

Pesquisa de Avaliação da Satisfação e do
Desempenho do Cliente Externo
Edição 2007

Relatório Individual por Produto/Serviço SEBRAE:

Aprender a Empreender Internet
UNIDADE DE ATENDIMENTO INDIVIDUAL

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE
Presidência - Unidade de Gestão Estratégica

Agosto/2007
<http://www.sebrae.com.br>

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE

Presidente do Conselho Deliberativo Nacional

Adelmir Santana

Diretor-Presidente

Paulo Tarciso Okamoto

Diretor de Administração e Finanças

Carlos Alberto dos Santos

Diretor Técnico

Luiz Carlos Barboza

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica

Pio Cortizo Vidal Filho

Equipe Técnica Responsável

Marco Antonio Pinho Alves

Magaly Tânia Dias de Albuquerque

Emanuel Malta Caloête

Heluana Almeida P. C. Muzzi (Estagiária)

@copyright 2007 - SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEPN Quadra 515 Bloco C Loja 32 - CEP 70770-900 - Brasília - DF
Telefones: (0XX61) 3348-7275 / 3348-7269 - Fax: (0XX61) 3349-7876
www.sebrae.com.br

Apresentação

O curso Aprender a Empreender pela Internet desenvolve características que compõem o perfil empreendedor, despertando atitudes, conhecimentos, habilidades e valores de empreendedorismo. Além disso, visa estimular o aprendiz a empreender atividades produtivas e dedicar-se a uma aprendizagem continuada.

É uma solução educacional que oferece aos empreendedores e empresários de pequenos negócios, atuante na área de comércio, indústria, serviços e agroindústria, a oportunidade para interagir com conceitos básicos sobre empreendedorismo, mercado e finanças.

O curso disponibilizado pela Internet é uma opção para quem deseja flexibilidade de horário e local na realização de seus estudos. O participante tem até dois meses para concluir o curso e tem o acompanhamento de um tutor.

A concepção e atualização metodológica do Aprender a Empreender Internet são realizadas pela Unidade de Capacitação Empresarial e a gestão da execução é feita pela Unidade de Atendimento Individual do Sebrae.

Índice

	Pág.
I. Sumário Executivo.....	5
II. Resultados.....	7
III. Considerações Finais.....	29
IV. Questionário.....	31

I. Sumário Executivo

A seguir são apresentados os resultados da Pesquisa de Opinião para Avaliação da Satisfação e do Desempenho do Cliente SEBRAE (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas) referentes ao “Curso Aprender a Empreender” na modalidade Internet.

Para a realização desta pesquisa foi utilizado um método quantitativo como o - survey - valendo-se de um questionário estruturado que combinou questões fechadas e abertas. O modo de aplicação dos questionários foi através de Entrevistas Telefônicas Assistidas por Computador, usando uma abordagem direta, não disfarçada.

A coleta de dados aconteceu no período de junho a agosto de 2007, sendo os resultados apresentados referentes aos atendimentos prestados durante o ano 2006.

O objetivo deste estudo é termos o índice de satisfação dos clientes a nível nacional. Apresentaremos algumas citações das regiões, observando que não há a representatividade para as mesmas.

Os dados referentes aos clientes foram obtidos através do agrupamento das bases de dados fornecidas pelas diferentes unidades estaduais do Sistema Sebrae numa única base de dados.

O tamanho da amostra estabelecida foi de 131 casos para uma população equivalente a 2.533 atendimentos realizados no ano de 2006. O número de casos da amostra foi dividido de forma proporcional entre os diferentes estados, conforme a população estimada inicialmente pelo Sebrae.

Quadro 1: Distribuição da população e da amostra

Percentual

BRASIL		ANO 2006																									
População		57.301																									
Amostra		131																									
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE																						
População	3.292	11.333	7.520	29.735	5.421																						
Amostra	71	48	3	9	-																						
UF	AC	AM	AP	PA	RO	RR	TO	AL	BA	CE	MA	PB	PE	PI	RN	SE	PR	RS	SC	ES	MG	RJ	SP	DF	GO	MS	MT
Pop.	245	602	143	1239	490	124	449	554	4058	1511	1035	1511	578	1476	464	670	2762	2844	1914	1266	6143	5231	17095	2238	1605	648	930

A despeito do plano amostral, ressaltamos que para o curso “Aprender a Empreender - Internet” foram abordados apenas os resultados do produto a nível nacional

e regional, considerando a sua representatividade no total de atendimentos realizados pelas Unidades da Federação que ofertaram os produtos/serviços selecionados para esta edição da pesquisa.

A seguir, são apresentados os indicadores de avaliação e desempenho do produto. Quando pertinente é são apresentada séries históricas contendo informações de edições anteriores da pesquisa com o objetivo de acompanhar a evolução dos indicadores.

II. Resultados

De acordo com os dados coletados, a amostra é formada majoritariamente por pessoas físicas, tendo apenas 14,5% de pessoas jurídicas. Os resultados, quando analisados por regiões, indicam que Sul e Sudeste são em sua totalidade compostas por clientes pessoa física. Já nas regiões Norte e Nordeste, ainda que predominem pessoas físicas, observou-se uma média 15% de empresas constituídas. Apenas na região Norte foram observadas empresas que atuam na informalidade, sendo que estas representam apenas 1,4% dos entrevistados daquela região.

Quadro 2: Tipo de Cliente

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Pessoa física		84,7			
Pessoa Jurídica		14,5			
Empresa Informal		0,8			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pessoa física	81,7	85,4	100,0	100,0	-
Pessoa jurídica	16,9	14,6	-	-	-
Empresa informal	1,4	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

A grande maioria dos entrevistados, 77,9%, ainda não abriu formalmente suas empresas. Como pode ser observado no Quadro 3, dentre as empresas constituídas, cerca de 10% atuam há pelo menos 2 anos no mercado, enquanto que 12,2% iniciaram suas atividades no ano de 2005 ou ainda após esta data. Os resultados para as regiões Norte e Nordeste refletem o padrão nacional, enquanto que Sul e Sudeste apenas apresentam empresas constituídas a partir do ano de 2005.

Quadro 3: Ano de abertura da empresa

Percentual

BRASIL	ANO 2006
2004 ou menos	9,9
2005 ou mais	12,2
Ainda não abriu a empresa	77,9
Não soube responder	-
Base	131

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
2004 ou antes	11,3	10,4	-	-	-
2005 ou depois	12,7	12,5	-	11,1	-
Ainda não abriu a empresa	76,1	77,1	100,0	88,9	-
Não soube responder	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

De acordo com o Quadro 4, não há na amostra nenhuma indústria, prevalecendo organizações da área de serviços (50%) e comércio (45%). Apenas na região Nordeste verificou-se a participação de empresas da agroindústria.

