

RELATÓRIO DE PESQUISA

Projeto Sebrae
Delas Pesquisa T0.

Campo Grande, julho de 2021



SEBRAE/MS

Conselho Deliberativo

- Associação das Microempresas do Estado do Mato Grosso do Sul – AMEMS
- Banco do Brasil - BB S.A.
- Caixa Econômica Federal - CAIXA
- Federação das Indústrias do Estado de Mato Grosso do Sul - FIEMS
- Fundação de Apoio ao Desenvolvimento do Ensino, Ciência e Tecnologia do Estado de Mato Grosso do Sul - FUNDECT
- Federação do Comércio do Estado de Mato Grosso do Sul - FECOMÉRCIO
- Federação das Associações Empresariais de Mato Grosso do Sul - FAEMS
- Federação de Agricultura e da Pecuária do Estado de Mato Grosso do Sul - FAMASUL
- Fundação Universidade Federal de Mato Grosso do Sul - UFMS
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE
- Secretaria de Estado de Governo e Gestão Estratégica - SEGOV

Presidente do Conselho Deliberativo do SEBRAE/MS em Exercício

Jaime Verruck

Diretor Superintendente

Cláudio George Mendonça Diretora
Técnic Maristela de Oliveira França

Diretor Operacional

Tito Manuel Sarabando Bola Estanqueiro

Gerente da Unidade de Experiência do Cliente

Cintia Shigemoto Guedes

Gerente da Unidade de Gestão Estratégica e Comunicação

Sandra Amarilha Equipe Técnica Lucielle
Gomes de Miranda de Lima - Gestora
Paulo Maciel de Lima Junior - Analista
Vanessa Schmidt - Coordenadora de
Inteligência Corporativa

Empresa de Pesquisa

Ótima Consultoria e Inteligência de
Mercado Ltda.- ME

1. APRESENTAÇÃO



Este relatório apresenta os resultados da aplicação de um questionário de avaliação TO junto às empresárias participantes do Projeto Sebrae Delas do SEBRAE/MS

O público alvo do projeto é formado por Empreendedor Individual - Empresa de Pequeno Porte - Microempresa - Pessoa Física (candidata a empresária) e Pessoa Física (potencial empreendedora) no Mato Grosso do Sul.

Objetivo proposto do projeto é aumentar a probabilidade de sucesso de ideias e negócios liderados por mulheres sul mato-grossenses (potenciais empreendedoras, microempreendedoras individuais, empresárias de micro e pequenas empresas), buscando valorizar e desenvolver competências técnicas e socioemocionais apoiadas em metodologias que fortalecerão seus negócios independente do cenário.

Os Resultados propostos no projeto que são mensuráveis e investigados nessa pesquisa para serem comparados posteriormente em novos momentos de aplicação com o mesmo grupo, são:

1. APRESENTAÇÃO



- Resultado 2 - Aumentar - PG_Inclusão Financeira - % - % de utilização de serviços financeiros (Conta bancária PJ, meio eletrônico de pagamento, operação de crédito);

- Resultado 4 - Obter - PG_Índice de Competências Empreendedoras (Soft Skills e Hard Skills) - % - Domínio de conjunto de competências empreendedoras (a serem selecionadas) entendidas como a capacidade de aplicar de modo sustentado determinadas atitudes e comportamentos.

A pesquisa foi aplicada junto aos participantes, representantes das

Empresas negócios informais, pelo SEBRAE/MS.

O questionário foi aplicado online, com sucesso, junto a 252 participantes.

A tabulação dos questionários foi realizada em Excel, que resultou em estatísticas para as questões fechadas e listagem de respostas para as questões abertas.

Quando possível, as questões abertas foram agrupadas para gerar suas estatísticas. As estatísticas foram apresentadas através de gráficos, para melhor representação e os resultados devidamente analisados.

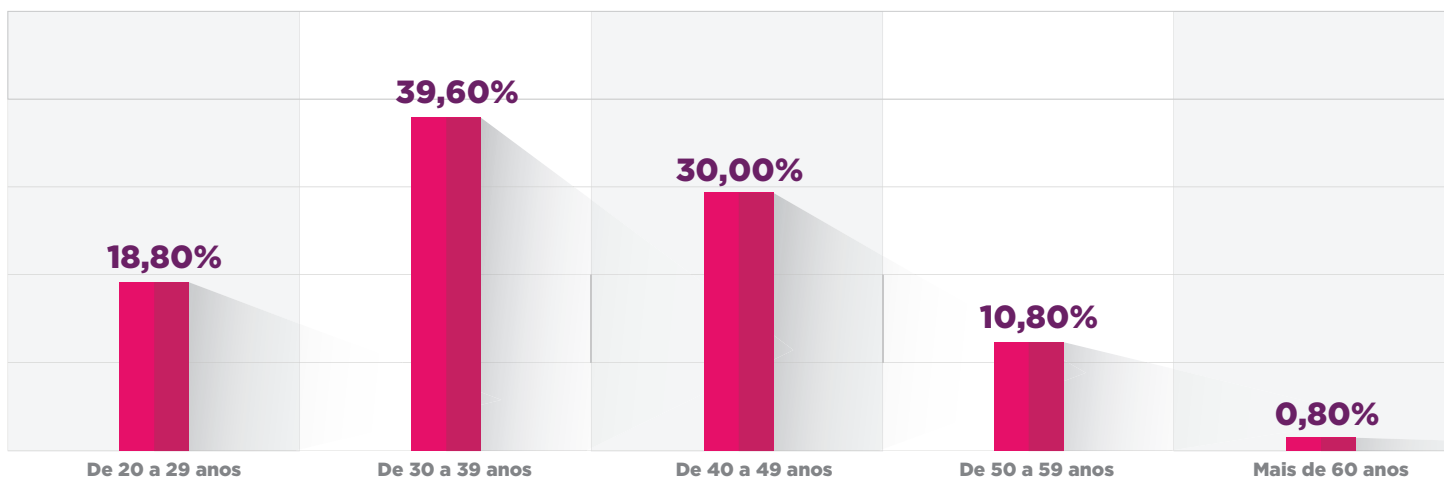
2. RESULTADOS DA PESQUISA

Após a seção introdutória, os resultados foram organizados em 3 seções, que apresentam as informações sobre: o perfil das entrevistadas, perfil das empresas, perfil dos negócios informais, potenciais empresárias, a mensuração do estágio atual das empresas nas questões que tangem os resultados mensuráveis esperados durante o projeto, considerações finais

