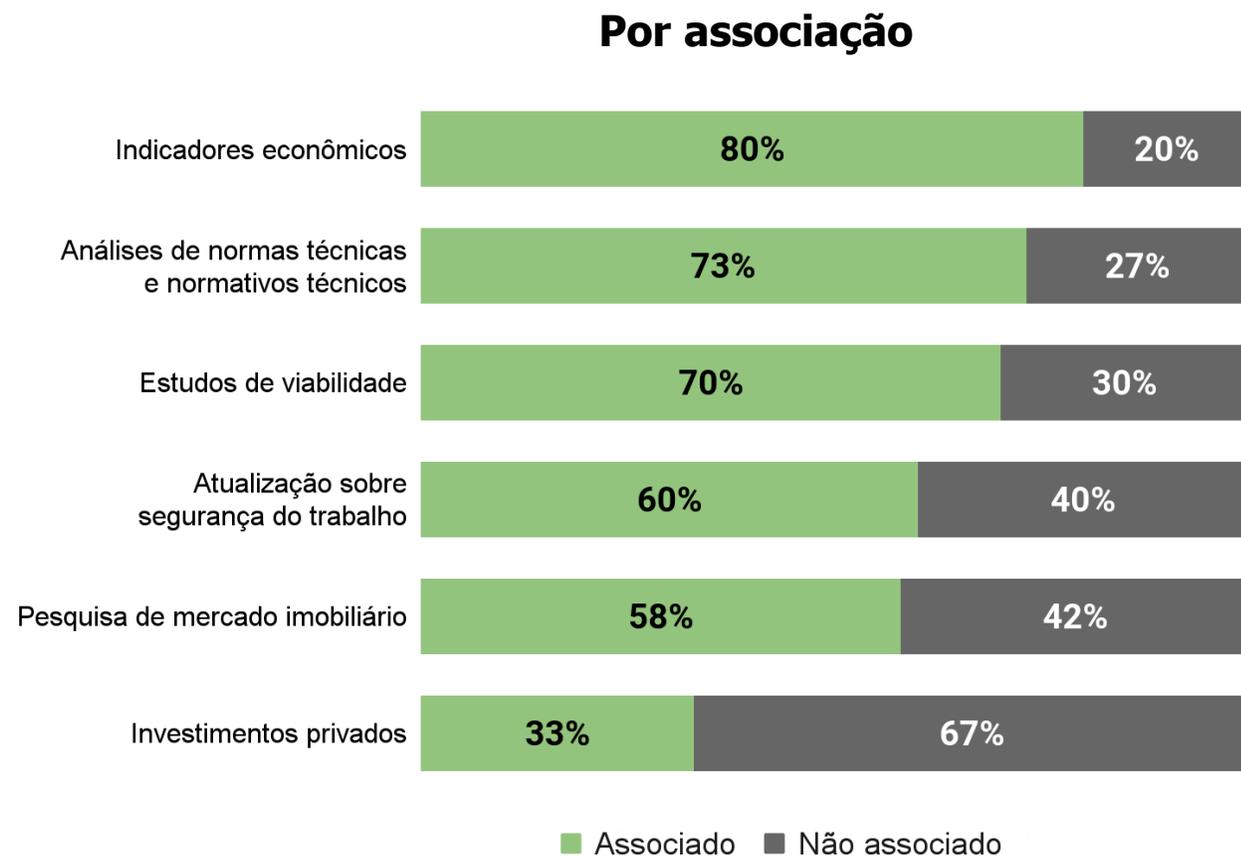
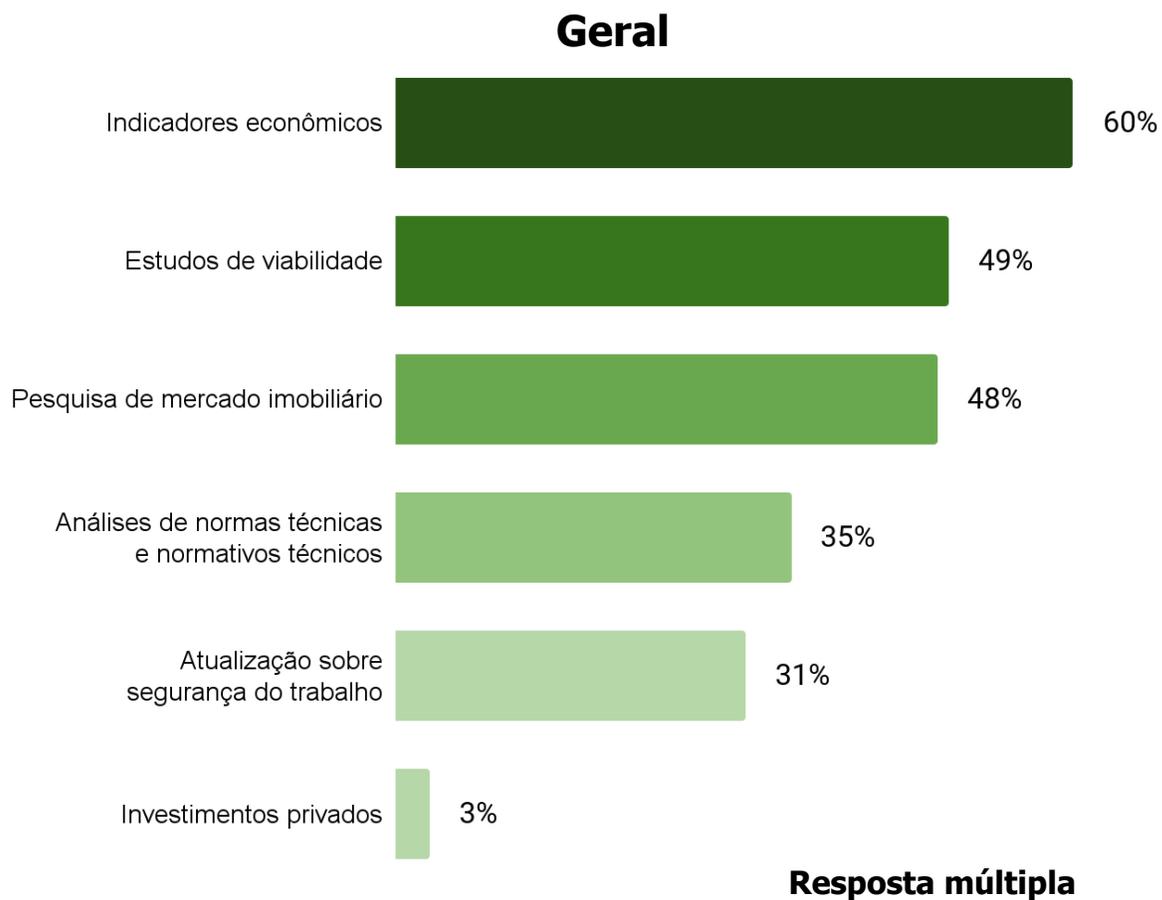
ATUAÇÃO DAS EMPRESAS

BRA!N

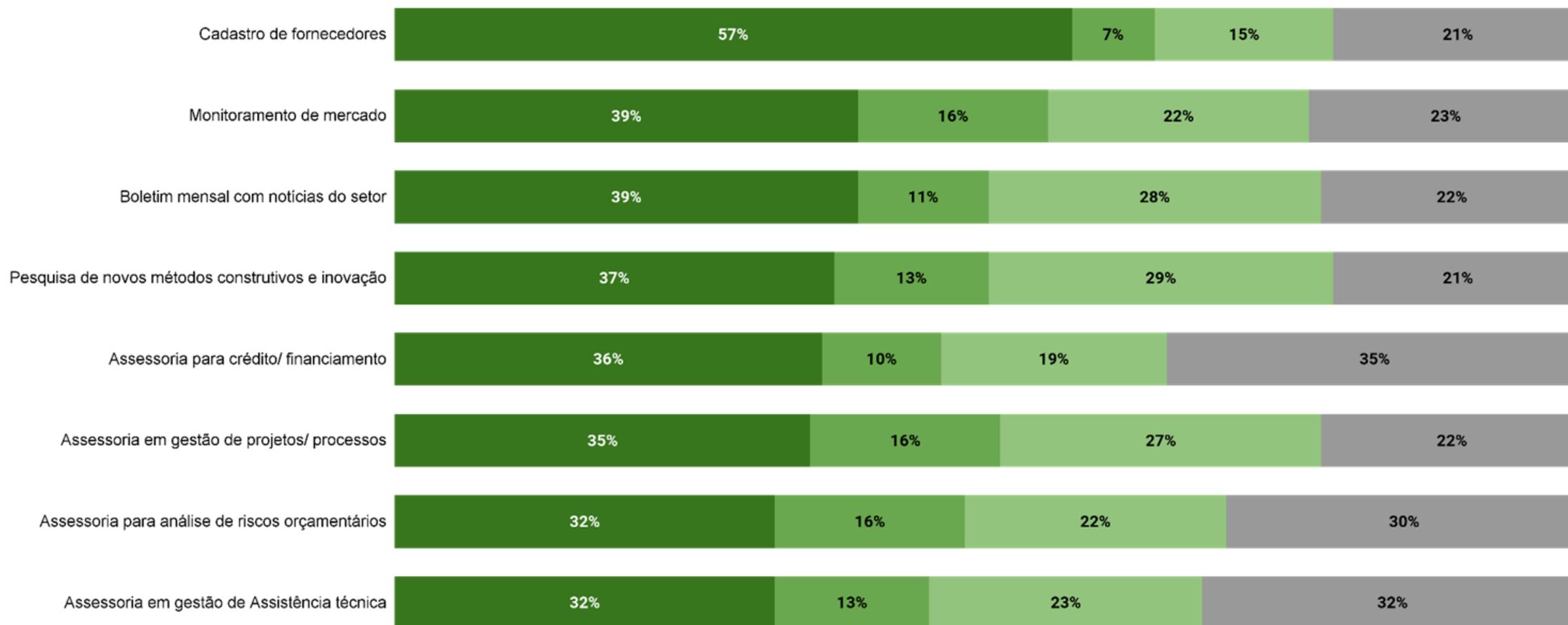


ATUAÇÃO | EMPRESAS

Quais instrumentos de **inteligência de mercado** sua empresa utiliza?

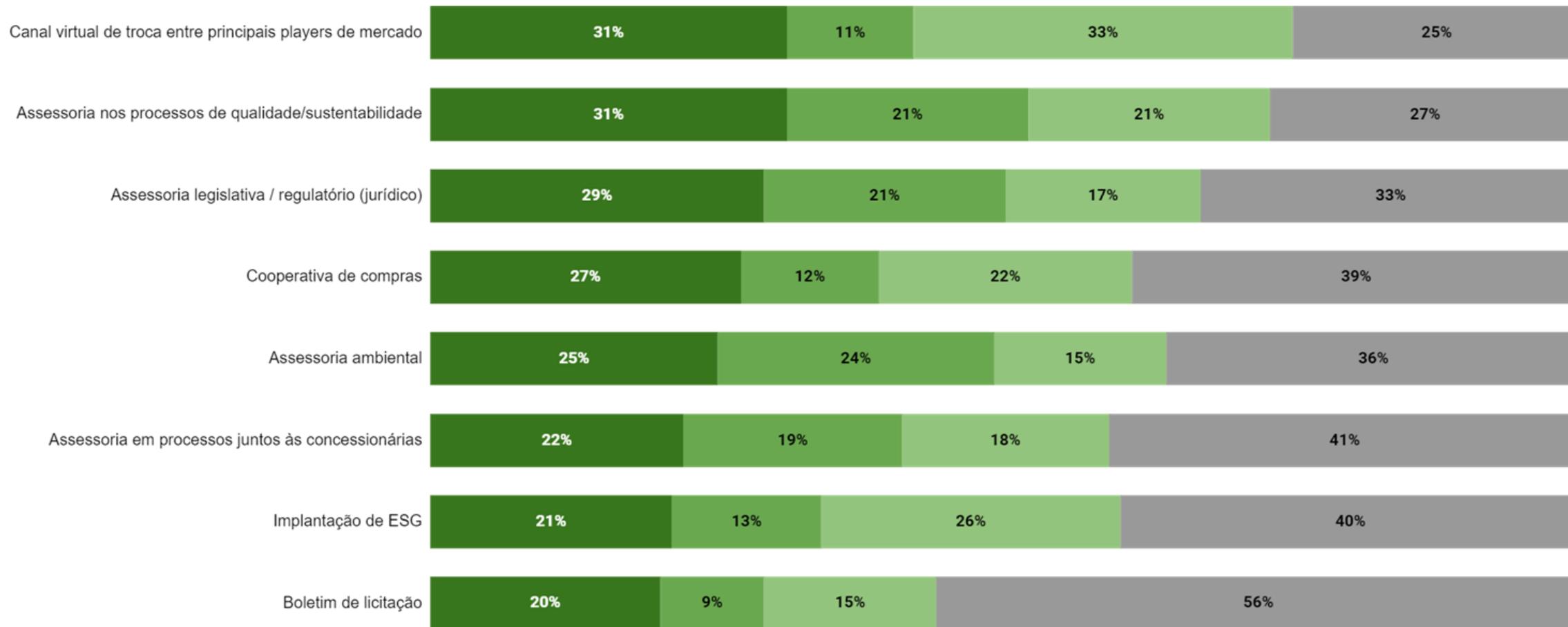


Indique se sua empresa já realiza ou tem **interesse em utilizar ou terceirizar os seguintes serviços:**