Quadro 4: Setor de atividade principal

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Indústria	-
Comércio	45,0
Serviços	50,0
Agroindústria	5,0
Base	20

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Indústria	-	-	-	-	-
Comércio	38,5	57,1	-	-	-
Serviços	61,5	28,6	-	-	-
Agroindústria	-	14,3	-	-	-
Base	13	7	-	-	-

Salienta-se que dentre as empresas constituídas não há médias e grandes empresas. 100% da amostra é formada por micro ou pequenos negócios¹. A análise por região indica que todas as empresas da região Nordeste são consideradas micro, enquanto que na região Norte micro e pequenas empresas representam 84,6% e 15,4% da amostra, respectivamente.

¹ Foi utilizada a classificação de empresas do Sebrae.

Microempresas - possuem até 19 empregados na indústria e até 9 empregados no comércio/serviços;

Pequenas empresas - possuem de 20 a 99 empregados na indústria e de 10 a 49 empregados no comércio/serviços;

Médias empresas - possuem de 100 a 499 empregados na indústria e de 50 a 99 empregados no comércio/serviços; e

Grandes empresas - possuem mais de 499 empregados na indústria; e mais de 99 empregados no comércio/serviços.

Quadro 5: Classificação das empresas por tamanho.

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Microempresa		89,5			
Pequena empresa		10,5			
Média empresa		-			
Grande empresa		-			
Base		19			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Microempresa	84,6	100,0	-	-	-
Pequena empresa	15,4	-	-	-	-
Média empresa	-	-	-	-	-
Grande empresa	-	-	-	-	-
Base	13	6	-	-	-

A procura por atendimento presencial no Sebrae geralmente realizada anterior à abertura negócio por mais de 80% dos entrevistados. Ainda assim, 17,6% já possuem empresas constituídas e buscam auxílio no manejo das ferramentas e processos gerenciais.

Nas regiões Sul e Sudeste todos os entrevistados tiveram a precaução de procurar auxílio antes de iniciar as atividades de suas empresas. Já na região Nordeste, 21,1% realizou após a abertura do negócio, bem como 16,7% dos entrevistados da região Nordeste.

Quadro 6: Procura de atendimento antes ou após de abrir a empresa

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Antes		82,4			
Após		17,6			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Antes	78,9	83,3	100,0	100,0	-
Após	21,1	16,7	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

Para avaliar a satisfação dos consumidores em relação ao curso, os entrevistados foram solicitados a avaliar 7 variáveis: material de apoio, ferramentas do site, formas de avaliação, papel do tutor no esclarecimento de dúvidas, estímulo à participação, atendimento do tutor e aplicabilidade do conteúdo.

Em relação aos manuais e apostilas que serviram de apoio ao aprendizado dos alunos, 96,1% dos entrevistados demonstraram-se satisfeitos, uma vez que consideram-nos bons ou ótimos.

Os resultados das regiões reproduzem o padrão nacional. No entanto, o percentual de entrevistados que consideram o material regular, que é praticamente nulo nas regiões Norte e Nordeste, representa 22% dos entrevistados da região Sudeste.

Quadro 7: Avaliação do material de apoio (manuais e apostilas)

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Ótimo		53,4				
Bom		42,7				
Regular		3,8				
Ruim		-				
Péssimo		-				
NSA/NO		-				
Base		131				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	53,5	52,1	100,0	44,4	-
Bom	43,7	45,8	-	33,3	-
Regular	2,8	2,1	-	22,2	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

As ferramentas de comunicação do site, como os chats e fóruns, também foram bem avaliadas. Nenhum entrevistado atribuiu “ruim” ou “péssimo” aos mesmos e 58% consideraram-nos ótimos.

Da mesma forma que na questão anterior, os entrevistados da região Sudeste foram um pouco mais críticos. Enquanto que cerca de 60% dos entrevistados das regiões Norte, Nordeste e Sul consideraram as ferramentas do site ótimas, apenas 22,2% na região Sudeste concorda com essa opinião. Ainda, é dessa região o maior percentual de respostas regulares, 11,1%, mais que o dobro do observado nas regiões Norte e Nordeste (ambas com 4,2% dos entrevistados).

Quadro 8: Avaliação das ferramentas do site em geral (chat, fórum, etc)

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		58,0			
Bom		37,4			
Regular		4,6			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		-			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	57,7	64,6	66,7	22,2	-
Bom	38,0	31,3	33,3	66,7	-
Regular	4,2	4,2	-	11,1	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

Para 93,9% dos entrevistados as formas de avaliação são adequadas. 4,6% as consideraram regulares e apenas 0,8% ruins. Este grupo de entrevistados mais críticos e que não aprovaram as formas de avaliação são todos provenientes da região Nordeste.

Quadro 9: Avaliação das formas de avaliação

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		45,0			
Bom		48,9			
Regular		4,6			
Ruim		0,8			
Péssimo		-			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	45,1	45,8	66,7	33,3	-
Bom	49,3	50,0	33,3	44,4	-
Regular	5,6	2,1	-	11,1	-
Ruim	-	2,1	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

Da mesma forma que as variáveis anteriores, 60% dos entrevistados consideraram ótima a participação dos tutores no que tange o esclarecimento de dúvidas. 31,3% consideraram bom e 5,3% regular.

Na análise por regiões percebe-se uma inversão em relação aos resultados anteriores: apenas Norte e Nordeste tiveram julgamentos mais críticos, considerando regular o esclarecimento de dúvidas por parte do tutor. No entanto esse percentual não passa de 6,3% dos entrevistados em cada região.

Quadro 10: Avaliação do esclarecimento de dúvidas por parte do tutor

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		60,3			
Bom		31,3			
Regular		5,3			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		3,1			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	64,8	54,2	100,0	44,4	-
Bom	26,8	37,5	-	44,4	-
Regular	5,6	6,3	-	-	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	2,8	2,1	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

Quanto ao estímulo à participação no curso, 66,4% dos entrevistados consideraram ótimo, 28,2% bom e apenas 4,6% regular. Nenhum entrevistado marcou a opção ruim ou péssimo.

