

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

Relatório Individual por Produto/Serviço SEBRAE:  
***Iniciando um Pequeno Grande Negócio***

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](http://www.sebrae.com.br)

## **Apresentação**

O curso oferecido pelo Sebrae na Internet Iniciando um Pequeno Grande Negócio (IPGN) orienta o empreendedor a organizar suas idéias e recursos, indicando um roteiro com os principais aspectos a serem considerados no planejamento e abertura de um negócio. É apresentado o passo-a-passo para elaborar um Plano de Negócio – documento que especifica os principais fatores necessários para a criação de um negócio, seja ele pequeno ou grande.

O IPGN é destinado a todos os empreendedores que desejam planejar a abertura de um negócio. O curso pode ser realizado também por empresários que desejam algumas orientações para melhorar os resultados do empreendimento.

Apesar de ser realizado à distância, o IPGN na Internet disponibiliza ao participante vários recursos de acompanhamento e comunicação, de tal forma que ele participe de uma comunidade de aprendizagem colaborativa, que estará trocando idéias e interagindo freqüentemente por meio de diversos recursos disponíveis no sistema.

A concepção e atualização metodológica do IPGN Internet 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.....	33
IV. Questionário.....	36

## 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 “Iniciando um Pequeno Grande Negócio” 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 e não disfarçada.

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.

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.

Os dados referentes aos clientes foram obtidos através do agrupamento de cadastros fornecidos pelas diferentes unidades estaduais do Sistema Sebrae numa única base. Ressaltamos que para a seleção da amostra dos 23 produtos foi utilizado um cálculo sobre o número de atendimentos – em cada produto, por Estado – e que em alguns casos, devido o número menor de atendimento de um produto, quando comparado aos demais disponibilizados no estado, este acabou tendo uma representatividade inferior a 1%, não sendo assim considerado na amostra.

Como se pode ver no Quadro 1, em relação ao produto “Iniciando um Pequeno Grande Negócio- Internet”, a amostra da pesquisa compreendeu 341 casos num universo de 23.713 registros.

**Quadro 1 - Distribuição da população e da amostra**

Números absolutos

BRASIL		ANO 2006																									
População		23.713																									
Amostra		341																									
REGIÃO	NORTE	NORDESTE										SUL	SUDESTE					CENTRO-OESTE									
População	1.170	4.595										3.472	11.857					2.619									
Amostra	76	95										36	99					35									
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.	105	224	82	437	150	28	144	130	1432	985	384	260	821	141	260	182	1481	1180	811	506	2891	3110	5350	1094	830	330	365
Amostra	6	28	8	4	16	1	13	13	17	6	5	4	7	8	23	12	7	19	10	58	12	9	20	12	17	3	3

Destaca-se 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. Sempre que pertinente, durante a análise dos indicadores de avaliação e desempenho do produto são apresentadas as séries históricas contendo informações de edições anteriores da pesquisa com o objetivo de acompanhar a evolução de tais indicadores.

## II. Resultados

Com relação às características dos participantes do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio - Internet, percebe-se que 82,7% correspondem a pessoas físicas e 14,4% a pessoas jurídicas. Evidenciou-se, ainda, 2,9% de empresas informais, estando estas localizadas em todas as regiões, exceto no Centro-Oeste.

**Quadro 2 - Tipo de Cliente**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Pessoa física		82,7			
Pessoa Jurídica		14,4			
Empresa Informal		2,9			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pessoa física	81,6	86,3	77,8	77,8	94,3
Pessoa jurídica	15,8	10,5	16,7	19,2	5,7
Empresa informal	2,6	3,2	5,6	3,0	-
Base	76	95	36	99	35

Do total de entrevistados, 75,7% são “futuros empresários”. Apenas 12,3% classificam-se como “empresários”, pois abriram suas empresas no ano 2004 ou antes, e outros 12% classificam-se como “novos empresários”, uma vez que iniciaram as atividades em 2005 ou depois.

Seguindo o padrão nacional, em todas as regiões predomina o percentual de futuros empresários.

**Quadro 3 - Ano de abertura da empresa**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
2004 ou menos		12,3			
2005 ou mais		12,0			
Ainda não abriu a empresa		75,7			
Não soube responder		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
2004 ou antes	10,5	8,4	13,9	19,2	5,7
2005 ou depois	14,5	9,5	16,7	13,1	5,7
Ainda não abriu a empresa	75,0	82,1	69,4	67,7	88,6
Não soube responder	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

Quanto ao ramo de atividade das empresas entrevistadas, 54,2% pertencem ao setor de serviços, 37,3% ao comércio e 8,5% são indústrias.

Em todas as regiões foram observados casos de empresas prestadoras de serviço. Por outro lado, não há indústrias no Sul e Centro-Oeste, sendo que no Sul também não há empresas que atuem no comércio.

**Quadro 4 - Setor de atividade principal**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Indústria					8,5
Comércio					37,3
Serviços					54,2
Agroindústria					-
Base					59

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Indústria	7,1	15,4	-	9,1	-
Comércio	21,4	46,2	-	54,5	50,0
Serviços	71,4	38,5	100,0	36,4	50,0
Agroindústria	-	-	-	-	-
Base	14	13	8	22	2

Para a categorização das empresas por tamanho, foi seguida a Classificação do Porte de Empresa adotada pelo SEBRAE<sup>1</sup>. Como se pode ver no Quadro 5, a maioria das empresas que participaram da pesquisa são micro (78,6%) ou pequenas (19,6%). Ainda, foi observado na região Sul, e apenas nesta, casos de empresas de médio porte, representando 1,8% do total da amostra.

**Quadro 5 - Classificação das empresas por tamanho.**

Percentual

BRASIL		ANO 2006
Microempresa		78,6
Pequena empresa		19,6
Média empresa		1,8
Grande empresa		-
Base		56

Continua

<sup>1</sup> 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.



Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Microempresa	76,9	84,6	85,7	71,4	100,0
Pequena empresa	23,1	15,4	-	28,6	-
Média empresa	-	-	14,3	-	-
Grande empresa	-	-	-	-	-
Base	13	13	7	21	2

A procura por atendimento presencial no Sebrae é realizada anterior à abertura negócio por 78,3% dos entrevistados. Os cerca de 22% restantes argumentaram que já possuíam empresas constituídas quando buscaram auxílio.

Em todas as regiões a maioria dos entrevistados teve a precaução de procurar auxílio do Sebrae antes de iniciar suas atividades, com destaque para a região Centro-Oeste, onde 88,6% o fizeram. É na região Sudeste que se observou o maior índice de empresas que procuram o Sebrae após a abertura do negócio (32,3%).

