

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

Relatório Individual por Produto/Serviço SEBRAE:

Orientação Coletiva

UNIDADE DE ATENDIMENTO INDIVIDUAL

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

Agosto/2007
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

Buscar soluções para problemas comuns de empreendedores é o principal objetivo do Projeto Orientação Empresarial Coletiva do Sebrae.

Os empresários, agrupados por interesses comuns, recebem orientação intensiva por meio de palestras relacionadas a temas gerenciais. Essas palestras são elaboradas de acordo com os diversos graus de complexidade, e levam em conta as necessidades, interesses e demandas de cada grupo de empresas. Isso facilita o acesso a informações e a métodos de gestão para micro e pequenas empresas.

A proposta do Projeto Orientação Empresarial Coletiva é facilitar o acesso dos empresários a conhecimentos que possam dar suporte no momento de tomada de decisões, planejamento estratégico ou na resolução de problemas.

As palestras visam minimizar a crise de desemprego, viabilizando a criação de novas empresas e capacitando futuros empreendedores, pois com menos empregos a postura empreendedora é requisito fundamental para obtenção de novos postos de trabalho.

As palestras têm formato flexível e os temas são enriquecidos por exemplos trazidos por consultores que atuam no dia-a-dia das empresas.

Índice

	Pág.
I. Sumário Executivo.....	5
II. Resultados.....	7
III. Considerações Finais.....	26
IV. Questionário.....	28

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 à “Orientação Coletiva”.

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.

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 de dados. O tamanho da amostra estabelecida foi de 2.952 casos para uma população equivalente a 204.569 atendimentos realizados no ano de 2006. O número de casos da amostra foi dividido de forma proporcional entre os diferentes estados, conforme a população estimada inicialmente pelo Sebrae.

Quadro 1 - Distribuição da população e da amostra

		Números absolutos																									
BRASIL		ANO 2006																									
Universo		204.569																									
Amostra		2.952																									
REGIÃO	NORTE	NORDESTE										SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE													
Universo	15.169	37.261										38.467	85.500	28.172													
Amostra	667	955										481	432	417													
	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
Universo	1419	59	604	6299	2109	557	4122	2261	7393	4305	9423	701	6282	3741	1824	1331	12524	7167	18776	2597	19189	27998	35716	9056	3.993	8.176	6.947
Amostra	107	7	62	94	8	86	303	191	149	76	60	10	100	110	195	64	118	158	205	21	137	136	138	150	53	185	29

Durante a análise dos resultados são apresentados os indicadores de avaliação e desempenho do produto. Sempre que pertinente apresenta-se, também, séries históricas

contendo informações de edições anteriores da pesquisa com o objetivo de acompanhar a evolução de tais indicadores.

II. Resultados

De acordo com os dados coletados, a amostra é formada majoritariamente por pessoas físicas, tendo apenas 19,5% de empresas constituídas e 3,9% de empresas informais. Os resultados, quando analisados por regiões, indicam que Sul e Sudeste são as regiões com maiores percentuais de clientes pessoa jurídica, enquanto que no Norte e Nordeste observou-se os maiores percentuais de pessoas físicas (78,1% e 80%, respectivamente). Empresas que atuam na informalidade foram evidenciadas em todas as regiões, com maior destaque no Nordeste, onde 5,4% do possuem tal classificação.

Quadro 2 - Tipo de Cliente

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Pessoa Física		76,6			
Pessoa Jurídica		19,5			
Empresa Informal		3,9			
Base		2.952			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pessoa Física	78,1	80,0	71,9	72,2	76,5
Pessoa Jurídica	18,9	14,6	24,7	25,9	18,9
Empresa Informal	3,0	5,4	3,3	1,9	4,6
Base	667	955	481	432	417

A grande maioria dos entrevistados, 68,5%, ainda não abriu formalmente suas empresas. Como pode ser observado no Quadro 3, dentre as empresas constituídas, cerca de 20% atuam há pelo menos 2 anos no mercado, enquanto que 9,9% iniciaram suas atividades no ano de 2005 ou ainda após esta data. Em todas as regiões o padrão nacional é observado.

