

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

Relatório Individual por Produto/Serviço SEBRAE:

Ações de Design

UNIDADE DE ACESSO À INOVAÇÃO E TECNOLOGIA

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

Esta é uma parceria firmada entre ABRE e SEBRAE para oferecer às Micro e Pequenas Empresas, sediadas em todo o território nacional, subsídio de 70% para investimento no projeto de design da embalagem de seus produtos, englobando o desenvolvimento de rótulo, arte, estrutura e funcionalidade ideal para comercialização, acondicionamento e transporte dos mesmos, onde a MPE arca com o custo de 30% do valor do projeto de design.

O programa é destinado às Micro e pequenas empresas (MPE) em todo território nacional, de qualquer ramo ou atividade e atendidas pelo SEBRAE.

O programa apoia as MPEs a serem competitivas, prestando serviços de consultoria técnica de design de embalagem através das empresas de design associadas a ABRE; transferindo conhecimento técnico especializado sobre o uso estratégico da embalagem; disseminando os conceitos de design de embalagem e fomentar a geração de novos pólos de conhecimento, desenvolvimento e aplicação e, atuando prioritariamente junto a grupos de empresas congêneres em um mesmo segmento de mercado ou produto.

A gestão do Programa Via Design é realizada pela Unidade de Acesso à Inovação e Tecnologia do Sebrae.

Índice

	Pág.
I. Sumário Executivo.....	5
II. Resultados.....	6
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 “Consultoria Tecnológica em Design”.

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.

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																									
		ANO 2006																									
BRASIL																											
População		17.069																									
Amostra		305																									
REGIÃO	NORTE	NORDESTE										SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE													
População	178	15.258										711	891	31													
Amostra	16	271										14	3	1													
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.	98	7	73	-	-	-	-	13	61	4	-	31	15.135	1	3	10	2	679	30	-	3	1	887	29	-	2	-

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 da Consultoria Tecnológica em Design, observou-se que 79% correspondem a pessoas físicas e 19,3% pessoas jurídicas. Ainda, 1,6% da amostra é formada por empreendedores informais.

Destaca-se que nas regiões Norte, Nordeste e Sudeste predominam pessoas físicas, sendo que nesta última a totalidade de entrevistados é composta por esse tipo de cliente. Na região Sul e Centro-Oeste ocorreu o oposto, a maioria dos entrevistados representa empresas constituídas. A incidência de informais provém da parcela nordestina.

Quadro 2: Tipo de Cliente

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Pessoa Física		79,0			
Pessoa Jurídica		19,3			
Empresa Informal		1,6			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pessoa Física	75,0	82,7	14,3	100,0	-
Pessoa Jurídica	25,0	15,5	85,7	-	100,0
Empresa Informal	-	1,8	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

Do total de entrevistados, a grande maioria, 73,4%, ainda não abriu sua empresa e classifica-se como “futuros empresários”. Dentre as empresas, 17,7% iniciaram suas atividades no ano 2004 ou antes e 8,5% em 2005 ou depois.

A análise por regiões indica que apenas Norte e Nordeste seguiram o padrão nacional. Por outro lado, a maior parte das empresas no Sul e Sudeste iniciaram suas atividades no ano de 2004 ou antes.

Quadro 3: Ano de abertura da empresa

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
2004 ou menos		17,7			
2005 ou mais		8,5			
Ainda não abriu a empresa		73,4			
Não soube responder		0,3			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
2004 ou menos	37,5	12,9	78,6	66,7	-
2005 ou mais	6,3	8,1	14,3	-	100,0
Ainda não abriu a empresa	56,3	79,0	-	33,3	-
Não soube responder	-	-	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

Quanto ao setor de atividade das empresas entrevistadas, 46,9% atuam no comércio, 26,6% no setor de serviços e 23,4% na indústria. Foi observado caso de empresas que atuam na agroindústria, mas estas não excedem 3,1% do total da amostra.

Como o Quadro 4 indica, nas regiões Norte e Nordeste prevalecem as empresas de comércio (75% e 55,3%, respectivamente, do total de participantes), enquanto que no Sul e Centro-Oeste prevalecem indústrias (75% e 100%, respectivamente). Empresas prestadoras de serviços ocorreram apenas no Nordeste e Sul e do setor de agroindústria apenas no Nordeste.

Quadro 4: Setor de atividade principal

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Indústria		23,4			
Comércio		46,9			
Serviços		26,6			
Agroindústria		3,1			
Base		64			

REGIÕES	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Indústria	25,0	8,5	75,0	-	100,0
Comércio	75,0	55,3	8,3	-	-
Serviços	-	31,9	16,7	-	-
Agroindústria	-	4,3	-	-	-
Base	4	47	12	-	1

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

Quadro 5, a totalidade de empresas que participou do programa é formada por micro (75%) ou pequenas empresas (25%).

Todas as regiões seguiram a distribuição encontrada no padrão nacional. Destaca-se que apenas a região Sudeste nenhum caso de empresas foi registrado.

Quadro 5: Classificação das empresas por tamanho

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Microempresa		75,0			
Pequena empresa		25,0			
Média empresa		-			
Grande empresa		-			
Base		60			

REGIÕES	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Microempresa	75,0	72,1	83,3	-	100,0
Pequena empresa	25,0	27,9	16,7	-	-
Média empresa	-	-	-	-	-
Grande empresa	-	-	-	-	-
Base	4	43	12	-	1

Com relação às áreas do design que receberam apoio da Consultoria Tecnológica, a maior parte da amostra, 56,3%, argumentou ser no design de produto (32,5%), seguido do design de postos e ambientes de trabalho (23,8%).

Nas regiões Norte, Nordeste e Sul há a incidência de casos em praticamente todas as áreas de design pesquisadas. Já no Centro-Oeste há casos somente em design gráfico e no Sudeste em design de produto e modelagem.