A análise regional aponta para o fato que todos os entrevistados que consideraram regular a forma de estimulação pertencem às regiões Norte e Nordeste. A melhor avaliação foi realizada pelos entrevistados das regiões Sul - todos concordam que a estimulação e incentivo a participação foram ótimas - e Norte (74,6% dos entrevistados).

Quadro 11: Avaliação do estímulo à participação no Curso

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		66,4			
Bom		28,2			
Regular		4,6			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	74,6	56,3	100,0	44,4	-
Bom	21,1	37,5	-	44,4	-
Regular	4,2	6,3	-	-	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

A grande maioria dos entrevistados, 96,9%, consideraram bom ou ótimo o serviço on line prestado pelos tutores. Apenas para 2,3% este atendimento foi considerado regular.

Todos os clientes entrevistados na região Sul julgaram ótima a atuação do tutor, bem como cerca de 60% dos entrevistados das regiões Norte e Nordeste. Na região Sudeste a opinião dos entrevistados ficou dividida, visto que 44,4% julgou a avaliação ótima e o mesmo percentual a julgou boa.

Quadro 12: Avaliação do atendimento prestado pelo tutor

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		59,5			
Bom		37,4			
Regular		2,3			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	60,6	58,3	100,0	44,4	-
Bom	38,0	37,5	-	44,4	-
Regular	1,4	4,2	-	-	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

A aplicabilidade do conteúdo ministrado no curso foi considerada ótima por 52,7% da amostra e bom por 44,3%. Apenas 1,5% consideraram regular a aplicação dos conteúdos e 0,8% péssimo. Esta avaliação mais crítica foi realizada pelos entrevistados da região Sudeste, em que 11,1% dos entrevistados julgou a aplicação dos conteúdos péssima e o mesmo percentual regular.

Quadro 13: Avaliação da aplicabilidade do conteúdo

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		52,7			
Bom		44,3			
Regular		1,5			
Ruim		-			
Péssimo		0,8			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	53,5	47,9	100,0	55,6	-
Bom	43,7	52,1	-	22,2	-
Regular	1,4	-	-	11,1	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	11,1	-
NSA/NO	1,4	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

O curso “Aprender a Empreender” foi realizado em 3 módulos: empreendedorismo, mercado e finanças. O Quadro 14 apresenta os resultados para o módulo Empreendedorismo. Como pode ser observado, 61,1% dos entrevistados consideraram os conteúdos satisfatórios. Somados aos 38,2% que considerou muito satisfatório, obtém-se um percentual de 99,3% de aprovação e satisfação. Apenas 0,8% dos entrevistados considerou insatisfatório, sendo estes provenientes da região Sudeste.

Quadro 14: Avaliação do aprendizado quanto ao módulo de Empreendedorismo

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfatório		38,2			
Satisfatório		61,1			
Pouco Satisfatório		-			
Insatisfatório		0,8			
NSA/NO		-			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	33,8	41,7	100,0	33,3	-
Satisfatório	66,2	58,3	-	55,6	-
Pouco Satisfatório	-	-	-	-	-
Insatisfatório	-	-	-	11,1	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

A avaliação do módulo Mercado demonstrou um percentual menor de clientes muito satisfeitos quando comparado ao módulo Empreendedorismo. 33,6% da amostra

considerou os conteúdos muito satisfatórios e 60,3% satisfatórios. Ainda que menor, 93,9% demonstram-se contentes com os resultados obtidos a partir deste módulo. Os resultados por regiões não diferem muito do padrão nacional. Salienta-se, no entanto, que apenas nas regiões Norte e Nordeste foram observados casos de clientes não satisfeitos com o módulo, representando 7% e 4,2% da amostra respectivamente,

Quadro 15: Avaliação do aprendizado quanto ao módulo Mercado

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfatório		33,6			
Satisfatório		60,3			
Pouco Satisfatório		5,3			
Insatisfatório		-			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	33,8	31,3	100,0	22,2	-
Satisfatório	59,2	64,6	-	66,7	-
Pouco Satisfatório	7,0	4,2	-	-	-
Insatisfatório	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

Já o módulo de Finanças foi o que obteve o melhor percentual de entrevistados que julgou os conteúdos como muito satisfatórios: 43,5%. No entanto, somando esse percentual ao de clientes satisfeitos obtém-se 88,5%, o menor entre os três módulos. 9,9% dos clientes entrevistados consideraram este módulo insatisfatório, sendo todos estes provenientes das regiões Norte, Nordeste e Sul. Comparativamente, os entrevistados da região Sudeste parecem estar mais insatisfeitos, uma vez que Norte e Nordeste tiveram ambos mais de 89% de clientes satisfeitos e Sudeste apenas 66,6%.

Quadro 16: Avaliação do aprendizado quanto ao módulo Finanças

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfatório		43,5			
Satisfatório		45,0			
Pouco Satisfatório		9,9			
Insatisfatório		0,8			
NSA/NO		0,8			
Base		131			

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	40,8	43,8	100,0	44,4	-
Satisfatório	49,3	45,8	-	22,2	-
Pouco Satisfatório	8,5	10,4	-	22,2	-
Insatisfatório	1,4	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	11,1	-
Base	71	48	3	9	-

Os resultados do Quadro 17 demonstram que os entrevistados estão efetivamente satisfeitos com o curso, uma vez que para 97% deles o curso atendeu ou superou as expectativas. Este resultado se mantém estável ao longo dos três últimos anos, havendo uma pequena elevação no percentual de alunos que julgou que o curso não atendeu as expectativas. Ainda assim é um percentual baixo, apenas 3,1%.

A análise por regiões aponta que os participantes da região Sudeste não tiveram suas expectativas superadas, apenas atendidas. É ainda para essa região o maior percentual (22,2%) de entrevistados que não tiveram suas expectativas atendidas.

Quadro 17: Avaliação do curso em relação as suas expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Superou	24,2	36,5	34,4
Atendeu	73,7	61,6	62,6
Não atendeu	2,1	1,7	3,1
NSA	-	-	-
Base	3.132	1.790	131

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Superou	36,6	35,4	66,7	-	-
Atendeu	62,0	62,5	33,3	77,8	-
Não atendeu	1,4	2,1	-	22,2	-
NSA	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

Dentre os motivos destacados pelos participantes que não tiveram suas expectativas atendidas, destaca-se uma homogeneidade total no percentual de respostas. A diferença foi entre as regiões, uma vez que no Nordeste os entrevistados julgaram que o curso não atingiu seus objetivos, no Norte a percepção foi de que não apresentou novidades e na região Sudeste os participantes acharam o material didático infantil e os textos ou autores utilizados fracos.

