

• DOCUMENTO **CONFIDENCIAL** PARA USO
INTERNO – NÃO COMPARTILHAR FORA DA
COMPANHIA E USAR COM CUIDADO

Perfis de Cliente

Uso de Produtos & Dores

Time Insights & UX Research

30.08.2023

stone



Agenda

1

Metodologia

2

Quem é o nosso cliente e quais são
seus desafios no dia-a -dia do negócio

3

Perfis de público



Para este estudo, utilizamos pesquisa quantitativas (JTBD) e qualitativas (Expedição Dico), além de outras pesquisas já existentes de suporte

Intervalo de confiança de 95% para todas as amostras quantitativas

1.

Pesquisa Jobs To Be Done & Penetração de Software

Objetivos Quant: Medir penetração de uso de PDV e ERP e principais dores dos diferentes tiers de cliente em relação aos seus *jobs to be done*

Objetivos Quali: Aprofundar dores e necessidades por perfil (tier).

Data de realização: Jun/2023.

2.

Expedição Dico 2022/23

Objetivo: entender o código dos clientes Micro, Small e Medium em relação à banking e gestão.

Data de realização: Abr-Mai/2022 e Abr-Mai/2023.

Cidades Visitadas: Goiânia, Florianópolis, Maceió, Campo Grande, Salvador e Curitiba.

3.

Pesquisa Gestão

[Relatório completo](#) | [Resumo Insights](#)

Objetivo: Classificar o nível de gestão de cada tier de cliente, entendendo a maturidade dos processos executados para cada um dos perfis.

Data de realização: Abr/2023.

4.

Pesquisa Cartões

[Relatório completo](#) | [Resumo Insights](#)

Objetivo: Medir penetração de uso de cartões e produtos financeiros assim como razões de uso dos diferentes tipos de cartões (pré-pago, débito e crédito) por tier de cliente.

Data de realização: Abr/2023.

Quantitativa	Qualitativa
Dores & Necessidades: 1.150 sendo: 448 Ton 662 Stone 197 Micro 349 SMB Small 116 SMB Medium Margem de erro 5 p.p.	Penetração Software: 2.317 sendo: 440 Mercado 1.051 Mapeia Balcão 448 Ton 1.429 Stone 14 clientes Stone 4 Alimentar serviço 3 Alimentar varejo 5 Varejo 2 Serviço 3 clientes Ton
	18 grupos com clientes Stone & Ton 24 visitas à clientes Micro, Small e Medium
1354 clientes Margem de erro 6 p.p.	499 clientes Stone 190 Micro 253 SMB Small 56 SMB Medium 855 de clientes Ton
2527 clientes Margem de erro 4 p.p. para Micro Ton e Stone e 6 p.p para SMB Small e Medium	1573 clientes Stone 901 Micro 284 SMB Small 47 SMB Medium 954 clientes Ton 7 clientes Stone 2 Alimentar serviço 1 Alimentar varejo 3 Varejo 1 clínica médica 6 clientes Ton

Outras pesquisas utilizadas: Pesquisas quant. Uso de Conta Cliente Ton (3.139 respondentes Jun/23 e 952 em Jan/23); quali TapTon 2022 (12 entrevistas), Investimentos Stone 2022 (14 entrevistas).



Agenda

1 Metodologia

2 Quem é o nosso cliente e quais são
seus desafios no dia-a -dia do negócio

3 Perfis de público



Os tiers de cliente apresentam diferentes desafios no dia-a-dia do seu negócio, que podem ser agrupados em 4 níveis

	O negócio	A operação	Uso de produtos	Necessidade
SAM 2mm+ LARGE/ VERY LARGE 11k 21	NÍVEL 4 • >30 lojas / Multicanal • Grandes grupos	CUSTOMIZAÇÃO • Corporativo (financeiro, marketing) • Industrial / cadeia complexa	• Boleto / DDA • Capital de giro • Bancões • Gerente	• Gestão de estoque • Integração e oferta completa de Banking • Interações personalizadas
100k-2mm MEDIUM 402k 43,3	NÍVEL 3 • 2-30 lojas / Multicanal • Empresa Familiar / Regional	PERFORMANCE / CONTROLE • Especialistas (financeiro, marketing) e fornecedores	• Boleto I DDA • Capital de giro • Bancões • Gerente	• Gestão de estoque • Oferta completa • Integração • BI
15-100k SMALL 2,4mm 24,4	NÍVEL 2 • 1-2 lojas I Delivery • Dono barriga no balcão	SIMPLOCIDADE / PREVISIBILIDADE • Família I vendedores I provedores • Fornecedores + Atacarejo	• Boleto • Pix QRCode • Conta Digital • Antecipação	• Gestão de custos • Previsibilidade de caixa • Comprar melhor
0-15k MICRO 10,2mm #ECs 27,3 R\$ bi	NÍVEL 1 • Mini-loja, Ambulante, autônomo • Empreendedor individual	SOBREVIVÊNCIA / OPORTUNIDADE • Não tem funcionários • Compra hoje para vender amanhã	• Pix P2P • Cartão PF • Conta Digital • Antecipação	• Dinheiro na mão, • Baixo custo acesso • Facilidade • Acesso

*O Nível 4 - perfil Large (+20MM) - não será aprofundado nesse documento

A função-objetivo muda por perfil de cliente: Micro quer oportunidade, Small quer previsibilidade e Medium quer melhorar performance

Jobs To Be Done				
Jobs	Jobs Relacionados	Micro ¹	Small	Medium ²
QUEM É O CLIENTE	Vender	<p>Atrair novos clientes</p> <p>Atuação de vendas limitada (hiperlocal) Dependem da venda para rede próxima</p> <p>Venda no digital é tão relevante quanto no físico 53% vendem em canais físicos e mesmos 53% por Whatsapp</p> <p>O \$ precisa girar rápido 70% antecipam seus recebimentos e 43%² usam Pix como meio de recebimento principal</p>	<p>Busca de crescimento via multicanal Loja física é o principal canal de novos clientes (47%), mas também busca evoluir no digital</p> <p>Multicanais de vendas, com foco na loja física Físico 90%, WhatsApp 56%, RS 35%, Delivery 19%, etc); 63% usam sist. de PDV: foco em emissão de nota e controle de venda</p> <p>Anticipam para ter giro e facilitar a gestão 76% antecipam - 27% p/ giro e 27% p/ gestão</p>	<p>Busca de crescimento via multiloja Loja física é o principal canal de aquisição de novos clientes (42%)</p> <p>Processo complexo, multicanal e multiloja Multiloja e multicanal (ecommerce 17%, delivery 16%); 89% usam sistema de PDV, foco em controle da operação multicanal e multiloja</p> <p>Menor necessidade de antecipação 40% nunca antecipam</p>
	Sobreviver	<p>Dificuldade de cuidar do \$ 74% não tem formação em gestão, mistura PF/PJ</p>	<p>Sobreviver Alta taxa de mortalidade de empresas</p>	<p>Contabilidade & Impostos Tema fiscal ganha relevância</p>
	Movimentar o \$ do negócio	<p>Digital é alavanca de acesso e economia Nubank é a principal conta do negócio (22%) por conta de crédito, facilidade e ausência de taxas</p>	<p>Priorizam praticidade e oferta completa Perfil que mais usa a Conta Stone (20%) pela praticidade de receber e pagar; usa uma maior variedade de produtos de banking (ex. boleto, DDA, pago de impostos, pix em lote)</p>	<p>Priorizam oferta completa 70% usam bancos tradicionais como conta principal; maior uso de produtos de banking que auxiliam a gestão financeira (ex. FoPa, crédito longo)</p>
	Gerir Financeiro/Estoque/Resultados	<p>Gestão “de cabeça” e compra por demanda ~ 90% não usam sistemas; compra semanal/diária pela falta de capital de giro para estoque</p>	<p>Gestão manual, gastando muito tempo do dono ~ 60% usam PDV/ERP para controle básico da operação, mas ainda dependem de tarefas manuais de gestão; processo de compras também é fragmentado e demandante.</p>	<p>Alta gestão, priorizando performance Uso predominante de boletos (53% principal) e 90% usam ERP e sistemas auxiliares; processo de compras recorrente e planejado; processos especializados por segmento de atuação</p>
	Acessar Crédito	<p>Usam cartões PF para girar Financiamento do negócio via cartão PF (2º meio de Money Out)</p>	<p>Alto custo de crédito para investimento Maior dor é ter \$ para investir na loja (27%)</p>	<p>Necessidade de oferta especializada Precisa de uma oferta de crédito que atenda as necessidades da gestão financeira</p>
	Poupar/Investir	<p>Dificuldade de Poupar/Investir Ciclo de reserva, quando existe, é curto e muitas vezes consumido por questões PF</p>	<p>Dificuldade de Poupar/Investir Pouca formação em gestão ou baixa disciplina de poupar/investir</p>	<p>Priorizam oferta especializada de investimento ~78% já poupa com bancões ou corretora</p>

