

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

Relatório Individual por Produto/Serviço SEBRAE:

Aprender a Empreender Telessala

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 Aprender a Empreender Telessalas visa desenvolver características que compõem o perfil empreendedor, despertando atitudes, conhecimentos, habilidades e valores de empreendedorismo, estimulando o participante a buscar atitudes produtivas.

Caracterizado como um curso básico de gestão na qual o estudo é feito a partir de um kit educativo composto por material impresso e vídeo, o Aprender a Empreender Telessalas é voltado para quem deseja aprender a solucionar as questões essenciais relacionadas à gestão de um pequeno negócio. É destinado às pessoas que tenham ou desejam iniciar um pequeno negócio, que queiram conhecer mais sobre o que é ser empreendedor e que anseiam ter noções básicas de como gerir um empreendimento. É indicado ainda para àquelas que desejam iniciar sua capacitação em empreendedorismo ou precisam repensar o seu empreendimento.

O Aprender a Empreender Telessalas ocorre em uma sala de aula onde o estudo é realizado de forma conjunta com outros participantes, com a troca de experiências e debate sobre os temas abordados.

A concepção e atualização metodológica do Aprender a Empreender Telessalas é realizada 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.....	23
IV. Questionário.....	25

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 - Telessala”.

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. A composição da amostra e a distribuição dos entrevistados por região podem ser verificados no Quadro 1.

Quadro 1: Distribuição da população e da amostra

Números absolutos

BRASIL		ANO 2006																									
População		37.317																									
Amostra		391																									
REGIÃO	NORTE	NORDESTE										SUL	SUDESTE					CENTRO-OESTE									
População	854	2.628										1.097	32.645					93									
Amostra	63	181										14	130					3									
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.	492	45	-	117	32	162	6	15	89	1.074	562	-	261	116	87	424	412	582	103	42	1.074	4.242	27.287	59	20	1	13

Observa-se que, quando pertinente, serão demonstrados e analisados resultados de edições anteriores da pesquisa, 2004 e 2005 por exemplo, possibilitando aos gestores desse produto avaliar a sua performance ao longo dos anos. Cabe salientar que o objetivo deste estudo não é analisar o resultado do produto por UF, mas sim a sua avaliação a

nível regional e nacional, evitando distorções de análise em função das deficiências de cadastro.

II. Resultados

Com relação ao tipo de participante do Curso Aprender a Empreender - Telessala, observou-se que 89,3% correspondem a pessoas físicas e 8,4% pessoas jurídicas. Ainda, 2,3% da amostra é formada por empresas informais.

Destaca-se que em todas as regiões predominam pessoas físicas, com exceção do Centro-Oeste, onde 66,7% são empresas constituídas. Apenas nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste foram observados casos de empresas informais.

Quadro 2: Tipo de Cliente

						Percentual
BRASIL		ANO 2006				
Pessoa Física		89,3				
Pessoa Jurídica		8,4				
Empresa Informal		2,3				
Base		391				
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE	
Pessoa Física	88,9	87,3	100,0	92,3	33,3	
Pessoa Jurídica	9,5	8,8	-	6,9	66,7	
Empresa Informal	1,6	3,9	-	0,8	-	
Base	63	181	14	130	3	

Do total de entrevistados, a grande maioria, 74,4%, ainda não abriu sua empresa e classifica-se como “futuros empresários”. Dentre as empresas, 14,6% iniciaram suas atividades no ano 2004 ou antes e 10% em 2005 ou depois (jovens empresários).

Contrariando o padrão nacional e o que se evidencia nas demais regiões, na região Centro-Oeste não há casos de jovens empresários e a maioria das empresas já está constituída há pelo menos 2 anos.

Quadro 3: Ano de abertura da empresa

						Percentual
BRASIL		ANO 2006				
2004 ou menos		14,6				
2005 ou mais		10,0				
Ainda não abriu a empresa		74,4				
Não soube responder		1,0				
Base		391				

Continua

Continuação

Respostas	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
2004 ou menos	3,2	18,2	14,3	13,8	66,7
2005 ou mais	14,3	7,7	7,1	11,5	-
Ainda não abriu a empresa	82,5	73,5	78,6	72,3	33,3
Não soube responder	-	0,6	-	2,3	-
Base	63	181	14	130	3

Quanto ao setor de atividade das empresas entrevistadas, 57,1% atuam no comércio, 28,6% no setor de serviços e 11,9% na indústria. Casos de empresas que atuam na agroindústria não excedem 2,4% do total da amostra e estão todos localizados na região Nordeste.