Quadro 3 - Ano de abertura da empresa

Percentual

BRASIL		ANO 2006
2004 ou menos		19,1
2005 ou mais		9,9
Ainda não abriu a empresa		68,5
Não soube responder		2,4
Base		2.952

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
2004 ou menos	19,9	16,5	20,8	23,6	17,3
2005 ou mais	7,6	9,3	14,1	8,6	11,5
Ainda não abriu a empresa	69,9	71,0	63,4	66,4	68,6
Não soube responder	2,5	3,1	1,7	1,4	2,6
Base	667	955	481	432	417

Quanto à área de atuação das empresas, os setores de maior expressão foram comércio e serviços, representando 50,6% e 38,6% do total da amostra, respectivamente. 8,6% das empresas constituídas são indústrias e 2,3% representam casos de empresas do setor agropecuário.

Na análise por regiões percebe-se que apenas a região Sudeste não possui agroindústrias. Diferentemente das demais regiões, apenas na Sul o percentual de empresas que atuam em serviços e comércio é mais equitativo (41,5% e 45,2%, respectivamente). É também nesta região que se observou o maior percentual de indústrias, 11,1%.

Quadro 4 - Setor de atividade principal

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Indústria		8,6			
Comércio		50,6			
Serviços		38,6			
Agroindústria		2,3			
Base		690			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Indústria	8,9	6,3	11,1	9,2	8,2
Comércio	54,1	53,4	45,2	50,0	48,0
Serviços	33,6	37,7	41,5	40,8	40,8
Agroindústria	3,4	2,6	2,2	-	3,1
Base	146	191	135	120	98

Para a classificação do porte das empresas por tamanho, utilizou-se o critério adotado pelo SEBRAE¹. Como se pode ver no Quadro 5, 98,2% das empresas

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.

entrevistadas são micro ou pequenas empresas, uma vez que foram observados apenas 1,8% de casos de empresas de médio ou grande porte.

Com relação à distribuição de micro e pequenas empresas, as regiões Sul, Sudeste e Centro-Oeste se comportaram conforme a média nacional. Já Norte ficou um pouco abaixo no número de micro e um pouco acima no número de pequenas empresas. Situação inversa aconteceu com a região Nordeste.

Não foram observados casos de médias empresas no Sudeste. Por outro lado, apenas nesta região e na Centro-Oeste há casos de grandes empreendimentos.

Quadro 5 - Classificação das empresas por tamanho

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Microempresa		81,8			
Pequena empresa		16,4			
Média empresa		1,5			
Grande empresa		0,3			
Base		605			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Microempresa	78,6	86,2	80,2	81,0	81,4
Pequena empresa	19,0	12,0	18,2	18,1	16,3
Média empresa	2,4	1,8	1,7	-	1,2
Grande empresa	-	-	-	1,0	1,2
Base	126	167	121	105	86

A procura por atendimento presencial no Sebrae é geralmente realizada anterior à abertura negócio por mais de 65% dos entrevistados. Ainda assim, 33,6% já possuem empresas constituídas e buscam auxílio no manejo das ferramentas e processos gerenciais.

Sul e Sudeste são as regiões com o maior número de empresas que procuram atendimento depois de já estarem atuando no mercado (42,4% e 40,5%, respectivamente). Já os entrevistados Nordestinos são os mais precavidos, uma vez que 72% buscam auxílio antes da abertura do negócio.

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

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Antes		66,4			
Após		33,6			
Base		2.952			

Respostas	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Antes	68,7	72,0	65,9	57,6	59,5
Após	31,3	28,0	34,1	42,4	40,5
Base	667	955	481	432	417

O propósito do Programa Orientação Coletiva de reunir empreendedores com demandas ou problemas em comum para discutir e solucionar problemas é visto como importante ou muito importante por mais de 98% dos entrevistados. Apenas 1,4% não atribuem importância ou acham pouco importante. Em todas as regiões prevaleceu o percentual de “muito importante”, com índices superiores a 59%.