■ Já realizo na minha empresa ■ Contrato de terceiros ■ Não utilizo, mas tenho interesse ■ Não utilizo e não tenho interesse

Indique se sua empresa já realiza ou tem **interesse em utilizar ou terceirizar os seguintes serviços:**



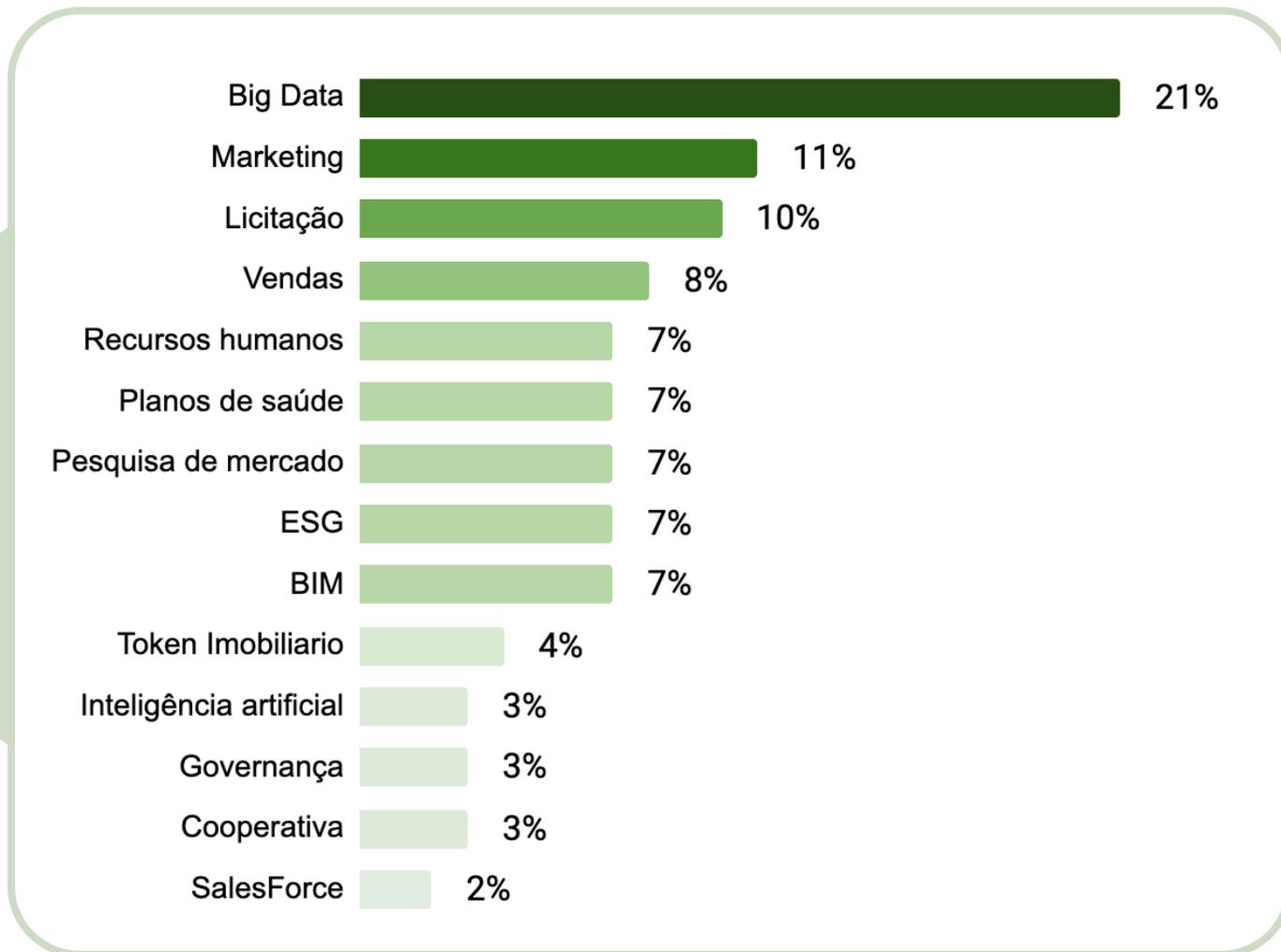
■ Já realizo na minha empresa ■ Contrato de terceiros ■ Não utilizo, mas tenho interesse ■ Não utilizo e não tenho interesse

ATUAÇÃO | EMPRESAS

Existe **outro serviço que sua empresa utiliza ou tem interesse em utilizar?**



● Sim ● Não



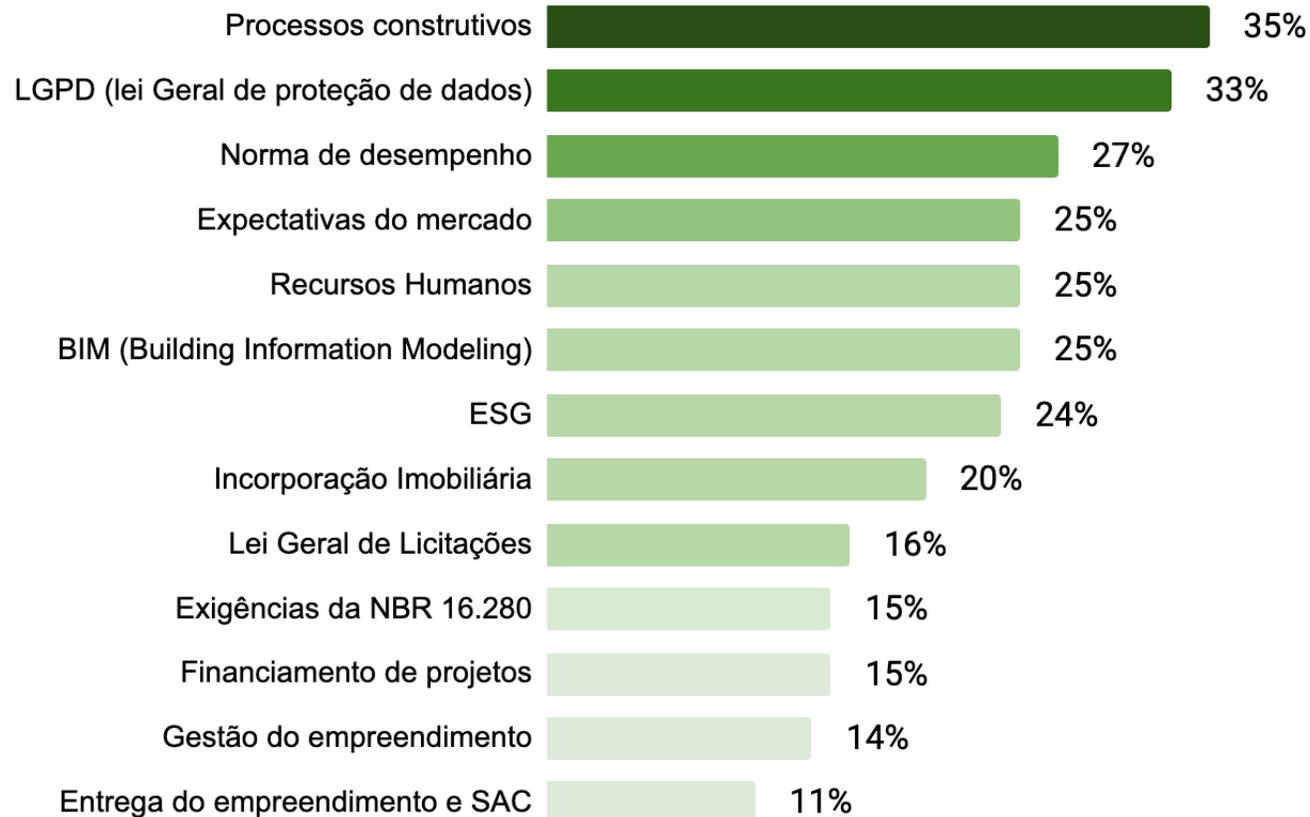
ATUAÇÃO | EMPRESAS

Utiliza ou já utilizou programas de **qualificação e capacitação profissional**?



● Sim ● Não

Em quais áreas de sua empresa utiliza / já utilizou?



Resposta múltipla

ATUAÇÃO | EMPRESAS

Utiliza ou já utilizou programas de **qualificação e capacitação profissional**?



● Sim ● Não

Em quais áreas teria interesse em realizar a capacitação?

