



Relatório de Pesquisa

Pesquisa de Satisfação e Impacto ALI

A Pesquisa



Objetivo: *Levantar, junto aos clientes atendidos em 2019, a satisfação em relação ao atendimento e os principais impactos gerados no empreendimento pela nova metodologia ALI.*



Amostra: *Foram realizadas 972 entrevistas com clientes.*



A coleta de dados foi realizada através de entrevistas por telefone (C.A.T.I.), entre os dias 30/09 e 16/10 de 2020.



*O erro amostral é de 2,77% .
O intervalo de confiança é de 95%.*

Mais informações



A Ponderação dos dados



A ponderação dos dados obedeceu à seguinte fórmula:

$$Ponderação_i = \frac{População_i}{Amostra_i}$$

Sendo:

i: número do extrato da população formado pela variável UF;

População *i*: quantidade de clientes no extrato *i*;

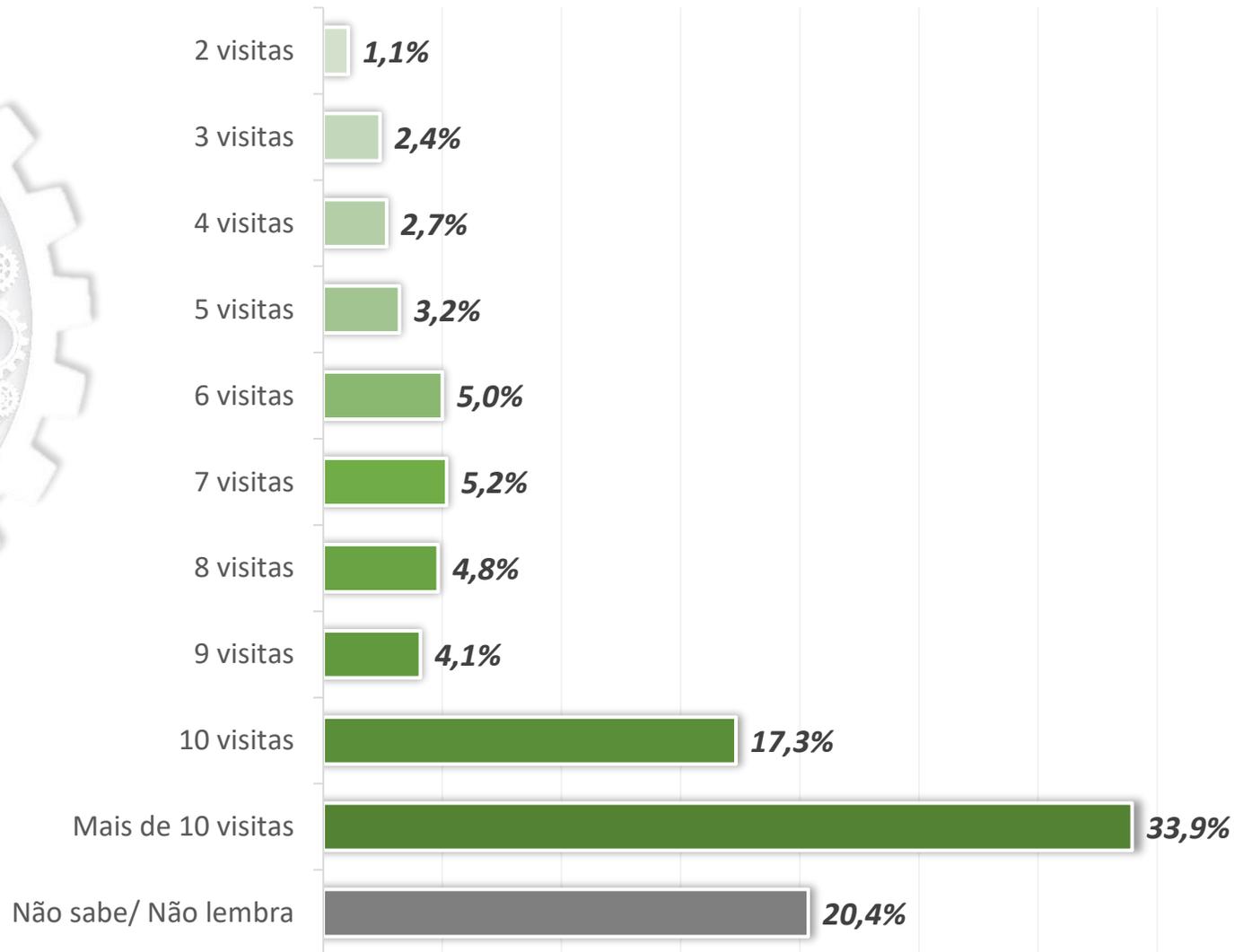
Amostra *i*: quantidade de entrevistas realizadas no extrato *i*;



Pesquisa de Satisfação e
Impacto ALI

RESULTADOS

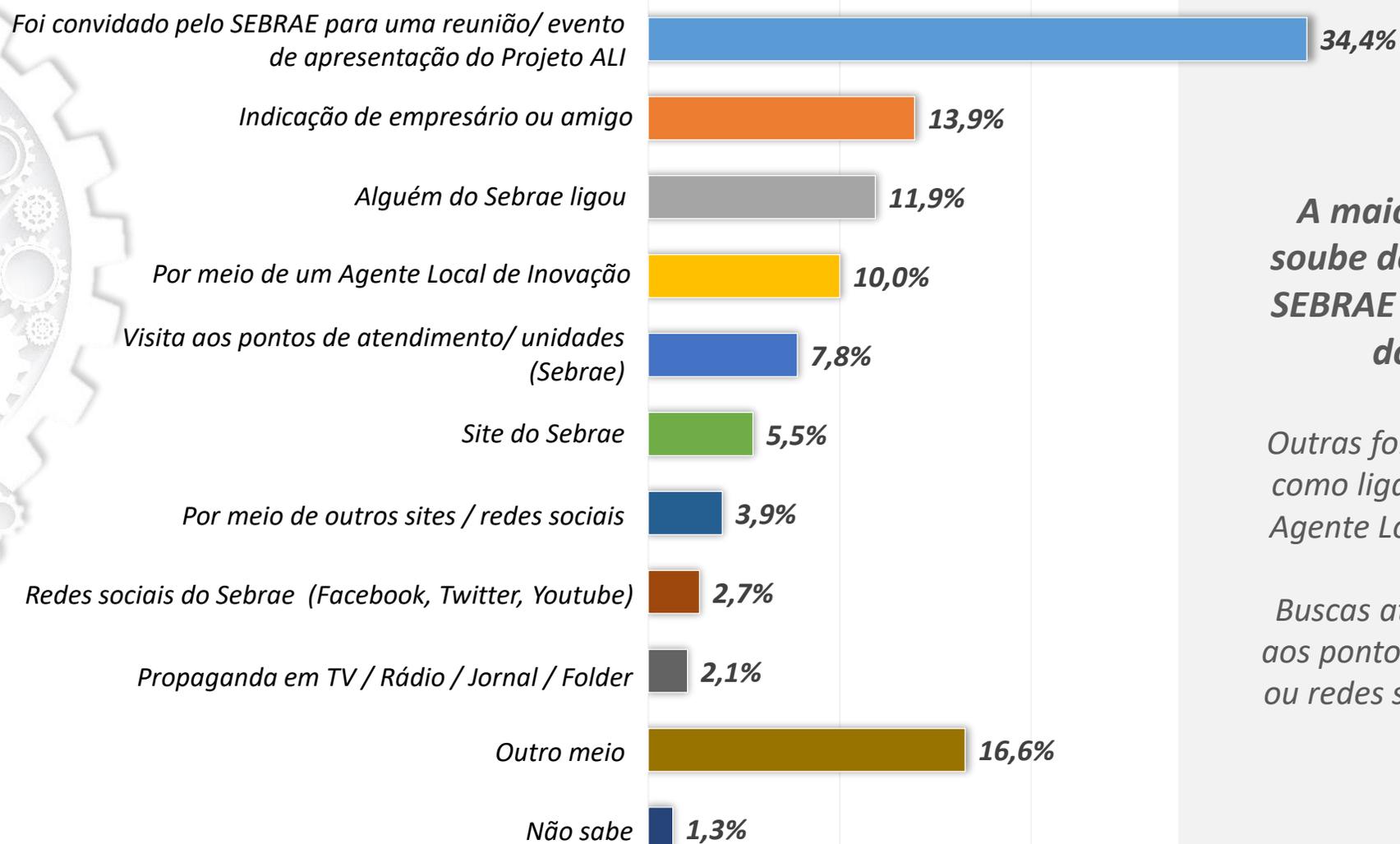
Número de visitas que recebeu do Agente ALI



Cerca de 1/3 dos entrevistados recebeu mais de 10 visitas do Agente na sua empresa.