Quadro 7 - Importância atribuída ao objetivo de reunir empreendedores com demandas ou problemas em comum para discutir como solucionar problemas

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito importante		63,5			
Importante		34,9			
Pouco importante		0,6			
Sem importância		0,8			
NSA/NO		0,2			
Base		2.952			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito importante	64,5	64,9	59,7	64,6	62,1
Importante	34,3	33,6	38,9	33,8	35,3
Pouco importante	0,3	0,9	0,4	0,5	1,0
Sem importância	0,4	0,4	1,0	1,2	1,4
NSA/NO	0,4	0,1	-	-	0,2
Base	667	955	481	432	417

Os entrevistados tiveram sua satisfação avaliada através de quatro atributos relacionados à Orientação Coletiva: conteúdo programático, metodologia, material de apoio e desempenho dos tutores. O Quadro 8 apresenta os resultados para a avaliação do conteúdo programático, que foi considerado bom por 54,7% dos entrevistados e ótimo por outros 40,5%. Apenas 0,2% de clientes acharam-no ruim ou péssimo e outros 4% consideraram o mesmo regular.

Nenhum entrevistado nas regiões Norte e Sudeste ficou insatisfeito com relação a este atributo. Os percentuais de ruim representam 0,4% de clientes na região Sul, 0,2% no Centro-Oeste e 0,1 no Norte. Já a opinião de que o conteúdo foi péssimo foi apenas exaltada por 0,2% dos clientes da região Sul.

Quadro 8 - Avaliação do curso que participou em relação ao conteúdo programático

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
	Ótimo					40,5
	Bom					54,7
	Regular					4,0
	Ruim					0,1
	Péssimo					0,1
	NSA/NO					0,5
	Base					2.952

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	41,1	42,0	37,4	39,6	41,0
Bom	55,5	53,5	57,4	55,6	52,5
Regular	2,5	4,0	4,2	3,9	6,2
Ruim	-	0,1	0,4	-	0,2
Péssimo	-	-	0,2	-	-
NSA/NO	0,9	0,4	0,4	0,9	-
Base	667	955	481	432	417

A metodologia empregada na Orientação Coletiva agradou 92% dos entrevistados, uma vez que foi considerada boa por 56,9% e ótima por outros 35,1%. Chama-se atenção para o fato que 6,8% julgaram-na regular e 0,4% ruim ou péssima.

Em todas as regiões prevalece o percentual de clientes que a consideraram boa. O maior percentual – cerca de oito pontos acima da média nacional – foi observado na região Sul, 64,7%. As regiões menos críticas foram Norte e Nordeste, visto que não há casos de entrevistados que consideraram a metodologia péssima.

Quadro 9 – Avaliação do curso que participou em relação à metodologia

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
	Ótimo					35,1
	Bom					56,9
	Regular					6,8
	Ruim					0,3
	Péssimo					0,1
	NSA/NO					0,7
	Base					2.952

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	37,8	37,0	27,7	34,3	36,2
Bom	54,0	54,8	64,7	59,7	54,7
Regular	7,5	7,4	5,8	5,1	7,4
Ruim	0,3	0,1	0,4	0,2	0,5
Péssimo	-	-	0,4	0,2	0,2
NSA/NO	0,4	0,7	1,0	0,5	1,0
Base	667	955	481	432	417

Os materiais de apoio, como apostilas e manuais, foram considerados bons ou ótimos por 80,5% dos entrevistados, regulares por 13% e ruins ou péssimos por 1,3%. O padrão nacional é observado em todas as regiões, destacando-se, contudo, que apenas no Centro-Oeste não há casos de clientes que julgaram o material de apoio péssimo.