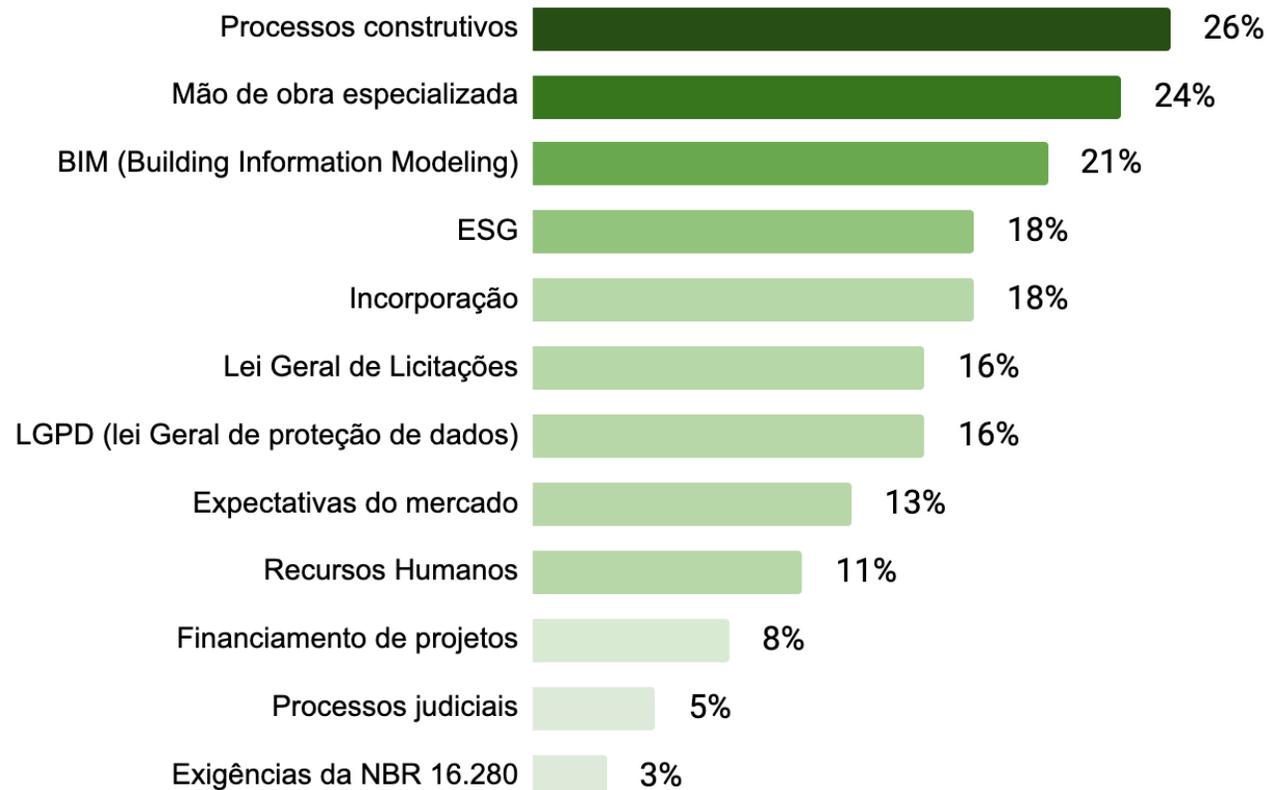




IMAGEM DAS ENTIDADES

BRA!N



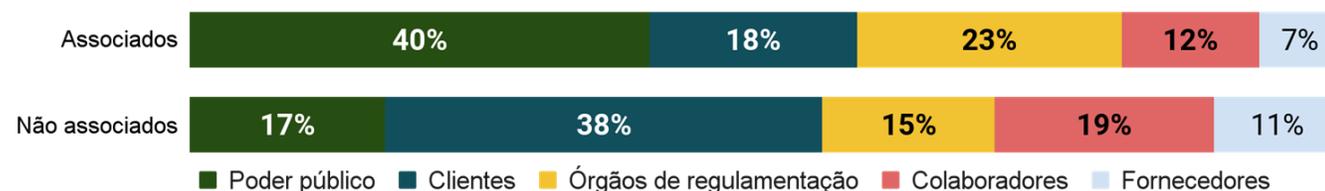
IMAGEM | ENTIDADES

Na sua opinião, qual deveria ser a principal área de representatividade de uma entidade do setor?

Opinião | Geral



Opinião | Associados x Não Associados



Opinião (Associados) | Por entidade

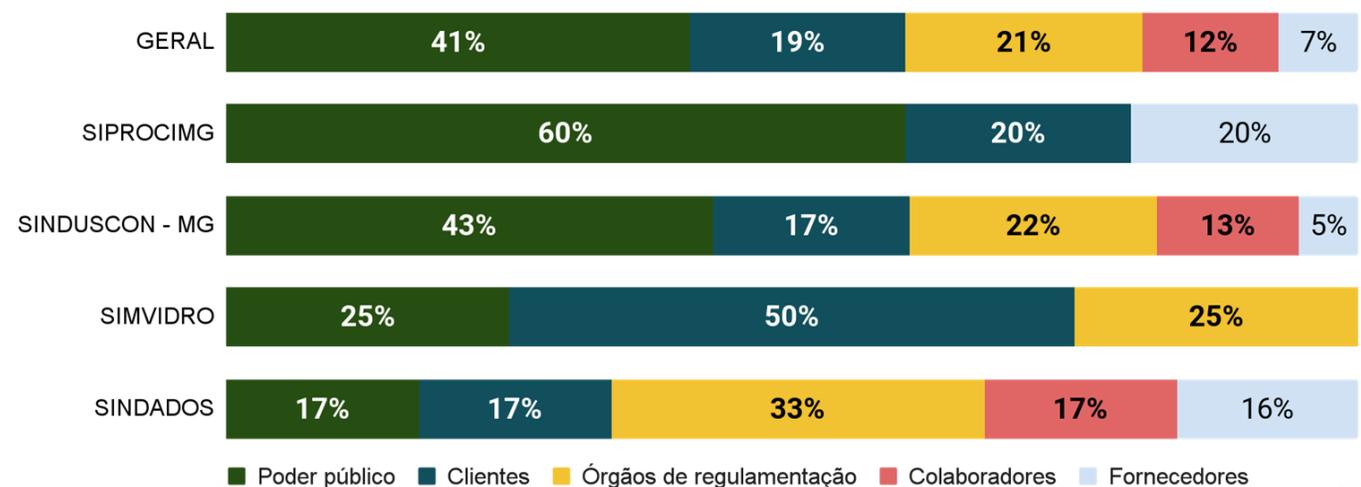
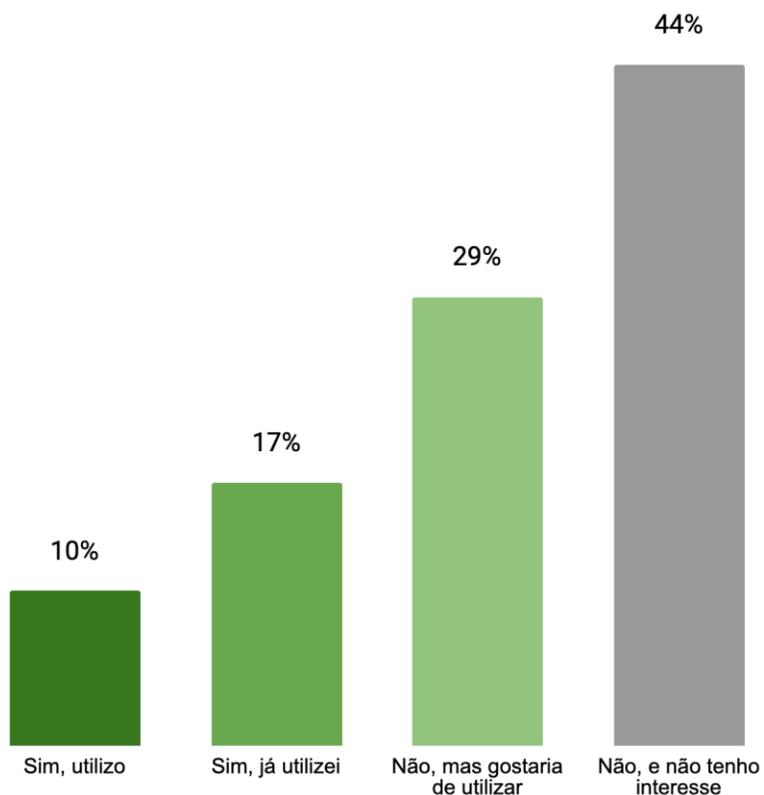


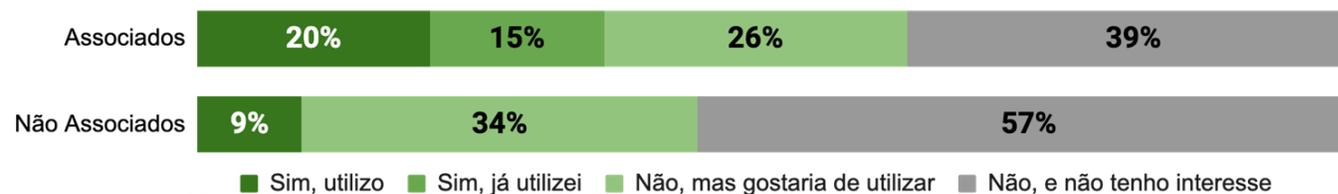
IMAGEM | ENTIDADES

Utiliza ou já utilizou alguma **Central de Compras**?