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 6: Áreas do design que a empresa recebeu apoio da Consultoria Tecnológica em Design

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Design de produto		32,5				
Design urbano		7,5				
Modelagem		10,0				
Design gráfico		7,5				
Design de embalagem		6,3				
Design de postos e ambientes de trabalho / ergonomia		23,8				
Outros		21,3				
Base		80				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Design de produto	42,9	28,1	46,2	50,0	-
Design urbano	14,3	8,8	-	-	-
Modelagem	-	5,3	30,8	50,0	-
Design gráfico	14,3	3,5	15,4	-	100,0
Design de embalagem	14,3	5,3	7,7	-	-
Design postos de trabalho / ergonomia	-	31,6	7,7	-	-
Outros	28,6	24,6	7,7	-	-
Base	7	57	13	2	1

Ainda, 21,3% marcaram a opção “outras” com o intuito de indicar outra área do design. Foram citadas as áreas de móveis, estética, financeiro, layout e produção. No entanto, a maior parte deixou esta resposta em branco (52,9%) ou argumentou que nenhuma área da empresa recebeu consultoria (17,6%).

Quadro 7: Outras áreas do design que a empresa recebeu apoio da Consultoria Tecnológica em Design

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Design de móveis		5,9				
Estética		5,9				
Financeiro		5,9				
Layout		5,9				
Produção		5,9				
Nada		17,6				
Não sabe / Não respondeu		52,9				
Base		17				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Design de móveis	50,0	-	-	-	-
Estética	-	7,1	-	-	-
Financeiro	-	7,1	-	-	-
Layout	50,0	-	-	-	-
Produção	-	-	100,0	-	-
Nada	-	21,4	-	-	-
Não sabe / Não respondeu	-	64,3	-	-	-
Base	2	14	1	-	-

Os entrevistados foram solicitados a avaliar a Consultoria Tecnológica em Design em relação às suas expectativas. Para 19,7% dos entrevistados as expectativas com relação ao curso foram superadas e para 73,8% foram atendidas. Somados estes resultados tem-se que o percentual de 93,5%, a melhor avaliação no triênio analisado. Apenas 4,9% dos entrevistados não tiveram suas expectativas atendidas.

Os resultados regionais mostram que a maioria dos participantes em todas as regiões teve suas expectativas atendidas. Apenas na região Centro-Oeste a maioria (100%) teve suas expectativas superadas.

Os julgamentos mais críticos foram realizados pelos entrevistados das regiões Norte, Nordeste e Sul, uma vez que, respectivamente, 6,3%, 4,4% e 14,3% do total de entrevistados em cada região esperavam mais da consultoria e por isso não tiveram suas expectativas atendidas.

Quadro 8: Avaliação da Consultoria Tecnológica em relação às suas expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006		
Superou	-	10,5	19,7		
Atendeu	93,0	70,6	73,8		
Não atendeu	7,0	17,0	4,9		
Não soube avaliar	-	1,8	1,6		
Base		136	305		

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Superou	31,3	18,5	28,6	-	100,0
Atendeu	56,3	75,6	57,1	100,0	-
Não atendeu	6,3	4,4	14,3	-	-
Não soube avaliar	6,3	1,5	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

Dentre os motivos pelos quais a Consultoria Tecnológica não atendeu as expectativas, a maior parte dos entrevistados disse que esperava mais da mesma (13,3%) e que o tempo foi muito curto e, portanto, insuficiente (13,3%). Ainda, foram citadas questões como: muita teoria e pouca prática; dúvidas que foram deixadas sem esclarecimento; necessidade de capital para investir; expectativa de maior apoio, entre outras.

Quadro 9: Motivos pelos quais a Consultoria Tecnológica não atendeu as expectativas

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Viu que precisava investir mais e não tinha capital	6,7				
Era muita teoria e pouca prática	6,7				
Ficou com dúvidas	6,7				
Imaginou que receberia ajuda financeira	6,7				
Não atingiu seu objetivo	6,7				
Não era como esperava	13,3				
O profissional não apresentou lançamentos	6,7				
Pouco conteúdo	6,7				
Queria um apoio maior	6,7				
Tempo foi muito curto	13,3				
Não sabe / Não respondeu	20,0				
Base	15				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Precisava investir e não tinha capital	-	8,3	-	-	-
Era muita teoria e pouca prática	100,0	-	-	-	-
Ficou com dúvidas	-	8,3	-	-	-
Imaginou que receberia ajuda financeira	-	8,3	-	-	-
Não atingiu seu objetivo	-	8,3	-	-	-
Não era como esperava	-	16,7	-	-	-
O profissional não apresentou lançamentos	-	-	50,0	-	-
Pouco conteúdo	-	8,3	-	-	-
Queria um apoio maior	-	-	50,0	-	-
Tempo foi muito curto	-	16,7	-	-	-
Não sabe / Não respondeu	-	25,0	-	-	-
Base	1	12	2	-	-

Os respondentes foram solicitados a indicar seu grau de satisfação com a Consultoria, e como se pode ver no Quadro 10, 19,3% ficaram muito satisfeitos e 77% satisfeitos com o mesmo (totalizando 96,3% dos respondentes). Deve-se destacar que essa percentagem é cerca de três pontos superior a do número de entrevistados que declararam que o curso atendeu ou superou as suas expectativas (93,5%). Este resultado indica que houve casos de clientes com expectativas não atendidas que disseram estar satisfeitos ou muito satisfeitos com o programa.

Foram observados casos de clientes que se demonstraram indiferentes em relação ao programa (1,3%) e, ainda, casos de insatisfação (1%) e muita insatisfação (1%). Os clientes indiferentes representam 7,1% do total de entrevistados da região Sul e 1,1% da Nordeste. Os julgamentos de insatisfação foram referentes aos clientes da região Nordeste. Já as opiniões mais críticas foram dos clientes das regiões Norte, Nordeste e

Sul, cujo percentual de clientes muito insatisfeitos representa, respectivamente, 6,3%, 0,4% e 7,1% do total.