Quadro 10 - Avaliação do curso que participou em relação ao material de apoio (manuais, apostilas)

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		33,5			
Bom		46,9			
Regular		13,0			
Ruim		0,9			
Péssimo		0,4			
NSA/NO		5,3			
Base		2.952			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	34,9	35,2	30,4	32,2	32,6
Bom	47,2	44,4	48,2	47,7	49,6
Regular	13,2	13,9	12,5	13,2	11,3
Ruim	0,3	0,9	1,2	1,4	0,7
Péssimo	0,6	0,3	0,8	0,2	-
NSA/NO	3,7	5,2	6,9	5,3	5,8
Base	667	955	481	432	417

O desempenho dos tutores foi satisfatório, visto que 94,4% dos entrevistados julgaram-no bom ou ótimo. Este foi o fator que obteve maior percentual de clientes com avaliação ótima (51,3%). Apenas 4,4% julgaram a performance dos tutores regular e outros 0,6% dividem a opinião de que a mesma foi péssima.

Os resultados apresentados no Quadro 11 indicam que em todas as regiões prevalece a maioria dos entrevistados com avaliação ótima, com exceção da Sul, em que o maior percentual (48,6%) foi de participantes que julgaram o desempenho bom. As

avaliações mais críticas foram realizadas pelas regiões Nordeste e Sul, uma vez que nas demais não há casos de clientes que consideraram péssima a atuação de seus tutores.

Quadro 11 - Avaliação do curso que participou em relação ao desempenho dos tutores

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Ótimo		51,3			
Bom		43,1			
Regular		4,4			
Ruim		0,4			
Péssimo		0,2			
NSA/NO		0,6			
Base		2.952			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Ótimo	54,1	54,5	45,9	49,3	48,0
Bom	42,3	39,3	48,6	44,4	45,1
Regular	3,3	5,0	3,3	4,4	6,0
Ruim	-	0,3	0,2	1,2	0,7
Péssimo	-	0,2	0,8	-	-
NSA/NO	0,3	0,7	1,0	0,7	0,2
Base	667	955	481	432	417

Os resultados demonstram que os entrevistados estão satisfeitos com a orientação, uma vez que para 91,4% deles a mesma atendeu ou superou as expectativas. O índice observado, no entanto, caiu cerca de 3 pontos percentuais em relação ao dos anos anteriores, que vinha se mantendo estável em 94%. O que ocasionou tal redução foi o aumento do número de clientes para os quais o programa não atendeu as expectativas, que em 2006 foi de 7%.

A análise por região indica que os maiores percentuais de clientes cujas expectativas não foram atendidas foram observados no Sul e Sudeste (9,4% e 8,6%, respectivamente).

Quadro 12 - Avaliação da Orientação Coletiva em relação às suas expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Superou	-	20,3	16,8
Atendeu	94,0	74,8	74,6
Não atendeu	6,0	4,9	7,0
Não soube avaliar	-	-	1,5
Base	1.754	1.653	2.952

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Superou	18,0	18,1	17,0	11,8	16,8
Atendeu	75,9	73,5	71,7	78,5	74,6
Não atendeu	4,8	6,8	9,4	8,6	7,0
Não soube avaliar	1,3	1,6	1,9	1,2	1,7
Base	667	955	481	432	417

A estes clientes insatisfeitos foi feito o questionamento em relação aos motivos pelos quais suas expectativas não foram atendidas. As respostas mais representativas indicam que os clientes não obtiveram o que esperavam (25,5%), consideraram os instrutores despreparados (24%) e acharam que faltou alguma atividade prática durante a orientação (21,6%).

Quadro 13 - Motivos pelos quais a Orientação Coletiva não atendeu as expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Pouco tempo de palestra	8,7				
Não era o que esperava	25,5				
Faltou prática	21,6				
Incompatível com a realidade	4,3				
Instrutores despreparados	24,0				
Não entregaram os diplomas	1,0				
Outros	1,9				
Não sabe / Não respondeu	13,0				
Base	208				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pouco tempo de palestra	8,5	9,0	5,9	9,7	10,3
Não era o que esperava	25,5	25,4	26,5	25,8	24,1
Faltou prática	21,3	22,4	23,5	19,4	20,7
Incompatível com a realidade	4,3	4,5	2,9	6,5	3,4
Instrutores despreparados	25,5	22,4	26,5	22,6	24,1
Não entregaram os diplomas	-	1,5	2,9	-	-
Outros	2,1	1,5	-	3,2	3,4
Não sabe / Não respondeu	12,8	3,4	11,8	2,9	13,8
Base	47	67	34	31	29

