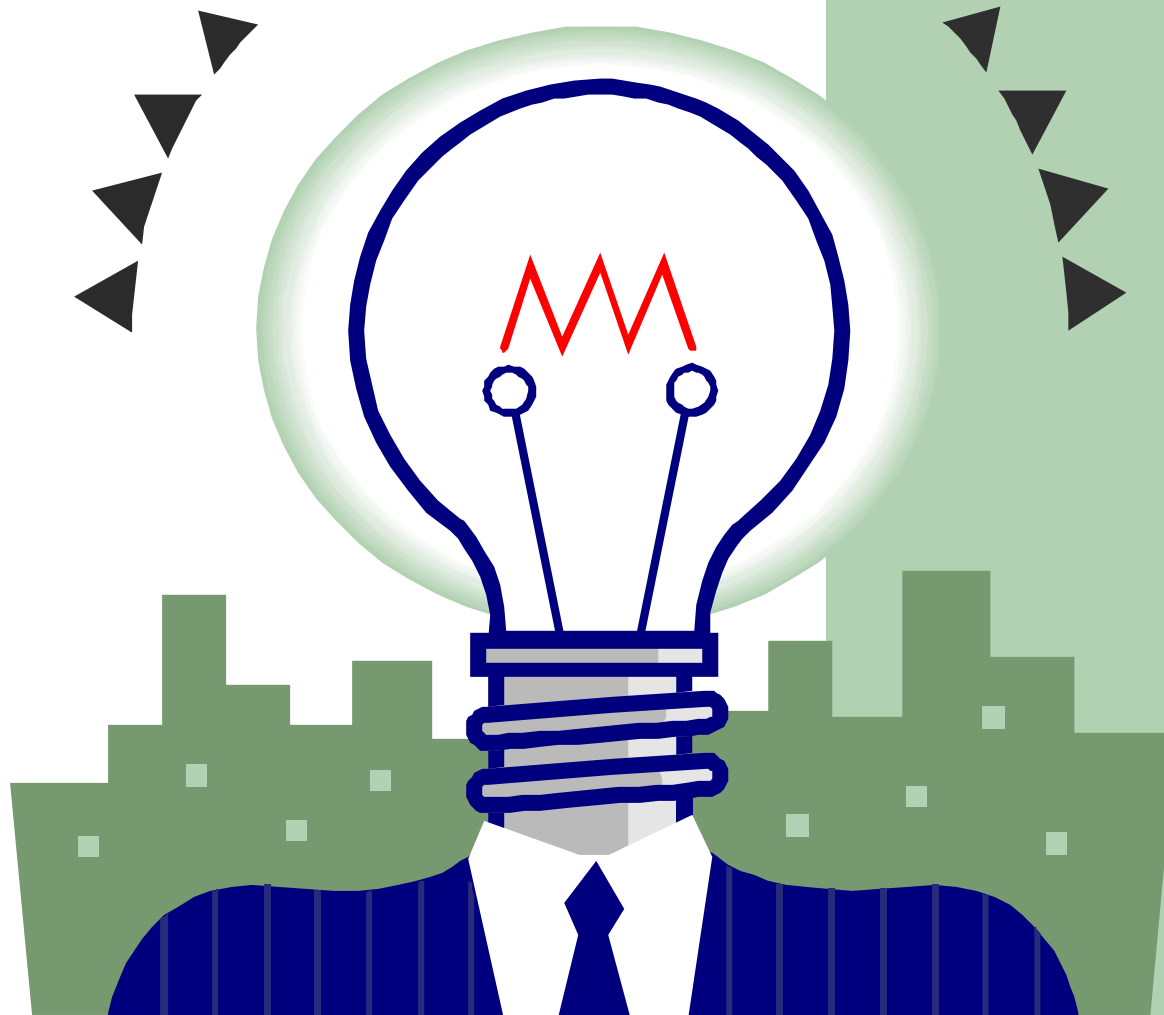
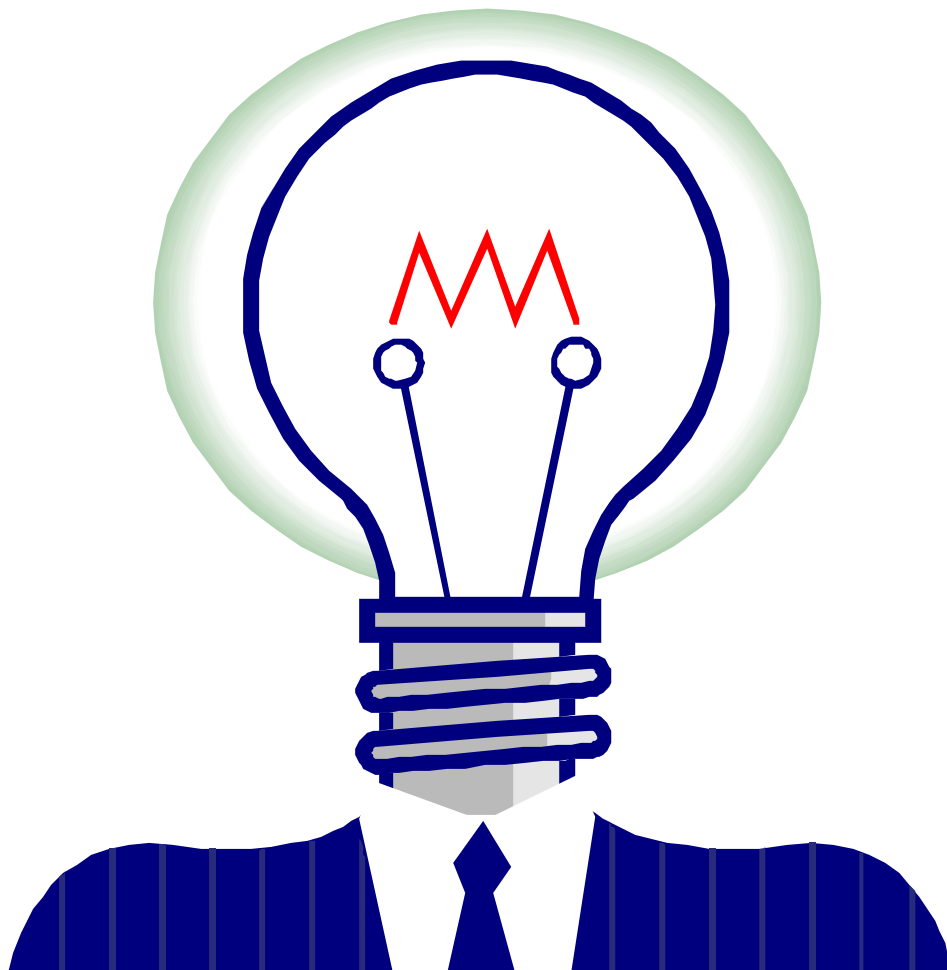




PRIMEIRO SEMINÁRIO DE MARCAS DO SUL DO BRASIL.



