

pesquisa de diagnóstico de

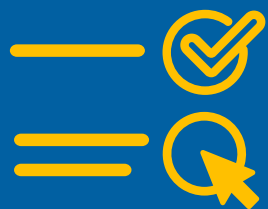
Gestão Lotéricas



objetivo

**diagnosticar os principais
problemas de gestão
enfrentados pelas lotéricas e
formatar um produto específico**

1.735 entrevistas



pesquisa quantitativa



metodologia quantitativa, com o emprego da técnica de pesquisa via web

entrevistados os donos de lotéricas no Brasil

margem de erro de +/- 2,5%, para um intervalo de confiança de 95%, para os resultados gerais

link com o acesso ao questionário da pesquisa disponibilizado na Plataforma da Caixa

coleta de dados: entre **31/01** e **13/02** de 2017

os valores apresentados foram ponderados com o objetivo de serem representativos do universo das lotéricas

os valores foram arredondados para facilitar a leitura

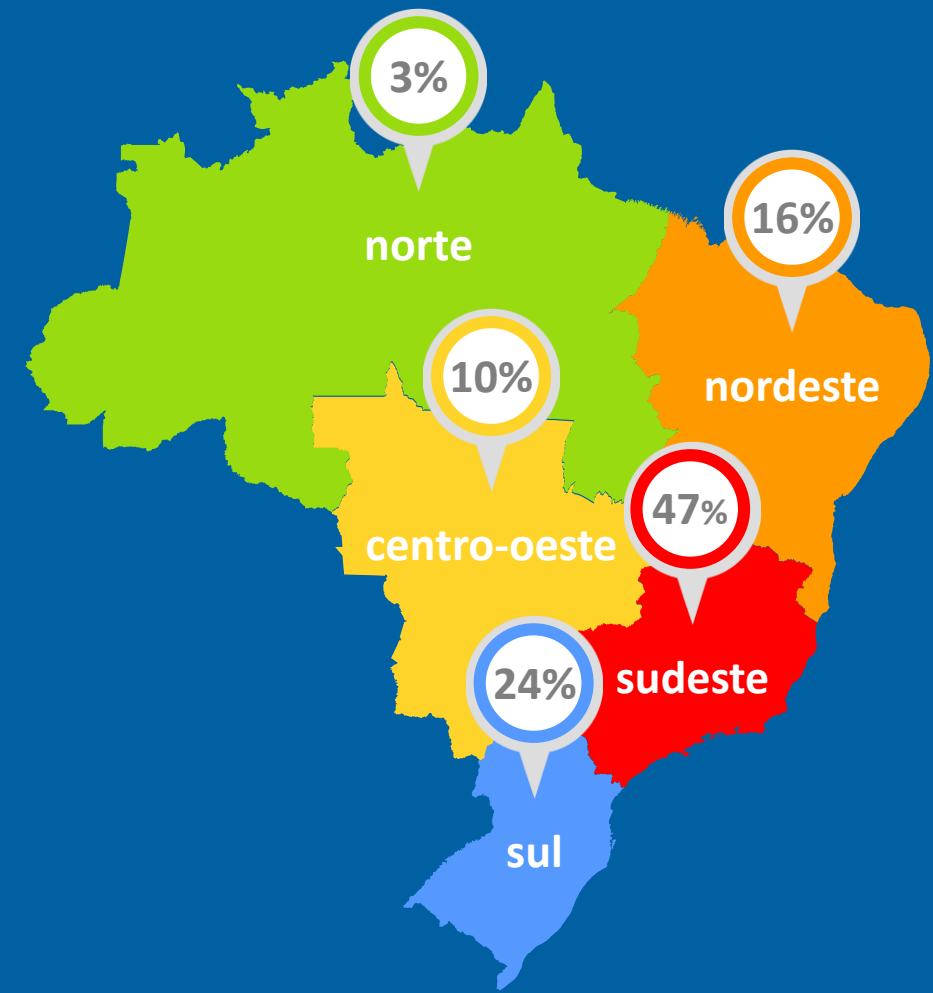
o estudo obedeceu aos códigos de ética da:

ABEP, ESOMAR e à norma ABNT NBR **ISO 20.252:2012**

detalhamento das entrevistas

AC	9
AL	18
AM	1
AP	2
BA	101
CE	45
DF	32
ES	20
GO	77
MA	16
MG	267
MS	18
MT	49
PA	32

PB	17
PE	39
PI	13
PR	174
RJ	128
RN	3
RO	2
RR	3
RS	142
SC	98
SE	23
SP	395
TO	11





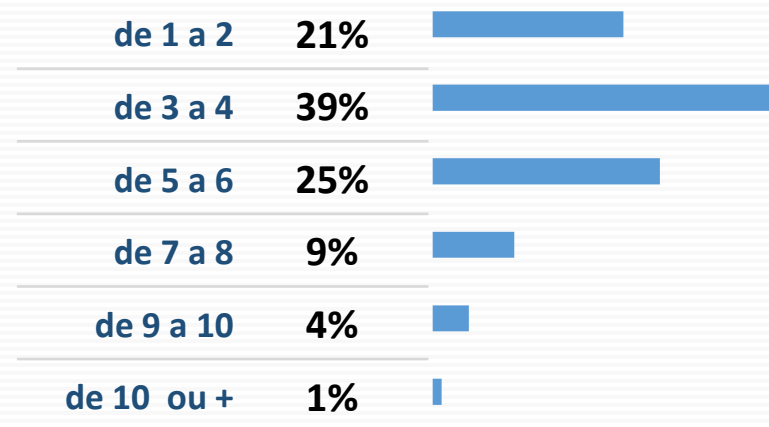
recursos humanos

recursos humanos

quantidade de funcionários

média

4,3 funcionários



- a grande maioria (85%) desse universo de lotéricas (mais de 4 em cada 5) tem até 6 funcionários, o que representa uma média um pouco superior a 4 funcionários por empresa (P1)

base: 1.735

 + informações

recursos humanos

por região

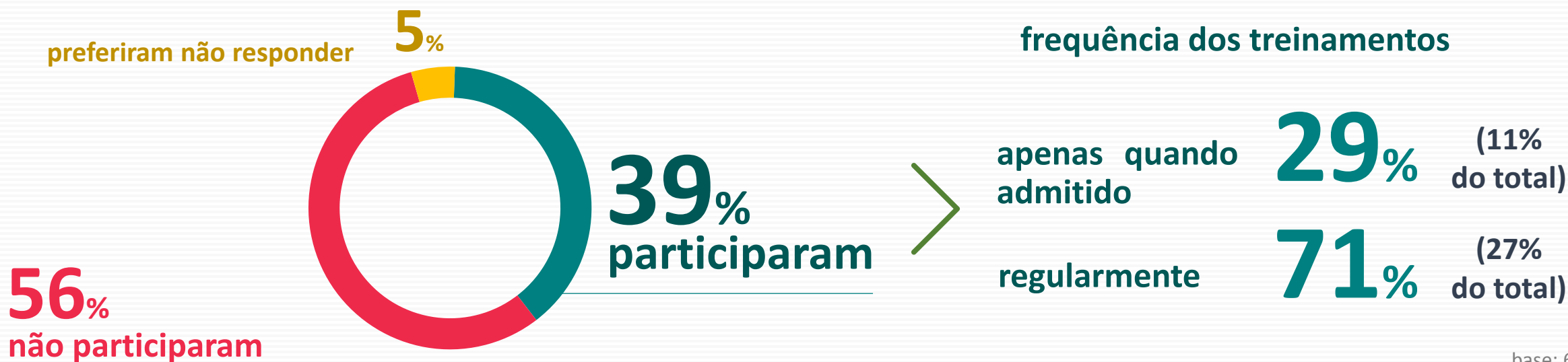
número de funcionários

	S	SE	CO	NE	N
<i>média</i>	4,0	4,4	4,6	4,4	3,7
					
de 1 a 2	30%	15%	15%	24%	34%
de 3 a 4	34%	43%	37%	36%	43%
de 5 a 6	25%	29%	28%	23%	11%
de 7 a 8	8%	8%	17%	10%	7%
de 9 a 10	3%	4%	2%	6%	4%
de 10 ou +	1%	2%	2%	2%	1%
	base: 414	810	176	275	60

 + informações

recursos humanos

capacitação de funcionários



base: 681

- o treinamento dessa mão de obra empregada nas lotéricas ainda é relativamente restrito, se limitando, na média, a apenas 2 em cada 5 funcionários (P2)

- aparentemente, após vencida a barreira do 'convencimento pessoal' quanto aos resultados de um treinamento, tal prática tenderia a se estabelecer, tanto que para 71% dessa mão de obra capacitada o treinamento já se daria de maneira regular, e não apenas quando do ingresso do funcionário (P3)

base: 1.735



recursos humanos

por região

capacitação de funcionários

S



base: 414

10%
apenas quando
admitidos

34%
regularmente

SE



810

11%
apenas quando
admitidos

27%
regularmente

CO



176

17%
apenas quando
admitidos

26%
regularmente

NE



275

11%
apenas quando
admitidos

25%
regularmente

N



60

10%
apenas quando
admitidos

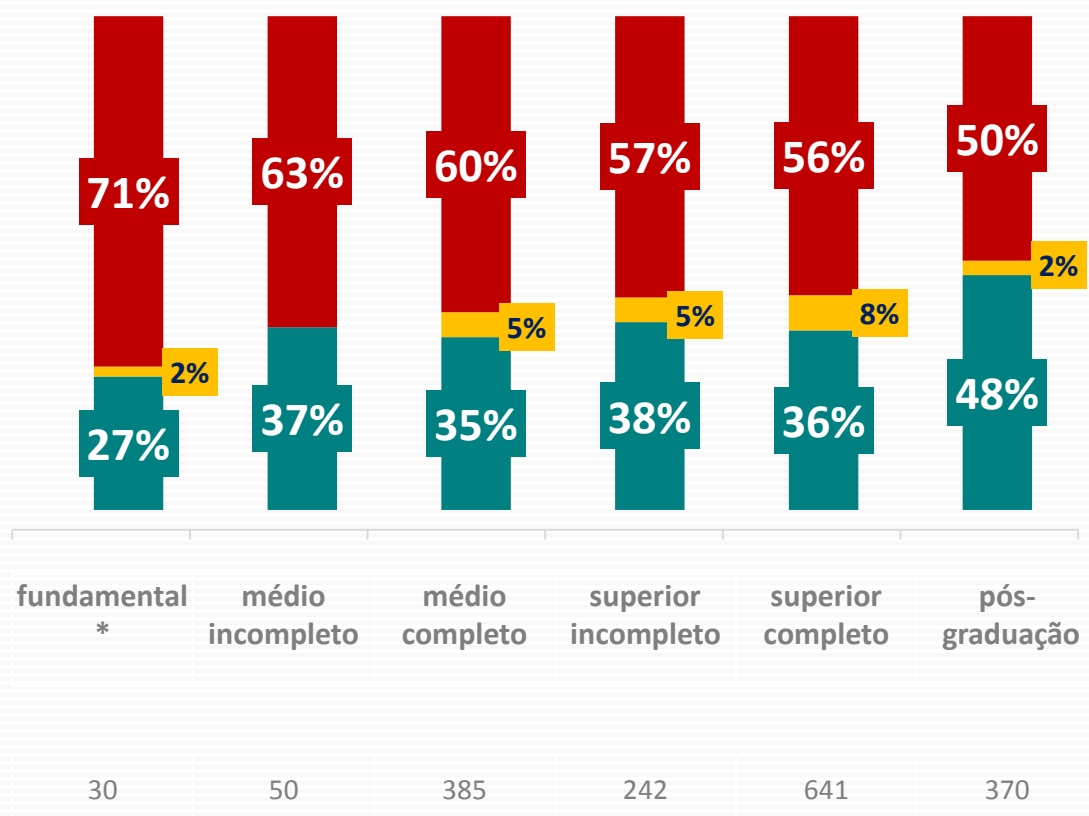
24%
regularmente

frequência dos treinamentos

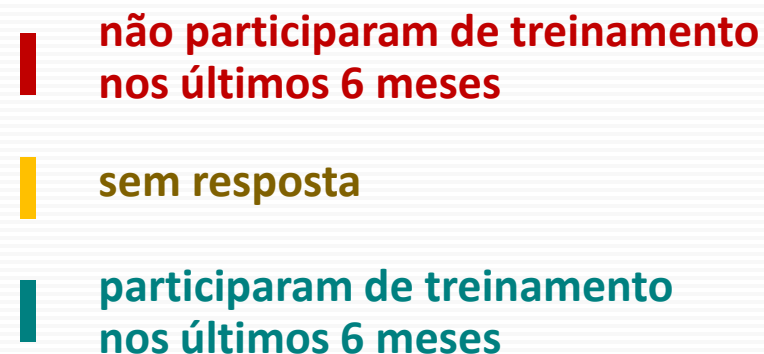
 + informações

recursos humanos

capacitação de funcionários



- aparentemente, haveria uma relação entre o grau de instrução do lotérico e os percentuais crescentes de participação nos treinamentos (P2)

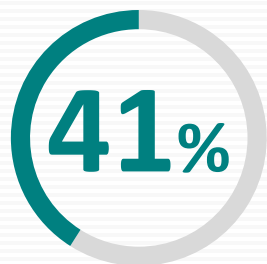


 [+ informações](#)

recursos humanos

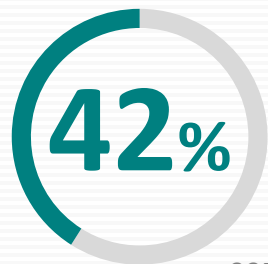
capacitação de funcionários

empreendedores que
já tiveram empresa
antes da lotérica



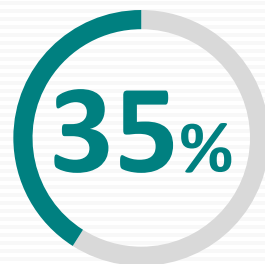
913

empreendedores com
outra fonte de renda
além da lotérica



995

empreendedores que
não tiveram empresa
antes da lotérica



778

empreendedores cuja
lotérica é **ÚNICA** fonte
de renda



696

- a situação desse empresário:
já haver empreendido antes ou
de **ter outra fonte de renda** além da lotérica
- impactam no percentual de funcionários capacitados,
mas não exatamente na magnitude esperada (P2)

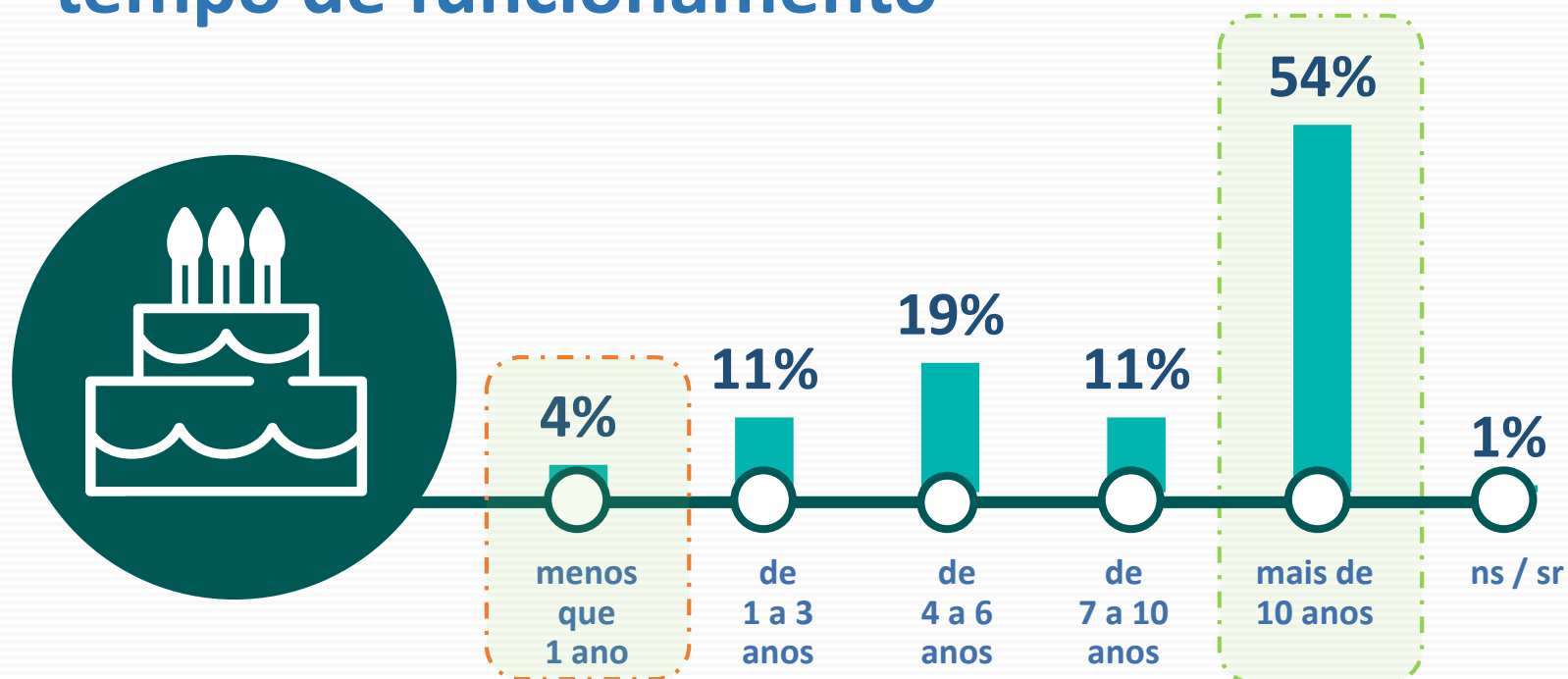




perfil da lotérica

perfil da lotérica

tempo de funcionamento



- em contrapartida, a 'renovação' dessas empresas seria bem baixa, tanto que as lotéricas com menos de 1 ano de atuação correspondem a somente 1 em cada 28 (4%) dessas pessoas jurídicas