Percebe-se que os julgamentos de satisfação nas diversas variáveis avaliadas refletem-se na satisfação geral com o curso. 18,8% dos entrevistados julgaram-se muito satisfeitos enquanto 75,1% estão satisfeitos. O percentual total (93,9%) foi pouco mais de dois pontos percentuais superior ao de clientes que tiveram expectativas atendidas ou superadas. Destaca-se que 4,1% dos entrevistados disseram-se indiferentes e 1,6% insatisfeitos ou muito insatisfeitos.

A análise por região demonstra que os resultados se assemelham aos apresentados em nível nacional. Os clientes mais críticos estão localizados no Norte e Sul, visto que nas demais regiões não há casos de clientes muito insatisfeitos.

Quadro 14 – Grau de satisfação geral com os cursos da matriz de soluções educacionais

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Muito satisfeito		18,8				
Satisfeito		75,1				
Indiferente		4,1				
Insatisfeito		1,5				
Muito Insatisfeito		0,1				
NSA/NO		0,3				
Base		2.952				
REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE	
Muito satisfeito	18,4	19,5	17,3	19,4	18,7	
Satisfeito	77,1	75,3	73,6	73,8	74,8	
Indiferente	3,6	3,4	6,0	4,4	4,1	
Insatisfeito	0,7	1,5	2,1	1,9	1,9	
Muito Insatisfeito	0,1	-	0,2	-	0,5	
NSA/NO	-	0,4	0,8	0,5	-	
Base	667	955	481	432	417	

A maior parte dos entrevistados sugeriu como melhoria o aprofundamento dos conteúdos (36,5%) e mais foco na realidade das empresas participantes (36,2%). Nesse sentido, 21,7% pediram uma maior adequação das orientações em relação aos problemas que os participantes enfrentam nas empresas e 15,6% solicitaram mais uso de exemplos. A melhoria com o menor número de incidências foi a qualificação dos consultores, que foi reivindicada de apenas 10% dos entrevistados.

Nas regiões Norte, Sul, Sudeste e Centro-Oeste o maior percentual de melhoria foi referente à necessidade de ter um foco mais voltado à realidade das empresas (média de 38,15%). Ainda que este percentual tenha sido expressivo na região Nordeste, a maioria dos participantes nesta região solicitou que os conteúdos abordados fossem mais aprofundados (42,3%).

Quadro 15 – Aspectos que poderiam ser melhorados do programa de orientação coletiva

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Maior adequação aos problemas das empresas		21,7				
Consultores mais qualificados		10,5				
Mais usos de exemplos		15,6				
Aprofundar conteúdos		36,5				
Mais foco na realidade das empresas		36,2				
Outros		8,5				
Base		2.952				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Maior adequação aos problemas empresas	21,9	21,0	22,7	24,1	19,4
Consultores mais qualificados	12,7	11,4	8,3	8,8	9,1
Mais usos de exemplos	11,7	15,4	20,8	18,1	13,7
Aprofundar conteúdos	32,5	42,3	34,1	33,8	35,0
Mais foco na realidade das empresas	36,4	32,5	40,7	34,3	41,2
Outros	8,1	8,1	11,2	7,6	7,9
Base	667	955	481	432	417

Ainda, cerca de 8,5% dos entrevistados apontaram outros pontos de melhorias que não estavam listados nas opções de resposta. Dentre estes, 31,1% salientaram que nada precisaria mudar para que o programa continuasse mantendo seu padrão de qualidade, 11,2% sugeriram que os assuntos tratados fossem mais aprofundados e 8,4% que mais atenção fosse dada aos participantes.