**Quadro 6 - Procura de atendimento antes ou após de abrir a empresa**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Antes	78,3
Após	21,7
Base	341

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Antes	81,6	82,1	80,6	67,7	88,6
Após	18,4	17,9	19,4	32,3	11,4
Base	76	95	36	99	35

Os entrevistados foram solicitados a avaliar seu grau de satisfação em relação a sete atributos do curso: material, ferramentas do *site*, formas de avaliação, esclarecimento de dúvidas, estímulo à participação, atendimento do tutor e aplicabilidade do conteúdo.

O Quadro 7 apresenta os resultados em relação ao material de apoio. Como se pode perceber, há mais clientes que consideraram-nos ótimos (62,5%) do que bons (37%). Foram observados, ainda, 0,6% de casos de clientes que julgaram este atributo como regular.

As melhores avaliações deste atributo foram realizadas pelos participantes da região Sul, cujo percentual de clientes com julgamentos ótimos foi de 72,2%. Destaca-se

que apenas nas regiões Norte e Nordeste há clientes que consideraram os manuais e apostilas do curso regulares.

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

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Ótimo		62,5				
Bom		37,0				
Regular		0,6				
Ruim		-				
Péssimo		-				
NSA/NO		-				
Base		341				

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	63,2	63,2	72,2	61,6	51,4
Bom	35,5	35,8	27,8	38,4	48,6
Regular	1,3	1,1	-	-	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

As ferramentas de comunicação do *site* também foram bem avaliadas. Nenhum entrevistado atribuiu “ruim” ou “péssimo” aos mesmos e 97,3% consideraram-nas boas ou ótimas.

Em todas as regiões é observado o padrão nacional, prevalecendo o percentual de julgamentos ótimos. Destacam-se as regiões Nordeste, Sul e Sudeste, onde pelo menos 60% dos participantes dividem tal julgamento.

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

Percentual

BRASIL		ANO 2006
Ótimo		59,2
Bom		38,1
Regular		2,3
Ruim		-
Péssimo		-
NSA/NO		0,3
Base		341

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	51,3	62,1	66,7	60,6	57,1
Bom	43,4	36,8	33,3	36,4	40,0
Regular	5,3	1,1	-	2,0	2,9
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

Para 89,2% dos entrevistados as formas de avaliação são satisfatórias. 10% as consideraram regulares e apenas 0,3% 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	45,5				
Bom	43,7				
Regular	10,0				
Ruim	0,3				
Péssimo	-				
NSA/NO	0,6				
Base	341				

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	52,6	44,2	52,8	39,4	42,9
Bom	32,9	41,1	41,7	52,5	51,4
Regular	13,2	13,7	5,6	7,1	5,7
Ruim	-	1,1	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	1,3	-	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

A participação dos tutores, no que tange ao esclarecimento de dúvidas, foi considerada ótima pela maioria dos entrevistados (71,3%). 21,4% consideraram-na boa e 3,5% regular.

Em todas as regiões prevalece o percentual de respostas ótimas. Já os julgamentos mais críticos – considerando regular o esclarecimento de dúvidas por parte do tutor – foram evidenciados apenas no Norte, Nordeste e Sudeste (pelos menos 3% em cada).

**Quadro 10 - Avaliação do esclarecimento de dúvidas por parte do tutor**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Ótimo	71,3
Bom	21,4
Regular	3,5
Ruim	-
Péssimo	-
NSA/NO	3,8
Base	341

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	71,1	67,4	66,7	75,8	74,3
Bom	21,1	24,2	27,8	18,2	17,1
Regular	5,3	5,3	-	3,0	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	2,6	3,2	5,6	3,0	8,6
Base	76	95	36	99	35

Quanto ao estímulo à participação no curso, 58,9% dos entrevistados consideraram ótimo, 37,5% bom e 3,2% regular. Nenhum entrevistado marcou as opções ruim ou péssimo.

A análise regional aponta para o fato de que todos os entrevistados que consideraram este atributo regular pertencem às regiões Norte, Nordeste e Sudeste, sendo o maior percentual observado dentre os participantes do Norte (6,6%). Por outro lado, foi nesta mesma região que se observou o maior percentual de clientes que consideraram ótima a estimulação e incentivo à participação (64,5%).

**Quadro 11 - Avaliação do estímulo à participação no Curso**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Ótimo	58,9
Bom	37,5
Regular	3,2
Ruim	-
Péssimo	-
NSA/NO	0,3
Base	341

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	64,5	55,8	58,3	57,6	60,0
Bom	28,9	40,0	41,7	39,4	40,0
Regular	6,6	3,2	-	3,0	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	1,1	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

A grande maioria dos entrevistados, 95,6%, consideraram bom ou ótimo o serviço on line prestado pelos tutores. Apenas para 2,3% este atendimento foi considerado regular.

A melhor avaliação foi realizada pelos entrevistados das regiões Nordeste e Centro-Oeste, visto que pelo menos 77% julgaram ótima a atuação do tutor. Em relação aos julgamentos regulares, percebe-se que os mesmos foram evidenciados apenas nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste.

#### Quadro 12 - Avaliação do atendimento prestado pelo tutor

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		72,4			
Bom		23,2			
Regular		2,3			
Ruim		-			
Péssimo		-			
NSA/NO		2,1			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	61,8	77,9	72,2	73,7	77,1
Bom	32,9	17,9	25,0	23,2	14,3
Regular	5,3	3,2	-	1,0	-
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	1,1	2,8	2,0	8,6
Base	76	95	36	99	35

A aplicabilidade do conteúdo ministrado no curso foi considerada ótima por 58,1% da amostra e boa por 35,2%. Nenhum respondente julgou este atributo como insatisfatório, no entanto, 5,9% consideraram-no regular.

A análise regional aponta que as melhores avaliações foram realizadas no Norte e Nordeste, onde pelo menos 60% dos participantes julgaram a aplicabilidade ótima.

**Quadro 13 - Avaliação da aplicabilidade do conteúdo**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Ótimo	58,1
Bom	35,2
Regular	5,9
Ruim	-
Péssimo	-
NSA/NO	0,9
Base	341

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	61,8	60,0	52,8	56,6	54,3
Bom	34,2	34,7	33,3	36,4	37,1
Regular	3,9	4,2	13,9	6,1	5,7
Ruim	-	-	-	-	-
Péssimo	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	1,1	-	1,0	2,9
Base	76	95	36	99	35

Procurando melhor compreender a satisfação dos consumidores, verificou-se a avaliação que os mesmos fizeram de seu aprendizado acerca dos conteúdos de cada um dos módulos do curso. De acordo com o Quadro 14, 64,8% dos entrevistados consideraram satisfatório o aprendizado em relação ao módulo “Perfil do Empreendedor”. Se considerarmos o percentual de “muito satisfatório”, evidencia-se que o módulo foi bem avaliado por 99,1% dos entrevistados.