- diferentemente da realidade do empreendedorismo brasileiro, é considerável a longevidade dessas lotéricas, visto que mais da metade delas supera os 10 anos de funcionamento

base: 1.735

 + informações

perfil da lotérica

por região

tempo de funcionamento

	S	SE	CO	NE	N
menos que 1 ano	3%	3%	4%	6%	2%
de 1 a 3 anos	11%	10%	11%	10%	24%
de 4 a 6 anos	16%	16%	15%	22%	37%
de 7 a 10 anos	15%	10%	12%	11%	14%
mais de 10 anos	54%	61%	59%	49%	23%
ns / sr	2%	1%	1%	1%	--
base:	414	810	176	275	60

perfil da lotérica

colaboradores



27%

possuem parentes
trabalhando na lotérica

- o emprego de 'parentes' nas lotéricas até que se mostra tímido, visto estar presente em somente pouco mais de 1 em cada 4 dessas empresas (P5)

base: 1.735

 + informações

perfil da lotérica

colaboradores

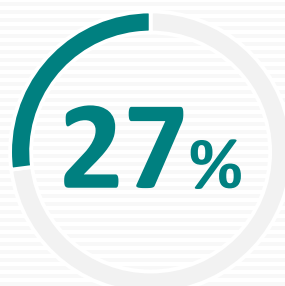
por região

S



base: 414

SE



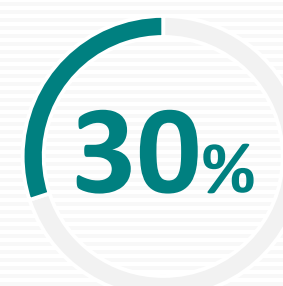
810

CO



176

NE



275

N



60

possuem
parentes
trabalhando
na lotérica

perfil do lotérico

experiência empreendendo

52% possuíam outra empresa antes da lotérica

45% não possuíam outra empresa antes da lotérica

3% não responderam

- pouco mais da metade desses lotéricos entrevistados já acumula uma experiência enquanto empreendedor, mas mesmo assim um número considerável (45%) estaria enfrentando esse desafio pela 1ª vez (P6)

base: 1.735

 + informações

perfil do lotérico

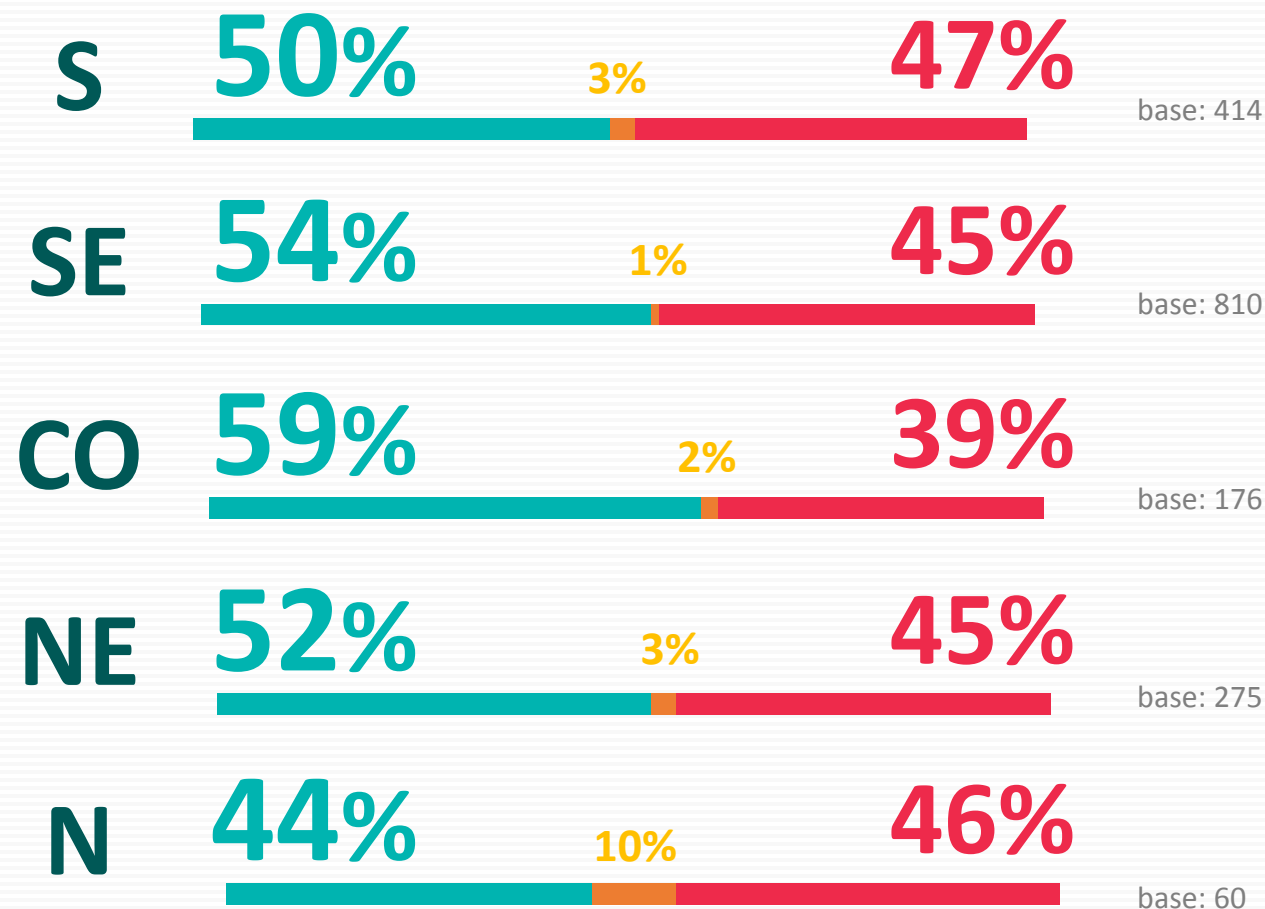
experiência empreendendo

possuíam outra empresa
antes da lotérica

não responderam

não possuíam outra empresa
antes da lotérica

por região

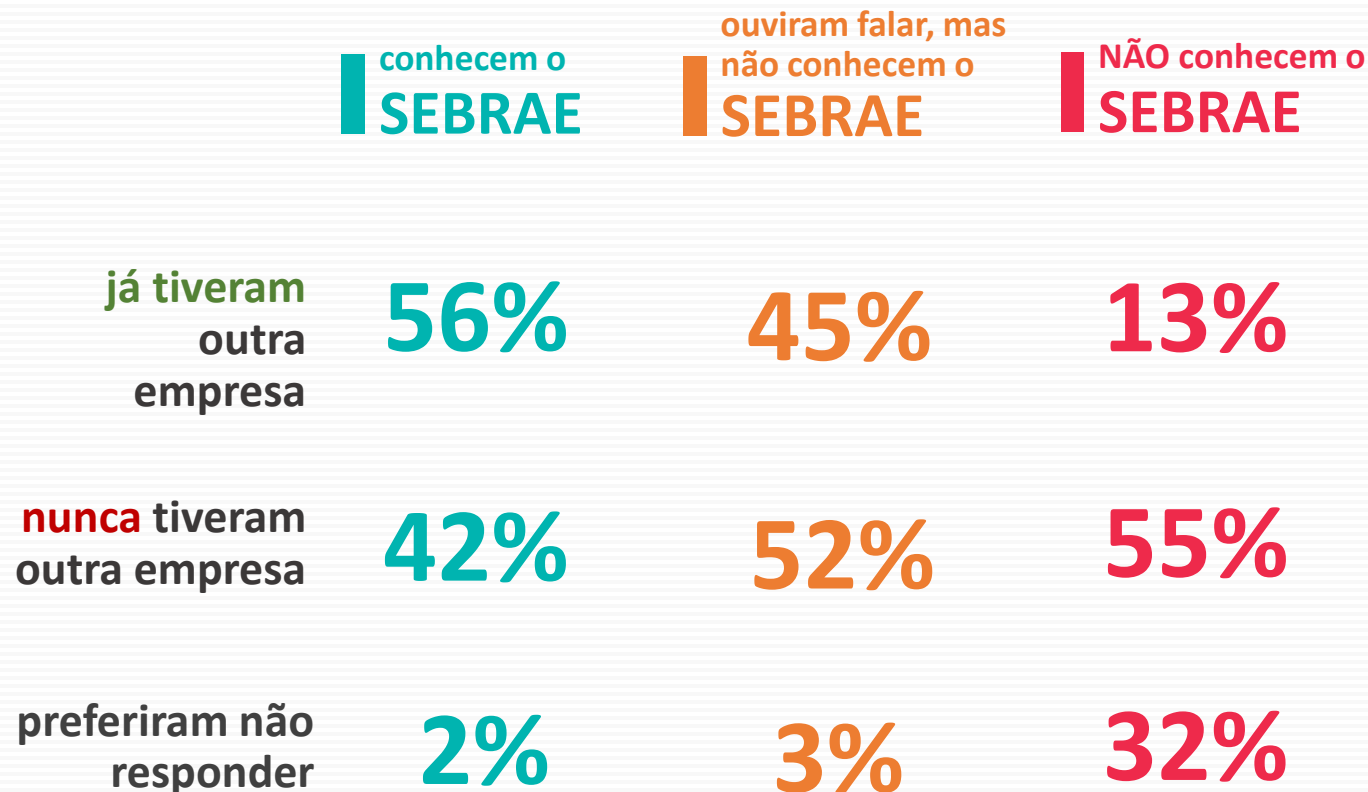


[+ informações](#)

perfil do lotérico

experiência empreendendo

- as oportunidades para treinamento e capacitação pelo Sebrae nesse segmento aparentemente existem e encontrariam um terreno propício, dado o alto percentual de conhecimento da instituição (P24&P6)

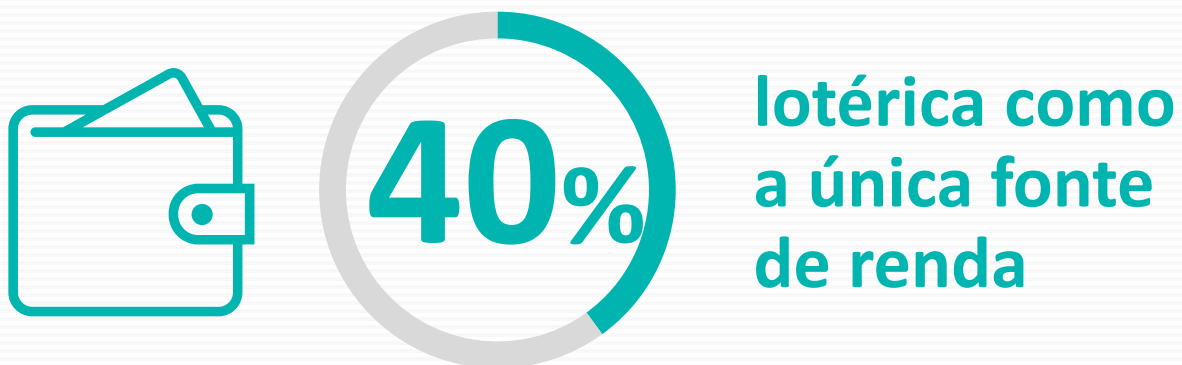


base: 1.735

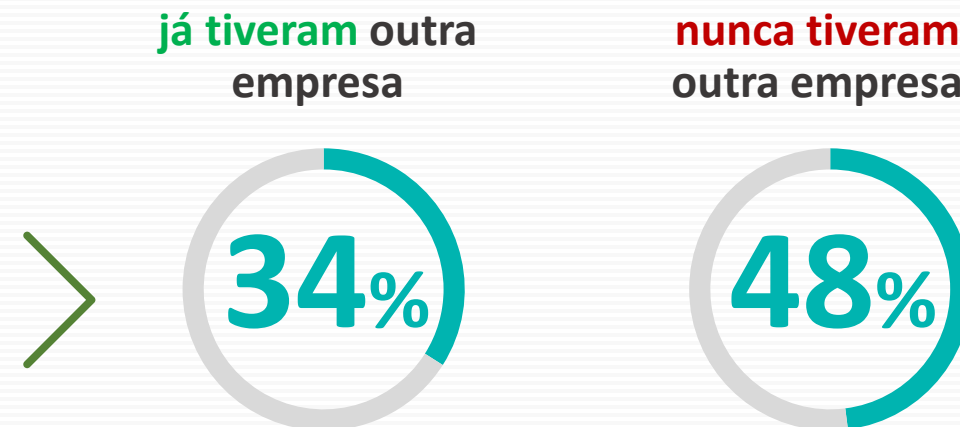
 + informações

perfil do lotérico

única fonte de renda



- o elevado percentual de empreendedores que têm na própria lotérica a única fonte de renda da família seria algo a ser considerado, por não deixar espaço para erros na gestão e talvez uma interessante oportunidade para capacitação



- situação agravada por praticamente 1 em cada 2 daqueles empreendedores que não teve outra empresa, e que mesmo com essa inexperiência ainda depende integralmente da lotérica (P7)

base: 1.735

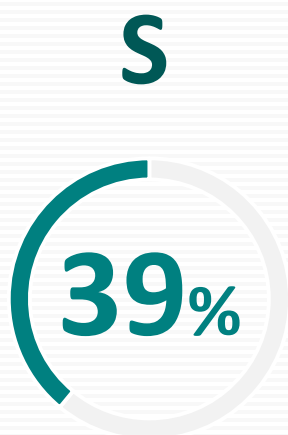
 + informações

perfil do lotérico

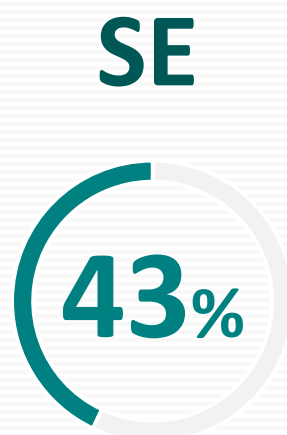
por região

única fonte de renda

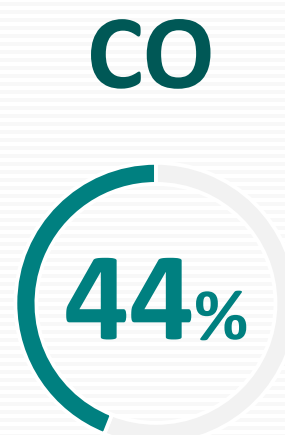
lotérica como
única fonte
de renda



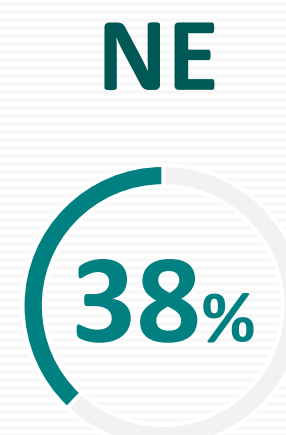
base: 414



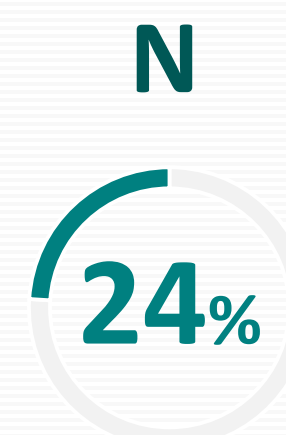
810



176



275



60

perfil do lotérico

atendimento ao cliente



**proprietários realizam
atendimento na
lotérica**

- três em cada quatro desses entrevistados ainda estão bem próximos dos respectivos clientes, realizando o atendimento na própria lotérica
- é possível que tamanho envolvimento no atendimento esteja comprometendo uma maior dedicação à gestão do próprio negócio (P8)

base: 1.735

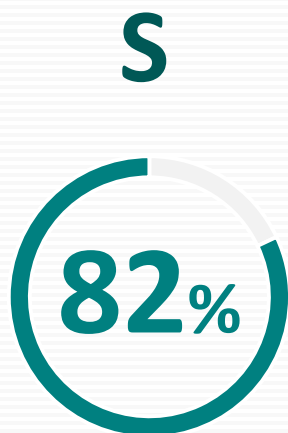
 + informações

perfil do lotérico

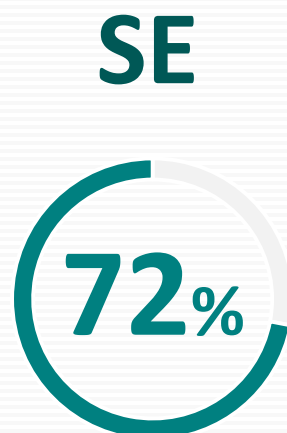
por região

atendimento ao cliente

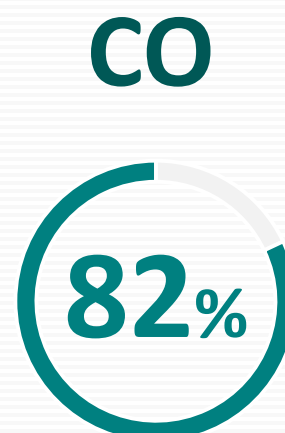
proprietários
realizam
atendimento
na lotérica



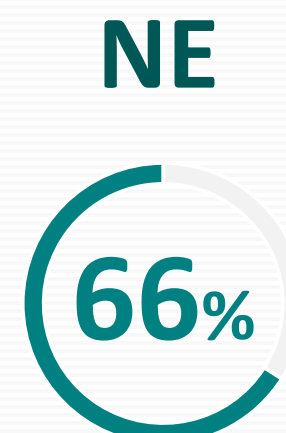
base: 414



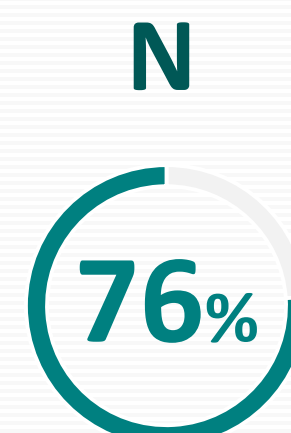
810



176



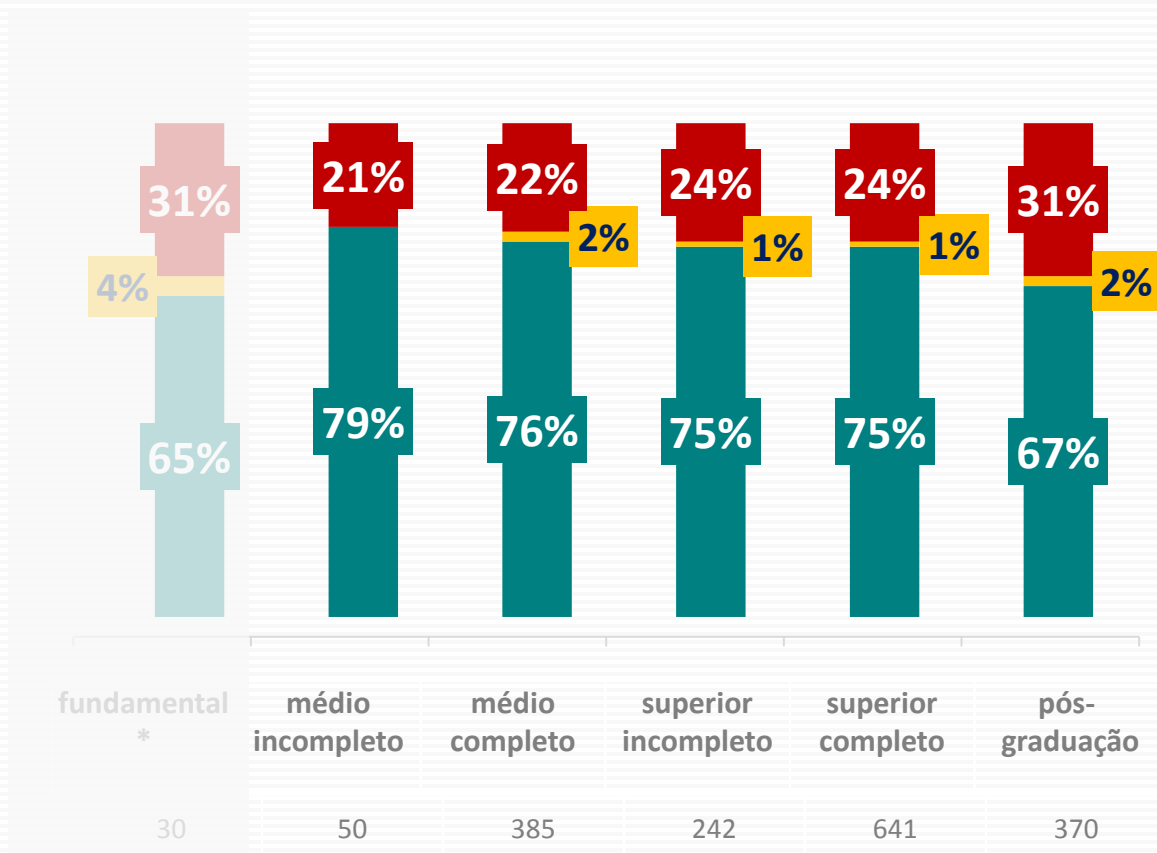
275



60

perfil do lotérico

atendimento ao cliente

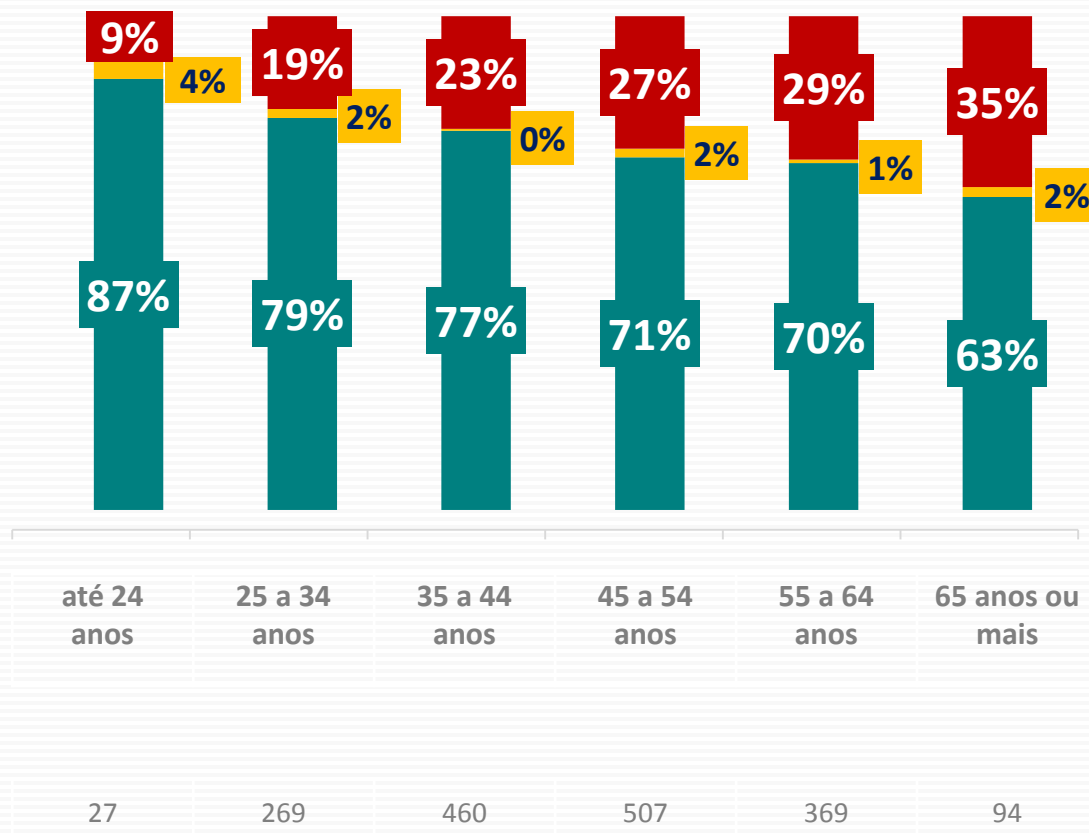


- caberia uma atenção maior ao crescimento do distanciamento do lotérico com o cliente quanto maior a idade dos empreendedores, ao desconsiderarmos o perfil com ensino fundamental (por se tratar de uma amostra reduzida*) (P8)