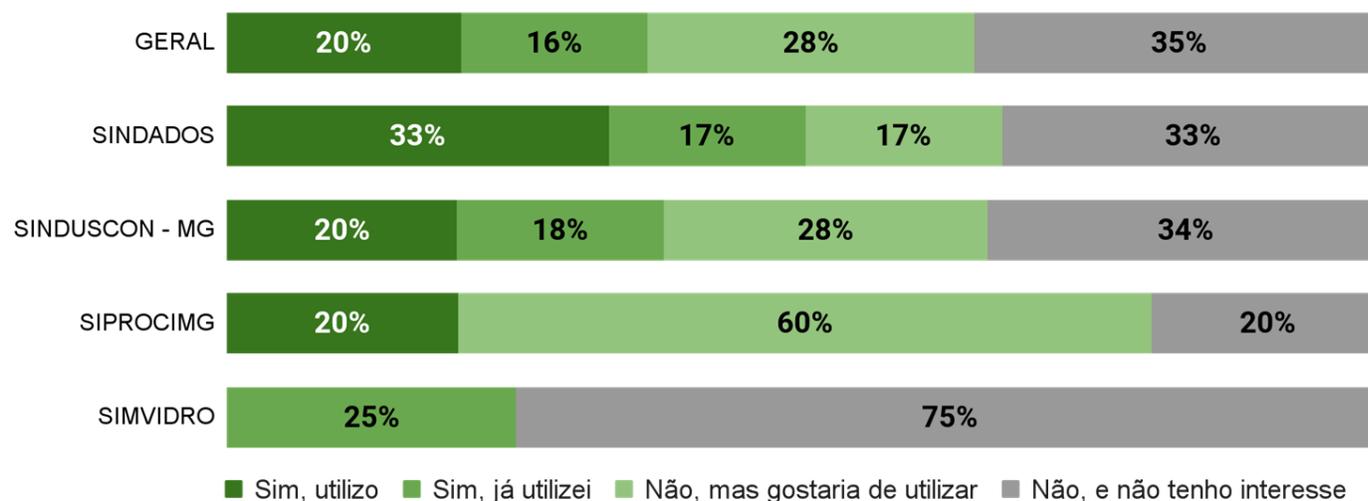
Utilizam | Geral



Utilizam | Associados x Não Associados



Utilizam | Por entidade



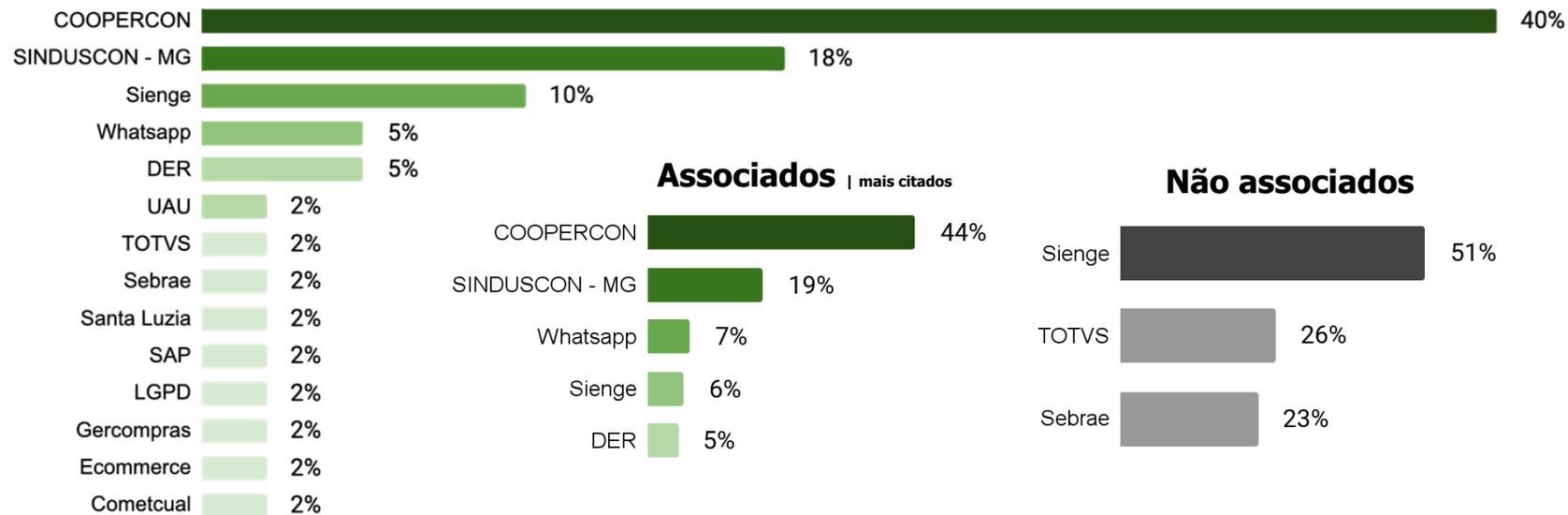
ATUAÇÃO | EMPRESAS

Utiliza ou já utilizou alguma Central de Compras? **Qual Central?**



● Sim ● Não

Geral

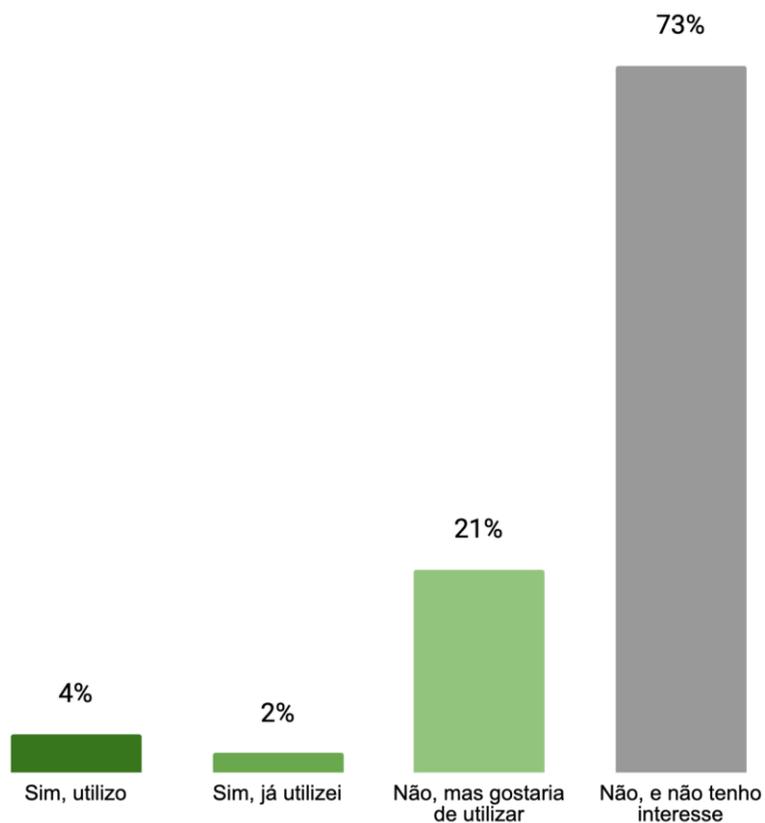


* Pergunta feita àqueles que utilizam ou já utilizaram alguma Central de Compras

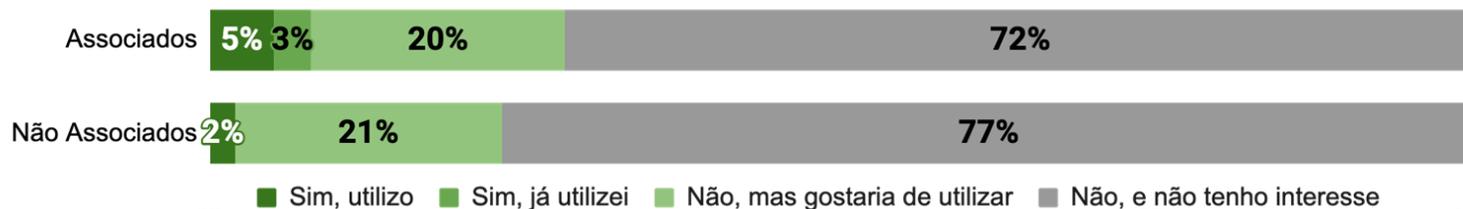
IMAGEM | ENTIDADES

Utiliza ou já utilizou algum **software de Leilão Reverso**?

Utilizam | Geral



Utilizam | Associados x Não Associados



Utilizam | Por entidade

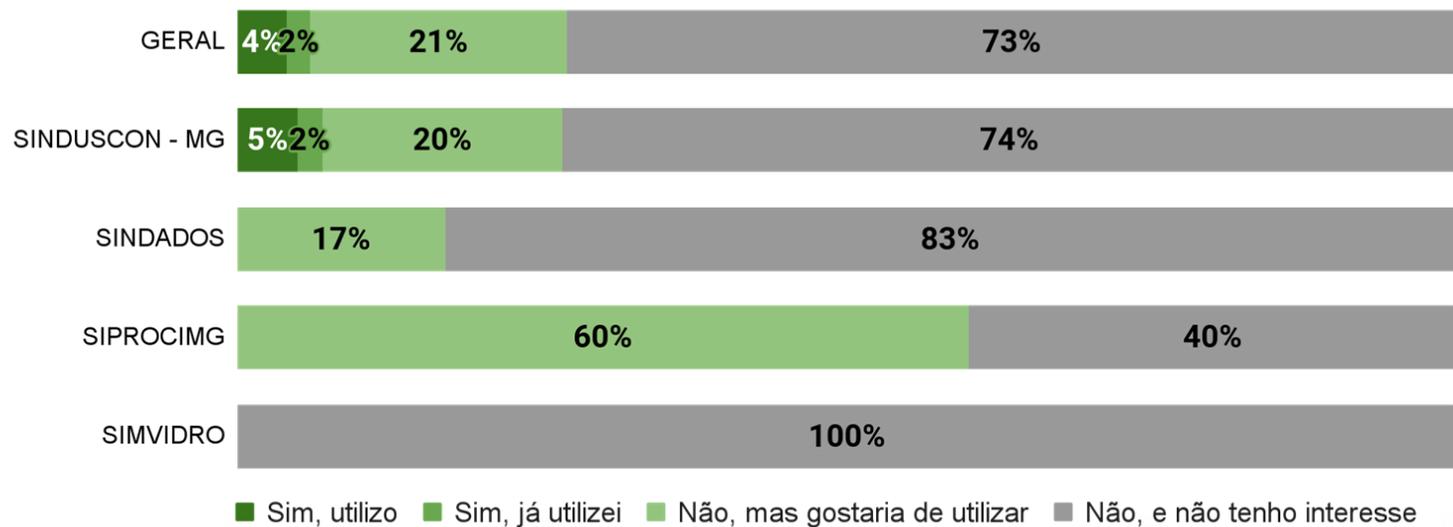
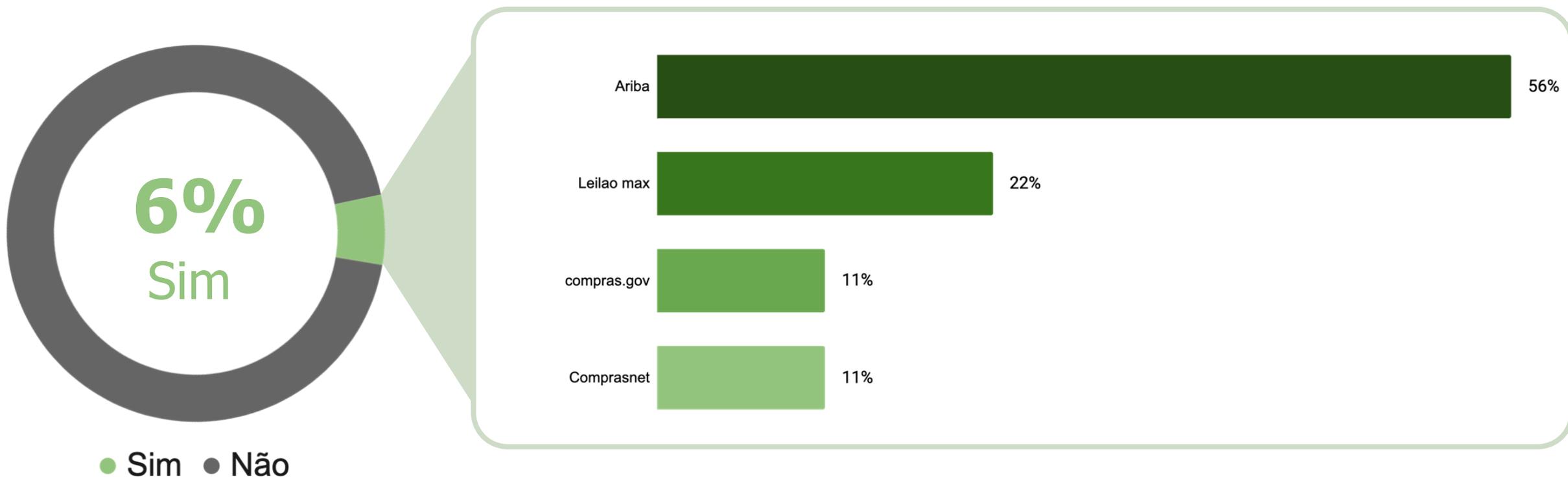


IMAGEM | ENTIDADES

Utiliza ou já utilizou algum software de Leilão Reverso? **Qual software?**



* Pergunta feita àqueles que utilizam ou já utilizaram algum software de Leilão Reverso



IMAGEM DO SINDUSCON - MG



BRA!N

IMAGEM | SINDUSCON - MG

Ao ouvir falar em SINDUSCON - MG, que palavra lhe vem à cabeça?



IMAGEM | SINDUSCON - MG

Quanto recomendaria o SINDUSCON-MG para outras empresas do setor?