Em todas as regiões se evidencia o padrão nacional, onde a maioria (pelos menos 63% dos respondentes) considerou o aprendizado satisfatório. Destaca-se que os julgamentos de que o módulo foi pouco satisfatório foram observados apenas no Norte, por 1,3% dos entrevistados.

**Quadro 14 - Avaliação do aprendizado quanto aos conteúdos dos módulos do curso IPGN pela Internet - Perfil do Empreendedor**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Muito satisfatório	34,3
Satisfatório	64,8
Pouco Satisfatório	0,3
Insatisfatório	-
NSA/NO	0,6
Base	341

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	34,2	34,7	36,1	34,3	31,4
Satisfatório	64,5	65,3	63,9	64,6	65,7
Pouco Satisfatório	1,3	-	-	-	-
Insatisfatório	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	1,0	2,9
Base	76	95	36	99	35

O módulo “Identificando Oportunidades de Negócios” deixou 96,4% dos entrevistados satisfeitos em relação ao aprendizado. Do total da amostra, 37,2% consideraram os conteúdos muito satisfatórios e 59,2% satisfatórios.

Os resultados por regiões não diferem muito do padrão nacional. Salienta-se, inclusive, que em todas as regiões foram observados pelo menos 2% de casos de clientes que consideraram o módulo pouco satisfatório.

**Quadro 15 - Avaliação do aprendizado quanto aos conteúdos dos módulos do curso IPGN pela Internet - Identificando Oportunidades de Negócios**

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Muito satisfatório	37,2				
Satisfatório	59,2				
Pouco Satisfatório	2,9				
Insatisfatório	-				
NSA/NO	0,6				
Base	341				

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	34,2	34,7	33,3	40,4	45,7
Satisfatório	63,2	62,1	63,9	54,5	51,4
Pouco Satisfatório	2,6	2,1	2,8	4,0	2,9
Insatisfatório	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	1,1	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

O aprendizado em relação ao módulo “Análise de Mercado” foi muito satisfatório para 35,8% dos entrevistados. A maioria dos participantes considerou o mesmo satisfatório (56,9%). Há ainda, 6,8% de clientes que consideraram este módulo pouco ou insatisfatório.

Nas regiões Norte, Nordeste, Sul e Sudeste prevalece o percentual de clientes satisfeitos. Apenas no Centro-Oeste os percentuais desta opinião e de que o aprendizado foi muito satisfatório foram equivalentes (45,7%). Em todas as regiões há clientes pouco

satisfeitos com o aprendizado, contudo, apenas no Centro-Oeste observou-se clientes insatisfeitos.

**Quadro 16 - Avaliação do aprendizado quanto aos conteúdos dos módulos do curso IPGN pela Internet - Análise de Mercado**

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfatório		35,8			
Satisfatório		56,9			
Pouco Satisfatório		6,5			
Insatisfatório		0,3			
NSA/NO		0,6			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	35,5	29,5	30,6	40,4	45,7
Satisfatório	59,2	61,1	66,7	51,5	45,7
Pouco Satisfatório	5,3	8,4	2,8	7,1	5,7
Insatisfatório	-	-	-	-	2,9
NSA/NO	-	1,1	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

O Quadro 17 apresenta os resultados referentes ao módulo “Concepção de Produtos e Serviços”. Como pode ser observado, 65,4% dos entrevistados consideraram os conteúdos satisfatórios. Somados aos 27,3% que considerou muito satisfatório, obtém-se um percentual de 92,7% de aprovação e satisfação. Apenas 6,5% dos entrevistados consideraram o aprendizado pouco satisfatório.

Em todas as regiões os maiores percentuais são referentes aos julgamentos satisfatórios. As melhores avaliações foram evidenciadas pelos participantes da região Norte, única em que mais de 30% dos entrevistados disseram-se muito satisfeitos com o conteúdo aprendido.

**Quadro 17 - Avaliação do aprendizado quanto aos conteúdos dos módulos do curso IPGN pela Internet - Concepção dos produtos e serviços**

BRASIL		ANO 2006		Percentual
Muito satisfatório			27,3	
Satisfatório			65,4	
Pouco Satisfatório			6,5	
Insatisfatório			-	
NSA/NO			0,9	
Base			341	

Continua



Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	34,2	24,2	27,8	25,3	25,7
Satisfatório	61,8	65,3	63,9	67,7	68,6
Pouco Satisfatório	2,6	10,5	5,6	6,1	5,7
Insatisfatório	-	-	-	-	-
NSA/NO	1,3	-	2,8	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

Com relação ao módulo “Análise Financeira”, a maioria dos entrevistados, 52,8%, considerou seu aprendizado satisfatório e 39% muito satisfatório.

A análise regional reproduz o padrão nacional. Destaca-se, todavia, que os julgamentos mais críticos – de que o aprendizado foi insatisfatório – foram observados apenas nas regiões Nordeste, Sul e Sudeste.

**Quadro 18 - Avaliação do aprendizado quanto aos conteúdos dos módulos do curso IPGN pela Internet - Análise Financeira**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfatório		39,0			
Satisfatório		52,8			
Pouco Satisfatório		7,0			
Insatisfatório		0,9			
NSA/NO		0,3			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfatório	42,1	32,6	36,1	42,4	42,9
Satisfatório	53,9	53,7	47,2	52,5	54,3
Pouco Satisfatório	3,9	12,6	13,9	3,0	2,9
Insatisfatório	-	1,1	2,8	1,0	-
NSA/NO	-	-	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

Ao final do curso, apenas 24,3% não haviam concluído seus planos de negócios. A grande maioria, 71%, finalizou o mesmo. Salienta-se a incidência de casos de entrevistados que não possuem a intenção de finalizá-lo, mas estes não passam de 4,7% do total de entrevistados.

**Quadro 19 - Conclusão do Plano de Negócios**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Concluiu		71,0			
Não concluiu		24,3			
Não pretende elaborar		4,7			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Concluiu	72,4	70,5	88,9	64,6	68,6
Não concluiu	23,7	24,2	11,1	28,3	28,6
Não pretende elaborar	3,9	5,3	-	7,1	2,9
Base	76	95	36	99	35

Os resultados do Quadro 20 demonstram que os entrevistados estão efetivamente satisfeitos com o curso, uma vez que para 99,7% deles o curso atendeu ou superou as expectativas. Este resultado foi o melhor no triênio analisado, apresentando um incremento de 2,5 pontos percentuais em relação ao ano anterior.