Quadro 10: Grau de satisfação geral com a Consultoria Tecnológica em Design

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Muito satisfeito		19,3			
Satisfeito		77,0			
Indiferente		1,3			
Insatisfeito		1,0			
Muito Insatisfeito		1,0			
NSA/NO		0,3			
Base		305			

REGIÕES	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Muito satisfeito	18,8	19,9	14,3	-	-
Satisfeito	75,0	77,1	71,4	100,0	100,0
Indiferente	-	1,1	7,1	-	-
Insatisfeito	-	1,1	-	-	-
Muito Insatisfeito	6,3	0,4	7,1	-	-
NSA/NO	-	0,4	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

Os entrevistados foram indagados, também, a respeito dos aspectos que poderiam ser melhorados na Consultoria Tecnológica em Design. Entre as opções de respostas, as mencionadas com maior freqüência foram: proporcionar cursos mais aprofundados (52,1%), necessidade de acrescentar outras áreas do design (23,9%), oferecer uma solução completa (15,1%) e maior periodicidade das exposições (13,1%).

Quadro 11: Aspectos que poderiam ser melhorados na Consultoria Tecnológica em Design

Percentual

BRASIL		ANO 2006
Oferecer uma solução completa		15,1
Acrescentar outras áreas de design		23,9
Cursos mais aprofundados		52,1
Maior periodicidade exposições		14,1
Fomentar cooperação com outras instituições		9,8
Designers mais qualificados		13,1
Outros		11,8
Base		305

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Oferecer uma solução completa	18,8	14,0	35,7	-	-
Acrescentar outras áreas de design	31,3	23,2	35,7	-	-
Cursos mais aprofundados	31,3	54,2	35,7	66,7	-
Maior periodicidade exposições	6,3	14,0	21,4	-	100,0
Fomentar cooperação com instituições	12,5	8,5	35,7	-	-
Designers mais qualificados	25,0	11,4	28,6	33,3	-
Outros	-	12,9	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

Ainda, 11,8% dos entrevistados sugeriram outras melhorias, estando todos estes localizados nas regiões Nordeste e Sul. As solicitações de maior destaque são referentes ao aumento da carga horária do programa (25%), às aulas que sejam ministradas de maneira mais dinâmica (5,6%) e a uma melhor divulgação da Consultoria (5,6%).

Quadro 12: Outros pontos para melhoria na Consultoria Tecnológica em Design

Percentual

BRASIL	ANO 2006
Aulas mais dinâmicas	5,6
Aumentar a carga horária	25,0
Dar apoio financeiro	2,8
Diminuir os valores	2,8
Divulgar mais	5,6
Fazer parcerias bancárias	2,8
Mais acompanhamento dos tutores	2,8
Mais área de software livre	2,8
Material de apoio	2,8
Promover encontros em cidades pequenas	2,8
Ter mais acesso ao cliente	2,8
Nada	33,3
Não sabe / Não respondeu	8,3
Base	36

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aulas mais dinâmicas	-	5,7	-	-	-
Aumentar a carga horária	-	25,7	-	-	-
Dar apoio financeiro	-	2,9	-	-	-
Diminuir os valores	-	-	100,0	-	-
Divulgar mais	-	5,7	-	-	-
Fazer parcerias bancárias	-	2,9	-	-	-
Mais acompanhamento dos tutores	-	2,9	-	-	-
Mais área de software livre	-	2,9	-	-	-
Material de apoio	-	2,9	-	-	-
Promover encontros em cidades pequenas	-	2,9	-	-	-
Ter mais acesso ao cliente	-	2,9	-	-	-
Nada	-	34,3	-	-	-
Não sabe / Não respondeu	-	8,6	-	-	-
Base	-	35	1	-	-

Com relação à probabilidade de indicação, 83,9% dos entrevistados disseram estar dispostos a recomendar a consultoria do Sebrae para as pessoas de seu relacionamento. Este foi o pior resultado no triênio analisado, pois indica que mais de 13% dos entrevistados que participaram do programa não estariam dispostos a indicá-lo. Cabe destacar, ainda, que o mesmo é 12,4 pontos percentuais inferior ao nível alcançado no ano anterior, 2005, o que indica que parte dos consumidores que se consideraram satisfeitos ou muito satisfeitos não estariam dispostos a recomendar o programa.

Em todas as regiões pelo menos 83,4% dos entrevistados indicariam a consultoria, corroborando o padrão nacional. São os entrevistados das regiões Sul (14,3%), Nordeste (13,7%) e Norte (12,5%) que não teriam intenção de indicar o programa.

Quadro 13: Probabilidade de indicação da Consultoria Tecnológica para pessoas do relacionamento Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Sim	98,8	96,7	83,9
Não	1,2	2,9	13,4
Não soube avaliar	-	0,4	2,6
Base		136	305

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Sim	87,5	83,4	85,7	100,0	100,0
Não	12,5	13,7	14,3	-	-
Não soube avaliar	-	3,0	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

Quando questionados em relação à influência da Consultoria Tecnológica na otimização do processo produtivo, 86,9% dos entrevistados disseram que perceberam redução no custo final de seus produtos, 10,8% que não houve influência e apenas 2,3% perceberam influência negativa (representando estes 6,3% dos entrevistados da região Norte e 2,2% da Nordeste).

