

# Pesquisa de satisfação e impacto Negócio a Negócio

clientes atendidos em 2016

maio 2017

# objetivo



*objetivo*

**levantar a satisfação e principais  
impactos do programa Negócio a  
Negócio nos clientes atendidos  
em 2016**

# metodologia

- aplicação de questionário único (perguntas fechadas e abertas) a uma amostra de clientes do Negócio a Negócio
- pesquisa realizada via CATI (telefone) com 9.493 entrevistas
- margem de erro de +/- 1% (para os resultados gerais) e um intervalo de confiança de 95%
- listagem com o nome dos participantes fornecida pelo Sebrae
- entrevistas realizadas entre os dias 01/03/2017 e 27/04/2017
- na consolidação foram utilizados fatores de ponderação para que os resultados reflitam a realidade de cada estrato no conjunto dos clientes atendidos pelo NaN em 2016
- todo o estudo obedeceu aos códigos de ética da:
  - ABEP; da ESOMAR e à norma ABNT NBR ISO 20.252:2012

# segmentação



porte da empresa



MEI

5.371 entrevistas



ME

4.122 entrevistas



visitas recebidas na empresa

1 visita 2.721 entrevistas

2 visitas 2.502 entrevistas

3 visitas 1.189 entrevistas

4 visitas 474 entrevistas

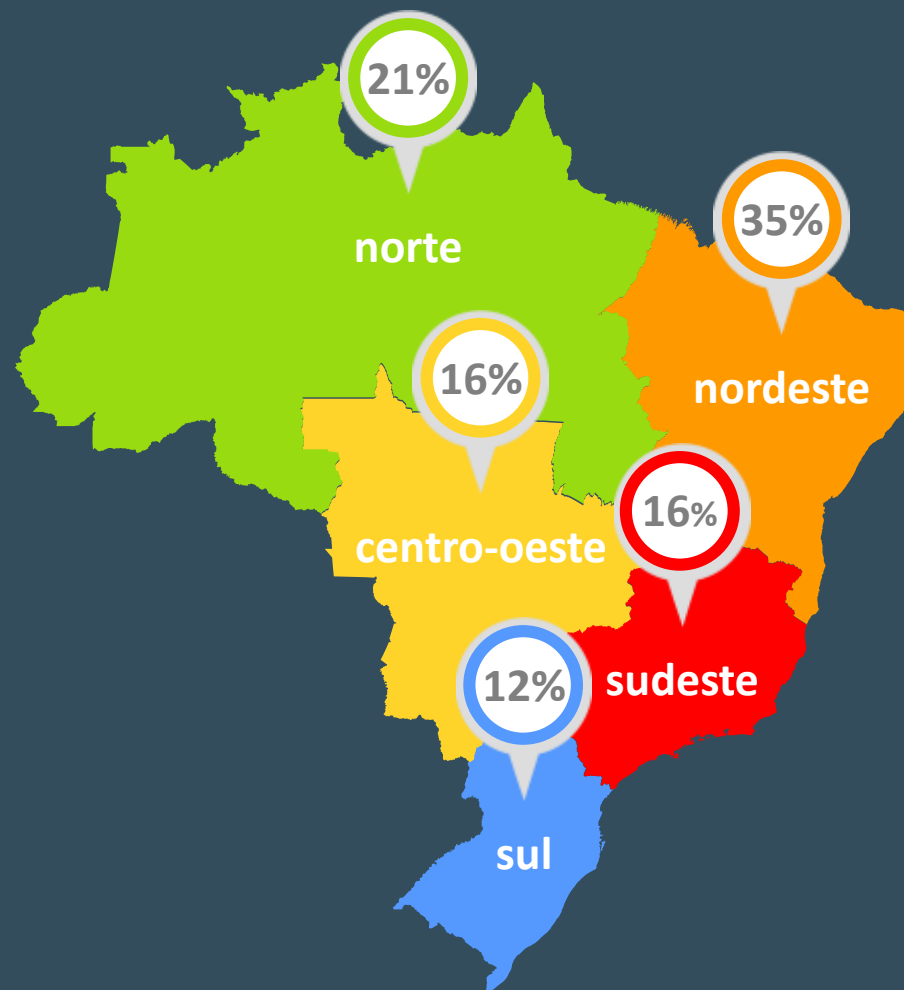
5 visitas ou + 431 entrevistas

a pergunta referente à quantidade de visitas não foi feita para os entrevistados do RJ

# segmentação

AC	316
AL	349
AM	328
AP	--
BA	378
CE	378
DF	377
ES	377
GO	380
MA	373
MG	382
MS	372
MT	363
PA	372

PB	369
PE	375
PI	371
PR	383
RJ	382
RN	363
RO	353
RR	297
RS	397
SC	377
SE	362
SP	383
TO	336



 + informações

\* valores não ponderados

**bloco A**

**bloco B**

**bloco C**

apenas aqueles que afirmaram ter  
recebido um Agente de Orientação  
do Sebrae na empresa em 2016

**| 88 % dos entrevistados |**

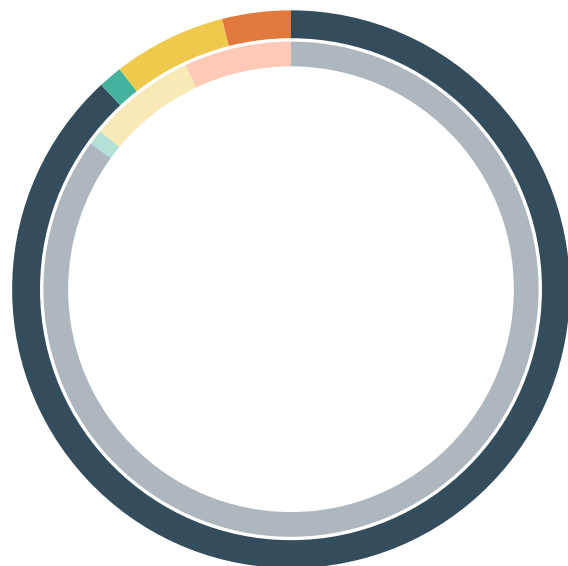
# Participação no Negócio a Negócio



histórico



+ informações



		2015
sim	<b>88%</b>	<b>85%</b>
não fui atendido em 2016, mas fui em anos anteriores	<b>1%</b>	<b>1%</b>
não lembra de ter sido atendido	<b>7%</b>	<b>7%</b>
nunca fui atendido pelo Sebrae	<b>4%</b>	<b>7%</b>

- praticamente 9 em cada 10 entrevistados confirmaram a participação no Negócio a Negócio em 2016 (88%), um avanço com relação à qualidade do banco de dados de 2015 (F1)





base: 9.493

# Participação no Negócio a Negócio

- 6% dos entrevistados que exercem a atividade como micro empreendedor individual afirmaram que nunca foram atendidos pelo Sebrae (F1)

- a soma desses que 'nunca foram atendidos' com aqueles que 'não se recordam de terem sido atendidos' corresponde a 1 em cada 7 desses empreendedores do perfil MEI

		
	MEI	ME
sim	85%	91%
não fui atendido em 2016, mas fui em anos anteriores	1%	1%
não lembra de ter sido atendido	8%	5%
nunca fui atendido pelo Sebrae	6%	2%
	5.371	4.122



# Participação no Negócio a Negócio

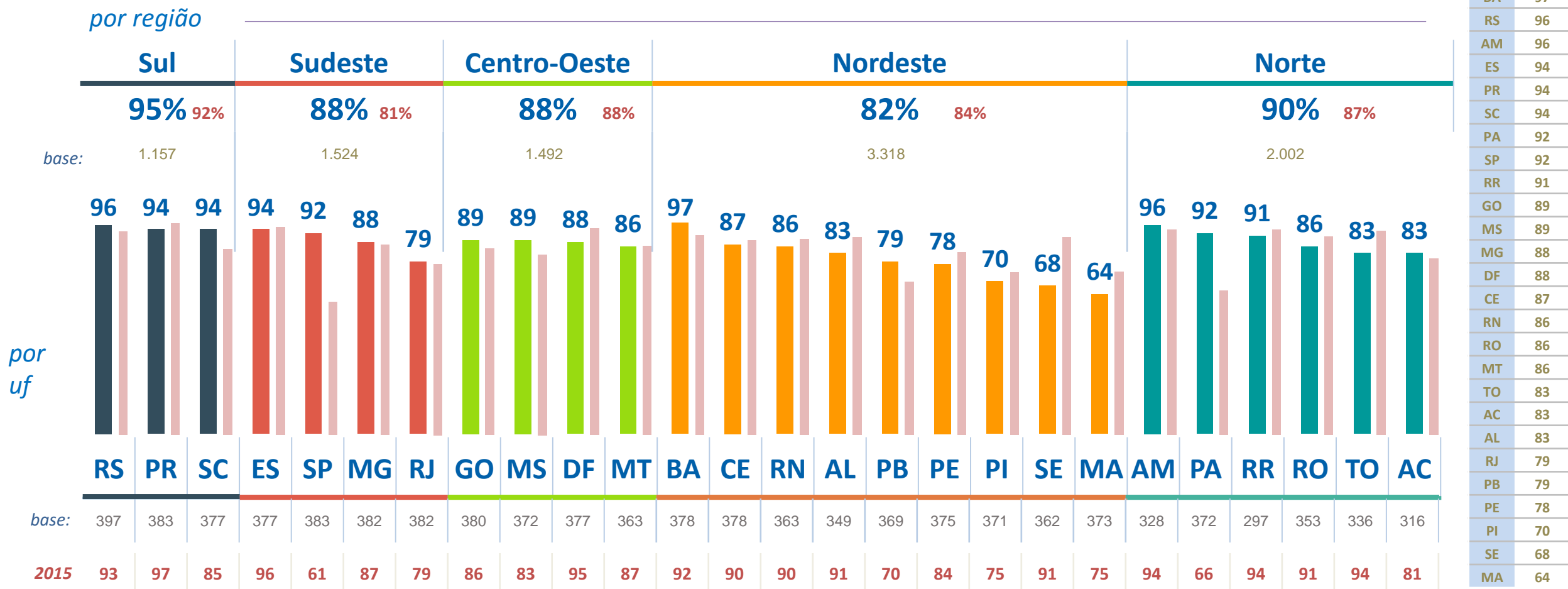
+ informações



histórico

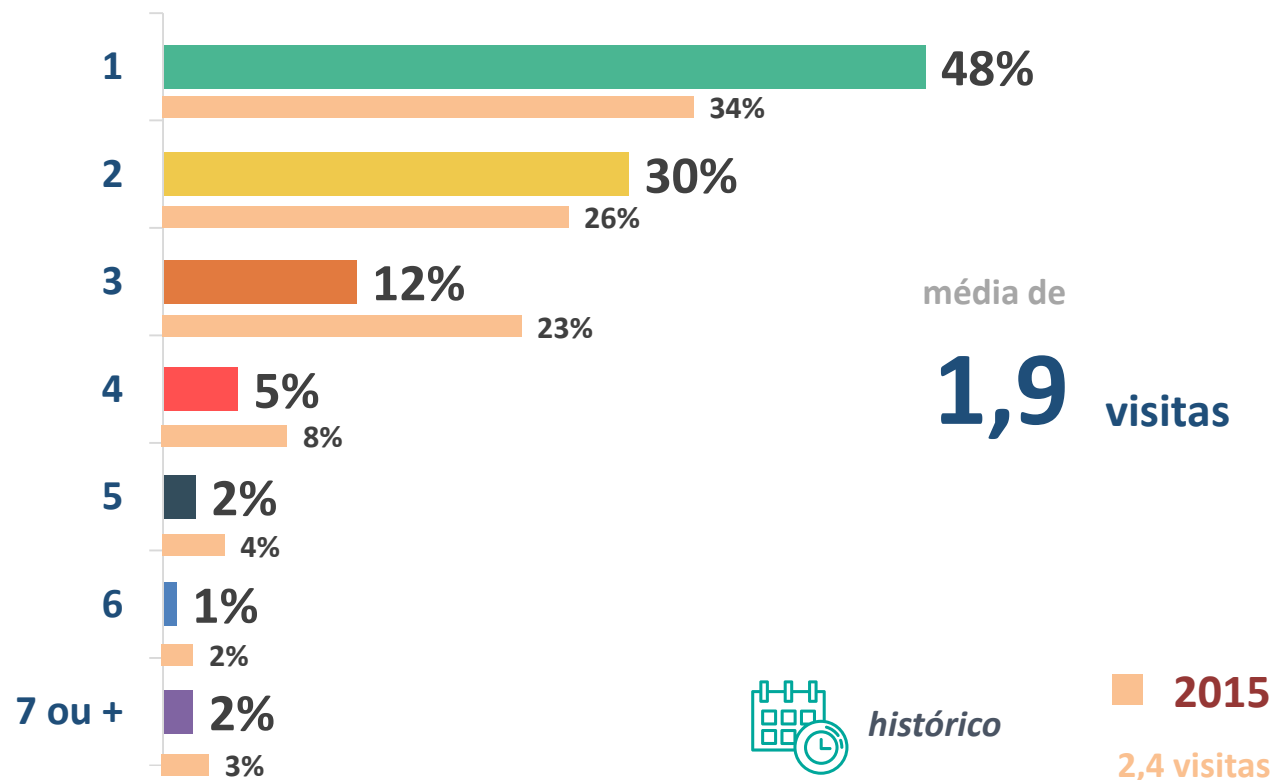


ver em ordem decrescente(UF)



# Quantidade de visitas

 + informações





- o número de visitas dos AOs correspondeu, na média, a '1,9', valor inferior ao apurado em 2015 (2,4) e também ao resultado de 2014 (2,7) (F2)
- merece atenção, que praticamente a metade dos entrevistados, afirma que só recebeu uma única visita do AOE

base: 7.317

# Quantidade de visitas

- não existem diferenças expressivas quando os resultados são segmentados em função do porte das empresas atendidas em 2016 (F2)

		
	MEI	ME
1	50%	47%
2	30%	30%
3	11%	13%
4	5%	5%
5	2%	2%
6	1%	1%
7 visitas ou mais	1%	2%
<b>média de visitas</b>	<b>1,9</b>	<b>2,0</b>
base:	3.931	3.386



# Quantidade de visitas

- o percentual de visitas únicas no SE\* chama atenção por fugir em muito aos valores das demais regiões (F2)

\*lembrando que essa pergunta não foi feita para as empresas atendidas do RJ

- como detalhado a seguir, tal distorção se concentra particularmente nos estados de SP e MG

		S	SE	CO	NE	N
1		28%	70%	32%	35%	33%
2		34%	22%	37%	37%	32%
3		20%	5%	16%	17%	18%
4		8%	1%	8%	5%	10%
5		4%	0%	4%	2%	4%
6		2%	0%	1%	1%	1%
7 visitas ou mais		3%	1%	3%	1%	3%
<b>média de visitas</b>		<b>2,4</b>	<b>1,5</b>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2,4</b>
		1.003	992	1.211	2.459	1.652