Quadro 18: Motivos pelos quais o programa não atendeu as expectativas

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Material didático muito infantil		25,0			
Não apresentou novidades		25,0			
Não atingiu o objetivo		25,0			
Textos e autores muito fracos		25,0			
Base		4			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Material didático muito infantil	-	-	-	50,0	-
Não apresentou novidades	100,0	-	-	-	-
Não atingiu o objetivo	-	100,0	-	-	-
Textos e autores muito fracos	-	-	-	50,0	-
Base	1	1	-	2	-

Percebe-se que os julgamentos de satisfação nas diversas variáveis avaliadas refletem-se na satisfação geral com o curso. 51,1% dos entrevistados julgaram-se muito satisfeito com o curso enquanto 47,3% estão satisfeitos. O percentual total ficou muito próximo dos 97% dos clientes que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas. Isso significa que apenas 1,6% do total da amostra encontra-se indiferente ou insatisfeito.

A análise por região demonstrou que apenas clientes da região Sudeste demonstraram-se insatisfeitos com o curso. Excetuando os entrevistados da região Sul, que em sua totalidade indicam estar muito satisfeitos, os percentuais para as demais regiões se assemelham aos apresentados em nível nacional.

Quadro 19: Grau de satisfação geral com o curso Aprender a Empreender - Internet

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfeito		51,1			
Satisfeito		47,3			
Indiferente		0,8			
Insatisfeito		0,8			
Muito Insatisfeito		-			
NSA/NO		-			
Base		131			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfeito	49,3	52,1	100,0	44,4	-
Satisfeito	49,3	47,9	-	44,4	-
Indiferente	1,4	-	-	-	-
Insatisfeito	-	-	-	11,1	-
Muito Insatisfeito	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

Dentre os pontos destacados para melhoria, os resultados se distribuíram de forma bastante homogênea dentre todas alternativas, excetuando a melhoria da metodologia de trabalho, que foi citada apenas por 6,1% dos entrevistados. A maior solicitação dos participantes dos cursos é que os conteúdos dos módulos sejam mais aprofundados (22,9%), que o material de apoio seja melhorado (19,1%) e que o material e o curso sejam mais adequados à realidade dos alunos (18,3%). Destaca-se ainda que 16% dos entrevistados solicitaram que a interação com os tutores fosse maior.

As solicitações por regiões estiveram bem divididas, portanto serão destacadas as prioridades em cada uma delas. Na região Norte os clientes gostariam que aprofundassem os conteúdos dos módulos e melhorassem o material de apoio (ambas foram citadas por 22,5% dos participantes da região). Na região Nordeste 25% dos clientes solicitam aprofundamento dos conteúdos. Na região Sul a demanda é por melhorias nas ferramentas do site (33,3%) e maior interação com os professores tutores (33,3%). Já na região Sudeste a solicitação de 33,3% dos alunos é que o curso esteja mais adequado as suas realidades.

Quadro 20: Aspectos que poderiam ser melhorados no curso Aprender a Empreender - Internet

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Melhorar ferramentas do site		15,3				
Aprofundar conteúdo dos módulos		22,9				
Maior interação com os tutores		16,0				
Aprimorar formas de avaliação		14,5				
Maior adequação à realidade dos alunos		18,3				
Melhorar o material de apoio		19,1				
Melhorar a metodologia		6,1				
Outros		11,5				
Base		131				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Melhorar ferramentas do site	16,9	10,4	33,3	22,2	-
Aprofundar conteúdo dos módulos	22,5	25,0	-	22,2	-
Maior interação com os tutores	15,5	18,8	33,3	-	-
Aprimorar formas de avaliação	14,1	16,7	-	11,1	-
Maior adequação à realidade alunos	14,1	22,9	-	33,3	-
Melhorar o material de apoio	22,5	16,7	-	11,1	-
Melhorar a metodologia	8,5	4,2	-	-	-
Outros	9,9	8,3	33,3	33,3	-
Base	71	48	3	9	-

11,5% dos entrevistados apontaram outras opções de melhoria. Dentre estes, 66,7% aproveitou a oportunidade para destacar que não mudaria nada no curso. 13,3% sugeriu que o curso tivesse uma melhor divulgação. Ainda, os clientes destacaram a necessidade de aprofundar especificamente o módulo de finanças (6,7%), oferecer mais edições do curso (6,7%) e a melhoria da qualidade dos textos (6,7%).

Quadro 21: Outros pontos para melhoria no curso Aprender a Empreender - Internet

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Aprofundar o conteúdo do módulo finanças		6,7				
Maior divulgação do curso		13,3				
Mais edições do curso		6,7				
Melhorar a qualidade dos textos		6,7				
Nada		66,7				
Base		15				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aprofundar o conteúdo do módulo finanças	14,3	-	-	-	-
Maior divulgação do curso	14,3	25,0	-	-	-
Mais edições do curso	14,3	-	-	-	-
Melhorar a qualidade dos textos	-	-	-	33,3	-
Nada	57,1	75,0	100,0	66,7	-
Base	7	4	1	3	-

96,9% dos entrevistados disseram-se que indicariam para as pessoas de seu relacionamento o curso “Aprender a Empreender - Internet”. Ainda que um índice elevado, salienta-se que é o menor nos últimos três anos.

Apenas 3,1% não indicaria o curso, sendo estes entrevistados pertencentes às regiões Norte e Sudeste. Por outro lado, a totalidade de respondentes das regiões Nordeste e Sul estariam dispostos a indicá-lo.

Quadro 22: Probabilidade de indicação do programa para pessoas do relacionamento

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Sim	99,5	98,3	96,9
Não	0,5	1,3	3,1
Não soube avaliar	-	-	-
Base	3.132	1.790	131

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	95,8	100,0	100,0	88,9	-
Não	4,2	-	-	11,1	-
Não soube avaliar	-	-	-	-	-
Base	71	48	3	9	-

Alguns índices de desempenho das empresas que participaram da pesquisa foram avaliados na tentativa de verificar a influência do curso sobre os mesmos. O primeiro deles foi a variação no número de empregados. Em 2006, 10% das empresas tiveram um incremento, enquanto que em 2005 essa variação foi de 27,9%. 86,2% manteve esse número estável e apenas 3,4% teve que reduzir o corpo de funcionários. O saldo em relação ao ano anterior foi bem menor, 6,9 em 2006 e 25,9 em 2005. Cabe salientar que nenhum entrevistado atribuiu total influência do curso nessas variações, apenas 10,3% atribuem uma influência parcial. Destaca-se que 86,2% dos entrevistados não sabem analisar a influência do curso nessa variável.