2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.1. FAIXA ETÁRIA

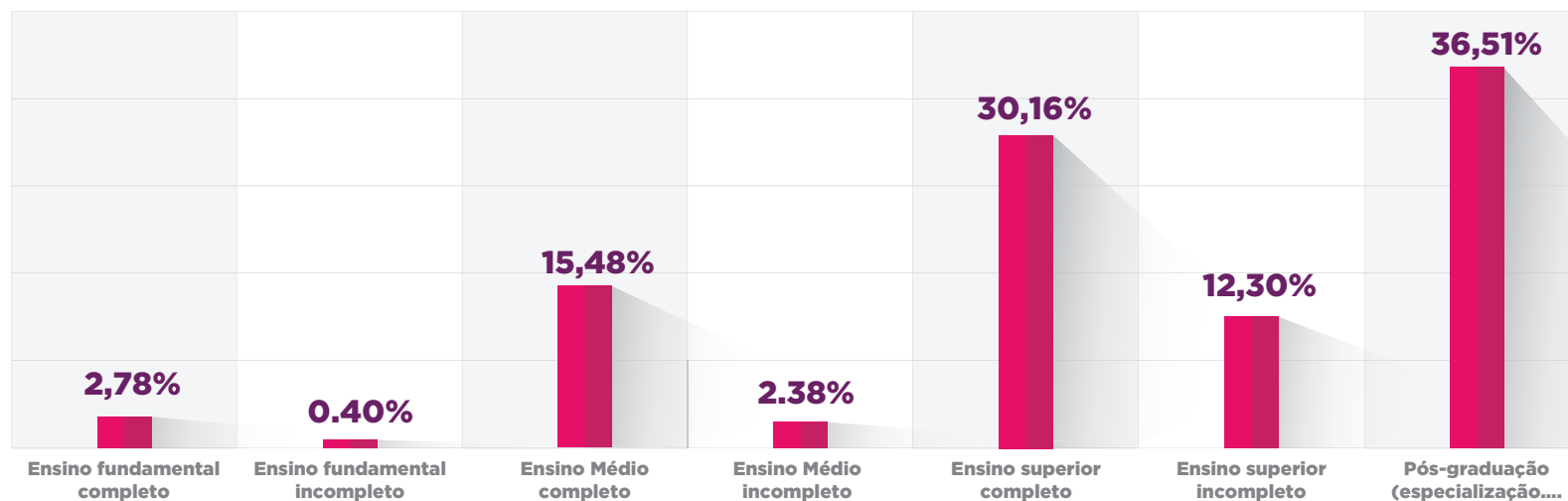
A faixa etária preponderante foi de 30 a 39 anos (39,6%).



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.2. ESCOLARIDADE

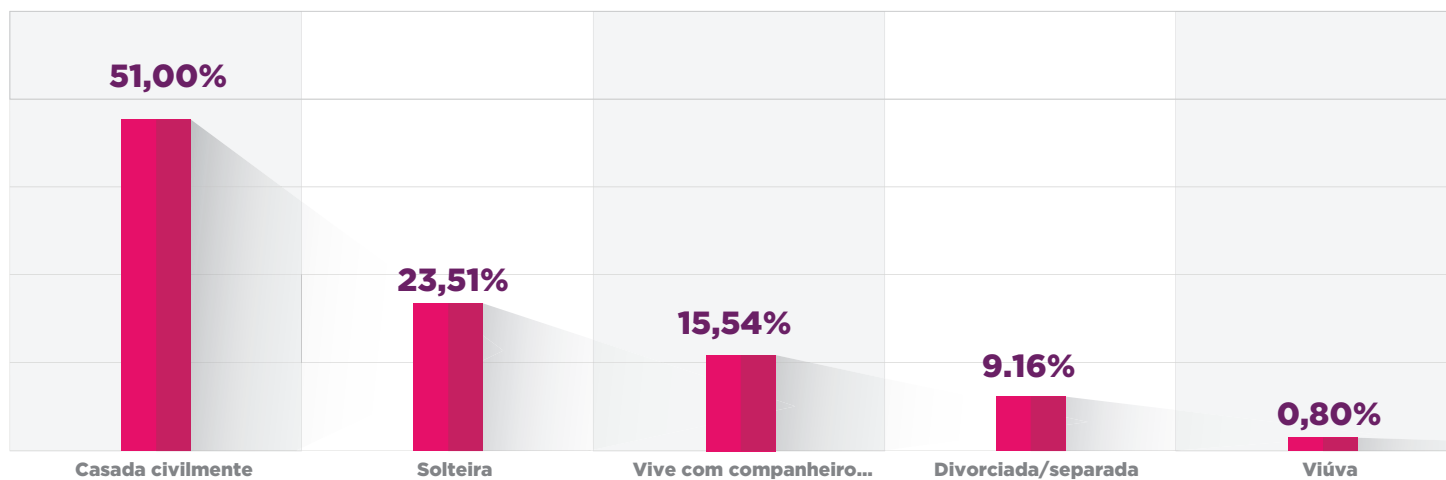
A escolaridade preponderante aferida foi de pós graduadas (36,51%).



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.3. ESTADO CIVIL

A maioria das entrevistadas eram casadas (51%).



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.4. FILHOS

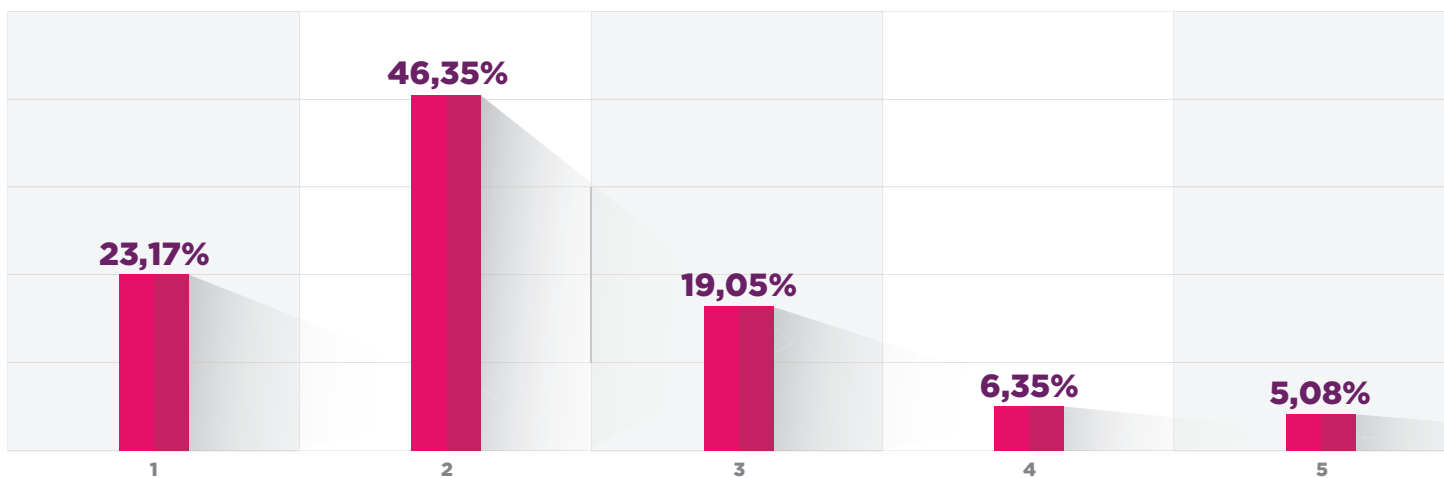
A maioria é mãe (71%).