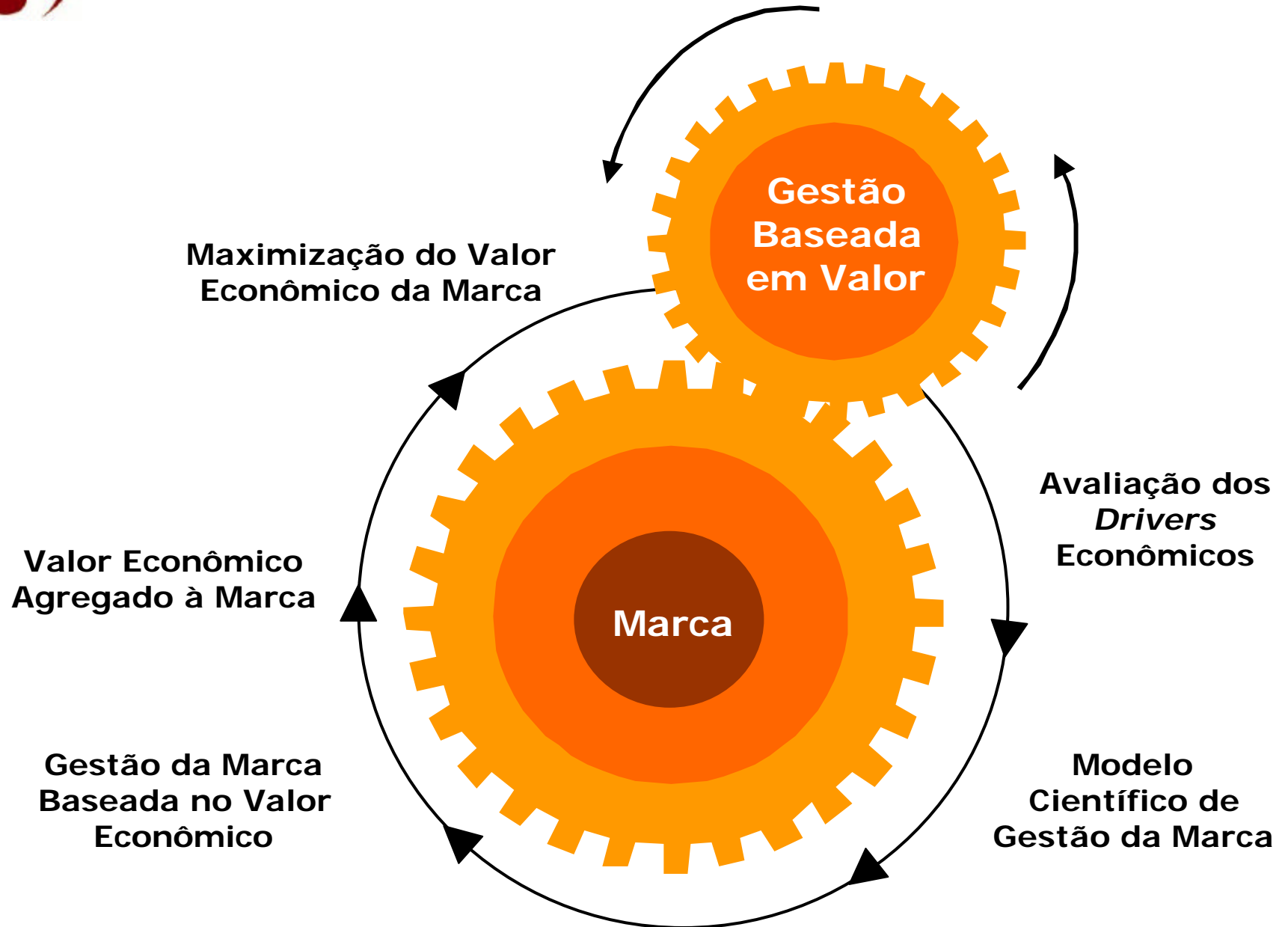
**GERANDO
VALOR
PARA SUA
EMPRESA**



Gerindo Marcas com Base no Valor



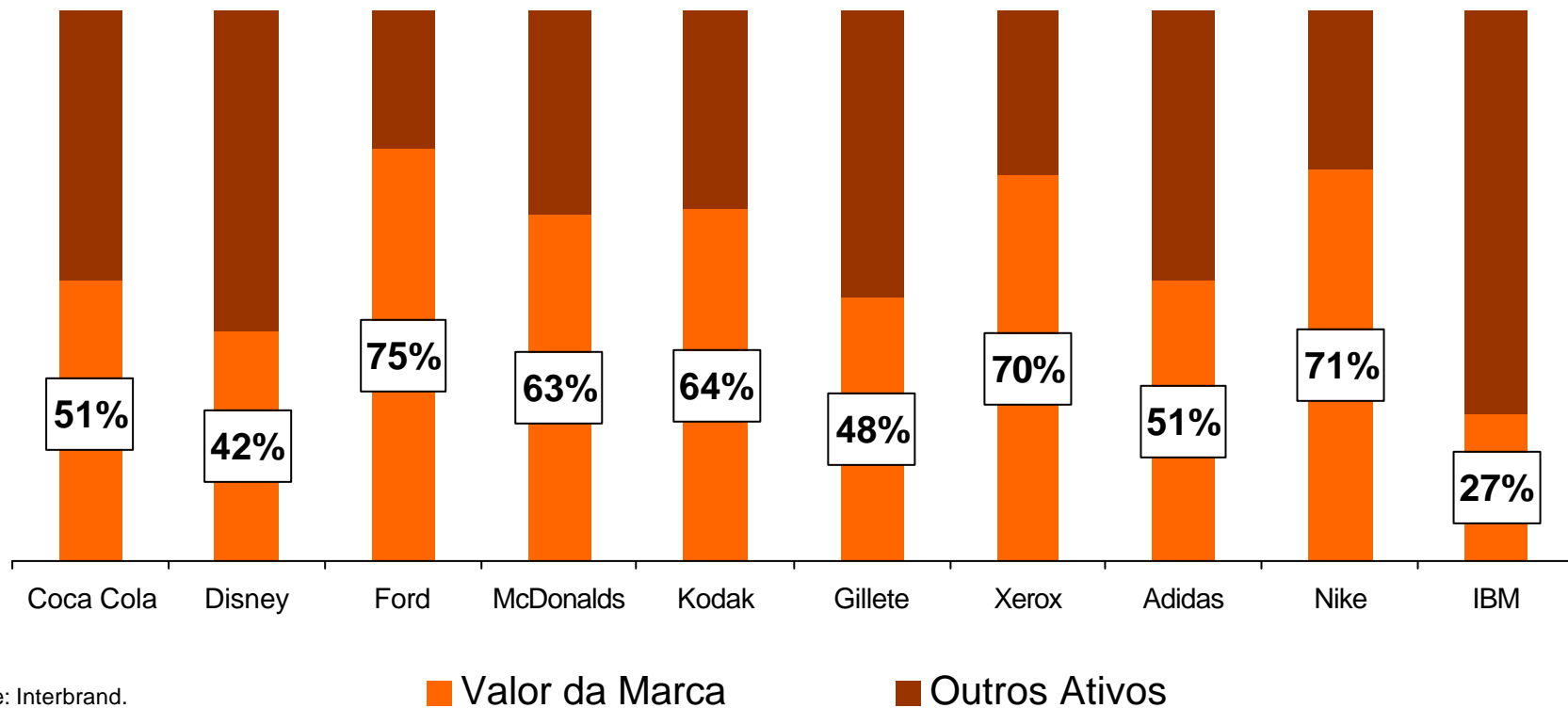
Marca: Gestão Baseada no Valor





As Marcas representam uma parcela relevante do valor econômico das empresas....

Participação % da Marca no Valor total das Empresas



Fonte: Interbrand.



Apesar disso, as decisões estratégicas de gerenciamento da marca em seu dia-a-dia, são tomadas na base da intuição, do instinto.

- É curioso notar, como somos muito mais “científicos” e cuidadosos na gestão de ativos de nossas empresas, que muitas vezes desempenham um papel bem menos importante que a marca, para o processo de criação de valor.
- Utilizamos toda a sorte de ferramentas gerenciais para administrar nosso ativo imobilizado, nosso estoque, nosso capital de giro, nossas aplicações financeiras, mas a marca, continua sendo administrada apenas com base em “achismos”.



A Gestão de Marca Baseada em Valor - **GMBV**, é a resposta para esse paradoxo.

- Nela, as ações do dia-a-dia da gestão da marca são avaliadas segundo o impacto que podem ter no valor econômico da marca, e conseqüentemente, da empresa.
- Uma vez, que o valor da marca é igual ao valor presente de seus fluxos de caixa futuros, é possível simular o impacto de uma determinada ação no valor da marca.



Através do mapeamento e quantificação de todos os fatores que afetam a marca, é possível deixar o “achismo” de lado e administrar a marca profissionalmente.

- Isso é feito através de um estudo não apenas de todo o negócio, que permita avaliá-lo, e a partir daí, avaliar a marca, mas também de todos os fatores que influenciam a marca, como a força de vendas, a política no ponto de vendas, a estrutura de distribuição, a política de marketing e propaganda, etc.
- Com base nessas informações é montado um modelo dinâmico, que simula as implicações para o valor da marca, como resultado de uma determinada ação ou política.