Considerando aqueles que receberam 10 visitas ou mais, chega-se a um total de 51,3% dos entrevistados atendidos pelo ALI em 2019.

Forma como tomou conhecimento do ALI



A maior parte dos entrevistados soube do ALI através do convite do SEBRAE ou evento de apresentação do Projeto ALI (34,4%).

Outras formas de busca ativa do SEBRAE, como ligação do Sebrae e contato de um Agente Local de Inovação somam **21,9%**.

Buscas ativas por parte do cliente (visita aos pontos de atendimento, busca em site ou redes sociais do Sebrae) somam **17,1%** da amostra.

Avaliação do Acompanhamento do Agente



Nacional

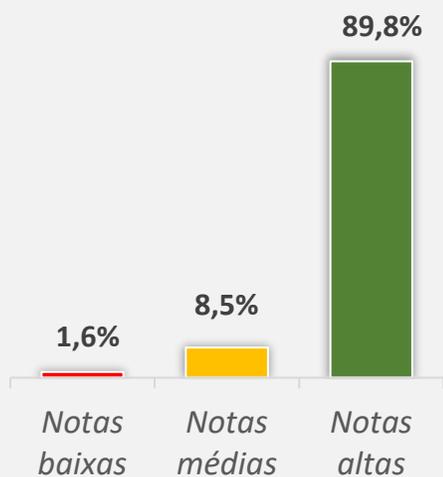


UF

Pontualidade



Nota Média
9,6

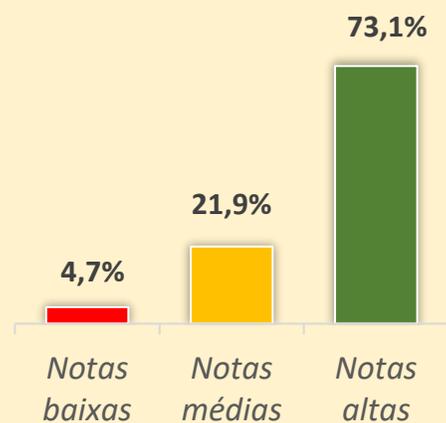


Não sabe: 0,1%

Proposição de novas ideias



Nota Média
9,1

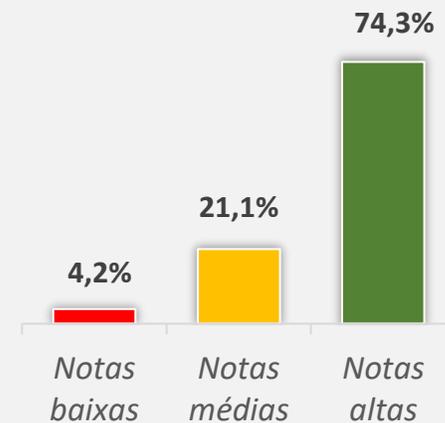


Não sabe: 0,3%

Conhecimento sobre inovação



Nota Média
9,1

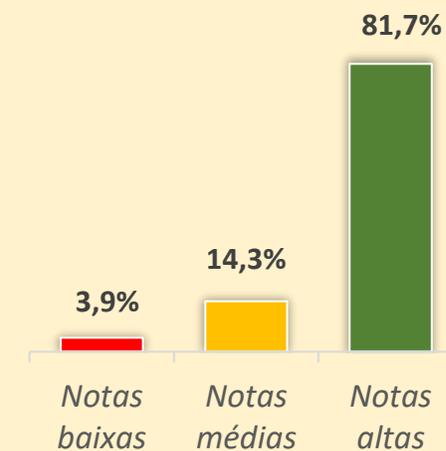


Não sabe: 0,4%

Acompanhamento e orientação

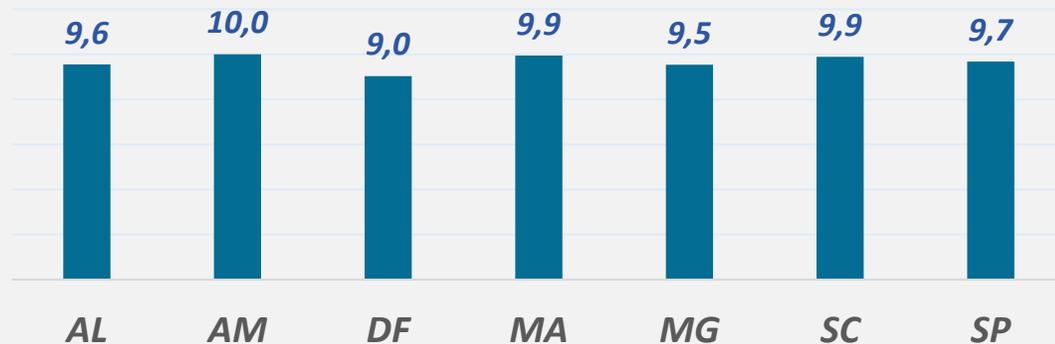


Nota Média
9,3