Quadro 16 - Outros pontos para melhoria do programa de orientação coletiva

Percentual

BRASIL		ANO 2006
Maior divulgação dos cursos		4,4
Dar mais atenção aos participantes		8,4
Aumentar a duração das aulas		7,2
Aprofundar mais os assuntos		11,2
Aumentar o número de palestras		6,0
Mudar o local das palestras		1,2
Aumentar estímulos à participação durante os cursos		4,4
Melhorar a organização		2,8
Baixar os preços		4,0
Melhorar o material didático		3,2
Diminuir a teoria		5,6
Facilitar empréstimos para micro-empresas		0,4
Nada		31,1
Não sabe / Não respondeu		10,4
Base		251

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Maior divulgação dos cursos	1,8	3,7	7,3	5,4	5,7
Dar mais atenção aos participantes	8,8	8,6	4,9	10,8	8,6
Aumentar a duração das aulas	7,0	7,4	9,8	5,4	5,7
Aprofundar mais os assuntos	10,5	11,1	12,2	8,1	14,3
Aumentar o número de palestras	8,8	4,9	4,9	8,1	2,9
Mudar o local das palestras	-	2,5	-	-	2,9
Aumentar estímulos à participação cursos	1,8	6,2	-	13,5	-
Melhorar a organização	5,3	1,2	4,9	-	2,9
Baixar os preços	5,3	2,5	2,4	5,4	5,7
Melhorar o material didático	1,8	4,9	4,9	-	2,9
Diminuir a teoria	5,3	6,2	7,3	2,7	5,7
Facilitar empréstimos para micro-empresas	1,8	-	-	-	-
Nada	28,1	33,3	31,7	24,3	34,3
Não sabe / Não respondeu	14,0	7,4	9,8	16,2	5,7
Base	57	81	41	37	35

Quando questionados acerca da probabilidade de indicação do programa, 89,2% dos participantes disseram que estariam dispostos a indicar. Este percentual foi o menor nos últimos três anos, reduzindo cerca de 8 pontos percentuais. Em todas as regiões se observou uma média de 10% de clientes que não indicariam o programa de Orientação Coletiva.

Quadro 17 - Probabilidade de indicação do programa de orientação coletiva para pessoas do relacionamento

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Sim	97,2	97,2	89,2
Não	2,6	2,4	10,2
Não soube avaliar	-	-	0,6
Base	1.754	1.653	2.952

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	89,7	89,5	87,7	88,7	89,7
Não	10,0	9,7	11,0	10,6	10,3
Não soube avaliar	0,3	0,7	1,2	0,7	-
Base	667	955	481	432	417

Para os entrevistados que já possuíam empresa constituída foi realizada uma última pergunta: qual a estimativa de faturamento após a participação na Orientação Coletiva. Cerca de 50% dos respondentes estimaram seu faturamento em até R\$ 60 mil, 25,5% entre R\$ 60 mil e R\$ 360 mil e apenas 3,9% acima de R\$ 1,08 milhão. Ainda,

14,8% não responderam a tal questão, não tiveram faturamento ou não souberam informar.

Quadro 18 – Estimativa de faturamento bruto anual da empresa

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Até R\$ 20 mil	23,2				
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	14,6				
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	9,9				
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	12,8				
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	12,7				
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	4,1				
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	2,6				
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	1,4				
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão	0,9				
Acima de R\$ 1.200 milhão	3,0				
Não teve faturamento	4,1				
Recusou informar	2,8				
Não soube avaliar	7,9				
Base	858				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Até R\$ 20 mil	22,8	34,0	19,0	12,9	19,2
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	15,2	13,8	16,1	15,8	11,7
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	8,7	11,3	10,1	9,4	9,2
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	12,5	11,3	14,3	13,7	13,3
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	17,4	5,3	10,7	17,3	18,3
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	5,4	3,6	6,0	2,9	1,7
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	3,3	2,4	2,4	2,9	1,7
Acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão	-	0,8	3,0	2,2	1,7
Acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200	-	0,4	1,8	2,2	0,8
Acima de R\$ 1.200 milhão	3,3	1,6	6,0	0,7	4,2
Não teve faturamento	2,2	4,0	4,2	3,6	7,5
Recusou informar	2,2	3,6	3,0	3,6	0,8
Não soube avaliar	7,1	7,7	3,6	12,9	10,0
Base	184	247	168	139	120