Quando analisados os resultados por região percebe-se que apenas as empresas da região Nordeste reduziram seu corpo funcional. A grande maioria, como os resultados nacionais já indicavam, manteve-se estável e apenas a região Sudeste teve 100% de incremento.

Quadro 23: Variação no número de empregados

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	23,3	27,9	10,3
Reduziu	3,8	2,0	3,4
Manteve-se estável	72,8	70,1	86,2
Saldo	19,5	25,9	6,9
Base	776	559	29

Influência do Sebrae **: total = 0,0%; parcial = 10,3%; nenhuma influência = 3,4%, NSA = 86,2%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	5,9	9,1	-	100,0	-
Reduziu	-	9,1	-	-	-
Manteve-se estável	94,1	81,8	-	-	-
Saldo	5,9	-	-	100,0	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; ** A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Com relação ao faturamento, percebe-se que nenhuma empresa teve redução no ano de 2006. 62,1% aumentaram e 37,9% permaneceram estáveis. Do total de entrevistados, 62% atribuem esses resultados à participação do curso promovido pelo Sebrae. Os 38% restantes não sabem avaliar se o curso teve ou não influência nos resultados apresentados por sua empresa.

A região Norte foi a que apresentou o menor percentual de incremento, mas este ainda sim foi superior a 50%. Na região Nordeste esse percentual foi 72,7% e na Sudeste 100%.

Quadro 24: Variação no faturamento

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	48,3	54,9	62,1
Reduziu	3,8	4,8	-
Manteve-se estável	47,7	40,4	37,9
Saldo	44,5	50,1	62,1
Base	776	559	29

Influência do Sebrae **: total = 10,3%; parcial = 51,7%; nenhuma influência = 0,0%, NSA = 37,9%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	52,9	72,7	-	100,0	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	47,1	27,3	-	-	-
Saldo	52,9	72,7	-	100,0	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; ** A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Com relação à variação no retorno sobre os investimentos realizados, 48,3% dos entrevistados argumentaram que suas empresas tiveram incremento. Esse percentual foi 7,4 pontos percentuais superior ao apresentado no ano de 2005. Nenhuma empresa teve menor retorno e 51,7% manteve-se estável. Do total de entrevistados 41,4% atribuem total ou parcialmente estes resultados ao curso realizado junto ao Sebrae. No entanto, mais de 50% não sabem avaliar tal influência.

A análise por regiões indica que apenas as regiões Norte e Nordeste obtiveram aumento no retorno sobre investimento, 47,1% e 54,5%, respectivamente.

Quadro 25: Variação no retorno dos investimentos

Percentual

BRASIL	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	42,9	48,3
Reduziu	2,5	-
Manteve-se estável	54,6	51,7
Saldo	40,4	48,3
Base	559	29

Influência do Sebrae **: total = 6,9%; parcial = 34,5%; nenhuma influência = 6,9%, NSA = 51,7%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	47,1	54,5	-	-	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	52,9	45,5	-	100,0	-
Saldo	47,1	54,5	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; ** A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

O Quadro 26 indica que 72,4% das empresas que participaram da pesquisa mantiveram seus custos de garantia de produtos estáveis no ano de 2006. Este percentual foi praticamente 5 pontos percentuais inferior ao ano de 2005. 20,7% tiveram incremento nos custos e 6,9% redução. Do total de entrevistados 72,4% não souberam avaliar se essas variações foram influenciadas pela participação no curso.

Analisando as variações por região pode-se perceber que o maior índice de aumento foi da região Nordeste, 36,4% contra 11,8% da região Norte. 100% das empresas da região Sudeste mantiveram-se estáveis, bem como 82,4% da Norte e 54,5% da Nordeste.

Quadro 26: Variação nos custos de garantia de produtos

Percentual

BRASIL	ANO 2005		ANO 2006		
Aumentou	15,5		20,7		
Reduziu	7,3		6,9		
Manteve-se estável	77,2		72,4		
Saldo	8,2		13,8		
Base	559		29		
Influência do Sebrae **: total = 0,0%; parcial = 27,6%; nenhuma influência = 0,0%, NSA = 72,4%					
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	11,8	36,4	-	-	-
Reduziu	5,9	9,1	-	-	-
Manteve-se estável	82,4	54,5	-	100,0	-
Saldo	5,9	27,3	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; ** A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Um incremento na satisfação dos clientes foi percebido por 62,1% das empresas entrevistadas no ano de 2006. 37,9% perceberam estabilidade nos julgamentos dos consumidores e nenhuma empresa alegou decréscimo. Do total de entrevistados, 62,1% creditam essa variação ou mesmo a manutenção da satisfação ao curso. Ainda 37,9% não sabem avaliar a influencia do mesmo nos índices de satisfação.

Os resultados regionais indicam que foram as empresas do Norte e Nordeste que perceberam aumento na satisfação de seus clientes, com os percentuais 58,8 e 72,7, respectivamente.

Quadro 27: Variação na satisfação do cliente

Percentual

BRASIL	ANO 2005		ANO 2006		
Aumentou	65,8		62,1		
Reduziu	1,4		-		
Manteve-se estável	32,9		37,9		
Saldo	64,4		62,1		
Base	559		29		
Influência do Sebrae **: total = 13,8%; parcial = 48,3%; nenhuma influência = 0,0%, NSA = 37,9%					
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	58,8	72,7	-	-	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	41,2	27,3	-	100,0	-
Saldo	58,8	72,7	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; **A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Além do benefício do incremento da satisfação dos consumidores, 58,6% das empresas disseram ter reduzido a ocorrência de reclamações, sendo estes percebidos apenas pelas empresas da região Norte e Nordeste. Os 41,3% restantes argumentaram que as mesmas permaneceram estáveis ou aumentaram. Do total de entrevistados, 62,1% acreditam que tais variações são decorrentes da participação no curso promovido pelo Sebrae, enquanto 37,9% não sabem avaliar tal impacto.