Quem é o cliente



Mini-Loja

43%



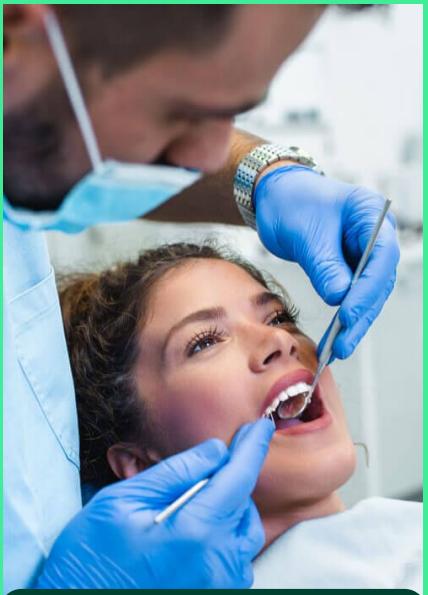
Ambulantes &
Porta a Porta

32%



Autônomos &
Prestadores de Serviço

21%



Profissionais Liberais

4%



Principais dores dos clientes Micro

VENDER

Atrair clientes

Vender de várias formas

GERIR

Economizar tempo

Gastar menos

GIRAR

Crédito certo na hora certa

Poupar e Investir

Ampliar o alcance do negócio para além de círculos próximos

Dificuldade de expandir o alcance de atração de clientes para além dos contatos/comunidade próxima

Jornada de venda desintegrada

Dificuldade de gerir pedidos, meios de pagamentos, confirmação de recebimentos e envios em ferramentas diferentes (ex. whatsapp, redes sociais, maquininha, pix, etc)

Controlar o básico do negócio

Dificuldade de concentrar tudo do negócio em um só lugar, usam vários bancos e misturam PF e PJ sempre buscando aproveitar todos os produtos/serviços que não pagam taxa, o que prejudica a visualização e acompanhamento dos números simples do negócio (vendas, faturamento e lucro). Buscam produtos e serviços sem custo e fáceis de usar

Ganhar mais e girar rápido

O dinheiro precisa girar rápido para conseguir comprar novas mercadorias/garantir execução dos serviços. Qualquer custo impacta no resultado do negócio/possibilidade de comprar mais para continuar vendendo, logo custo baixo importa muito

Falta de acesso a crédito

Dificuldade de acesso à crédito para financiar dia-a-dia e crescimento do negócio - utilizam majoritariamente o cartão PF para financiar o negócio

Dificuldade em poupar e investir

Sobra de dinheiro (quando existe) é muito pouca /ou não tem hábito e cultura de poupar, investir e se prevenir. O ciclo de reserva, quando existe, é curto e muitas vezes consumido por questões da vida PF. Sonhos principais são casa própria, estoque e ampliação do negócio

Sobre o cliente

O cliente Micro é o negócio

O NEGÓCIO

Venda hiperlocal e dependente do digital

Dependem da rede próxima; 53% vendem pelo físico e 53% por Wpp

Foco na sobrevivência

Dificuldade de cuidar do \$ e 74% não tem formação em gestão

Gestão “de cabeça” e informal

~90 não usam sistemas; a maioria é PF ou MEI

Compra sob demanda

Giro rápido do negócio pela falta de capital de giro para estoque

O QUE VALORIZA

Dinheiro rápido

70% antecipam recebimentos e 43% usam Pix como Money in principal

Tecnologia e acessibilidade

Digital é a alavancas do acesso a crédito, facilidade e economia

DORES

Vender mais

Dificuldade de atrair novo público no digital e \$ para investir no físico

Acesso a crédito

Financiamento via múltiplos cartões de crédito PF

Poupar/investir

Ciclo de reserva curto, muitas vezes consumido por demandas PF



"Fui demitido da empresa onde eu trabalhava e hoje presto serviço de limpeza de piscinas para condomínios. Não paro nunca, estou aqui, com os meus 3 telefones, atendendo os clientes e fazendo meu negócio crescer"

Expedição Dico
Florianópolis 2022

Vender & Comprar

Canais de venda

	Usa	Principal	NC ¹
Físico	53%	20%	
WhatsApp*	53%	28%	
Redes sociais	42%	22%	
E-commerce	13%	-%	
Marketplace	11%	1,2%	
Delivery	5%	1,3%	
Indicação	-%	22%	

*76% vendem colocando produtos no status do WhatsApp

Fornecedores

	Usa	Principal
Prod. locais	38%	31%
Importadores	19%	13%
Indústria	13%	11%
Distribuidores	15%	8,8%
Marketplace	16%	8,4%

Perfil do negócio

Tipo de negócio

Mini loja	43%
Ambulante e porta a porta	32%
Autônomo	21%
P. liberal	4%

MCC²

Alimentação	23%
Serviços	22%
Varejo	22%
Bens duráveis	21%

Formalização

75% são PF e 25% PJ, sendo 15% MEI

Principais sonhos

Comprar casa	24%
Ter estoque	22%
Reformar/ampliar o negócio	21%

Produtos e serviços

Adquirência

Share maquininhas

	Usa	Princ.
Ton	76%	46%
Mercado Pago	21%	14%
PagSeguro	18%	12%

Divide balcão	62%
---------------	-----

Produtos que usa

Antecipação auto.	100%
Link de pagamento	26%
Pix In maquininha	36%

Share de Pix In*

43%

Banking

Share contas

	Usa	Princ.
Nubank	43%	23%
Caixa	24%	12%
Conta Ton	6%	3%

>1 conta

51%

Produtos que usa

Empréstimo	32%
Pix pré-agendado	27%
Saque	22%

Meios de pagamento

	Usa	Princ.
Pix	82%	61%
Cartão PF	53%	21%

Gestão

Share Software

PDV 9% ERP 5%

Números que acompanha

Nº de vendas 46%
Faturamento total 29%
Taxas 29%

Crédito/Poupança

Crédito³

C. Crédito (à vista PSJ) 55%
C. de Crédito (Rot./Parc) 33%

Onde guarda \$

Poupança 40%
Caixinha Nubank 25%
C. Corrente Principal 12%

Dores

Principais dores

Vender mais	46%
Contabilidade	16%
Gestão estoque	12%

Dores vender mais

\$ investir na loja	34%
Engajamento RS	25%
Saber anunciar	16%

Vender

- **Trazer mais clientes** - dificuldade de expandir o alcance além do grupo de contatos
- **Vender em múltiplos meios** - jornada de vendas desintegrada: pedidos, recebimentos e envios em ferramentas diferentes

Gerir

- **Sobreviver e formalizar o negócio**
- **Controlar o básico do negócio** - margem baixa, giro rápido e dificuldade de gerir e ver nº do negócio
- **Reducir custos** - controle de custos, taxas e fluxo de caixa para comprar

Girar

- **Falta de acesso à crédito** - para financiar o dia-a-dia e crescimento do negócio
- **Dificuldade de poupar e investir** - margens baixas e não tem sobra/hábito de investir. Ciclo de reserva curto (muitas vezes consumido por questões PF)

TRABALHA PARA VIVER

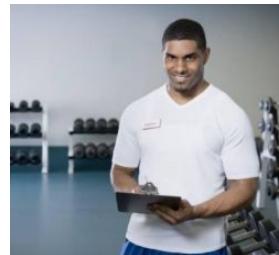


Autônomo - Faz anúncios em bicicleta

- Baixo grau de instrução, sem formação.
- Perfil conservador, pouco tecnológico.
- Faturamento maior por Pix/Dinheiro
- Conta em Incumbente popular
- Ainda utiliza agência física.

“ Trabalho sozinho fazendo anúncios na bicicleta há 26 anos. **Trabalho para pagar as contas aqui de casa**, para sustentar a família. Meu maior medo é que algo aconteça comigo e me impeça de trabalhar.