Nível de recomendação | Geral

Net Promoter Score
52 %

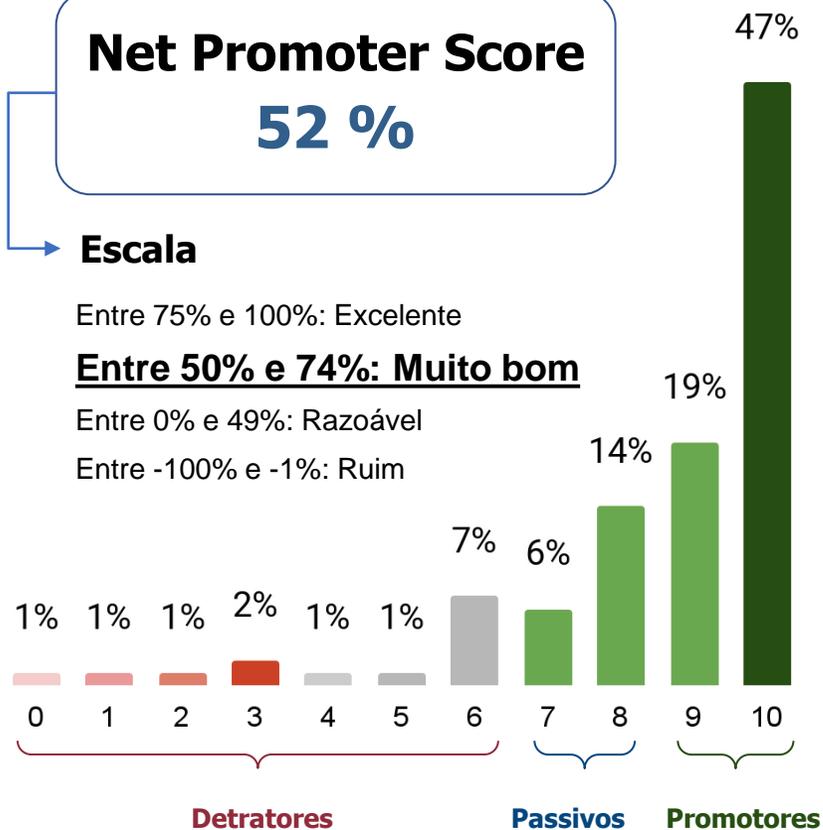
Escala

Entre 75% e 100%: Excelente

Entre 50% e 74%: Muito bom

Entre 0% e 49%: Razoável

Entre -100% e -1%: Ruim



Nível de recomendação | Associados



Nível de recomendação | Por cargo

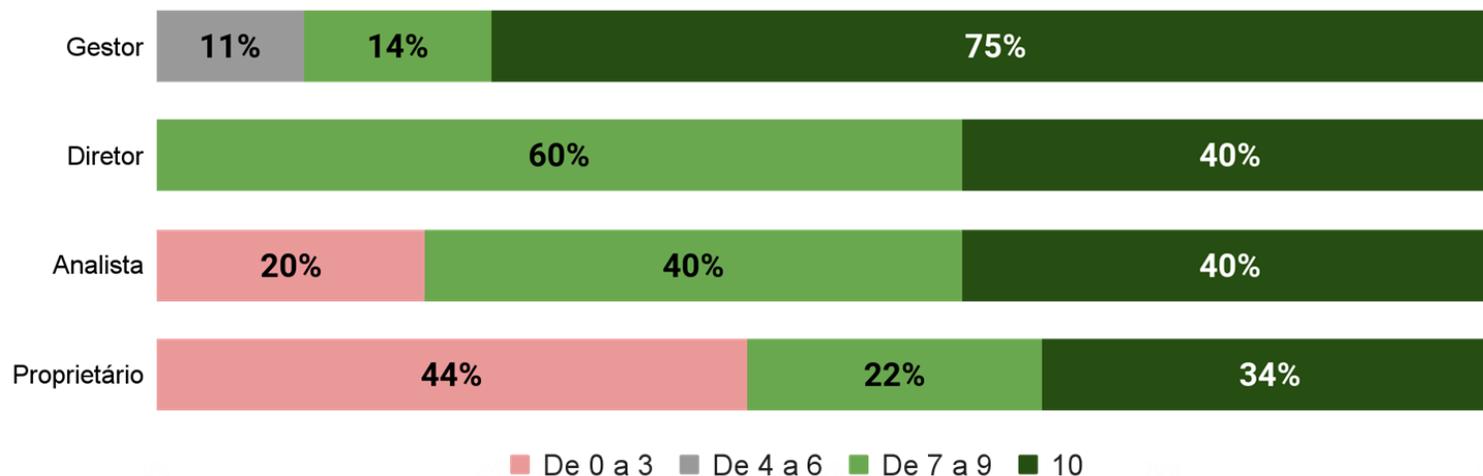
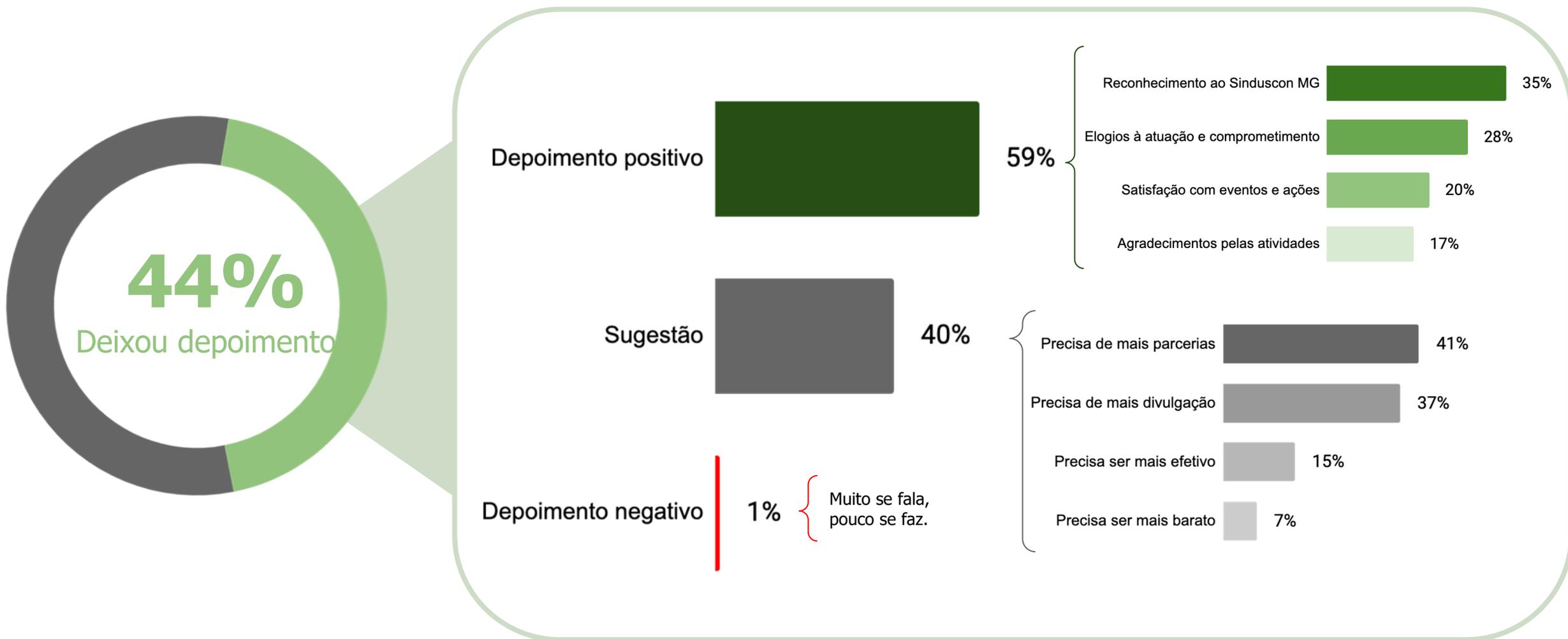


IMAGEM | SINDUSCON - MG

Gostaria de deixar sua **opinião, elogio ou sugestão** de melhorias para o SINDUSCON-MG?



CITAÇÕES



- “Diminuir os custos para participar como cliente da SINDUSCON.”
- “Gostaria de poder ser sócio do Sinduscon, mas o preço da mensalidade não justifica para minha empresa.”
- “Um atenção especial as pequenas construtoras de Belo Horizonte, observo discussões voltadas a atender aos grandes players do mercado. Criar um canal de qualificação, de baixo custo, para os empreiteiros. Nas pesquisas de vendas, seria interessante um ranking das empresas.”
- “MAIS REPRESENTATIVIDADE.”
- “Precisamos fortalecer mais o nosso setor formando um bloco unido em todo país.”
- “Acho que deveria ser mais combativo perante a órgãos públicos.”
- “O Sinduscon, a FIEMG, a CBIC, enfim todos precisam reclamar menos e buscar nas inovações a verdadeira solução dos problemas. Muito se fala, pouco se faz.....”
- “O nível de excelência e seriedade do Sinduscon-MG é notável, e chega a ser surpreendente comparando-se com outras instituições brasileiras. Sou um constante divulgador da entidade. Continuem assim!”
- “Maior atuação diante do Poder Público, Cartórios etc.”
- “Promover maior intercambio de novas tecnologias construtivas entre as empresas.”
- “Sinduscon MG faz um grande trabalho.”

CITAÇÕES



- “Sinto falta apenas de um ambiente de mais geração de negócios.”
- “Melhorar as oportunidades de apresentar soluções técnicas e de produtos aos associados.”
- “NÃO SOMOS ASSOCIADOS, MAS ESTAMOS NO MERCADO HÁ 25 ANOS. ENTÃO CREIO QUE O SINDUSCON DEVE BUSCAR MAIS CONTATOS COM AS EMPRESA DO SETOR.”
- “Excelente atuação.”
- “Promover maior união dos players.”
- “Estou gostando da atuação do sindicato.”
- “Alavancar cursos e assessorias especializadas na construção civil pesada industrial e, principalmente, eletromecânica.”
- “Pesquisa é muito longa, já tem 7 minutos q estou respondendo.”
- “Pesquisa muito boa.”
- “Sindicato bem comprometido com os interesses das empresas.”
- “Elogio pela competência e seriedade.”
- “Parabéns.”

CITAÇÕES



- “Oferecer uma atenção maior para as pequenas empresas do setor.”
- “Entendo ser extremamente importante este tipo de pesquisa. Só quem esteve lá um dia sabe da importância de saber a opinião e anseios dos nossos pares!! Assim que se faz um boa gestão!! Meus efusivos parabéns para toda diretoria tão bem capitaniada pelo presidente Renato Michel!!!”
- “Continuar ativo , participativo, sempre inovativo.”
- “Atende muito bem, e fica a sugestão de tentar junto as concessionárias a simplificação dos processos Copasa e Cemig.”
- “O Sinduscon-MG desempenha um papel importantíssimo no mercado imobiliário e da Construção Civil de BH. Somos muito gratos a tudo que o Sindicato fez e faz pelo setor. Parabéns pelo trabalho.”
- “Gostaria de participar de um grupo de associados para trocar experiências, informações, conhecimentos, fornecedores, etc. Percebo bastante resistência dos Associados. Entendo que que a troca de figurinhas como uma forma de melhorar de uma forma geral o nível da Engenharia como um todo.”
- “Continuem a trabalhar para o bem do setor da construção.”
- “Sindicato atuante.”
- “Excelente trabalho.”
- “Excelência.”
- “Melhor sindicato.”

CITAÇÕES



- “Atuação forte na construção civil.”
- “Cursos com níveis diferentes.”
- “Melhor divulgação das ações.”
- “Buscar maior integração em profissionais da área da construção.”
- “Entidade com grande grau de comprometimento em representar o setor.”
- “Ampliar o acesso de servidores públicos mas discussões e debates do sindicato.”
- “Não tem o q propor de melhorias.”
- “Sempre tem nos apoiado e ajudado sempre que necessitamos.”
- “Sindicato que evolui com o tempo.”
- “Atualização redes sociais.”
- “Evento muito interessante.”
- “Mais representatividade.”
- “Mais representatividade.”

CITAÇÕES



- “Sucesso a todos.”
- “Tudo ótimo.”
- “Sim, estacionamento.”
- “Aumentar a divulgação de benefícios.”
- “Muito bom.”
- “Gosto muito dos eventos, tem debates interessantes.”
- “Obrigado Sinduscon.”
- “Setor bem desenvolvido.”
- “Promoção do evento para o público estudantil nas áreas de engenharia.”
- “Atendimento.”
- “ACREDITO QUE É IMPORTANTE QUE TODAS AS ENTIDADES DO SETOR DA CONTRAÇÃO POSSAM SE UNIR E TRABALHAR JUNTAS NOS EVENTOS ASSIM COMO FIZERAM NO CONSTRUA MINAS, E ASSIM POSSAM POTENCIALIZAR O ALCANCE.”
- “MAIS PARCERIAS COM OUTROS SEGMENTOS, EXEMPLO, QUALIFICAÇÃO (ESCOLA DE FORMAÇÃO).”
- “MUITO BEM ESTRUTURADO.”

CITAÇÕES



- “Acessar as equipes técnica dos setores públicos.”
- “Parabéns.”
- “Ótima empresa.”
- “Gostaria de saber mais sobre as ações de capacitação do SINDUSCON junto com agentes integradores da indústria, no intuito de aumentar a qualificação de mão de obra disponível no setor. Gostaria também de conhecer formas de aumentar a remuneração de colaboradores que trabalham melhor, para prover justiça à competência destes últimos.”



CONCLUSÕES

BRA!N



PERFIL DOS RESPONDENTES

- Quanto as características predominantes dos respondentes, destacam-se:

Indivíduo

- **Quanto ao gênero é bem distribuído na amostra geral** (56% homens, 44% mulheres) **mas predominam homens nos associados sinduscon** (71%)
- **42 anos em média**
- **Ensino Superior e Pós** (45% cada)
- **Cargos executivos** (Proprietário 26%, Diretor 14%), **lideranças** (gestor 46%).