Quadro 28: Variação na ocorrência de reclamações

Percentual

BRASIL	ANO 2005		ANO 2006		
Aumentou	2,4		3,4		
Reduziu	45,4		58,6		
Manteve-se estável	52,2		37,9		
Saldo	-43,0		-55,2		
Base	559		29		
Influência do Sebrae **: total = 13,8%; parcial = 48,3%; nenhuma influência = 0,0%, NSA = 37,9%					
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	-	-	-	100,0	-
Reduziu	70,6	45,5	-	-	-
Manteve-se estável	29,4	54,5	-	-	-
Saldo	-70,6	-45,5	-	100,0	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; **A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Com relação à variação na produção de bens e serviços das empresas que participaram da pesquisa, observou-se em 2006 que 41,4% aumentou a produção, índice igual ao ano anterior. No entanto, a maior parte das empresas manteve-se estável, totalizando 58,6% das empresas entrevistadas. Apenas 10,3% dos entrevistados atribuem

total influência do curso do Sebrae nos números apresentados. Outros 27,6% acreditam que o impacto seja parcial e 58,6% não percebem tal relação ou não souberam opinar.

Ainda, pode-se observar a partir do Quadro 29 que Nordeste foi a região com maior incremento em seus processos produtivos, com 63,6%. Já a maior parte das empresas do Norte (71,6%) manteve a produção de bens e serviços no ano de 2006 estável.

Quadro 29: Variação na produção de bens e serviços

BRASIL	ANO 2004			ANO 2005		ANO 2006	Percentual
	Aumentou	43,7		41,5		41,4	
Reduziu	1,7		2,2		-		
Manteve-se estável	54,5		56,3		58,6		
Saldo	42		39,3		41,4		
Base	776		559		29		
Influência do Sebrae **: total = 10,3%; parcial = 27,6%; nenhuma influência = 3,4%, NSA = 58,6%							
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE		
Aumentou	29,4	63,6	-	-	-	-	
Reduziu	-	-	-	-	-	-	
Manteve-se estável	70,6	36,4	-	100,0	-	-	
Saldo	29,4	63,6	-	-	-	-	
Base	17	11	-	1	-	-	

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; **A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Nenhuma empresa que participou desta pesquisa alegou ter tido uma menor aceitação de seus produtos no mercado de atuação no ano de 2006. 51,7% disseram que a aceitação aumentou e 48,3% que se manteve estável. Tais números variaram muito pouco em relação ao ano anterior. No entanto, 48,2% dos entrevistados acreditam que a participação no curso do Sebrae pode ter influenciado total ou parcialmente o resultado obtido.

As empresas das regiões Sudeste e Nordeste foram as que evidenciaram maior incremento, enquanto que a maioria da região Norte manteve-se estável.

Quadro 30: Variação na aceitação do produto no mercado

BRASIL	ANO 2004			ANO 2005		ANO 2006	Percentual
	Aumentou	46,8		54,2		51,7	
Reduziu	1,5		2,4		-		
Manteve-se estável	51,5		43,4		48,3		
Saldo	45,3		51,7		51,7		
Base	776		559		29		
Influência do Sebrae **: total = 17,2%; parcial = 31,0%; nenhuma influência = 3,4%, NSA = 48,3%							

Continua

Continuação

Respostas	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	41,2	63,6	-	100,0	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	58,8	36,4	-	-	-
Saldo	41,2	63,6	-	100,0	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; **A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Em 2006, 65,5% das empresas observaram um desempenho superior em relação à concorrência, sendo este resultado superior ao de 2005 em 10 pontos percentuais. Nenhuma empresa teve desempenho inferior e 34,5% mantiveram-se estáveis. 58,6% das empresas acreditam que o curso influenciou total ou parcialmente os resultados obtidos.

Quadro 31: Variação no desempenho em relação aos concorrentes

Percentual

BRASIL	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	56,8	65,5
Reduziu	3,3	-
Manteve-se estável	39,9	34,5
Saldo	53,5	65,5
Base	559	29

Influência do Sebrae **: total = 10,3%; parcial = 48,3%; nenhuma influência = 3,4%, NSA = 37,9%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	58,8	72,7	-	100,0	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	41,2	27,3	-	-	-
Saldo	58,8	72,7	-	100,0	-
Base	17	11	-	1	-

* O saldo é igual ao percentual de aumento menos o percentual de diminuição; **A influência do SEBRAE é medida com base na variação positiva do indicador, refletida no Saldo.

Quando questionados a respeito do aprendizado sobre análise e projeção de fluxo de caixa, 89,7% dos entrevistados argumentaram que o mesmo auxiliou na melhoria dos resultados financeiros. Apenas 6,9% discordaram de tal afirmação, sendo estes entrevistados pertencentes à região Norte.

Quadro 32: A análise e projeção do fluxo de caixa ajudaram na melhoria dos resultados financeiros

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		89,7			
Não		6,9			
NSA/NO		3,4			
Base		29			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	82,4	100,0	-	100,0	-
Não	11,8	-	-	-	-
NSA/NO	5,9	-	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

Mais de 95% dos entrevistados atestaram que os ensinamentos possibilitados pelo curso auxiliaram-nos a definir indicadores de desempenho econômico e financeiro. Nenhuma variação desse resultado foi percebida na análise por região.

Quadro 33: O curso auxiliou na definição de indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		96,6			
Não		-			
NSA/NO		3,4			
Base		29			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	94,1	100,0	-	100,0	-
Não	-	-	-	-	-
NSA/NO	5,9	-	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

75,9% dos entrevistados disseram que a construção e controle de um cadastro de clientes ativos e potenciais ajudou-os a aumentar os lucros. Os empresários da região Norte foram os menos convictos, uma vez que 23,5% indicaram que tal ferramenta não teve influência sobre o resultado financeiro.

Quadro 34: O cadastro de clientes ativos e potenciais ajudou a aumentar o s lucros

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		75,9			
Não		17,2			
NSA/NO		6,9			
Base		29			

Continua

Continuação

Respostas	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	64,7	90,9	-	100,0	-
Não	23,5	9,1	-	-	-
NSA/NO	11,8	-	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

Para os entrevistados que já possuíam empresa constituída foi realizada uma última pergunta: qual a estimativa de faturamento após a realização do curso Aprender a Empreender – Internet. 65,2% dos respondentes estimaram seu faturamento em até R\$ 120 mil, 24,1% entre R\$ 120 mil e R\$ 600 mil e apenas 3,4% entre R\$ 840 mil e R\$ 1,08 milhão. Ainda, 6,8% não responderam a tal questão ou não souberam informar.