Quadro 4: Setor de atividade principal

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Indústria	11,9
Comércio	57,1
Serviços	28,6
Agroindústria	2,4
Base	42

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Indústria	14,3	8,7	-	20,0	-
Comércio	57,1	65,2	-	40,0	50,0
Serviços	28,6	21,7	-	40,0	50,0
Agroindústria	-	4,3	-	-	-
Base	7	23	-	10	2

Para a categorização das empresas por tamanho, foi seguida a Classificação do Porte de Empresa adotada pelo SEBRAE¹. Como se pode ver no

¹ 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, a grande maioria das empresas (94,6%) é micro. Pequenas e médias empresas tiveram o mesmo percentual, 2,7%.

Todas as empresas nas regiões Sudeste e Centro-Oeste são micro. No Norte, 80% são micro e 20% pequenas. No Nordeste não há caso de pequenas empresas, apenas micro (95,2%) e médias (4,8%).

Quadro 5: Classificação das empresas por tamanho

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Microempresa		94,6			
Pequena empresa		2,7			
Média empresa		2,7			
Grande empresa		-			
Base		37			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Microempresa	80,0	95,2	-	100,0	100,0
Pequena empresa	20,0	-	-	-	-
Média empresa	-	4,8	-	-	-
Grande empresa	-	-	-	-	-
Base	5	21	-	9	2

A procura por atendimento presencial no Sebrae é realizada anterior à abertura do negócio por 58,6% dos entrevistados. Ainda assim, um elevado percentual, 41,4%, já possuíam empresas constituídas quando buscaram auxílio no manejo das ferramentas e processos gerenciais.

Nas regiões Norte, Nordeste e Centro-Oeste a maioria das empresas teve a precaução de procurar auxílio antes de iniciar suas atividades. Já nas regiões Sul e Sudeste ocorre o oposto.

Quadro 6: Procura de atendimento presencial no Sebrae antes ou após abrir a empresa

Percentual

Respostas		Ano 2006			
Antes		58,6			
Após		41,4			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Antes	69,8	68,0	35,7	42,3	66,7
Após	30,2	32,0	64,3	57,7	33,3
Base	63	181	14	130	3

Para avaliar a satisfação dos consumidores em relação ao curso, os entrevistados foram solicitados a avaliar 4 atributos: conteúdo programático, metodologia, material de apoio e desempenho dos tutores. O Quadro 7 apresenta os resultados referentes ao conteúdo. Percebe-se que 96,9% dos entrevistados demonstraram-se satisfeitos, uma vez que o consideraram bom ou ótimo. Apenas 2,8% o julgaram regular e 0,3% ruim.

Os resultados das regiões reproduzem o padrão nacional. Destaca-se que as avaliações mais críticas foram realizadas pelas regiões Norte, Nordeste e Sudeste. Nas

duas primeiras evidenciou-se uma média de 4,5% de clientes que consideraram o conteúdo regular. Somente na região Sudeste se observou casos de clientes insatisfeitos (0,8%), cuja opinião é de que o mesmo foi ruim.

Quadro 7: Avaliação do curso “Aprender a Empreender - Telessala” em relação ao conteúdo programático

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		59,8			
Bom		37,1			
Regular		2,8			
Ruim		0,3			
Péssimo		-			
NSA/NO		-			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	58,7	60,8	57,1	59,2	66,7
Bom	36,5	34,8	42,9	40,0	33,3
Regular	4,8	4,4	-	-	-
Ruim	-	-	-	0,8	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	63	181	14	130	3

A metodologia aplicada no curso foi considerada ótima por 53,7% da amostra e boa por 40,7%. Apenas 5,6% dos entrevistados consideraram-na regular, estando este julgamento presente em todas as regiões (com exceção da Centro-Oeste).

Quadro 8: Avaliação do curso “Aprender a Empreender - Telessala” em relação à metodologia

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		53,7			
Bom		40,7			
Regular		5,6			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		-			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	54,0	51,9	50,0	56,2	66,7
Bom	44,4	41,4	35,7	38,5	33,3
Regular	1,6	6,6	14,3	5,4	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	63	181	14	130	3

Em relação aos manuais e apostilas que serviram de apoio ao aprendizado dos alunos, 95,4% 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 nulo nas regiões Sul e Centro-Oeste, representa 5,5% dos entrevistados do Nordeste, 3,2% do Norte e 3,1% do Sudeste.