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.5. NÚMERO DE FILHOS

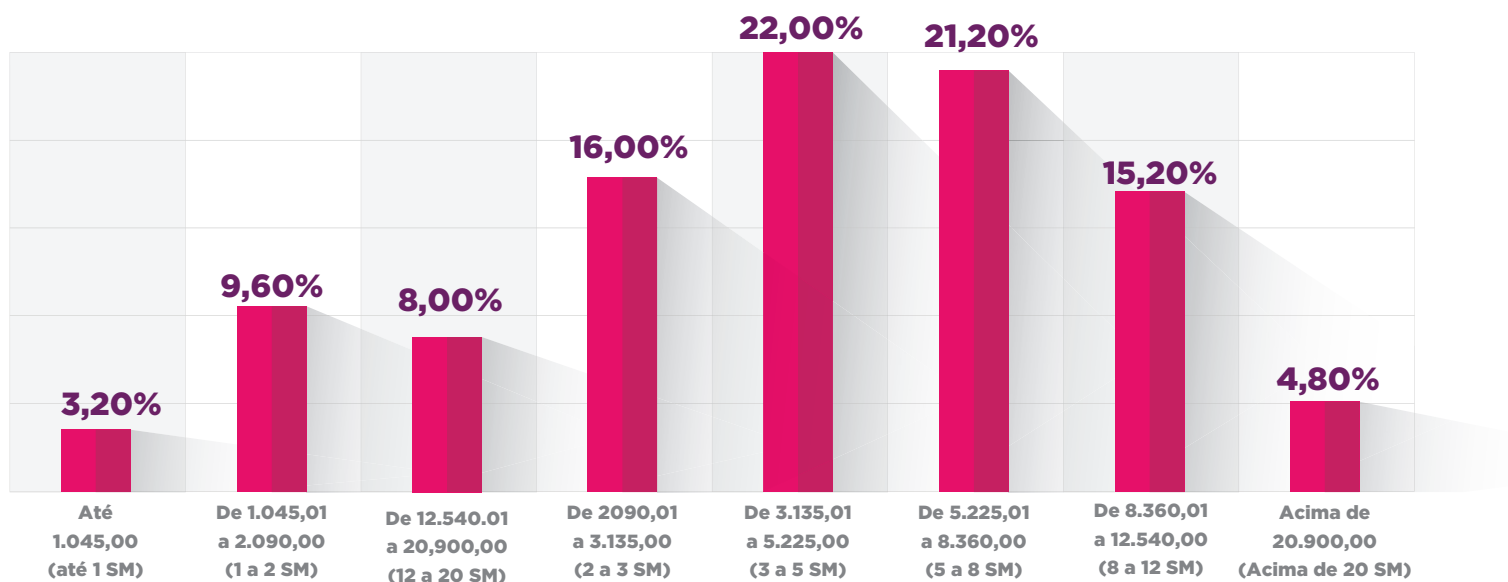
Dentre as mães 46,35% tem 2 filhos



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.6. RENDA FAMILIAR

A renda familiar aferida foi preponderantemente de 3 a 5 Salários mínimos (22%), seguido de perto por 5 a 8 salários mínimos (21,2%).

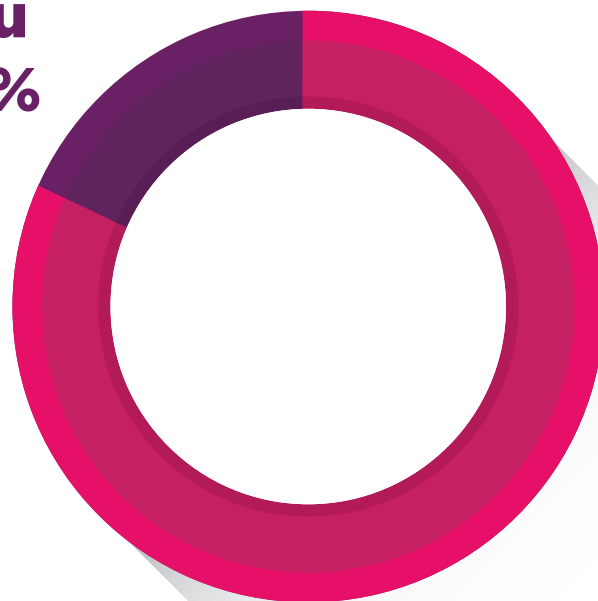


2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.7. RENDA ÚNICA

Quando questionadas a respeito da renda da entrevistada ser a única da casa, a maioria (82%) sinalizou que não.