Já para aqueles entrevistados que ainda não abriram suas empresas, a pergunta final indagava-os a respeito da intenção de abertura após a realização do curso. 12,4% disseram que haviam identificado uma oportunidade de negócio e 54,1% que pretendiam efetivamente iniciá-lo. Apenas 31,1% argumentaram que ainda não tinham tal pretensão.

Quadro 19 – Intenção em relação à abertura de um negócio

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006		
Pretendo abrir um negócio	53,1	100	54,1		
Identifiquei uma oportunidade de negócio	15	-	12,4		
Não pretendo abrir um negócio	31,8	-	31,1		
Não soube avaliar	-	-	2,4		
Base	-	-	2.022		

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pretendo abrir um negócio	53,6	56,5	57,4	48,4	51,4
Identifiquei uma oportunidade	14,8	11,9	10,5	12,5	11,5
Não pretendo abrir negócio	29,4	29,2	29,5	36,6	34,3
Não soube avaliar	2,1	2,4	2,6	2,4	2,8
Base	466	678	305	287	286

III.Considerações Finais

A amostra foi composta na sua maioria por pessoas físicas, 76,6%. Os 23,4% restantes eram formados por micro e pequenas empresas (98,2%) dos setores de comércio (50,6%) e serviços (38,6%).

A avaliação do Programa Sebrae de Orientação Coletiva foi positiva, tendo 93,9% dos clientes satisfeitos ou muito satisfeitos. O percentual de entrevistados que tiveram suas expectativas atendidas ou superadas ficou muito próximo, 91,4%. Praticamente a totalidade de participantes da pesquisa, 98,4%, considerou importante ou muito importante esse tipo de programa cujo propósito seja reunir empreendedores com demandas ou problemas em comum para discutir as potenciais soluções.

Dentre os atributos, apenas 3 receberam avaliações acima dos 90% de satisfação: conteúdo (95,2%) desempenho dos tutores (94,4%) e metodologia (92%). Os materiais de apoio foram considerados bons ou ótimos por apenas 80,5% dos entrevistados. Acredita-se, no entanto, que este não seja o principal ponto a ser melhorado, uma vez que 36% dos entrevistados sugeriram que os conteúdos fossem mais aprofundados e que as aulas, de uma maneira geral, focassem mais as suas realidades.

Um dos dados mais interessantes da pesquisa é que 65,8% dos entrevistados ainda não haviam iniciado seu próprio negócio. Após a realização do curso 54,1% já estão com intenção de abrir e 12,4% já identificaram uma oportunidade de mercado. Se somados estes dois, encontramos praticamente o mesmo percentual (66,5%). Este dado também corrobora a importância do atendimento presencial do Sebrae para os empresários, uma vez que 66,4% dos entrevistados afirmaram procurá-lo antes da abertura do negócio.

Ainda que todos os aspectos mencionados apontem para uma avaliação positiva do programa, é importante destacar que em todas as regiões evidenciou-se cerca de 10% de participantes que não possuem intenção de indicá-lo para as pessoas de seu relacionamento. Há dentre estes, inclusive, entrevistados satisfeitos. Descobrir as razões para tal comportamento é uma das sugestões para pesquisa futura, bem como entender as razões que levaram as edições realizadas em 2006 ter gerado mais clientes insatisfeitos do que em relação aos anos anteriores.

Por fim, destaca-se que é necessário investir, também, na compreensão das expectativas dos clientes em relação às Orientações Coletivas ou melhor instruí-los acerca da proposta e alcance das mesmas. A principal justificativa dada pelos entrevistados que não tiveram suas expectativas atendidas é que simplesmente esperavam mais do programa do Sebrae.