Um único participante, dentre os 341 entrevistados, não teve suas expectativas atendidas. Este participante está localizado na região Norte.

**Quadro 20 - Avaliação do curso em relação as suas expectativas**

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Superou	27,2	33,9	29,3
Atendeu	71,1	63,3	70,4
Não atendeu	1,7	2,2	0,3
NSA	-	-	-
Base	3.201	2.495	341

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Superou	28,9	20,0	38,9	29,3	45,7
Atendeu	69,7	80,0	61,1	70,7	54,3
Não atendeu	1,3	-	-	-	-
NSA	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

Quando questionado acerca dos motivos pelos quais suas expectativas não foram atendidas, este entrevistado disse que o curso, na sua opinião, não foi detalhado.

**Quadro 21 - Motivos pelos quais o programa não atendeu as expectativas**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
O curso não foi detalhado		100,0			
Base		1			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
O curso não foi detalhado	100,0	-	-	-	-
Base	1	-	-	-	-

Percebe-se que os julgamentos de satisfação nas diversas variáveis e módulos avaliados refletem-se na satisfação geral com o curso. 43,7% dos entrevistados julgaram-se muito satisfeitos enquanto 55,1% estão satisfeitos. O percentual total ficou muito próximo dos 99,7% dos clientes que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas. Não foram observados casos de insatisfação e apenas 1,2% do total da amostra encontra-se indiferente.

As melhores avaliações foram realizadas pelos clientes das regiões Sul e Sudeste, visto que pelo menos 47% dos participantes nestas regiões disseram estar muito satisfeitos. A análise por região demonstrou, ainda, que no Norte, Nordeste e Sul foram observados clientes indiferentes em relação ao curso.

**Quadro 22 - Grau de satisfação geral com o curso IPGN - Internet**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfeito		43,7			
Satisfeito		55,1			
Indiferente		1,2			
Insatisfeito		-			
Muito Insatisfeito		-			
NSA/NO		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfeito	40,8	41,1	47,2	48,5	40,0
Satisfeito	56,6	57,9	50,0	51,5	60,0
Indiferente	2,6	1,1	2,8	-	-
Insatisfeito	-	-	-	-	-
Muito Insatisfeito	-	-	-	-	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

Dentre os pontos para melhoria, os resultados mais expressivos foram: aprofundar o conteúdo dos módulos (27,6%) e prestar maiores indicações na elaboração do plano de negócios (24,6%).

Na região Norte, Sudeste e Centro-Oeste a principal demanda foi o aprofundamento do conteúdo em cada um dos módulos. No Nordeste os participantes solicitaram maiores indicações e orientações na elaboração do plano de negócios e na Sul uma maior interação com os tutores.

**Quadro 23 - Aspectos que poderiam ser melhorados no curso IPGN - Internet**

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Melhorar ferramentas do site		14,7				
Aprofundar conteúdo dos módulos		27,6				
Maior interação com os tutores		13,8				
Aprimorar formas de avaliação		15,5				
Maior adequação à realidade dos alunos		15,8				
Melhorar a metodologia		5,9				
Maiores indicações para elaboração Plano de Negócios		24,6				
Melhorar o material de apoio		9,4				
Outros		13,2				
Base		341				

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Melhorar ferramentas do site	17,1	18,9	13,9	10,1	11,4
Aprofundar conteúdo dos módulos	31,6	17,9	19,4	33,3	37,1
Maior interação com os tutores	6,6	16,8	27,8	13,1	8,6
Aprimorar formas de avaliação	18,4	13,7	19,4	13,1	17,1
Maior adequação à realidade dos alunos	15,8	12,6	8,3	23,2	11,4
Melhorar a metodologia	10,5	6,3	2,8	5,1	-
Maiores indicações para elaboração PN	30,3	23,2	22,2	21,2	28,6
Melhorar o material de apoio	6,6	10,5	8,3	12,1	5,7
Outros	6,6	15,8	8,3	15,2	20,0
Base	76	95	36	99	35

13,2% dos entrevistados apontaram outras opções de melhoria. Dentre estes, 57,8% aproveitaram a oportunidade para destacar que não mudariam nada no curso. Outros 11,1% sugeriram que a carga horária do curso fosse superior e 8,9% que os certificados fossem devidamente enviados aos participantes. As demais sugestões estão listadas no Quadro 24.

**Quadro 24 - Outros pontos para melhoria no curso IPGN - Internet**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Aumentar a carga horária	11,1
Aumentar a quantidade de tutores	2,2
Diminuir o tempo do curso	2,2
Divulgar mais o curso	2,2
Enviar o certificado aos alunos	8,9
Fazer o curso em sala de aula	2,2
Fazer vídeo-conferência	4,4
Implantar um módulo de relacionamento pessoal	2,2
Plano direcionado à prestação de serviços	2,2
Ter aulas práticas	2,2
Nada	57,8
Não sabe / Não respondeu	2,2
Base	45

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentar a carga horária	20,0	13,3	-	13,3	-
Aumentar a quantidade de tutores	-	6,7	-	-	-
Diminuir o tempo do curso	-	-	-	6,7	-
Divulgar mais o curso	-	-	-	6,7	-
Enviar o certificado aos alunos	20,0	6,7	33,3	-	14,3
Fazer o curso em sala de aula	-	6,7	-	-	-
Fazer vídeo-conferência	20,0	6,7	-	-	-
Implantar módulo de rel. pessoal	-	-	-	-	14,3
Plano direcionado à prestação de serviços	-	6,7	-	-	-
Ter aulas práticas	-	-	-	6,7	-
Nada	40,0	53,3	66,7	60,0	71,4
Não sabe / Não respondeu	-	-	-	6,7	-
Base	5	15	3	15	7

97,4% dos entrevistados disseram que indicariam para as pessoas de seu relacionamento o curso “Iniciando um Pequeno Grande Negócio – Internet”. Ainda que um índice elevado, salienta-se que é menor em cerca de 2 pontos percentuais em relação aos anos de 2004 e 2005.

Todos os clientes na região Centro-Oeste indicariam o curso. Dentre os que não apresentaram tal intenção estão 5,6% dos participantes do Sul, 2,1% do Nordeste, 2% do Sudeste e 1,3% do Norte.

**Quadro 25 - Probabilidade de indicação do programa para pessoas do relacionamento**

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Sim	99,1	99,1	97,4
Não	0,9	0,9	2,1
Não soube avaliar	98,2	98,2	0,6
Base	3.201	2.495	341

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	98,7	96,8	94,4	97,1	100,0
Não	1,3	2,1	5,6	2,0	-
Não soube avaliar	-	1,1	-	1,0	-
Base	76	95	36	99	35

Buscou-se avaliar a influência do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio em relação a algumas habilidades empreendedoras dos entrevistados. No Quadro 26 percebe-se que 94,7% dos entrevistados disseram que sua iniciativa na busca de oportunidades foi positivamente influenciada pelo curso. Apenas 5,3% disseram que tal habilidade permaneceu inalterada, estando estes respondentes, que não perceberam o benefício, localizados em todas as regiões, exceto na Centro-Oeste.