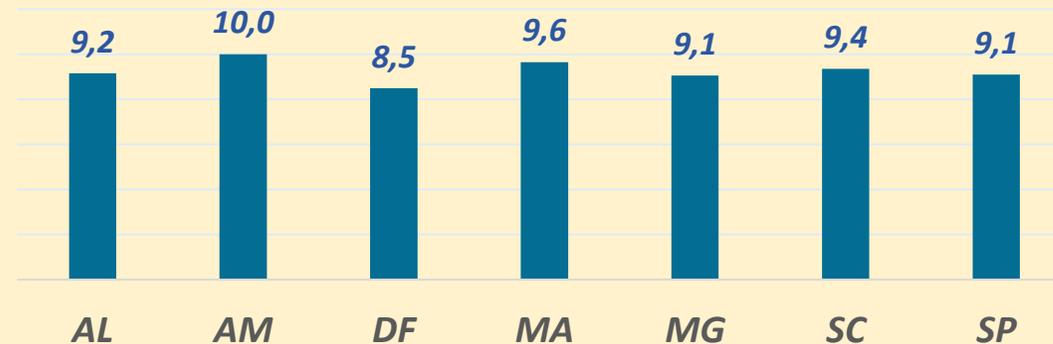


Não sabe: 0,1%

Pontualidade



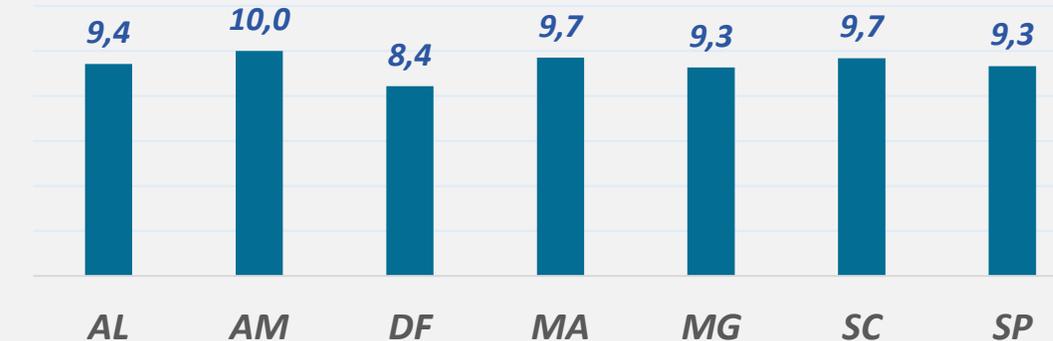
Proposição de novas ideias



Conhecimento sobre inovação



Acompanhamento e orientação



Avaliação da Qualidade do Conteúdo do ALI



Nacional

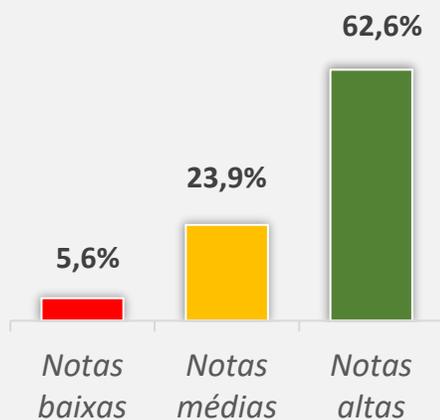


UF

Devolutiva por e-mail do radar da inovação



Nota Média
8,9

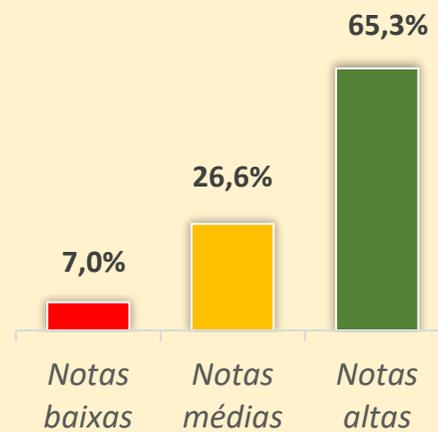


Não sabe/não fez esta fase: 7,9%

Identificação e validação dos problemas



Nota Média
8,9

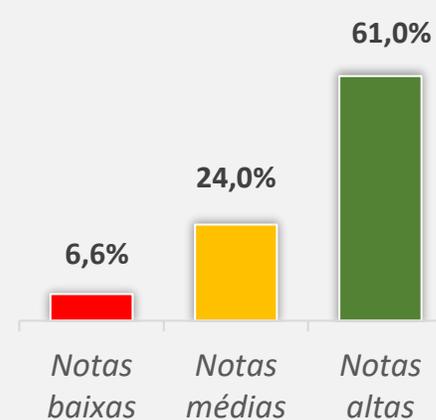


Não sabe/não fez esta fase: 1,1%

Plano de desenvolvimento do MVP



Nota Média
8,8

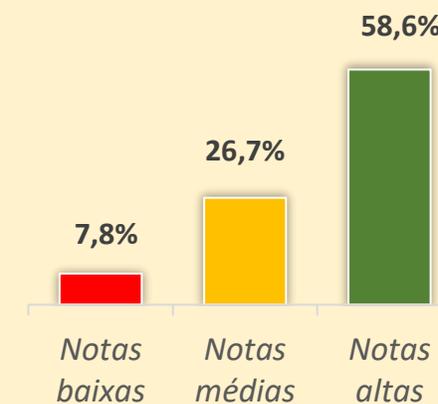


Não sabe/não fez esta fase: 8,4%

Plano de implementação do modelo de negócio



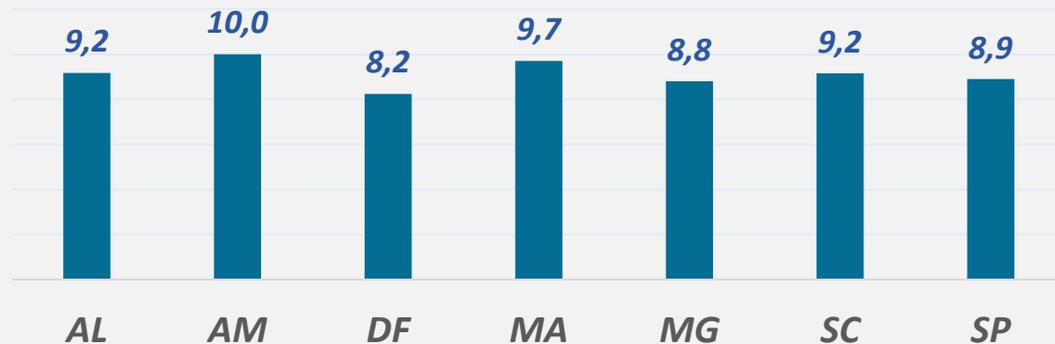
Nota Média
8,7



Não sabe/não fez esta fase: 7,0%

Avaliação da Qualidade do Conteúdo do ALI

Devolutiva por e-mail do radar da inovação



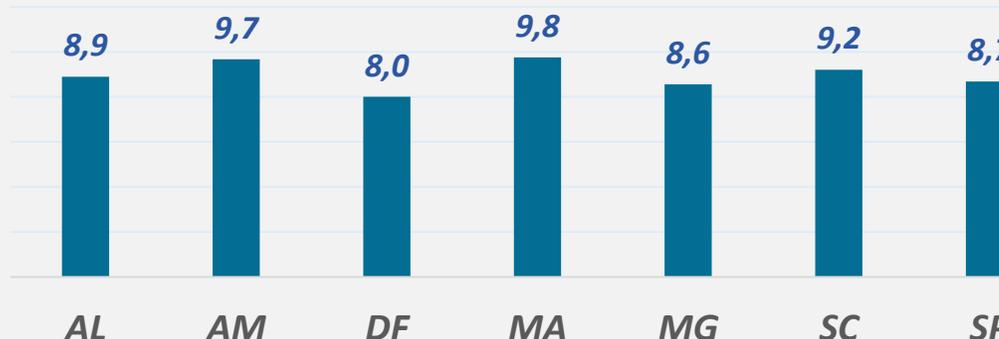
Identificação e validação dos problemas



Plano de desenvolvimento do MVP