IV. Questionário**PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO E DO DESEMPENHO DO CLIENTE SEBRAE
Exercício 2007 – Ano Base 2006****Orientação Coletiva – Palestras Gerenciais**

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 Programa: Orientação Coletiva – Palestras Gerenciais.

O/A Sr./a participou no ano passado de todas as atividades que compreendem o Programa? 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 (Somente para Pessoa Jurídica e Empresa Informal)

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

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

A sua empresa / negócio foi aberta(o) antes ou após a participação no Programa Orientação Coletiva?

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, não responde a pergunta Q5.6.

II. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO

Q5.1 O Programa Orientação Coletiva tem por objetivo reunir empreendedores com demandas ou problemas em comum para discutir como solucionar problemas. Na sua opinião, esse objetivo é... *(Resposta estimulada única).*

Muito importante ()	Importante ()	Pouco importante ()	Sem importância ()	NSA/NO ()
-------------------------	----------------	-------------------------	------------------------	------------

Q5.2 A seguir, gostaria que o Sr. (a) avaliasse o Programa Orientação Coletiva 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
Q5.2.1 Conteúdo programático das palestras	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q5.2.2 Metodologia das palestras	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q5.2.3 Material de apoio (manuais, apostilas)	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()
Q5.2.4 Desempenho dos tutores	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()	5. ()	6. ()

Q5.3 Como o(a) Sr.(a) avalia o Programa Orientação Coletiva em relação às suas expectativas? *(Resposta única estimulada).*

Q5.3.1- () Superou	Q5.3.2- () Atendeu	Q5.3.3- () Não atendeu. Por quê?	Q5.3.4- () Não soube avaliar
---------------------	---------------------	-----------------------------------	-------------------------------

Por quê?

Q5.4 Qual seu grau de satisfação com relação ao Produto Orientação Coletiva – Palestras Gerenciais? *(Resposta única estimulada).*

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

Q5.5 Na sua opinião, o que poderia ajudar a melhorar o Programa Orientação Coletiva? *(Resposta múltipla estimulada randômica).*

Q5.5.1 () Maior adequação aos problemas das empresas	Q5.5.3 () Mais usos de exemplos	Q5.5.5 () Mais foco na realidade das empresas
Q5.5.2 () Consultores mais qualificados	Q5.5.4 () Aprofundar conteúdos	Q5.5.6 () Outros _____

Q5.6 O (a) Sr.(a) indicaria a participação de outra(s) empresa(s) ou pessoa(s) do seu relacionamento no Programa Orientação Coletiva promovido pelo Sebrae? *(Resposta única espontânea).*

Q5.6.1 () Sim	Q5.6.2 () Não.	Q5.6.3 () Não soube avaliar
----------------	-----------------	------------------------------

Para Empresários

Q5.7 Qual a estimativa de faturamento bruto anual da sua empresa? *(Resposta única estimulada).*

Q5.7.1 () até R\$ 20 mil	Q5.7.8 () acima de R\$ 840 mil até R\$ 1.080 milhão
Q5.7.2 () acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	Q5.7.9 () acima de R\$ 1.080 milhão até R\$ 1.200 milhão
Q5.7.3 () acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	Q5.7.10 () acima de R\$ 1.200 milhão
Q5.7.4 () acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	Q5.7.11 () Não teve faturamento
Q5.7.5 () acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	Q5.7.12 () Recusou informar
Q5.7.6 () acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	Q5.7.13 () Não soube avaliar
Q5.7.7 () acima de R\$ 600 mil até R\$ 840 mil	

Para Futuros Empresários

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

Q5.8 Após a sua participação no Programa Orientação Coletiva – Palestras Gerenciais, qual é a sua intenção em relação à abertura de um negócio? (Resposta única estimulada)

Q5.8.1 () Pretendo abrir um negócio

Q5.8.3 () Não pretendo abrir negócio

Q5.8.2 () Identifiquei uma oportunidade de negócio

Q5.8.4 () Não soube avaliar