**Sim,
somente eu
18%**

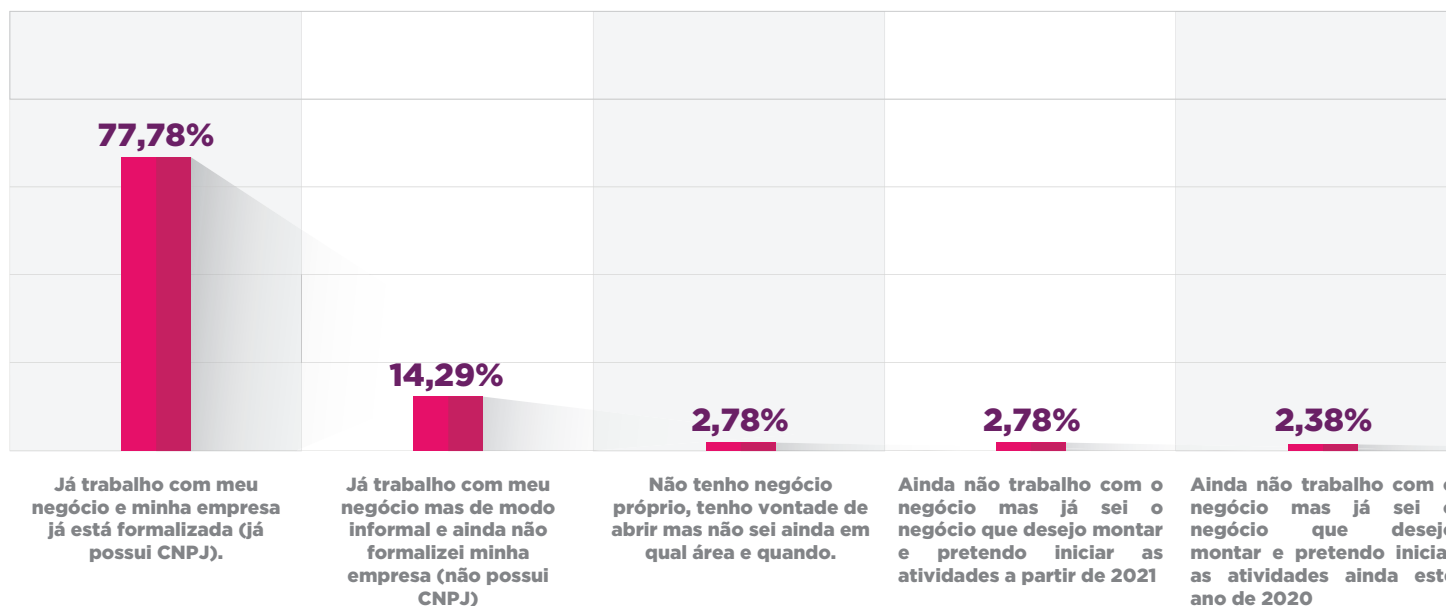


**Outras pessoas
contribuem para
a renda da família
70%**

2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.8. SITUAÇÃO EMPREENDEDORA

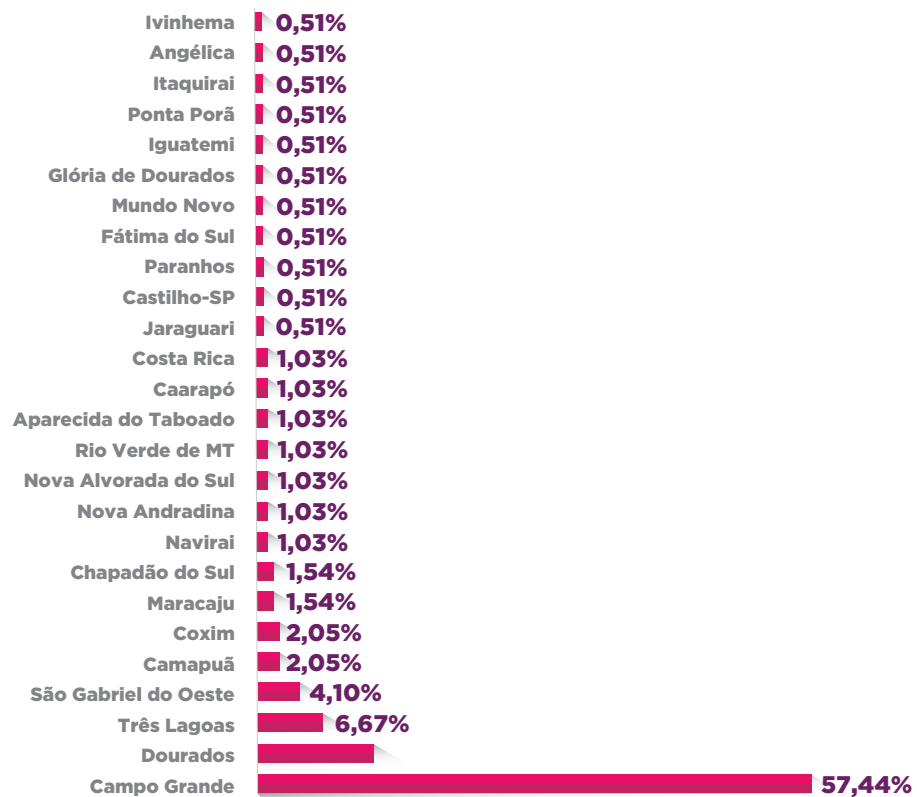
Em se tratando de como percebem sua situação enquanto empreendedora, maioria (71%) sinalizou: “Já trabalho com meu negócio e minha empresa já está formalizada (já tem CNPJ).”



2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

2.1.9. MUNICÍPIO

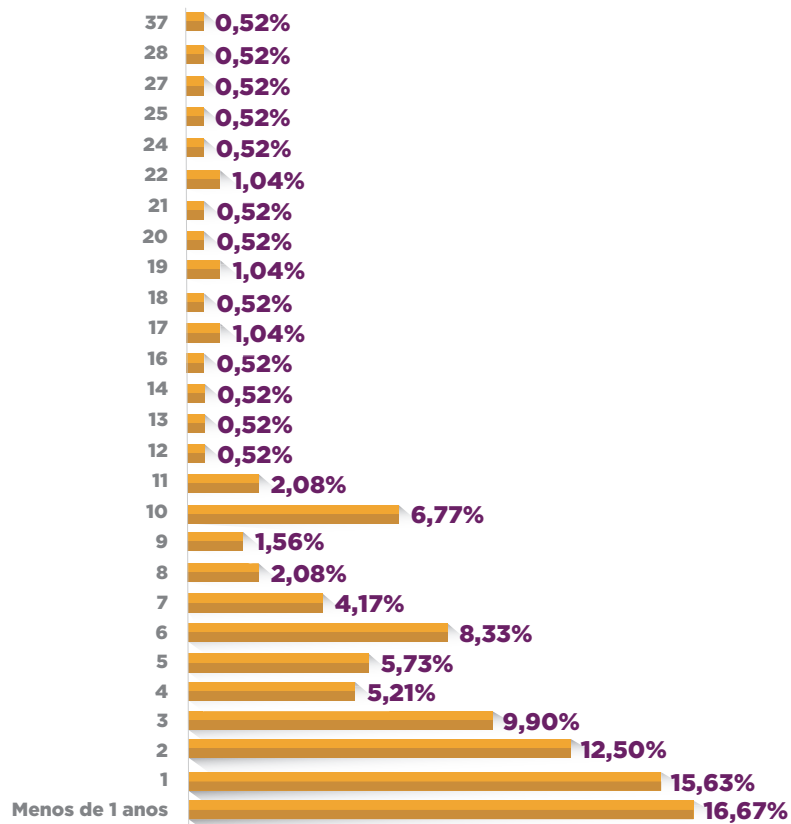
Quanto ao município das respondentes, a maioria (57,44%) está em Campo Grande.