PRESTADOR DE SERVIÇO



Trabalha como prestador de serviço autônomo

- Tem formação ou presta serviço específico (ex. manicure, massagista, etc).
- Mais tecnológico.
- Faturamento maior por Pix/Cartão
- Conta em banco Digital

“ **Recebo muito por Pix**, mas a maquininha ajuda quando quero receber por cartão. Uso muito serviços como Uber para me locomover e gosto muito de benefícios como **trocar pontos do cartão por viagem ou produtos**.

TENTA DE TUDO



Vende roupa em casa e é revendedora Boticário

- Baixo grau de instrução, sem formação
- Faturamento maior por Pix/Dinheiro
- Utiliza várias contas digitais/Incumbentes pelo limite do cartão
- Gestão financeira no caderninho
- Resolve tudo pelo celular

“ Eu vendo roupas aqui em casa e por redes sociais. Também sou revendedora do Boticário e ajudo o meu sogro no seu negócio de venda de leite. Minha maior frustração é não conseguir pagar as contas de casa, e o **meu maior sonho é conseguir ter dinheiro constante entrando**. Hoje eu estou tentando juntar dinheiro para comprar novas peças para a minha loja de roupas.

VIVE PARA O NEGÓCIO



Loja de vestuário e suplementos

- Não tem formação, mas busca aprendizado.
- Cartão e Pix representativos.
- Conta principal Digital (Stone) ou Incumbente
- Gestão financeira no caderninho.
- Resolve tudo pelo celular.

“ Tenho uma loja física de moda masculina, e também vendo bastante por redes sociais. Para mim, **o sucesso do negócio depende se eu consigo ou não pagar as minhas contas**. Mas também tenho **sonho de crescer, abrir novas lojas**, vender novos produtos. Sempre que sobra algum dinheiro na conta eu já me planejo comprar novos produtos. Meu maior medo é a economia, por isso também penso em abrir uma filial em uma cidade maior.

Micro

Entrevista com cliente

Vendas
Instabilidade





Principais dores dos clientes Small e Medium

VENDER

Atrair clientes

Vender de várias formas

GERIR

Economizar tempo

Gastar menos

GIRAR

Crédito certo na hora certa

Poupar e Investir

Falta de estratégias que funcionem para trazer mais clientes para sua loja

Não possui bom domínio de técnicas para trazer mais clientes para a loja (ex. marketing digital, vitrines, layout da loja, promoções)

Fragmentação das ferramentas de venda e dificuldade de consolidar o resultado do negócio

É complexo vender e receber pagamentos por diversos canais e ferramentas, dificultando o contato com o cliente e a visão clara do que compram/como e dos resultados de vendas

Muito tempo gasto com processos e ferramentas desintegradas e complexas

Sofrem com a ferramentas de gestão ineficientes, não integradas e ou complexas demais, tornando processos do dia-a-dia, como fechar o caixa, realizar cobranças, dar baixa em pagamentos, etc, um trabalho oneroso.

Medium: dificuldade de formar equipe e delegar mantendo seu jeito de fazer sem serem roubados e de melhorar processos para gerar ganhos nos resultados (ex. tornar a gestão de estoque mais eficiente diminuindo perdas de matéria prima)

Controlar custos

Não sabe usar bem recursos para reduzir custos ou se planejar para comprar mais barato (compras picadas, gastos com juros).
Não dispõe de muitas estratégias para combater os principais custos do seu negócio.

Crédito caro e fragmentado

Possuem ofertas de crédito dispersas e fragmentadas. Se sentem reféns na decisão de contratação do crédito por falta de opções ou conhecimento. Muitas vezes toma créditos mais caros e longos do que o necessário..

Medium: Tem mais experiência em contratação de crédito, e precisa de dinheiro para expandir o seu negócio

Dificuldade em poupar e investir

Sobra de dinheiro é pouca /ou não tem hábito e cultura de poupar, investir e se prevenir

Medium: Possui um caixa de segurança maior e busca formas de rentabilizar esse caixa de forma simples e vantajosa.



Restaurantes e
Bares

25%



Alimentar Varejo

13%



Saúde

9%



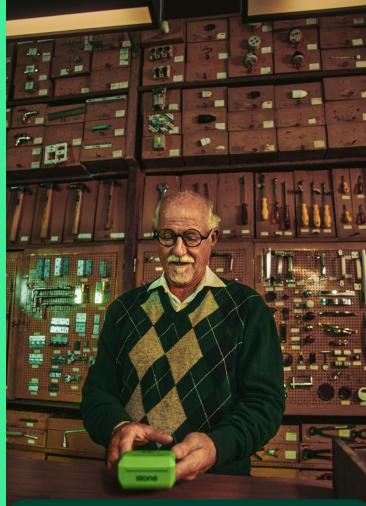
Vestuário

7%



Oficinas
Automotivas

6%



Materiais de
Construção

5%

Sobre o cliente

O cliente Small é barriga no balcão

O NEGÓCIO

Cresce via multicanal

Físico 90%, WhatsApp 56%, redes sociais 35% e Delivery 19%

Pouco controle de fluxo de caixa

76% antecipam, para facilitar a gestão (27%) e ter giro (27%)

Gestão manual

~ 60% usam PDV/ERP, mas ainda dependem de processos manuais

Processo de compras demandante

Processo manual e fragmentado (vários fornecedores)

O QUE VALORIZA

Praticidade e otimização

Usa mais a Conta Stone (20%) pela praticidade de receber e pagar

Oferta completa

Usa maior variedade de produtos de banking (ex. DDA, impostos, lotes)

DORES

Vender mais

Busca conhecimento de marketing digital e técnicas de vendas

Alto custo de crédito

Maior dor é ter \$ para investir na loja (27%)

Poupar/investir

Pouca formação em gestão ou baixa disciplina de poupar/investir

O cliente SMALL quer gerir seus custos e canais, previsibilidade de caixa e comprar melhor

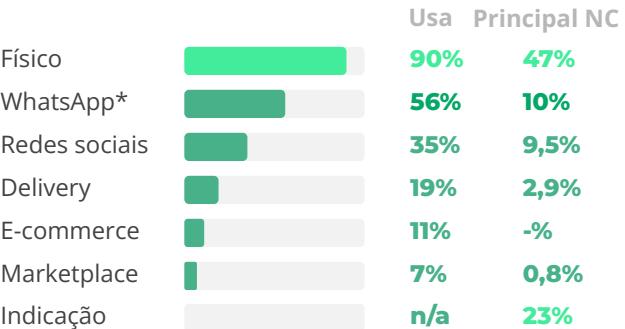


"Saí da outra loja que tinha em sociedade e abri essa. Cuido da loja com a minha mãe, tenho muitos seguidores no Instagram e vendo bastante para eles. Tenho feito vários cursos sobre gestão, ainda estou aprendendo."

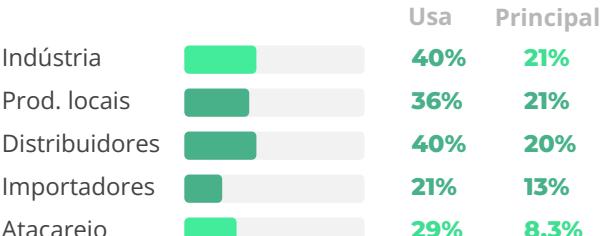
Expedição Dico
Curitiba 2023
Loja de presentes

Vender & Comprar

Canais de venda

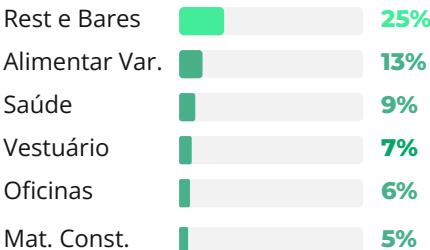


Fornecedores

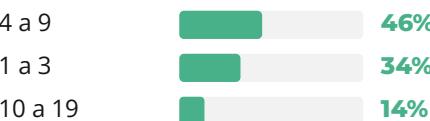


Sobre o negócio

MCC



Funcionários especializados



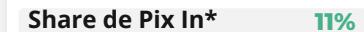
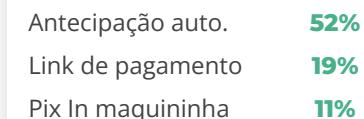
Produtos e serviços

Adquirência

Share maquininhas



Produtos que usa



Banking

Share contas



Software

Share Software



Números que acompanha

Nº de vendas	45%
Faturam. total	39%
Total de gastos	18%
Ticket médio	17%

Crédito/Poupança

Crédito³

C. Crédito (à vista PSJ)	48%
Capital de Giro	40%

Onde guarda \$ (principal)