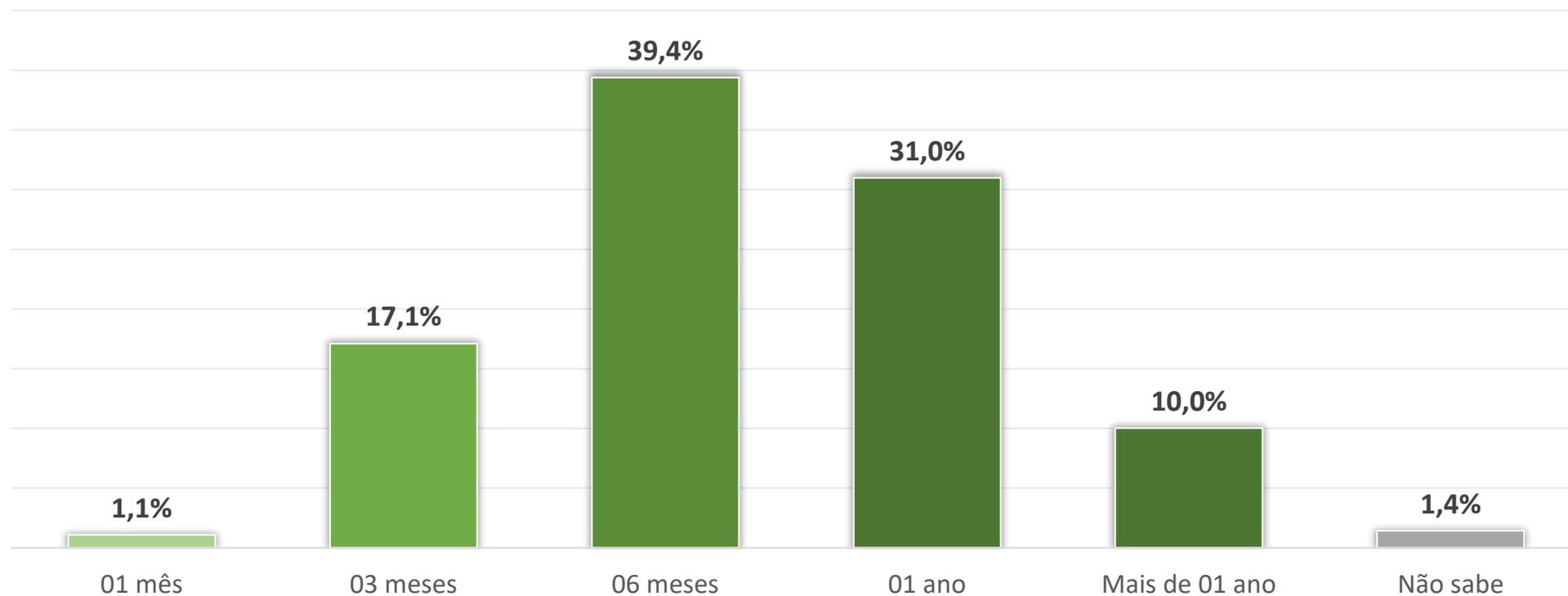


Plano de implementação do modelo de negócio



Tempo ideal para acompanhamento do ALI

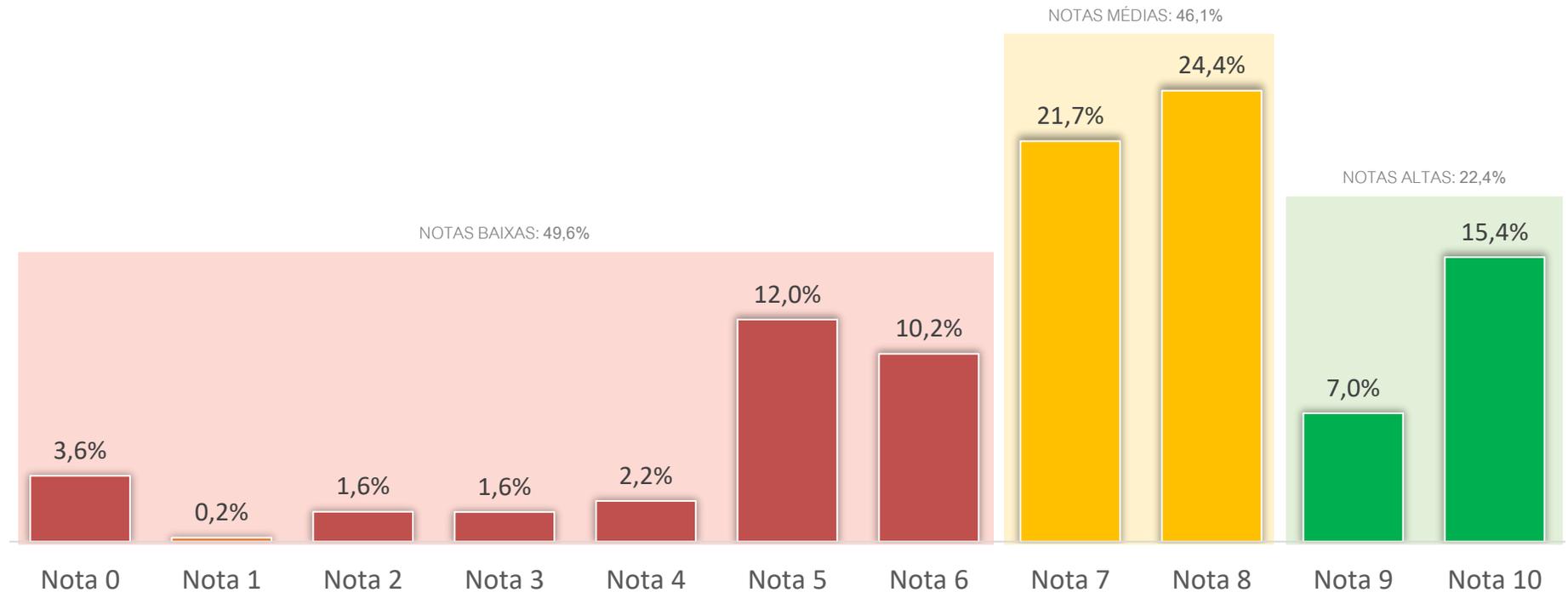
Cerca de **40%** dos entrevistados consideram que o tempo ideal para o acompanhamento do ALI na empresa é de **06 meses**. Já **41,0%** acreditam que o ALI deveria acompanhar a empresa pelo período de **01 ano ou mais**.

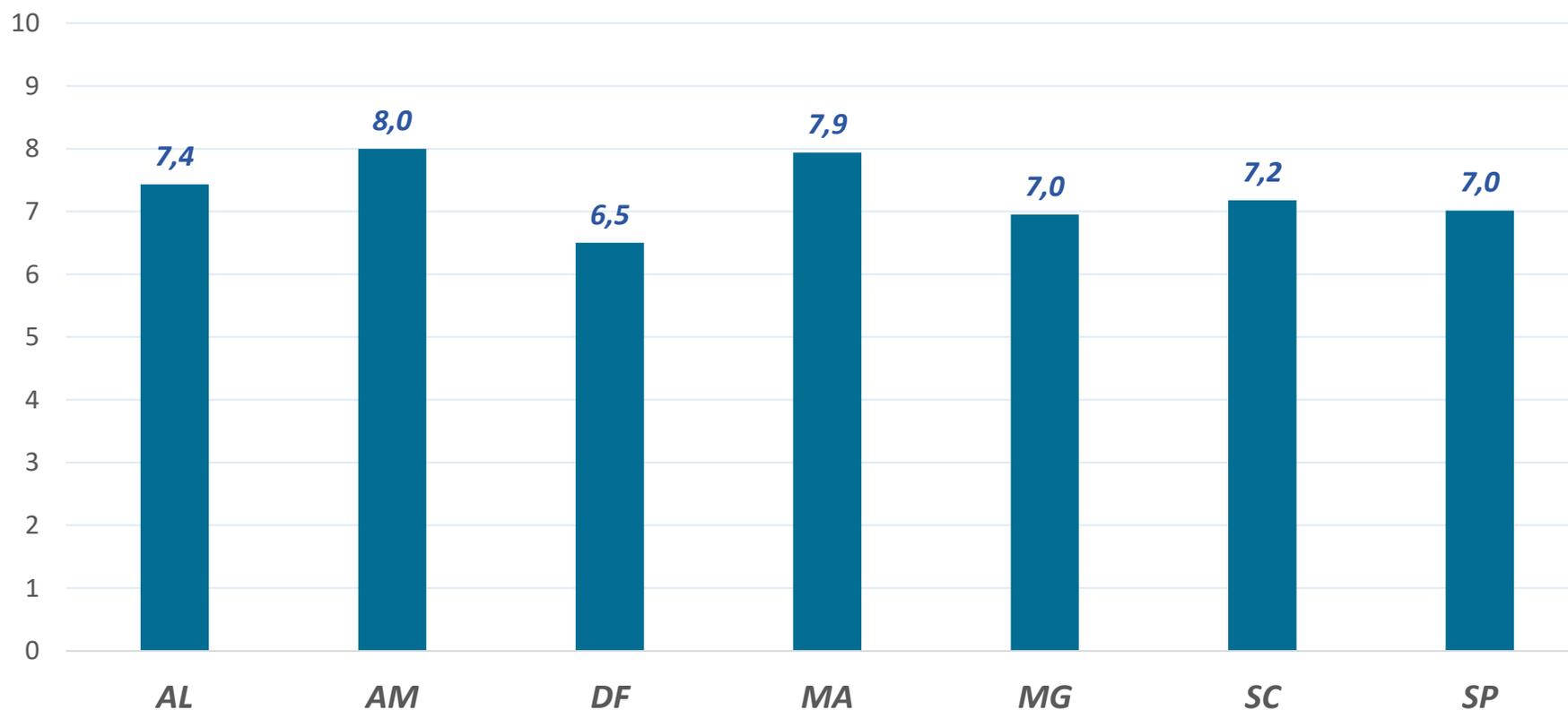




Nota Média: 7,0

Quase metade dos entrevistados avaliou a *aplicabilidade do ALI* com notas baixas. 22,4% dos respondentes atribuíram notas altas a este item.





7. O(a) Sr. (a) conseguiu pôr em prática no dia a dia do seu negócio o que aprendeu através do ALI? Dê uma nota de 0 a 10, sendo que 0 significa "NÃO PÔS NADA EM PRÁTICA" e nota 10 que "PÔS TODOS OS CONHECIMENTOS EM PRÁTICA"

Efetividade do ALI para a Empresa



Nacional

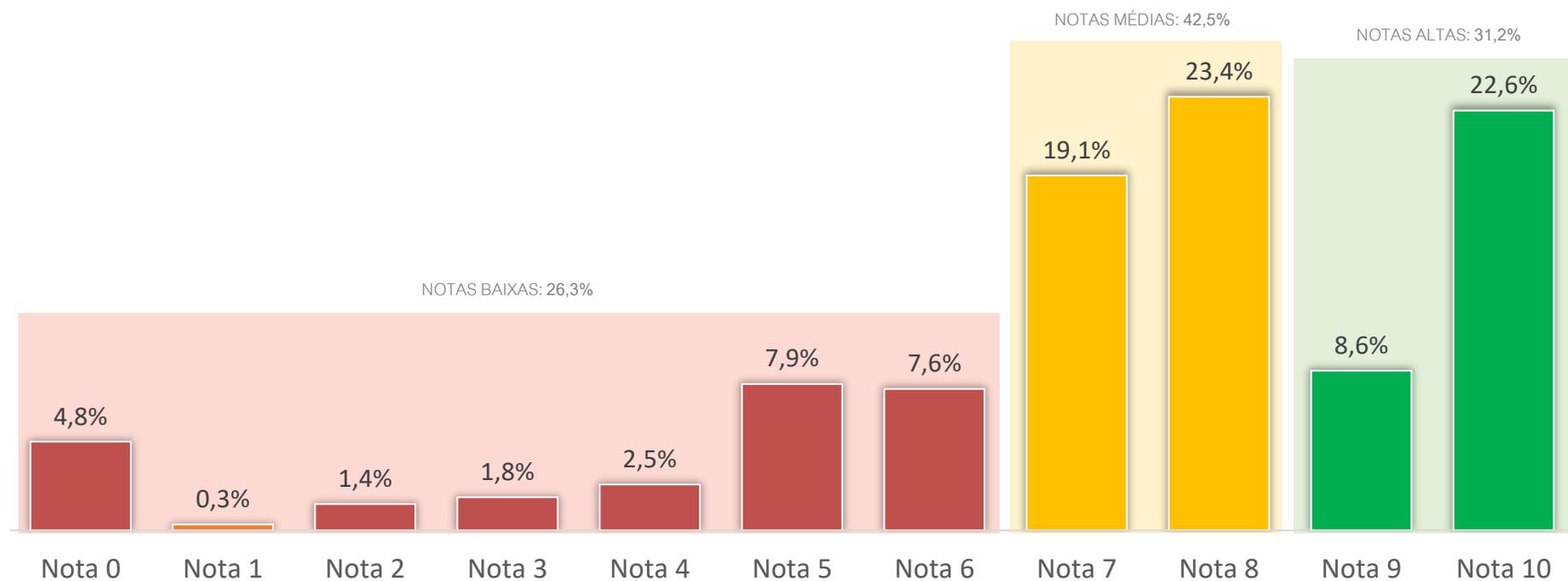


UF



Nota Média: **7,3**

Quase 1/3 dos entrevistados avaliou a efetividade do ALI com notas altas (9 e 10).