Quadro 9: Avaliação do curso “Aprender a Empreender - Telessala” em relação ao material de apoio (manuais, apostilas)

		Percentual			
BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		58,3			
Bom		37,1			
Regular		4,1			
Ruim		0,3			
Péssimo		-			
NSA/NO		0,3			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	47,6	58,0	64,3	62,3	100,0
Bom	47,6	36,5	35,7	33,8	-
Regular	3,2	5,5	-	3,1	-
Ruim	-	-	-	0,8	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	1,6	-	-	-	-
Base	63	181	14	130	3

A grande maioria dos entrevistados, 98,2%, considerou bom ou ótimo o desempenho dos tutores. Apenas 1,8% consideraram-no regular.

As melhores avaliações foram realizadas no Norte e Sudeste, uma vez que a opinião de que os tutores foram ótimos é dividida por mais de 73% dos clientes nesta e mais de 80% dos clientes naquela. Nas demais regiões também prevaleceu esta opinião, porém com percentuais menores.

Quadro 10: Avaliação do curso “Aprender a Empreender - Telessala” em relação ao desempenho dos tutores

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		70,8			
Bom		27,4			
Regular		1,8			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		-			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	81,0	66,9	57,1	73,1	66,7
Bom	19,0	30,4	42,9	25,4	33,3
Regular	-	2,8	-	1,5	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	63	181	14	130	3

Os resultados do Quadro 11 demonstram que os entrevistados estão efetivamente satisfeitos, uma vez que para 97,4% o curso atendeu ou superou as expectativas. Este resultado se mantém estável ao longo dos três últimos anos, sendo que em 2006 foi identificado o menor percentual de alunos que não tiveram suas expectativas atendidas, 1,5%.

A análise por regiões indica que apenas na região Centro-Oeste há maior incidência de casos de clientes com expectativas superadas. Nas demais regiões o padrão nacional é mantido, prevalecendo clientes com expectativas atendidas.

Quadro 11: Avaliação do curso em relação às suas expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2004		ANO 2005		ANO 2006
Superou	-		20,0		31,7
Atendeu	97,7		76,3		65,7
Não atendeu	2,1		3,4		1,5
Não soube avaliar	-		-		1,0
Base			1.431		391

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Superou	30,2	32,0	21,4	32,3	66,7
Atendeu	68,3	65,2	78,6	64,6	33,3
Não atendeu	-	2,2	-	1,5	-
Não soube avaliar	1,6	0,6	-	1,5	-
Base	63	181	14	130	3

Apenas 1,5% dos consumidores não tiveram suas expectativas atendidas. De acordo com os motivos apresentados pelos mesmos foi possível observar diferenças de expectativas entre as regiões. No Sudeste os entrevistados esperavam mais conteúdos e que as características de um empreendedor fossem melhor trabalhadas durante o curso. Por outro lado, no Nordeste a percepção foi de que determinados assuntos não foram abordados ou foram pouco explorados, ficou faltando um contato inicial e algumas normas estabelecidas não foram seguidas.

Quadro 12: Motivos pelos quais o curso não atendeu as expectativas

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Esperava mais conteúdos		16,7				
Ficou faltando mais conhecimento		16,7				
Não explorou muito o assunto		16,7				
Não seguiu as normas		16,7				
Não teve contato inicial		16,7				
Trabalhar mais características empreendedor		16,7				
Base		6				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Esperava mais conteúdos	-	-	-	50,0	-
Ficou faltando mais conhecimento	-	25,0	-	-	-
Não explorou muito o assunto	-	25,0	-	-	-
Não seguiu as normas	-	25,0	-	-	-
Não teve contato inicial	-	25,0	-	-	-
Trabalhar mais características empreendedor	-	-	-	50,0	-
Base	-	4	-	2	-

Percebe-se que os julgamentos de satisfação nas variáveis avaliadas refletem-se na satisfação geral com o curso: 37,3% dos entrevistados julgaram-se muito satisfeitos com o curso enquanto 62,1% estão satisfeitos. O percentual total (99,4%) ficou dois pontos percentuais superior ao de clientes que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas. Isso significa que apenas 0,6% do total da amostra encontra-se indiferente ou muito insatisfeito.

A análise por região demonstrou que a maior parte dos entrevistados em todas as regiões demonstram-se satisfeitos. Apenas na região Sudeste foi observado caso de clientes indiferentes e muito insatisfeitos (totalizando 1,6%).