Poupança	27%
Banco Tradicional	19%
Conta Rendeira	14%

Dores

Principais dores



Dores vender mais



Vender

- Trazer mais clientes**
Busca conhecimento de ferramentas de marketing digital e técnicas de vendas para trazer mais clientes
- Vender de múltiplas formas**
Dificuldade de vender em múltiplos meios devido à fragmentação das ferramentas

Gerir

- Sobreviver**- Alta taxa de mortalidade dos negócios
- Muito tempo gasto com processos** - ferramentas desintegradas e complexas; Necessidade de produtos financeiros e/ou atendimento que facilitem a gestão
- Reducir custos** - controle de custos, taxas e gestão de fluxo de caixa para comprar melhor

Girar

- Crédito caro e indisponível**
Falta de visibilidade para tomar melhor decisão em relação à uso de crédito
- Dificuldade de poupar e investir**
Pouca formação em gestão ou baixa disciplina para poupar/investir

SMALL

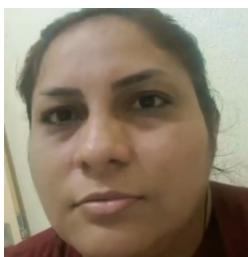
Personas

SOBRE O NEGÓCIO

DORES

EXEMPLOS

VIVE PARA O NEGÓCIO



**La Burgueria
Fortaleza**

- Não tem formação em gestão
- Faturamento maior Pix/Dinheiro
- Conta principal Digital (Stone ou outra)
- Gestão financeira no caderninho – não usa PDV nem ERP

“
Fecho um caixa, depois fecho outro caixa, bato os valores, em dinheiro, pix e cartão. (...) **Eu acompanho tudo no celular, tudo que vai entrando eu vou acompanhando cada venda, tudo.. O que vou comprar também, está na cabeça e no celular.**
(Sobre compras) Todos os dias é feito as contagens, eu tenho uma base de tudo que eu preciso comprar para amanhã, sei o que vai sair”

FOCA NO BÁSICO



**Delivery de Churrasco
Campo Grande**

- Não tem formação em gestão
- Cartão, Pix e Delivery representativos no faturamento
- Conta principal pode ser Digital (Stone ou outra) ou /Incumbente
- Usa PDV e ERP básico

“
Uso muito o iFood, a minha gerente me ajuda com os cupons e ofertas promocionais e a gerar tráfego para a minha loja e também uso sistema, mas só para calcular o preço do marmitech.
Melhor coisa que eu fiz também foi colocar o Anota.ai, porque eu não me preocupo mais em perder pedido, foco em comprar direito, em fazer o melhor churrasco e saber quanto cobrar do cliente para ter lucro” - Delivery



**Loja de Presentes
Curitiba**

- Tem alguma formação em gestão
- Faturamento maior em Cartão
- Conta principal Incumbente
- Usa PDV e ERP

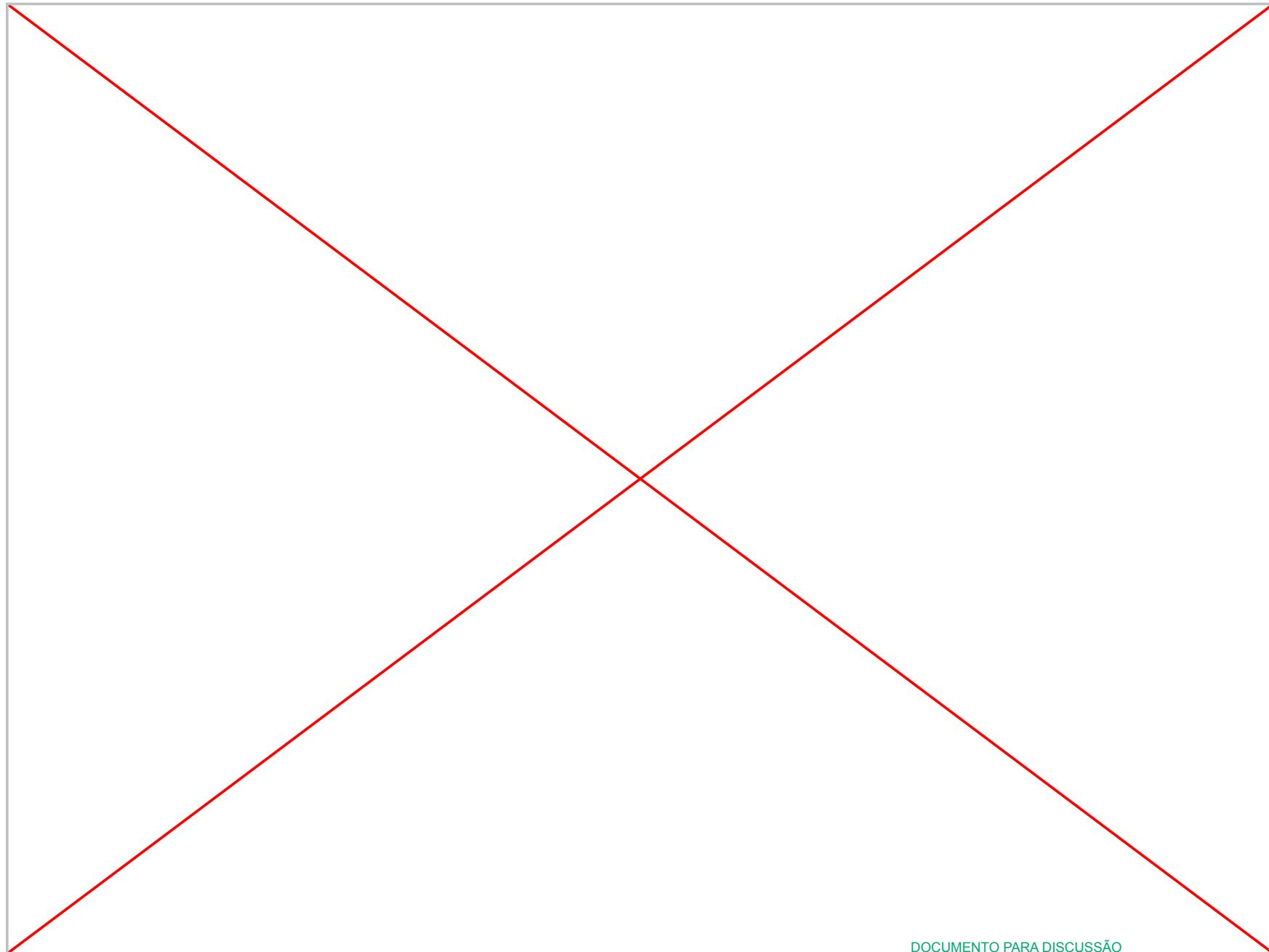


**Sorveteria Tre Bimbi
São Paulo**

“
Minha maior dor? Sistema. Tenho maquininha Stone, PDV Open Retail integrado e estou implementando o ERP Teknisa e CRM Bônus. Nada conversa, super complicado. **O sistema da Teknisa parece que tem que ser programador para inserir um ítem.** Mas testei o Bling e pronto: super intuitivo!”

*Segmentos alto estoque ou serviços tem maior necessidade de sistema de gestão
> Mercados, Drogaria e Mat. Construção
> Salões, Pet shop, etc

Small
Entrevista
com cliente





Restaurantes e
Bares

22%



Alimentar Varejo

23%



Posto de Gasolina

9%



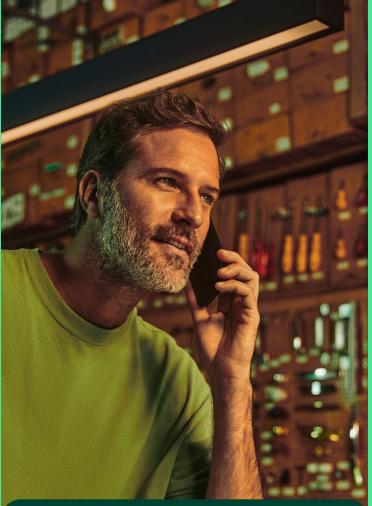
Saúde

7%



Vestuário

6%



Materiais de
Construção

5%

Sobre o cliente

O cliente Medium é profissional

O NEGÓCIO

Cresce via multiloja e multicanal

Loja física é o principal canal (42%); ecommerce 17% e delivery 16%.