- proprietários não realizam atendimento na lotérica
- sem resposta
- proprietários realizam atendimento na lotérica

perfil do lotérico

atendimento ao cliente



- caberia uma atenção maior ao fato de crescer o distanciamento do lotérico com o cliente quanto maior a idade dos empreendedores (P8)

proprietários não realizam atendimento na lotérica

sem resposta

proprietários realizam atendimento na lotérica



gestão

gestão

situação da empresa em 2016

			menos de 1 ano	de 1 a 3 anos	de 4 a 6 anos	de 7 a 10 anos	mais de 10 anos
✓	pior que 2015	56%	16%	41%	49%	59%	64%
—	igual a 2015	18%	1%	18%	20%	20%	18%
▲	melhor que 2015	18%	11%	29%	25%	14%	15%
●	não sabe	8%	72%	11%	6%	7%	3%

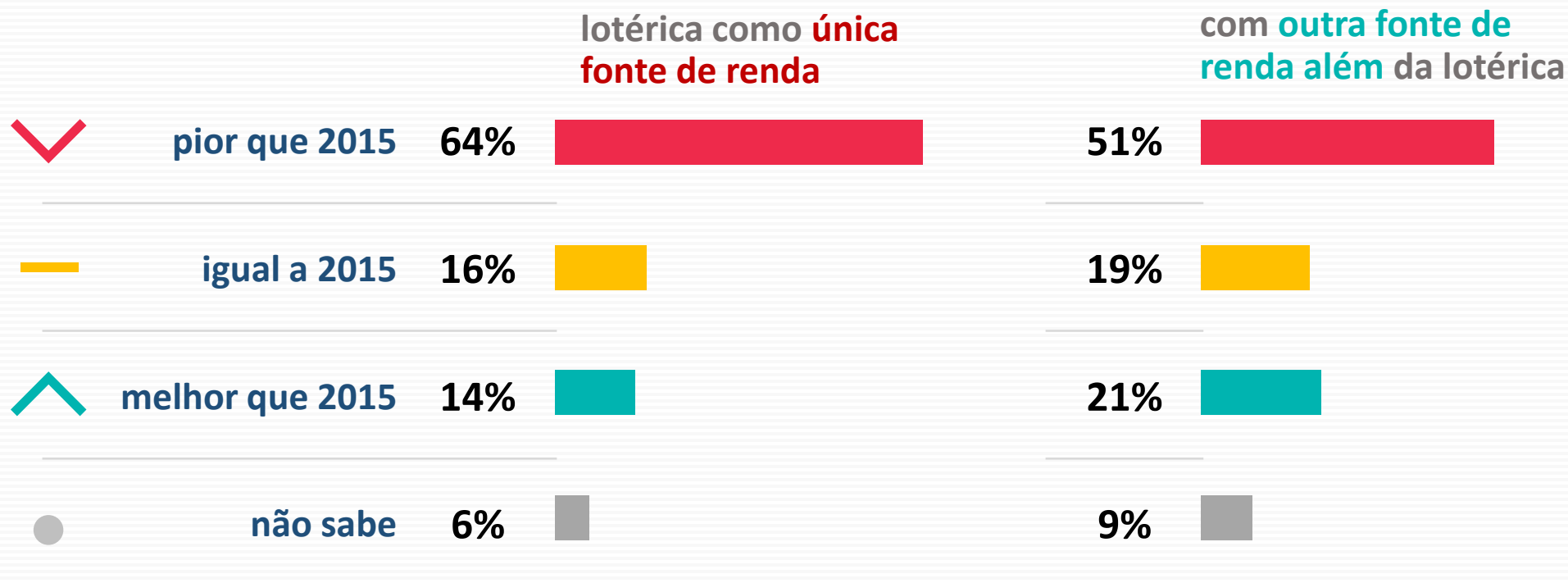
- o fato de mais da metade desses lotéricos considerar o ano de 2016 'pior do que 2015' preocupa, ainda mais por tal dificuldade ter sido mais presente (e crescente) quanto maior o tempo de funcionamento das empresas (P9)

base: 1.735

 + informações

gestão

situação da empresa em 2016



base: 1.735

- outro agravante (ou eventualmente uma oportunidade para o Sebrae no que tange a capacitação) seria essa percepção de piora em 2016 atingir mais fortemente aqueles que têm a lotérica como a única fonte de renda (P9)

gestão

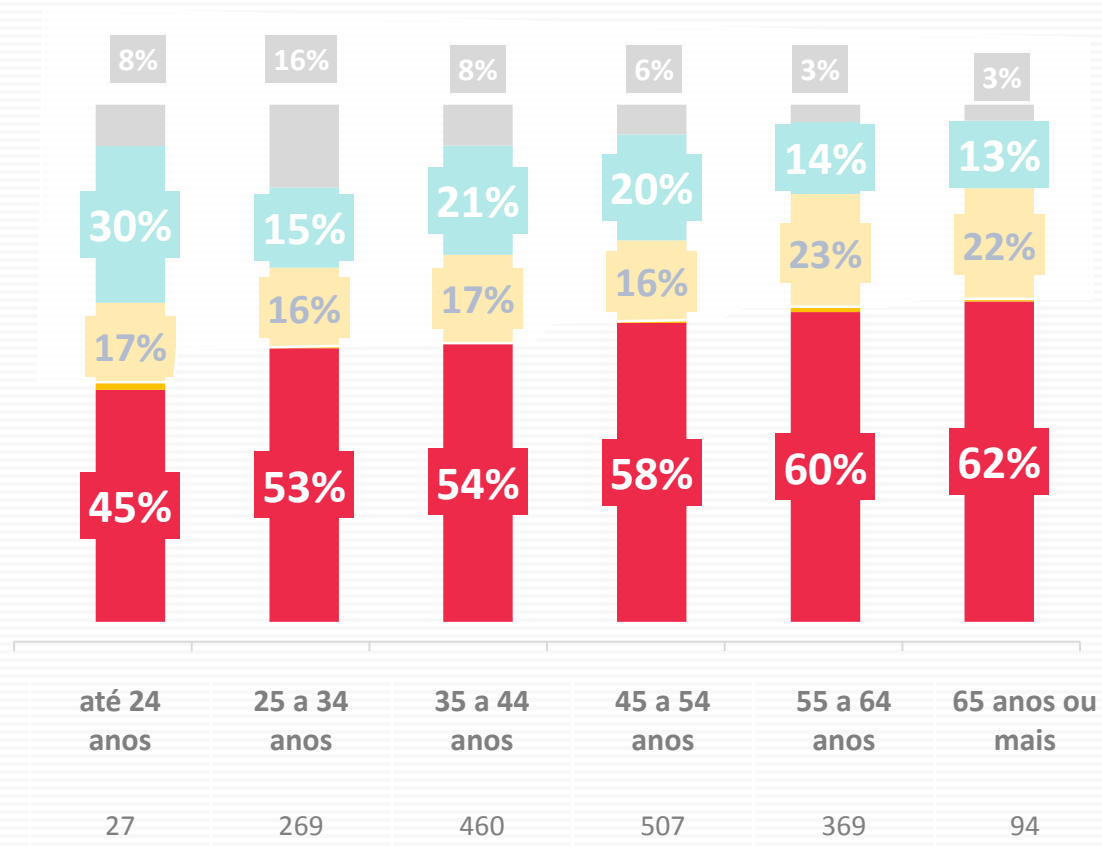
por região

situação da empresa em 2016

		S	SE	CO	NE	N
✓	pior que 2015	60%	66%	63%	40%	30%
—	igual a 2015	17%	15%	16%	20%	32%
^	melhor que 2015	14%	13%	17%	28%	30%
●	não sabe	9%	6%	5%	12%	8%
base:		414	810	176	275	60

gestão

situação da empresa em 2016



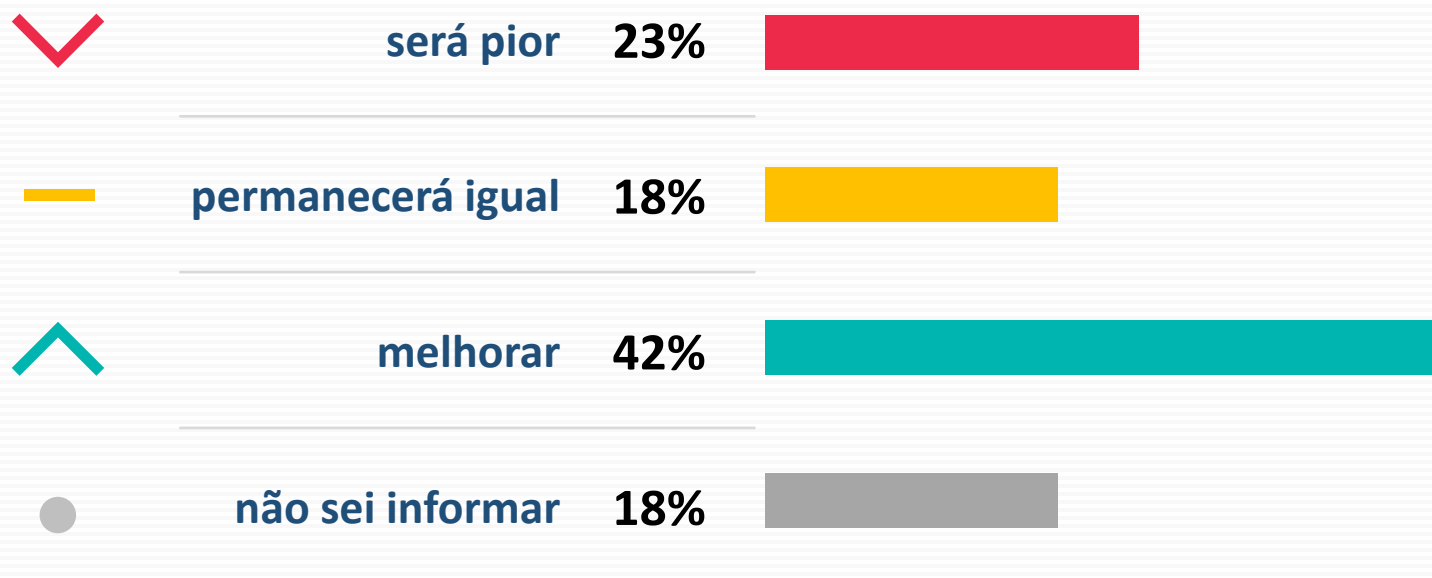
- a piora da situação da empresa em 2016 teria crescido em termos percentuais conforme a idade do lotérico (P9)

gestão

expectativas

acredita que em 2017 a situação...

- de qualquer forma, o otimismo com relação aos negócios melhorarem em 2017 ainda seria o comportamento mais presente e predominante (P10)



base: 1.735

 + informações

gestão

por região

expectativas

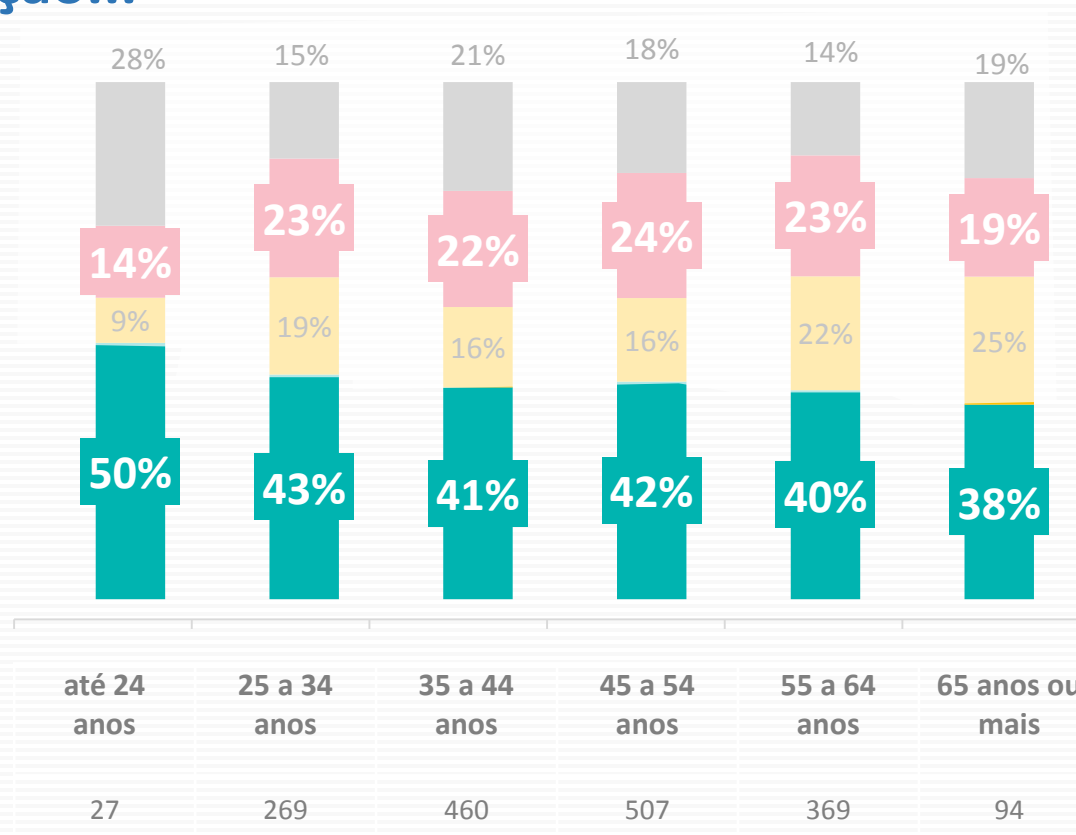
acredita que em 2017 a situação...

		S	SE	CO	NE	N
	será pior	25%	28%	27%	13%	11%
	permanecerá igual	22%	20%	15%	15%	6%
	melhorar	36%	33%	40%	56%	69%
	não sei informar	17%	19%	18%	17%	14%
	base:	414	810	176	275	60

gestão

expectativas

acredita que em 2017 a situação...



- apesar dos percentuais dos 'otimistas' tenderem a decrescer quanto maior a faixa etária do lotérico (P10)

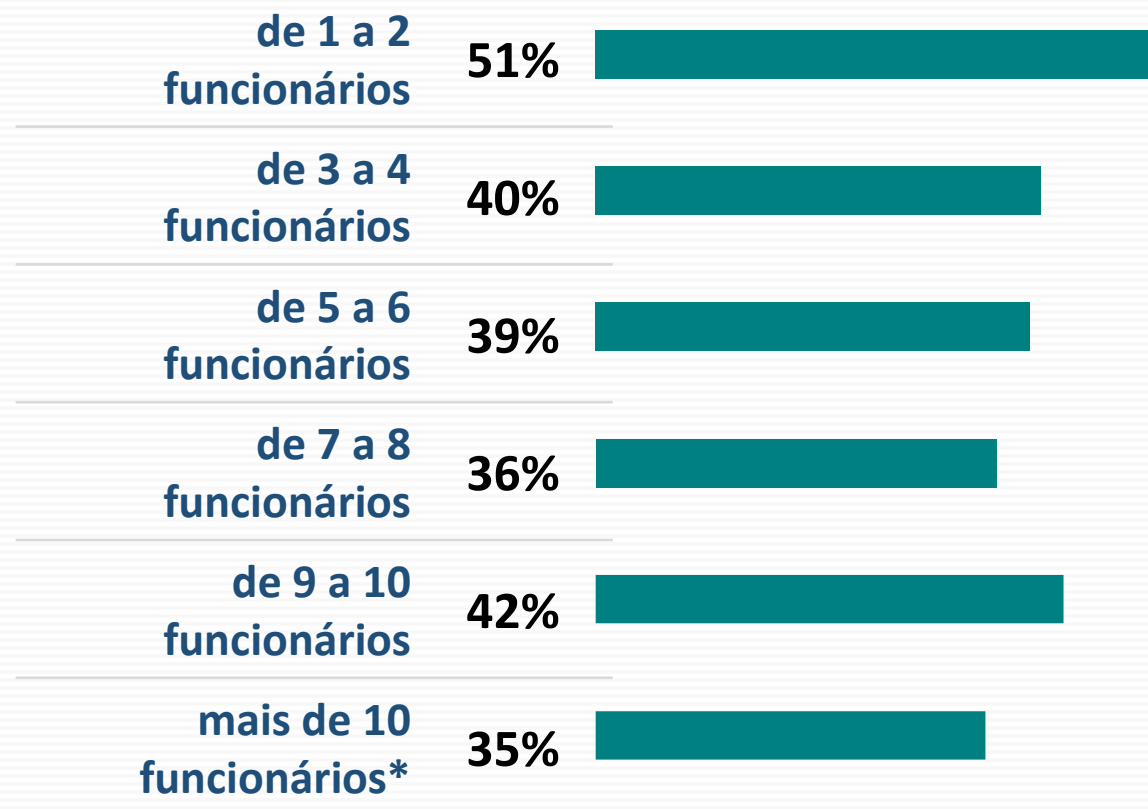
gestão

expectativas

acreditam que em 2017 a situação vai melhorar



- observa-se também que os 'otimistas' tendem a decrescer quanto maior o porte da lotérica (P10)



* segmento com amostra reduzida

gestão

em relação ao futuro

considerando as evoluções tecnológicas e de mercado em 10 anos

- parece clara a necessidade de uma diversificação na receita das lotéricas nos próximos 10 anos para a maior parte desses empreendedores, visão essa compartilhada por 3 em cada 4 lotéricos (P11)

será necessário diversificar a receita atuando com todo o leque de produtos oferecidos

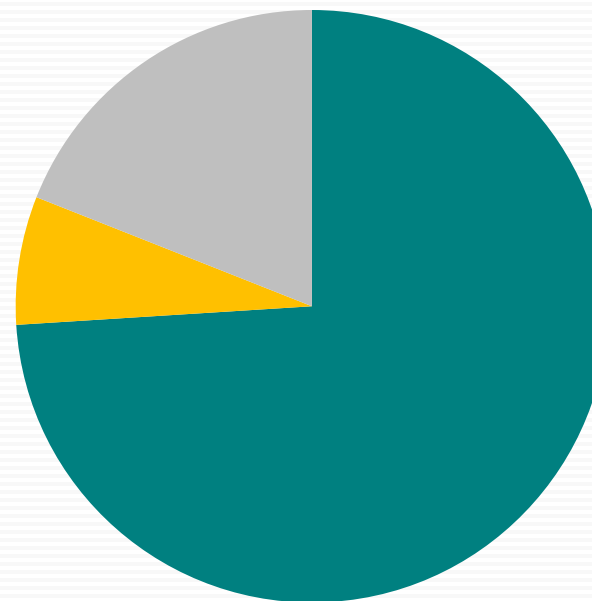
74%

continuarei com a forma de atuação de hoje

7%

não sabe / sem resposta

19%



base: 1.735

 + informações

gestão

por região

em relação ao futuro

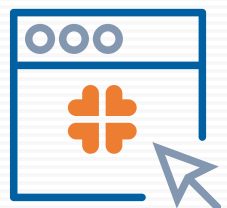
considerando as evoluções tecnológicas
e de mercado em 10 anos