**Quadro 26 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua iniciativa na busca de oportunidades**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Positiva	94,7
Permaneceu inalterada	5,3
Negativa	-
Base	341

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	90,8	93,7	94,4	97,0	100,0
Permaneceu inalterada	9,2	6,3	5,6	3,0	-
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

Um elevado percentual, 92,4%, considerou que sua persistência foi positivamente influenciada pelo curso. Com relação a esta característica, nenhum cliente percebeu influência negativa, todavia, 7,6% disseram que a mesma foi nula (representando pelo menos 3,9% dos clientes em todas as regiões).

**Quadro 27 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua persistência**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		92,4			
Permaneceu inalterada		7,6			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	96,1	88,4	94,4	92,9	91,4
Permaneceu inalterada	3,9	11,6	5,6	7,1	8,6
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

A exigência dos entrevistados em termos de qualidade e eficiência foi influenciada positivamente pelo programa de acordo com 92,7% destes. Nenhum entrevistado percebeu impacto negativo e apenas 7,3% não perceberam alterações nesta característica.

Em todas as regiões há clientes cuja percepção é de que a influência foi nula, sendo o maior destaque a região Nordeste, onde 13,7% dos participantes não perceberam tal benefício.

**Quadro 28 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua exigência de qualidade e eficiência**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		92,7			
Permaneceu inalterada		7,3			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	96,1	86,3	97,2	94,9	91,4
Permaneceu inalterada	3,9	13,7	2,8	5,1	8,6
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

Procurou-se identificar a influência do programa na capacidade dos entrevistados de correr riscos calculados. Para 84,5% a influência foi positiva, estando dentre estes pelo menos 78% dos entrevistados em todas as regiões. Há clientes com percepção de que a influência foi nula em todas as regiões, porém foi no Nordeste e Centro-Oeste que se observou os maiores percentuais (pelo menos 20% em cada região). Dentre os clientes

que perceberam influência negativa estão 5,6% dos clientes da região Sul. Nas demais não foram observados clientes com tal julgamento.

**Quadro 29 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua capacidade de correr riscos calculados**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		84,5			
Permaneceu inalterada		15,0			
Negativa		0,6			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	89,5	78,9	80,6	88,9	80,0
Permaneceu inalterada	10,5	21,1	13,9	11,1	20,0
Negativa	-	-	5,6	-	-
Base	76	95	36	99	35

No Quadro 30 percebe-se que 89,4% dos entrevistados disseram que sua objetividade no estabelecimento de metas foi positivamente influenciada pelo curso. Apenas 10,6% disseram que tal habilidade permaneceu inalterada, representando estes respondentes, que não perceberam o benefício, pelo menos 5% em todas as regiões.

**Quadro 30 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua objetividade no estabelecimento de metas**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		89,4			
Permaneceu inalterada		10,6			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	94,7	84,2	91,7	88,9	91,4
Permaneceu inalterada	5,3	15,8	8,3	11,1	8,6
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

A busca de informação sofreu influência positiva do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio segundo 92,4% dos entrevistados. Já para 7,6% tal influência foi nula. Estes clientes que não perceberam variações nesta característica empreendedora estão em todas as regiões (pelo menos 3% em cada), exceto na Centro-Oeste.



**Quadro 31 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua capacidade para buscar informações**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		92,4			
Permaneceu inalterada		7,6			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	96,1	91,6	86,1	89,9	100,0
Permaneceu inalterada	3,9	8,4	13,9	10,1	-
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

93% dos entrevistados melhoraram sua capacidade de analisar informações de mercado a partir dos ensinamentos aprendidos no curso. Para 7% tal habilidade permaneceu inalterada e nenhum entrevistado percebeu influência negativa.

Todos os clientes da região Sul perceberam influência positiva. Os resultados foram elevados, também, no Norte e Centro-Oeste, onde 98,7% e 94,3%, respectivamente, perceberam tal benefício. Já os maiores percentuais de influência nula foram observados no Nordeste e Sudeste (pelo menos 10% dos participantes em cada).

**Quadro 32 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua capacidade de analisar informações**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		93,0			
Permaneceu inalterada		7,0			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	98,7	89,5	100,0	88,9	94,3
Permaneceu inalterada	1,3	10,5	-	11,1	5,7
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

A grande maioria dos entrevistados, 94,4%, considerou positiva a influência do curso na habilidade de realizar planejamento. 5,3% perceberam que a mesma permaneceu inalterada e 0,3% que a influência foi negativa.

Em todas as regiões pelo menos 92% dos clientes perceberam o benefício. As habilidades permaneceram inalteradas para 2,8% dos entrevistados no Sul, 2,9% no

Centro-Oeste, 4% no Sudeste, 6,6% no Norte e 7,4% no Nordeste. Perceberam influência negativa apenas 2,8% dos participantes da região Sul.

**Quadro 33 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua capacidade de planejamento**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		94,4			
Permaneceu inalterada		5,3			
Negativa		0,3			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	93,4	92,6	94,4	96,0	97,1
Permaneceu inalterada	6,6	7,4	2,8	4,0	2,9
Negativa	-	-	2,8	-	-
Base	76	95	36	99	35

A capacidade de monitoramento sistemático de atividades foi influenciada positivamente segundo 85,9% dos respondentes. Com relação a esta característica, nenhum cliente percebeu influência negativa, contudo, 14,1% disseram que a mesma foi nula (representando pelo menos 11% do total de clientes em cada região).

**Quadro 34 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua capacidade de monitoramento sistemático das atividades**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		85,9			
Permaneceu inalterada		14,1			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	86,8	88,4	80,6	85,9	82,9
Permaneceu inalterada	13,2	11,6	19,4	14,1	17,1
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

A influência do curso na independência e autoconfiança dos participantes foi considerada positiva por 86,5% dos entrevistados e nula pelos outros 13,5%. Os maiores percentuais de participantes que não perceberam os benefícios foram observados no Nordeste (18,9%) e Sul (16,7%).