Estratégia de Gestão da Marca

Evolução



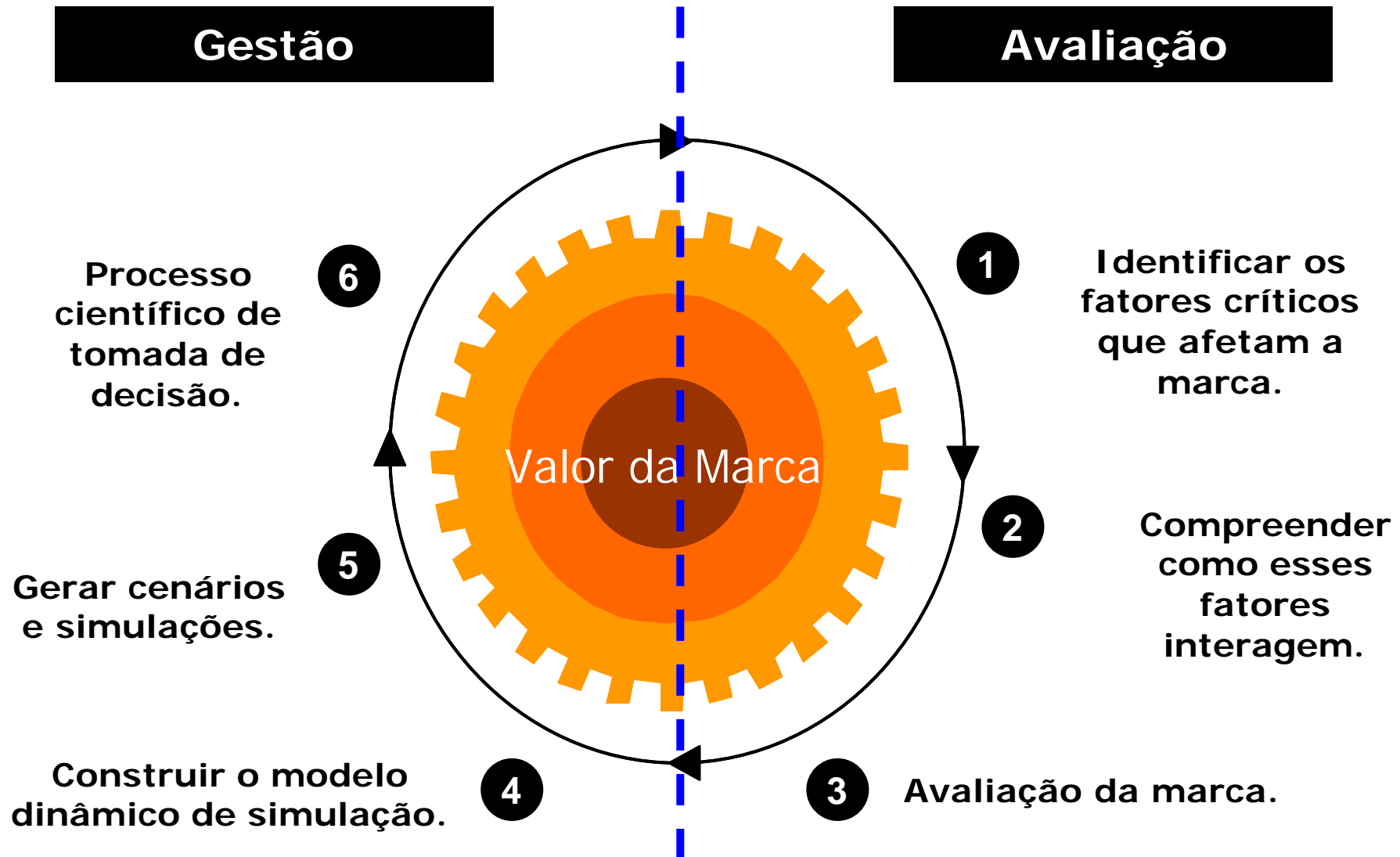
- Intuição, arte.

- Baseada em fatos, porém estática, foco no curto prazo

- Baseada em fatos, mas dinâmica, foco no longo prazo.



O GMBV em Ação...

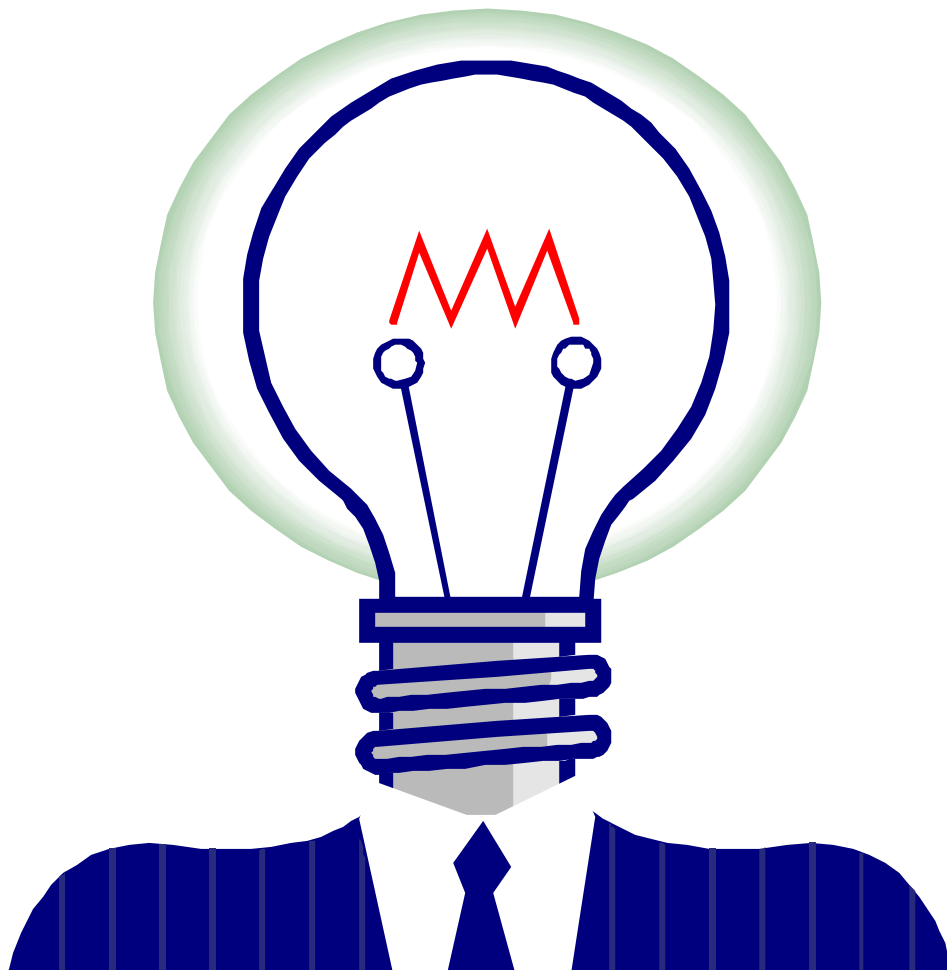




Estudo de Caso: A Avaliação da Marca **SEBRAE**



- Quanto vale a Marca SEBRAE ?
- Como essa Marca pode ser gerida de modo a maximizar o retorno econômico do capital investido pelo acionista (a sociedade)?