- percepção essa presente de forma homogênea em todas as regiões (P11)

	S	SE	CO	NE	N
será necessário diversificar a receita atuando com todo o leque de produtos oferecidos	74%	71%	77%	80%	76%
continuarei com a forma de atuação de hoje	7%	8%	6%	4%	8%
não sabe / sem resposta	19%	21%	17%	16%	16%
base:	414	810	176	275	60

gestão

desafios para o futuro



43%
ampliação do
uso da internet



20%
uso cada vez maior de
cartões débito e crédito



24%
pagamento de
contas pelo celular



14% não consideram que
haja grandes desafios

base: 1.735

 + informações

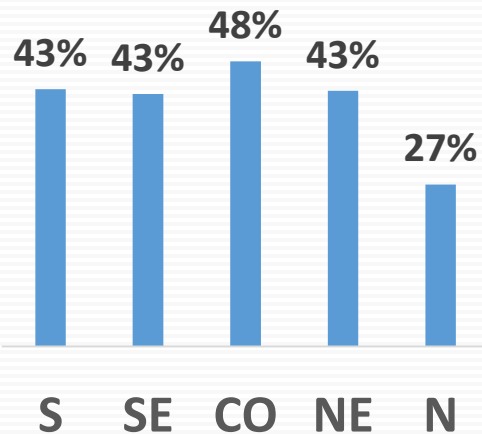
gestão

desafios para o futuro

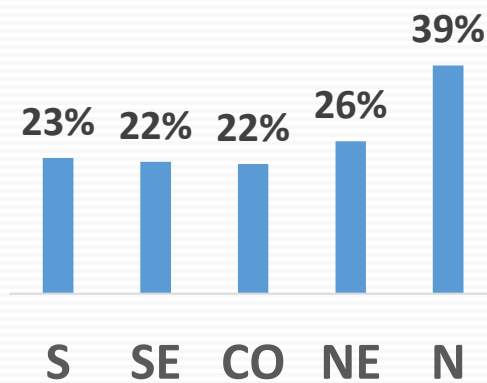
- apesar de ainda não existir muita clareza quanto aos principais desafios, de qualquer forma a 'ampliação do uso da internet' é sempre a possibilidade mais destacada (P12)



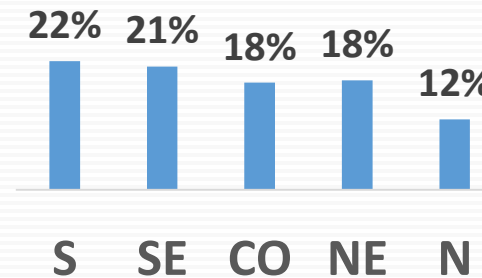
ampliação do uso
da internet



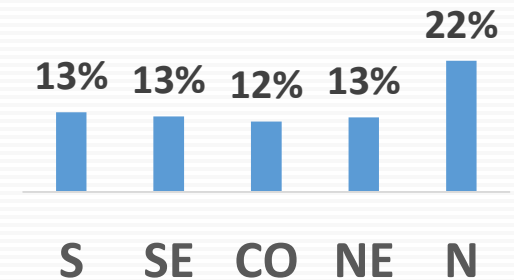
pagamento de
contas pelo celular



uso cada vez maior
de cartões débito e
crédito



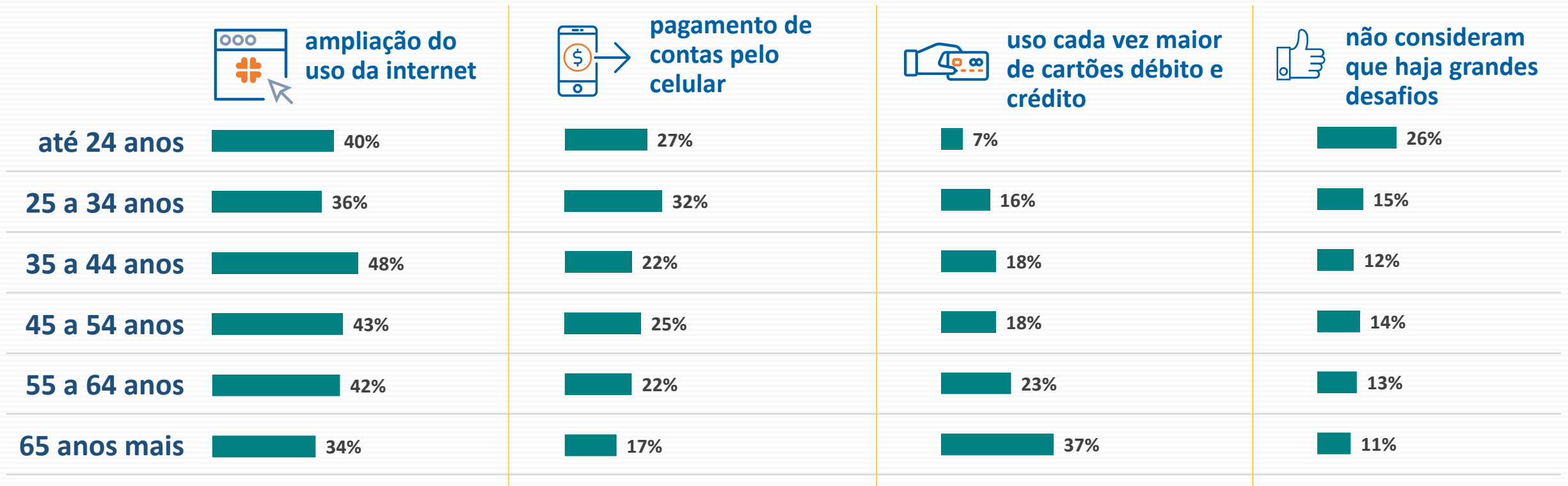
não consideram
que haja grandes
desafios



gestão

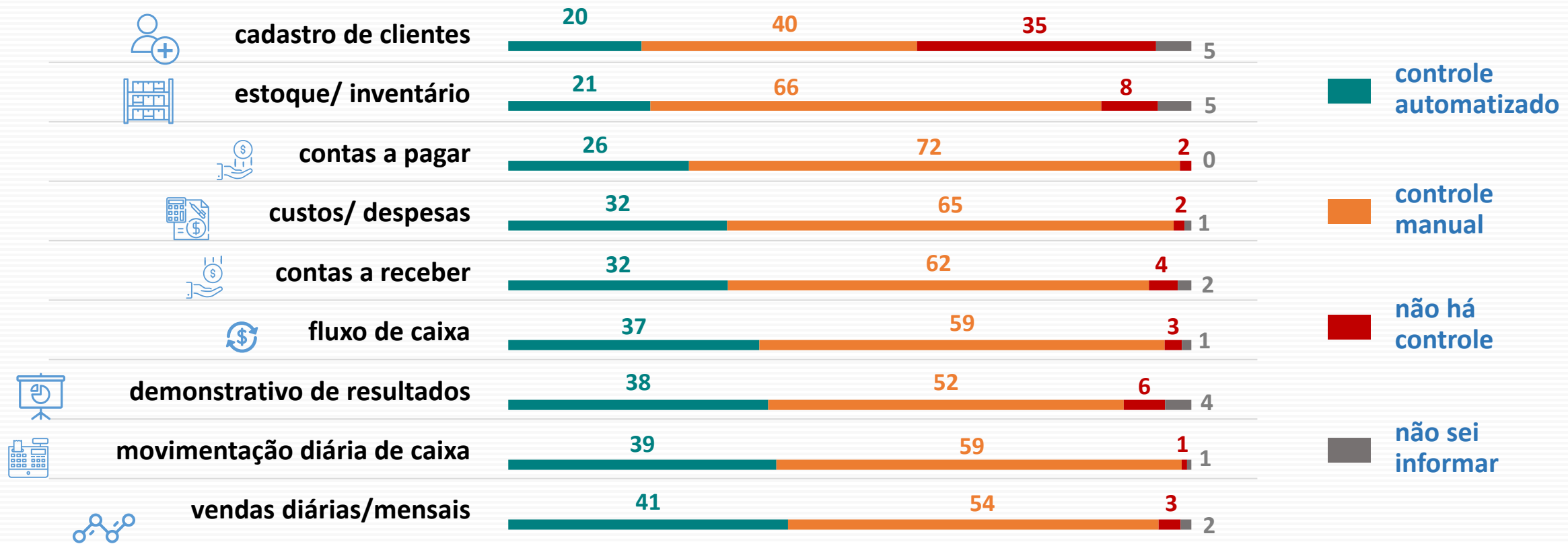
desafios para o futuro

- a idade influencia a percepção dos desafios, com mais jovens não vendo dificuldades, e com os mais idosos 'resistentes' ao uso dos cartões (P12)



gestão

automação



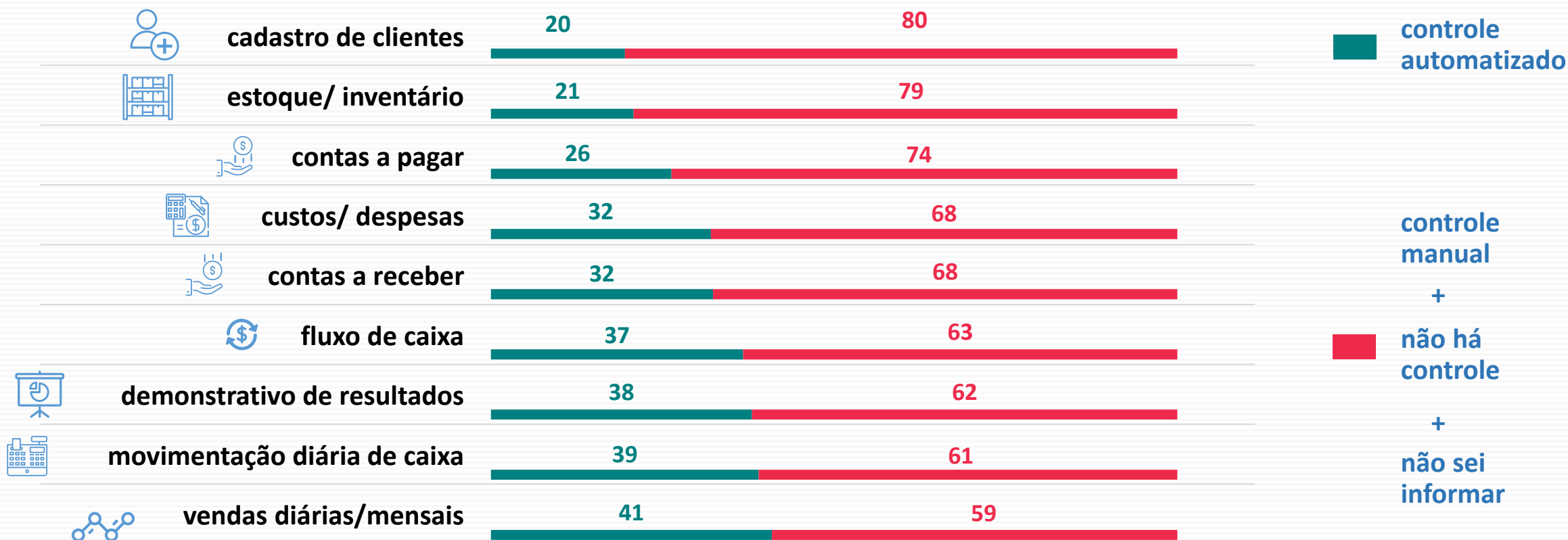
base: 1.735

+ informações

gestão

automação

- a automação de processos apresentaria um amplo espaço para aprimoramento, visto que, via de regra, mais da metade dos controles ainda se dá manualmente ou sequer existe



base: 1.735

valores arredondados

+ informações

gestão

automação

■ controle automatizado

■ não há controle

■ controle manual

■ não sei informar

por região

		Sul				Sudeste				Centro-Oeste				Nordeste				Norte			
	cadastro de clientes	21	42	32	5	18	42	35	5	25	30	39	6	19	38	36	7	17	48	32	3
	estoque/ inventário	22	66	8	4	23	65	8	4	28	60	9	3	14	71	8	7	17	67	9	7
	contas a pagar	26	71	2	1	29	70	1	0	34	65	1	--	21	75	3	1	16	82	2	--
	custos/ despesas	32	65	2	1	38	60	1	1	40	58	1	1	21	76	2	1	18	78	1	3
	contas a receber	31	64	3	2	35	60	4	1	43	50	6	1	27	64	5	4	22	73	5	--
	fluxo de caixa	36	61	2	1	40	56	3	1	46	50	3	1	30	66	1	3	33	65	2	--
	demonstrativo de resultados	38	54	5	3	43	49	6	2	49	42	7	2	25	59	7	9	32	55	7	6
	movimentação diária de caixa	36	62	1	1	42	57	1	0	48	52	--	--	34	64	0	2	34	64	2	--
	vendas diárias/mensais	40	56	3	1	45	51	3	1	49	47	4	--	32	61	4	3	34	62	1	3

base: 1.735

 + informações

gestão

automação

- a automação de processos apresentaria um amplo espaço para aprimoramentos, visto que, via de regra, mais da metade dos controles ainda se dá manualmente ou sequer existe, sendo tal carência presente independente da escolaridade

		ensino fundamental	ensino médio incompleto	ensino médio completo	ensino superior incompleto	ensino superior completo	pós-graduação	
	cadastro de clientes	87%	74%	81%	80%	82%	79%	
	estoque/ inventário	100%	90%	83%	79%	78%	74%	
	contas a pagar	81%	81%	79%	72%	75%	66%	
	custos/ despesas	81%	85%	76%	69%	65%	61%	
	contas a receber	76%	73%	73%	65%	69%	60%	
	fluxo de caixa	71%	66%	69%	60%	63%	59%	
	demonstrativo de resultados	65%	80%	67%	60%	62%	56%	
	movimentação diária de caixa	72%	64%	66%	58%	61%	55%	
	vendas diárias/mensais	69%	63%	65%	59%	58%	54%	
	média não automatizado	78%	75%	73%	67%	68%	63%	

controle manual

+

não há controle

+

não sei informar

base: 1.735

 + informações



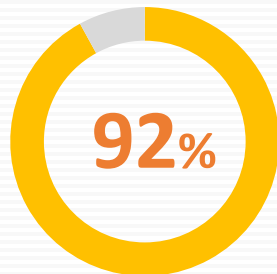
mercados

mercados

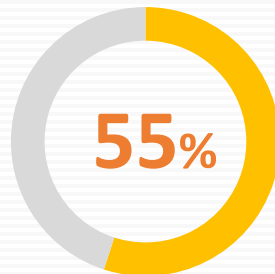
serviços mais procurados



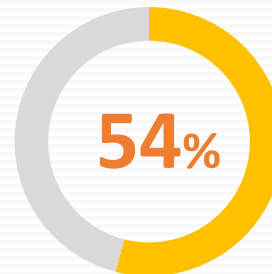
**pagamento
de boletos**



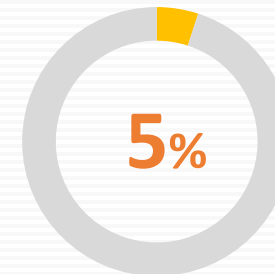
**depósitos e
saques**



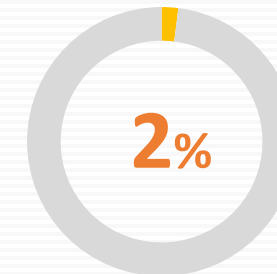
jogos



negócios
comercial/
habitacional



seguros



- chama atenção que atualmente a finalidade original das lotéricas (jogos), na média, seja apenas o 3º serviço mais procurado pelos clientes (P14)

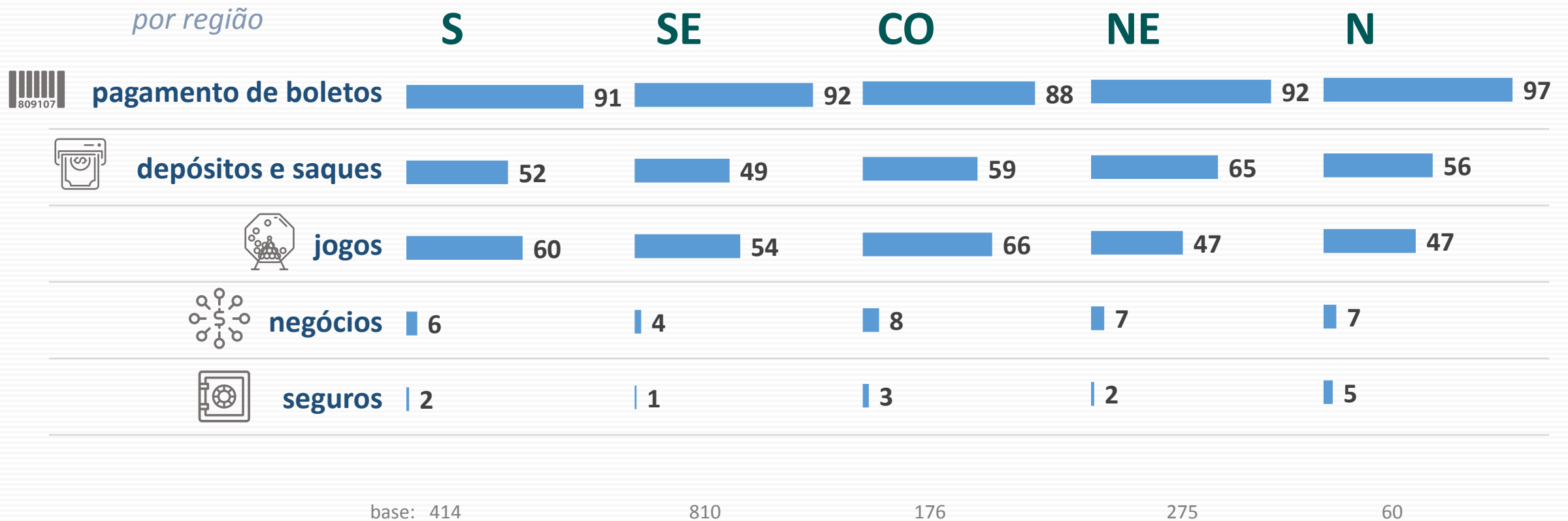
base: 1.735

 + informações

mercados

serviços mais procurados

- apesar de que, nas regiões Sul, Sudeste e Centro Oeste os 'depósitos e saques' sejam ainda menos procurados que os 'jogos' (P14)



mercados

investimentos
em 2017

base: 1.735

- quase 2 em cada 5 desses lotéricos (38%) não foram taxativos com relação a realizar novos investimentos em 2017, o que pode sinalizar desmotivação ou insegurança quanto ao futuro do próprio negócio
- tais percentuais se mostram expressivos independentemente da idade ou da escolaridade desse empreendedor

ensino fundamental	ensino médio incompleto	ensino médio completo	ensino superior incompleto	ensino superior completo	pós- graduação
23%	30%	37%	29%	44%	34%
até 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 anos ou mais
29%	36%	37%	38%	40%	36%

 + informações

mercados

investimentos em 2017



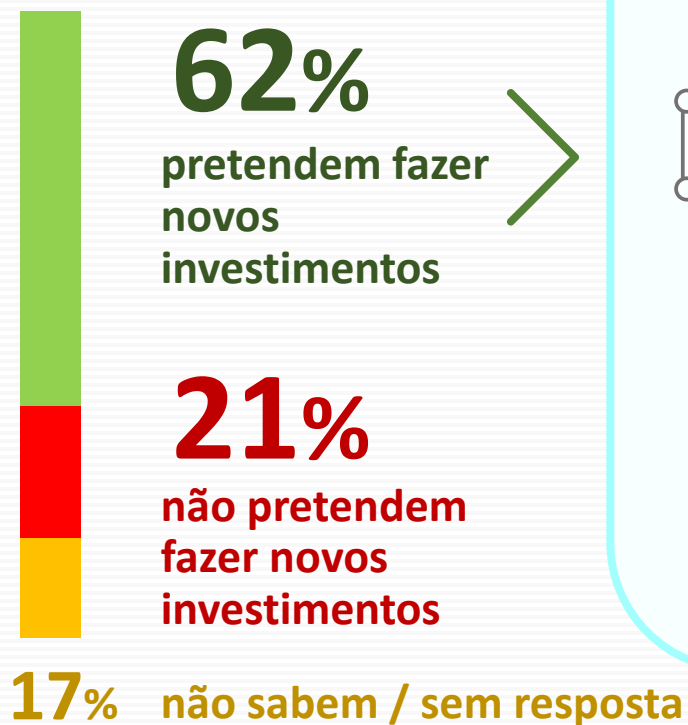
base: 1.735

- apesar dessa postura do lotérico de não investir estar também relacionada à avaliação que fazem com relação aos resultados alcançados pelo negócio no ano anterior (P15)