**Quadro 35 - Influência do curso IPGN pela Internet com relação à sua independência e autoconfiança** Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		86,5			
Permaneceu inalterada		13,5			
Negativa		-			
Base		341			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	90,8	81,1	83,3	86,9	94,3
Permaneceu inalterada	9,2	18,9	16,7	13,1	5,7
Negativa	-	-	-	-	-
Base	76	95	36	99	35

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, 28,9% das empresas tiveram um incremento, permanecendo praticamente o mesmo índice de 2005 (28,8%). O saldo em relação ao ano anterior, todavia, foi superior em cerca de cinco pontos percentuais, posto que nenhuma empresa reduziu o corpo de funcionários em 2006. Cabe salientar que a grande maioria das empresas mantiveram-se estáveis em relação a este indicador (71,1%). Para 6% dos entrevistados existe total influência do curso nessas variações e 15,7% atribuem uma influência parcial. Destaca-se que 72,3% não souberam analisar a influência do curso nessa variável.

Quando analisados os resultados por região percebe-se que apenas as empresas da região Centro-Oeste não observaram incremento em seu corpo funcional. Nas demais regiões, pelo menos 18% o fizeram, com destaque para a região Norte, cujo percentual foi de 42,1%.

**Quadro 36 - Variação no número de empregados**

BRASIL		ANO 2005	ANO 2006
Aumentou		28,8	28,9
Reduziu		4,8	-
Manteve-se estável		66,5	71,1
Saldo		24,0	28,9
Base		777	83
Influência do Sebrae **: total = 6,0%; parcial = 15,7%; nenhuma influência = 6,0%, NSA = 72,3%			

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	42,1	23,5	18,2	31,3	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	57,9	76,5	81,8	68,7	100,0
Saldo	42,1	23,5	18,2	31,3	-
Base	19	17	11	32	4

\* 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.

55,4% das empresas que participaram da pesquisa disseram que observaram variação positiva no retorno sobre os investimentos. Apenas 1,2% perceberam redução e outros 43,4% que este indicador manteve-se estável. O saldo +54,2 foi praticamente o mesmo que o do ano anterior, apresentando um leve declínio de 0,5 ponto percentual. Para 54,3% dos entrevistados estes resultados tiveram influência total ou parcial do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio.

#### Quadro 37 - Variação no retorno de investimento

Percentual

BRASIL	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	57,2	55,4
Reduziu	2,5	1,2
Manteve-se estável	40,3	43,4
Saldo	54,7	54,2
Base	777	83

Influência do Sebrae \*\*: total = 13,3%; parcial = 41,0%; nenhuma influência = 3,6%, NSA = 42,2%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	47,4	41,2	63,6	65,6	50,0
Reduziu	-	-	-	3,1	-
Manteve-se estável	52,6	58,8	36,4	31,3	50,0
Saldo	47,4	41,2	63,6	62,5	50,0
Base	19	17	11	32	4

\* 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 se o planejamento de atividades e a elaboração do plano de negócios aprendidos no curso permitiram melhoria nos lucros 77,1% dos entrevistados responderam afirmativamente.

A região com o maior número de empresas beneficiadas foi a Nordeste, cujo percentual foi de 84,2%. Por outro lado, na Sul foi onde se evidenciou o maior percentual de empresas que não sentiram tal influência, 36,4%.

**Quadro 38 - O planejamento da atividade e a elaboração do plano de negócio ajudaram a aumentar os lucros**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		77,1			
Não		20,5			
NSA/NO		2,4			
Base		83			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	84,2	76,5	63,6	78,1	75,0
Não	10,5	23,5	36,4	18,8	25,0
NSA/NO	5,3	-	-	3,1	-
Base	19	17	11	32	4

Mais de 89% dos entrevistados atestaram que os conhecimentos adquiridos sobre planejamento e análise financeira permitiram a redução dos custos das empresas. Dentre os 9,6% que disseram não ter percebido tal benefício estão 25% dos entrevistados da região Centro-Oeste, 18,2% da Sul, 9,4% da Sudeste, 5,9% da Nordeste e 5,3% da Norte.

**Quadro 39 - Os conhecimentos adquiridos sobre planejamento e análise financeira ajudaram a reduzir os custos de sua empresa**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		89,2			
Não		9,6			
NSA/NO		1,2			
Base		83			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	89,5	94,1	81,8	90,6	75,0
Não	5,3	5,9	18,2	9,4	25,0
NSA/NO	5,3	-	-	-	-
Base	19	17	11	32	4

88% dos empresários que participaram da pesquisa disseram que a definição de indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro foi auxiliada pelos conhecimentos adquiridos com o curso.

Todos os clientes do Nordeste perceberam o benefício. Nas demais regiões pelo menos 9% não.

**Quadro 40 - O curso auxiliou na definição de indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro da empresa**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		88,0			
Não		12,0			
NSA/NO		-			
Base		83			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	89,5	100,0	90,9	81,3	75,0
Não	10,5	-	9,1	18,7	25,0
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	19	17	11	32	4

Quando questionados se o conhecimento adquirido ajudou a identificar e analisar novas oportunidades de negócios 94% dos entrevistados responderam afirmativamente, estando dentre estes pelo menos 88% dos participantes de todas as regiões.

**Quadro 41 - O conhecimento adquirido ajudou a identificar e analisar novas oportunidades de negócio**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		94,0			
Não		6,0			
NSA/NO		-			
Base		83			

  

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	94,7	88,2	90,9	96,9	100,0
Não	5,3	11,8	9,1	3,1	-
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	19	17	11	32	4

O número de respondentes que não perceberam influência positiva do curso na expansão de suas empresas foi de 26,5%. A análise regional aponta que no Sul o mesmo foi bastante superior, chegando a 45,5%.

**Quadro 42 - O curso ajudou na expansão da sua empresa**

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Sim		73,5			
Não		26,5			
NSA/NO		-			
Base		83			

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	73,7	82,4	54,5	75,0	75,0
Não	26,3	17,6	45,5	25,0	25,0
NSA/NO	-	-	-	-	-
Base	19	17	11	32	4

Para os entrevistados que já possuíam empresa constituída foi realizada uma última pergunta: qual a estimativa de faturamento após a realização do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio – Internet. 55,4% dos respondentes estimaram seu faturamento em até R\$ 60 mil, sendo o intervalo de maior destaque ente R\$ 20 mil e R\$ 40 mil (24,1%). Ainda, destaca-se que 7,2% estimaram faturamento acima dos R\$ 840 mil.