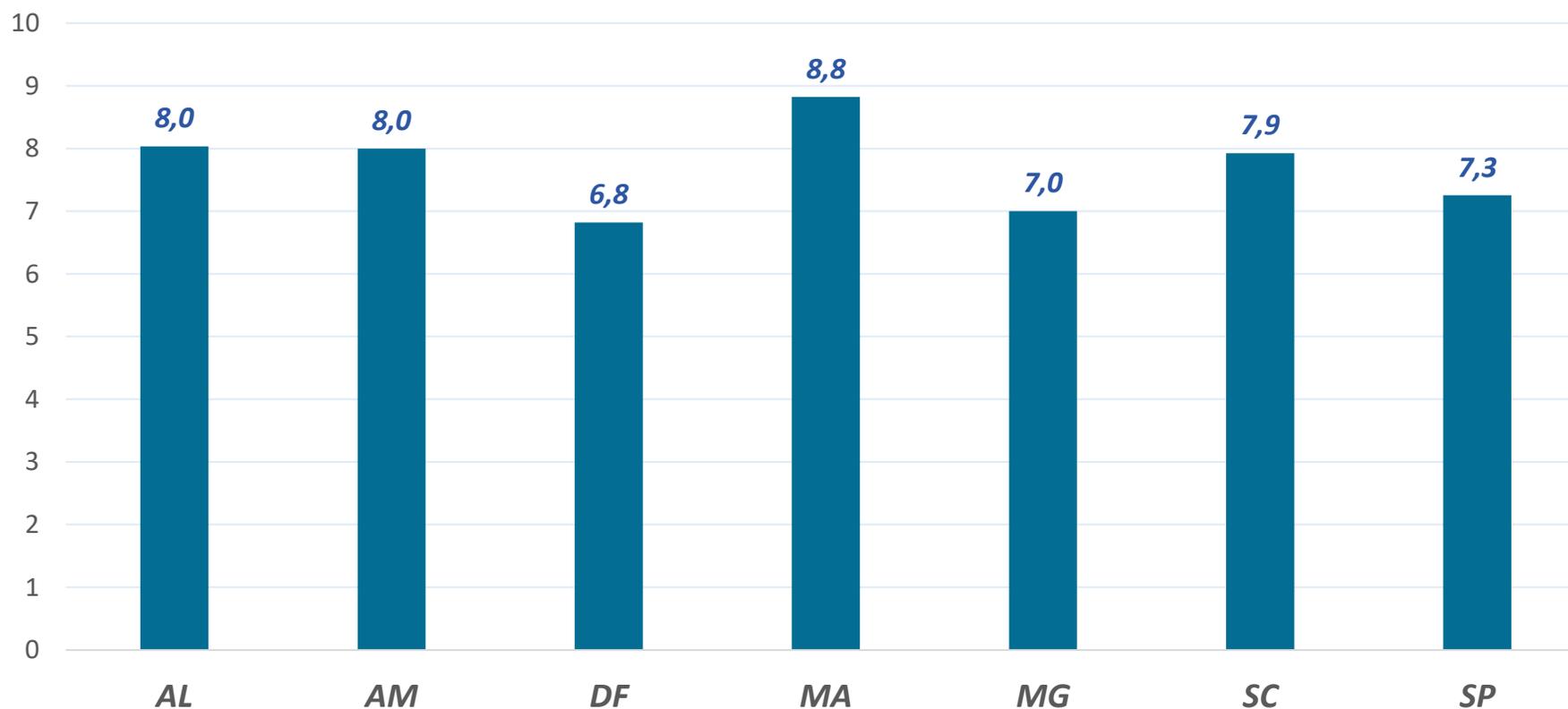
Resultados do ALI para a Empresa - Notas médias por UF



Nacional



UF



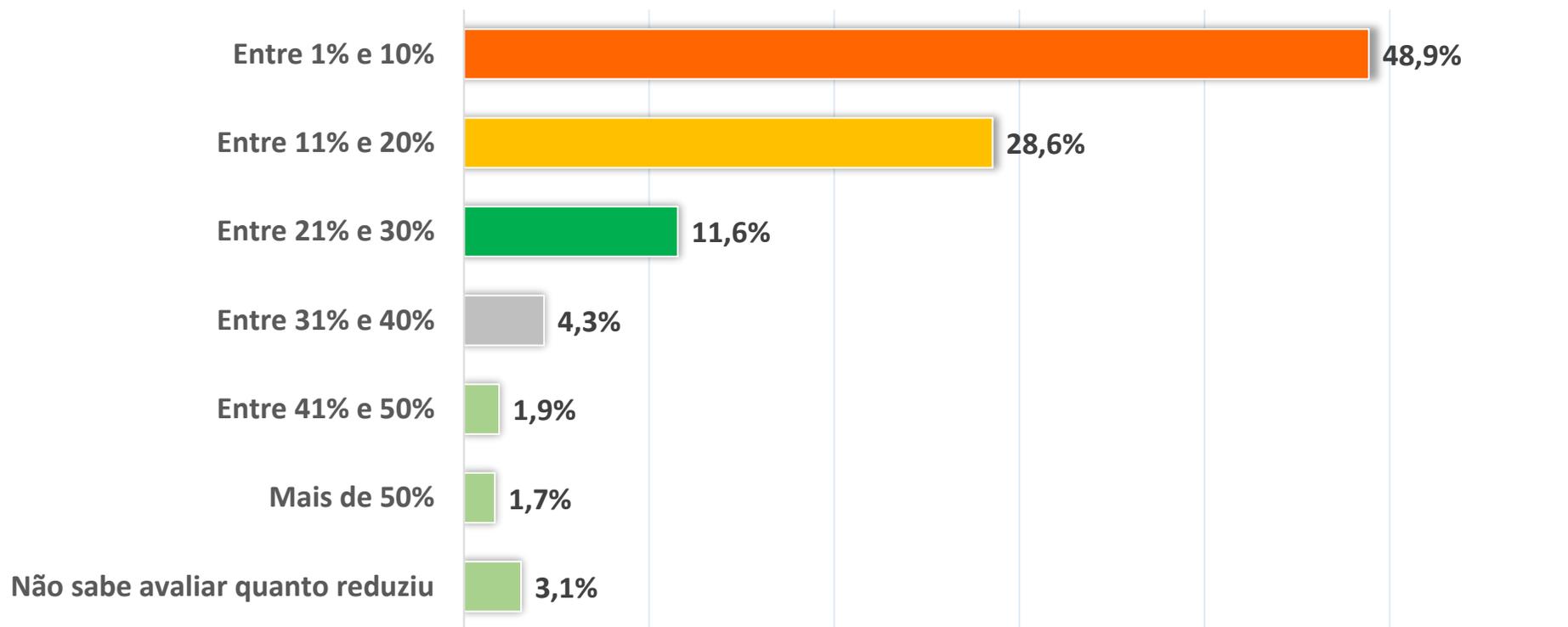
Mudanças na empresa como consequência do ALI



Percentual de redução de custos da empresa

Dentre aqueles empresários que disseram que a empresa reduziu custos devido ao ALI, quase metade (48,9%) afirmam que essa redução foi de 1% a 10%.

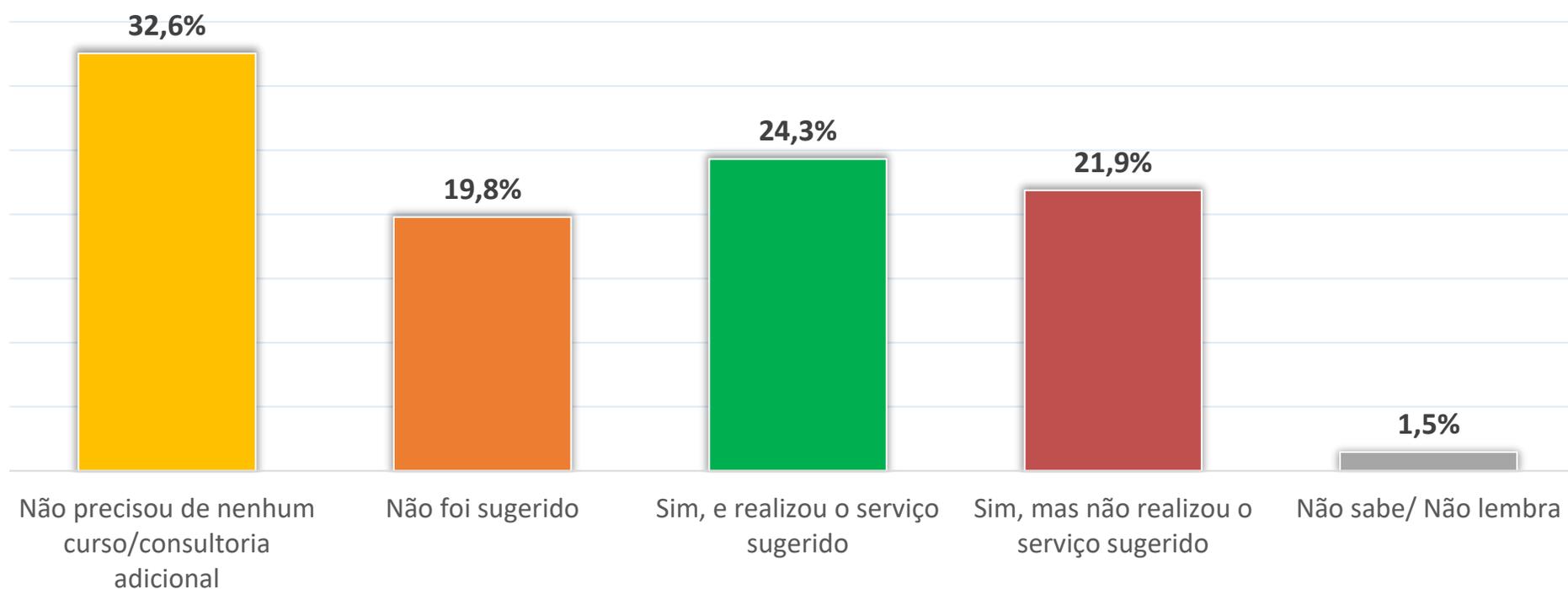
Cerca de 1/5 das empresas reduziram mais 20% dos custos como consequência do Programa ALI.