Quadro 13: Grau de satisfação geral com o curso Aprender a Empreender - Telessala

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfeito		37,3			
Satisfeito		62,1			
Indiferente		0,3			
Insatisfeito		-			
Muito Insatisfeito		0,3			
NSA/NO		-			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfeito	41,3	42,0	35,7	29,2	33,3
Satisfeito	58,7	58,0	64,3	69,2	66,7
Indiferente	-	-	-	0,8	-
Insatisfeito	-	-	-	-	-
Muito Insatisfeito	-	-	-	0,8	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	63	181	14	130	3

Dentre os pontos para melhoria, mais de 50% dos entrevistados destacaram a necessidade de aumentar a duração das aulas. Ainda, salientaram a importância de incrementar o conteúdo prático (28,1%), de aprofundar os conteúdos teóricos (18,2%) e de trabalhar as necessidades do empreendedor (16,4%). Em todas as regiões estas são as principais solicitações dos clientes.

Quadro 14: Aspectos que poderiam ser melhorados no curso Aprender a Empreender - Telessala

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Aprofundar os conteúdos teóricos		18,2			
Consultores mais qualificados		2,6			
Trabalhar mais características empreendedor		16,4			
Melhorar a Metodologia		6,4			
Aumentar a duração das aulas		50,6			
Incrementar conteúdo prático		28,1			
Outros		6,4			
Base		391			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aprofundar os conteúdos teóricos	19,0	14,9	35,7	19,2	66,7
Consultores mais qualificados	1,6	3,3	-	2,3	-
Trabalhar mais características empreendedor	12,7	17,1	14,3	16,9	33,3
Melhorar a Metodologia	6,3	7,7	14,3	3,8	-
Aumentar a duração das aulas	44,4	60,2	35,7	41,5	66,7
Incrementar conteúdo prático	25,4	26,5	28,6	32,3	-
Outros	6,3	6,1	-	7,7	-
Base	63	181	14	130	3

6,4% dos entrevistados apontaram outras opções de melhoria. Dentre estes, 68% aproveitaram a oportunidade para destacar que não mudariam nada no curso e 16% sugeriram que o curso tivesse uma melhor divulgação. Ainda, os clientes destacaram a necessidade de fazer uma pré-seleção dos candidatos (4%) e oferecer aos alunos um CD ao invés de uma fita cassete (4%).

Quadro 15: Outros pontos para melhoria no curso Aprender a Empreender - Telessala

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Dar um CD e não fita		4,0				
Divulgar mais o curso		16,0				
Fazer uma pré-seleção dos candidatos		4,0				
Nada		68,0				
Não sabe / Não respondeu		8,0				
Base		25				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Dar um CD e não fita	-	9,1	-	-	-
Divulgar mais o curso	25,0	9,1	-	20,0	-
Fazer uma pré-seleção dos candidatos	-	9,1	-	-	-
Nada	50,0	63,6	-	80,0	-
Não sabe / Não respondeu	25,0	9,1	-	-	-
Base	4	11	-	10	-

98,7% dos entrevistados disseram que indicariam para as pessoas de seu relacionamento o curso “Aprender a Empreender - Telessala”. Ainda que um índice elevado, salienta-se que é o menor nos últimos três anos.

Um total de 1,3% não indicaria o curso, representados por 14,3% dos clientes da região Sul, 6,6% da Nordeste, 3,2% da Norte e 3,1% da Sudeste. Apenas na região Centro-Oeste não foi observado casos de clientes sem intenção de recomendar o curso.

Quadro 16: Probabilidade de indicação do curso para pessoas do relacionamento

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Sim	99,0	99,4	93,6
Não	1,0	0,6	5,1
Não soube avaliar	-	-	1,3
Base		1.431	391

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	95,2	93,4	71,4	95,4	100,0
Não	3,2	6,6	14,3	3,1	-
Não soube avaliar	1,6	-	14,3	1,5	-
Base	63	181	14	130	3

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, 20,8% das empresas observaram incremento, enquanto que 74% mantiveram o número estável e apenas 5,2% reduziram o corpo de funcionários. O saldo foi 6,7 pontos percentuais menor em relação ao ano anterior. Cabe salientar que 14,6% dos entrevistados atribuem total influência do curso nestas variações e 19,8% atribuem uma influencia parcial. No entanto, a maioria, 56,3%, não sabe analisar a influencia do curso nessa variável.

Em todas as regiões a grande maioria das empresas manteve o corpo funcional estável, seguindo o padrão nacional. Apenas as empresas das regiões Norte e Nordeste evidenciaram reduções, mas estas não chegaram a 10% do total de participantes.