**Quadro 43: Estimativa de faturamento bruto anual da empresa**

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Até R\$ 20 mil	21,7
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	24,1
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	9,6
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	13,3
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	15,7
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	1,2
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	1,2
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	1,2
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	-
Acima de R\$ 1.200 milhão	6,0
Não teve faturamento	1,2
Recusou informar	1,2
Não soube avaliar	3,6
Base	83

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Até R\$ 20 mil	10,5	35,3	9,1	18,8	75,0
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	36,8	23,5	27,3	18,8	-
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	-	17,6	9,1	12,5	-
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	15,8	17,6	9,1	12,5	-
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	15,8	5,9	18,2	18,8	25,0
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	5,3	-	-	-	-
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	-	-	-	3,1	-
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	-	-	-	3,1	-
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.200 milhão	10,5	-	9,1	6,3	-
Não teve faturamento	5,3	-	-	-	-
Recusou informar	-	-	9,1	-	-
Não soube avaliar	-	-	9,1	6,3	-
Base	19	17	11	32	4

\* 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.

Já para os futuros empresários que compunham a amostra a pergunta final indagava-os a respeito da intenção de abertura de um negócio após a realização do curso. 16,3% disseram que haviam identificado uma oportunidade de negócio e 64% que pretendiam efetivamente iniciá-lo. Apenas 19% argumentaram que ainda não tinham tal pretensão. As regiões com maior potencial empreendedor são Nordeste e Sudeste, visto que pelo menos 70% dos participantes possuem intenção de abrir seus próprios negócios.

**Quadro 44: Intenção em relação à abertura de um negócio**

Percentual

<b>BRASIL</b>		<b>ANO 2006</b>			
Pretendo abrir um negócio		64,0			
Identifiquei uma oportunidade de negócio		16,3			
Não pretendo abrir um negócio		19,0			
Não soube avaliar		0,8			
Base		258			

  

<b>REGIÃO</b>	<b>NORTE</b>	<b>NORDESTE</b>	<b>SUL</b>	<b>SUDESTE</b>	<b>CENTRO-OESTE</b>
Pretendo abrir um negócio	61,4	70,5	44,0	70,1	54,8
Identifiquei uma oportunidade	24,6	14,1	28,0	7,5	16,1
Não pretendo abrir negócio	14,0	15,4	24,0	22,4	25,8
Não soube avaliar	-	-	4,0	-	3,2
Base	57	78	25	67	31



### III.Considerações Finais

A amostra foi composta na sua maioria por pessoas físicas, 82,7%. Dentre as empresas que participaram da pesquisa, a maioria são micro ou pequenas (98,2%) que atuam nos ramos de comércio e serviços (91,5%).

A avaliação do curso pelos participantes foi extremamente positiva, tendo 98,8% dos clientes satisfeitos ou muito satisfeitos. O percentual de entrevistados que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas ficou muito próximo, 99,7%.

Dentre os atributos avaliados, apenas um recebeu avaliação abaixo dos 90% de satisfação (soma dos percentuais “bom” e “ótimo”): formas de avaliação (89,2%). Os que mais se destacaram, todos com percentuais acima de 95%, foram: material de apoio (99,5%), ferramentas de comunicação do site (97,3%), estímulo à participação (96,4%) e atendimento dos tutores (95,6%).

Como melhoria, os entrevistados sugeriram aprofundar mais os conteúdos dos módulos (27,6%) e passar mais orientação a respeito da elaboração do plano de negócio (24,6%). Esta última sugestão ganha mais evidência a medida que se observou que praticamente o mesmo percentual de clientes (24,3%) não terminou seu plano de negócios após a realização do curso.

Dentre os módulos de aprendizado, o que recebeu a menor avaliação foi o “Análise Financeira”, mas que ainda assim obteve um percentual de 91,8% de clientes satisfeitos ou muito satisfeitos. O módulo “Perfil Empreendedor” parece agradar bastante aos alunos do curso, uma vez que 99,1% dos entrevistados estão satisfeitos com o mesmo.

Os clientes também analisaram o grau de influência do curso no desenvolvimento de algumas habilidades empreendedoras. Os melhores resultados foram referentes às características: iniciativa para a busca de oportunidades, capacidade de enfrentar riscos calculados e capacidade de realizar planejamento (94,7%, 94,5% e 94,4% dos entrevistados, respectivamente, evidenciaram melhoria nestas características). Já a capacidade de monitoramento sistemático, independência e autoconfiança e objetividade no estabelecimento de metas – ainda que tenham recebido influência positiva – apresentaram os menores percentuais (85,9%, 86,5% e 89,4%, respectivamente).

A respeito dos indicadores de desempenho, percebe-se que as empresas tenderam a manter o número de empregados estável no ano de 2006 (71,1%). Por outro lado, o retorno sobre investimento teve uma variação positiva para 55,4% das empresas. Em relação a este último indicador, 54,3% 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, gerando benefícios evidentes: 94% reconhecem que o aprendizado ajudou a identificar e analisar novas oportunidades de mercado; cerca de 90% da amostra conseguiram reduzir custos a partir dos conhecimentos adquiridos em planejamento e análise financeira; e 88% admitiram que a definição de índices econômico-financeiros foi auxiliada pelos conhecimentos do curso. Com relação à expansão de mercado, apenas 73,5% das empresas perceberam influência positiva do curso, da mesma forma que 77,1% perceberam aumento nos lucros influenciados pela elaboração do plano de negócios.

Um dos dados mais interessantes da pesquisa é que, inicialmente, 75,7% dos entrevistados ainda não haviam iniciado seu próprio negócio. Após a realização do curso 64%% já estão com intenção de abrir e 16,3% já identificaram uma oportunidade de mercado. Este dado também corrobora a importância do atendimento presencial do Sebrae para os empresários, uma vez que 78,3% dos entrevistados afirmaram procurá-lo antes da abertura do negócio.

Considerando todos os aspectos mencionados, pode-se concluir que a avaliação do curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio – Internet foi positiva em todos os seus aspectos. O percentual de entrevistados que indicariam o curso para pessoas do seu relacionamento foi de 97,4%, o que corrobora o percentual de satisfação geral. As empresas que participaram da pesquisa não só reconhecem a influência do curso sobre os indicadores de desempenho, como também admitem a aplicabilidade dos ensinamentos e os benefícios por ela proporcionados. Por outro lado, praticamente todos os futuros empresários possuem intenção de abrir seus próprio negócios influenciados pela participação no curso.

Finalmente, destaca-se a necessidade de avaliar a viabilidade de atender as demandas dos clientes, que sugeriram melhorias em termos de aprofundamento e aprimoramento no material de suporte, principalmente no que se refere à elaboração do plano de negócios.

## IV. Questionário

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

### Programa Sebrae IPGN Internet

SEBRAE / UF: |\_\_|\_\_| N° DO REGISTRO NA AMOSTRA |\_\_|\_\_|\_\_| N° 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 "Iniciando um Pequeno Grande Negócio - 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: |\_\_|\_\_|\_\_| N°: |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_| 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 Q7.8, Q7.9 e Q7.10 e responde a questão Q7.11.