Quadro 14: Influência da Consultoria Tecnológica na otimização do processo produtivo com redução do custo final

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		86,9			
Permaneceu inalterada		10,8			
Negativa		2,3			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	87,5	87,8	71,4	66,7	100,0
Permaneceu inalterada	6,3	10,0	28,6	33,3	-
Negativa	6,3	2,2	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

85,6% dos entrevistados perceberam influência positiva do Programa na qualidade de seus produtos e serviços. A influência foi considerada negativa por apenas 1,6% e outros 12,8% consideraram que a qualidade permaneceu inalterada.

Os resultados regionais refletem o padrão nacional, uma vez que em todas as regiões a maioria das empresas percebeu melhoria na qualidade decorrente da participação no Programa. A influência foi negativa apenas no Nordeste e Sul (percebida por 7,1% das empresas nesta e 1,5% naquela).

Quadro 15: Influência da Consultoria Tecnológica no incremento na qualidade dos produtos/serviços

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		85,6			
Permaneceu inalterada		12,8			
Negativa		1,6			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	100,0	86,7	57,1	66,7	-
Permaneceu inalterada	-	11,8	35,7	33,3	100,0
Negativa	-	1,5	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

O Quadro 16 demonstra os resultados em relação à influência da Consultoria nos ganhos de produtividade e competitividade das empresas participantes. Tal influência foi positiva para 80% dos entrevistados, enquanto que 16,7% disseram que ambos os indicadores permaneceram inalterados em 2006.

Em todas as regiões a maioria das empresas percebeu influência positiva, sendo o menor percentual referente à região Sul, 64,3%. Somente empresas do Norte, Nordeste e Sul perceberam que sua produtividade e competitividade foram negativamente influenciadas pela participação no Programa (porém, não mais do que 7,1% do total de empresas em cada região).

Quadro 16: Influência da Consultoria Tecnológica nos ganhos de produtividade e de competitividade da empresa

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		80,0			
Permaneceu inalterada		16,7			
Negativa		3,3			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	87,5	80,4	64,3	66,7	100,0
Permaneceu inalterada	6,3	16,6	28,6	33,3	-
Negativa	6,3	3,0	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

O desenvolvimento de novos produtos ou serviços foi influenciado positivamente pela Consultoria Tecnológica em Design segundo 74,1% dos entrevistados. 3,6% perceberam influência negativa e 22,3% atestaram que nenhuma alteração foi observada nesse sentido.

Quadro 17: Influência da Consultoria Tecnológica no desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		74,1			
Permaneceu inalterada		22,3			
Negativa		3,6			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	75,0	75,6	42,9	66,7	100,0
Permaneceu inalterada	18,8	21,0	50,0	33,3	-
Negativa	6,3	3,3	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

Em relação às oportunidades de exportação, a maior parte dos entrevistados, 47,9%, disse que as oportunidades permaneceram inalteradas enquanto que 42,6% disseram que a influência do Programa foi positiva. Apenas 9,5% dos entrevistados evidenciaram impacto negativo.

Os benefícios foram percebidos por 50% das empresas do Norte e 45% do Nordeste. Apenas nestas regiões a influência nas exportações foi positiva. Por outro lado, ela foi negativa no Sul, Norte e Nordeste (percebidas por 28,6%, 12,5% e 8,5% das empresas, respectivamente).

Quadro 18: Influência da Consultoria Tecnológica nas oportunidades de exportação

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Positiva		42,6				
Permaneceu inalterada		47,9				
Negativa		9,5				
Base		305				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	50,0	45,0	-	-	-
Permaneceu inalterada	37,5	46,5	71,4	100,0	100,0
Negativa	12,5	8,5	28,6	-	-
Base	16	271	14	3	1

A influência da Consultoria Tecnológica na melhoria dos postos e ambiente de trabalho – com relação a aspectos ergonômicos – foi percebida como positiva por 79,7% dos clientes. Para 15,7% tais aspectos permaneceram inalterados e 4,6% argumentaram ter evidenciado impacto negativo (estando estes clientes mais críticos nas regiões Norte e Nordeste).

Quadro 19: Influência da Consultoria Tecnológica na melhoria dos postos e ambiente de trabalho/ergonomia

Percentual

BRASIL		ANO 2006				
Positiva		79,7				
Permaneceu inalterada		15,7				
Negativa		4,6				
Base		305				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	62,5	81,5	71,4	66,7	-
Permaneceu inalterada	25,0	14,0	28,6	33,3	100,0
Negativa	12,5	4,4	-	-	-
Base	16	271	14	3	1

A comercialização de produtos e serviços foi influenciada positivamente pela Consultoria Tecnológica em Design de acordo com 82% dos entrevistados. 3% alegaram que a mesma foi negativa e 15,1% que não houve alterações.

Os resultados negativos foram percebidos apenas por 6,3% das empresas do Norte, 2,6% do Nordeste e 7,1% do Sul.

Quadro 20: Influência da Consultoria Tecnológica na melhoria na comercialização de produtos/serviços

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		82,0			
Permaneceu inalterada		15,1			
Negativa		3,0			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	87,5	82,3	71,4	66,7	100,0
Permaneceu inalterada	6,3	15,1	21,4	33,3	-
Negativa	6,3	2,6	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

A imagem das empresas no mercado recebeu influência positiva da Consultoria de acordo com 82% dos entrevistados. Apenas 2,3% dos clientes (localizados no Nordeste e Sul) evidenciaram impacto negativo. Para outros 15,7% a imagem permaneceu inalterada.

Quadro 21: Influência da Consultoria Tecnológica na melhoria da imagem da empresa no mercado

Percentual

Respostas		Ano 2006			
Positiva		82,0			
Permaneceu inalterada		15,7			
Negativa		2,3			
Base		305			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	93,8	82,3	64,3	66,7	100,0
Permaneceu inalterada	6,3	15,5	28,6	33,3	-
Negativa	-	2,2	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

A grande maioria das empresas da amostra, 76,1%, evidenciou influência positiva da Consultoria no que tange à redução de desperdício. Para 18,4% os índices de desperdício permaneceram inalterados e 5,6% perceberam impacto negativo – tais clientes representam 7,1% e 5,9% das empresas das regiões Sul e Nordeste, respectivamente.