Quadro 17: Variação no número de empregados

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	26,7	24,2	20,8
Reduziu	2,8	1,9	5,2
Manteve-se estável	70,1	73,8	74,0
Saldo*	23,9	22,3	15,6
Base		289	96

Influência do Sebrae **: total = 14,6%; parcial = 19,8%; nenhuma influência = 9,4%, NSA = 56,3%

REGIÕES	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	18,2	21,3	33,3	18,2	50,0
Reduziu	9,1	8,5	-	-	-
Manteve-se estável	72,7	70,2	66,7	81,8	50,0
Saldo*	9,1	12,8	33,3	18,2	50,0
Base	11	47	3	33	2

* 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 apenas 1% das empresas teve redução no ano de 2006. 58,3% aumentaram e 40,6% permaneceram estáveis, sendo este o melhor resultado no triênio analisado. 61,4% atribuem esses resultados à

participação do curso promovido pelo Sebrae e 34,4% não sabem avaliar se o curso teve ou não influência nos resultados apresentados por sua empresa.

A região Sudeste foi a que apresentou o menor percentual de incremento (42,4%), tendo sido, também, a única em que se observou casos de empresas que perderam faturamento em 2006.

Quadro 18: Variação no faturamento

BRASIL	ANO 2004			ANO 2005		ANO 2006
	Percentual					
Aumentou	56,9			45,0		58,3
Reduziu	4,6			3,8		1,0
Manteve-se estável	37,7			51,2		40,6
Saldo*	52,3			41,2		57,3
Base				289		96
Influência do Sebrae **: total = 26,0%; parcial = 35,4%; nenhuma influência = 4,2%, NSA = 34,4%						
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE	
Aumentou	54,5	70,2	100,0	42,4	-	
Reduziu	-	-	-	3,0	-	
Manteve-se estável	45,5	29,8	-	54,5	100,0	
Saldo*	54,5	70,2	100,0	39,4	-	
Base	11	47	3	33	2	

* 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, observou-se em 2006 que 49% das empresas que participaram da pesquisa aumentaram a produção, índice bastante elevado quando comparado ao do ano anterior (de apenas 3,3%). 46,9% das empresas mantiveram os níveis de produção estáveis e apenas 4,2% reduziram. 53,2% dos participantes atribuem influência total ou parcial do curso do Sebrae nos números apresentados. Outros 43,8% não percebem tal relação ou não souberam opinar.

Ainda, pode-se observar a partir do Quadro 19 que Sul foi a região com maior incremento em seus processos produtivos, percebidos por 66,6% das empresas. Já a maior parte das empresas do Norte (54,5%) manteve a produção de bens e serviços no ano de 2006 estável. As únicas regiões que não perceberam redução foram Sul e Centro-Oeste.

Quadro 19: Variação na produção de bens e serviços

BRASIL	Percentual		
	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	48,0	3,3	49,0
Reduziu	1,4	32,6	4,2
Manteve-se estável	48,0	64,1	46,9
Saldo*	46,6	-29,3	44,8
Base		253	96

Influência do Sebrae **: total = 21,9%; parcial = 31,3%; nenhuma influência = 3,1%, NSA = 43,8%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	36,4	48,9	66,7	54,5	50,0
Reduziu	9,1	4,3	-	3,0	-
Manteve-se estável	54,5	46,8	33,3	45,5	50,0
Saldo*	27,3	44,6	66,7	51,5	50,0
Base	11	47	3	33	2

* 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.

Quanto à participação de mercado, 57,3% dos entrevistados informaram ter aumentado sua fatia, enquanto 39,6% a mantiveram estável. Comparando este resultado com o dos anos anteriores, comprova-se a existência de uma situação mais favorável evidenciada pelo aumento do saldo neste indicador de +42,2 em 2005 para +54,2 em 2006. Este foi, na verdade, o melhor saldo no triênio analisado. Para 30,2% dos entrevistados estas variações tiveram influência total do Programa do Sebrae, enquanto que para 27,1% esta foi percebida como parcial.

Em todas as regiões os saldos foram positivos, sendo os de maior destaque no Sul e Centro-Oeste (+100). O menor saldo foi na região Norte (+27,3).