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.1. TEMPO DE EMPRESA

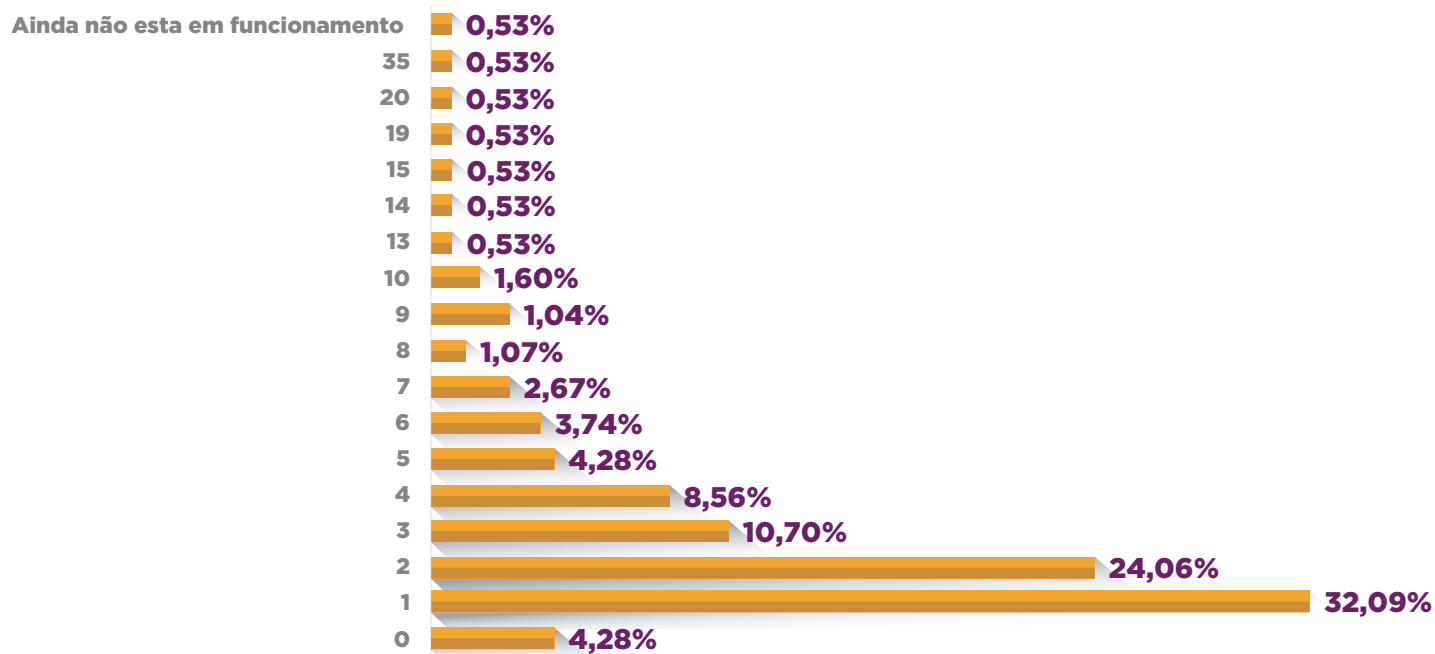
Quanto ao tempo de empresa 16,67% tem a empresa a menos de um ano e a maioria (54,7%) tem a até 3 anos.



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.2. EQUIPE

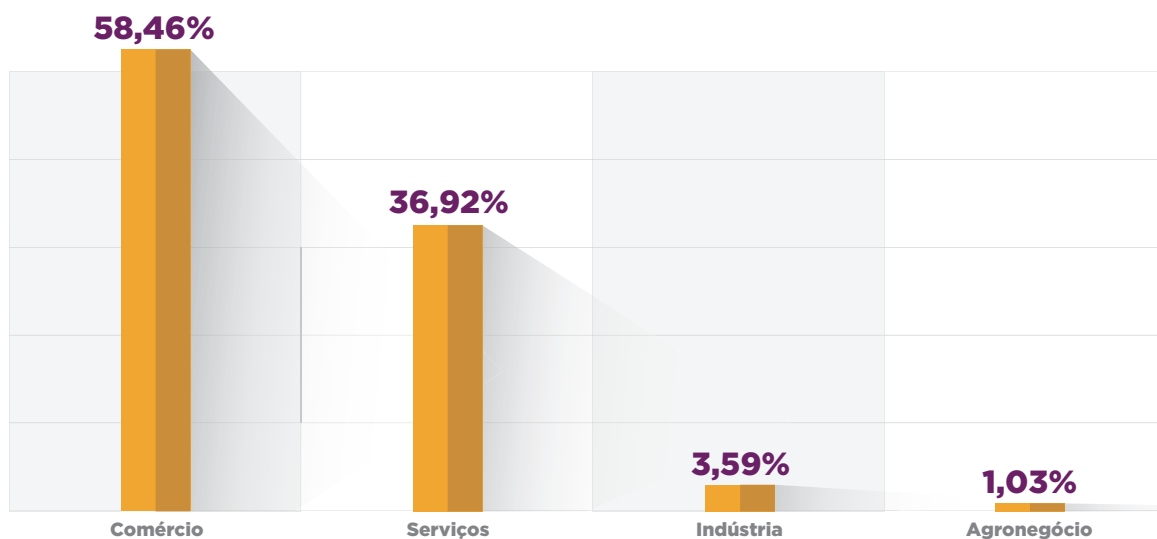
A equipe dessas empresas é composta preponderantemente (32,9%) por 1 pessoa e avmaioria, 60,96% por até 2 pessoas.



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.3. SETOR

A maioria das empresas pertence ao setor do comércio (58,46%).