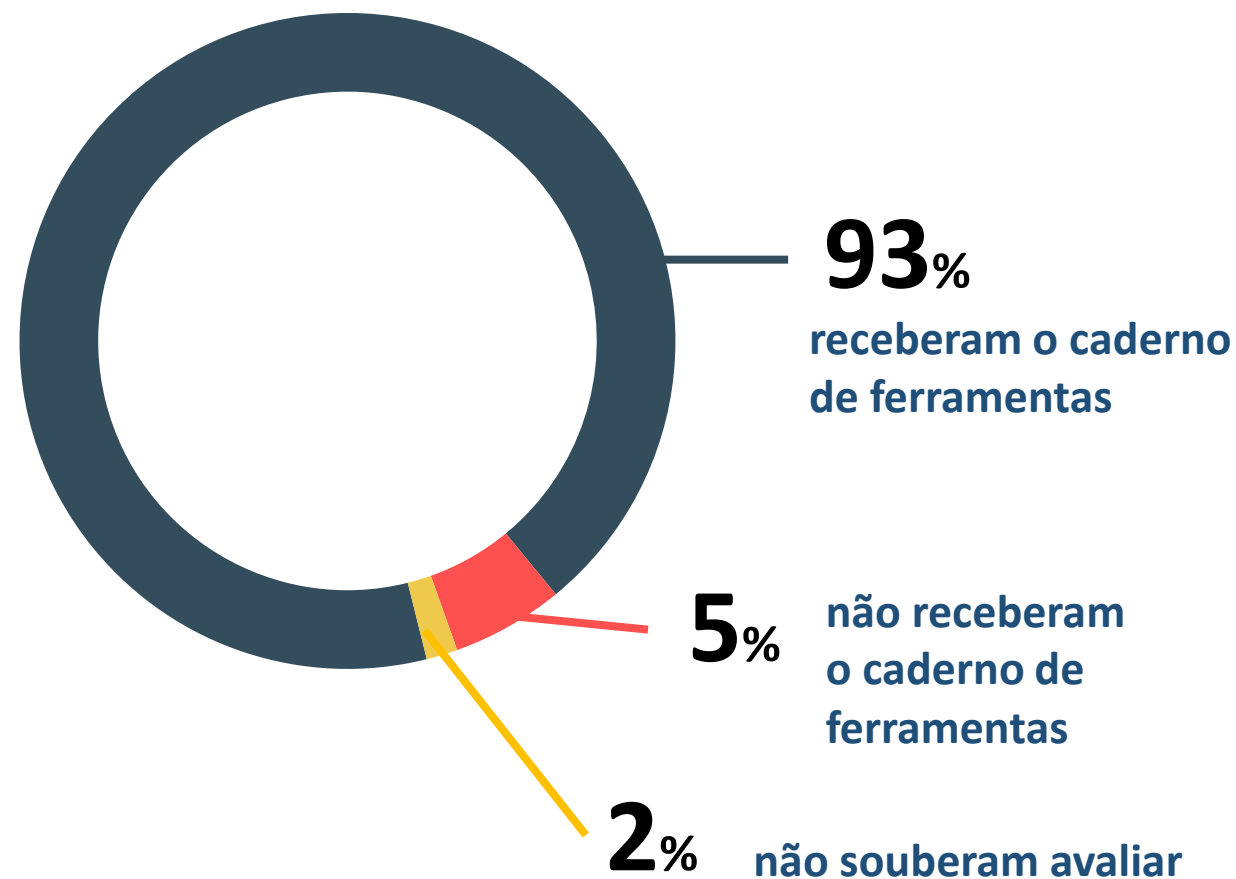
# Quantidade de visitas

+ informações

	SC	RS	PR	SP	RJ	MG	ES	DF	GO	MS	MT	SE	RN	PI	PE	PB	MA	CE	BA	AL	TO	AM	AC	PA	RR	RO
<b>1</b>	48	21	20	79	--	61	29	25	33	38	33	31	39	45	43	44	48	35	19	41	45	24	38	32	24	35
<b>2</b>	38	38	27	16	--	29	40	34	38	42	30	38	44	29	37	32	32	37	43	35	34	38	33	29	29	33
<b>3</b>	9	25	24	2	--	7	17	21	14	12	19	21	12	17	15	16	13	18	21	15	15	25	14	17	21	15
<b>4</b>	1	8	15	0	--	2	8	9	8	4	12	5	2	3	4	3	4	7	9	4	3	8	8	12	14	9
<b>5</b>	1	3	7	0	--	0	2	4	4	2	3	2	2	1	1	3	1	3	4	1	2	1	4	6	5	3
<b>6</b>	0	2	4	--	--	0	0	2	0	1	0	1	0	1	--	1	1	1	3	1	--	0	1	2	3	2
<b>7 visitas ou mais</b>	2	3	3	1	--	1	3	5	2	1	1	2	0	2	1	1	1	1	2	1	2	3	2	3	4	3
<b>média de visitas</b>	1,8	2,5	2,9	1,3	--	1,6	2,2	2,6	2,2	1,9	2,3	2,2	1,9	2,0	1,9	2,0	1,9	2,1	2,5	2,0	1,9	2,4	2,2	2,5	2,8	2,3
base:	332	353	318	340	---	319	333	300	313	315	283	228	295	245	279	276	228	301	338	269	265	300	237	330	242	278

# Caderno de Ferramentas

- mais de 9 em cada 10 entrevistados que foram atendidos pelo Negócio a Negócio em 2016, afirmaram ter recebido o caderno de ferramentas (caderno de gestão) (P1)





base: 8.150

# Caderno de Ferramentas

- os resultados quanto ao recebimento do caderno de ferramentas não apresentam diferenças significativas em função do porte das empresas (P1)

- já com relação à quantidade de visitas recebidas, o recebimento do caderno tende a ter uma maior intensidade, quanto mais visitas tenham sido recebidas

	 MEI	 ME
sim	<b>92%</b>	<b>93%</b>
não sabem avaliar	<b>1%</b>	<b>2%</b>
não receberam o caderno de ferramentas	<b>6%</b>	<b>5%</b>
	4.440	3.710

	<b>1</b> visita	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b> ou mais visitas
	<b>89%</b>	<b>95%</b>	<b>96%</b>	<b>96%</b>	<b>98%</b>
	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>
	<b>9%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
	2.721	2.502	1.189	474	431

 + informações

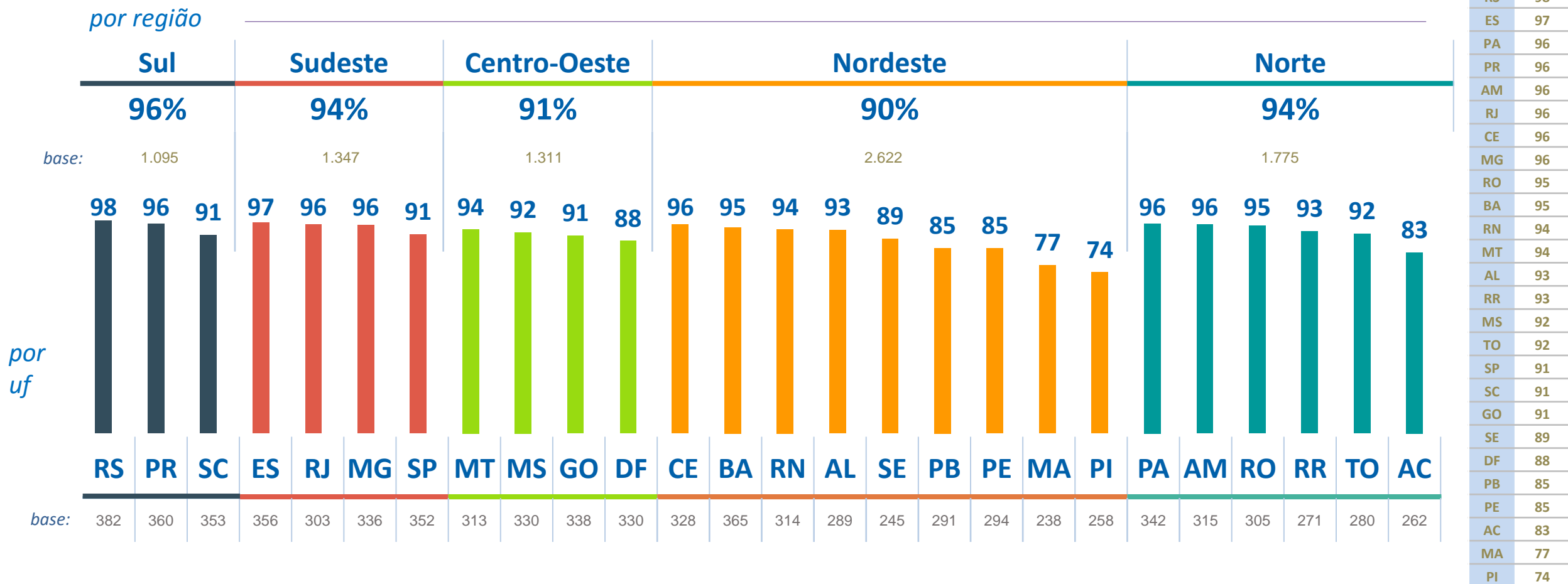
# Caderno de Ferramentas

+ informações

entrevistados que receberam o caderno de ferramentas

2  
1

ver em ordem decrescente(UF)





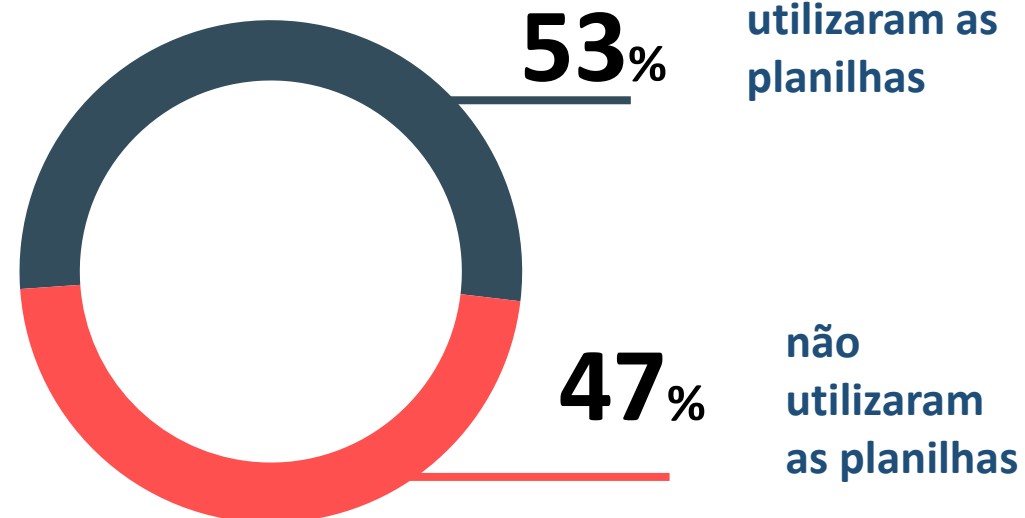
# Utilização das planilhas

 + informações

**P1.** Durante a visita foi entregue um Caderno de Ferramentas com algumas planilhas (caderno de gestão) ?

**93%**  
receberam o caderno de ferramentas com as planilhas

- dentre os entrevistados que receberam o caderno de planilhas, mais da metade deles confirma ter feito uso das mesmas (P2)

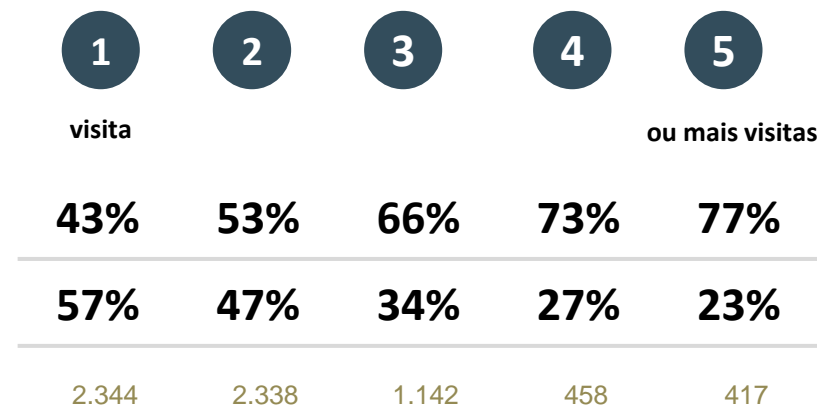
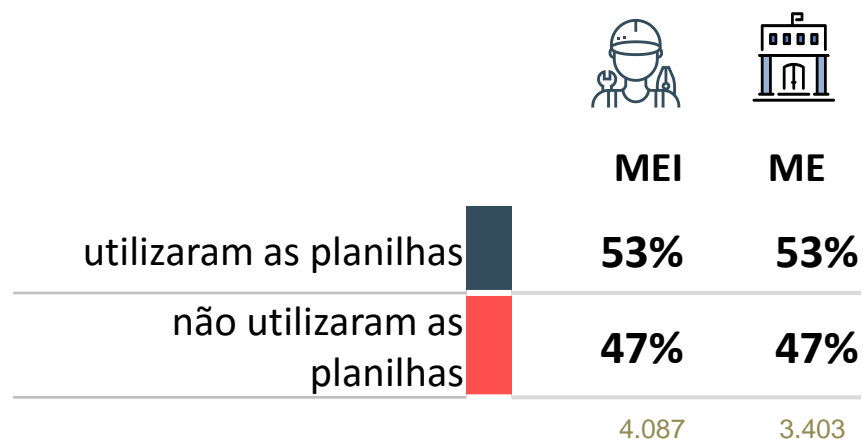


base: 7.490

# Utilização das planilhas

- a utilização das planilhas pelos entrevistados teve resultados idênticos quando segmentados pelo porte das empresas (P2)

- observa-se que quanto maior a quantidade de visitas às empresas, tanto maior o percentual delas que utilizaram o caderno de ferramentas em seu negócio



# Utilização das planilhas

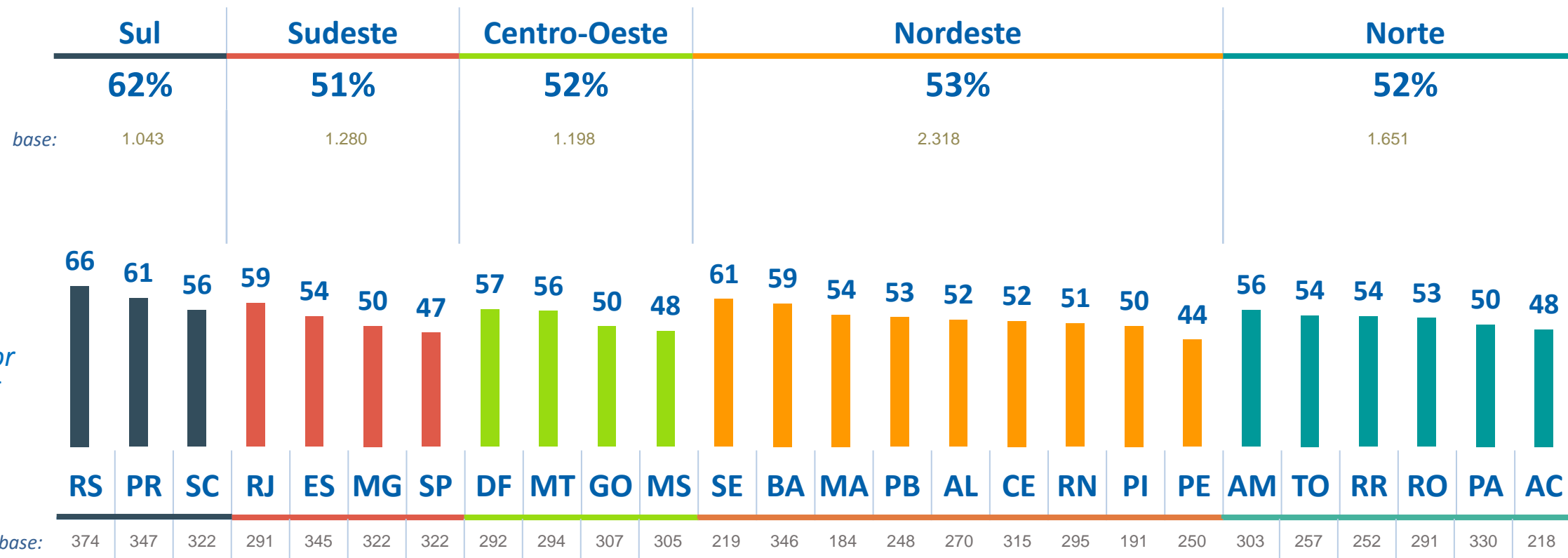
+ informações

entrevistados que utilizaram as planilhas

2  
↓  
1

ver em ordem decrescente(UF)

por região



RS	66
PR	61
SE	61
RJ	59
BA	59
DF	57
AM	56
SC	56
MT	56
MA	54
TO	54
ES	54
RR	54
PB	53
RO	53
AL	52
CE	52
RN	51
PA	50
PI	50
MG	50
GO	50
AC	48
MS	48
SP	47
PE	44