Quadro 22: Influência da Consultoria Tecnológica na redução de desperdício

Percentual

BRASIL		ANO 2006			
Positiva		76,1			
Permaneceu inalterada		18,4			
Negativa		5,6			
Base		305			

REGIÕES	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Positiva	100,0	76,0	57,1	66,7	-
Permaneceu inalterada	-	18,1	35,7	33,3	100,0
Negativa	-	5,9	7,1	-	-
Base	16	271	14	3	1

Os entrevistados foram questionados em relação outros indicadores de desempenho, entre eles a variação no número de empregados. O Quadro 23 indica que 20% das empresas entrevistadas tiveram um aumento no seu quadro de pessoal, enquanto 72,5% mantiveram uma situação estável. Em relação ao ano anterior, o saldo de 2006 é 4 pontos percentuais inferior. Para 8,8% dos entrevistados as mudanças evidenciadas foram consequência total da participação no curso do Sebrae e para 13,8% o efeito foi parcial. A grande maioria dos entrevistados, 71,3%, não soube avaliar a influência do Programa em tal indicador.

Os resultados regionais mostram que somente as empresas das regiões Norte, Nordeste e Sul observaram incrementos, no entanto, apenas as duas primeiras tiveram saldo positivo (+14,3 e +15,8, respectivamente). Na região Sul o saldo foi nulo.

Quadro 23: Variação no número de empregados

Percentual

BRASIL	Ano 2004	Ano 2005	Ano 2006
Aumentou	18,1	21,2	20,0
Reduziu	6,9	2,8	7,5
Manteve-se estável	75,0	76,0	72,5
Saldo*	11,2	18,4	12,5
Base		57	80

Influência do Sebrae **: total = 8,8%; parcial = 13,8%; nenhuma influência = 6,3%, NSA = 71,3%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	28,6	21,1	15,4	-	-
Reduziu	14,3	5,3	15,4	-	-
Manteve-se estável	57,1	73,7	69,2	100,0	100,0
Saldo*	14,3	15,8	-	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

A metade das empresas entrevistadas (50%) manteve o faturamento estável em 2006. O saldo de +35 foi o menor no triênio analisado, caindo cerca de vinte pontos percentuais em relação ao de 2005. Na opinião de 37,6% dos entrevistados, tais variações podem ser total (13,8%) ou parcialmente (23,8%) atribuídas à participação no programa. Todavia, destaca-se que a maioria (51,3%) não soube avaliar o impacto do curso do Sebrae neste atributo de desempenho.

Somente nas regiões Sudeste e Centro-Oeste o saldo foi nulo, uma vez que todas as empresas mantiveram seu faturamento estável. O melhor saldo foi evidenciado na região Norte (+57,1), seguida da Nordeste (+35,1) e Sul (+30,8).

Quadro 24: Variação no faturamento

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	41,5	52,8	42,5
Reduziu	4,9	-	7,5
Manteve-se estável	53,7	47,2	50,0
Saldo*	36,6	52,8	35,0
Base		57	80

Influência do Sebrae **: total = 13,8%; parcial = 23,8%; nenhuma influência = 11,3%, NSA = 51,3%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	57,1	43,9	38,5	-	-
Reduziu	-	8,8	7,7	-	-
Manteve-se estável	42,9	47,4	53,8	100,0	100,0
Saldo*	57,1	35,1	30,8	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

A maioria das empresas que participaram da pesquisa, 52,5%, disse que se tornou mais competitiva no ano de 2006, enquanto que 43,8% mantiveram sua competitividade em níveis estáveis. O saldo positivo de +48,7 foi o melhor em relação aos anos anteriores. Destaca-se que nem todas as empresas que evidenciaram aumento consideraram que o mesmo seja atribuído à participação no programa, uma vez que o percentual de clientes que atribuem influência total ou parcial não passou de 45%.

A análise por região indica que o saldo foi positivo em todas, admitindo-se a mesma tendência no Centro-Oeste caso o número de entrevistados fosse maior. O melhor resultado foi percebido na região Norte, visto que 71,4% das empresas evidenciaram aumento na competitividade e nenhuma teve redução. 7,7% das empresas

da região Sul e 3,5% da Nordeste perceberam redução, sendo estas as únicas regiões que apresentaram tal resultado.

Quadro 25: Variação na competitividade

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	53,5	51,6	52,5
Reduziu	5,6	4,9	3,8
Manteve-se estável	40,8	43,6	43,8
Saldo*	47,9	46,7	48,7
Base		57	80

Influência do Sebrae **: total = 20,0%; parcial = 25,0%; nenhuma influência = 7,5%, NSA = 47,5%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	71,4	52,6	46,2	50,0	-
Reduziu	-	3,5	7,7	-	-
Manteve-se estável	28,6	43,9	46,2	50,0	100,0
Saldo*	71,4	49,1	38,5	50,0	-
Base	7	57	13	2	1

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

Quanto à participação de mercado, 31,3% dos entrevistados informaram ter aumentado sua fatia, enquanto 62,5% mantiveram-na estável. Comparando este resultado com os dos anos anteriores, comprova-se a existência de uma situação menos favorável evidenciada pela queda do saldo desse indicador de +47 em 2005 para +25 em 2006. Este foi, na verdade, o pior saldo no triênio analisado. Para 15% dos entrevistados essas variações tiveram influência total do Programa do Sebrae, enquanto que para 13,8% esta foi percebida como parcial.

Todas as regiões tiveram saldos positivos, com exceção da Sudeste e Centro-Oeste em que o mesmo foi nulo.