## II. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO

Q7.1 Gostaria que o Sr. (a) avaliasse o Curso "Iniciando um Pequeno Grande Negócio- 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
Q7.1.1 Material de apoio (manuais e apostilas)	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.2 Ferramentas do site em geral (Chat, Fórum, FAQ, Tira Dúvidas, Portal Pessoal, etc)	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.3 Formas de avaliação	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.4 Esclarecimento de dúvidas por parte do tutor	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.5 Estímulo à participação no Curso	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.6 Atendimento prestado pelo tutor	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )
Q7.1.7 Aplicabilidade do conteúdo	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )	6. ( )

**Q7.2 A seguir, gostaria que o/a Sr./a avaliasse o seu aprendizado em relação a cada um dos módulos do Curso “Iniciando um Pequeno Grande Negócio- Internet”. As opções de resposta são: muito satisfatório, satisfatório, pouco satisfatório, insatisfatório. (Resposta única estimulada).**

Objetivos	Muito satisfatório	Satisfatório	Pouco satisfatório	Insatisfatório	NSA/NO
Q7.2.1 Perfil do Empreendedor	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )
Q7.2.2 Identificando Oportunidades de Negócios	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )
Q7.2.3 Análise de Mercado	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )
Q7.2.4 Concepção dos Produtos e Serviços	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )
Q7.2.5 Análise Financeira	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )	5. ( )

**Q7.3 O(a) Sr.(a) concluiu o Plano de Negócios? (Resposta única espontânea).**

Q7.3.1 ( ) Sim      Q7.3.2 ( ) Não.      Q7.3.3 ( ) Não pretende elaborar

**Q7.4 Como o(a) Sr.(a) avalia o Curso “Iniciando um Pequeno Grande Negócio- Internet” em relação às suas expectativas? (Resposta única estimulada).**

Q7.4.1 ( ) Superou      Q7.4.2 ( ) Atendeu      Q7.4.3 ( ) Não atendeu. Por quê?      Q7.4.4 ( ) Não soube avaliar

**Por quê?**

**Q7.5 Qual seu grau de satisfação com relação ao Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio - Internet? (Resposta única estimulada).**

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

**Q7.6 Na sua opinião, o que poderia ajudar a melhorar o Programa Iniciando um Pequeno Grande Negócio? (Resposta múltipla estimulada randômica).**

Q7.6.1 ( ) Melhorar ferramentas do site	Q7.6.4 ( ) Aprimorar formas de avaliação	Q7.6.7 ( ) Maiores indicações para elaboração Plano de Negócios
Q7.6.2 ( ) Aprofundar conteúdo dos módulos	Q7.6.5 ( ) Maior adequação à realidade dos alunos	Q7.6.8 ( ) Melhorar o material de apoio
Q7.6.3 ( ) Maior interação com os tutores	Q7.6.6 ( ) Melhorar a Metodologia	Q7.6.9 ( ) Outros _____

**Q7.7 O (a) Sr.(a) indicaria a participação de outra(s) empresa(s) ou pessoa(s) do seu relacionamento no Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio promovido pelo Sebrae? (Resposta única espontânea).**

Q7.7.1 ( ) Sim      Q7.7.2 ( ) Não.      Q7.7.3 ( ) Não soube avaliar

### III. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

**Q7.8 Qual foi a influência do Curso IPGN pela Internet com relação às suas características empreendedoras? As alternativas de resposta são: influenciou positivamente, não influenciou, influenciou negativamente. (Resposta única estimulada).**

Características	Positiva	Permaneceu inalterada	Negativa
Q7.8.1 Iniciativa na busca de oportunidades	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.2 Persistência	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.3 Exigência de qualidade e eficiência	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.4 Capacidade de correr riscos calculados	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.5 Objetividade no estabelecimento de metas	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.6 Capacidade para buscar informações	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.7 Capacidade de analisar informações	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.8 Capacidade de planejamento	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.9 Capacidade de monitoramento sistemático das atividades	1. ( )	2. ( )	3. ( )
Q7.8.10 Independência e autoconfiança	1. ( )	2. ( )	3. ( )

#### Para Empresários

**Q7.9 A seguir, vou mencionar uma série de indicadores. Gostaria que o Sr.(a) avaliasse se aconteceram modificações neles como consequência da participação no Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio. (Resposta única estimulada).**

Indicadores	Variação			Essas variações são atribuídas ao curso?			
	+	-	=	Sim		Não	Não soube avaliar
				Totalmente	Parcialmente		
Q7.9.1 No. de empregados	1. ( )	2. ( )	3. ( )	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )
Q7.9.2 Retorno de investimento	1. ( )	2. ( )	3. ( )	1. ( )	2. ( )	3. ( )	4. ( )

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

**Q7.10 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
Q7.10.1 O planejamento da atividade e a elaboração do plano de negócio ajudaram a aumentar os lucros?			
Q7.10.2 Os conhecimentos adquiridos sobre planejamento e análise financeira ajudaram a reduzir os custos de sua empresa?			
Q7.10.3 O curso auxiliou na definição de indicadores relativos ao desempenho econômico-financeiro da empresa?			
Q7.10.4 O conhecimento adquirido ajudou a identificar e analisar novas oportunidades de negócio?			
Q7.10.5 O curso ajudou na expansão da sua empresa?			

**Q7.11 Qual a estimativa de faturamento bruto anual de sua empresa após a participação no IPGN? (Resposta única estimulada).**

Q7.11.1 ( ) até R\$ 20 mil	Q7.11.8 ( ) acima de R\$ 1.040 mil até R\$ 1.100 milhão
Q7.11.2 ( ) acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	Q7.11.9 ( ) acima de R\$ 1.100 milhão até R\$ 1.200 milhão
Q7.11.3 ( ) acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	Q7.11.10 ( ) acima de R\$ 1.200 milhão
Q7.11.4 ( ) acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	Q7.11.11 ( ) Não teve faturamento
Q7.11.5 ( ) acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	Q7.11.12 ( ) Recusou informar

Q7.11.6 ( ) acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	Q7.11.13 ( ) Não soube avaliar
Q7.11.7 ( ) acima de R\$ 600 mil até R\$ 1.040 mil	

#### Para Futuros Empresários

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

**Q7.12 Com o conhecimento adquirido no Curso Iniciando um Pequeno Grande Negócio, qual é a sua intenção em relação à abertura de um negócio? (Resposta única estimulada).**

Q7.12.1 ( ) Pretendo abrir um negócio	Q7.12.3 ( ) Não pretendo abrir negócio
Q7.12.2 ( ) Identifiquei uma oportunidade de negócio	Q7.12.4 ( ) Não soube avaliar