# Conteúdo do caderno

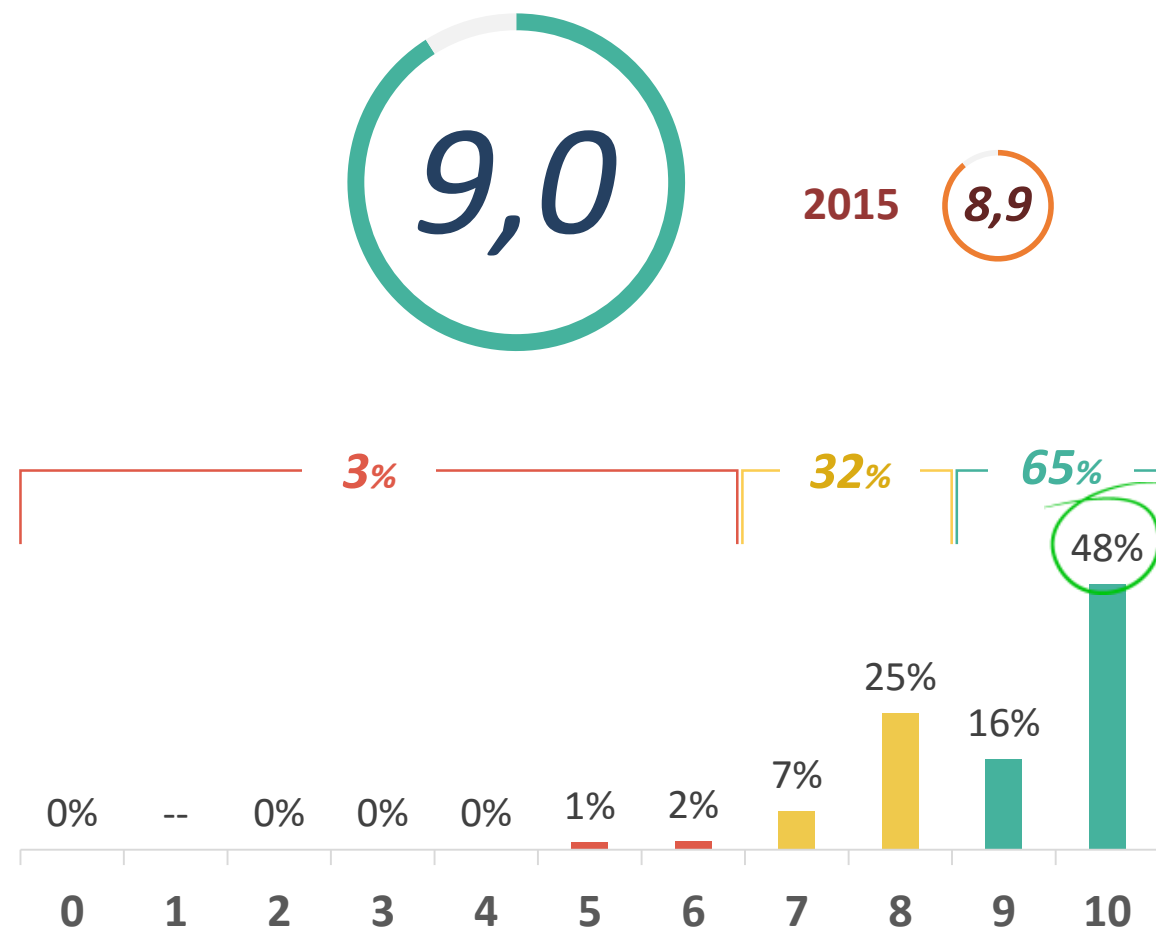
- a qualidade do conteúdo do Caderno de Ferramentas alcançou uma nota elevada (9,0), independentemente do critério de segmentação. Resultado bastante similar ao apurado junto aos clientes atendidos em 2015 (P3)
- muito positivo que praticamente metade dos entrevistados (48%) deram a nota máxima nesse quesito



histórico



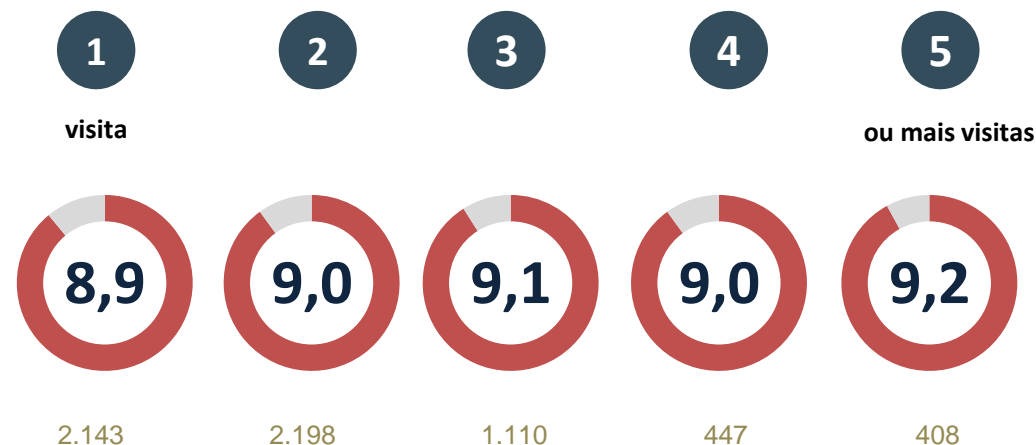
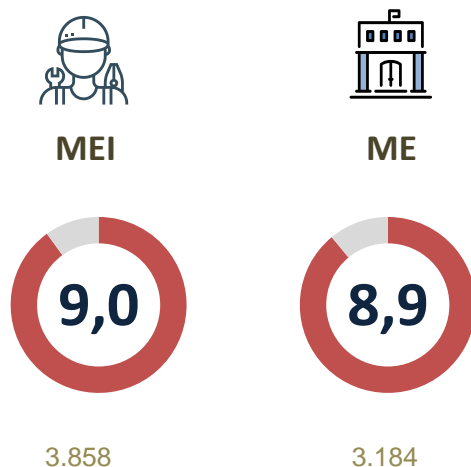
+ informações



base: 7.042

# Conteúdo do caderno

- mais uma vez, os resultados são bastante similares quando segmentados pelo porte das empresas desses entrevistados (P3)
- a satisfação dos participantes do Negócio a Negócio apresenta uma leve tendência de crescimento quanto maior a quantidade de visitas, algo também observado na pesquisa anterior



# Conteúdo do caderno

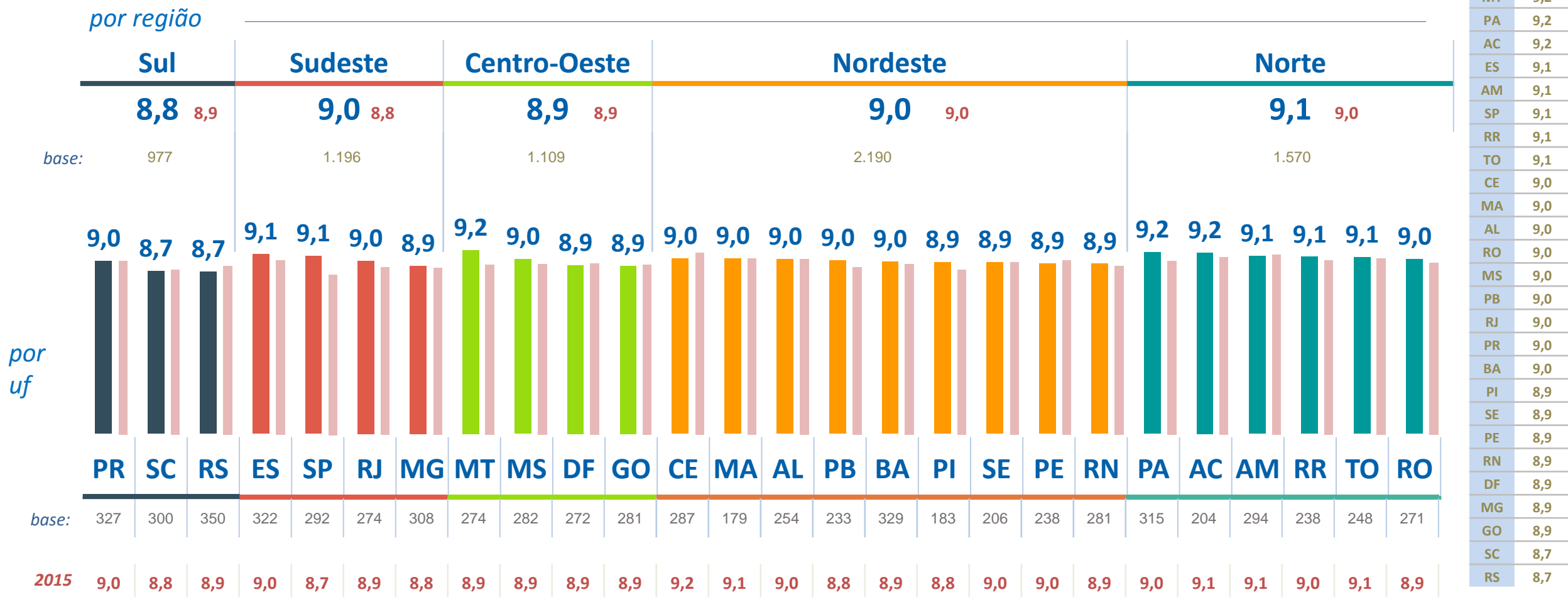
 + informações



histórico

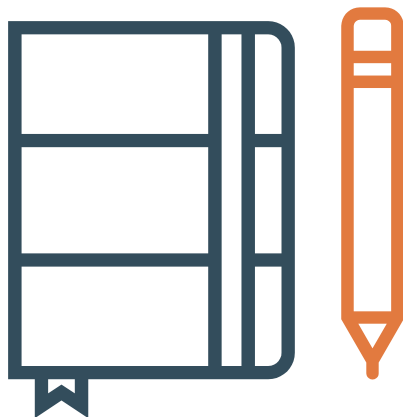


ver em ordem decrescente(UF)



# O que faltou no caderno

só responderam os que avaliaram de 0 a 6 a satisfação com o conteúdo do Caderno de Ferramentas





o equivalente a apenas 3% do total de entrevistados que receberam o caderno

<i>não soube utilizar   precisa de acompanhamento</i>	21%	
<i>não se adequa ao negócio</i>	15%	
<i>não houve interesse</i>	14%	
<i>conteúdo fraco   superficial   básico</i>	13%	
<i>falta de tempo</i>	10%	
<i>outros motivos</i>	9%	
<i>muito teórico</i>	4%	
<i>nada   nenhum</i>	3%	
<i>não precisou utilizar os cadernos</i>	2%	
<i>não sabe   sem resposta</i>	10%	

+ informações

base: 221

# O que faltou no caderno

	 MEI	 ME	<b>1</b> visita	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b> ou mais visitas
<i>não soube utilizar   precisa de acompanhamento</i>	25%	18%	26%	21%	26%	20%	--
<i>não se adequa ao negócio</i>	11%	17%	7%	28%	30%	3%	60%
<i>não houve interesse</i>	17%	12%	13%	5%	2%	59%	--
<i>conteúdo fraco   superficial   básico</i>	14%	13%	18%	6%	11%	--	4%
<i>falta de tempo</i>	9%	11%	13%	5%	7%	2%	--
<i>outros motivos</i>	9%	9%	10%	9%	11%	10%	--
<i>muito teórico</i>	6%	2%	3%	2%	--	--	--
<i>nada   nenhum</i>	0%	4%	3%	1%	8%	--	--
<i>não precisou utilizar os cadernos</i>	1%	2%	1%	2%	--	--	36%
<i>não sabe   sem resposta</i>	8%	12%	6%	22%	6%	--	--
	113	108	101	61	21	8	5

- a necessidade de orientação e acompanhamento, quase sempre se destaca como o principal problema (P4)





# O que faltou no caderno

	S	SE	CO	NE	N
<i>não soube utilizar   precisa de acompanhamento</i>	14%	23%	20%	20%	30%
<i>não se adequa ao negócio</i>	33%	10%	16%	13%	10%
<i>não houve interesse</i>	5%	19%	4%	14%	13%
<i>conteúdo fraco   superficial   básico</i>	16%	15%	7%	13%	7%
<i>falta de tempo</i>	8%	9%	15%	12%	9%
<i>outros motivos</i>	7%	8%	10%	17%	6%
<i>muito teórico</i>	3%	5%	4%	--	1%
<i>nada   nenhum</i>	9%	--	7%	1%	8%
<i>não precisou utilizar os cadernos</i>	--	--	7%	2%	8%
<i>não sabe   sem resposta</i>	5%	12%	9%	9%	6%
	30	45	37	69	40

- com exceção da região Sul, em todas as demais a crítica mais frequente não se deveu ao caderno propriamente, mas talvez ao trabalho do AOE (P4)

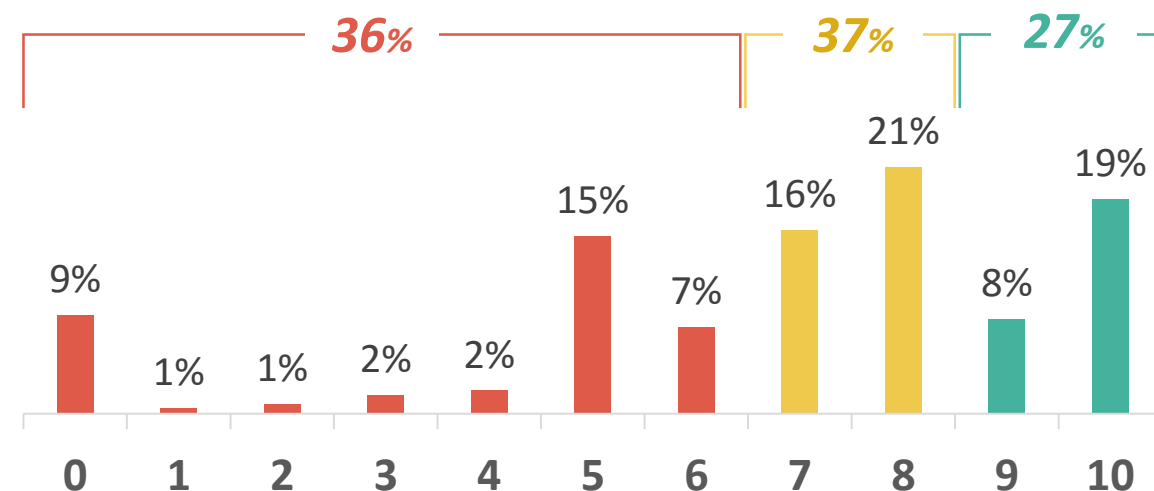
# Utilização no dia a dia do negócio

- a percepção dos empreendedores, com relação à colocação em prática dos conhecimentos adquiridos com o programa Negócio a Negócio, correspondeu a uma média de 6,8, ligeiramente superior ao resultado da pesquisa anterior (P5)
- de qualquer forma, merece atenção o fato que pouco mais de 1 em cada 3 (36%) participantes atribuiu uma nota igual ou inferior a 6 (P5)