Quadro 26: Variação na fatia de mercado

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	40,8	51,8	31,3
Reduziu	5,6	4,9	6,3
Manteve-se estável	53,5	43,3	62,5
Saldo*	35,2	47,0	25,0
Base		57	80

Influência do Sebrae **: total = 15,0%; parcial = 13,8%; nenhuma influência = 7,5%, NSA = 63,8%

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	42,9	29,8	38,5	-	-
Reduziu	-	5,3	15,4	-	-
Manteve-se estável	57,1	64,9	46,2	100,0	100,0
Saldo*	42,9	24,5	23,1	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

Como pode ser observado no Quadro 27, 28,8% das empresas aumentaram seu mercado de atuação e a maioria, 66,3%, mantiveram-no estável. Apenas 5% das empresas que participaram da pesquisa reduziram mercado em 2006. Contudo, o saldo em 2006 foi cerca de trinta pontos percentuais menor que o de 2005. 32,6% dos entrevistados acreditam na existência de alguma influência do Programa no resultado, seja esta total ou parcial.

Em todas as regiões a maioria das empresas manteve a atuação de mercado estável – com exceção da Norte, em que 71,4% das empresas perceberam incrementos. Os saldos foram positivos no Norte (+71,4), Nordeste (+21,1) e Sul (+15,4) e nulo no Sudeste e Centro-Oeste.

Quadro 27: Variação no mercado de atuação

Percentual

BRASIL	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	58,3	28,8
Reduziu	2,4	5,0
Manteve-se estável	39,3	66,3
Saldo*	55,8	23,8
Base	57	80

Influência do Sebrae **: total = 13,8%; parcial = 18,8%; nenhuma influência = 1,3%, NSA = 66,3%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	71,4	28,1	15,4	-	-
Reduziu	-	7,0	-	-	-
Manteve-se estável	28,	64,9	84,6	100,0	100,0
Saldo*	71,4	21,1	15,4	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

Com relação às exportações, 88,8% das empresas que participaram da pesquisa mantiveram-nas estáveis em 2006. O saldo foi de +3,7, evidenciando que 7,5% aumentaram e 3,8% reduziram. Comparando este resultado com o ano anterior, percebe-

se uma grande redução, uma vez que o saldo em 2005 foi de +37,2. Apenas 10,1% das empresas atribuem as variações nas exportações ao Programa.

A única região que observou aumento nas exportações foi a Nordeste, onde 10,5% das empresas tiveram incremento. Foi também esta região a única que obteve saldo positivo (+8,7). Tanto Norte como Sul tiveram redução no nível das exportações (saldos de -14,3 e -7,7, respectivamente), enquanto que no Sudeste e Centro-Oeste os saldos foram nulos.

Quadro 28: Variação na exportação

Percentual

BRASIL	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	37,2	7,5
Reduziu	3,4	3,8
Manteve-se estável	59,5	88,8
Saldo*	33,8	3,7
Base	57	80

Influência do Sebrae **: total = 6,3%; parcial = 3,8%; nenhuma influência = 2,5%, NSA = 87,5%

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	-	10,5	-	-	-
Reduziu	14,3	1,8	7,7	-	-
Manteve-se estável	85,7	87,7	92,3	100,0	100,0
Saldo*	-14,3	8,7	-7,7	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

Todas as empresas pesquisadas argumentaram que sua imagem melhorou ou se manteve estável no ano de 2006. O saldo de +46,3, no entanto, foi o menor em relação aos anos anteriores. 51,3% dos entrevistados não souberam avaliar se o Programa do Sebrae exerceu influência nos resultados para esse indicar. Por outro lado, 43,8% acreditam que esta influência foi total ou parcial.

Quadro 29: Variação na imagem no mercado

Percentual

BRASIL	ANO 2004	ANO 2005	ANO 2006
Aumentou	60,6	74,2	46,3
Reduziu	-	-	-
Manteve-se estável	39,4	25,8	53,8
Saldo*	60,6	74,2	46,3
Base		57	80

Influência do Sebrae **: total = 18,8%; parcial = 25,0%; nenhuma influência = 5,0%, NSA = 51,3%

Continua

Continuação

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Aumentou	85,7	45,6	38,5	-	-
Reduziu	-	-	-	-	-
Manteve-se estável	14,3	54,4	61,5	100,0	100,0
Saldo*	85,7	45,6	38,5	-	-
Base	7	57	13	2	1

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

No quadro 30 é apresentada a distribuição de empresas conforme a estimativa de faturamento bruto anual. 55,1% delas possuem faturamento de até R\$ 60 mil, sendo que dentre as diversas faixas a que obteve maior freqüência foi a de até R\$ 20 mil (31,3%). Apenas 6,3% percebem receita superior a R\$ 360 mil.

Quadro 30: Estimativa de faturamento bruto anual da empresa

Percentual

BRASIL	ANO 2006				
Até R\$ 20 mil	31,3				
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	10,0				
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	13,8				
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	10,0				
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	11,3				
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	5,0				
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 1.040 milhão	-				
Acima de R\$ 1.040 milhão até R\$ 1.100 milhão	-				
Acima de R\$ 1.100 milhão até R\$ 1.200 milhão	1,3				
Acima de R\$ 1.200 milhão	-				
Não teve faturamento	2,5				
Recusou informar	2,5				
Não soube avaliar	12,5				
Base	80				

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Até R\$ 20 mil	28,6	33,3	23,1	50,0	-
Acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	42,9	7,0	7,7	-	-
Acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	-	14,0	15,4	-	100,0
Acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	-	10,5	7,7	50,0	-
Acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	14,3	7,0	30,8	-	-
Acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	-	7,0	-	-	-
Acima de R\$ 600 mil até R\$ 1.040 milhão	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.040 milhão até R\$ 1.100 milhão	-	-	-	-	-
Acima de R\$ 1.100 milhão até R\$ 1.200 milhão	-	1,8	-	-	-
Acima de R\$ 1.200 milhão	-	-	-	-	-
Não teve faturamento	-	3,5	-	-	-
Recusou informar	-	3,5	-	-	-
Não soube avaliar	14,3	12,3	15,4	-	-
Base	7	57	13	2	1

A última questão era voltada apenas para aqueles 73,4% dos entrevistados que ainda não haviam aberto seu próprio negócio e foram então denominados “futuros empresários”. Os mesmos foram questionados em relação à intenção de abertura e a maioria, 51,8%, respondeu afirmativamente. 15,2% disseram já ter identificado uma oportunidade e 30,4% responderam que ainda não pretendem abrir sua própria empresa.