Quadro 35: Estimativa de faturamento bruto anual da empresa

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Até R\$ 20 mil	17,2				
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	20,7				
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	10,3				
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	17,2				
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	13,8				
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	10,3				
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	-				
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	3,4				
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	-				
Acima de R\$ 1.200 milhão	-				
Não teve faturamento	-				
Recusou informar	3,4				
Não soube avaliar	3,4				
Base	29				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Até R\$ 20 mil	5,9	36,4	-	-	-
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	23,5	18,2	-	-	-
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	5,9	9,1	-	100,0	-
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	29,4	-	-	-	-
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	23,5	-	-	-	-
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	5,9	18,2	-	-	-
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	-	9,1	-	-	-
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.200 milhão	-	-	-	-	-
Não teve faturamento	-	-	-	-	-
Recusou informar	-	9,1	-	-	-
Não soube avaliar	5,9	-	-	-	-
Base	17	11	-	1	-

Já para aqueles entrevistados que ainda não abriram suas empresas, a pergunta final indagava-os a respeito da intenção de abertura após a realização do curso. 14,7% disseram que haviam identificado uma oportunidade de negócio e 65,7% que pretendiam efetivamente iniciá-lo. Apenas 19,6% argumentaram que ainda não tinham tal pretensão.

Quadro 36: Intenção em relação à abertura de um negócio

		Percentual			
BRASIL		ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006	
Pretendo abrir um negócio		64,3	67,7	65,7	
Identifiquei uma oportunidade de negócio		12,4	13,0	14,7	
Não pretendo abrir um negócio		23,3	18,1	19,6	
Não soube avaliar		-	1,2	-	
Base		2.356	1.231	102	
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pretendo abrir um negócio	72,2	59,5	66,7	50,0	-
Identifiquei oportunidade de negócio	14,8	13,5	-	25,0	-
Não pretendo abrir negócio	13,0	27,0	33,3	25,0	-
Não soube avaliar	-	-	-	-	-
Base	54	37	3	8	-

III.Considerações Finais

A amostra foi composta na sua maioria por pessoas físicas, 84,7%. Os 14,5% restantes eram formados por micro e pequenas empresas dos setores de comércio (45%) e serviços (50%).

A avaliação do curso pelos participantes foi extremamente positiva, tendo 98,4% dos clientes satisfeitos ou muito satisfeitos. O percentual de entrevistados que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas ficou muito próximo, 97%.

Dentre os atributos avaliados, todos receberam ótimas avaliações, acima dos 90% de satisfação. Os que mais se destacaram, todos acima de 95%, foram: aplicabilidade dos conteúdos, atendimento dos tutores, material de apoio e as ferramentas de comunicação do site. Como melhoria, cerca de 20% dos entrevistados sugeriram procurar aprofundar mais os conteúdos nos módulos e melhorar o material de apoio. Destaca-se, no entanto, que 66,7% argumentaram que o curso está ótimo e que nada precisa ser alterado.

Dentre os módulos de aprendizado, o que recebeu a menor avaliação foi o de finanças, mas que ainda assim obteve um percentual de 88,5 de clientes satisfeitos ou muito satisfeitos. O módulo empreendedorismo parece agradar bastante aos alunos do curso, uma vez que praticamente todos os entrevistados estão satisfeitos com o mesmo (99,3%).

O percentual de entrevistados que indicariam o curso para pessoas do seu relacionamento foi praticamente o mesmo do percentual de clientes que tiveram suas expectativas atendidas e/ou superadas, 96,9%. No entanto, cabe destacar que apesar do alto índice de satisfação, a intenção de indicar do curso diminuiu em relação aos anos anteriores.

A respeito dos indicadores de desempenho, percebe que as empresas de uma maneira geral tiveram resultados positivos no ano de 2006. Os melhores saldos foram para a melhoria no desempenho em relação aos concorrentes (65,5%), aumento no faturamento (62,1%), aumento na satisfação dos clientes (62,1%) e redução nos índices de reclamações (-55,2%). É interessante notar que para estas quatro variáveis mais de 60% dos entrevistados atribuem influência total ou parcial do curso realizado junto ao Sebrae nos resultados obtidos.

Ainda, os entrevistados destacam que o curso permitiu aplicabilidade imediata do aprendizado, uma vez que 95% apontaram que o mesmo auxiliou na definição de

indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro e 89% obtiveram melhores resultados financeiros a partir da análise e projeção do fluxo de caixa. Já a elaboração de um cadastro de clientes ativos e potenciais foi efetiva apenas para 75,9% dos entrevistados.

Um dos dados mais interessantes da pesquisa é que 77,9% dos entrevistados ainda não haviam iniciado seu próprio negócio. Após a realização do curso 65% já estão com intenção de abrir e 14,7% já identificaram uma oportunidade de mercado. Se somados estes dois, encontramos praticamente o mesmo percentual (79,7%). Este dado também corrobora a importância do atendimento presencial do Sebrae para os empresários, uma vez que 80% dos entrevistados afirmaram procurá-lo antes da abertura do negócio.

Considerando todos os aspectos mencionados, pode-se concluir que a avaliação do Curso Aprender a Empreender - Internet foi positiva em todos os seus aspectos e que o seu impacto nos aspectos avaliados foi positivo, visto que, a maioria dos fatores ou manteve-se estável ou apresentou aumentos.

IV. Questionário

PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO E DO DESEMPENHO DO CLIENTE SEBRAE
Exercício 2007 – Ano Base 2006

Curso Aprender a Empreender - Internet

SEBRAE / UF: |__|__| | Nº DO REGISTRO NA AMOSTRA |__|__|__| | Nº DO QUESTIONÁRIO |__|__|__|

PERGUNTA FILTRO:

Bom dia/ Boa Tarde. Meu nome é, sou pesquisador/a da MSCA Informação, Tecnologia, Treinamento e Consultoria Ltda. Estamos realizando uma pesquisa de interesse do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Farei algumas perguntas sobre o atendimento que o/a Sr/a recebeu no ano passado por meio do Curso "Aprender a Empreender - Internet"?

O/a Sr./a participou no ano passado de todas as atividades desenvolvidas no Curso? 1. () Sim 2. () Não

I. IDENTIFICAÇÃO DO ENTREVISTADO

Entrevistado (Nome da pessoa constante no cadastro)

Tipo de Cliente

1. () Pessoa Física 2. () Pessoa Jurídica 3. () Empresa Informal

Nome ou razão social da empresa:

Telefone: Código de área: |__|__|__| | Nº: |__|__|__|__|__|__|__|__|__|__| e-mail:

Setor de atividade principal

1 - () Indústria 2 - () Comércio 3 - () Serviços 4 - () Agroindústria (Extração vegetal, Caça e Pesca)

Número de pessoas ocupadas na empresa (**Exceto sócios**): |__|__|__|__|__|

O Sr. procurou atendimento presencial no Sebrae antes ou após abrir sua empresa?