CONCLUSÕES



- Este estudo teve como objetivo levantar as percepções de organizações do mercado imobiliário e construção civil localizados na área de abrangência de Minas Gerais, região pelo qual atende o Sinduscon-MG.
- Para isso, esta avaliação se concentra em 4 categorias



**Pontos
fortes**



**Pontos
a melhorar**



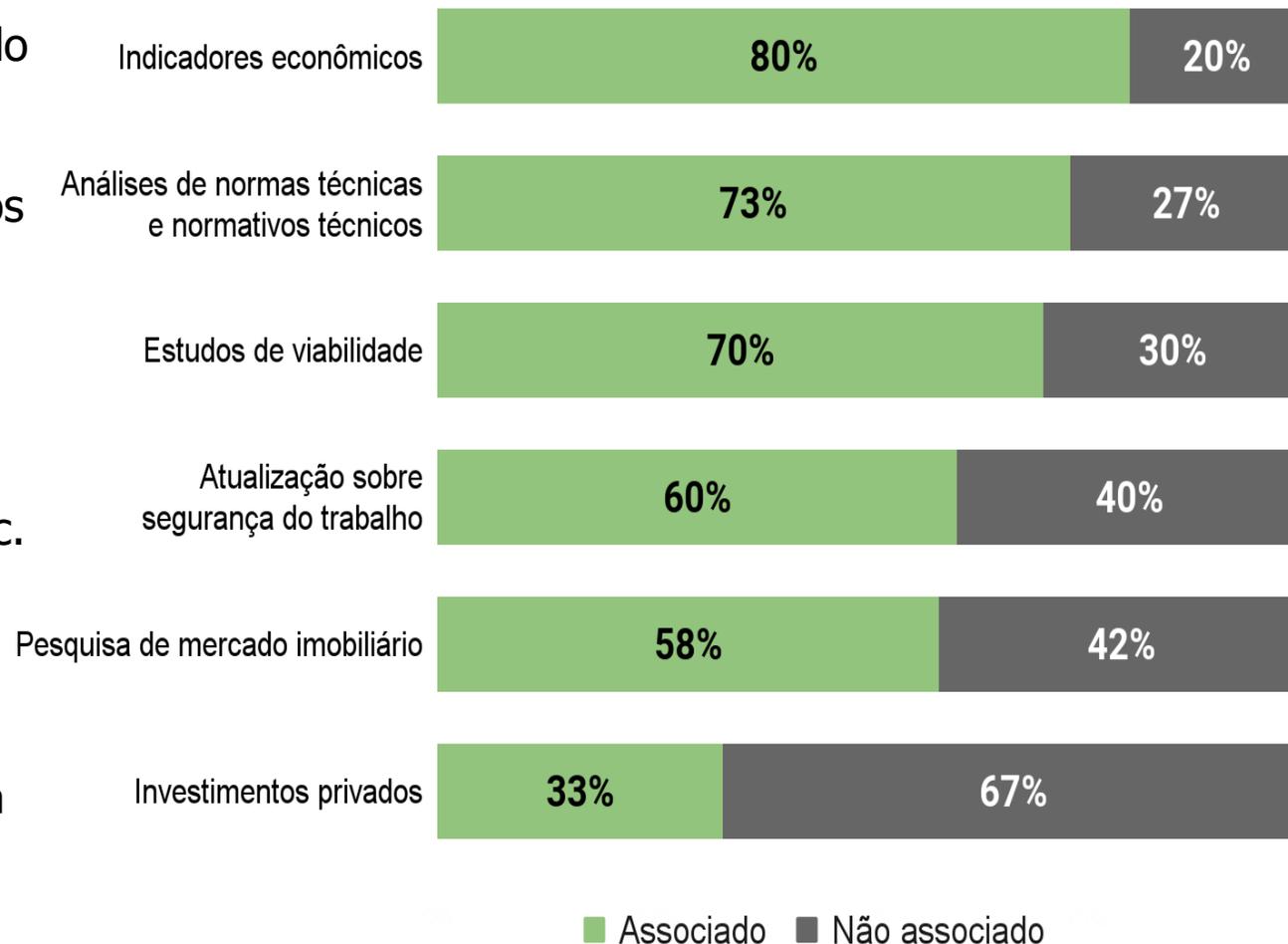
**Motivadores
para
afiliação**



**Pontos
a explorar**

Pontos fortes

- Quanto às ferramentas de inteligência de mercado utilizadas pelas empresas, os indicadores econômicos foram os mais citados como utilizados – o que demonstra a relevância da atuação do Sinduscon-MG na região, mais relevante que outras ferramentas de tomada de decisão, como EVTE, normas técnicas, pesquisa de mercado, etc.
- **Sugere-se vincular mais fortemente a identidade do Sinduscon-MG na produção dessas informações qualificadas de tomada de decisão.**



Pontos fortes

- Pode-se dizer que a imagem do Sinduscon-mg é avaliada de forma bastante positiva, com palavras que remetem a confiança, representatividade, e experiência no setor.
- Também informam, em maior grau, que recomendariam os serviços do Sinduscon-MG a outras empresas, predominantemente notas 7 a 10 (86%).

Nível de recomendação | Geral

Net Promoter Score
52 %

Entre 75% e 100%: Excelente

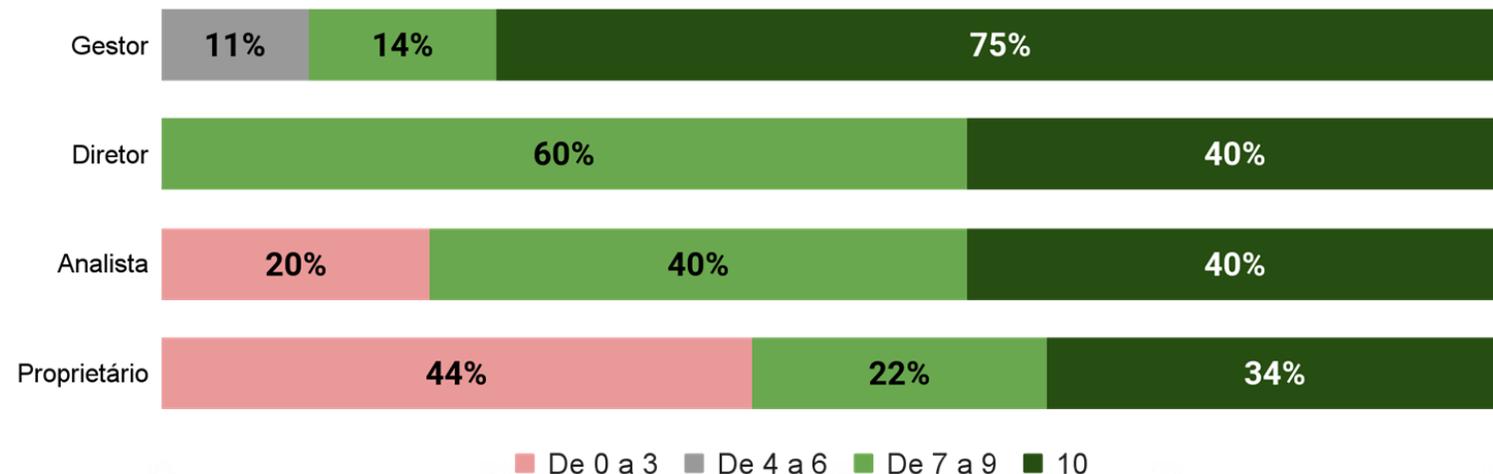
Entre 50% e 74%: Muito bom

Entre 0% e 49%: Razoável

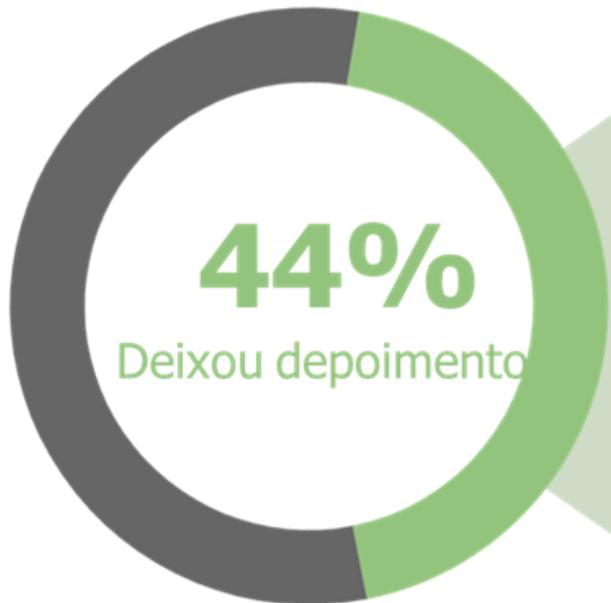
Entre -100% e -1%: Ruim



Nível de recomendação | Por cargo



Pontos fortes



Opiniões gerais sobre o Sinduscon-MG

Depoimento positivo



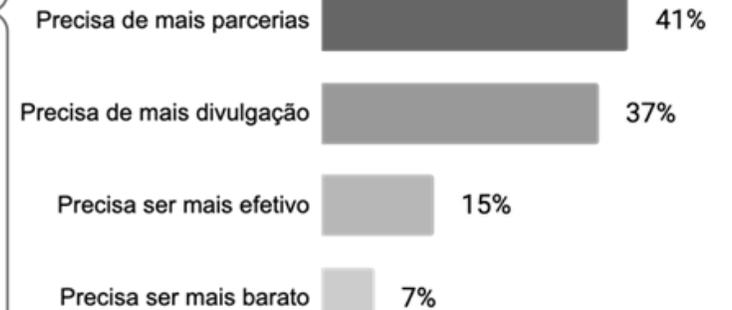
59%



Sugestão



40%



Depoimento negativo

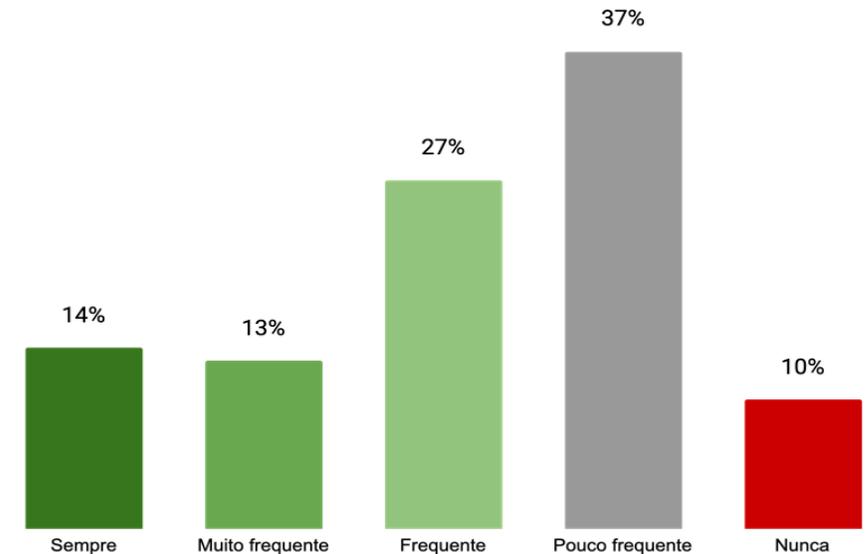
1%

Muito se fala,
pouco se faz.

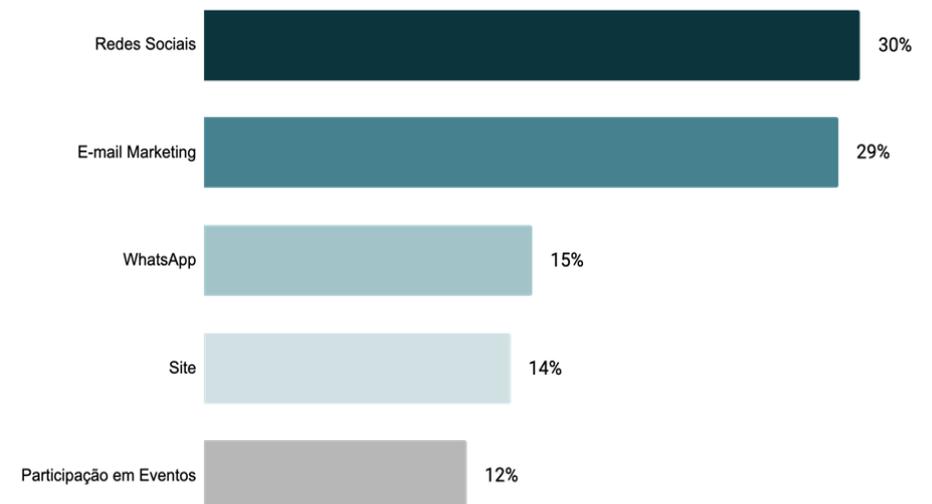
Pontos a melhorar

- Os respondentes apontam, em maior grau (37%) que pouco acompanham as ações das entidades, enquanto que 27% indicam acompanhar de forma frequente.
- Estas opiniões apontam que a entidade possa melhorar suas estratégias de comunicação, principalmente de inbound marketing e call to action, a fim de atrair novos associados e aproximar seus associados, além de melhor explorar a entrega de valor das ações da entidade.**
- Dentre as ferramentas mais usuais, as redes sociais, email-marketing e whatsapp são as mais citadas.