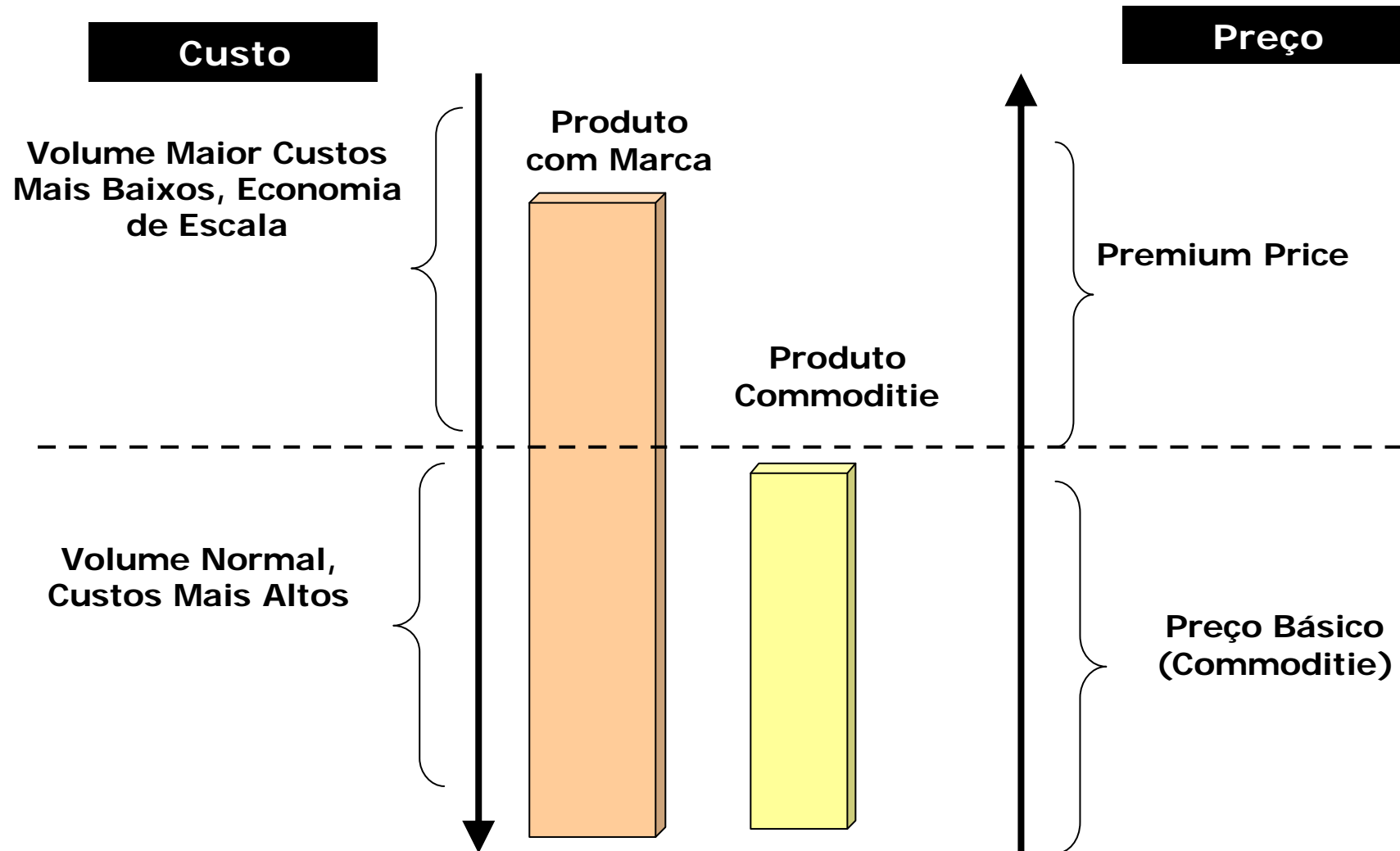


Avaliação Econômica de Marca



Avaliação de Marca

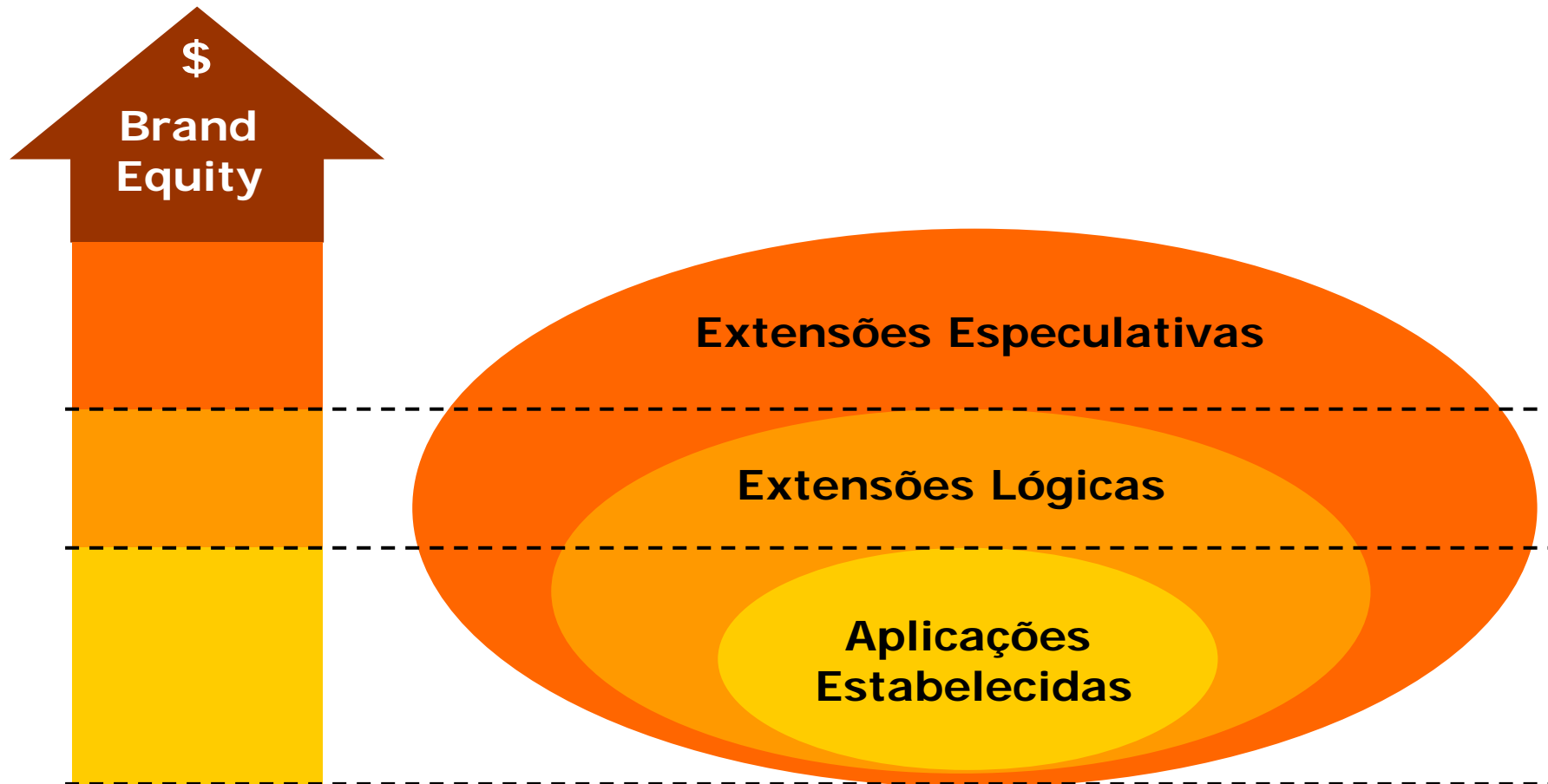
Como Contribuem Para a Criação de Valor





Avaliação de Marca

Como Contribuem Para a Criação de Valor





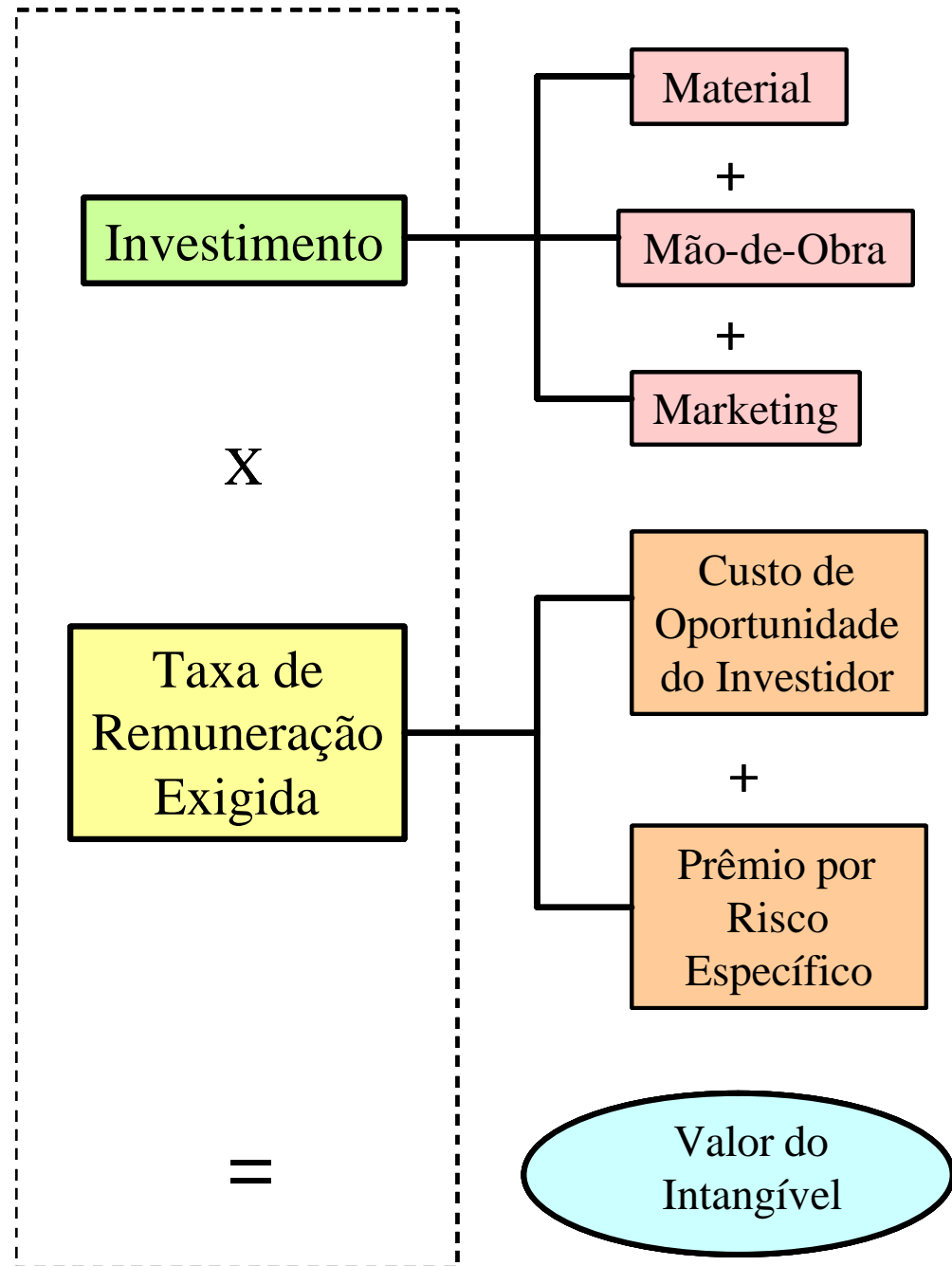
Avaliação de Marca

Métodos de Avaliação de Ativos Intangíveis

- Receita – Baseia o valor no fluxo de caixa futuro atribuído a marca.
- Custo – Baseia o valor no custo de reposição, ou custo histórico corrigido do investimento na marca.
- Mercado – Baseia o valor no valor efetivamente pago pelo mercado por ativos muito parecidos.