2015

6,6



histórico

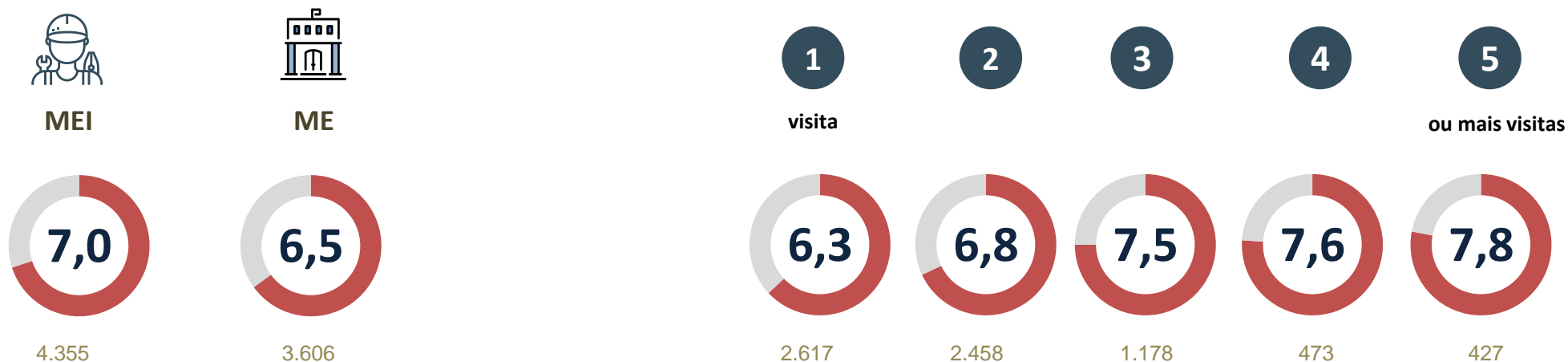


+ informações

base: 7.961

# Utilização no dia a dia do negócio

- os entrevistados do perfil MEI tiveram maior facilidade para pôr em prática no dia a dia os conhecimentos adquiridos no programa, quando comparados às empresas de porte ME (P5)
- as notas tendem a ser mais elevadas, quanto mais visitas ocorrerem. Algo preocupante, pois denota a necessidade do acompanhamento dos AOE's (ou a incapacidade de por conta própria fazerem uso do caderno)
- tal problema se agrava ainda mais, se considerarmos que praticamente 1 em cada 2 empresas recebem apenas uma única visita



# Utilização no dia a dia do negócio



histórico

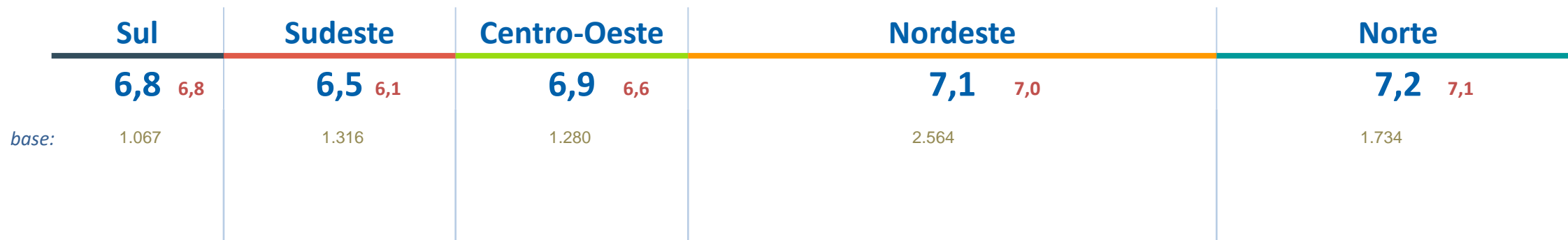


+ informações

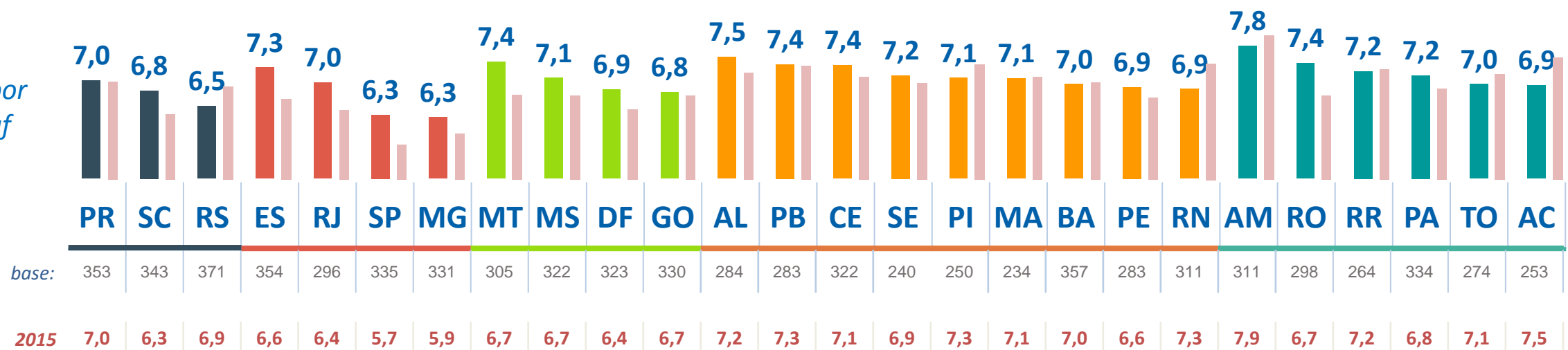


ver em ordem decrescente(UF)

por região

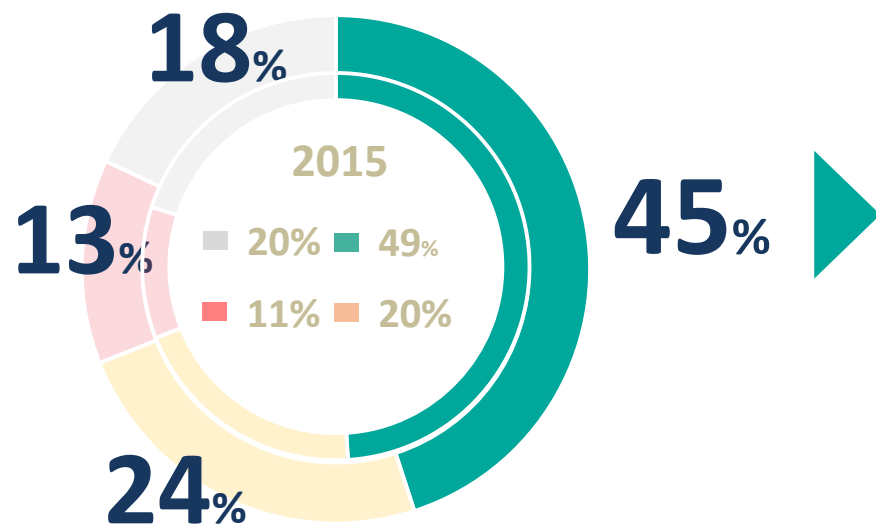


por uf



AM	7,8
AL	7,5
MT	7,4
RO	7,4
PB	7,4
CE	7,4
ES	7,3
RR	7,2
PA	7,2
SE	7,2
PI	7,1
MS	7,1
MA	7,1
PR	7,0
RJ	7,0
TO	7,0
BA	7,0
AC	6,9
PE	6,9
RN	6,9
DF	6,9
SC	6,8
GO	6,8
RS	6,5
SP	6,3
MG	6,3

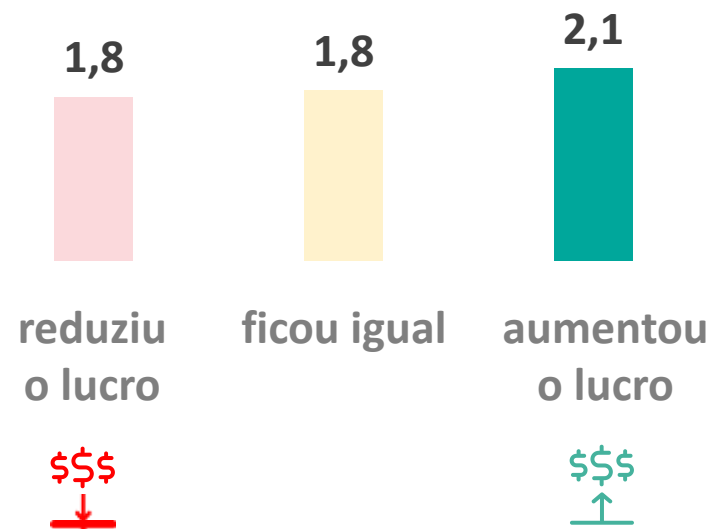
# Variação no lucro da empresa



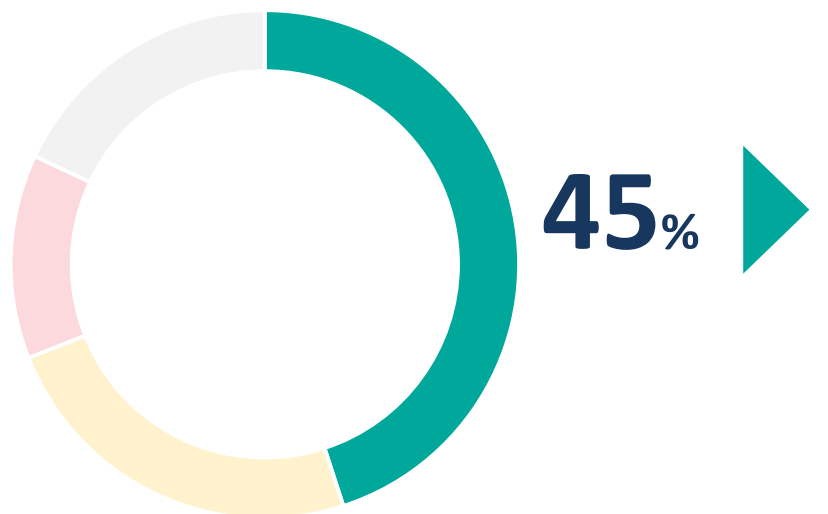
█ reduziu  
█ aumentou  
█ não sabe/sem resposta  
█ ficou igual

- dado o momento econômico do país, não deixa de ser positivo que praticamente a metade dessas empresas (45%) ainda tenham apurado lucro no exercício, apesar de levemente inferior ao resultado na pesquisa (49%) do ano anterior (P6)

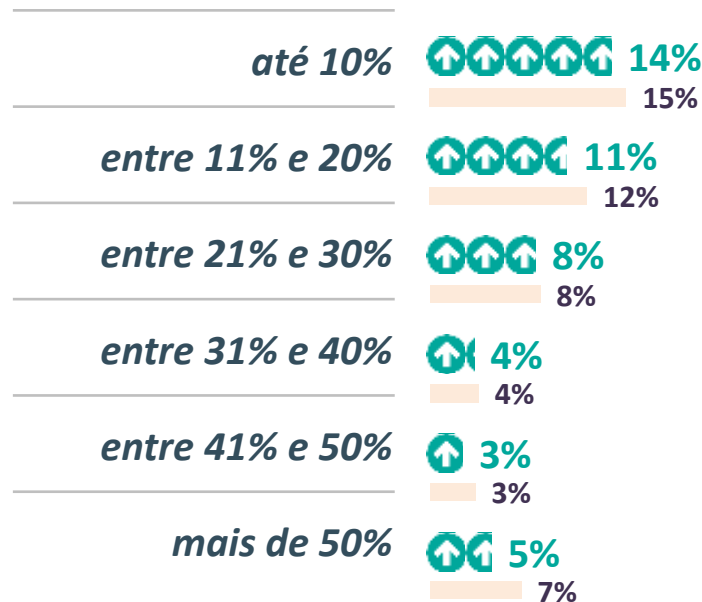
Média de visitas recebidas (P5)



# Variação no lucro da empresa



■ reduziu  
■ não sabe/  
sem resposta  
■ aumentou  
■ ficou igual



2015 **49%**

**45%**

histórico

+ informações

- analisando-se pelas faixas percentuais do aumento do lucro, os resultados são similares aos apurados no ano anterior (P6)

# Variação no lucro da empresa

+ informações

- o aumento no lucro foi um pouco mais presente entre os MEIs (P5)

- sendo o aumento no lucro algo relacionado também à quantidade de visitas dos AOE's

	MEI	ME	1 visita	2	3	4	5 ou mais visitas
<i>até 10%</i>	13%	15%	14%	13%	14%	17%	19%
<i>entre 11% e 20%</i>	11%	11%	9%	13%	12%	13%	18%
<i>entre 21% e 30%</i>	9%	8%	8%	8%	11%	9%	11%
<i>entre 31% e 40%</i>	5%	3%	3%	4%	5%	5%	5%
<i>entre 41% e 50%</i>	4%	2%	3%	2%	4%	4%	5%
<i>mais de 50%</i>	7%	4%	5%	5%	8%	8%	7%
<i>ficou igual</i>	22%	25%	24%	26%	22%	15%	19%
<i>houve prejuízo</i>	12%	15%	15%	11%	13%	15%	7%
<b>aumento médio no lucro</b>	<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>13%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>
	4.438	3.708	2.720	2.500	1.189	474	431

# Variação no lucro da empresa

+ informações



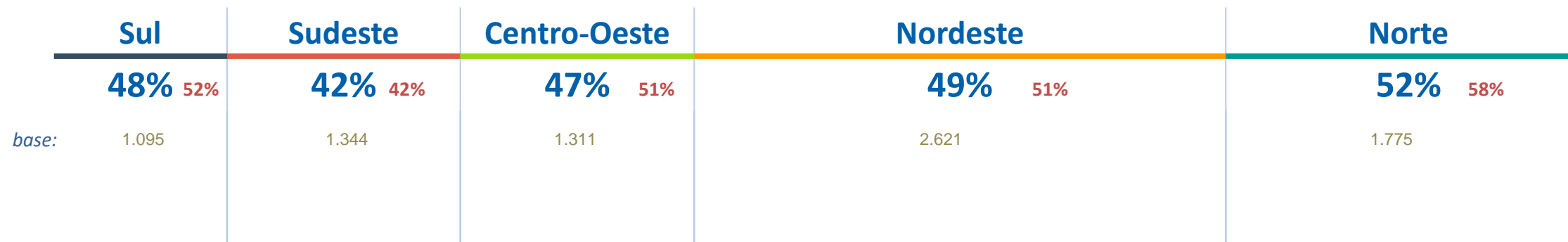
histórico

empresas que aumentaram o lucro em 2016

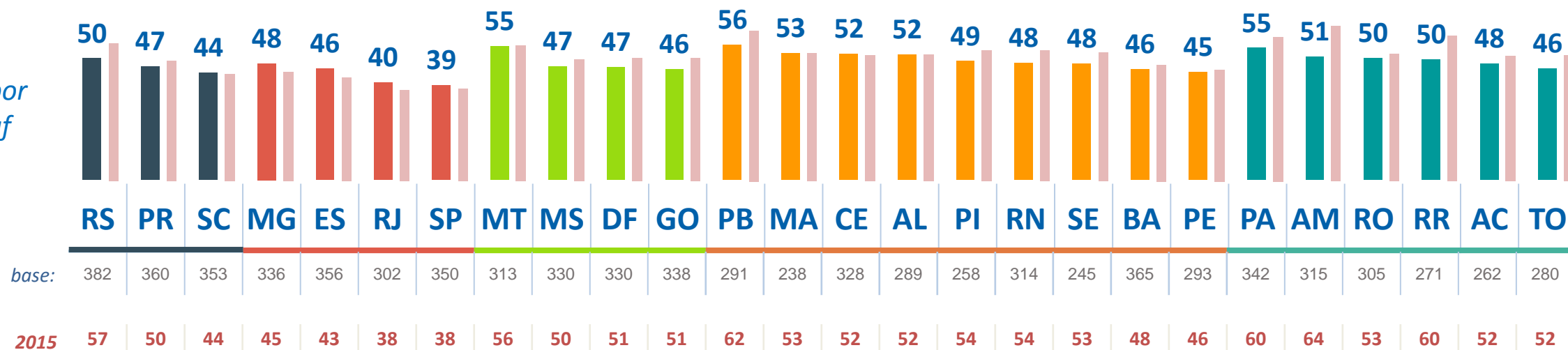


ver em ordem decrescente(UF)