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.4. CONTA PJ

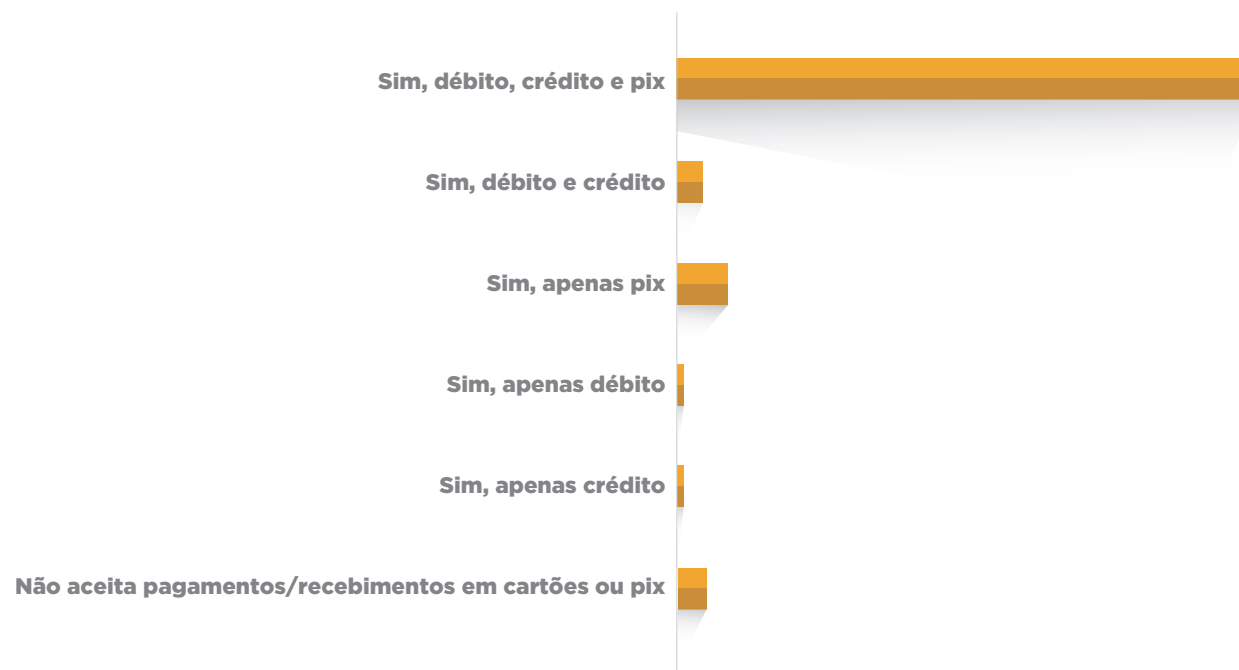
A maioria (62%) possui conta no banco em nome da empresa.



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.5. FORMAS DE PAGAMENTO

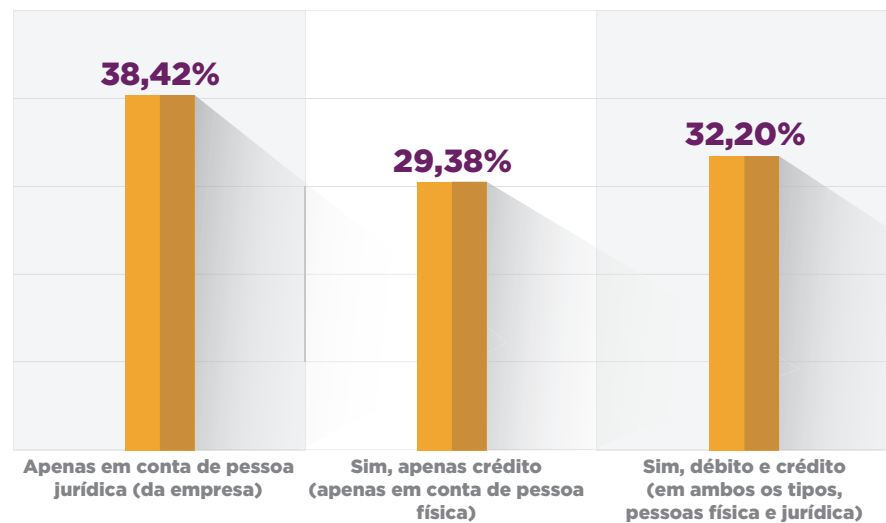
A maioria (83,77%) aceita cartões de débito, crédito e pix como forma de pagamento.



2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

2.2.6. PAGAMENTOS EM CARTÃO

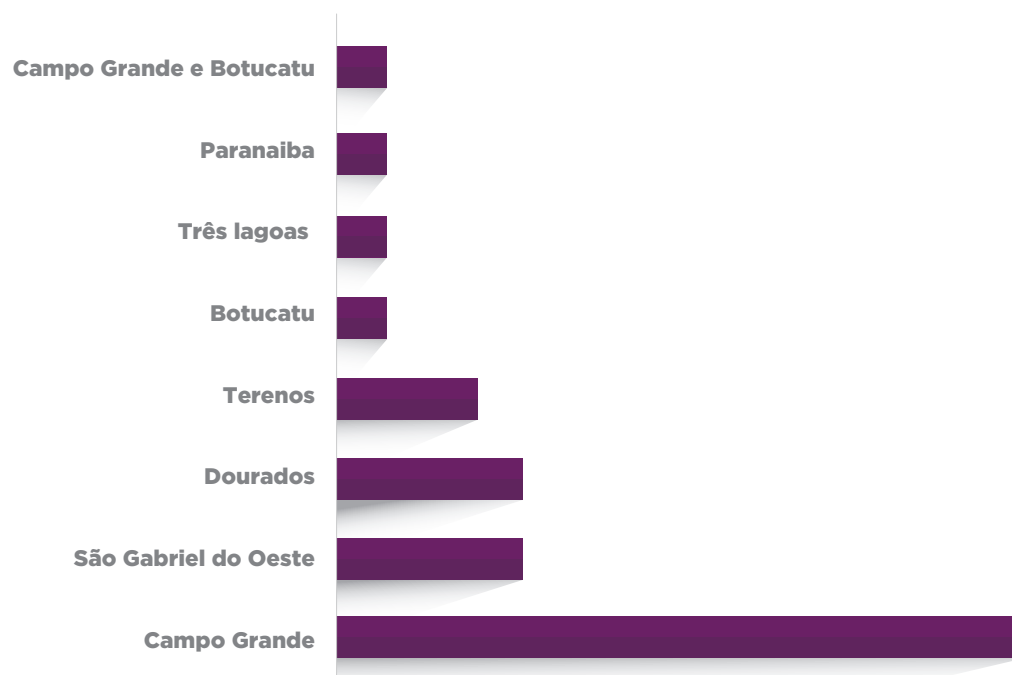
Das empresas que aceitam pagamento em cartão **38,42%** aceitam apenas em conta de pessoa jurídica.