1. () Antes – preencher "Para Empresários" 2. () Após – preencher "Para Novos Empresários"

Em que ano sua empresa foi fundada?

1. () 2004 ou menos (empresário) 3. () Ainda não abriu a empresa (futuro empresário)
2. () 2005 ou mais (novo empresário) 4. () Não soube responder

Se o entrevistado indicar que ainda não abriu sua empresa alternativa de resposta 3 pergunta anterior, deve responder o Bloco II, pula as questões para empresários Q8.6, Q8.7 e Q8.8 e responde a questão Q8.9.

II. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO

Q8.1 Gostaria que o Sr. (a) avaliasse o Curso "Aprender a Empreender- Internet" em relação a uma série de itens que vou mencionar. As opções de resposta são: ótimo, bom, regular, ruim e péssimo. (Resposta única estimulada).

Itens	Ótimo	Bom	Regular	Ruim	Péssimo	NSA/NO
Q8.1.1 Material de apoio (manuais e apostilas)	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.2 Ferramentas do site em geral (Chat, Fórum, FAQ, Tira Dúvidas, Portal Pessoal, etc)	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.3 Formas de avaliação	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.4 Esclarecimento de dúvidas por parte do tutor	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.5 Estímulo à participação no Curso	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.6 Atendimento prestado pelo tutor	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q8.1.7 Aplicabilidade do conteúdo	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()

Q8.2 A seguir, gostaria que o/a Sr./a avaliasse o seu aprendizado em relação a cada um dos módulos do Curso “Aprender a Empreender- Internet”. As opções de resposta são: muito satisfatório, satisfatório, pouco satisfatório, insatisfatório. (Resposta única estimulada).

Objetivos	Muito satisfatório	Satisfatório	Pouco satisfatório	Insatisfatório	NSA/NO
Q8.2.1 Empreendedorismo	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()
Q8.2.2 Mercado	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()
Q8.2.3 Finanças	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()

Q8.3 Como o(a) Sr.(a) avalia o Curso “Aprender a Empreender- Internet” em relação às suas expectativas? (Resposta única estimulada).

Q8.3.1 () Superou	Q8.3.2 () Atendeu	Q8.3.3 () Não atendeu. Por quê?	Q8.3.4 () Não soube avaliar
--------------------	--------------------	----------------------------------	------------------------------

Por quê?

Q8.4 Qual seu grau de satisfação com relação ao Curso Aprender a Empreender - Internet? (Resposta única estimulada).

Muito satisfeito ()	Satisfeito ()	Indiferente ()	Insatisfeito ()	Muito Insatisfeito ()	NSA/NO ()
----------------------	----------------	-----------------	------------------	------------------------	------------

Q8.5 Na sua opinião, o que poderia ajudar a melhorar o Curso “Aprender a Empreender – Internet”? (Resposta múltipla estimulada randômica).

Q8.5.1 () Melhorar ferramentas do site	Q8.5.4 () Aprimorar formas de avaliação	Q8.5.6 () Melhorar o material de apoio
Q8.5.2 () Aprofundar conteúdo dos módulos	Q8.5.5 () Maior adequação à realidade dos alunos	Q8.5.7 () Melhorar a Metodologia
Q8.5.3 () Maior interação com os tutores	Q8.5.8 () Outros _____	

Q8.6 O (a) Sr.(a) indicaria a participação de outra(s) empresa(s) ou pessoa(s) do seu relacionamento no Curso Aprender a Empreender promovido pelo Sebrae? (Resposta única espontânea).

Q8.6.1 () Sim	Q8.6.2 () Não	Q8.6.3 () Não soube avaliar
----------------	----------------	------------------------------

III. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Para Empresários

Q8.7 A seguir, vou mencionar uma série de indicadores. Gostaria que o Sr.(a) avaliasse se aconteceram modificações neles como consequência de sua participação no Curso Aprender a Empreender. (Resposta única estimulada).

Indicadores	Variação			Essas variações são atribuídas ao curso?			
	+	-	=	Sim		Não	Não soube avaliar
				Totalmente	Parcialmente		
Q8.7.1 Nº de empregados	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.2 Faturamento	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.3 Retorno dos investimentos	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.4 Custos de garantia de produtos	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.5 Satisfação do cliente	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.6 Ocorrência de reclamações	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.7 Produção de bens e serviços	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.8 Aceitação do produto no mercado	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.9 Desempenho em relação aos concorrentes	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q8.7.10 Ocorrência de reclamações	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()

(+) aumentou, (-) reduziu, (=) manteve-se estável

Q8.8 Continuando, vou realizar uma série de perguntas e gostaria que o/a Sr/a indicasse se aconteceram mudanças como consequência do aprendizado do curso. (Resposta única espontânea).

Questões	Sim	Não	NOS/NA
Q8.8.1 A análise e projeção do fluxo de caixa ajudaram na melhoria dos resultados financeiros?			
Q8.8.2 O curso auxiliou na definição de indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro?			
Q8.8.3 O cadastro de clientes ativos e potenciais ajudou a aumentar os lucros?			

Q8.9 Qual a estimativa de faturamento bruto anual de sua empresa após a participação no Curso Aprender a Empreender Internet? (Resposta única estimulada).

Q8.9.1 () até R\$ 20 mil	Q8.9.8 () acima de R\$ 1.040 mil até R\$ 1.100 milhão
Q8.9.2 () acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	Q8.9.9 () acima de R\$ 1.100 milhão até R\$ 1.200 milhão
Q8.9.3 () acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	Q8.9.10 () acima de R\$ 1.200 milhão
Q8.9.4 () acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	Q8.9.11 () Não teve faturamento
Q8.9.5 () acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	Q8.9.12 () Recusou informar
Q8.9.6 () acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	Q8.9.13 () Não soube avaliar
Q8.9.7 () acima de R\$ 600 mil até R\$ 1.040 mil	

Para Futuros Empresários

(APENAS PARA QUEM RESPONDEU A ALTERNATIVA 3 DA ÚLTIMA QUESTÃO CLASSIFICATÓRIA)

Q8.10 Com o conhecimento adquirido no Curso Aprender a Empreender pela internet, qual é a sua intenção em relação à abertura de um negócio? (Resposta única estimulada).

Q8.10.1 () Pretendo abrir um negócio	Q8.10.3 () Não pretendo abrir negócio
Q8.10.2 () Identifiquei uma oportunidade de negócio	Q8.10.4 () Não soube avaliar