Quadro 20: Variação na fatia de mercado

BRASIL	Percentual		
	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	45,2	46,0	57,3
Reduziu	0,1	3,8	3,1
Manteve-se estável	54,7	50,3	39,6
Saldo*	45,1	42,2	54,2
Base		280	96

Influência do Sebrae **: total = 30,2%; parcial = 27,1%; nenhuma influência = 9,4%, NSA = 33,3%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	36,4	55,3	100,0	60,6	100,0
Reduziu	9,1	-	-	6,1	-
Manteve-se estável	54,5	44,7	-	33,3	-
Saldo*	27,3	55,3	100,0	54,5	100,0
Base	11	47	3	33	2

* 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.

Como pode ser observado no Quadro 21, 47,9% das empresas que participaram da pesquisa aumentaram seu mercado de atuação, 50% mantiveram-no estável e 2,1% reduziram. Contudo, o saldo em 2006 foi cerca de oito pontos percentuais menor que o de 2005. 54,2% dos entrevistados acreditam na existência de alguma influência do Programa no resultado, seja esta total ou parcial.

Os saldos foram positivos em todas as regiões, com exceção da Centro-Oeste em que o mesmo foi nulo. Os melhores resultados foram observados no Norte e Sul, onde a maioria das empresas evidenciou aumento no mercado de atuação (54,5% e 66,7% em cada, respectivamente). Apenas no Nordeste houve casos de redução.

Quadro 21: Variação no mercado de atuação da empresa

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	47,3	54,8	47,9
Reduziu	2,5	1,1	2,1
Manteve-se estável	47,0	44,1	50,0
Saldo*	44,8	53,7	45,8
Base		280	96

Influência do Sebrae **: total = 21,9%; parcial = 32,3%; nenhuma influência = 6,3%, NSA = 39,6%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	54,5	46,8	66,7	48,5	-
Reduziu	-	4,3	-	-	-
Manteve-se estável	45,5	48,9	33,3	51,5	100,0
Saldo*	54,5	42,5	66,7	48,5	-
Base	11	47	3	33	2

* 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.

Incrementos no número de clientes atendidos foi percebido por 69,8% das empresas entrevistadas no ano de 2006. 27,1% perceberam estabilidade e apenas 3,1% alegaram decréscimo. Este é o melhor resultado no triênio analisado, sendo praticamente vinte pontos percentuais superior em relação ao ano de 2005. O percentual de entrevistados que creditam essa variação à participação no curso é o mesmo que o de clientes que perceberam aumento: 69,8%.

Quadro 22: Variação no número de clientes

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	66,2	46,9	69,8
Reduziu	4,3	0,9	3,1
Manteve-se estável	28,1	52,2	27,1
Saldo*	61,9	46,0	66,7
Base		282	96

Influência do Sebrae **: total = 36,5%; parcial = 33,3%; nenhuma influência = 7,3%, NSA = 22,9%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	54,5	70,2	100,0	69,7	100,0
Reduziu	-	2,1	-	6,1	-
Manteve-se estável	45,5	27,7	-	24,2	-
Saldo*	54,5	68,1	100,0	63,6	100,0
Base	11	47	3	33	2

* 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.

Somente 3,1% das empresas que participaram desta pesquisa alegaram ter tido um volume de vendas menor no ano de 2006. 62,5% disseram que as vendas aumentaram e 48,3% que se mantiveram estáveis. Tais números foram consideravelmente maiores quando comparados aos do ano anterior (saldo de +59,4, em 2006, e +30,1, em 2005). 65,6% dos entrevistados acreditam que a participação no curso do Sebrae pode ter influenciado total ou parcialmente o resultado obtido.

As empresas das regiões Norte, Nordeste e Sul foram as que evidenciaram maior incremento, enquanto que no Sudeste e Centro-Oeste os resultados se distribuíram de maneira mais eqüitativa entre aumento e estabilidade.

Quadro 23: Variação nas vendas

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	53,7	32,0	62,5
Reduziu	4,3	1,9	3,1
Manteve-se estável	37,4	66,1	34,4
Saldo*	49,4	30,1	59,4
Base	-	282	96

Influência do Sebrae **: total = 37,5%; parcial = 28,1%; nenhuma influência = 7,3%, NSA = 27,1%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	63,6	68,1	100,0	51,5	50,0
Reduziu	9,1	2,1	-	3,0	-
Manteve-se estável	27,3	29,8	-	45,5	50,0
Saldo*	54,5	66,0	100,0	48,5	50,0
Base	11	47	3	33	2

* 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.

No quadro 24 é apresentada a distribuição de empresas conforme a estimativa de faturamento bruto anual. 58,3% delas possuem faturamento de até R\$ 40 mil, sendo que dentre as diversas faixas a que obteve maior frequência foi a de até R\$ 20 mil (38,5%). Apenas 2% percebem receita superior a R\$ 360 mil.