por região



por uf

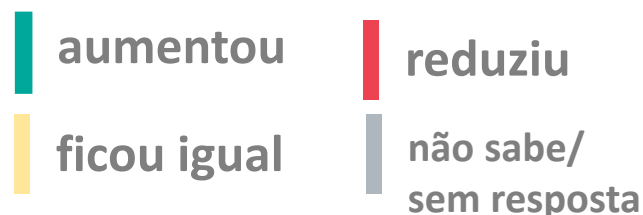
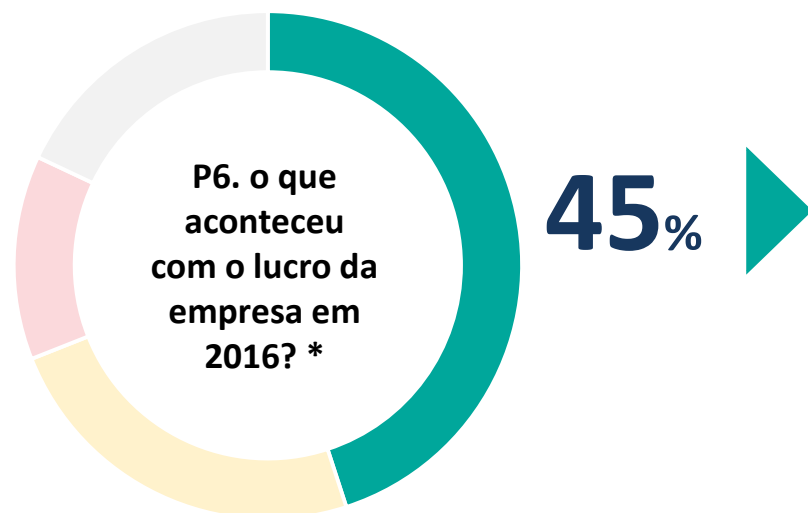


PB	56
MT	55
PA	55
MA	53
CE	52
AL	52
AM	51
RO	50
RS	50
RR	50
PI	49
RN	48
MG	48
AC	48
SE	48
MS	47
PR	47
DF	47
ES	46
TO	46
GO	46
BA	46
PE	45
SC	44
RJ	40
SP	39



# Contribuição da orientação e ferramentas oferecidas

 + informações



contribuiu para o **AUMENTO** no volume de vendas?

**7,7** 2015  
7,8  
base 3.911

- na percepção nos empreendedores, o programa Negócio a Negócio contribuiu **moderadamente** para o aumento do volume de vendas, alcançando uma média de 7,7 (valor similar ao apurado em 2015)

 histórico

# Contribuição da orientação e ferramentas oferecidas

- o MEI reconhece a contribuição e atribui mais crédito pelo aumento do lucro às orientações e às ferramentas recebidas do agente (P5)

- tal postura também é mais perceptível quanto maior o número de visitas realizadas pelos AOE's



MEI



2.252



ME



1.659

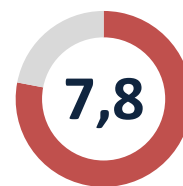
1

visita



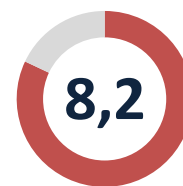
1.208

2



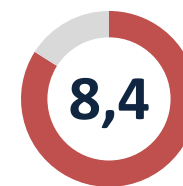
1.204

3



638

4



276

5



ou mais visitas

277



histórico

2015

8,0

7,5

6,9

7,8

8,1

8,4

8,6

+ informações

# Contribuição da orientação e ferramentas oferecidas

contribuiu para o AUMENTO no lucro da empresa

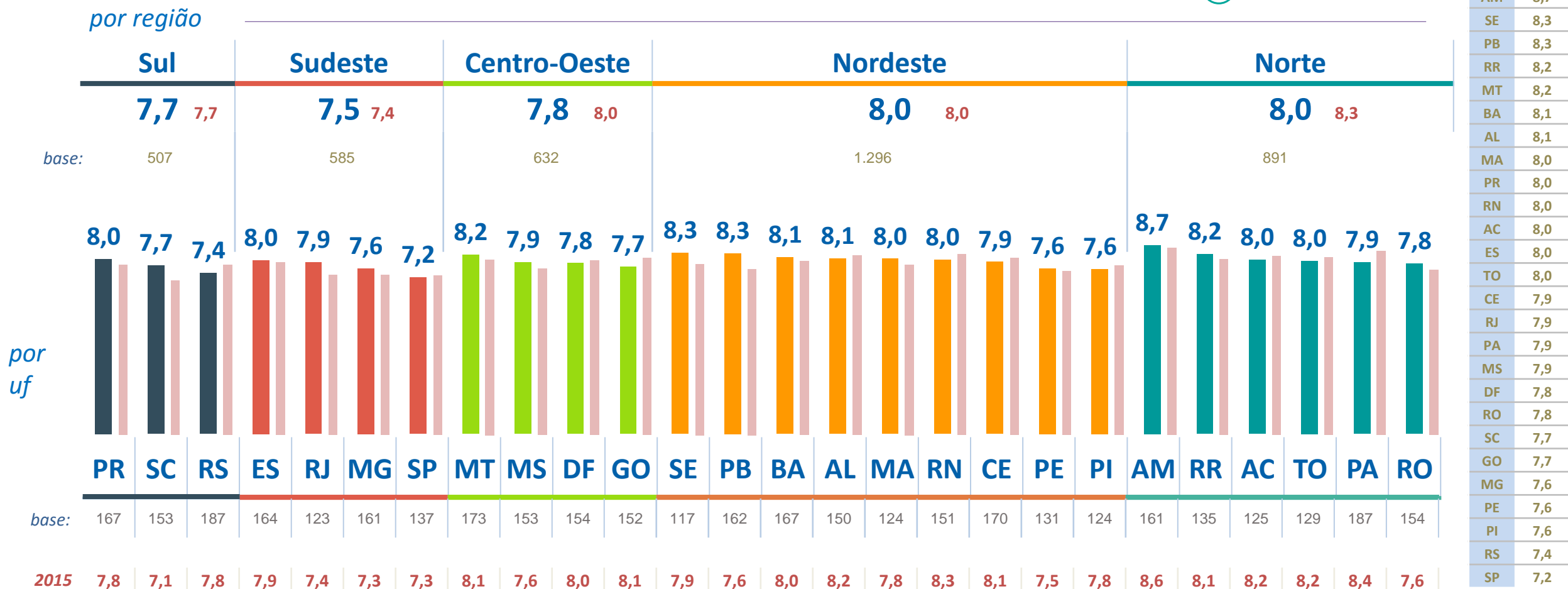
+ informações



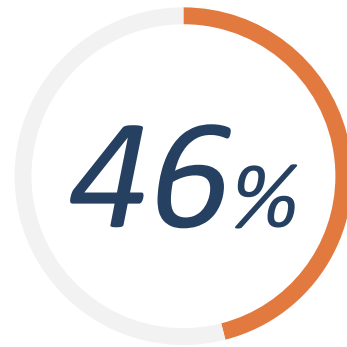
histórico



ver em ordem decrescente(UF)



# Produtos e serviços oferecidos



2015  
50%

***passaram a oferecer um número maior de produtos e/ou serviços***

- outra consequência muito importante é a diversificação e a maior oferta de produtos e/ou serviços pelas empresas participantes do Negócio a Negócio em 2016 (P8)
- no geral, praticamente 1 em cada 2 desses empreendedores passaram a oferecer um número maior de produtos , apesar de uma leve piora frente aos resultados de 2015



base 8.150



histórico

# Produtos e serviços oferecidos

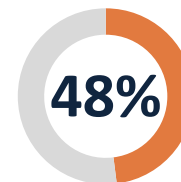


*passaram a oferecer um número maior de produtos e/ou serviços*

- o MEI é o que melhor apresenta resposta a essa consequência do Negócio a Negócio (P8)
- mais uma vez, é muito clara a influência da quantidade de visitas nesse comportamento dos empreendedores e, inclusive, não mais apresentando a limitação identificada a partir da 5ª visita do AEO



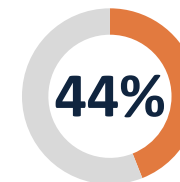
MEI



4.440



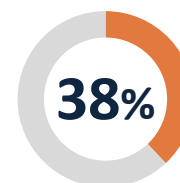
ME



3.710

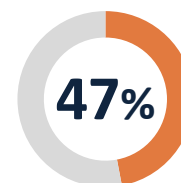
1

visita



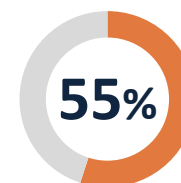
2.721

2



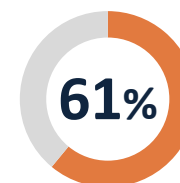
2.502

3



1.189

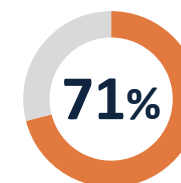
4



474

5

ou mais visitas



431



# Produtos e serviços oferecidos

+ informações



histórico

passaram a oferecer mais produtos e serviços

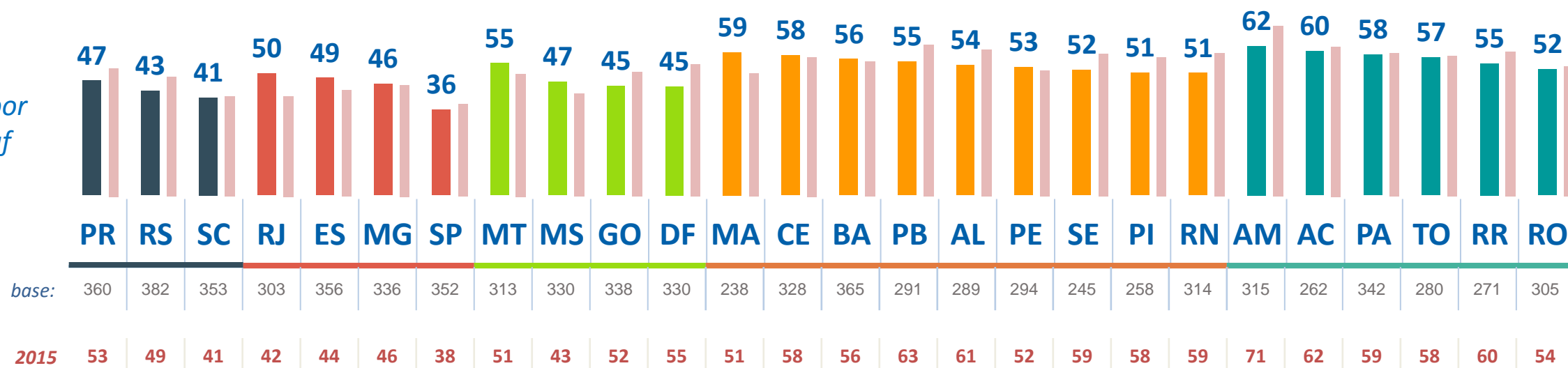


ver em ordem decrescente(UF)

por região



por uf

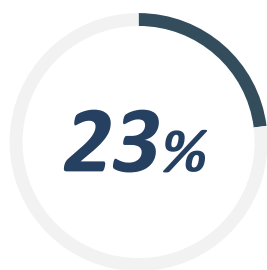


AM	62
AC	60
MA	59
PA	58
CE	58
TO	57
BA	56
PB	55
MT	55
RR	55
AL	54
PE	53
RO	52
SE	52
PI	51
RN	51
RJ	50
ES	49
PR	47
MS	47
MG	46
GO	45
DF	45
RS	43
SC	41
SP	36

# Primeira medida adotada



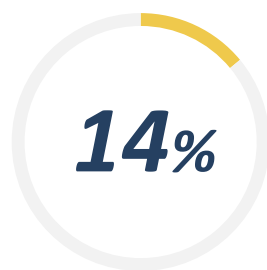
nada foi realizado



medida financeira



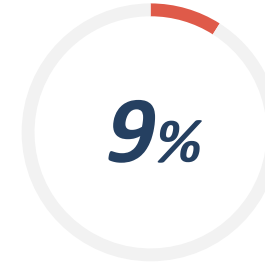
atendimento ao cliente



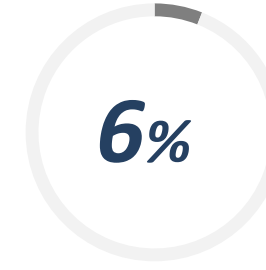
melhoria de gestão



investimento



controle de estoque



base 8.150

+ informações

- praticamente ¼ dos entrevistados atendidos no programa em 2016 não adotaram nenhuma nova medida após a visita do AOE (P9)



- enquanto medidas de cunho **'financeiro'**, relacionadas ao **'atendimento ao cliente'**, de **'melhoria na gestão'** ou de **'investimentos'** foram citadas por 1 em cada 2 entrevistados

demais respostas

marketing   divulgação   propaganda	5%
layout da loja	5%
seguiu orientações da planilha   agente Sebrae	4%
compras e vendas	1%
orientação de funcionários	1%
serviços	1%
não sabe   sem resposta	8%

# Primeira medida adotada

- preocupa que o percentual mais expressivo dos que nada fizeram se dê justamente naqueles que foram visitados uma única vez (P9)

	 MEI	 ME	1 visita	2	3	4	5 ou mais visitas
<i>nada   nenhum</i>	21%	25%	29%	21%	13%	8%	8%
<i>financeiro</i>	17%	15%	15%	18%	20%	21%	17%
<i>atendimento ao cliente</i>	14%	15%	13%	15%	18%	16%	20%
<i>melhoria de gestão</i>	9%	9%	9%	10%	8%	8%	12%
<i>investimento</i>	10%	8%	7%	9%	12%	11%	16%
<i>outras medidas</i>	7%	6%	6%	7%	5%	10%	7%
<i>controle de estoque</i>	6%	6%	5%	7%	8%	7%	8%
<i>marketing   divulgação   propaganda</i>	7%	4%	5%	5%	6%	7%	5%
<i>layout da loja</i>	5%	5%	3%	6%	7%	8%	9%
<i>seguiu orientações da planilha   agente Sebrae</i>	3%	4%	3%	4%	5%	5%	3%
	4.440	3.710	2.721	2.502	1.189	474	431



# Primeira medida adotada

	S	SE	CO	NE	N
<i>nada   nenhum</i>	20%	27%	21%	18%	18%
<i>financeiro</i>	19%	15%	16%	16%	16%
<i>atendimento ao cliente</i>	14%	12%	15%	19%	17%
<i>melhoria de gestão</i>	9%	11%	6%	8%	7%
<i>investimento</i>	7%	8%	12%	12%	13%
<i>outras medidas</i>	6%	5%	8%	6%	7%
<i>controle de estoque</i>	6%	5%	5%	8%	7%
<i>marketing   divulgação   propaganda</i>	5%	6%	6%	5%	5%
<i>layout da loja</i>	5%	4%	6%	6%	7%
<i>seguiu orientações da planilha   agente Sebrae</i>	6%	3%	4%	4%	3%
	1.095	1.347	1.311	2.622	1.775