Tem capital de giro

Maior controle de fluxo de caixa; 40% nunca antecipam

Alta gestão, priorizando performance

90% usam ERP; uso predominante de boletos (53% principal)

Compra recorrente

Processos planejados e especializados

O QUE VALORIZA

Oferta completa

Maior uso de produtos de banking que auxiliam a gestão financeira

Oferta especializada de crédito

Oferta de crédito que atenda necessidades de gestão financeira

Oferta de investimento

78% já poupa com bancões ou corretora

DORES

Crescer equipe

Dificuldade de especializar/manter a equipe e delegar

Integração e controle

Sistemas integrados e visão centralizada do negócio

O cliente Medium tem como objetivo melhorar performance: precisa de controle



"Uso um sistema de viagens e um sistema de gestão e uso dois bancos (nada é integrado). Com o Itaú tenho folha de pagamento, faço a gestão, uso crédito, mas uso o Inter para alguns serviços como emissão de boletos, pagamentos via Pix e câmbio."

Expedição Dico
Curitiba 2023
Agência de viagens

Vender & Comprar

Canais de venda

	Usa	Principal
Físico	94%	42%
WhatsApp*	57%	14%
Redes sociais	42%	9,2%
E-commerce	17%	-%
Delivery	16%	0%
Marketplace	9%	1,2%
Indicação	%	32%

Fornecedores

	Usa	Principal
Indústria	53%	36%
Prod. locais	33%	17%
Distribuidores	41%	13%
Importadores	29%	13%
Atacarejo	29%	6,6%

Sobre o negócio

MCC

Alimentar Var.	23%
Rest. e Bares	22%
Posto	13%
Saúde	6%
Vestuário	4%
Mat. Const.	4%

Funcionários especializados

4 a 9	37%
10 a 19	33%
20 a 50	16%

Adquirência

Share maquininhas

	Usa	Princ.
Stone	99%	91%
Cielo	17%	1%
GetNet	11%	4%

Divide balcão	45%
---------------	-----

Produtos que usa

Antecipação auto.	29%
Link de pagamento	13%
Pix In maquininha	8%

Share de Pix In*	8%
------------------	----

Produtos e serviços

Banking

	Usa	Princ.
Conta Stone	34%	16%
Bradesco	25%	12%
Santander	24%	12%

>1 conta	55%
----------	-----

Produtos que usa

Limite da conta	32%
DDA	28%
Pix pré-agendado	26%
Folha de Pagamento	19%

Meios de pagamento

	Usa	Princ.
Boleto	79%	53%
Pix	55%	28%

Software

Share Software

PDV	82%	ERP	42%
-----	-----	-----	-----

Funcionalidades PDV

Fechamento de caixa	62%
Emissão de NF	59%
Registro de pedidos	52%

Funcionalidades ERP

Contas a pagar	21%
Cadastro de produtos	19%
Gestão de estoque	19%

Crédito³

C. Crédito (à vista PSJ)	52%
Capital de Giro (365 d.)	47%
Cheque Especial	37%

Dores

Principais dores

Funcionários	52%
Vender mais	34%
Gestão estoque	33%

Dores vender mais

Crescer equipe	23%
\$ investir na loja	20%
Engajamento RS	13%

Vender

- Trazer mais clientes** - buscam crescimento via multiloja, via técnicas de marketing digital e de venda
- Vender de múltiplas formas** - processo complexo, multicanal e multiloja, foco em controle da operação multicanal e multiloja
- Reducir custos** - processos especializados por segmento de atuação; análises refinadas para otimização

Gerir

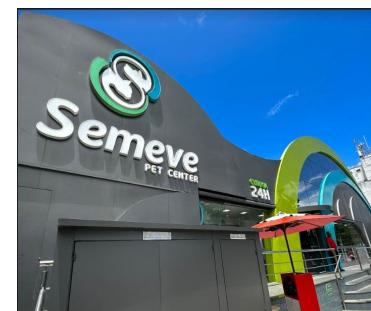
- Muito tempo gasto com processos** - gestão específica para a categoria é complexa, gestão multicanal e multiloja desintegrada, gestão de estoque complexa, ferramentas acessórias
- Priorizam oferta especializada de investimento** - ~78% já poupa com bancões ou corretora

Girar

- Necessidade de oferta especializada** - precisa de uma oferta de crédito que atenda as necessidades da gestão financeira
- Priorizam oferta especializada de investimento** - ~78% já poupa com bancões ou corretora



**Agência de Viagem
Curitiba**



**Pet Shop
Salvador**



**Casa Noturna
Curitiba**



**Rede de Restaurantes
SP / RJ**



**Startup Alimentação
Saudável - SP / RJ**

- Grupo Familiar/Local
- Faturamento maior em Cartão
- Conta principal banco incumbente
- Usa PDV e ERP

- Sociedade
- Faturamento maior em Cartão
- Conta principal banco incumbente
- Usa PDV e ERP

“ Uso dois sistemas (viagens e gestão) e duas contas (Itaú e Inter)- **No Itaú tenho folha, investimentos e faço a maior parte da gestão e no Inter uso boletos, pix e câmbio.**

“ Somos um negócio familiar. Meu pai fundou a clínica-hospital e hoje temos 4 lojas-clínica e mais hospital e serviços de exames. Usamos SimplesVet e mais um sistema de gestão e mais de um banco, não são integrados. **Nosso objetivo é crescer.**

“ Temos PDV integrado com a Stone e usamos o sistema Dalcatech, o mesmo do Hard Rock café. **Nossa maior dor é previsibilidade de faturamento e meu foco é em diminuir CAC e aumentar LTV.**

“ Recebemos em média 40 mil clientes por mês, se você não tiver coisas que facilitem o dia-a-dia você perde performance. **BI por exemplo é uma dor: é complexo medir o impacto de um prato novo. Também é complexo fazer a análise de custos e desperdícios de matéria prima.**

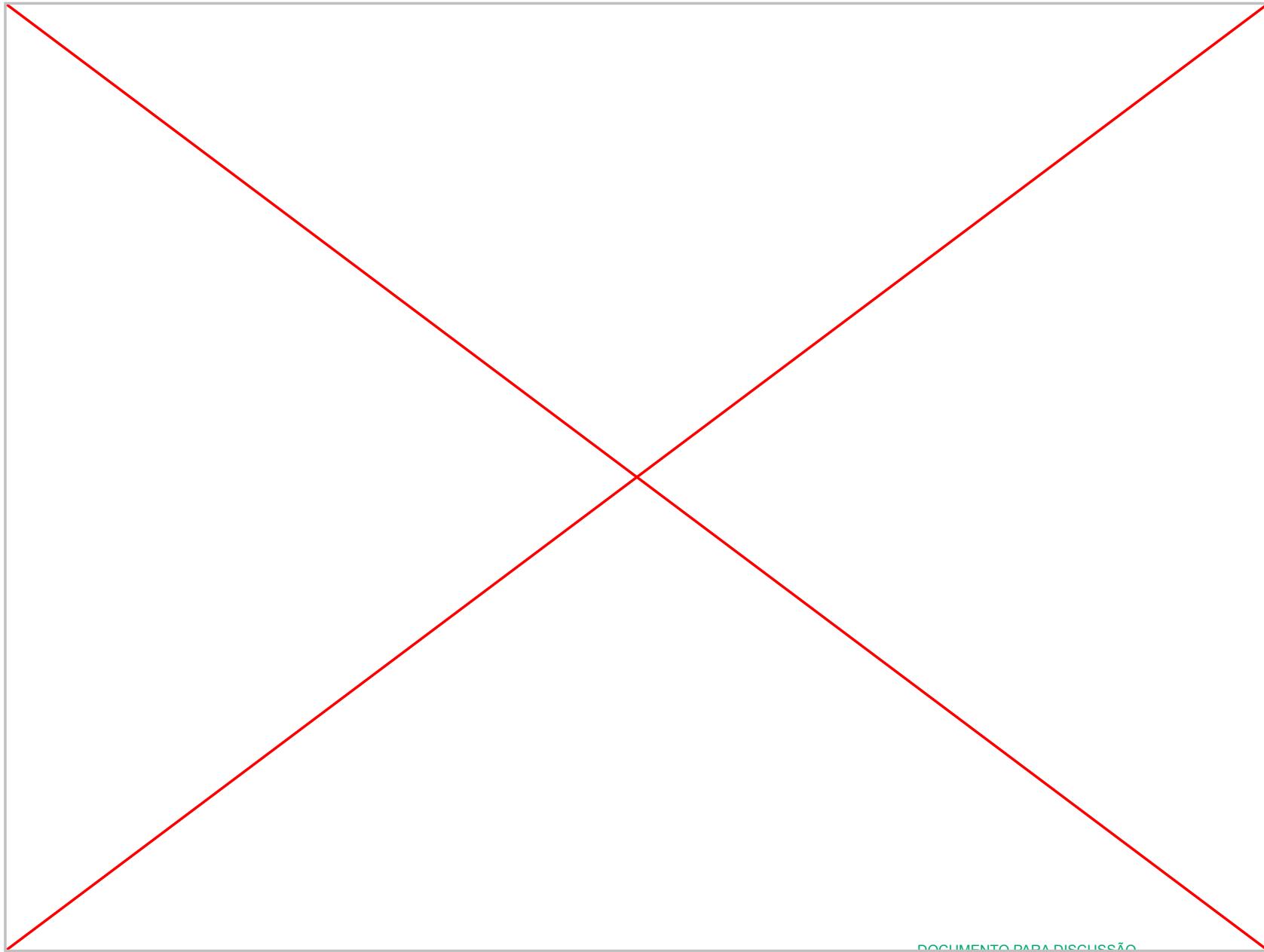
“ **A gestão de estoque é um desafio.** Uso o Horizonte Azul para conseguir disponibilizar para cada gestor de compras uma forma de fazer pedidos. Tínhamos conta Santander, mas a integração com SAP foi muito difícil, **mudamos então para o Itaú, onde temos um gerente dedicado e um sponsor de tecnologia**, que te ajuda a encontrar o caminho para integrar tudo que você precisar