Quadro 24: Estimativa de faturamento bruto anual da empresa

		Percentual				
BRASIL		ANO 2006				
	Até R\$ 20 mil	38,5				
	Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	19,8				
	Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	11,5				
	Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	9,4				
	Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	7,3				
	Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	1,0				
	Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	1,0				
	Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	-				
	Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	-				
	Acima de R\$ 1.200 milhão	-				
	Não teve faturamento	-				
	Recusou informar	1,0				
	Não soube avaliar	10,4				
	Base	96				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Até R\$ 20 mil	27,3	42,6	-	42,4	-
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	18,2	14,9	-	27,3	50,0
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	9,1	12,8	33,3	9,1	-
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	18,2	8,5	33,3	3,0	50,0
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	9,1	4,3	33,3	9,1	-
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	-	2,1	-	-	-
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	-	2,1	-	-	-
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.200 milhão	-	-	-	-	-
Não teve faturamento	-	-	-	-	-
Recusou informar	-	-	-	3,0	-
Não soube avaliar	18,2	12,8	-	6,1	-
Base	11	47	3	33	2

A última questão era voltada apenas para aqueles 74,4% de entrevistados que ainda não haviam aberto seu próprio negócio, denominados “futuros empresários”. Os mesmos foram questionados em relação à intenção de abertura de um empreendimento motivada pela realização do curso. A maioria, 61,5%, respondeu afirmativamente, 15,8% disseram já ter identificado uma oportunidade e 21,6% responderam que ainda não pretendem abrir sua própria empresa.

Quadro 25: Intenção em relação à abertura de um negócio

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006		
Pretendo abrir um negócio	63,7	59,1	61,5		
Identifiquei uma oportunidade de negócio	8,8	10,7	15,8		
Não pretendo abrir um negócio	27,4	28,1	21,6		
Não soube avaliar	-	-	1,0		
Base	-	1.142	291		

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pretendo abrir um negócio	65,4	61,7	72,7	57,4	100,0
Identifiquei uma oportunidade de negócio	13,5	16,5	18,2	16,0	-
Não pretendo abrir negócio	21,2	21,8	9,1	23,4	-
Não soube avaliar	-	-	-	3,2	-
Base	52	133	11	94	1

III.Considerações Finais

A amostra foi composta na sua maioria por pessoas físicas, 89,3%. Os 10,7% restantes eram formados por micro empresas (94,6%) dos setores de comércio (57,1%), serviços (28,6%) e indústria (11,9%).

A avaliação do curso pelos participantes foi extremamente positiva, uma vez que 99,4% dos clientes ficaram satisfeitos ou muito satisfeitos. O percentual de entrevistados que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas ficou muito próximo, 97,4%.

Todos os atributos do curso foram muito bem avaliados, com índices de satisfação (soma das respostas ótimas e boas) superiores a 94%. A melhor avaliação foi referente ao desempenho dos tutores, cujo percentual de clientes que o considerou ótimo foi 70,8% (totalizando 98,2% de clientes satisfeitos). O segundo atributo melhor avaliado foi conteúdo programático (96,9%), seguido do material de apoio (95,4%) e da metodologia (94,4%).

Como melhoria, cerca de 50% dos entrevistados sugeriram que as aulas tivessem uma maior duração. Ainda, solicitaram que o conteúdo prático fosse incrementado (28,1%), que a teoria fosse abordada de maneira mais aprofundada (18,2%) e que as necessidades do empreendedor fossem de alguma forma contempladas durante as aulas (16,4%).

O percentual de entrevistados que indicaria o curso para pessoas do seu relacionamento foi praticamente o mesmo do percentual de clientes satisfeitos, 98,7%. A diferença de 1 ponto percentual aponta para o fato que há clientes satisfeitos ou muito satisfeitos que não indicariam o curso. Com relação a este comportamento dos consumidores destaca-se, ainda, que foi o menor resultado nos últimos três anos.

A respeito dos indicadores de desempenho, percebe que as empresas de uma maneira geral tiveram resultados positivos no ano de 2006. Os maiores incrementos foram percebidos no número de clientes atendidos (69,8%), no volume de vendas (62,5%), no faturamento (58,3%) e na participação de mercado (57,3%). É interessante notar que para estas quatro variáveis mais de 63% dos entrevistados atribuem influência total ou parcial do curso realizado junto ao Sebrae nos resultados obtidos.