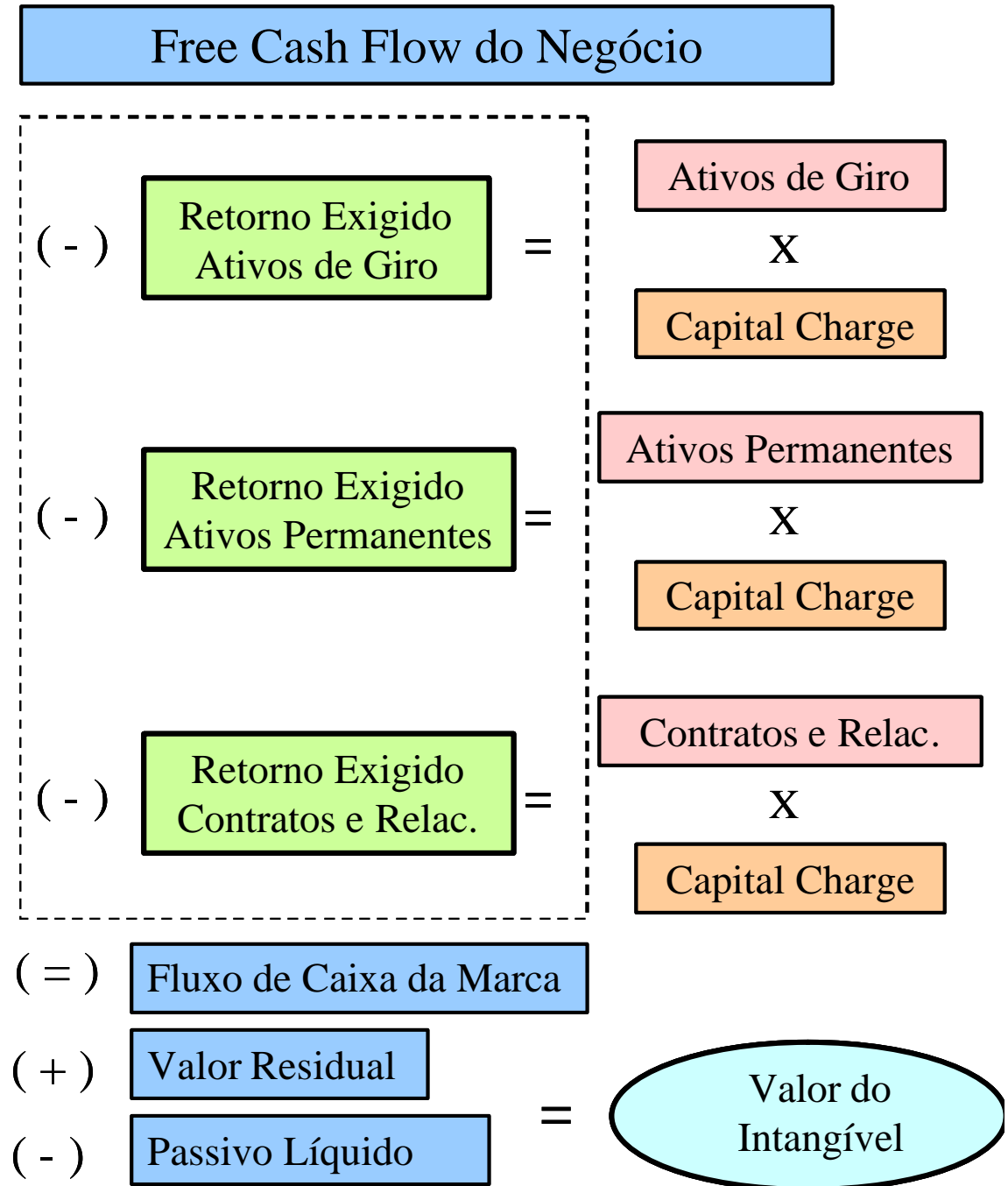


Método do Custo





Método da Receita

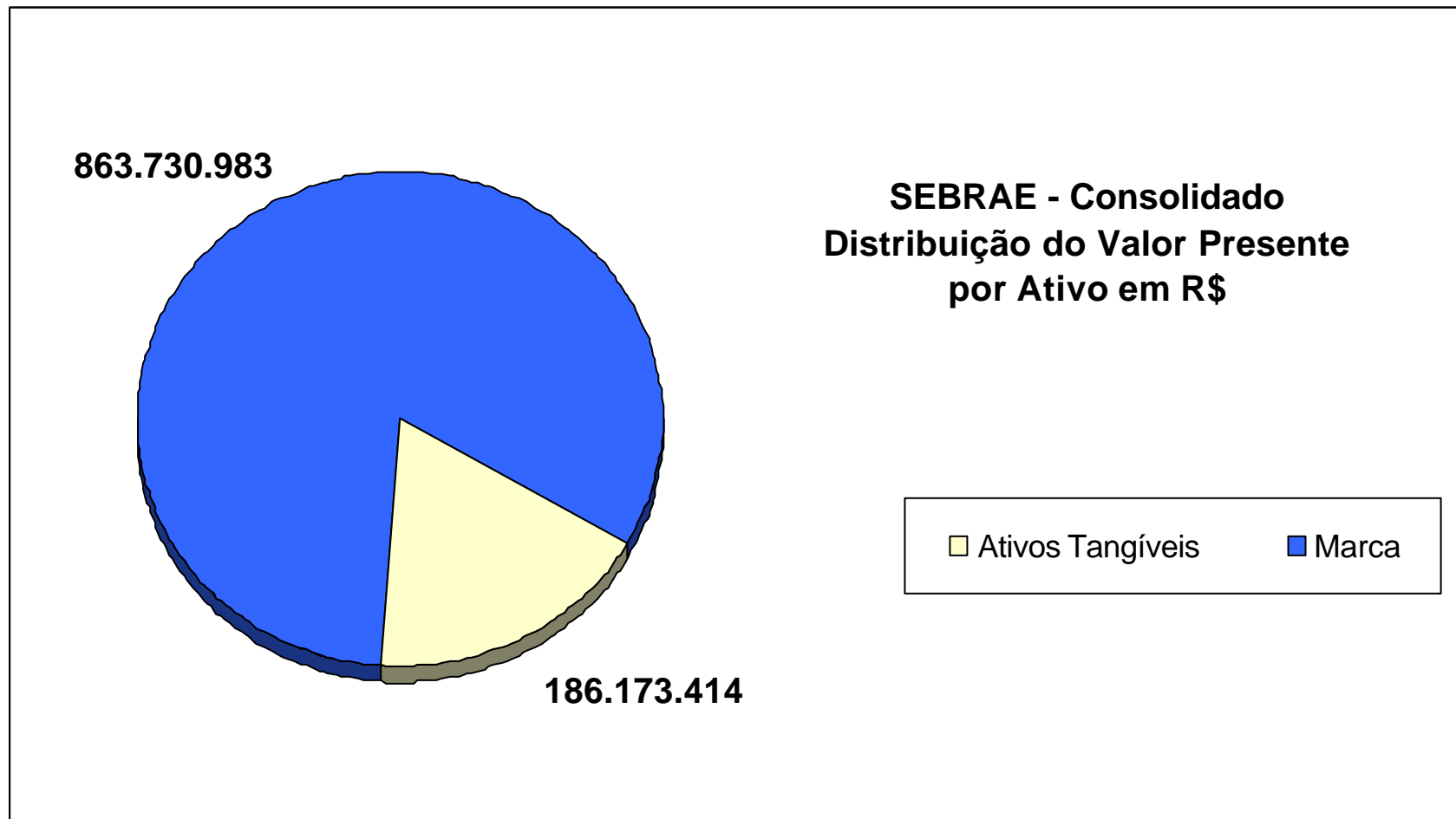




Quanto vale a Marca SEBRAE ?

Valor Total - R\$ 1.049,9 milhões

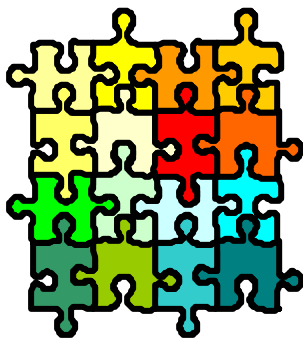
Valor da Marca Sebrae - R\$ 863,7 milhões



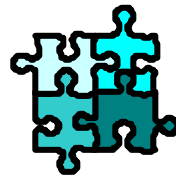


Avaliando a Marca: O primeiro passo para a gestão baseada em valor.

- Através do sistema de avaliação desenvolvido, é possível não apenas calcular o valor total da marca SEBRAE, como o valor da marca em cada unidade, e dentro dessa Unidade, o valor da marca em cada programa.