PENSA GRANDE

CORPORATIVO

Medium

Entrevista
com cliente





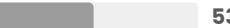
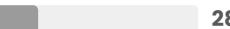
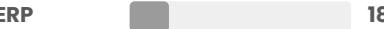
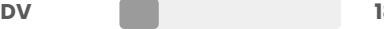
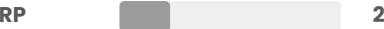
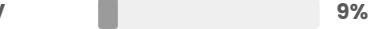
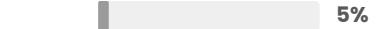
Agenda

1 Metodologia

2 Quem é o nosso cliente e quais são seus desafios no dia-a -dia do negócio

3 Perfis de público



	PERFIL 01 Medium Supermercados e Drogarias	PERFIL 02 Small Serviços alimentícios	PERFIL 03 Small Vestuário	PERFIL 04 Small Clínica médica	PERFIL 05 Ton-Micro Alimentação e varejo variado
Compras	<ul style="list-style-type: none"> Alta variedade de estoque Pedido de compra integrado ao ERP Compra diária/semanal O fluxo de caixa é mais fácil de controlar: quando vende mais, compra mais. 	<ul style="list-style-type: none"> Pedidos informais por WhatsApp Alto giro de estoque (produtos perecíveis e pouco espaço) Depende da antecipação e para manter o giro (compra hoje com o dinheiro ganho ontem) 	<ul style="list-style-type: none"> Compras por estação (coleção) Pagamentos diários/semanais de boletos parcelados Dificuldade de gerir o fluxo de caixa: compras não atreladas às vendas. 	<ul style="list-style-type: none"> Médio/baixo volume de compras Compras mensais/trimestrais Compras de alto volume (há volume mínimo de pedidos com laboratórios) 	<ul style="list-style-type: none"> Pedidos informais por WhatsApp Compras diárias, pois tem pouco capital para investir em estoque Busca facilidade, praticidade e taxas baixas no pagamento
Pagamentos	<ul style="list-style-type: none"> Desconto em pagamentos à vista Prefere pagar com boleto pela integração com o ERP (xml) e porque é mais fácil enviar gastos ao contador. <p>Boleto  53%</p> <p>Pix  28%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Paga por Pix pedidos feitos por WhatsApp Controle informal dos gastos (caderno) Depende do limite de crédito. <p>Pix  40%</p> <p>C. débito  20%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Parcela compras via boleto (maior autonomia para pagar) Pasta sanfonada com boletos Controle informal dos gastos (caderno/planilha/app) <p>Pix  48%</p> <p>Boleto  33%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Parcela compras via boleto (maior autonomia para pagar) O próprio dono paga impostos (depende da funcionalidade) <p>Pix  40%</p> <p>Boleto  23%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Paga por Pix pedidos feitos por WhatsApp Usa crédito para compras em lojas Depende do limite de crédito Não usa boleto <p>Pix  61%</p> <p>C. crédito  21%</p>
Vendas	<ul style="list-style-type: none"> Parte das vendas multicanal, de forma desintegrada. Alto controle de taxas (baixa margem de lucro) <p>Loja física  96%</p> <p>WhatsApp  40%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Grande parte das vendas multicanal, de forma desintegrada. Controle das vendas no caderninho Usa PDV simples para gerir pedidos <p>Loja física  86%</p> <p>WhatsApp  58%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gestão de vendas atrelada ao estoque (PDV e ERP) Vendas multicanal cadastradas manualmente no PDV <p>Loja física  100%</p> <p>WhatsApp  72%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Alto uso de emissão de boleto em lote e link de pagamento Ticket médio alto e maior margem de lucro. <p>Loja física  88%</p> <p>WhatsApp  35%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Gestão de vendas no caderninho ou apenas acompanha o faturamento pelo saldo da conta. Grande parte das vendas são online <p>Loja física  53%</p> <p>WhatsApp  53%</p>
Gestão	<ul style="list-style-type: none"> Não antecipa recebíveis Resultado medido pelo faturamento e nº de vendas (lucro convertido em estoque) <p>PDV  60%</p> <p>ERP  18%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Acompanha o lucro do negócio, porém tem uma visão simplificada dos gastos. A gestão é feita no caderninho <p>PDV  63%</p> <p>ERP  7%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Possui maior margem de lucro, mas ainda depende da antecipação (alto volume de vendas no crédito). Estoque e gestão financeira no ERP <p>PDV  55%</p> <p>ERP  28%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Usa sistema de gestão da área da saúde (PDV e ERP) para gerir informações de pacientes e vendas. Mistura gestão financeira PF e PJ. <p>PDV  18%</p> <p>ERP  23%</p>	<ul style="list-style-type: none"> Costuma solicitar empréstimo em épocas de aperto/dívidas. Usa múltiplas contas. Depende da antecipação <p>PDV  9%</p> <p>ERP  5%</p>
Dores	<ul style="list-style-type: none"> Gestão complexa e desintegrada Estoque complexo Gestão de funcionários 	<ul style="list-style-type: none"> Dependência do TD na operação Uso de múltiplas ferramentas Baixo controle de estoque 	<ul style="list-style-type: none"> Uso de múltiplas ferramentas Fluxo de caixa mal-gerido 	<ul style="list-style-type: none"> TD sobrecarregado (presta serviço) Gestão PJ atrelada com a PF Gestão superficial de desempenho 	<ul style="list-style-type: none"> Aumentar/manter as vendas Pouco capital de giro Baixo acesso à crédito

A seleção de perfis de público para o estudo foi feita levando em consideração:

- Os MCCs mais representativos da base de clientes Stone e Ton;
- As diferenças de comportamento mais marcantes com relação a gestão do negócio.



Vendas e recebimentos

Uso de sistemas

PDV  60%Leitura de produtos  48%Fechamento de caixa  44%Emissão de NF  44%

Canais de vendas

Loja física  96%WhatsApp  40%Redes sociais  29%

O perfil utiliza **PDV para auxiliar a operação de vendas** (por conta do alta variedade de produtos e do alto volume de compras diário) e para ter maior controle sobre o desempenho da operação.

Parte das **vendas do cliente são feitas via multicanal** (WhatsApp, redes sociais ou delivery), de forma **desintegrada**.

Por se tratar de um negócio com **baixa margem de lucro**, o cliente acompanha de perto as **taxas da maquininha** e sempre busca diminuir os seus custos.

Mede o **desempenho** do seu negócio pelo **faturamento e número de vendas**. Não costuma medir pelo lucro pois, muitas vezes, o lucro é convertido em estoque.