Por outro lado, algumas variáveis tenderam à estabilidade: número de empregados, níveis de produção e mercado de atuação. Nestas três, a influência do curso do Sebrae é menos evidente, não passando de 47%.

Um dos dados mais interessantes da pesquisa é que 74,4% dos entrevistados ainda não haviam iniciado seu próprio negócio. Após a realização do curso, 61,5% demonstraram intenção de abrir e 15,8% já identificaram uma oportunidade de mercado. Este dado corrobora a importância do atendimento presencial do Sebrae para os futuros empresários, uma vez que 58,6% 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 - Telessala foi positiva em todos os seus aspectos e que o seu impacto nos indicadores de desempenho avaliados foi positivo e reconhecido por parte dos entrevistados. Para a manutenção destes resultados em termos de desempenho e satisfação dos clientes, sugere-se que as melhorias propostas pelos mesmos sejam consideradas, na tentativa não só de atender às suas expectativas mas garantir que os mesmos sejam surpreendidos a cada novo curso ou consultoria que participem no Sebrae.

IV. Questionário**PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO E DO DESEMPENHO DO CLIENTE SEBRAE
Exercício 2007 – Ano Base 2006****Aprender a Empreender - Telessala**

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 - Telessala"?

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 Q10.5 e Q10.6, responde a questão Q10.7.

II. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO

Q10.1 Gostaria que o Sr. (a) avaliasse o Curso Aprender a Empreender - Telessala 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
Q10.1.1 Conteúdo programático	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q10.1.2 Metodologia	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q10.1.3 Material de apoio (manuais, apostilas)	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q10.1.4 Desempenho dos tutores	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()

Q10.2 Como o(a) Sr.(a) avalia o Curso Aprender a Empreender - Telessala em relação às suas expectativas? (Resposta única estimulada).

Q10.2.1- () Superou	Q10.2.2- () Atendeu	Q10.2.3- () Não atendeu. Por quê?	Q10.2.4- () Não soube avaliar
----------------------	----------------------	---------------------------------------	--------------------------------

Por quê?

Q10.3 Qual seu grau de satisfação com relação ao Curso Aprender a Empreender - Telessala? (Resposta única estimulada).

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

Q10.4 Na sua opinião, o que poderia ajudar a melhorar o Curso Aprender a Empreender - Telessala? (Resposta múltipla estimulada randômica).

Q10.4.1 () Aprofundar os conteúdos teóricos	Q10.4.3 () Trabalhar mais as características do empreendedor	Q10.4.5 () Aumentar a duração das aulas
Q10.4.2 () Consultores mais qualificados	Q10.4.4 () Melhorar a Metodologia	Q10.4.6 () Incrementar conteúdo prático
Q10.4.7 Outros		

Q10.5 O (a) Sr.(a) indicaria a participação de outra(s) empresa(s) ou pessoa(s) do seu relacionamento no Curso Aprender a Empreender - Telessala promovido pelo Sebrae? (Resposta única espontânea).

Q10.5.1 () Sim	Q10.5.2 () Não.	Q10.5.3 () Não soube avaliar
-----------------	------------------	-------------------------------

III. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Para Empresários

Q10.6 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		
Q10.6.1 N° de empregados	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q10.6.2 Faturamento	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q10.6.3 Produção de bens e serviços	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q10.6.4 Fatia de mercado	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()

Q10.6.5 Mercado de atuação da empresa	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q10.6.6 Número de clientes	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q10.6.7 Vendas	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()

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

Q10.7 Qual a estimativa de faturamento bruto anual da sua empresa, após a participação no Curso Aprender a Empreender - Telessala?

Q10.7.1 () até R\$ 20 mil	Q10.7.8 () acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão
Q10.7.2 () acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	Q10.7.9 () acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão
Q10.7.3 () acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	Q10.7.10 () acima de R\$ 1.200 milhão
Q10.7.4 () acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	Q10.7.11 () Não teve faturamento
Q10.7.5 () acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	Q10.7.12 () Recusou informar
Q10.7.6 () acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	Q10.7.13 () Não soube avaliar
Q10.7.7 () acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	

Para Futuros Empresários

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

Q10.8 Com o conhecimento adquirido no Curso Aprender a Empreender Telessala, qual é a sua intenção em relação à abertura de um negócio? (Resposta única estimulada).

Q10.8.1 () Pretendo abrir um negócio	Q10.8.3 () Não pretendo abrir negócio
Q10.8.2 () Identifiquei uma oportunidade de negócio	Q10.8.4 () Não soube avaliar