 + informações

mercados

investimentos
em 2017

base: 1.735

treinamento de
empregados

34%

propaganda e
marketing

25%

modernização
visual / layout

26%

mobiliário,
cofre
inteligente,
entre outros

14%

instalações
(reforma da
estrutura física)

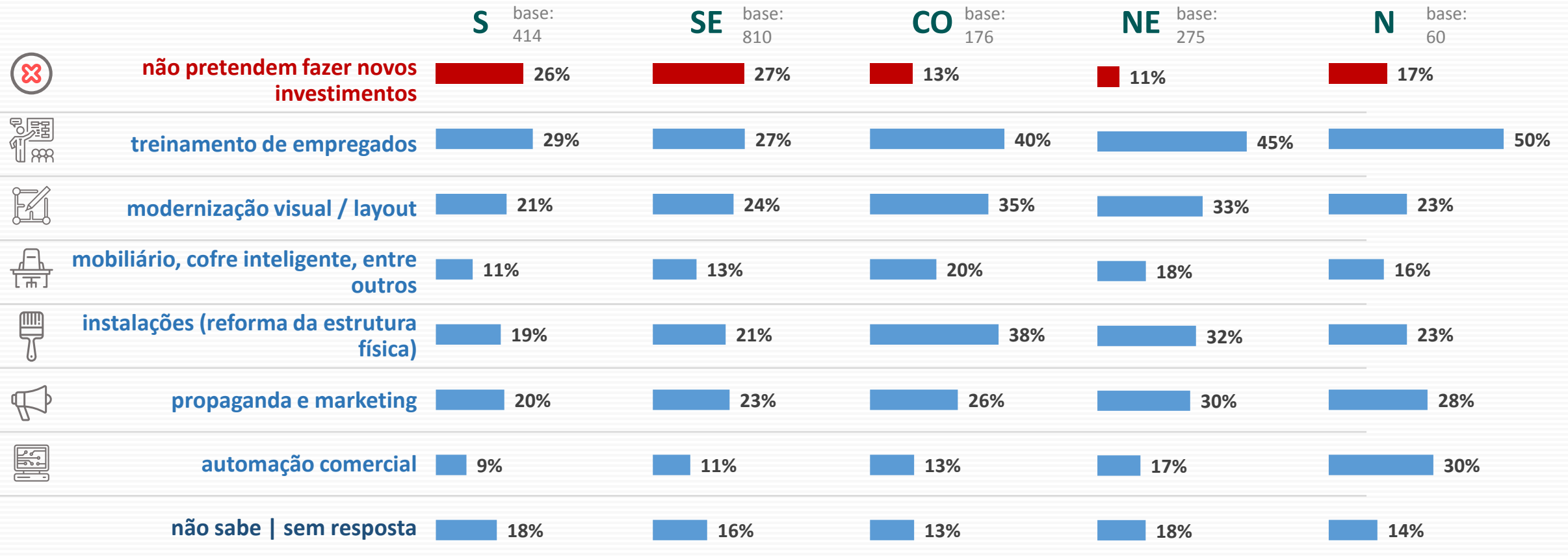
25%

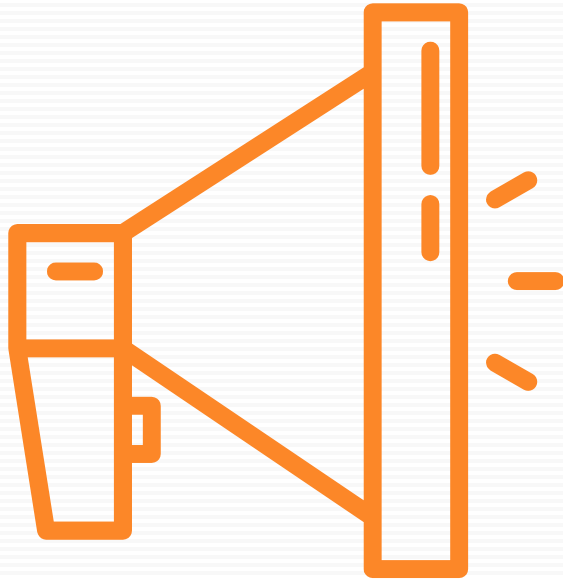
automação
comercial

13%

mercados

investimentos em 2017

 + informações


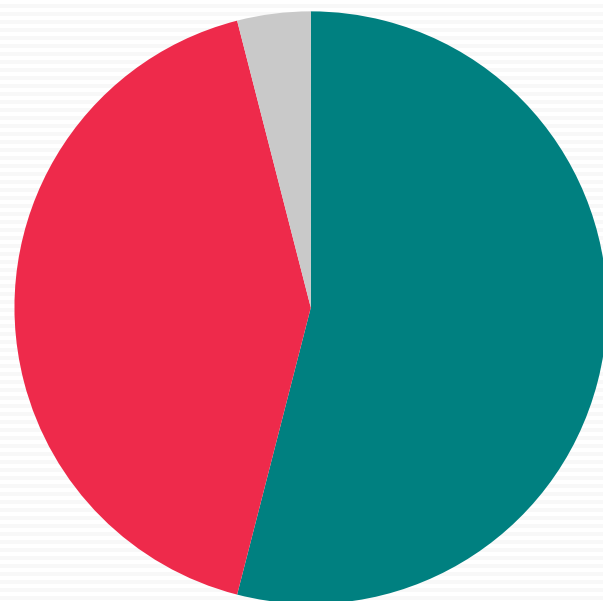


estratégia de vendas / atendimento

estratégia

divulgação

- mais de 1 em cada 2 lotéricos afirma realizar a divulgação dos seus produtos e serviços
- o percentual de lotéricos que divulga os produtos e serviços diminui quanto maior a quantidade de funcionários, desconsiderando aquelas com mais de 10 em função da amostra (P16)



| 54%

divulgam produtos e serviços

| 42%

NÃO fazem divulgação

| 4%

não sabem | sem resposta

pelo número de funcionários

de 1 a 2
62%

de 3 a 4
57%

de 5 a 6
49%

de 7 a 8
45%

de 9 a 10
45%

mais de 10*
60%

base: 1.735

* segmento com amostra reduzida

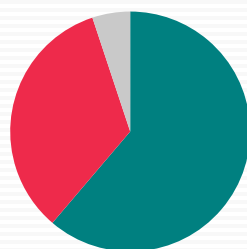
 + informações

estratégia

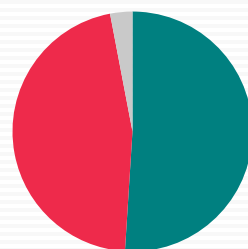
divulgação

por região

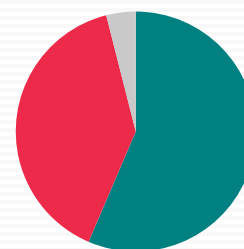
S



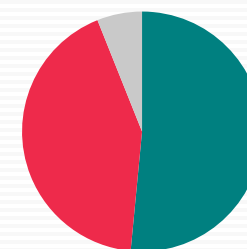
SE



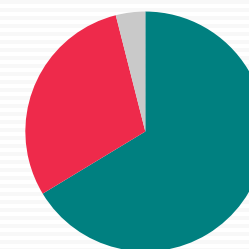
CO



NE



N



divulgam produtos e serviços

62%

51%

56%

51%

67%

NÃO fazem divulgação

33%

46%

40%

43%

30%

não sabem | sem resposta

5%

3%

4%

6%

3%

base 414

810

176

275

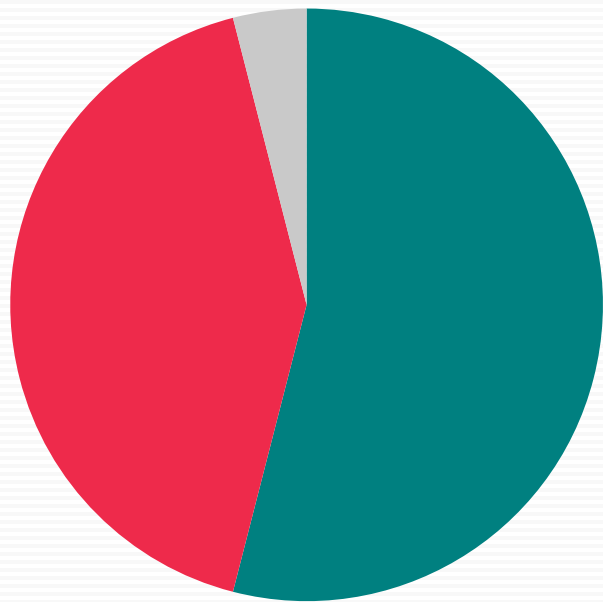
60

- a variação percentual entre os lotéricos que **‘não divulgam’** os produtos e serviços é expressiva, como na comparação entre o SE e o N, onde a diferença alcança a 56% (P16)



estratégia

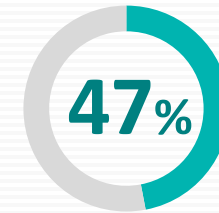
forma de divulgação



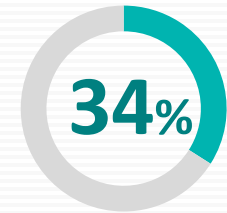
54%
divulgam produtos
e serviços

- a 'panfletagem' é a maneira de divulgação utilizada por 1 em cada 2 desses lotéricos, apesar de tanto o 'rádio' quanto a 'internet' terem também uma presença expressiva (P17)

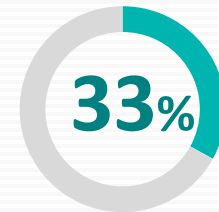
panfletos



rádio



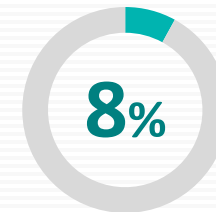
internet



outdoor



jornal



preferem não responder **9%**

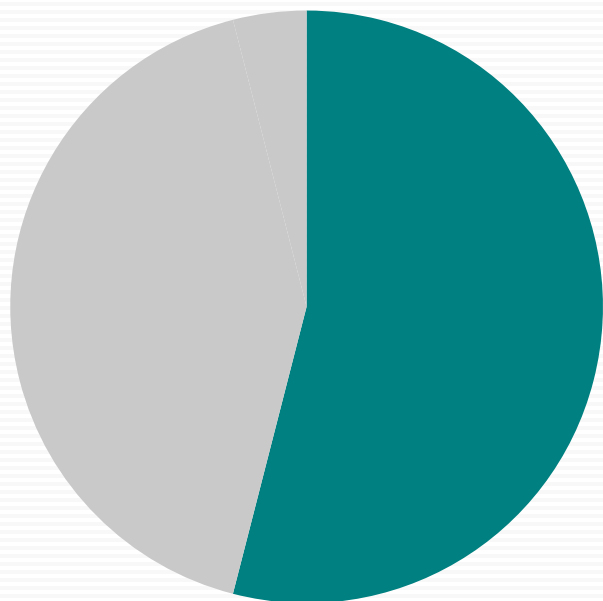
base: 948

 [+ informações](#)

estratégia

forma de divulgação

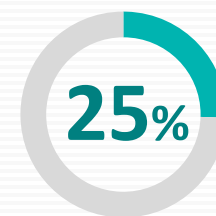
porcentagem
dos que
divulgam
produtos e
serviços
sobre o total dos
lotéricos



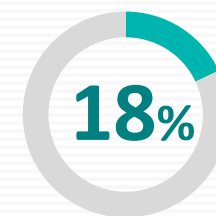
- ainda que com relação ao universo dos lotéricos tais percentuais permaneçam de certa forma tímidos (P17)



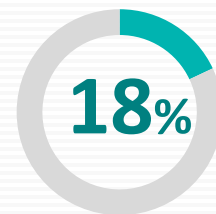
panfletos



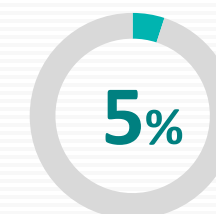
rádio



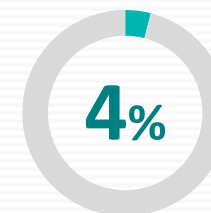
internet



outdoor



jornal



preferem não responder 5%

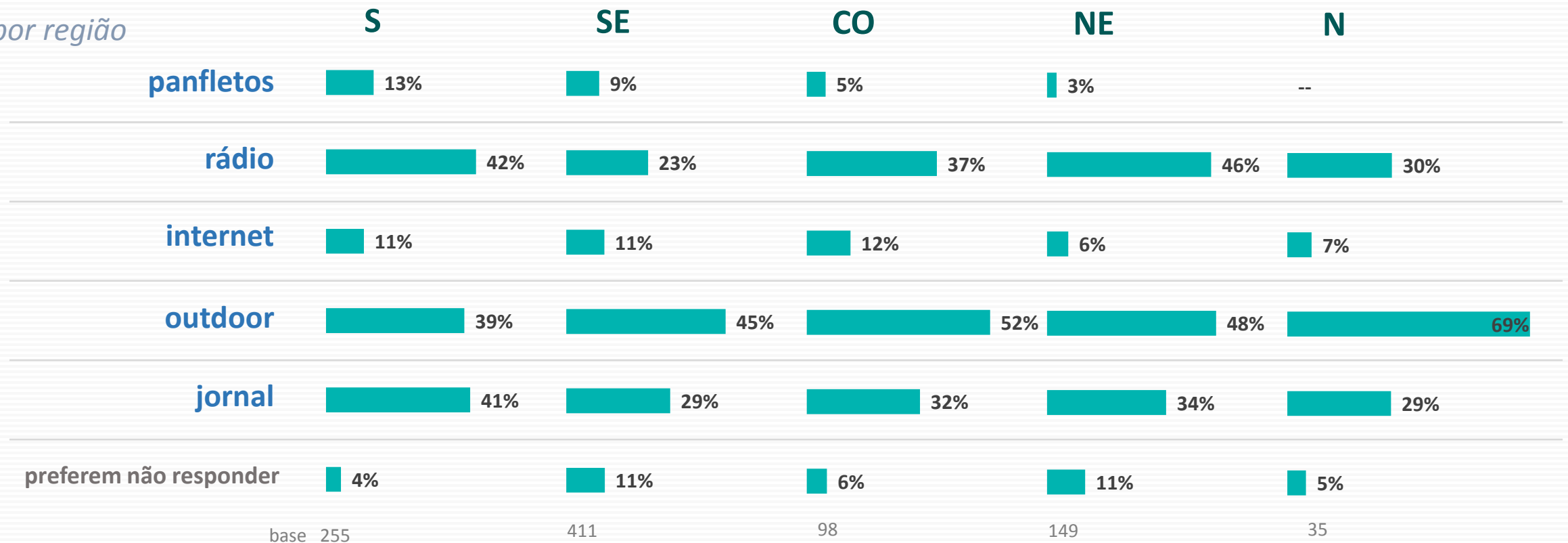
base: 1.735

 + informações

estratégia

forma de divulgação

por região



 + informações

estratégia

forma de divulgação

- a divulgação apresenta características relacionadas à idade do lotérico ('rádio' e 'internet'), bem como se mostra mais 'diversificada' quanto mais jovem é o empreendedor

- diferenças também perceptíveis com relação à escolaridade, onde a diversificação é maior nos mais instruídos (P17)

panfletos

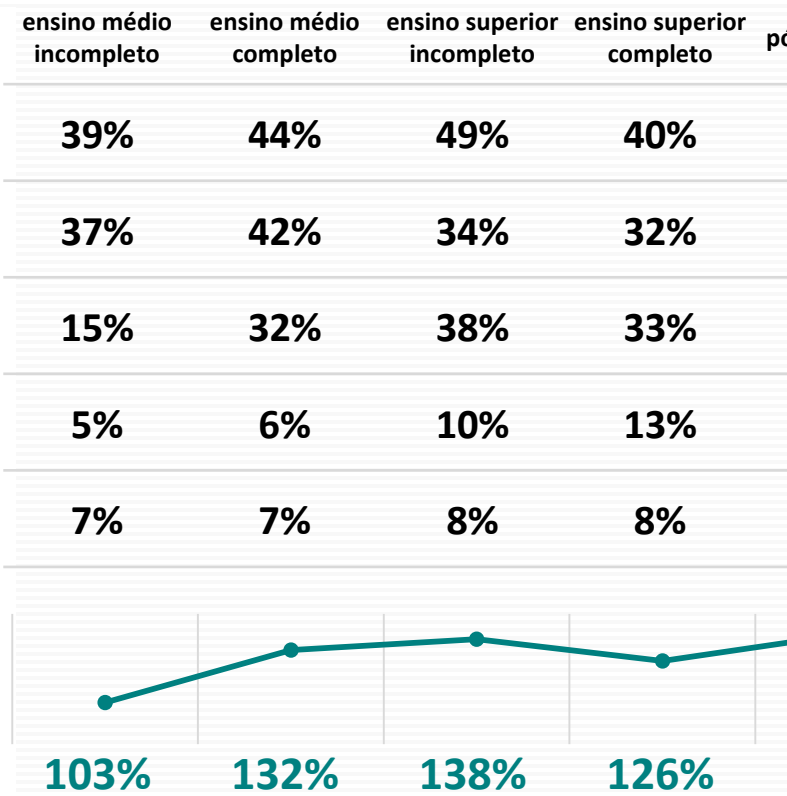
rádio

internet

outdoor

jornal

soma



estratégia

promoções

5%

realizam sempre

38%

às vezes

50%

nunca

7%

sem resposta

- a promoção ainda seria um recurso pouco utilizado pelos lotéricos, inclusive com metade deles sendo taxativos quanto a não realizarem (P18)

base: 1.735

 + informações

estratégia

promoções

por região

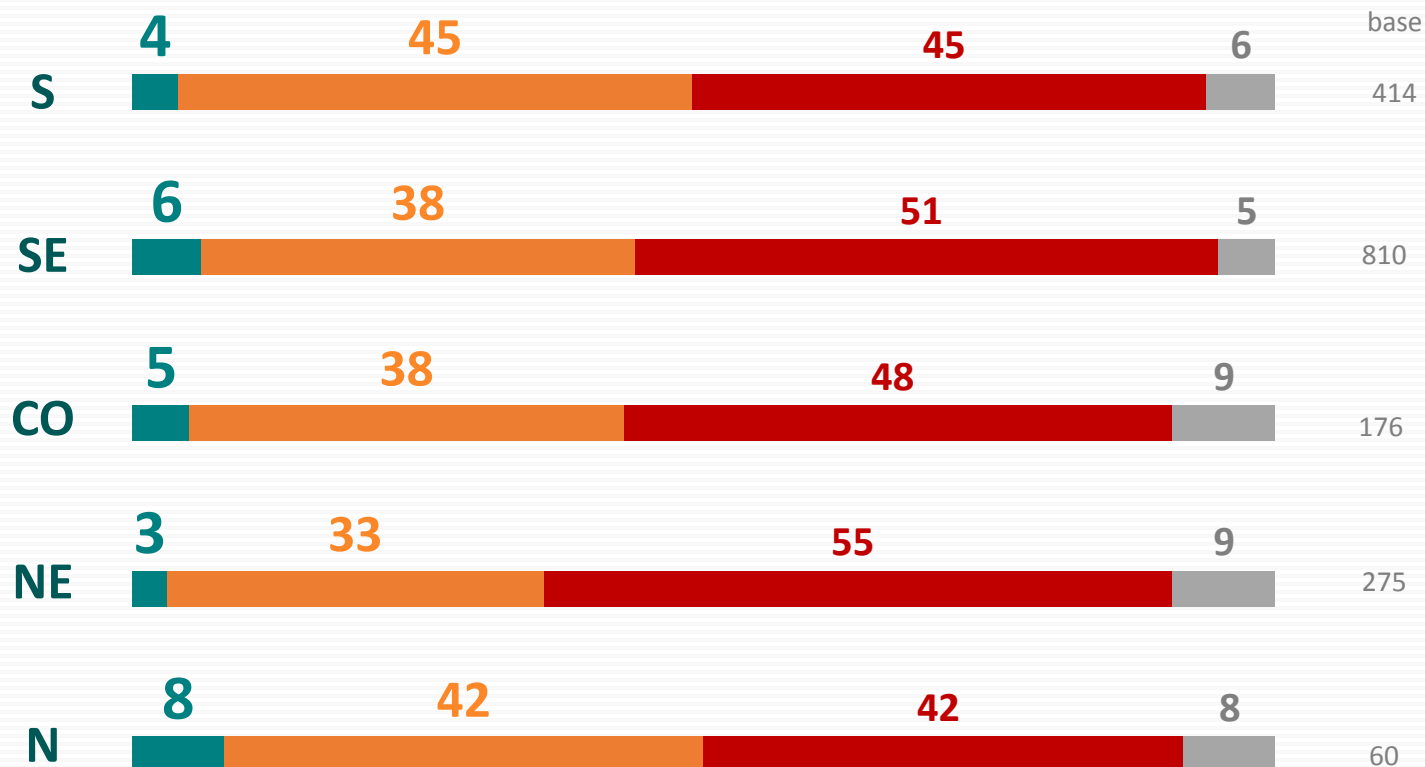
- ainda que algumas variações existam entre as regiões, mesmo assim o emprego de promoções seria bastante reduzido (P18)