# Primeira medida adotada

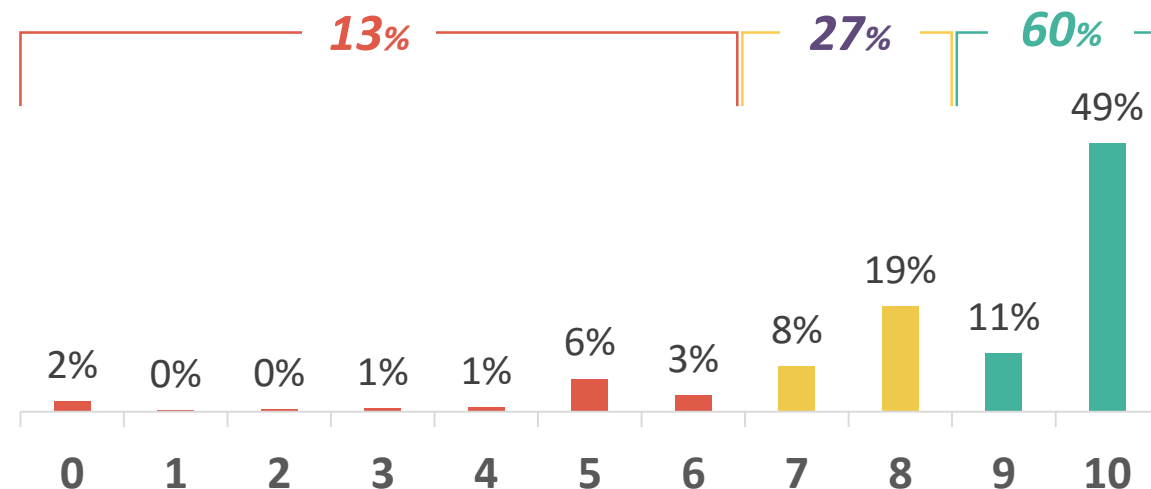
	SC	RS	PR	SP	RJ	MG	ES	DF	GO	MS	MT	SE	RN	PI	PE	PB	MA	CE	BA	AL	TO	AM	AC	PA	RR	RO
<i>nada   nenhum</i>	23	21	16	32	24	22	19	22	20	22	16	17	16	24	21	21	18	16	15	21	14	14	19	18	16	20
<i>financeiro</i>	13	22	20	14	11	18	21	17	15	16	21	17	19	12	12	15	24	13	20	15	17	18	13	14	19	18
<i>atendimento ao cliente</i>	16	13	13	10	12	17	16	15	14	17	21	19	20	14	20	19	16	17	20	22	19	20	19	16	20	16
<i>melhoria de gestão</i>	11	10	6	14	11	5	6	5	7	6	6	11	9	8	7	5	8	7	8	7	9	2	7	8	7	7
<i>investimento</i>	7	5	9	5	9	11	9	14	12	11	8	10	12	13	10	14	8	15	10	12	9	14	9	17	11	7
<i>outras medidas</i>	7	5	7	5	7	6	7	7	9	8	9	6	5	5	6	5	6	7	6	3	9	9	8	5	7	8
<i>controle de estoque</i>	5	7	6	5	5	4	6	4	6	4	5	11	8	8	10	6	7	8	10	7	6	10	8	6	6	6
<i>marketing   divulgação   propaganda</i>	5	5	7	4	7	7	6	6	5	6	5	3	7	5	7	6	2	4	4	4	7	4	6	4	4	8
<i>layout da loja</i>	4	6	6	3	5	4	6	6	8	4	6	4	7	2	5	7	7	5	7	4	5	7	5	8	7	6
<i>seguiu orientações da planilha   agente Sebrae</i>	5	6	6	4	2	2	3	5	4	4	3	4	5	3	3	3	5	5	3	3	5	6	2	3	3	3

353 382 360 352 303 336 356 330 338 330 313 245 314 258 294 291 238 328 365 289 280 315 262 342 271 305

+ informações

# Satisfação geral

- a satisfação com a consultoria/orientação do Agente do Negócio a Negócio alcançou uma nota média de 8,5, valor esse 4% inferior ao apurado em 2015, ainda que bastante elevado (P10)
- 3 em cada 5 entrevistados (60%)** manifestaram a sua satisfação geral com o programa Negócio a Negócio, com notas como 9 e 10



histórico



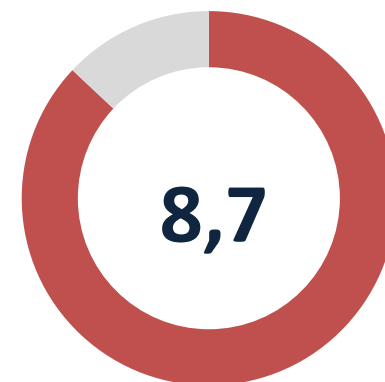
+ informações

# Satisfação geral

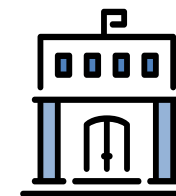
- os MEIs manifestaram uma satisfação geral maior do que as empresas ME, ainda que ambas sejam elevadas (P10)



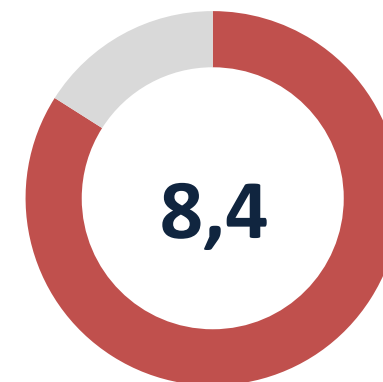
MEI



4.419



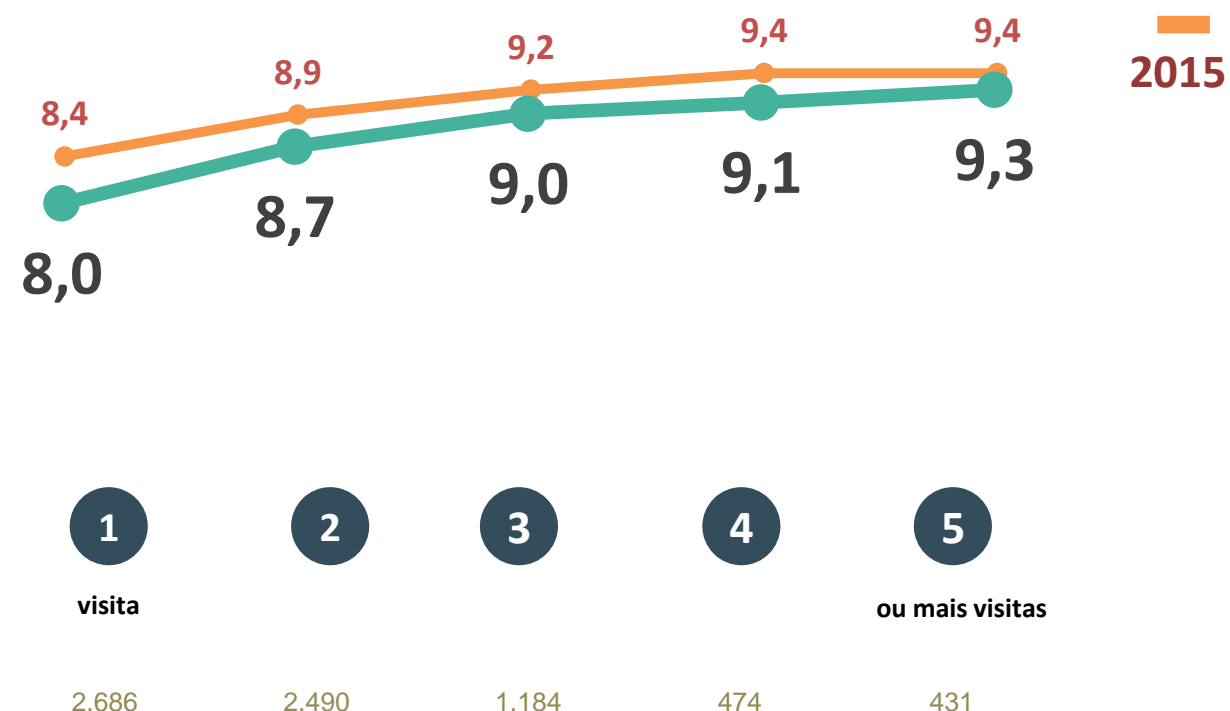
ME



3.672

# Satisfação geral

- **positivo** que a satisfação geral tende a aumentar em função da quantidade de visitas recebidas
- outro ponto a ser destacado é o crescimento da satisfação, mesmo a partir da 4ª visita, algo que não foi observado nos anos anteriores (P10)
- ainda que as avaliações sejam ligeiramente inferiores a 2015, todas as notas são bem elevadas



histórico

+ informações

# Satisfação geral

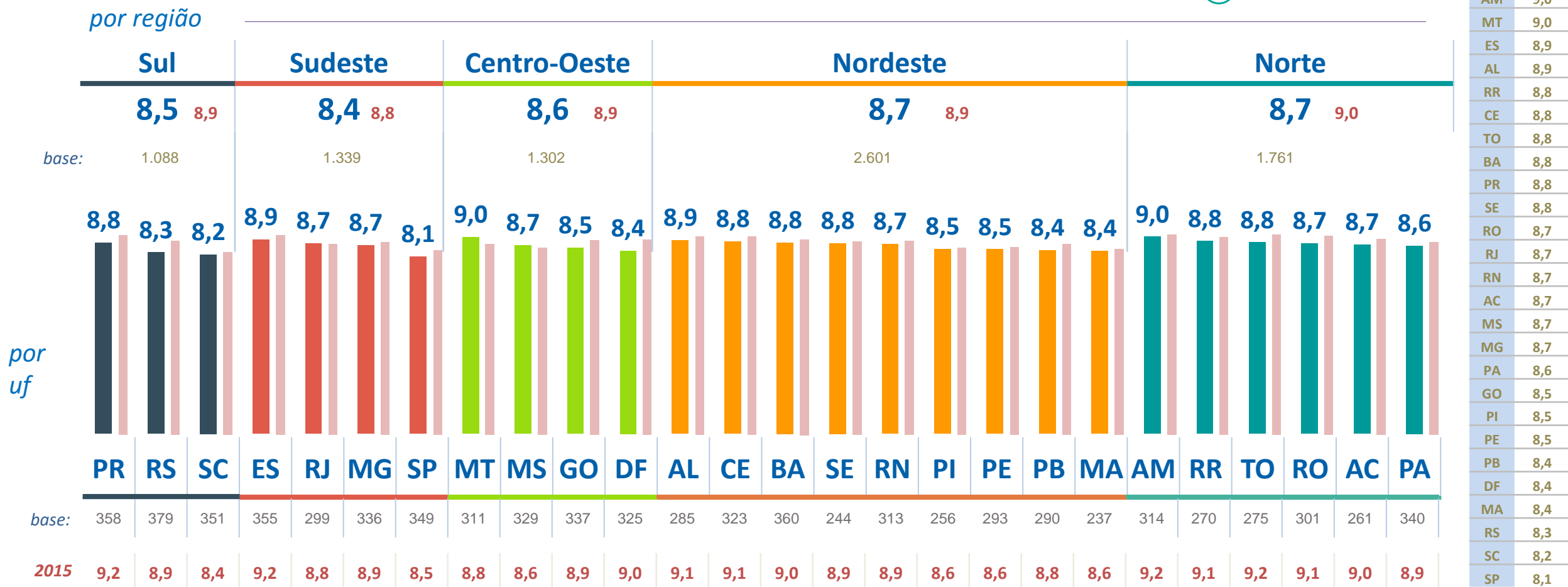
+ informações



histórico



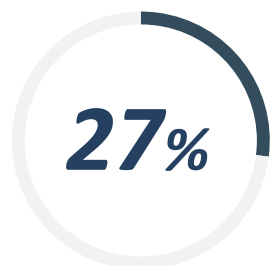
ver em ordem decrescente(UF)



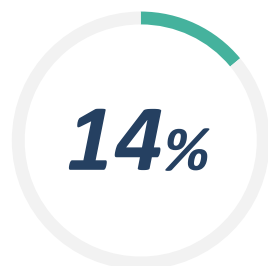
# Motivos para insatisfação

só responderam essa pergunta aqueles que deram nota de 0 a 6 quanto à satisfação geral com o programa

faltou orientação | acompanhamento



não houve retorno do agente | gostaria de mais visitas



nada | nenhuma mudança



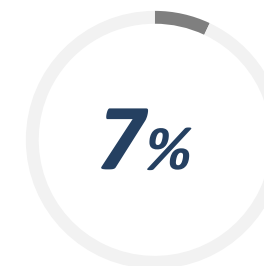
cliente não colocou em prática | falta de tempo



conteúdo genérico | superficial | falta de preparo do agente



visita rápida



- **'a falta de orientação'** e a vontade de receber **'mais visitas'** foram os principais motivos citados para justificar as notas inferiores ou iguais a 6, ainda que se refiram apenas a 13% do universo de participantes (P11)

demais respostas

- outros 6%
- sem utilidade | enquadramento 4%
- falta de compreensão | entendimento do programa 4%
- crise | falta de recursos para investimento 3%
- não houve análise do material | interesse 2%
- dificuldade de acesso aos cursos do Sebrae 1%
- não sabe/ sem resposta 3%

+ informações

# Motivos para insatisfação

sem esquecer que tais resultados se referem apenas a 13% do universo de participantes que manifestaram insatisfação (P11)



MEI



ME

1

visita

2

3

4

5

ou mais visitas

	MEI	ME	1 visita	2	3	4	5 ou mais visitas
<i>faltou orientação   acompanhamento</i>	24%	30%	29%	27%	26%	20%	--
<i>não houve retorno do agente   necessidade de mais visitas</i>	14%	14%	17%	13%	4%	19%	--
<i>nada   nenhuma mudança</i>	15%	7%	9%	11%	8%	7%	4%
<i>cliente não colocou em prática   falta de tempo</i>	8%	12%	10%	9%	16%	9%	29%
<i>conteúdo genérico   superficial   falta de preparo do agente</i>	10%	10%	10%	7%	10%	2%	35%
<i>visita rápida</i>	6%	7%	9%	3%	4%	--	--
<i>outros motivos diversos</i>	9%	4%	5%	7%	15%	2%	19%
<i>sem utilidade   enquadramento</i>	3%	5%	3%	7%	9%	20%	--
<i>falta de compreensão   entendimento do programa</i>	3%	4%	4%	6%	3%	--	--
<i>crise   falta de recursos para investimento</i>	4%	2%	3%	1%	0%	12%	--
	414	465	474	230	72	21	12



# Motivos para insatisfação

sem esquecer que tais resultados se referem apenas a 13% do universo de participantes que manifestaram insatisfação (P11)

	S	SE	CO	NE	N
<i>faltou orientação   acompanhamento</i>	28%	26%	25%	32%	22%
<i>não houve retorno do agente   necessidade de mais visitas</i>	13%	11%	14%	25%	28%
<i>nada   nenhuma mudança</i>	13%	10%	15%	7%	8%
<i>cliente não colocou em prática   falta de tempo</i>	11%	12%	7%	5%	8%
<i>conteúdo genérico   superficial   falta de preparo do agente</i>	6%	14%	5%	4%	8%
<i>visita rápida</i>	5%	8%	4%	5%	6%
<i>outros motivos diversos</i>	8%	5%	6%	9%	14%
<i>sem utilidade   enquadramento</i>	7%	4%	3%	5%	2%
<i>falta de compreensão   entendimento do programa</i>	4%	5%	5%	1%	2%
<i>crise   falta de recursos para investimento</i>	1%	3%	5%	3%	2%
	126	162	148	277	166