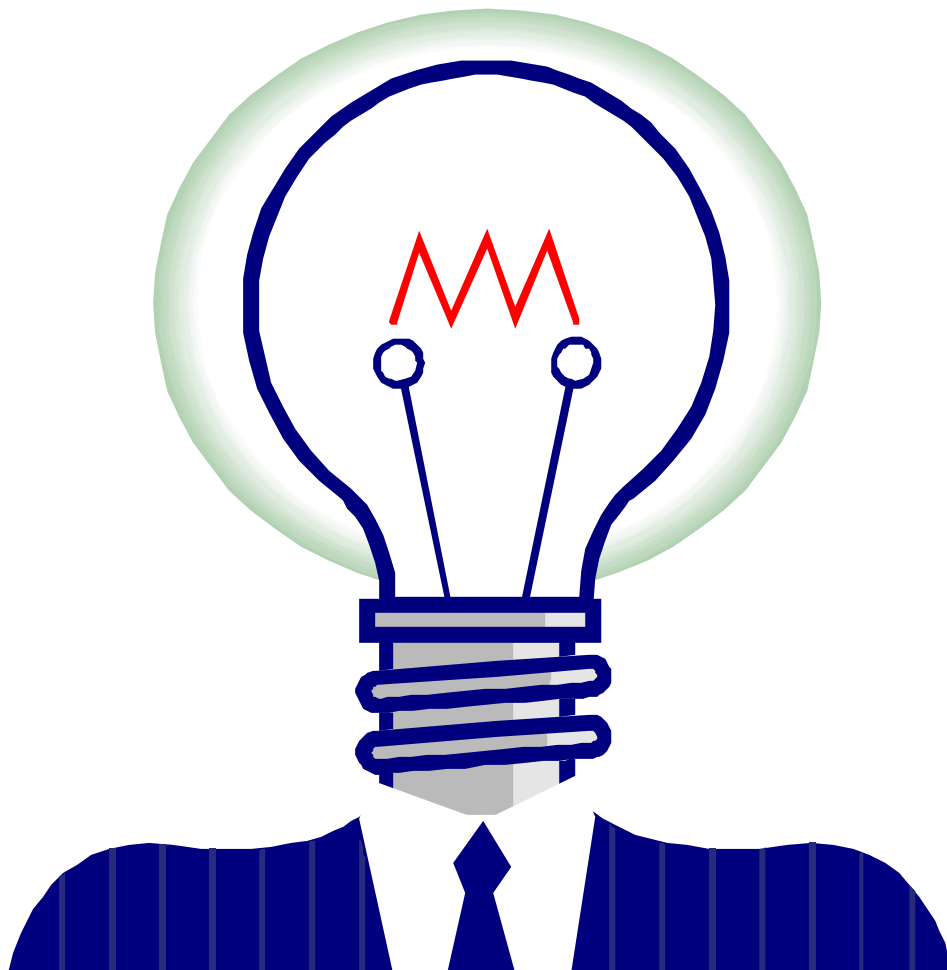
Valor da Marca SEBRAE



**Valor da Marca SEBRAE na
Unidade de Capacitação**



**Valor da Marca SEBRAE no
Programa Empretec**

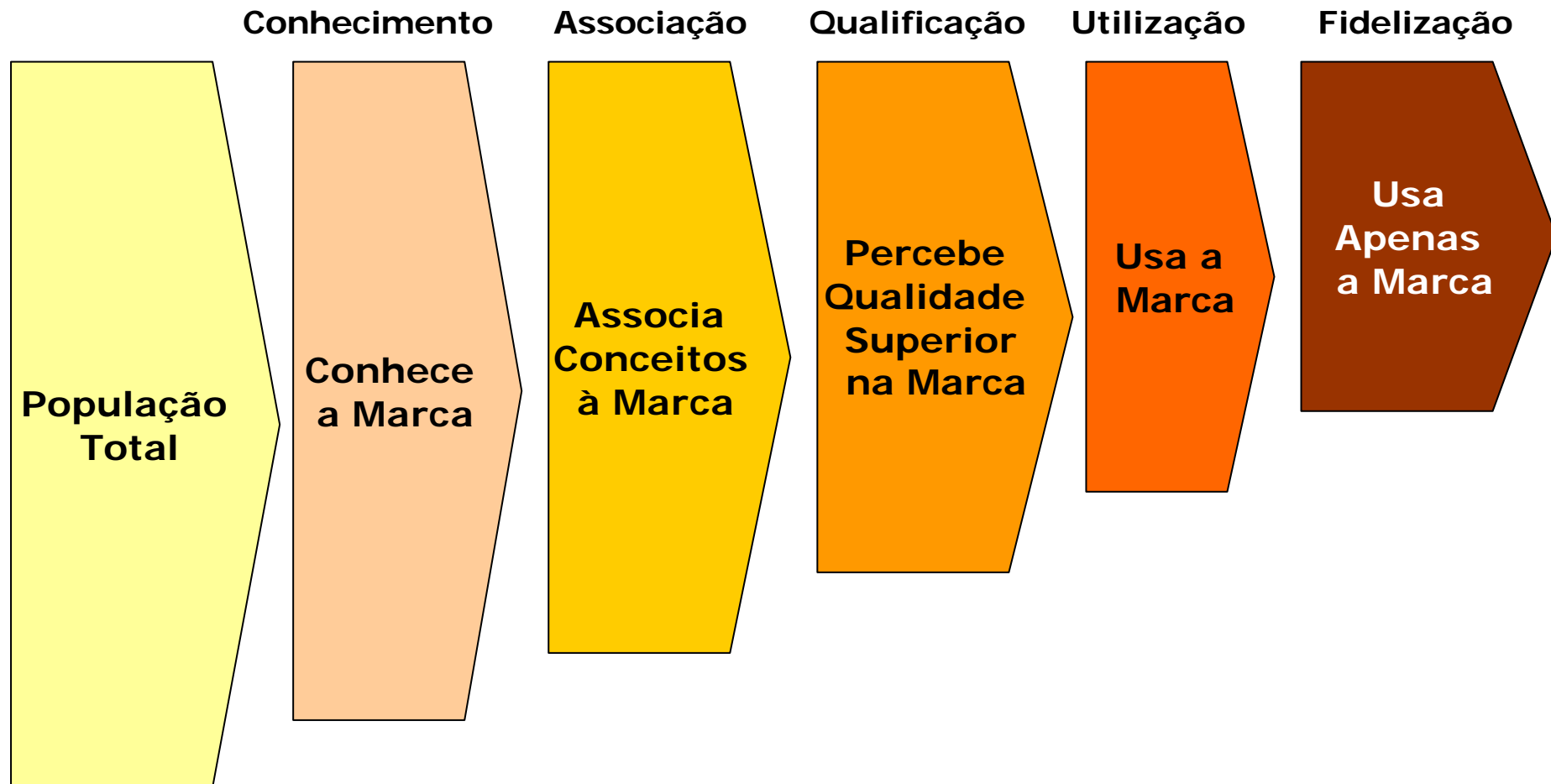


Gestão Econômica de Marca



Gestão de Marca

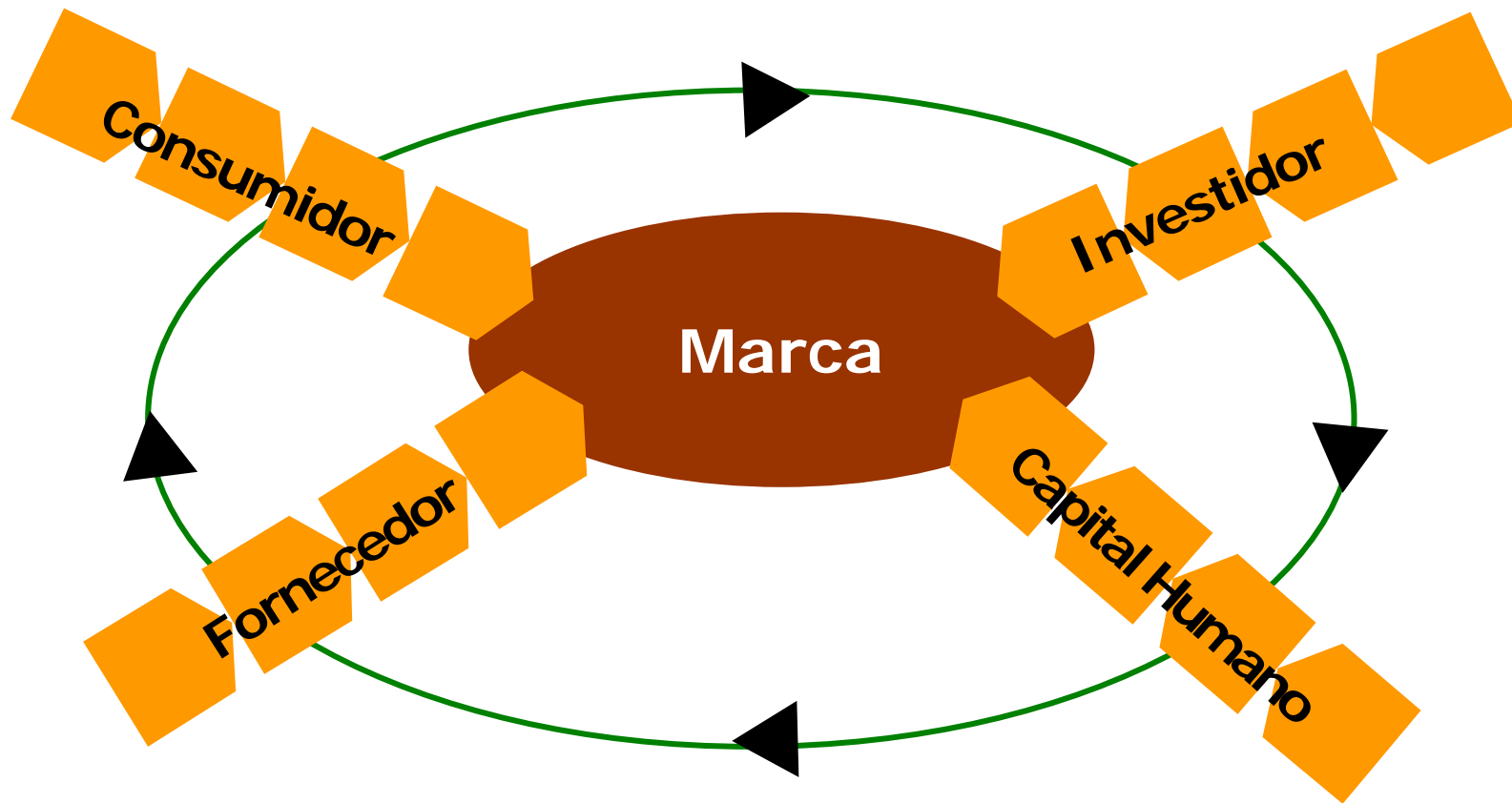
As Etapas do Processo de Criação de Valor