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

Município

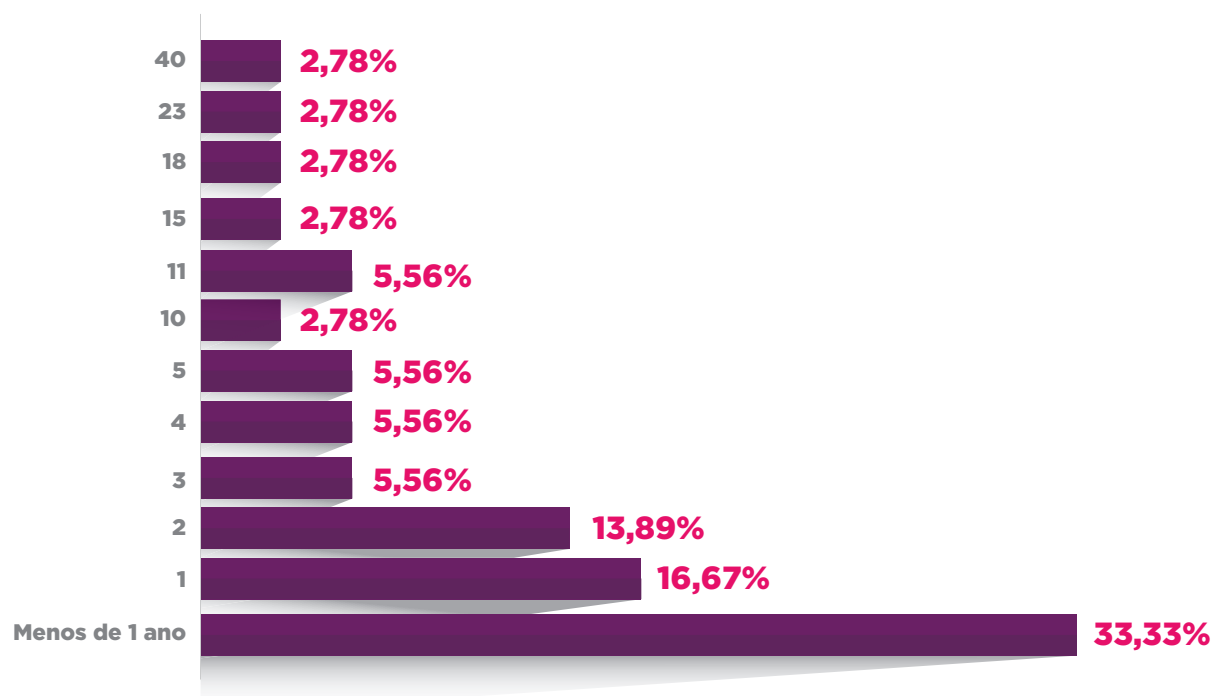
A maioria dos negócios informais aferidos encontram-se em Campo Grande (58,33%).



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

2.3.1. TEMPO DE EMPRESA INFORMAL

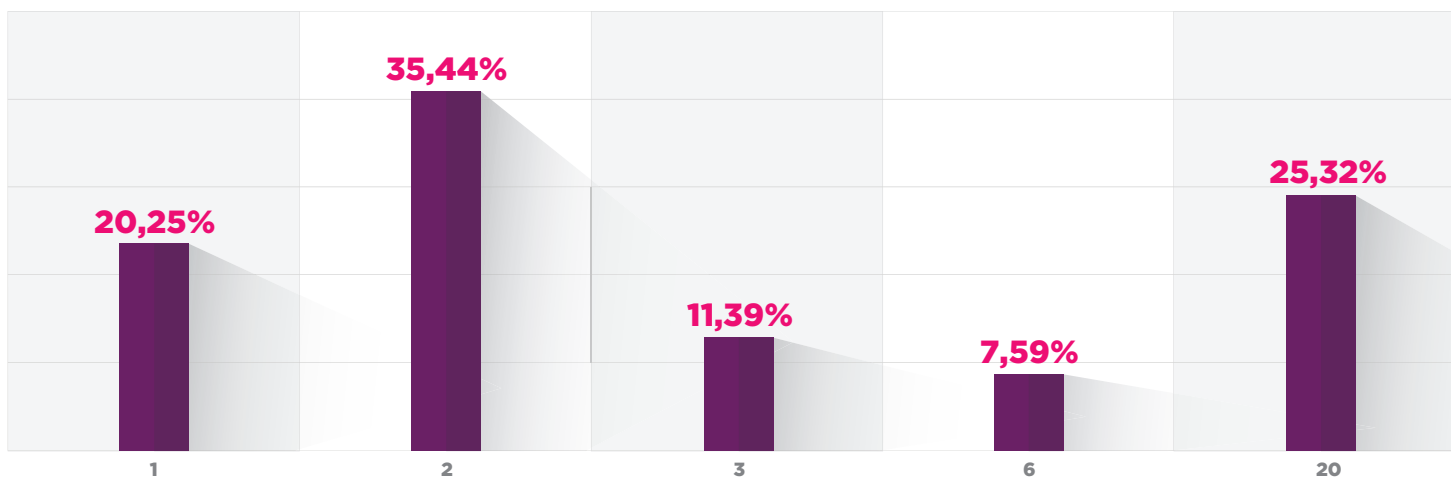
Um terço dos negócios informais existem a menos de 1 ano e a maioria (63,92%) existe a até 2 anos



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

2.3.2. FUNCIONÁRIOS

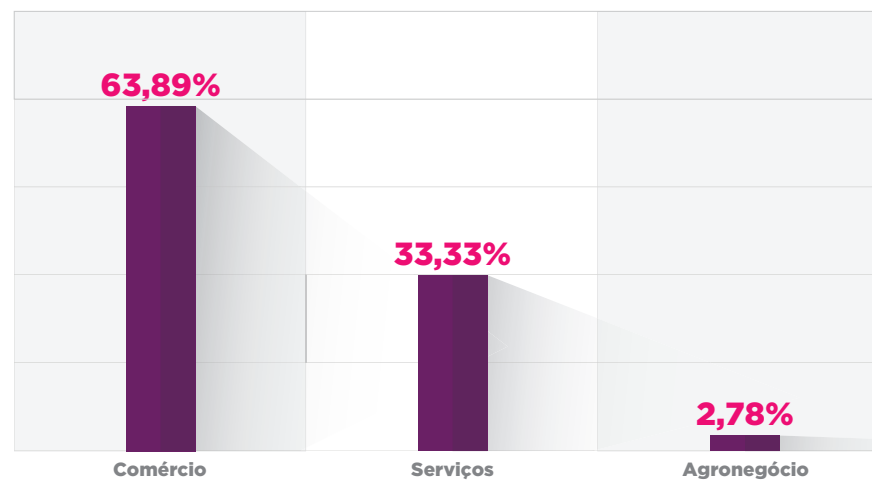
Parte preponderante das empresas informais entrevistadas (35,44%) tem 2 funcionários.