Quadro 31: Intenção em relação à abertura de um negócio

Percentual

BRASIL		Ano 2006			
Pretendo abrir um negócio		51,8			
Identifiquei uma oportunidade de negócio		15,2			
Não pretendo abrir um negócio		30,4			
Não soube avaliar		2,7			
Base		224			

REGIÃO	NORTE	NORDESTE	SUL	SUDESTE	CENTRO-OESTE
Pretendo abrir um negócio	66,7	50,9	-	100,0	-
Identifiquei uma oportunidade	22,2	15,0	-	-	-
Não pretendo abrir negócio	11,1	31,3	-	-	-
Não soube avaliar	-	2,8	-	-	-
Base	9	214	-	1	-

III.Considerações Finais

A amostra foi composta na sua maioria por pessoas físicas, 79%. 19,3% correspondem a empresas constituídas e 1,6% a empresas informais. Dentre as empresas, todas são micro ou pequenas e o setor mais expressivo foi o comércio (46,9%). 17,7% iniciaram suas atividades há mais de dois anos e 8,5% no ano de 2005 ou depois.

Os entrevistados destacaram principalmente o design de produtos (32,5%), de postos e ambientes de trabalho (23,8%) e modelagem (10%) como as áreas em receberam consultoria.

Quanto à avaliação em relação às expectativas, destaca-se que 93,5% dos entrevistados tiveram as mesmas atendidas ou superadas, sendo este o melhor resultado no triênio estudado. A boa avaliação foi confirmada através da questão do nível de satisfação geral, uma vez que o percentual de pessoas “satisfeitas” ou “muito satisfeitas” foi 96,3%. É importante destacar que este percentual é cerca de três pontos percentuais superior ao de clientes com expectativas atendidas ou superadas, o que evidencia casos de clientes que não tiveram suas expectativas atendidas e que ainda assim demonstraram-se satisfeitos com a Consultoria.

É interessante destacar que 83,9% dos entrevistados indicariam o curso para pessoas do seu relacionamento. Tal percentual é menor que o de clientes satisfeitos e muito satisfeitos (96,3%) em cerca de treze pontos percentuais, o que indica que há clientes que fazem uma boa avaliação do curso que não estariam dispostos a indicá-lo. Estes clientes mais críticos e sem intenção de indicar estão presentes nas regiões Sul, Norte e Nordeste.

Com relação aos aspectos que poderiam ser melhorados, 52,1% dos entrevistados apontaram a necessidade de proporcionar cursos mais aprofundados. Ainda, outras sugestões foram relevantes: aplicação do curso em outras áreas do design (23,9%); apresentar soluções completas (15,1%); e aumentar o número de exposições (13,1%).

Verificou-se que os entrevistados percebem influência direta e positiva da consultoria na otimização de seus processos produtivos (86,9%), na qualidade dos produtos e serviços (85,6%), na imagem de mercado (82%) e na comercialização dos bens e serviços (82%). Dentre as variáveis apresentadas, a que os clientes atribuíram

menor influência do curso do Sebrae é a oportunidade de exportação (cerca de 50% não acreditam que o curso exerça influência na mesma).

Em relação à avaliação de desempenho, percebe-se que no ano de 2006 as empresas que participaram da pesquisa mantiveram estáveis grande parte de seus indicadores, dentre estes: exportações (88%), número de empregados (72,5%), mercado de atuação (66,3%) e participação de mercado (62,5%). Os melhores desempenhos foram em relação às variáveis competitividade, imagem e faturamento, uma vez que, respectivamente, 52,5%, 46,3% e 42,5% das empresas apontaram incrementos em cada uma delas. Em média, 31,48% dos entrevistados atribuem as variações observadas nestes sete indicadores à participação na consultoria. Destaca-se, contudo, que ao analisar apenas as três variáveis de melhor desempenho esta média se eleva para 42%, ou seja, são as variáveis que os clientes mais percebem influência do curso.

Considerando todos os aspectos mencionados, pode-se concluir que a avaliação do Programa foi positiva em todos os seus aspectos e que seu impacto nos indicadores de desempenho avaliados também foi positivo, inclusive reconhecido pelos clientes.

Destaca-se, por fim, que 73,4% dos entrevistados tinham sido considerados “futuros empresários”, pois ainda não possuíam seus próprios negócios. Os mesmos foram indagados a respeito da intenção de abertura motivada pelos conhecimentos adquiridos na Consultoria Tecnológica em Design. A maioria, 51,8%, disse que pretende abrir, 15,2% argumentaram já identificaram uma oportunidade de negócio e 30,4% descartam tal possibilidade.

Recomenda-se uma pesquisa mais aprofundada para identificar quais os fatores que compõem a satisfação dos clientes, bem como esforços pontuais para compreender por que nas regiões Sul, Norte e Nordeste há clientes satisfeitos que não promovem ou indicam o curso. Finalmente, destaca-se a necessidade de avaliar a viabilidade de atender as demandas dos clientes, que sugeriram melhorias em termos de aprofundamento nos conteúdos dos cursos e incorporação de outras áreas do design aos mesmos.