 realizam sempre

 às vezes

 nunca

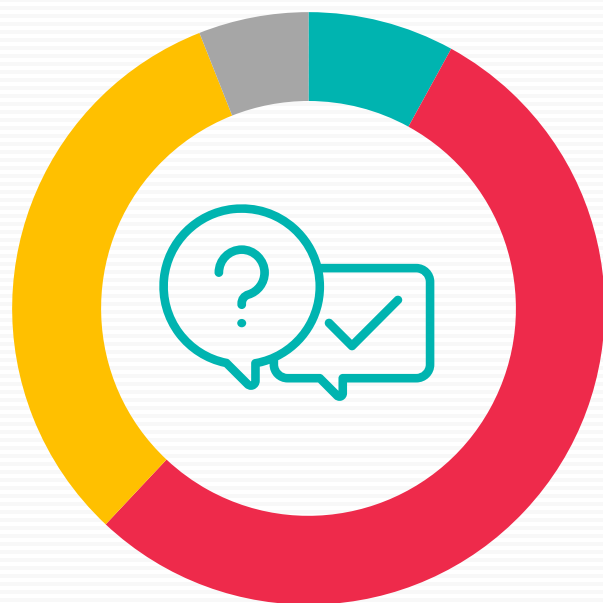
 sem resposta



 + informações

estratégia

pesquisa de opinião



| 8%

sempre realizam
pesquisas

| 54%

nunca realizam

| 32%

às vezes

| 6%

sem resposta

- o mesmo comentário sobre 'promoções' cabe com relação à realização de 'pesquisas' pelos lotéricos, um recurso ainda pouco empregado (P19)

base: 1.735

 + informações

estratégia

por região

pesquisa de opinião

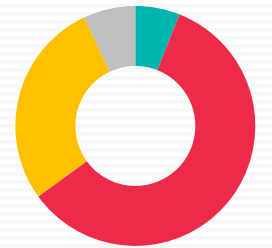
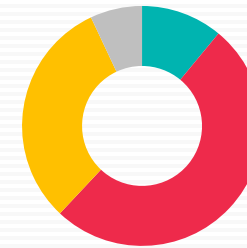
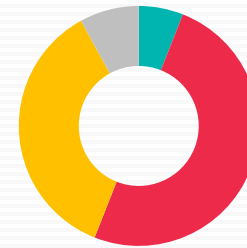
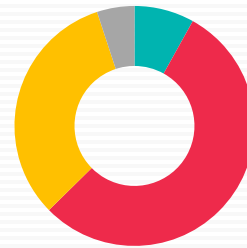
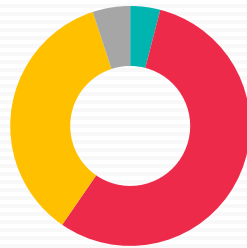
S

SE

CO

NE

N



sempre realizam pesquisas

4%

8%

6%

11%

6%

nunca realizam

55%

54%

50%

51%

59%

às vezes

35%

32%

36%

31%

28%

sem resposta

5%

5%

8%

7%

7%

base 414

810

176

275

60

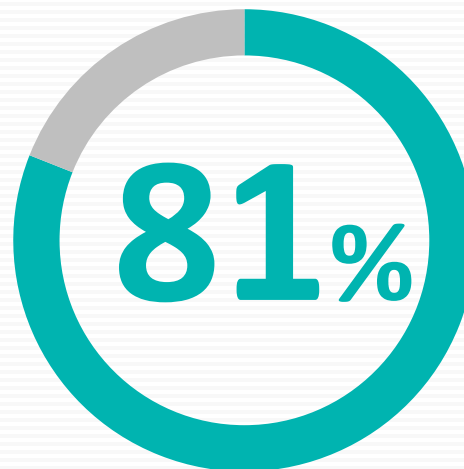


estratégia

medida para estimular as vendas em 2017



**pretendem
adotar uma
nova
medida**



- de forma geral haveria uma predisposição a mudar, inovar ou tentar algo diferente para estimular as vendas na lotérica em 2017 (P20)

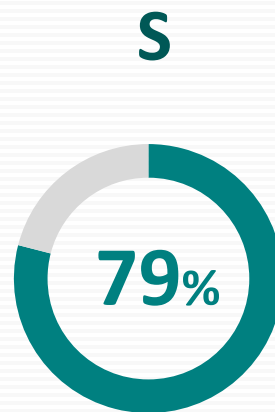


base 1.735

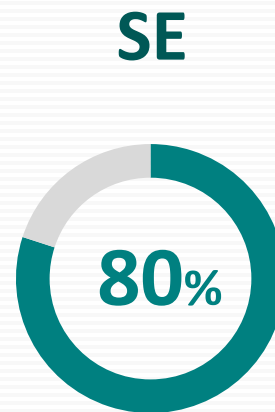
estratégia

por região

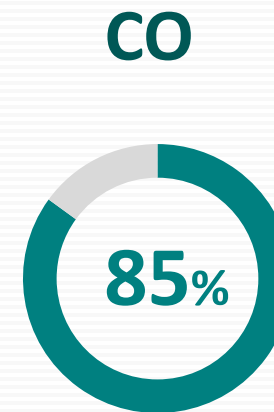
medida para estimular as vendas em 2017

pretendem
adotar uma
nova medida

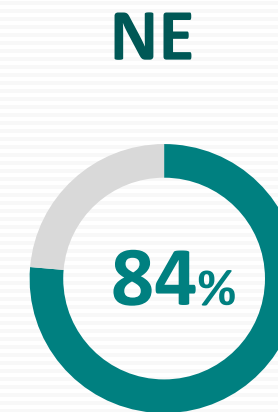
base 414



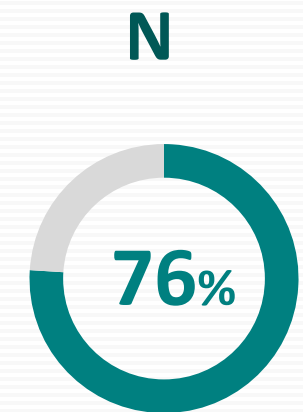
810



176



275



60

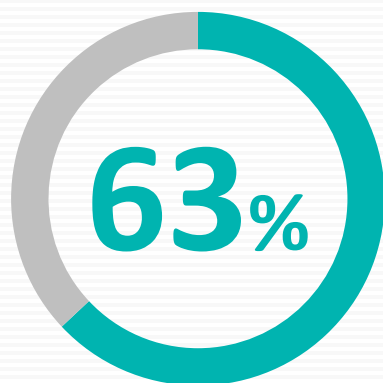


estratégia

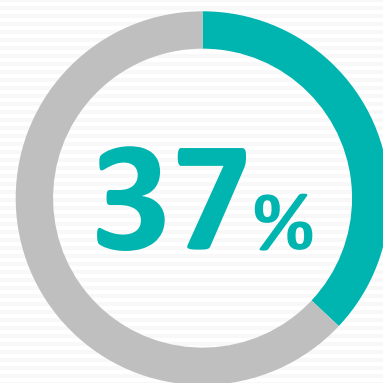
medida para estimular as vendas em 2017



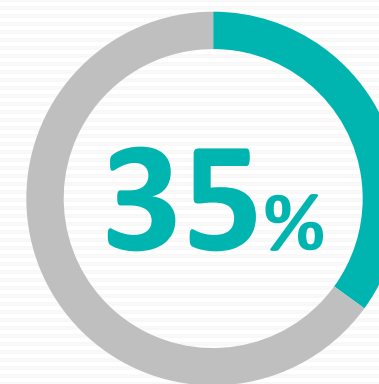
explorar os demais
produtos/serviços
disponibilizados pela CAIXA



investir em
cursos/treinamentos



investir em propaganda e
marketing



sem resposta

5%



+ informações

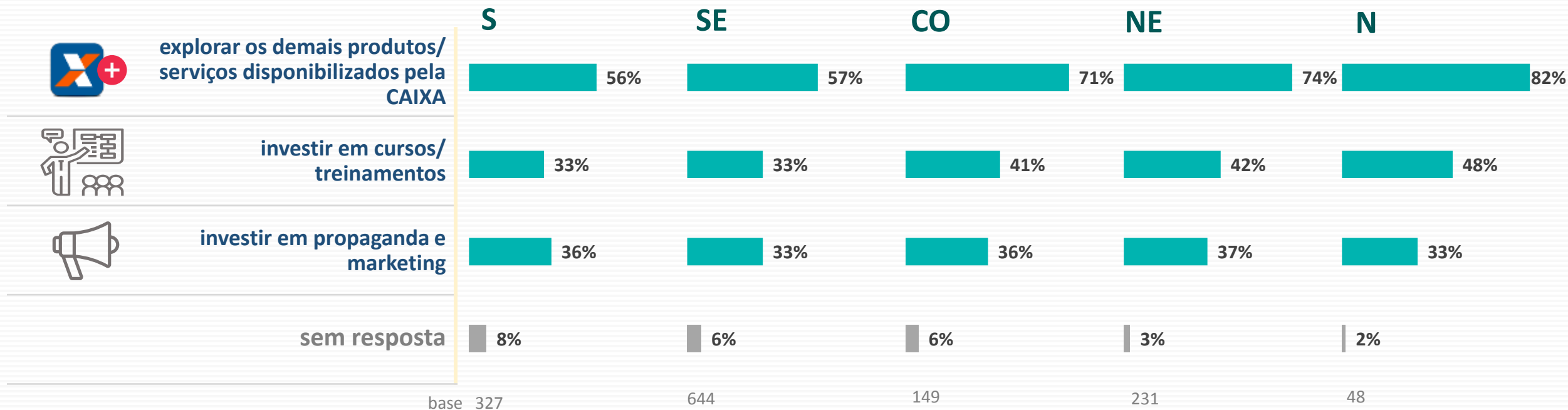
base 1.399

- praticamente 2 em cada 3 lotéricos pretendem 'investir' nos demais produtos / serviços disponibilizados pela CAIXA (P21)

estratégia

por região

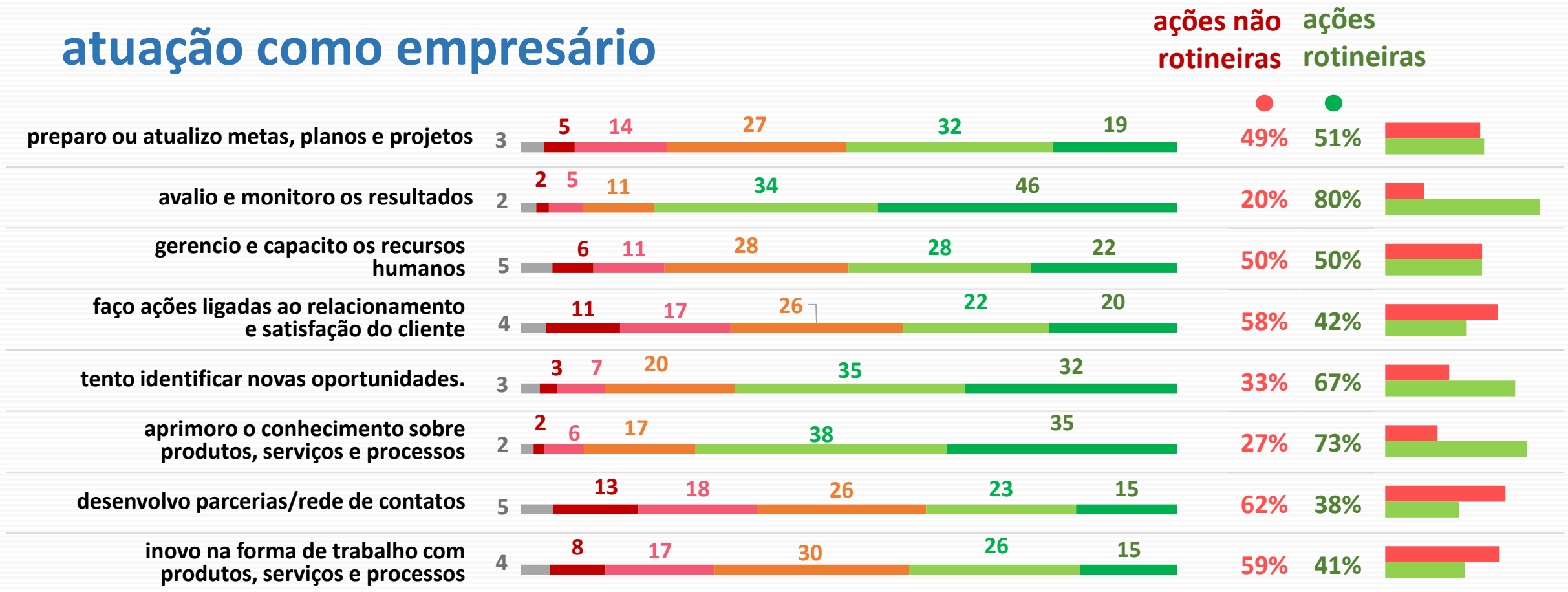
medida para estimular as vendas em 2017



 + informações

estratégia

atuação como empresário



base: 1.735



+ informações

sem resposta

nunca
raramente

ocasionalmente
frequentemente

sempre

estratégia

por região

atuação como empresário

	sul						sudeste						centro-oeste						nordeste						norte					
	sem resposta	nunca	raramente	ocasionalmente	frequentemente	sempre	sem resposta	nunca	raramente	ocasionalmente	frequentemente	sempre	sem resposta	nunca	raramente	ocasionalmente	frequentemente	sempre	sem resposta	nunca	raramente	ocasionalmente	frequentemente	sempre	sem resposta	nunca	raramente	ocasionalmente	frequentemente	sempre
preparo ou atualizo metas, planos e projetos	3	4	11	28	35	19	3	4	12	27	32	22	3	7	12	26	34	18	6	5	21	24	29	15	4	5	16	40	22	13
avalio e monitoro os resultados	2	1	4	11	34	48	1	2	2	9	34	52	2	3	5	11	39	40	4	2	9	11	34	40	4	4	13	27	26	26
gerencio e capacito os recursos humanos	3	7	8	28	34	20	4	5	10	26	30	25	4	5	13	29	29	20	8	6	14	30	20	22	8	12	6	34	21	19
faço ações ligadas ao relacionamento e satisfação do cliente	3	12	15	27	26	17	2	11	17	26	24	20	2	12	17	22	25	22	6	11	19	25	19	20	10	9	15	40	9	17
tento identificar novas oportunidades	3	1	6	20	38	32	2	2	6	22	35	33	2	5	7	17	37	32	5	3	12	18	31	31	5	5	8	15	39	28
aprimoro o conhecimento sobre produtos, serviços e processos	2	1	6	17	39	35	1	2	5	18	38	36	3	2	5	16	35	39	2	2	11	16	38	31	2	3	8	14	40	33
desenvolvo parcerias/rede de contatos	4	8	15	25	33	15	4	15	20	25	21	15	5	14	13	29	24	15	7	15	19	23	20	16	6	13	13	39	16	13
inovo com produtos, serviços e processos	3	5	14	31	34	13	4	9	18	31	23	15	5	7	20	27	24	17	5	10	16	29	26	14	5	15	10	19	33	18

base: 1.735



■ nunca
■ ocasionalmente
■ sempre
■ raramente
■ frequentemente
■ sem resposta

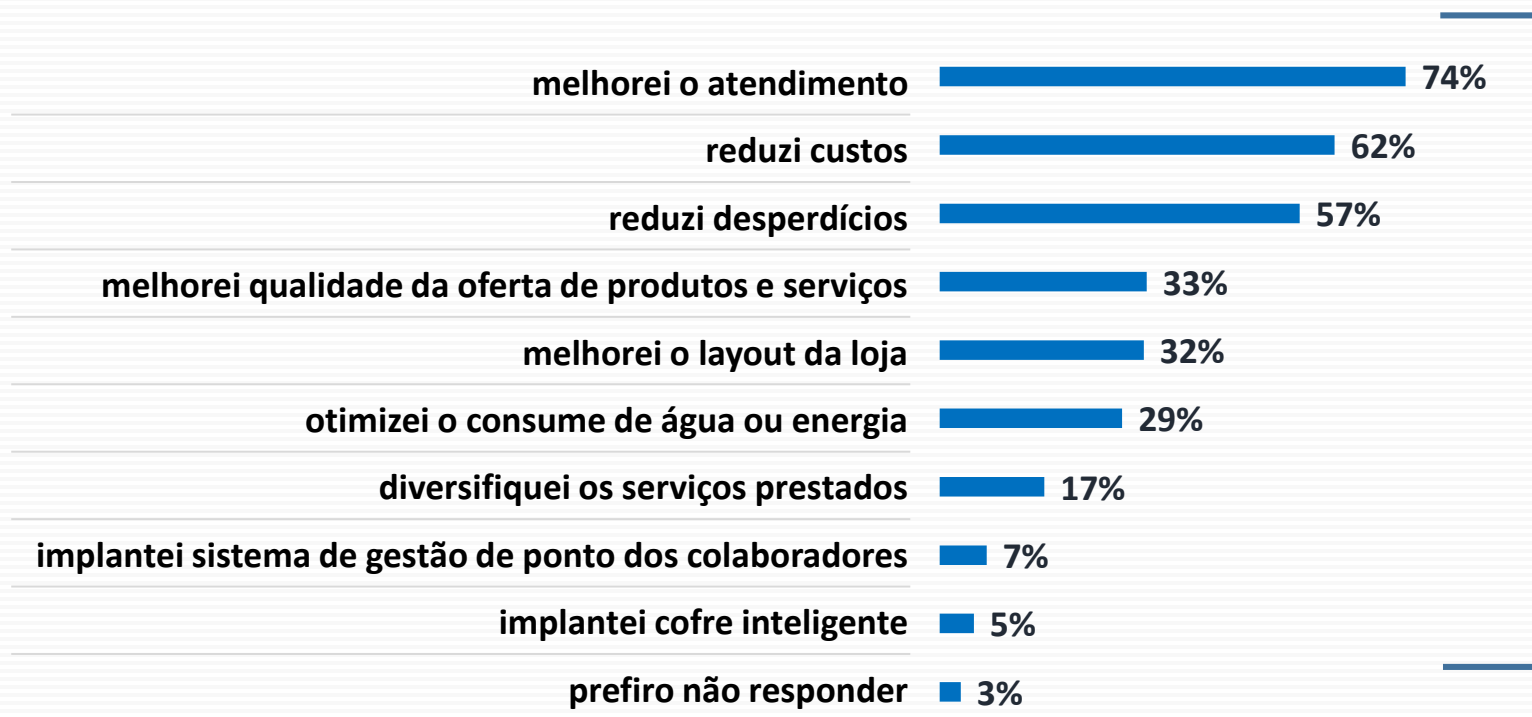
em %



inovação

inovação

mudanças na empresa



base: 1.735



- aparentemente os lotéricos têm se mostrado ativos no que tange à implementação de mudanças na empresa