Frequência | Geral



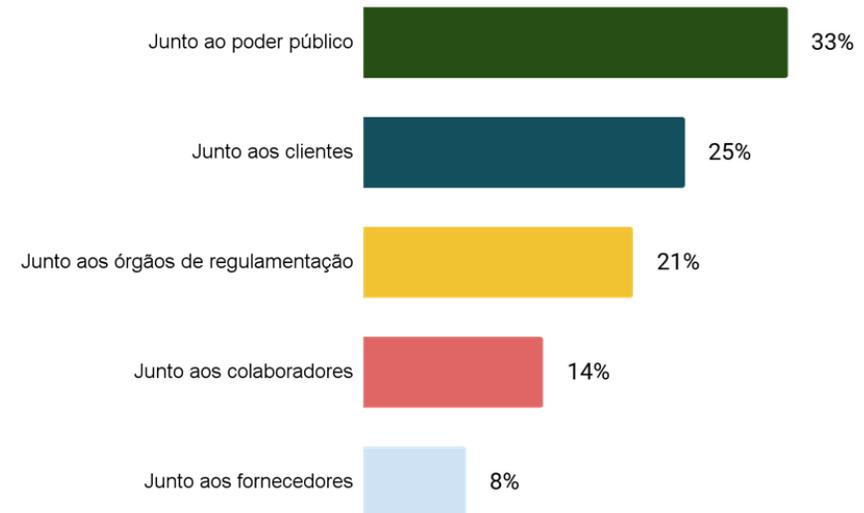
Meio | Geral



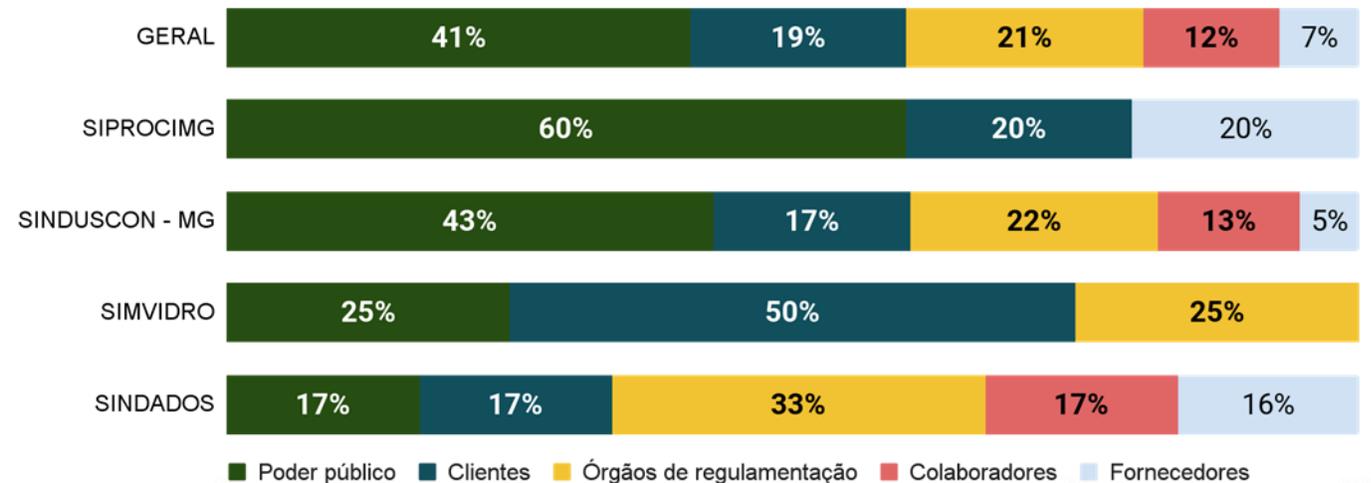
Pontos a melhorar

- Na opinião dos associados, as maiores atuações das entidades de classe se dão em negociações junto ao poder público e órgãos de regulamentação, além de ser um canal de atração de clientes.
- Portanto, aqui deva-se concentrar as principais características da entrega de valor da entidade.

Opinião | Geral



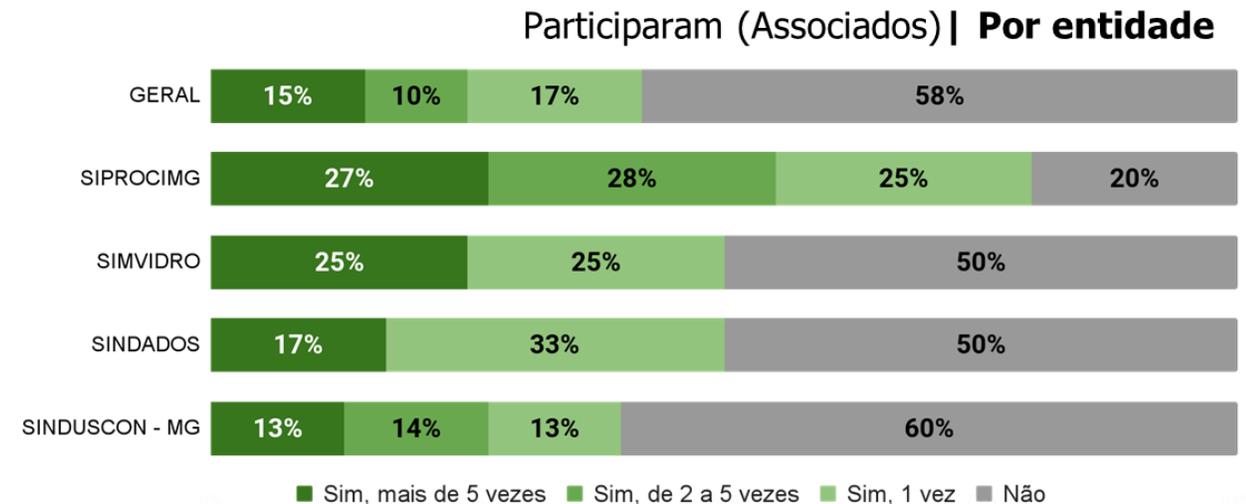
Opinião (Associados) | Por entidade



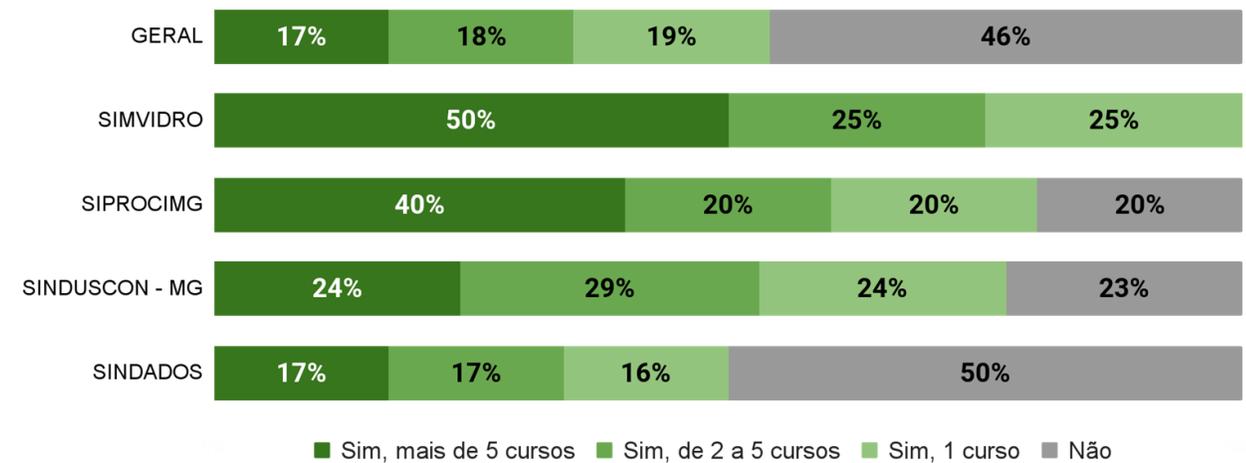
Pontos a melhorar

- Talvez, uma forma de melhorar a comunicação da entrega de valor da entidade, seja pela promoção da participação ativa nas suas ações.
- Embora pareça uma boa proporção de participação nos associados sinduscon nas comissões e núcleos de desenvolvimento setorial (40% e 50%, respectivamente), ou em assembleias de negociação salarial, a participação de outras entidades é igual ou maior. Este envolvimento afeta diretamente as percepções de satisfação e benefícios que as entidades trazem a seus associados.

Assembléia de Negociação salarial



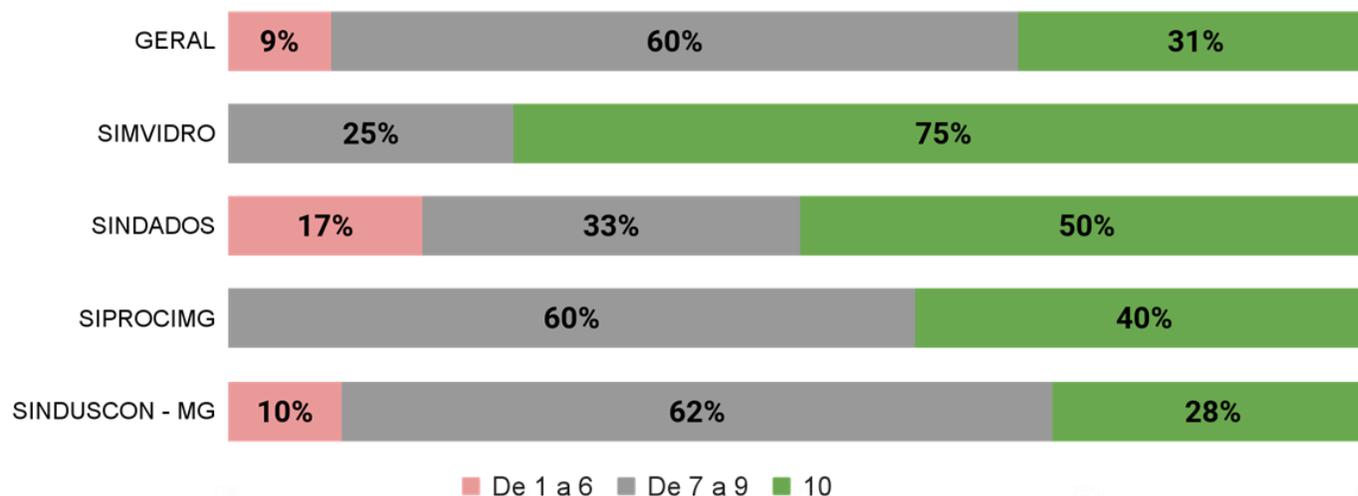
Comissões de desenvolvimento setorial



Motivadores para afiliação

- Maior representatividade de amostra são de associados Sinduscon-MG (47%). Deste total, 28% deram a nota máxima à entidade – enquanto que 62% deram nota entre 7 e 9. Isto indica de forma geral um **nível de satisfação elevado, bem como um baixo fator de insatisfação** – apenas 10% deram notas entre 1 e 6.
- Quando se compara com as informações com outras entidades (embora uma menor representatividade na amostra), **orientamos levantar um estudo de benchmarking com a SIMVIDRO, SINADOS e SIPROCIMG, observando boas práticas que justifiquem a alta proporção de notas máximas.**

Satisfação | Por entidade

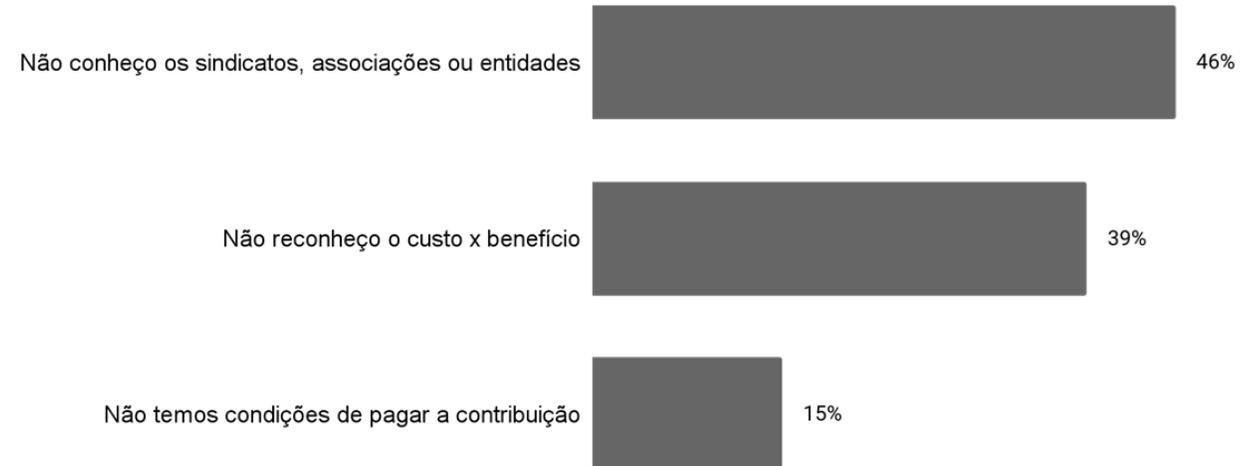


Pontos a explorar

- Dos respondentes, 31% indicou não ser associado a qualquer entidade de classe. Dentre as razões, 3 razões principais: Não conhecer, não enxergar a entrega de valor (razão custo x benefício), e não ter condições financeiras de associar-se.