Gestão de Marca

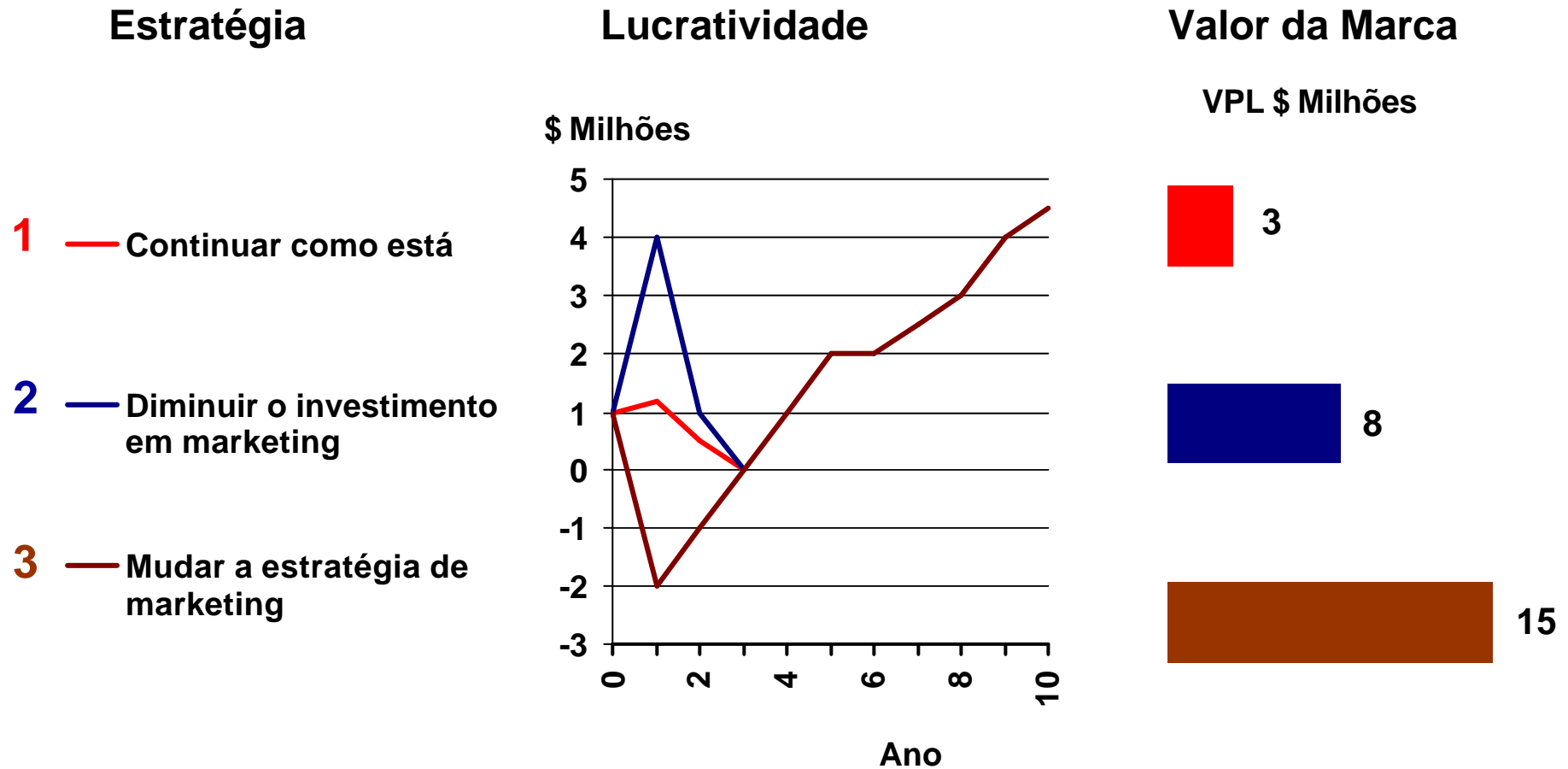
Os Benefícios vão bem Além do
Relacionamento com o Consumidor





Gestão de Marca

O Modelo Dinâmico e a Estratégia de Gestão da Marca





Como essa Marca pode ser gerida de modo a maximizar o retorno econômico do capital investido pelo acionista (a sociedade)?

Avaliação da Contribuição Social do SEBRAE

- Nessa etapa avaliou-se o retorno oferecido pelo sistema SEBRAE, através de suas diversas ações, para a sociedade, como contrapartida dos recursos recebidos dessa sociedade. Através da comparação entre o recurso recebido da sociedade, e o recursos devolvido à sociedade, é possível calcular a rentabilidade obtida pela sociedade nas aplicações de recursos feitas no sistema SEBRAE.



Índice de Rentabilidade Social

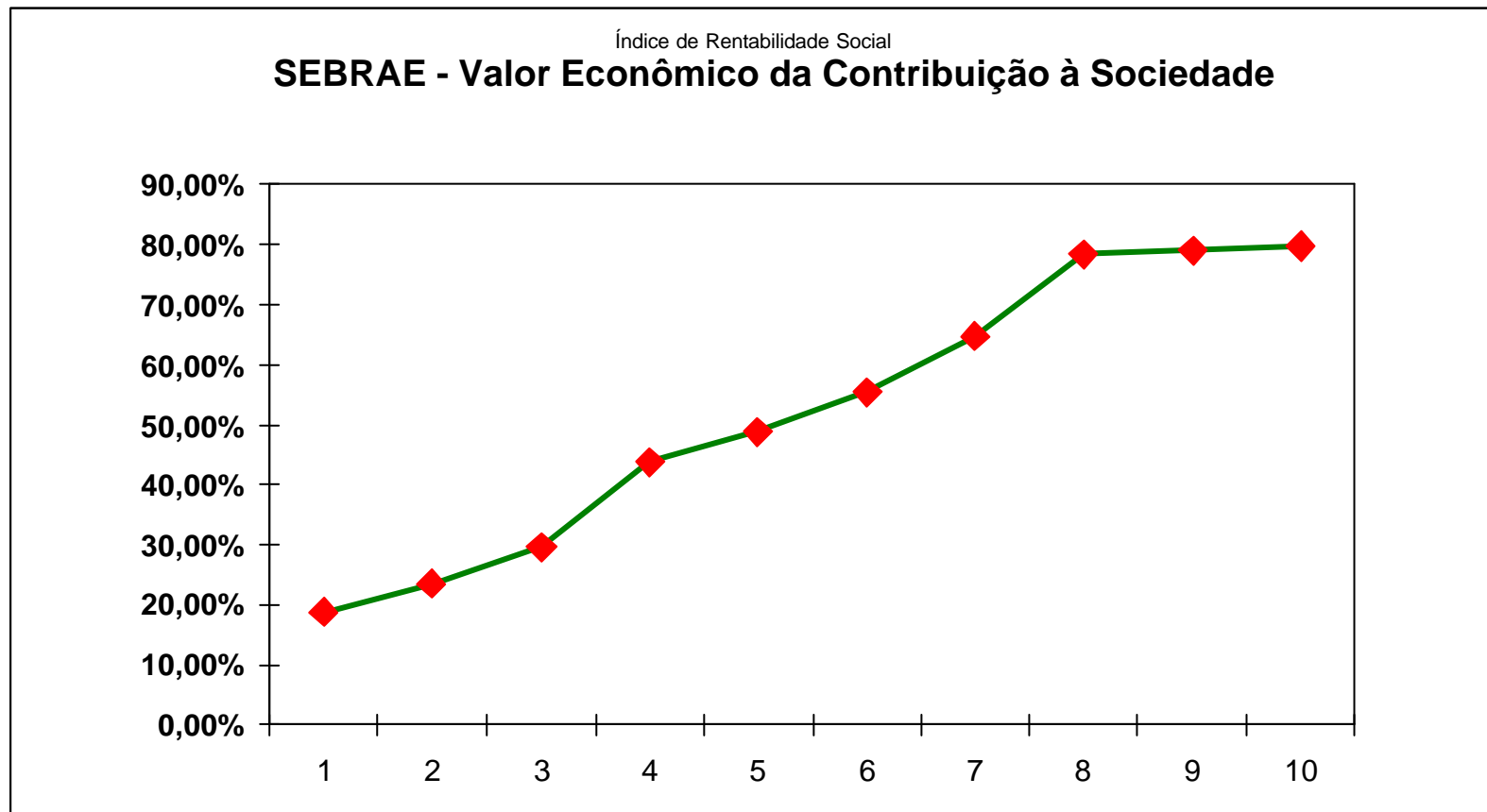
- Se considerarmos a Sociedade como um investidor, que aplica seus recursos públicos em diversas alternativas, dentre elas o SEBRAE, calculando o retorno ano a ano recebido pela sociedade, do SEBRAE, é possível calcular um índice de rentabilidade sobre esse recursos público investido, à semelhança da taxa de retorno obtida pelo investidor em uma aplicação de recursos qualquer. Nesse sentido procedemos o cálculo desse índice, em relação ao SEBRAE, que denominamos Índice de Rentabilidade Social.



Avaliação da Contribuição Social do SEBRAE

Sistema SEBRAE Rentabilidade Social

Rentabilidade Anual Média dos Recursos Públicos Aplicados -
52,12%





PERGUNTAS ???

SIROTSKY & ASSOCIADOS

(WWW.SIROTSKY.COM.BR)

RICARDO@SIROTSKY.COM.BR