# Motivos para insatisfação

	SC	RS	PR	SP	RJ	MG	ES	DF	GO	MS	MT	SE	RN	PI	PE	PB	MA	CE	BA	AL	TO	AM	AC	PA	RR	RO
<i>faltou orientação   acompanhamento</i>	25	26	35	30	18	20	27	27	25	21	39	22	32	19	30	45	26	30	37	41	22	30	11	25	30	13
<i>não houve retorno do agente   necessidade de mais visitas</i>	8	16	13	11	9	12	12	12	15	15	6	30	32	36	32	21	26	19	17	23	33	24	30	32	15	13
<i>nada   nenhuma mudança</i>	24	9	6	11	15	2	4	20	10	18	11	7	6	19	8	--	10	4	9	--	7	--	7	5	15	19
<i>cliente não colocou em prática   falta de tempo</i>	10	16	3	14	15	5	4	10	4	12	5	4	3	--	5	--	6	7	9	5	--	14	4	10	10	3
<i>conteúdo genérico   superficial   falta de preparo do agente</i>	8	7	3	13	12	18	19	8	2	6	11	11	3	6	3	6	6	7	--	5	4	14	4	5	10	16
<i>visita rápida</i>	10	3	3	10	3	7	8	6	4	--	11	--	3	3	8	15	6	4	--	14	7	5	7	2	--	16
<i>outros motivos diversos</i>	8	5	13	2	6	13	12	4	6	9	6	--	3	3	5	6	6	19	11	18	22	14	26	10	20	16
<i>sem utilidade   enquadramento</i>	4	7	13	2	6	10	8	2	4	3	--	15	6	3	8	3	--	4	6	--	--	--	--	3	5	3
<i>falta de compreensão   entendimento do programa</i>	4	7	--	6	3	--	8	2	6	6	--	--	3	--	2	3	--	--	--	4	--	5	4	2	--	--
<i>crise   falta de recursos para investimento</i>	2	--	3	3	6	2	--	4	6	--	6	4	3	3	2	--	10	--	3	--	--	--	7	3	--	--
	51	44	31	63	33	40	26	49	48	33	18	27	31	31	40	33	31	27	35	22	27	21	27	40	20	31

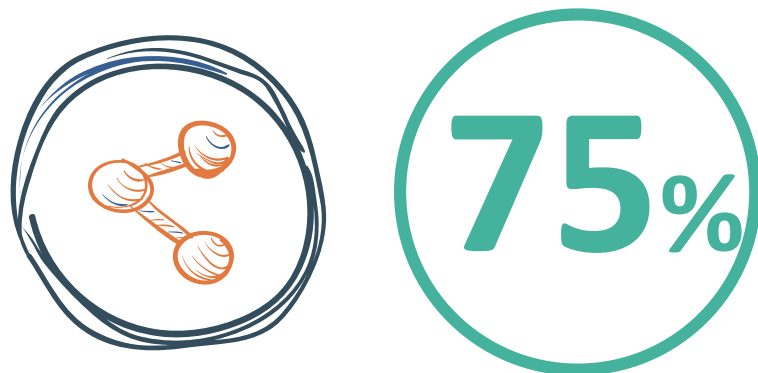
+ informações

# Índice de Recomendação

+ informações



histórico



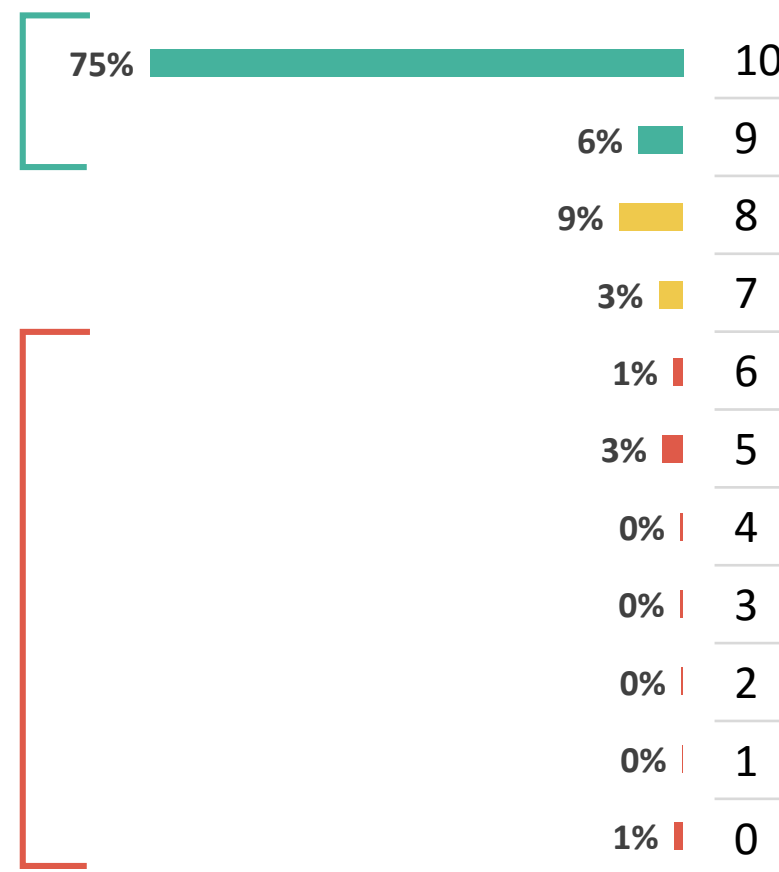
76% | 2015

- o índice de recomendação do programa Negócio a Negócio continua elevado, com apenas 6% desse universo classificado como detratores (P12)

base 8.083

promotores  
**81%**

75%

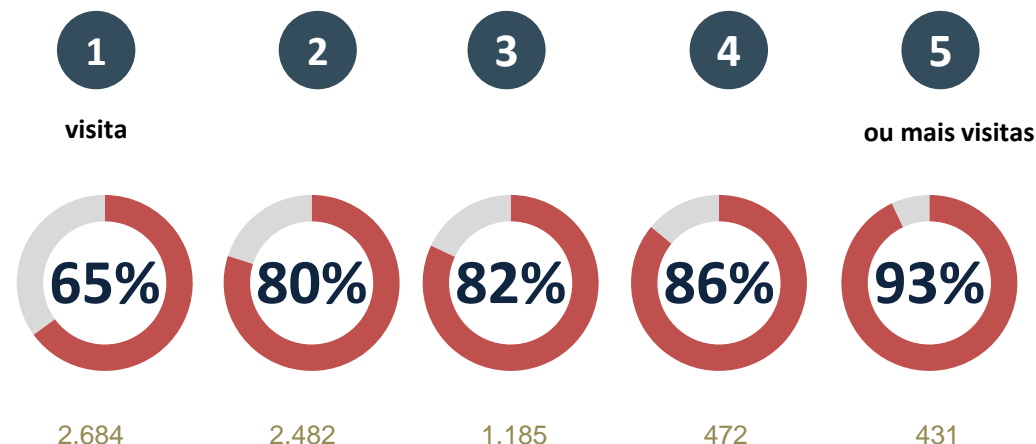
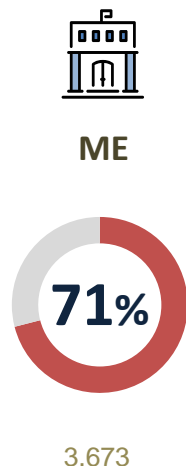
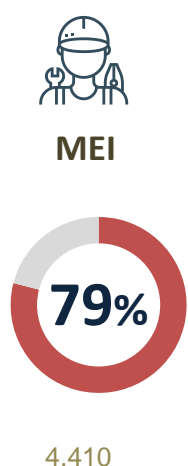


detratores  
**6%**

não recomendaria  
de forma alguma

# Índice de Recomendação

- o índice de recomendação dos MEIs foi superior ao apurado com as empresas de porte ME (P12)
- e mais uma vez, quanto mais visitas recebidas, tanto maior o índice de recomendação dos entrevistados (P12)



+ informações

# Índice de Recomendação

+ informações



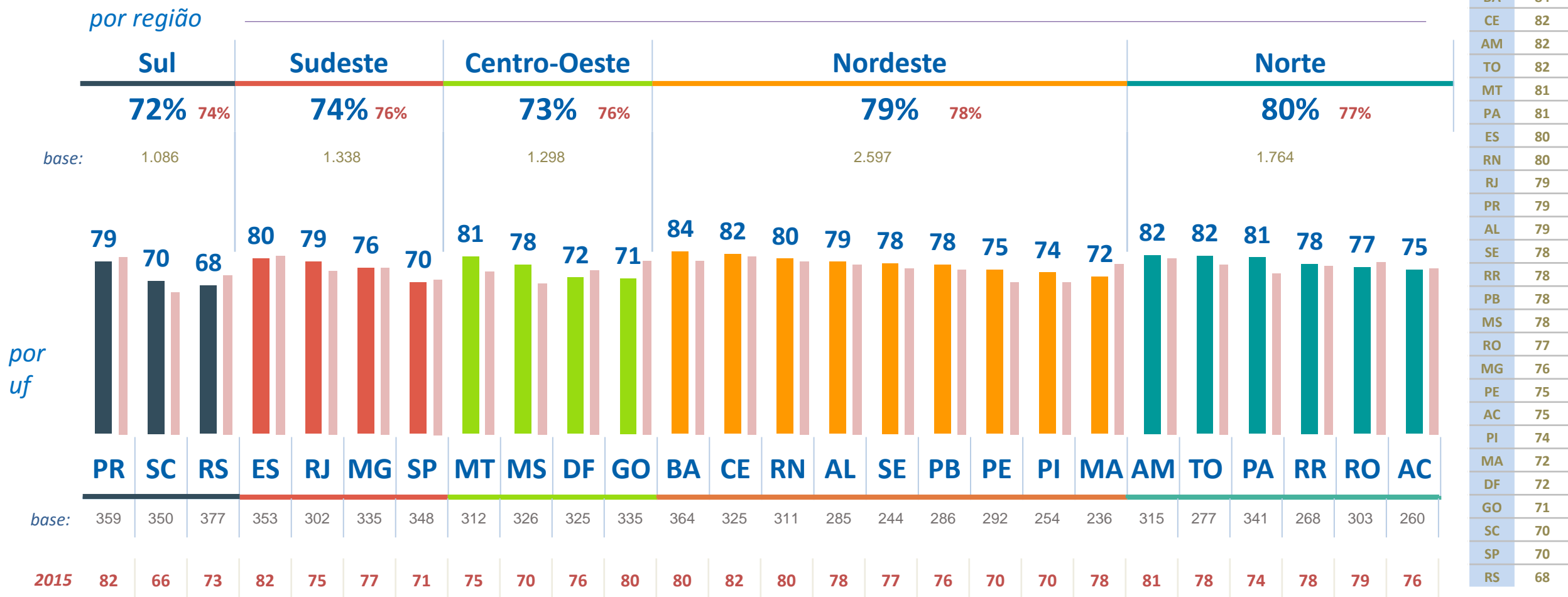
histórico



índice de recomendação



ver em ordem decrescente(UF)





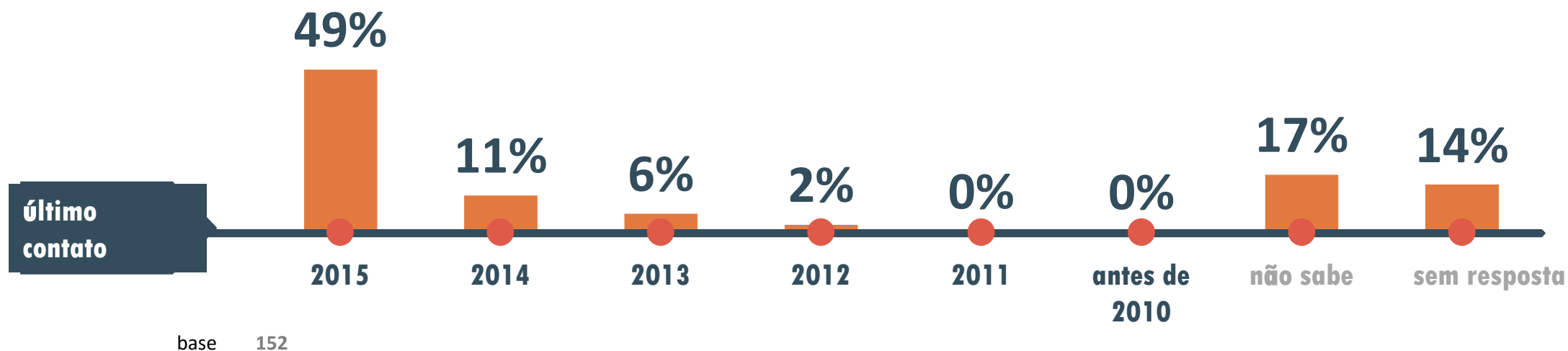
apenas quem NÃO foi atendido pelo Sebrae em 2016, mas já foi em anos anteriores

| 1 % dos entrevistados |

# Ano do último contato

- dentre os poucos entrevistados que afirmaram não ter sido atendidos em 2016, praticamente metade deles lembra de ter sido atendido em 2015, enquanto 31% sequer souberam responder a pergunta (P13)

 + informações

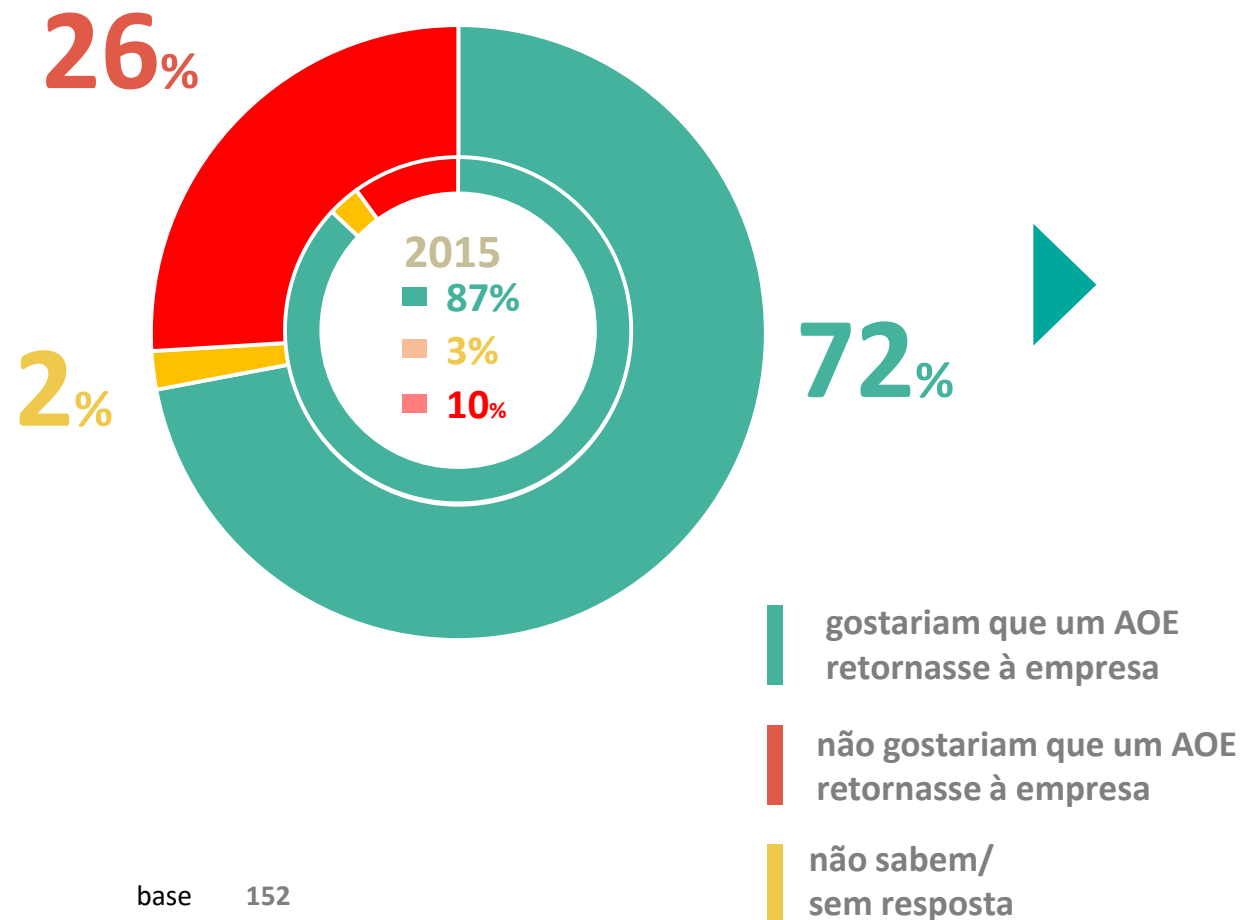


# Novo atendimento



histórico

+ informações



- não deixa de ser positivo que praticamente 3 em cada 4 dos entrevistados desejem que um agente do Sebrae retorne à empresa, apesar da queda frente o resultado de 2015 (P14)