Necessidade de curso ou consultoria adicional

Cerca de 1/3 dos entrevistados disse que não precisou de nenhum curso ou consultoria adicional ao ALI.

Já cerca de 25% dos entrevistados afirmaram que o agente sugeriu algum serviço adicional e este serviço foi realizado.



Recomendação do ALI



Nacional



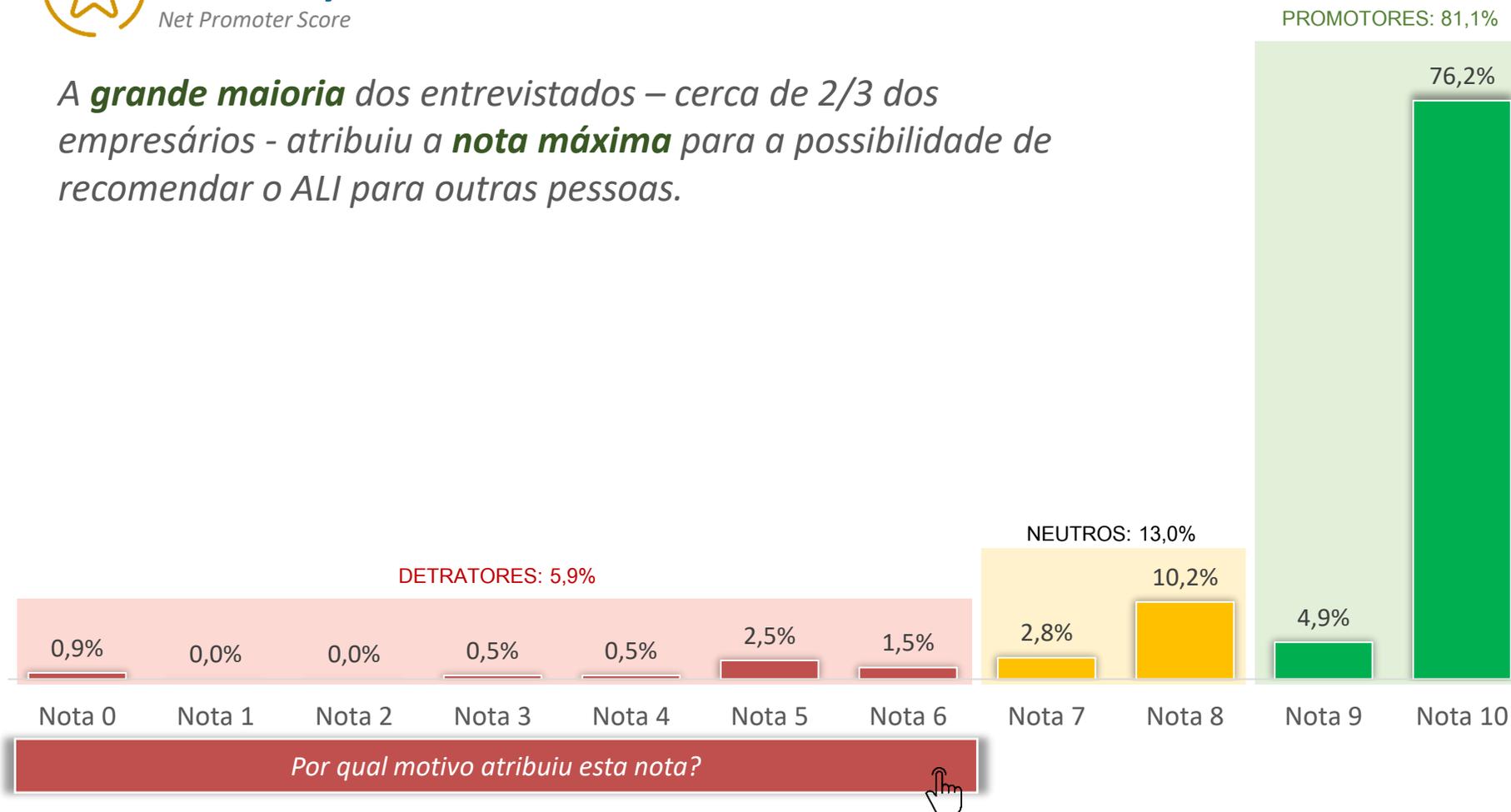
UF



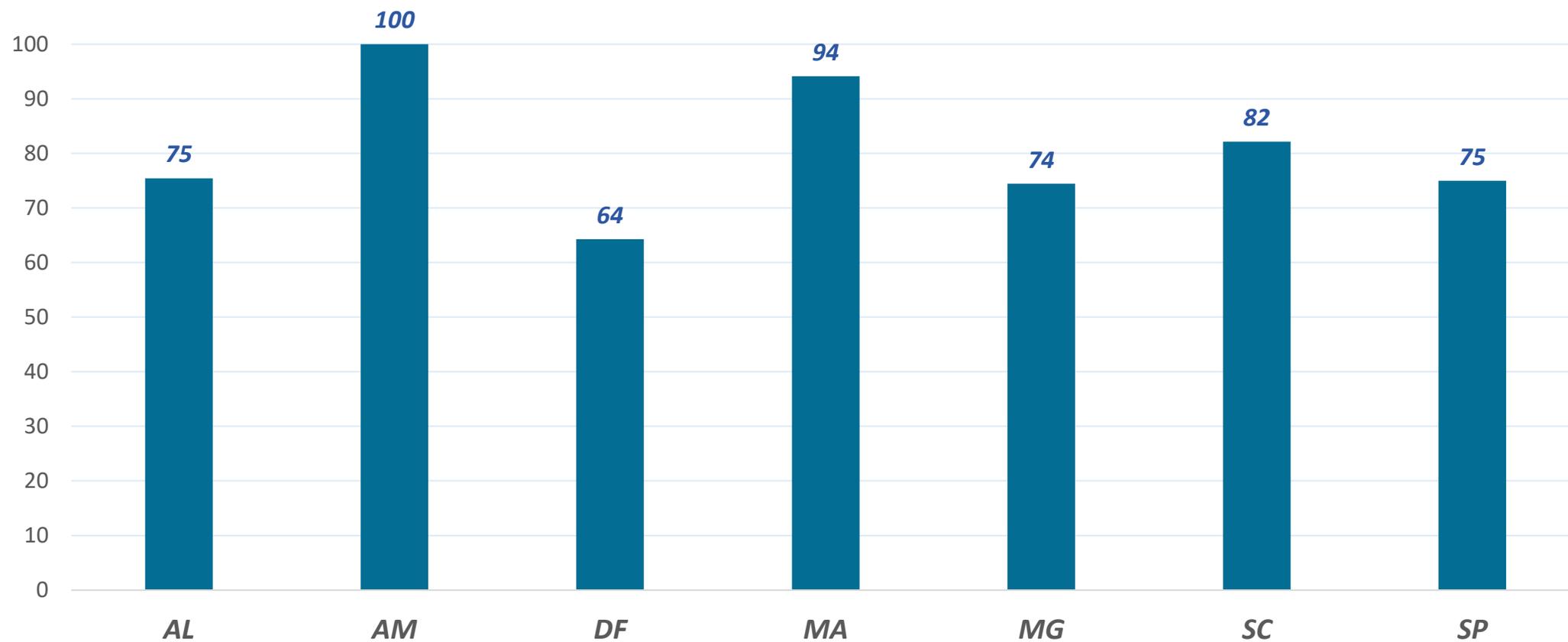
NPS: 75,2

Net Promoter Score

A **grande maioria** dos entrevistados – cerca de 2/3 dos empresários - atribuiu a **nota máxima** para a possibilidade de recomendar o ALI para outras pessoas.







SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários



	Frequencia Ponderada	Percentual Válido
Aumentar o tempo de acompanhamento do programa / Feedback depois da implementação do programa	529	11,9
Aumentar o tempo de duração do programa	310	7,0
Agente deveria conhecer mais o assunto / o segmento da empresa / agente mais capacitado	295	6,6
Acompanhamento mais direcionado para cada segmento / Entender as necessidades específicas do segmento/empresa	272	6,1
Melhorar a divulgação do programa	108	2,4
Programa mais prático / mais dinâmico / menos teoria e mais prática	95	2,1
Agente mais presente na aplicação prática do programa	94	2,1
Melhorar o conteúdo do Programa	92	2,1
Linguagem mais simples/clara para facilitar o entendimento/sem americanismos	81	1,8
Retomar depois da pandemia / Implementação ficou prejudicada de devido à pandemia	73	1,6
Ter tutoria e orientação on-line constante/oferecer plataformas virtuais para aplicação do projeto	53	1,2
Reduzir o tempo entre as visitas / visitas mais frequentes	44	1,0
Promover visitas/encontros/reuniões com outras empresas para trocar de ideias e experiências	43	1,0
Aumentar a frequência de visitas do agente/ aumentar o número de agentes	41	0,9
Continuação do programa	39	0,9
Visitas virtuais deixaram a desejar / Ter mais aulas presenciais	38	0,8
Atendimento virtual / remoto	29	0,6
Mais material escrito / material didático / Material de apoio	26	0,6
Flexibilidade nos dias e horas para realizar o curso	25	0,6
Finalizar o programa	20	0,4
Dar mais ideias sobre inovação / Inovar mais	18	0,4

Continua

SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários



	Frequencia	Percentual Válido
Programa com olhar mais abrangente	17	0,4
Metodologia mais flexível / mais atualizada	14	0,3
Não deveria trocar o agente ao longo da consultoria	10	0,2
Agentes devem dar prazo pra finalização das tarefas	10	0,2
Processo mais rápido, com mais ferramentas de inovação	10	0,2
Ajudar a melhorar a organização/ gestão da empresa	8	0,2
Linhas de crédito	8	0,2
Realizar mais palestras, cursos e outros serviços do Sebrae	8	0,2
Aplicativo de acesso mais fácil para avaliar os serviços	8	0,2
Gráficos e planilhas em formato eletrônico, para visualizar no computador da empresa	8	0,2
Inovação dos processos do próprio programa, por exemplo, digitalizar documentos ao invés de usar post-its e cartazes	8	0,2
Treinamento maior sobre as ferramentas do ALI antes de colocar em prática	8	0,2
Adaptar o conteúdo para empresários com deficiência	6	0,1
Analisar capacidade de aplicar e executar o projeto dentro do prazo definido	6	0,1
Dar continuidade no programa caso troque o agente	6	0,1
Prazo maior para realizar as atividades	6	0,1
Ser mais produtivo	6	0,1
Cobrar desempenho já no início do projeto	6	0,1
Cumprir o que falaram na palestra	6	0,1
Definir o tempo de duração de cada encontro	6	0,1
Delegar funções	6	0,1

Continua

SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários



	Frequencia Ponderada	Percentual Válido
Falta assessoria na parte final da inovação	6	0,1
Implementar mais o MVP	6	0,1
Incluir outros serviços oferecidos pelo Sebrae	6	0,1
Informar sobre o projeto ALI já no primeiro contato	6	0,1
Muito caro	6	0,1
Oferecer mais soluções	6	0,1
Que não houvesse seleção	6	0,1
Questionário com os clientes deveria ser feito on-line	6	0,1
Trabalho com formação de equipe	6	0,1
Acompanhamento ser simples e objetivo	4	0,1
Agente deveria fazer diagnóstico presencial, para confrontar com o diagnóstico do radar	4	0,1
Agente foi pra outro projeto, não foi colocado outro agente no lugar e não concluiu o projeto	4	0,1
Ajudar na contratação de pessoal	4	0,1
ALI deveria ser integrado em todos os departamentos	4	0,1
Apresentar as possibilidades de captação de recursos para as empresas	4	0,1
Atenção aos funcionários da empresa, não somente aos proprietários	4	0,1
Aulas mais frequentes	4	0,1
Auxiliar os empresários a aplicar o programa, caso não consigam sozinhos	4	0,1
Avaliação logo após terminar o projeto	4	0,1
Avaliação mais próxima do termino do projeto	4	0,1
Cobrar comprometimento dos empresários	4	0,1

Continua

SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários

	Frequencia Ponderada	Percentual Válido
Colocar em prática o que é proposto	4	0,1
Colocar empresas menores nas reuniões	4	0,1
Comprometimento com horário	4	0,1
Concluir as etapas somente após validação real	4	0,1
Contratar estagiário para ajudar na execução do programa	4	0,1
Cronograma muito rígido	4	0,1
Diagnosticar as falhas da empresa	4	0,1
Difícil operacionalizar a etapa de pesquisa com cliente, pois teria que parar a produção	4	0,1
Encontros mais animados	4	0,1
Explanação do programa antes da visita do agente	4	0,1
Extender o assunto das vendas no programa	4	0,1
Fazer acompanhamento de fluxo de caixa	4	0,1
Fazer triagem das empresas que realmente se encaixam e se beneficiam do programa	4	0,1
Fazer triagem dos empresários participantes para ver o real interesse	4	0,1
Flexibilidade nos dias e horários para realizar o curso	4	0,1
Focar mais na gestão	4	0,1
Fornecer mais ideias às empresas	4	0,1
Implantar o sistema de Market Up antes de iniciar o projeto	4	0,1
Informações sobre financiamentos	4	0,1
Mais ágil e específico	4	0,1
Mais alcance do programa	4	0,1

Continua

SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários

	Frequencia Ponderada	Percentual Válido
Mais cursos e ideias	4	0,1
Mais organização	4	0,1
Mais organização e acompanhamento em todas as etapas	4	0,1
Mais parcerias entre SEBRAE e empresas	4	0,1
Mais tempo entre as etapas	4	0,1
Melhor análise do cenário local. Falta amarração entre pensar global e aplicar local.	4	0,1
Melhorar a orientação do programa	4	0,1
Melhorar o método de implementação	4	0,1
Melhorar os processos da empresa	4	0,1
Metodologia de calculo do preço baseado na aceitação do cliente	4	0,1
Mostrar onde encontrar fornecedores	4	0,1
Não tinha funcionário para resolver problemas mais complexos	4	0,1
O próprio agente deveria fazer as entrevistas	4	0,1
Oferecer consultoria em conjunto com o ALI	4	0,1
Olhar as empresas reais e a capacidade delas em implantar o programa	4	0,1
Otimizar o tempo da reunião	4	0,1
Parcerias de pessoas experientes na área da empresa	4	0,1
Programa não pode demandar muito tempo do empresário	4	0,1
Projetos realistas para empresas que está começando	4	0,1
Que tenha turmas do ALI todos os anos	4	0,1
Quem participou uma vez do ALI não deveria participar novamente	4	0,1

Continua

SUGESTÕES para que o ALI atenda melhor os empresários



	Frequencia Ponderada	Percentual Válido
Reduzir o tempo do programa	4	0,1
Repetir o programa na empresa	4	0,1
Reunião antes de começar o projeto	4	0,1
Reunião final com algum outro membro diretivo do Sebrae	4	0,1
Se atualizar para trazer novidades para os clientes	4	0,1
Sebrae deixa a desejar nas cidades pequenas, está somente nas grandes	4	0,1
Sebrae deveria fazer parceria com Agentes Locais da própria cidade	4	0,1
Sebrae mais próximo nos empresários que estão começando	4	0,1
Ser mais ágil e mais curto	4	0,1
Trazer pessoas com experiência para falar com os empresários	4	0,1
Treinamentos na unidade mais próxima	4	0,1
Utilizar ferramenta de gestão de projetos	4	0,1
ALI também para quem nao tem CNPJ	4	0,1
Apresentar casos reais para comprovar sucesso do projeto	4	0,1
Consultor contribuir com algumas tarefas do empresário	4	0,1
Criar produto novo e acompanhar seus desenvolvimento	4	0,1
Ensinar como buscar recursos financeiros	4	0,1
Mais disponibilidade do agente para atender a empresa	4	0,1
Material didático poderia ser digital	4	0,1
No caso de empresas do ramo da educação, que as preparações aconteçam entre o segundo e terceiro trimestre	4	0,1
Ampliar o número de vagas	4	0,1
Sem sugestões / Não sabe	1595	35,8
Total	4453	100,0