Estoque, compras e pagamentos

Uso de sistemas

ERP  18%Cadastro de produtos  16%Contas a receber  16%Contas a pagar  16%

Meio de pagamento principal

Boleto  43%Pix  33%Dinheiro/débito  9,5%

Gestão financeira

Conta principal

Bradesco  21%Caixa  15%

Principais produtos utilizados

Empréstimo  43%DDA  38%

Indicadores que acompanha

Faturamento  53%Número de vendas  28%Taxas  22%

Dores

- Gestão financeira complexa e desintegrada:** sem integração do ERP com banking, uso de ferramentas externas (planilhas/apps) pouco eficientes e com entrada manual para acompanhar indicadores de desempenho e fluxo de caixa.
- Gestão de estoque complexa:** dificuldades multicanal/multiloja
- Gestão de funcionários demandante:** problemas com treinamento, turnover, faltas e qualificação.



Vendas e recebimentos

Uso de sistemas

PDV  63%Fechamento de caixa  53%Registro de pedidos  47%Emissão de NF  45%

Canais de vendas

Loja física  86%WhatsApp  58%Delivery  54%

O perfil utiliza **PDV para auxiliar a operação e gestão de pedidos**.

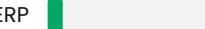
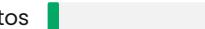
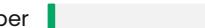
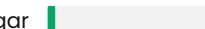
Grande parte das **vendas do cliente são feitas via multicanal** (WhatsApp ou delivery). A gestão dessas vendas e desses pedidos é feita de forma desintegrada, fora do PDV.

Muitos clientes utilizam um **sistema simples de PDV**, que não emite nota fiscal, e acabam fazendo esse processo manualmente.

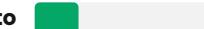
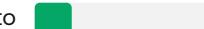
Mesmo usando PDV, ainda **depende do caderninho para ter um controle das vendas**, principalmente por conta das dificuldades de integrar multicanais.

Estoque, compras e pagamentos

Uso de sistemas

ERP  7,0%Cadastro de produtos  5,3%Contas a receber  3,5%Contas a pagar  3,5%

Meio de pagamento principal

Pix  40%Cartão de débito  20%Boleto  17%

Gestão financeira

Conta principal

Conta Stone  27%Sicoob  17%

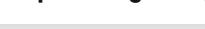
Principais produtos utilizados

Empréstimo  32%Pix pré-agendado  32%

Indicadores que acompanha

Número de vendas  53%Ticket médio  33%

Gastos por categoria

Gastos por categoria  30%

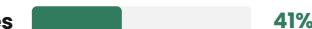
Dores

- Dependência do dono no dia-a-dia da operação;
- Alto tempo gasto com o uso de múltiplas ferramentas e fluxos manuais;
- Gestão superficial do estoque e de custos;
- Falta de visibilidade de fluxo de caixa - impactando custo de capital de giro e de compra



Vendas e recebimentos

Uso de sistemas

PDV  55%Emissão de NF  47%Fechamento de caixa  44%Cadastro de clientes  41%

Canais de vendas

Loja física  100%WhatsApp  72%Redes sociais  56%

O perfil utiliza **PDV para facilitar a análise de vendas** e para **automatizar a gestão de estoque** (sistema integrado com ERP).

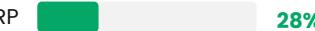
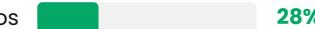
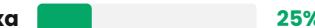
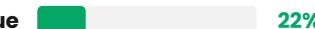
Parte das **vendas do cliente são feitas via multicanal** (WhatsApp ou redes sociais). As vendas são cadastradas manualmente no PDV.

Possui uma **margem de lucro maior** comparada aos demais mercados, mas ainda **depende da antecipação para manter o giro** (possui alto volume de vendas no cartão de crédito).

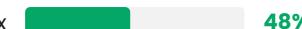
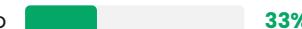
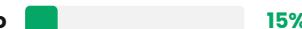
Há **alta sazonalidade** no volume de vendas e faturamento.

Estoque, compras e pagamentos

Uso de sistemas

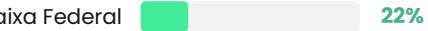
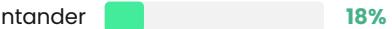
ERP  28%Cadastro de produtos  28%**Controle fluxo de caixa**  25%**Gestão de estoque**  22%

Meio de pagamento principal

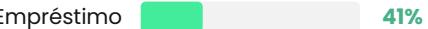
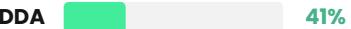
Pix  48%Boleto  33%**Cartão de crédito**  15%

Gestão financeira

Conta principal

Caixa Federal  22%Santander  18%

Principais produtos utilizados

Empréstimo  41%DDA  41%

Indicadores que acompanha

Número de vendas  47%Faturamento  41%Saldo na conta  19%

Dores

- **Dependência do dono no dia-a-dia da operação;**
- **Alto tempo gasto com o uso de múltiplas ferramentas e fluxos手工;**
- **Falta de visibilidade de fluxo de caixa -** impactando no custo de capital de giro.

O cliente costuma **comprar por estação/coleção**, trimestralmente ou semestralmente. O pedido não é atrelado a sistemas, é feito em sites de marcas ou comprados em grandes atacados/feiras.

Faz **pagamentos diários de boletos parcelados**, via DDA ou de forma manual. Paga o pedido de compra em partes conforme a entrega da mercadoria. Costuma ter uma **pasta sanfonada para controlar todos os boletos** que precisa pagar no mês.

O perfil **não costuma utilizar cartão para comprar mercadorias**. Dependem constantemente de prazo/parcelamento e gostam de ter autonomia sobre a data do pagamento - para ter maior controle do fluxo de caixa e poder receber desconto ao antecipar o pagamento.

O TD se responsabiliza por toda a gestão financeira, só possui contador para declarar os resultados para a receita.

Possui **dificuldade em prever fluxo de caixa**, pois não há relação direta entre o volume de pagamentos e o volume de vendas do período. Costuma prever informalmente (soma manualmente boletos já agendados).

Quando sobra dinheiro, costuma **investir no negócio** (infraestrutura ou novos produtos).

Costuma usar **bancos tradicionais pela segurança e possibilidade de empréstimo** - a Caixa é vista como um banco com taxas de crédito acessíveis. Costuma ter **contas digitais auxiliares** pela gratuidade/menores taxas em certos produtos.

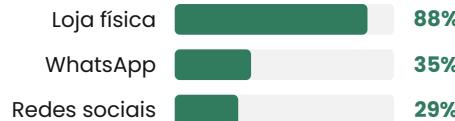


Vendas e recebimentos

Uso de sistemas



Canais de vendas



O perfil utiliza **sistemas de gestão específicos para a área da saúde**, que já incluem PDV e ERP. Dependem de sistemas para **gerenciar a informação dos clientes** e fazer o **controle de vendas**.

Possui ticket médio alto e uma **margem de lucro maior** comparada aos demais mercados.

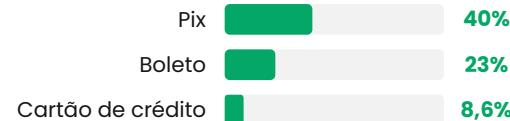
Costuma usar bastante **link de pagamento e emissão de boletos em lote** no processo de vendas - emite os boletos de todas as consultas ao final do dia.

Estoque, compras e pagamentos

Uso de sistemas



Meio de pagamento principal



Compra mercadoria de fornecedores **mensalmente ou trimestralmente**. Compra bastante estoque de uma vez, para receber desconto.

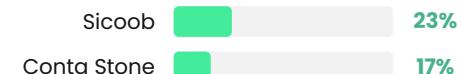
Costuma **pagar por boleto, de forma parcelada**. Faz 1-2 pagamentos por mês.

Costuma utilizar **cartão de crédito para comprar equipamentos/maquinários de maior preço**, utilizados para aprimorar o serviço prestado (evoluir o negócio).

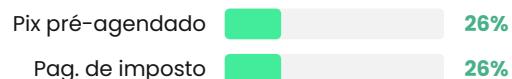
O cliente **procura não “comprometer” o limite do cartão de crédito** quando não precisa. Prefere reservar o limite para compras de equipamentos ou emergências.

Gestão financeira

Conta principal



Principais produtos utilizados



Indicadores que acompanha



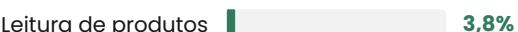
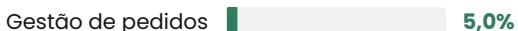
Dores

- **Sobrecarga:** o dono presta o serviço;
- **Gestão financeira do negócio atrelada a gestão financeira pessoal.**
- **Gestão superficial de custos e indicadores de desempenho do negócio.**



Vendas e recebimentos

Uso de sistemas



Canais de vendas



O perfil não utiliza sistemas. Faz toda a **gestão de vendas no caderninho** ou apenas **acompanha o faturamento pelo saldo da conta**.