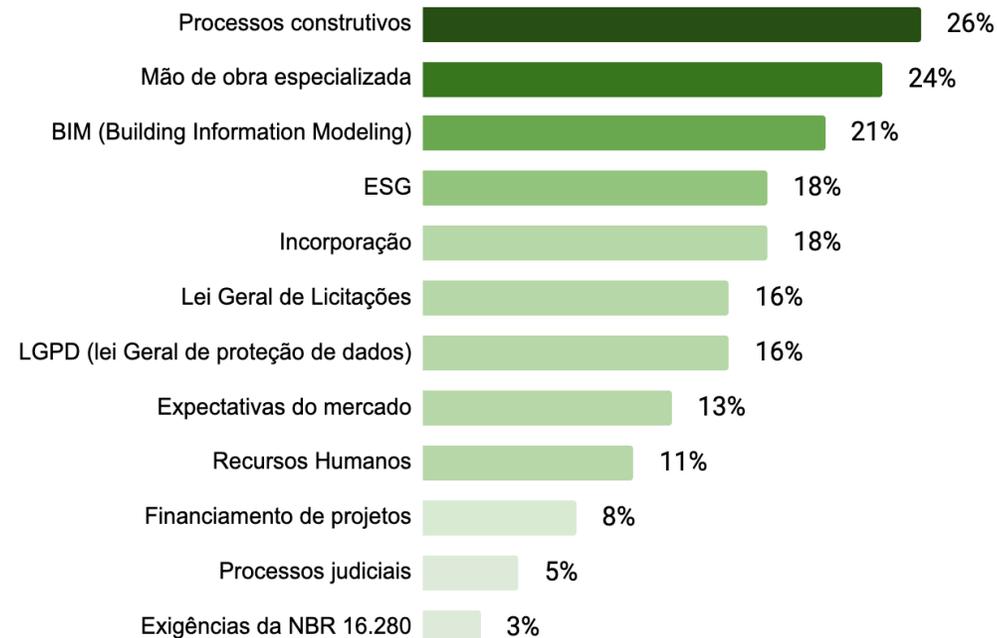
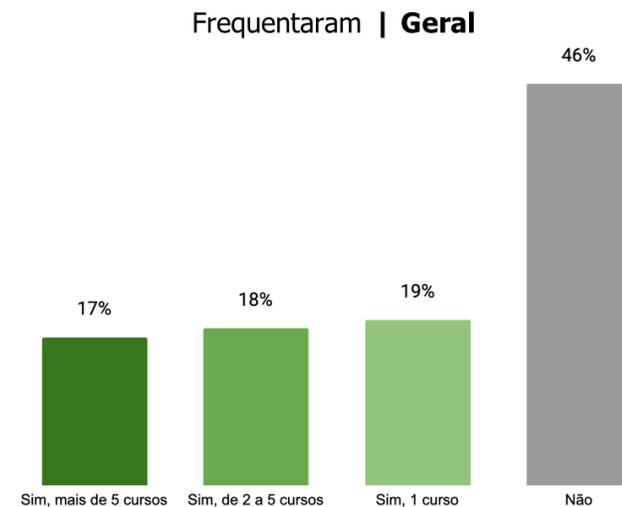
- **Considerando que público, em maior grau, refere-se a pequena empresa, recomenda-se criar um plano de comunicação e afiliação específico considerando as especificidades deste perfil de empresa.**

Por qual motivo a sua empresa não é associada?



Pontos a explorar

- Embora um dos principais problemas apontados como enfrentados pelo setor seja a falta de mão-de-obra especializada, os respondentes também indicaram em maior grau não participar dos cursos promovidos pelas entidades – muito embora, 72% indicou já participar de qualificações mais específicas.
- Sugere-se portanto, a entidade explorar as qualificações como uma unidade de negócio mais estruturada, trazendo cursos in company, sob demanda, ou novos modelos (como a plataforma de Cursos Brain).



Pontos a explorar

- Os respondentes apontaram suas **percepções sobre problemas enfrentados atualmente no setor**. Dentre os 5 mais citados: 55%-Falta de mão de obra qualificada; 33%-burocracia; 31%-acesso ao crédito; 27%-crise financeira; e 25%-baixa produtividade.
- Estes apontamentos apoiam a orientação de atuação do Sinduscon-MG, como por exemplo:

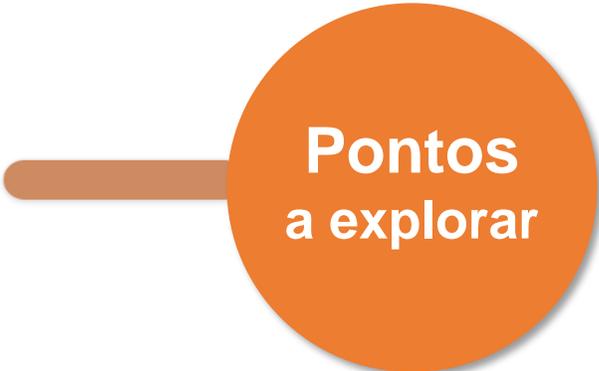
Representatividade junto
aos órgãos
governamentais

Ferramentas de
automação

Parcerias e
representatividade junto
as entidades financeiras

Cursos e capacitações
para mão-de-obra
especializada

Ferramentas de
inteligência de mercado



Pontos a explorar

- Dentre as atividades que mais destacaram ter interesse em utilizar E que não utilizam hoje, representando a citação por mais de 1/4 da amostra:
 - Boletim de notícias do setor
 - Novos métodos de construção / inovação no setor
 - Assessoria em gestão de projetos
 - Canal virtual de troca entre players do mercado
 - Implantação de ESG

CONCLUSÕES



- Quanto a imagem da marca Sinduscon-MG, avaliada como positiva, importante destacar que não somente há uma representatividade significativa (86%) de respondentes classificados como Promotores da marca (66%) ou neutros, como ainda o impacto baixíssimo daqueles considerados detratores (14%) – conforme metodologia NPS aplicada.
- Observamos, no entanto, que os depoimentos positivos se referem mais estritamente a boa avaliação das ações gerais de promoção, eventos, e aparente comprometimento com as pautas do setor. Percebe-se também que o Sinduscon-MG é tido como uma referência enquanto entidade de classe.
- Porém, assim como a avaliação das sugestões e depoimento negativo, **consideramos que as ações devam estimular mais o desenvolvimento de produtos que atendam a usuários de nível técnico/operacional, pois já há um atendimento satisfatório a nível estratégico** Esta percepção se corrobora pelo fato de que a concentração de notas mais baixas (0 a 6) concentram-se nos cargos de gestão, analista e proprietário (este último, pela maior classificação de PME, pode justificar pelo fato do envolvimento de proprietários com o operacional).

CONCLUSÕES



- Ainda, diante das indicações mais citadas de ferramentas de inteligência de mercado, claramente há uma vantagem competitiva do Sinduscon-MG no levantamento e distribuição de indicadores econômicos de mercado imobiliário (80% indicaram a utilização). **Esta, inclusive, pode ser uma estratégia de posicionamento do Sinduscon-MG.**
- Considerando ainda os mais citados, como análise de normas técnicas (73%), EVTE (70%), acompanhamento de normas de segurança do trabalho (60%) e pesquisa de mercado imobiliário (58%), **o que se vê em comum nos itens são uma alta demanda e investimentos para capturar informação qualificada para tomada de decisões, porém mais fortemente para usufruto de cargos de nível técnico/operacional.**
- Assim, sugere-se explorar este item, seja na **produção de conteúdo com estratégias de marketing inbound e ferramentas call to action** (como e-books, webinars, workshops, etc), ou mesmo trabalhar no **desenvolvimento de novos produtos relacionados a produção, distribuição, ou na facilitação e orientação de metodologias** para atender essa demanda de informação qualificada.

CONCLUSÕES



- Os respondentes apontaram também que em maior grau (54%) acompanham de forma frequente a sempre as ações da entidade, predominantemente via redes sociais (30%), email marketing (29%) – e chama a atenção a menor indicação de acompanhamento em eventos.
- Avaliando como oportunidade avaliar a atuação do Sinduscon-MG segmentada por nível estratégico, tático e operacional, também recomenda-se promover ações customizadas para atender demandas destas classes. Por exemplo, enquanto que para níveis estratégicos, como diretores e executivos, um evento de articulação de pautas do setor possa ser mais proveitoso, para os níveis táticos, como por exemplo, gestão comercial, os eventos possam focar em promover fortemente o networking e construção de relacionamento, enquanto que para os níveis operacionais possam ser produzidos a nível de workshops de disseminação e avaliação de normas técnicas. **Ou seja, segmentar a entrega de valor do Sinduscon-MG por nível do usuário.**
- Da mesma forma a produção de conteúdo, bem como ações que promovam a interação do usuário e flexibilização de conteúdos rápidos do Sinduscon-MG, como aproximar contato via whatsapp (newsletter por exemplo).

CONCLUSÕES



- Observamos também que embora haja uma avaliação bastante positiva sobre as ações gerais do Sinduscon-MG, associados de outras entidades tem um representatividade maior de muito satisfeitos (notas 9 a 10), como SIMVIDRO (75%), SINADOS (50%) e SIPROCIMG (40%) – quase sequer tiveram notas abaixo de 7. **Orientamos neste sentido a necessidade de realizar um estudo de benchmarking sobre as ações destes sindicatos, principalmente no que oferecem além da articulação do setor e defesa de pautas estratégicas.**
- Do mesmo modo, orienta-se a trabalhar na proposta de valor em relação não somente aos serviços para cada nível de usuário (estratégico, tático e operacional), como também trabalhar a estratégia de captação de PME. Um exemplo seria a **oferta de pacotes de serviços e benefícios, diferenciando o valor conforme a amplitude de acesso a informações, cursos e participação nas ações**, o que facilitaria não só o acesso a novos associados menores, como também permite trabalhar o incentivo a afiliação no melhor pacote pela avaliação de custo x benefício na comparação dos pacotes (“por um incremento menor de pagamento eu consigo um acesso maior à serviços”).



CONSULTORES DO ESTUDO



BRA!N



EQUIPE



Fábio Tadeu Araújo
CEO



Marcos Kahtalian
Fundador



Angela Negrão
Supervisora de Pesquisas
Quantitativas

CONHEÇA NOSSA DIRETORIA



Fábio Tadeu Araújo
Sócio e CEO
fabio@brain.srv.br



Leticia Tiboni
Diretora Administrativa
leticia.tiboni@brain.srv.br



Marcos Kahtalian
Fundador e Diretor Técnico
marcosk@brain.srv.br