IV. Questionário**PESQUISA DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO E DO DESEMPENHO DO CLIENTE SEBRAE
Exercício 2007 – Ano Base 2006****Consultoria Tecnológica em Design**

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 da Consultoria Tecnológica em Design.

O/A Sr./a participou no ano passado de todas as atividades desenvolvidas na Consultoria? 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 (Apenas para pessoas jurídicas ou empresa informal)

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

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

Em que ano sua empresa foi fundada?

1. () 2004 ou menos 3. () Ainda não abriu a empresa (futuro empresário)
2. () 2005 ou mais 4. () Não soube responder**II. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DA SATISFAÇÃO****Q21.1 Em quais áreas do design sua empresa recebeu apoio da Consultoria Tecnológica em Design? (Resposta múltipla estimulada).**

Q21.1.1 () Design de produto Q21.1.3 () Modelagem Q21.1.5 () Design de embalagem

Q21.1.2 () Design urbano	Q21.1.4 () Design gráfico	Q21.1.6 () Design de postos e ambientes de trabalho / ergonomia
Q21.1.7 () Outro/s		

Q21.2 Como o(a) Sr.(a) avalia a Consultoria Tecnológica em Design em relação às suas expectativas? *(Resposta única estimulada).*

Q21.2.1 () Superou	Q21.2.2 () Atendeu	Q21.2.3 () Não atendeu. Por quê?	Q21.2.4 () Não soube avaliar
Por quê?			

Q21.3 Qual seu grau de satisfação com relação à Consultoria Tecnológica em Design? *(Resposta única estimulada).*

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

Q21.4 Na sua opinião, o que poderia ajudar a melhorar a Consultoria Tecnológica em Design? *(Resposta múltipla estimulada randômica).*

Q21.4.1 () Oferecer uma solução completa	Q21.4.3 () Cursos mais aprofundados	Q21.4.5 () Fomentar cooperação com outras instituições
Q21.4.2 () Acrescentar outras áreas de design	Q21.4.4 () Maior periodicidade exposições	Q21.4.6 () Designers mais qualificados
Q21.4.7 () Outro/s		

Q21.5 O (a) Sr.(a) indicaria a participação de outra(s) empresa(s), futuro empreendedor ou pessoa(s) do seu relacionamento na Consultoria Tecnológica em Design promovido pelo Sebrae? *(Resposta única espontânea).*

Q21.5.1 () Sim	Q21.5.2 () Não	Q21.5.3 () Não soube avaliar
-----------------	-----------------	-------------------------------

III. INDICADORES DE AVALIAÇÃO DE DESEMPENHO

Q21.6 Qual foi a influência da Consultoria Tecnológica em Design, em relação aos seguintes itens? As alternativas de resposta são: influenciou positivamente, não influenciou, influenciou negativamente. *(Resposta única estimulada).*

Objetivos	Positiva	Permaneceu inalterada	Negativa
Q21.6.1 Otimização do processo produtivo com redução do custo final	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.2 Incremento na qualidade dos produtos/serviços	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.3 Ganhos de produtividade e de competitividade da empresa	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.4 Desenvolvimento de novos produtos e/ou serviços	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.5 Oportunidades de exportação	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.6 Melhoria dos postos e ambiente de trabalho/ergonomia	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.7 Melhoria na comercialização de produtos/serviços	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.8 Melhoria da imagem da empresa no mercado	1. ()	2. ()	3. ()
Q21.6.9 Redução de desperdício	1. ()	2. ()	3. ()

PARA EMPRESÁRIOS

Q21.7 A seguir, vou mencionar uma série de indicadores. Gostaria que o Sr.(a) avaliasse se aconteceram modificações neles como consequência de sua participação na Consultoria Tecnológica em Design. *(Resposta única estimulada).*

Indicadores	Variação			Essas variações são atribuídas ao curso?			
	+	-	=	Sim		Não	Não soube avaliar
				Totalmente	Parcialmente		
Q21.7.1 N° de empregados	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.2 Faturamento	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.3 Competitividade	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.4 Fatia de mercado	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.5 Mercado de atuação	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.6 Exportação	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()
Q21.7.7 Imagem no mercado	1. ()	2. ()	3. ()	1. ()	2. ()	3. ()	4. ()

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

Q21.8 Qual a estimativa de faturamento bruto anual de sua empresa após a participação na Consultoria Tecnológica em Design? *(Resposta única estimulada).*

Q21.8.1 () até R\$ 20 mil	Q21.8.8 () acima de R\$ 1.040 mil até R\$ 1.100 milhão
Q21.8.2 () acima de R\$ 20 mil até R\$ 40 mil	Q21.8.9 () acima de R\$ 1.100 milhão até R\$ 1.200 milhão
Q21.8.3 () acima de R\$ 40 mil até R\$ 60 mil	Q21.8.10 () acima de R\$ 1.200 milhão
Q21.8.4 () acima de R\$ 60 mil até R\$ 120 mil	Q21.8.11 () Não teve faturamento
Q21.8.5 () acima de R\$ 120 mil até R\$ 360 mil	Q21.8.12 () Recusou informar
Q21.8.6 () acima de R\$ 360 mil até R\$ 600 mil	Q21.8.13 () Não soube avaliar
Q21.8.7 () acima de R\$ 600 mil até R\$ 1.040 mil	

Para Futuros Empresários

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

Q21.9 Com o conhecimento adquirido na Consultoria Tecnológica em Design, qual é a sua intenção em relação à abertura de um negócio? *(Resposta única estimulada).*

Q21.9.1 () Pretendo abrir um negócio	Q21.9.3 () Não pretendo abrir negócio
Q21.9.2 () Identifiquei uma oportunidade de negócio	Q21.9.4 () Não soube avaliar