3,3 média de mudanças

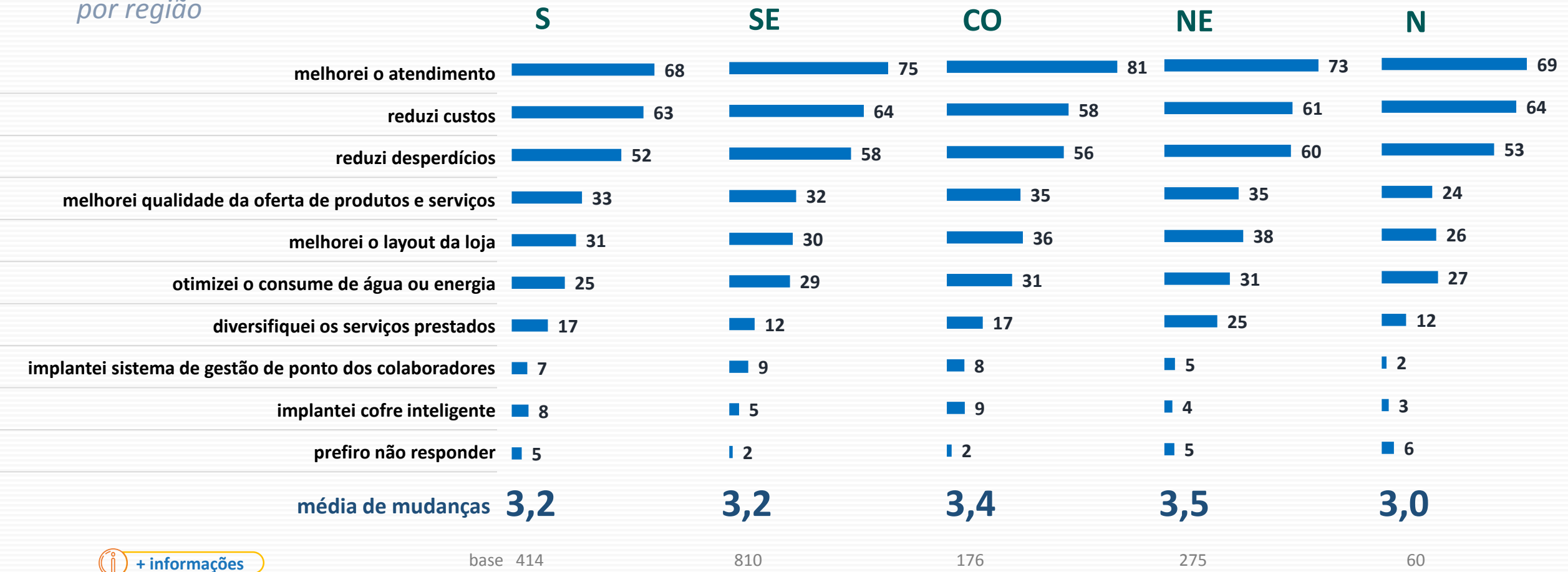
- tanto que na média geral cada entrevistado alega haver implementado **3,3** mudanças na lotérica (P23)

inovação

mudanças na empresa

por região

- a região Nordeste se destaca com a maior média de mudanças (3,5), enquanto no outro extremo estariam os estados do Norte (3,0) (P23)

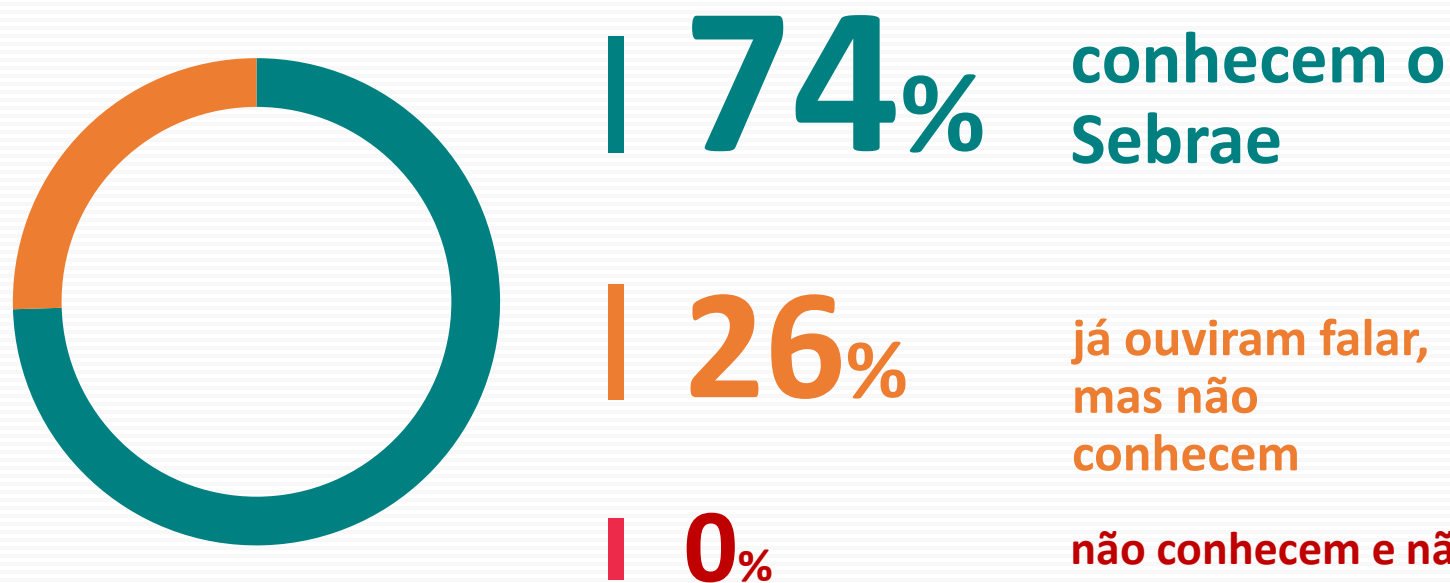




***relacionamento
com o Sebrae***

relacionamento com o Sebrae

conhecimento sobre o Sebrae



- apesar de existir um bom ponto de partida, aparentemente ainda haveria um considerável espaço para a divulgação dos produtos e serviços do Sebrae (P24)

apenas 8 entrevistados afirmaram nunca ter ouvido falar no Sebrae

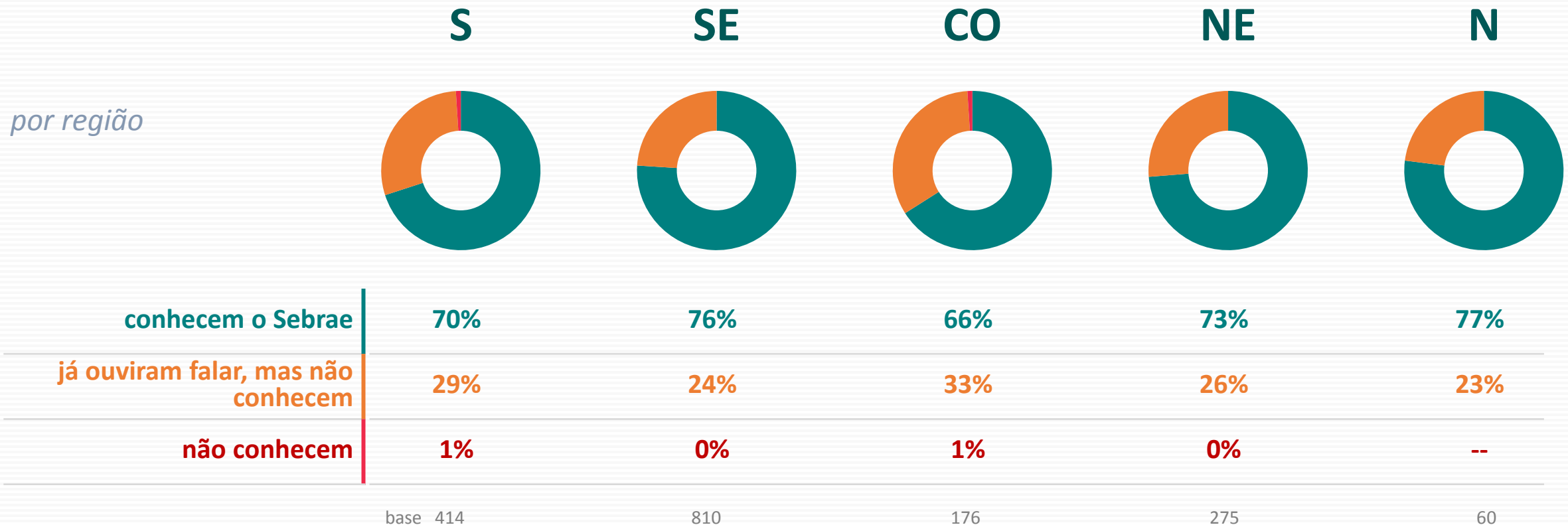
base: 1.735

 + informações

relacionamento com o Sebrae

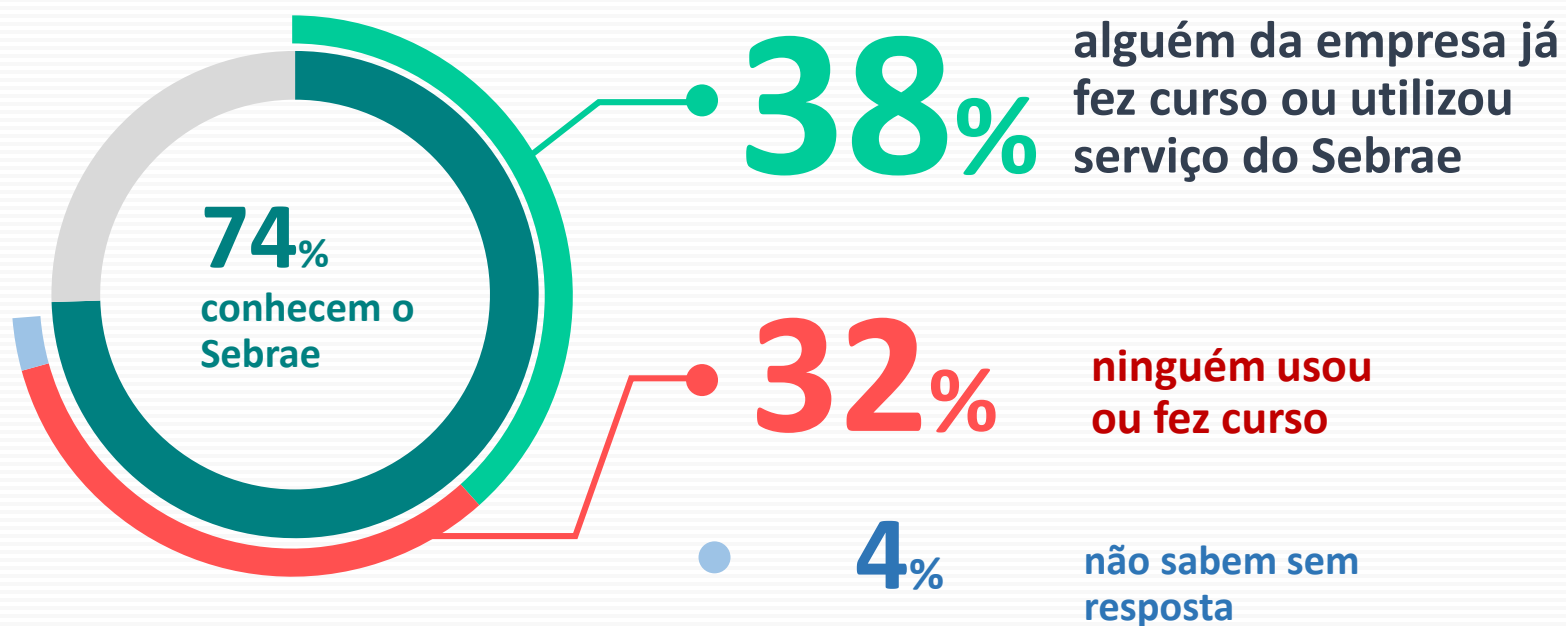
conhecimento sobre o Sebrae

- particularmente nas regiões CO e S, onde o conhecimento superficial e o desconhecimento alcançam quase 1 em cada 3 desses lotéricos (P24)



relacionamento com o Sebrae

utilizou serviços do Sebrae



- mesmo junto aos lotéricos que alegam 'conhecer o Sebrae', a utilização efetiva do serviço ou a realização de algum curso ocorreu com apenas 1 em cada 3 desses entrevistados (P25)

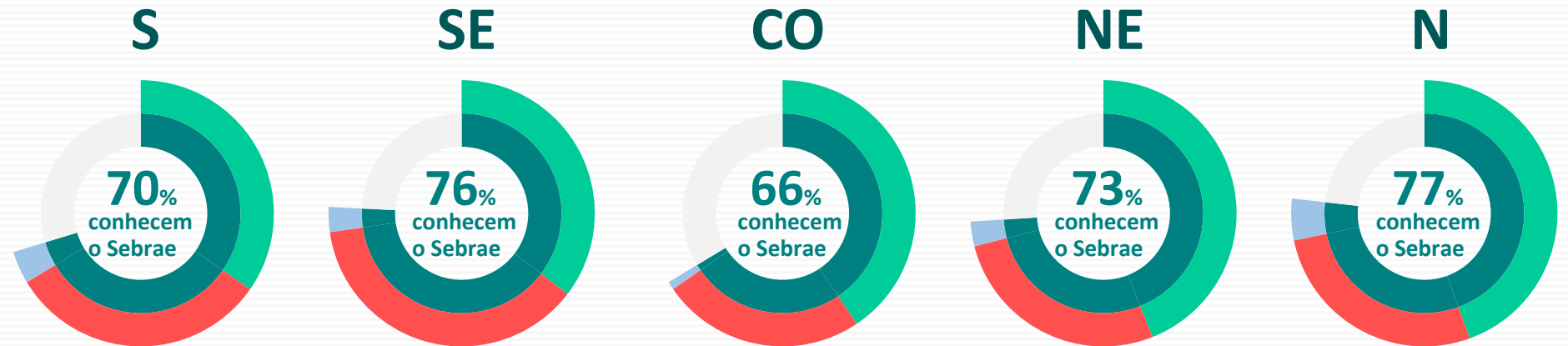
base: 1.735

 + informações

relacionamento com o Sebrae

por região

utilizou serviços do Sebrae



alguém da empresa já fez curso ou utilizou serviços

35%

35%

40%

44%

44%

não utilizaram os serviços

32%

37%

25%

27%

27%

não sabem responder

3%

4%

1%

2%

6%

base 414

810

176

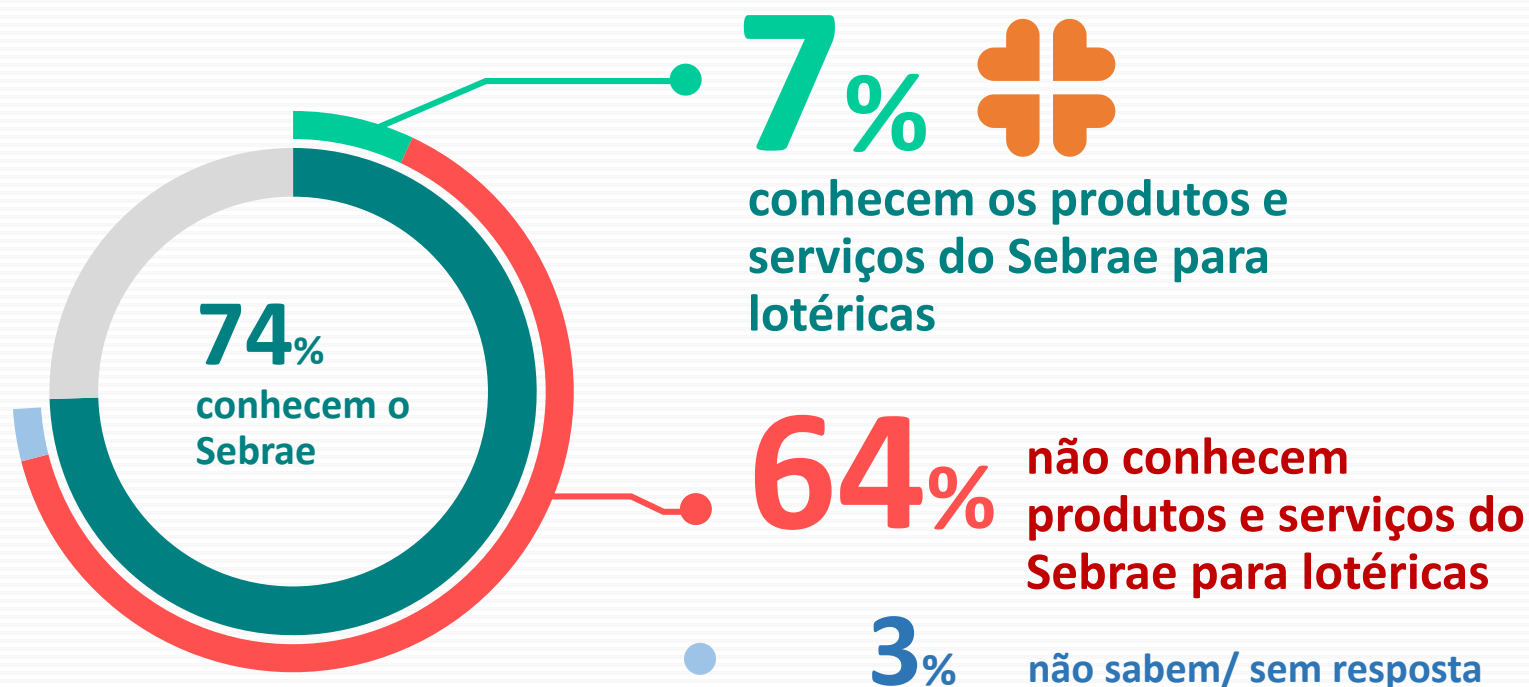
275

60

+ informações

relacionamento com o Sebrae

serviço do Sebrae para Unidades Lotéricas



- quase 2 em cada 3 entrevistados afirmaram não conhecer um produto ou serviço do Sebrae para lotéricas, o que confirma o considerável espaço para divulgação (P26)