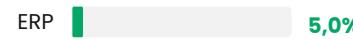
Grande parte das **vendas do cliente são feitas de forma online** (WhatsApp ou redes sociais).

O cliente não tem muito capital de giro e **depende da antecipação**. Busca sempre receber à vista, de forma instantânea (Pix e dinheiro).

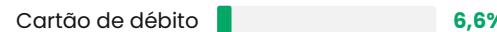
Há **alta sazonalidade no volume de vendas**, que é uma preocupação constante para o lojista.

Estoque, compras e pagamentos

Uso de sistemas

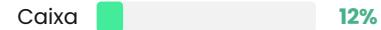


Meio de pagamento principal



Gestão financeira

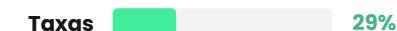
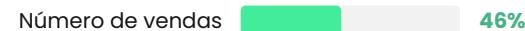
Conta principal



Principais produtos utilizados



Indicadores que acompanha



Dores

- **Alta volatilidade no desempenho do negócio:** o maior objetivo é sobreviver;
- **Não tem capital para comprar muito estoque:** usa o dinheiro ganho ontem para comprar a mercadoria de hoje;
- **Gestão de múltiplas contas e cartões:** Não separa PF e PJ;
- **Baixo acesso à crédito:** via empréstimo ou cartão de crédito PJ;
- **Gestão superficial de custos e indicadores de desempenho do negócio**



Backup

DORES DO CLIENTE

Small

Medium

Atrair clientes

Buscam conhecimento de marketing digital e investimento para vender mais

Dores vender mais

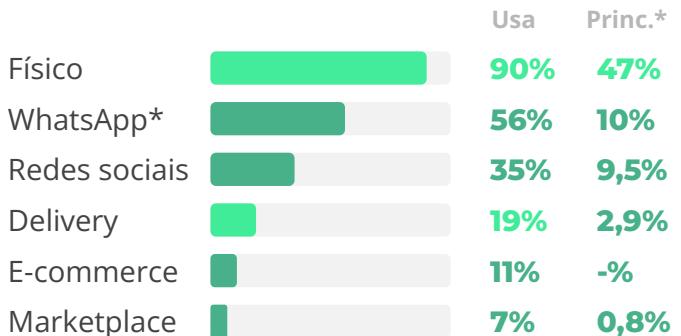
**27%** investem em Redes Sociais**47%** investem em Redes Sociais

Vender de várias formas

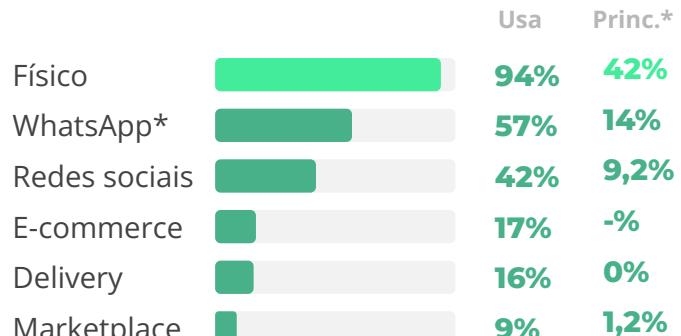
Vender é uma tarefa fragmentada: multicanal, multiloja e multimeio

Meios de pagamento: cartões, pix, link, boleto, dinheiro, etc.

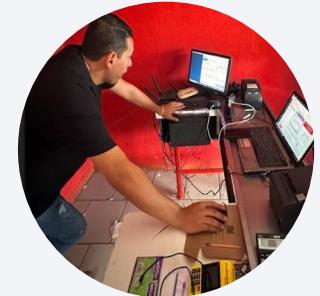
Canais



63% usam sistema de PDV:
foco em emissão de nota e controle de vendas
Dificuldade de vender em **múltiplos meios** e
conciliar



89% usam sistema de PDV, foco em controle
da operação multicanal e multiloja
Dificuldade de **visão única** do cliente e
integrar canais/ ferramentas



Delivery de Churrasco

Small
Campo Grande - MS

“

Uso muito o iFood, a minha gerente me ajuda com os cupons e ofertas promocionais e a gerar tráfego para a minha loja.

Melhor coisa que eu fiz também foi colocar o Anota.ai, porque ele já recebe os pedidos e por lá eu faço tudo: passo para o cliente o tempo de entrega, o meio de pagamento (pix, link, o que o cliente preferir), e já confiro o recebimento”

DORES DO CLIENTE

Economizar tempo

Small

Medium

Buscam oferta completa de serviços financeiros, facilitando receber & pagar

20% usam a **Conta Stone** como principal¹

Alto uso de **bancos** (46%) e **cooperativas** (20%)

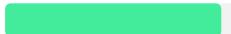
Alta variedade de uso de produtos de banking

Produtos que usam

Empréstimo **34%** DDA **30%** Pix agendado **27%**

Meios de pagamento

Usa Princ.*

Boleto  **64%** **38%**

Pix  **69%** **34%**

70% usam **bancos tradicionais** como principal

Menor engajamento com a Conta Stone (8,5%)²

Maior uso de **produtos de banking** que auxiliam a **gestão financeira** ou “avançados” (limite, FoPa, etc.)

Límite conta **34%** DDA **28%** Pix ag. **26%** FoPa **19%**

Usa Princ.*

Boleto  **79%** **53%**

Pix  **55%** **28%**

Gestão manual, gastando muito tempo

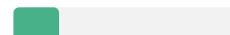
29% usam ERP:

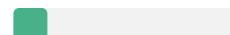
foco em controle básico da operação, porém ainda dependem de gestão manual (66%)

Números que acompanha

Nº de vendas  **45%**

Faturam. total  **39%**

Total de gastos  **18%**

Ticket Médio  **17%**

Alta gestão, priorizando performance

42% usam ERP e sistemas auxiliares

desintegrados para controle detalhado.
Processos especializados por segmento de atuação

Funcionalidades

PDV

Fecham. de caixa **62%**

ERP

Contas a pagar **21%**

Emissão de NF **59%**

Cadastro de prod. **19%**

Registro pedidos **52%**

Gestão de estoque **19%**

¹ 88% tem maq. Stone como principal

² apesar 91% terem Stone como maq. principal



Sorveteria Tre Bimbi

Small
São Paulo - SP

“

Minha maior dor?

Sistema. Tenho maquininha Stone, PDV Open Retail integrado e estou implementando o ERP Teknisa e CRM Bônus.

Nada conversa, super complicado. O sistema da Teknisa parece que tem que ser programador para inserir um item. Mas testei o Bling e pronto: super intuitivo!”

DORES DO CLIENTE

**Crédito certo,
na hora certa**

Small

Alto custo de crédito para investimento

27% tem como maior dor ter \$ para investir na loja

76% antecipam, principalmente para ter giro (27%) e facilitar a gestão (27%)

Produtos de crédito mais usados

C. Crédito (à vista PSJ)		48%
Capital de Giro		40%

40% usam apenas cartões PF
43% são cobertos com um limite menor do que R\$ 10k
33% do Small administra mais de 3 cartões de crédito

**Poupar/
Investir**

Dificuldade de poupar/investir

27% usam poupança

Pouca formação em gestão ou baixa disciplina de poupar/investir

Onde guarda \$ (principal)

Poupança		27%
Aplicações em bancos		19%
Conta rendeira		14%

Medium

Crédito é chave para ser o banco principal

Cartão de crédito, cheque especial e empréstimo são as 3 primeiras razões citadas para ter conta em uma instituição

40% nunca antecipam

C. Crédito (à vista PSJ)		52%
Capital de Giro (365 d.)		47%
Cheque Especial		37%

30% usam apenas cartões PF
34% são cobertos com um limite de R\$ 10-30k
43% administram mais de 3 cartões de crédito

Priorizam oferta especializada

78% já poupa com bancões ou corretora

Aplicações em bancos		47%
Conta rendeira		17%
Investimentos		10%

**Food Truck**

Small
Natal - RN

“

Eu penso em expandir, queria um food truck maior para abrir de dia também, ou um espaço maior. O problema é que não tenho dinheiro, e eu tenho dificuldade de conseguir crédito para crescer porque tenho dívida no CPF. Eu tentando conseguir um empréstimo do governo agora, do Pronam. Pedi 10 mil reais, que é só o que eu preciso pra comprar um outro container e uns equipamentos.