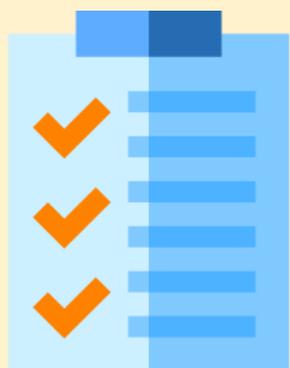
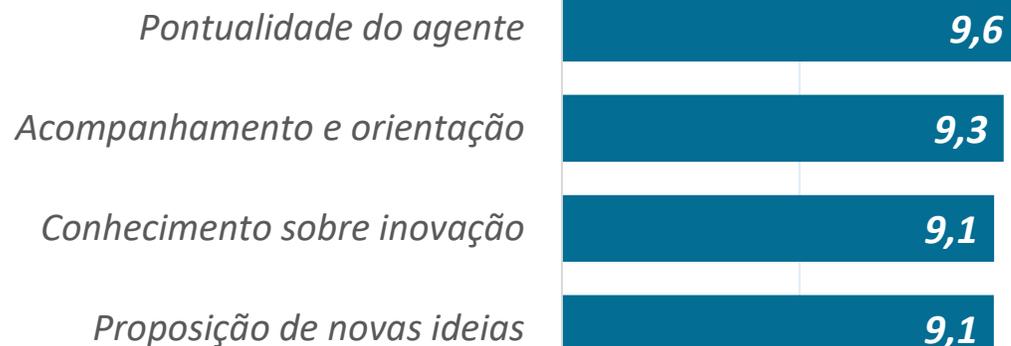


CONSIDERAÇÕES FINAIS

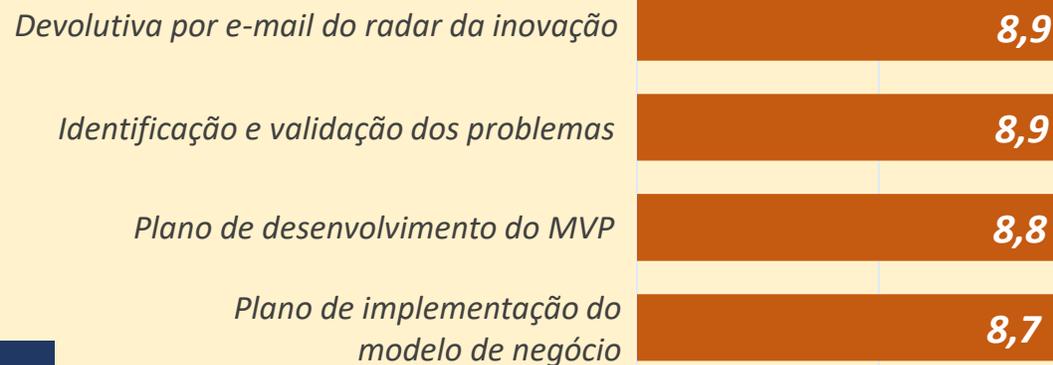
Síntese da avaliação do ALI



Avaliação do Agente



Avaliação do Conteúdo do ALI



Recomendação do ALI

75,2 (NPS)



APLICABILIDADE

7,0

Nota Média



EFETIVIDADE

7,3

Nota Média

Considerações Finais

1

Dentre os entrevistados que realizaram o ALI em 2019, a maioria teve contato com o programa através de convite do SEBRAE ou em evento promovido para apresentação do Projeto. Se somarmos todas as formas de contato oriundas de estratégias de captação de clientes por parte do SEBRAE soma-se 53,6% dos entrevistados.

2

De modo geral, a avaliação do acompanhamento do Agente obteve notas altas (acima de 9,0) em todos os itens avaliados. Destaque especial para a pontualidade do Agente (nota 9,6) e para o acompanhamento e orientação do Agente.(nota 9,3).

3

A qualidade do conteúdo repassado pelo Sebrae alcançou obteve notas entre 8,7 e 8,9 nos quatro itens avaliados. As notas mais altas foram registradas nos itens “devolutiva por e-mail do radar da inovação” e “identificação e validação dos problemas”.

4

Com relação ao tempo ideal para o acompanhamento do ALI na empresa, cerca de 40% dos entrevistados citaram o prazo de 06 meses. Já outros 41% acreditam que o acompanhamento pelo período de 01 ano ou mais é o ideal.

Considerações Finais

5

A aplicabilidade do conteúdo aprendido no ALI recebeu nota média de 7,0. Apenas cerca de 22% dos entrevistados atribuíram notas altas a este item.

6

A efetividade do ALI, ou seja, a capacidade do Programa de gerar resultados para a empresa, obteve nota média de 7,3. Em torno de 1/3 dos entrevistados atribuíram notas altas a este item da avaliação.

7

As mudanças realizadas nas empresas como consequência do Programa ALI referem-se, principalmente, à identificação de novos clientes (81%), à criação de uma cultura de inovação na empresa (73%) e à redução de desperdícios (70%).

8

Quase 2/3 dos entrevistados disseram que houve redução de custos na empresa como consequência do Programa ALI. Dentre estes, quase metade reduziu os custos em até 10%. Já cerca de 30% dos empresários reduziram os custos entre 11% e 20%.

Considerações Finais

9

Cerca de 1/3 dos empresários não necessitou de curso ou consultoria adicional ao ALI. Por outro lado, 1 em cada 4 empresários obteve recomendação de outro serviço do SEBRAE, e o realizou.

10

O NPS alcançou escore de 75,2. 81% dos clientes são promotores do ALI (atribuíram notas 9 ou 10) para a possibilidade de indicar o ALI para outras pessoas.

11

As sugestões dos entrevistados sobre como o ALI poderia realizar um melhor atendimento giram em torno, principalmente, do aumento do tempo e da qualidade do acompanhamento da empresa após a conclusão do Programa. Os empresários gostariam de receber um feedback após algum tempo de implementação do ALI, de modo a avaliar o resultados do programa.

12

Aumentar o tempo de duração do programa na empresa, selecionar agentes com maior conhecimento do assunto e direcionar o atendimento e as orientações do ALI de acordo com o segmento e as especificidades de cada empresa também foram citados como sugestões para o aperfeiçoamento do ALI.

POPULAÇÃO-ALVO	<i>Empresários que concluíram o ALI em 2019.</i>
POPULAÇÃO E AMOSTRA	<i>Mailing com 4.453 contatos, dos quais 3.770 foram efetivamente utilizados após exclusão de números inexistentes e não autorizados pelo titular. Amostra prevista: 1398 entrevistas. Amostra coletada: 972 entrevistas. Cotas por UF. Margem de erro para resultados gerais: 2,77%. Taxa de participação: 25,8%.</i>
SELEÇÃO DA AMOSTRA	<i>A seleção dos entrevistados foi feita em ordem aleatória. A amostra inicialmente planejada não foi possível de ser obtida devido à ausência de contatos telefônicos em parte das cotas e baixa quantidade de contatos telefônicos em parte das cotas.</i>
METODOLOGIA	<i>Pesquisa quantitativa, com coleta de dados realizada através de entrevistas por telefone (C.A.T.I.)</i>
TIPO DE INCENTIVO (se aplicável)	<i>Não aplicável</i>
NÚMERO DE ENTREVISTADORES	<i>13 entrevistadores</i>
MÉTODO DE VALIDAÇÃO DO ENTREVISTADOR	<i>Monitoramento por escutas de pelo menos 05% das entrevistas de cada entrevistador.</i>
DOCUMENTOS USADOS NA COLETA DE DADOS	<i>Base de dados disponibilizada pelo cliente; questionário disponibilizado pelo cliente</i>
PROCEDIMENTOS DE ESTIMAÇÃO E IMPUTAÇÃO	<i>Não aplicável</i>
Nº DE CASOS NA ANÁLISE DE SUB-GRUPOS	<i>Resultados por UF: AI (58); AM (03); DF (28); MA (17); MG (173); SC (28); SP (665).</i>
PROCESSOS SUB-CONTRATADOS (se aplicável)	<i>Não aplicável</i>
A confiabilidade das constatações, incluindo, quando amostras probabilísticas forem utilizadas, estimativas da variância amostral e estimativas de erros não amostrais	<i>Não aplicável</i>

Os resultados da pesquisa quantitativa não podem ser projetados para a população geral devido aos métodos de seleção da amostra, métodos de entrevista e tamanho da amostra.

Este projeto foi desenvolvido com base nos requisitos da Norma ABNT ISO 20252:2012



A pesquisa do **ALI** é produto da **Unidade de Gestão Estratégica** do Sebrae Nacional, em conjunto com a **Unidade de Inovação**.

Equipe UGE

Dênis Pedro Nunes (Coordenação)

Equipe da Unidade de Inovação

Marcus Vinícius Lopes Bezerra

Ana Carolina de Almeida Toledo

Debora Franceschini Mazzei