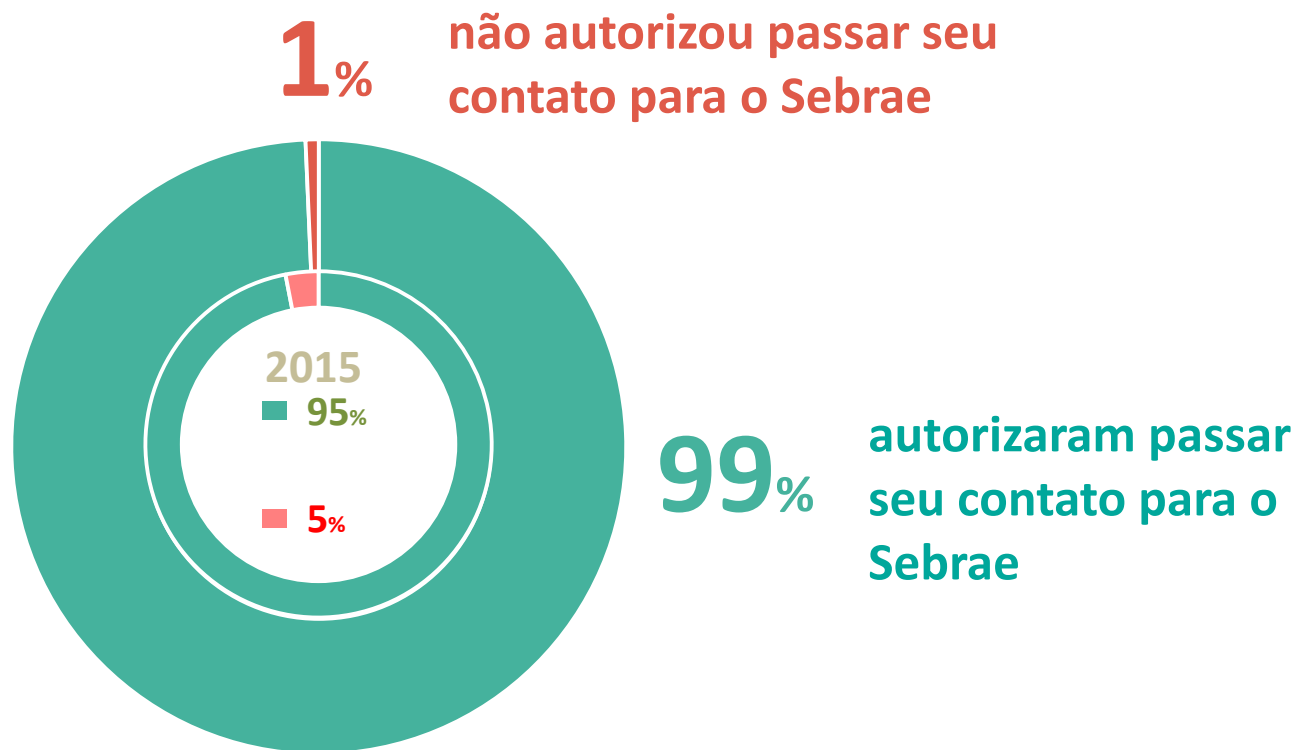
# Autorização



histórico



 + informações



base 150



só quem NÃO recebeu visita ou não lembra  
de ter recebido

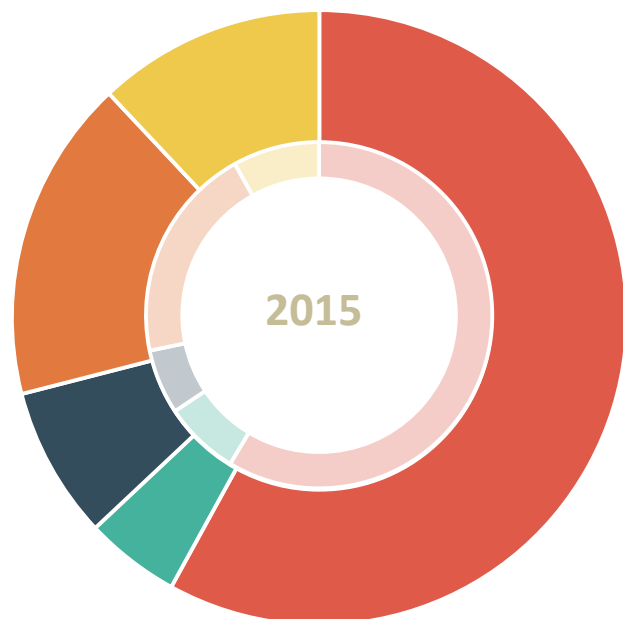
| 11 % dos entrevistados |

# Procura pelo Sebrae em 2016



histórico

+ informações



		2015
não procurei	<b>58%</b>	<b>58%</b>
sim, fiz inscrição em cursos, mas não participei	<b>5%</b>	<b>7%</b>
sim, mas não fui atendido(a)	<b>8%</b>	<b>6%</b>
outras situações diversas (fez outros cursos, etc.)	<b>17%</b>	<b>20%</b>
não sabe/ não lembra/ sem resposta	<b>12%</b>	<b>8%</b>

- praticamente 3 em cada 5 entrevistados que não foram atendidos pelo Negócio a Negócio em 2016, também afirmaram que não procuraram o Sebrae (P16)

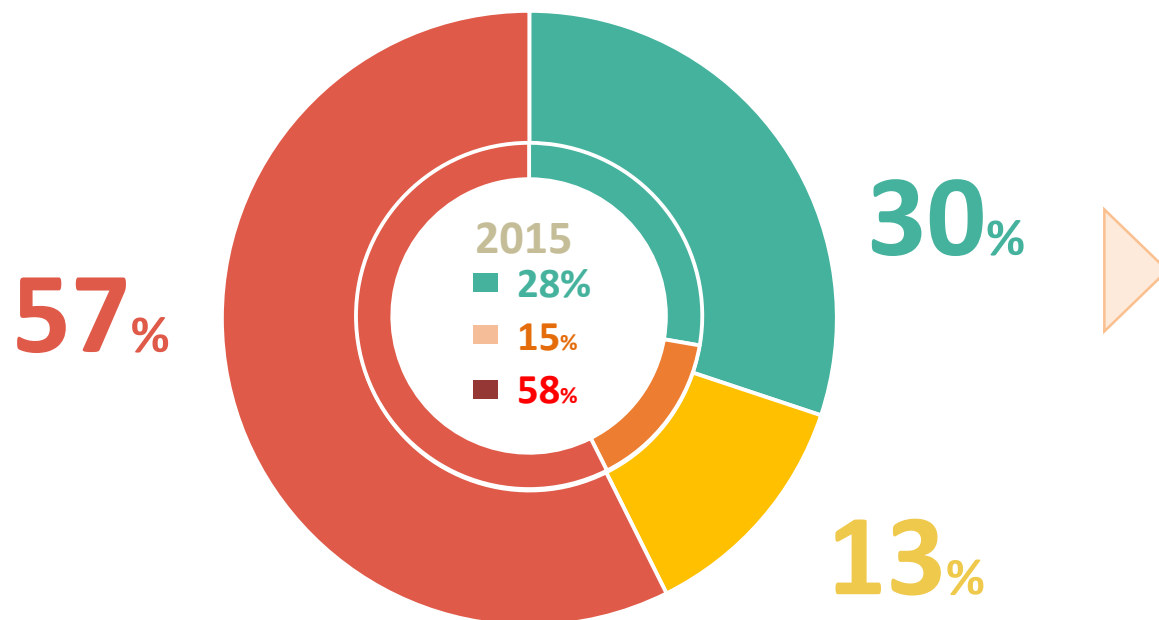
base 1.191

# Visita à empresa em 2016



histórico

+ informações



- os resultados quanto a presença do Sebrae na empresa foram similares ao apurado na pesquisa junto aos do mesmo perfil de empreendedores em 2015 (P17)

alguém a serviço do Sebrae esteve na empresa

ninguém a serviço do Sebrae esteve na empresa

não sabe/sem resposta

base 1.191

# Visita de um Agente do Sebrae

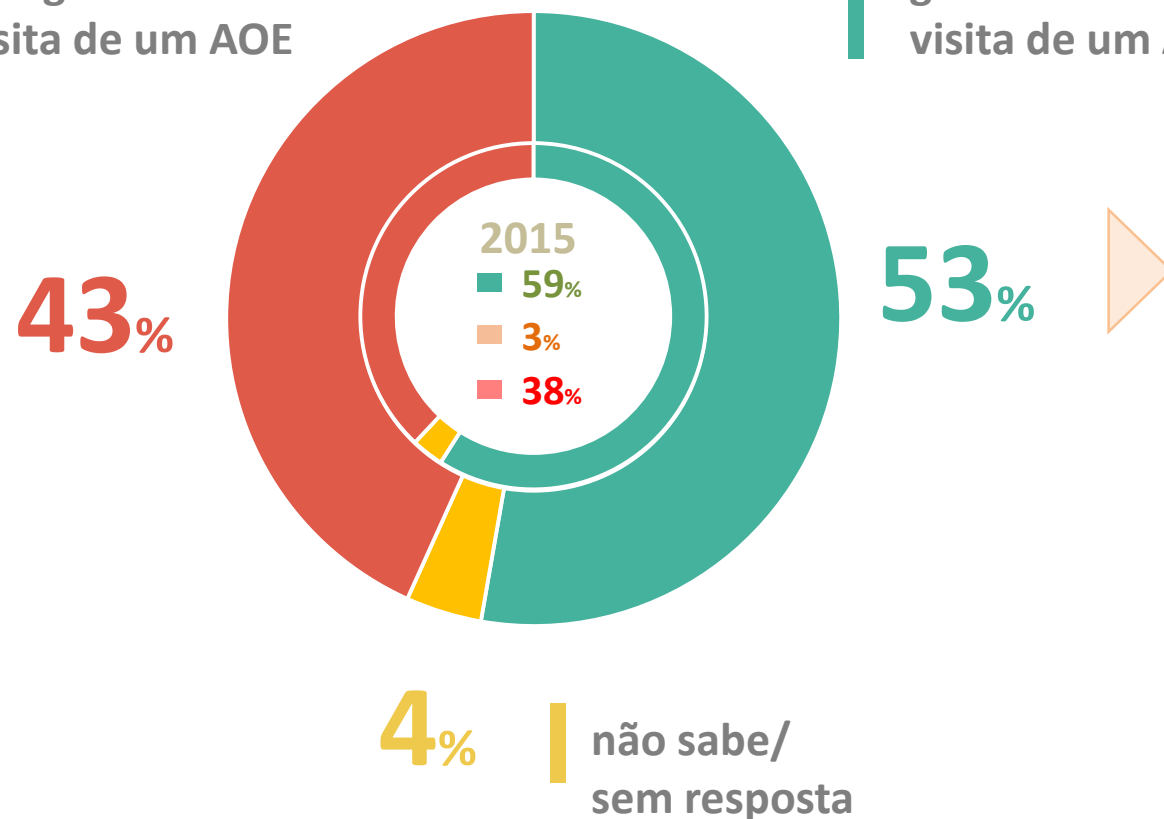


histórico

+ informações

não gostariam da visita de um AOE

gostariam da visita de um AOE



- praticamente 1 em cada 2 entrevistados que não foram atendidos pelo Negócio a Negócio em 2016, afirmaram que gostariam que um Agente do Sebrae fosse até sua empresa (P17)

base 1.191

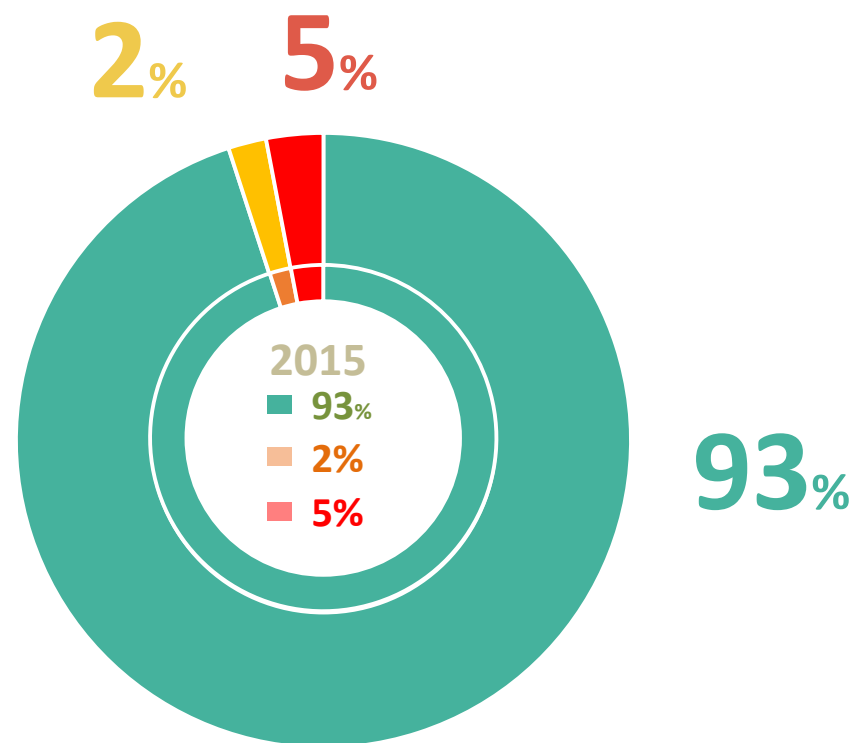
# Autorização



histórico



+ informações



autorizaram passar o contato para o Sebrae

não autorizaram passar o contato para o Sebrae

não sabe/  
sem resposta

base 690



**para não esquecer**

## *Para não esquecer*

**1**

tendência crescente, ano a ano, de diminuição no número de visitas, tanto que 1 em cada 2 empresas recebeu uma visita única em 2016

**2**

preocupa que o aumento no lucro médio das empresas ainda seja tão dependente do número médio de visitas dos AOE

**3**

da mesma forma com relação à colocação em prática do conhecimento assimilado que depende também do número de visitas

**4**

diferentemente da última pesquisa, mesmo a partir da 5ª visita, os resultados continuam crescentes e positivos para as empresas

**5**

por um lado, tal sinaliza espaço ainda para mais melhorias e, talvez, uma solução complementar online pudesse ser avaliada

**6**

por outro lado, é possível que esteja surgindo uma relação de dependência do AOE indesejável e que mereceria atenção



## *Para não esquecer*

7

o fato do maior percentual dos participantes que nada fizeram (na própria empresa com o conhecimento) ser naqueles com apenas 1 visita, sugere a necessidade dessa não ser a regra, algo que não estaria ocorrendo na prática

# obrigado!

## Sebrae Nacional

Unidade de Gestão Estratégica – UGE

**Kennyston Lago**

kennyston.lago@sebrae.com.br

**Dênis Nunes**

denis.pedro@sebrae.com.br