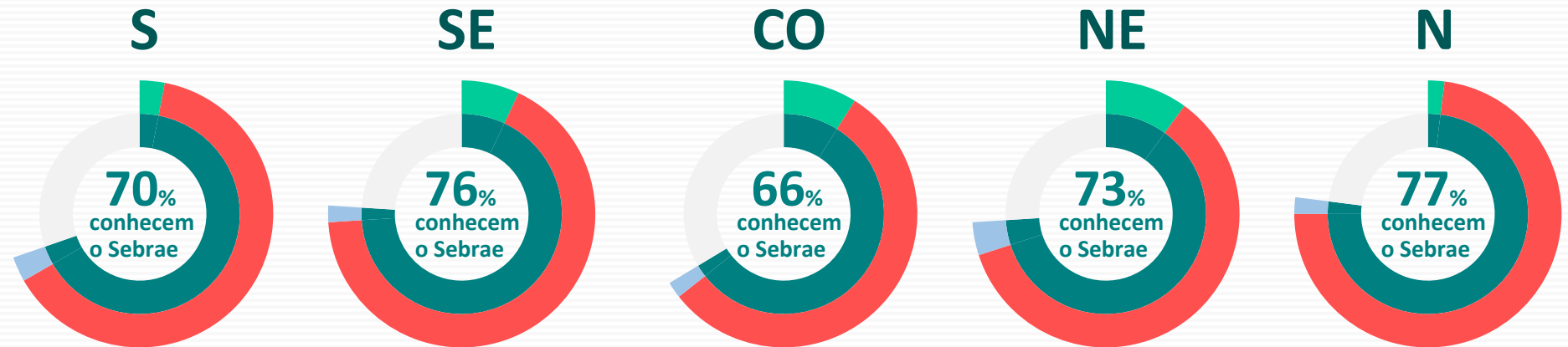
base: 1.735

 + informações

relacionamento com o Sebrae

por região

serviço do Sebrae para Unidades Lotéricas



conhecem os serviços para lotéricas

5%

7%

9%

10%

2%

não conhecem os serviços para lotéricas

63%

67%

56%

60%

73%

não sabem responder

2%

2%

1%

3%

2%

base 414

810

176

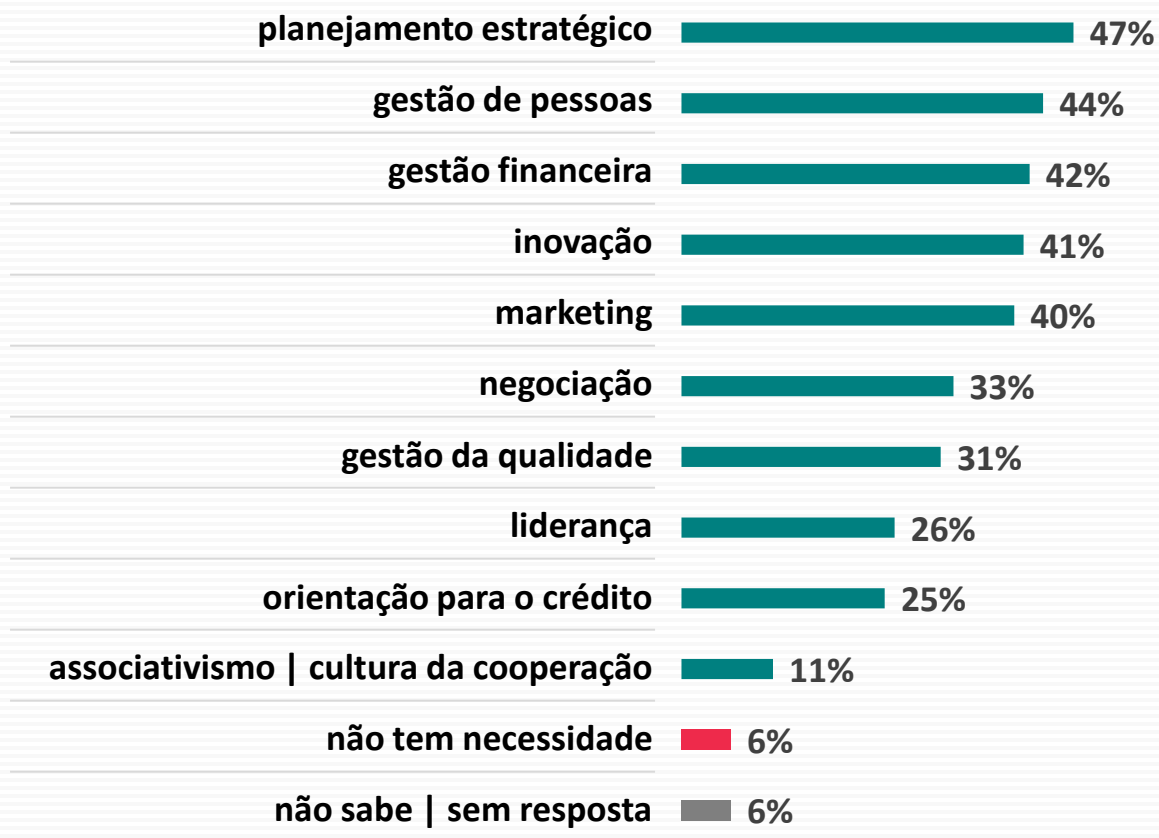
275

60

+ informações

relacionamento com o Sebrae

áreas onde têm mais necessidade



base: 1.735

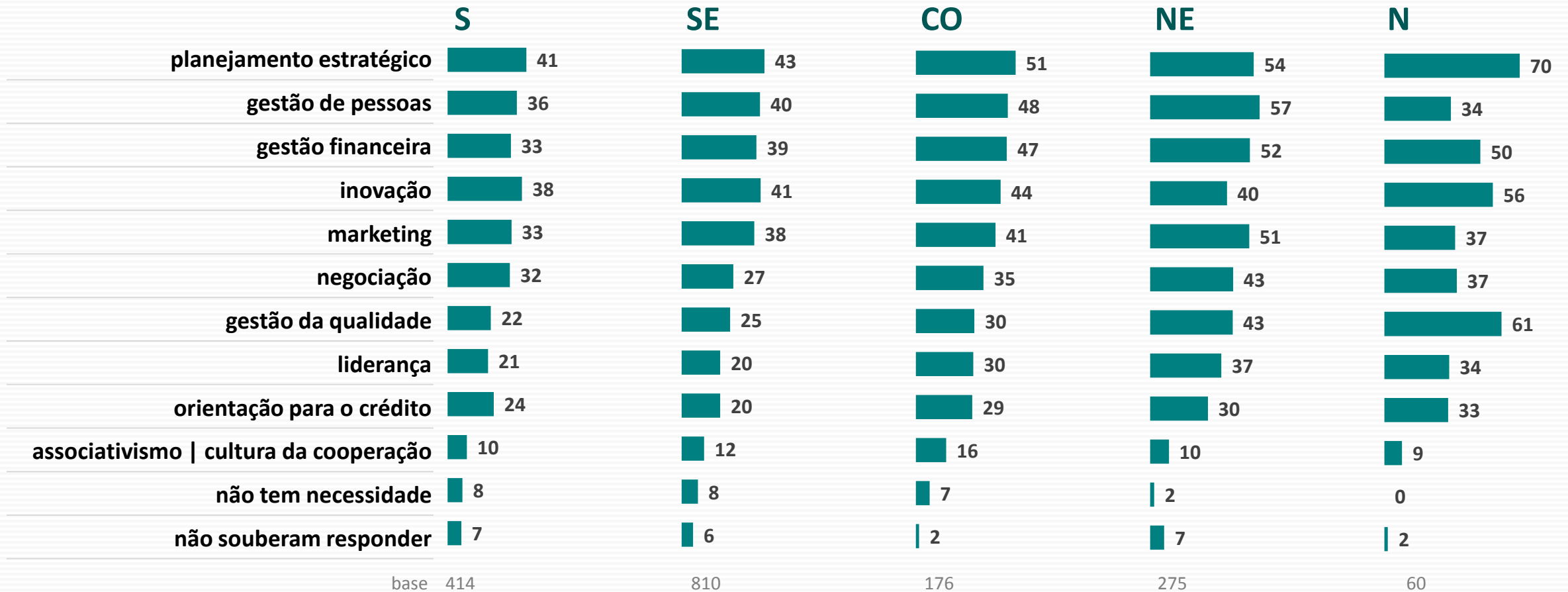
- várias são as áreas onde os lotéricos teriam necessidade de capacitação, cursos ou consultoria
- inclusive com os empreendedores apontando (na média) mais de três áreas com tais necessidades, algo a sinalizar receptividade (P27)



relacionamento com o Sebrae

por região

áreas onde têm mais necessidade



relacionamento com o Sebrae

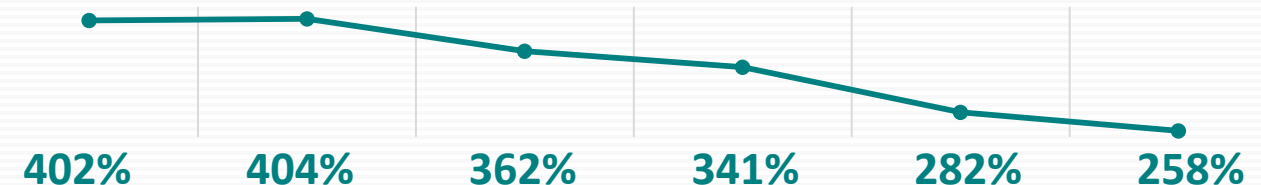
áreas onde têm mais necessidade

- dado o 'envelhecimento' do perfil e a baixa renovação desses empreendedores, aparentemente a janela de oportunidade para a capacitação por parte do Sebrae tende a diminuir com o passar do tempo (P27)

- a percepção das áreas com necessidade de capacitação diminui consideravelmente quanto maior a idade do lotérico

	até 24 anos	25 a 34 anos	35 a 44 anos	45 a 54 anos	55 a 64 anos	65 anos ou mais
gestão financeira	59%	57%	44%	41%	33%	28%
planejamento estratégico	51%	56%	52%	46%	43%	24%
gestão de pessoas	48%	52%	45%	45%	36%	40%
marketing	34%	46%	44%	40%	34%	37%
liderança	32%	32%	30%	28%	16%	13%
negociação	45%	41%	36%	32%	24%	29%
orientação para o crédito	30%	30%	30%	25%	17%	9%
gestão da qualidade	48%	35%	30%	31%	30%	31%
inovação	46%	43%	42%	41%	40%	36%
associativismo cultura da cooperação	9%	13%	10%	12%	10%	11%

total

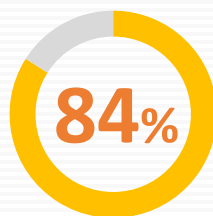


relacionamento com o Sebrae

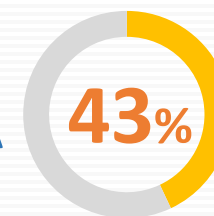
como melhorar os resultados da empresa



aumentar vendas de jogos e bolões



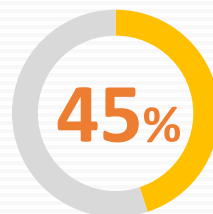
aumentar a venda de seguros/negócios CAIXA



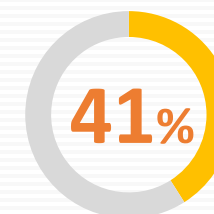
não sabem | 5%



estabelecer campanhas motivacionais para os funcionários



buscar convênios para trabalhar com malotes, contas e empréstimos



base: 1.735

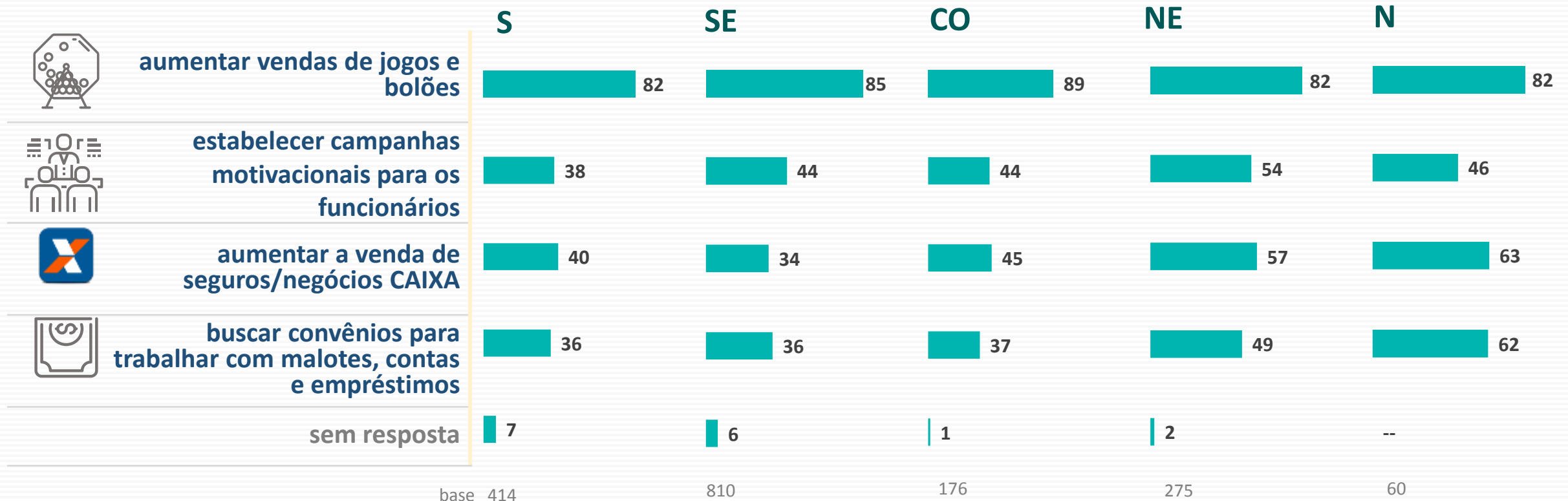
- ainda que as opções tenham sido estimuladas, tais resultados no mínimo apontam uma receptividade e a predisposição favorável a adoção de tais medidas (P28)
- de qualquer forma, é positivo que boa parte dos lotéricos tenha clareza com relação ao que perseguir para melhorar os resultados da empresa, inclusive com esses 95% dos respondentes citando mais do que apenas uma opção

 + informações

relacionamento com o Sebrae

por região

como melhorar os resultados da empresa



relacionamento com o Sebrae

como melhorar e diversificar a rentabilidade



- o mesmo se aplica no que tange a melhorar e diversificar a rentabilidade da empresa, inclusive com esses 92% dos respondentes citando mais do que apenas uma opção
- ainda que as opções tenham sido estimuladas, tais resultados no mínimo apontam uma receptividade e a predisposição à adoção de tais medidas (P29)

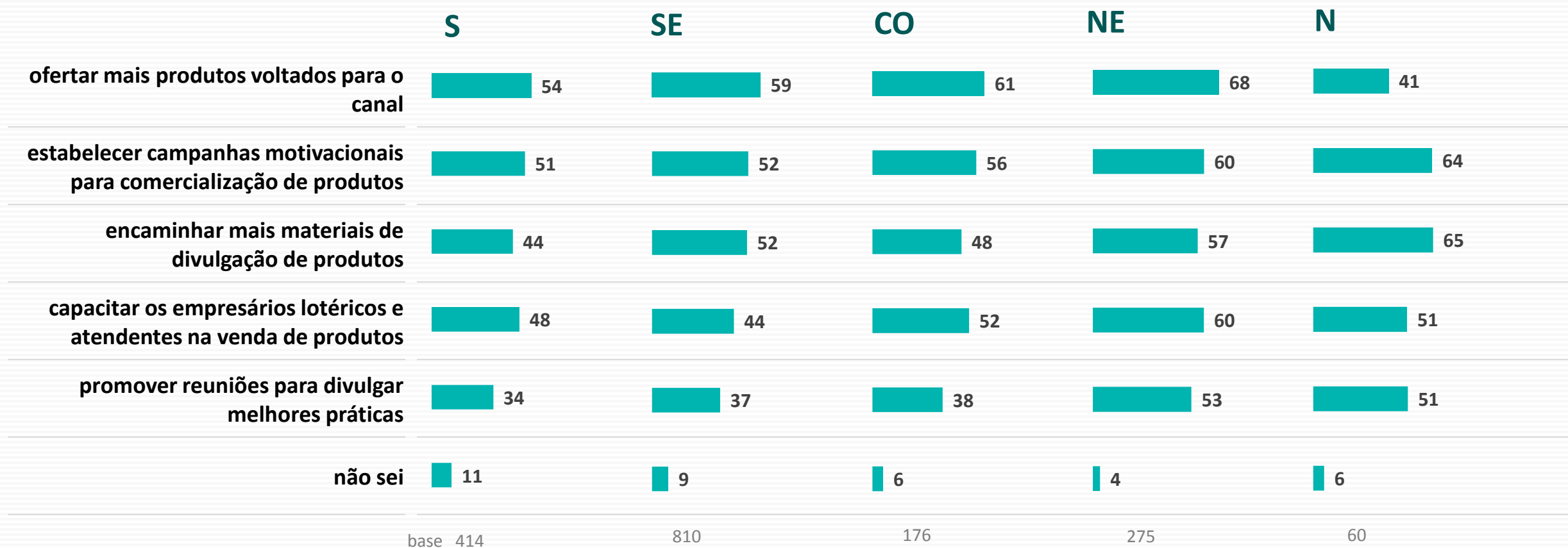
base: 1.735

 + informações

relacionamento com o Sebrae

por região

como melhorar e diversificar a rentabilidade

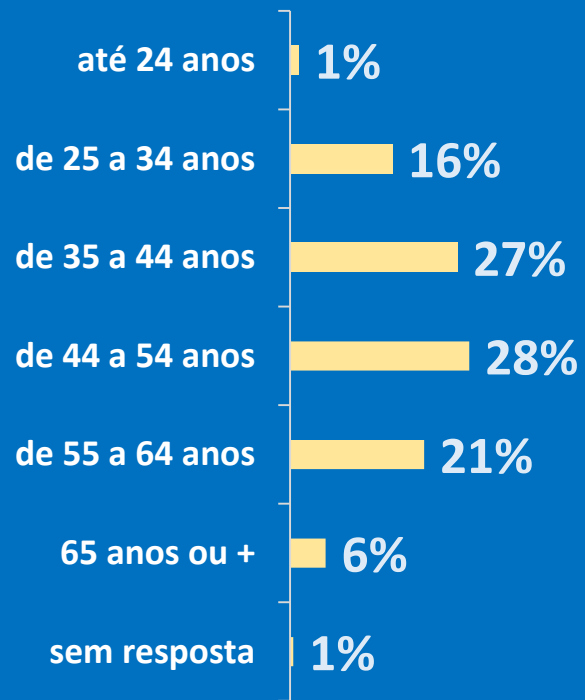


 + informações

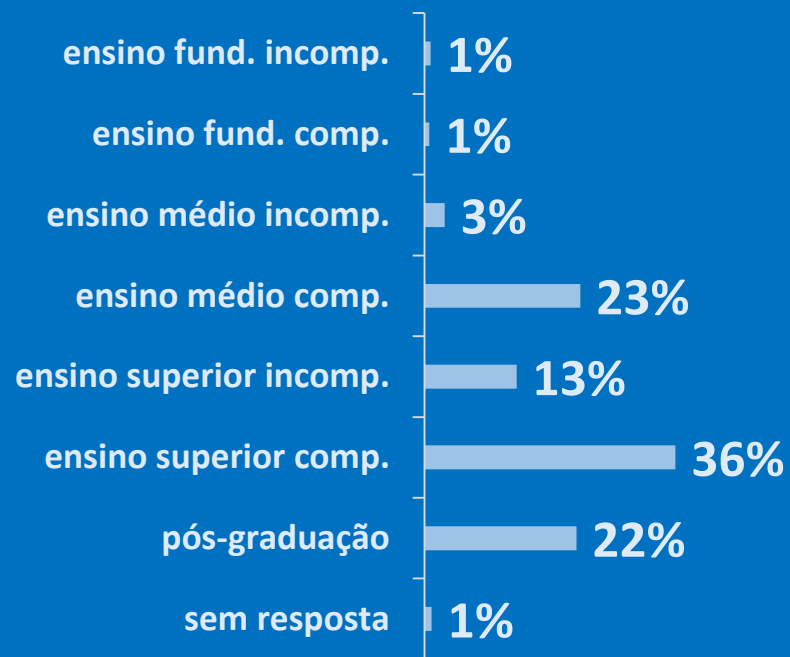


perfil do lotérico

perfil do lotérico

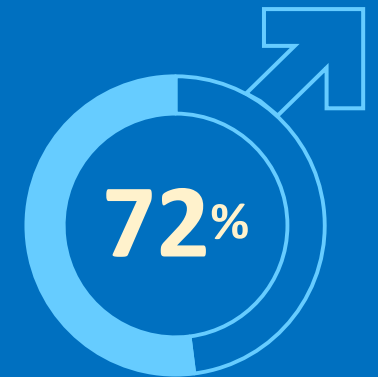


base: 1.735

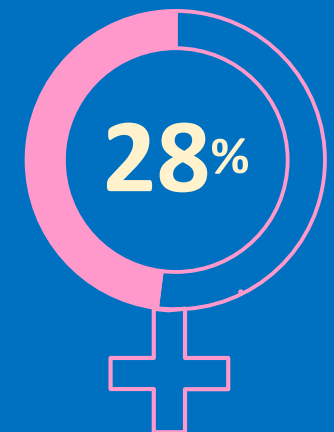


 + informações

masculino



feminino





***para não
esquecer***

para não esquecer

1

os problemas de gestão devem estar presentes nas lotéricas, dado o considerável volume de controles ainda manuais ou até mesmo pela inexistência de vários deles

4

a tecnologia seria algo ainda distante de muitos desses lotéricos, seja pelos muitos controles ainda manuais ou pelo próprio perfil do lotérico (idade & escolaridade)

2

existem oportunidades para a formatação de produtos específicos (capacitação, de cursos e de consultoria) com base nos dados apurados dos hábitos de gestão desses entrevistados

5

a falta de novas empresas lotéricas no mercado seria algo a ser atentado, em conjunto com a idade média elevada dos empreendedores (46 anos)

3

aparentemente haveria uma receptividade boa a tais produtos, tendo em vista os elevados percentuais de reconhecimento das próprias carências enquanto gestores

6

os resultados das lotéricas dos estados do Norte merecem atenção por quase sempre destoarem significativamente das demais regiões

para não esquecer

7

o negócio a ser atendido pelo Sebrae estaria cada vez mais tendendo para 'correspondente bancário' e menos para os jogos ou as loterias

8

a predominância de lotéricos do sexo masculino (3 em cada 4 deles) sugere alguma reflexão inclusive com relação à renovação e ao dinamismo da atividade econômica



obrigado!



Sebrae Nacional

Unidade de Gestão Estratégica – UGE

Kennyston Lago
Kennyston.Lago@sebrae.com.br

Dênis Nunes
Denis.Pedro@sebrae.com.br