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

2.3.3. SETOR

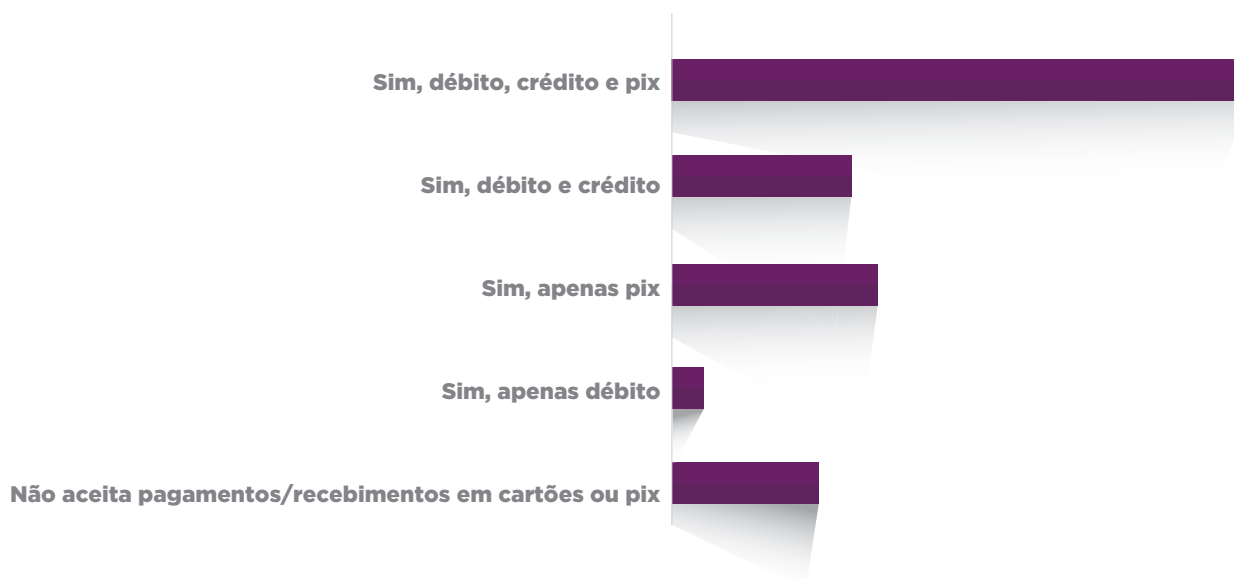
A maioria (63,89%) pertence ao setor do comércio.



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

2.3.4. FORMA DE PAGAMENTO

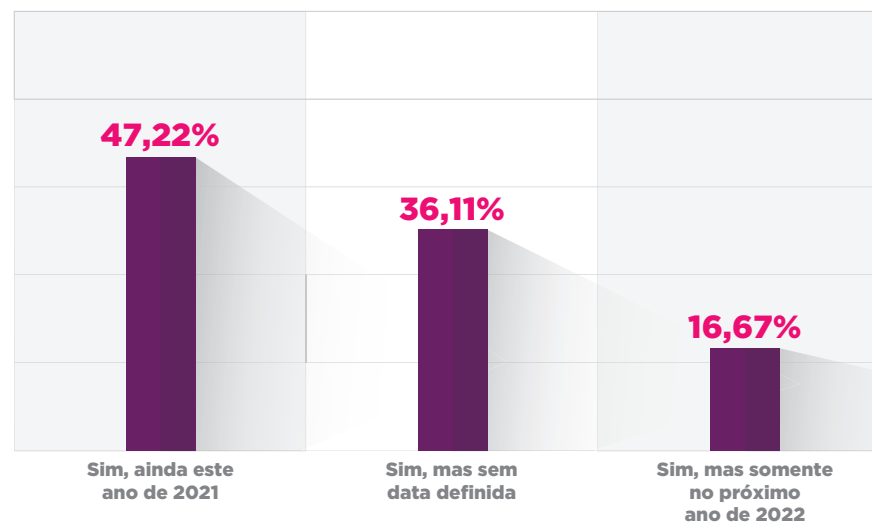
Parte preponderante desse negócios aceitam pagamento em cartões de débito, crédito e pix (47,22%).



2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

2.3.5. INTERESSE EM FORMALIZAR

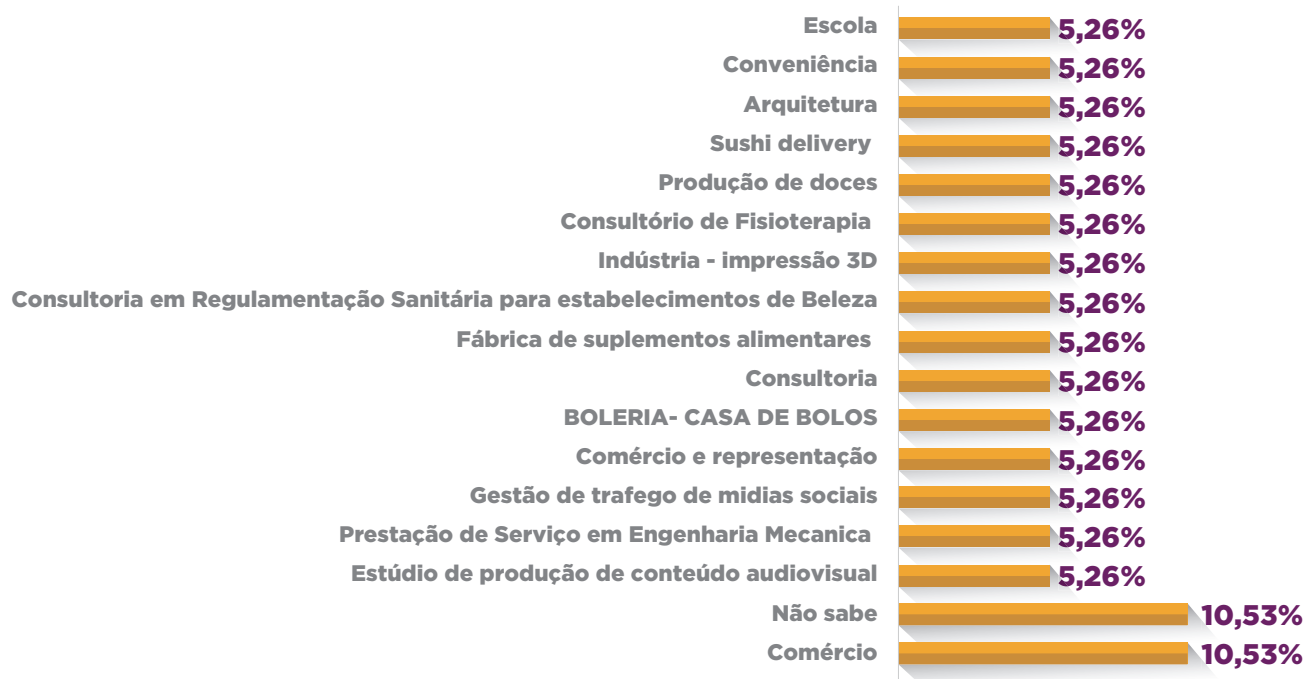
Todos sinalizaram interesse em se formalizar, sendo que 47,22% ainda em 2021.



2.4. POTENCIAIS EMPRESÁRIAS

2.2.2. EQUIPE

As potenciais empresárias, quando questionadas a respeito de que negócio pretende abrir as opiniões mais citadas foram, **Comércio** e **Não sabe** ambas com **10,53%** das citações.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

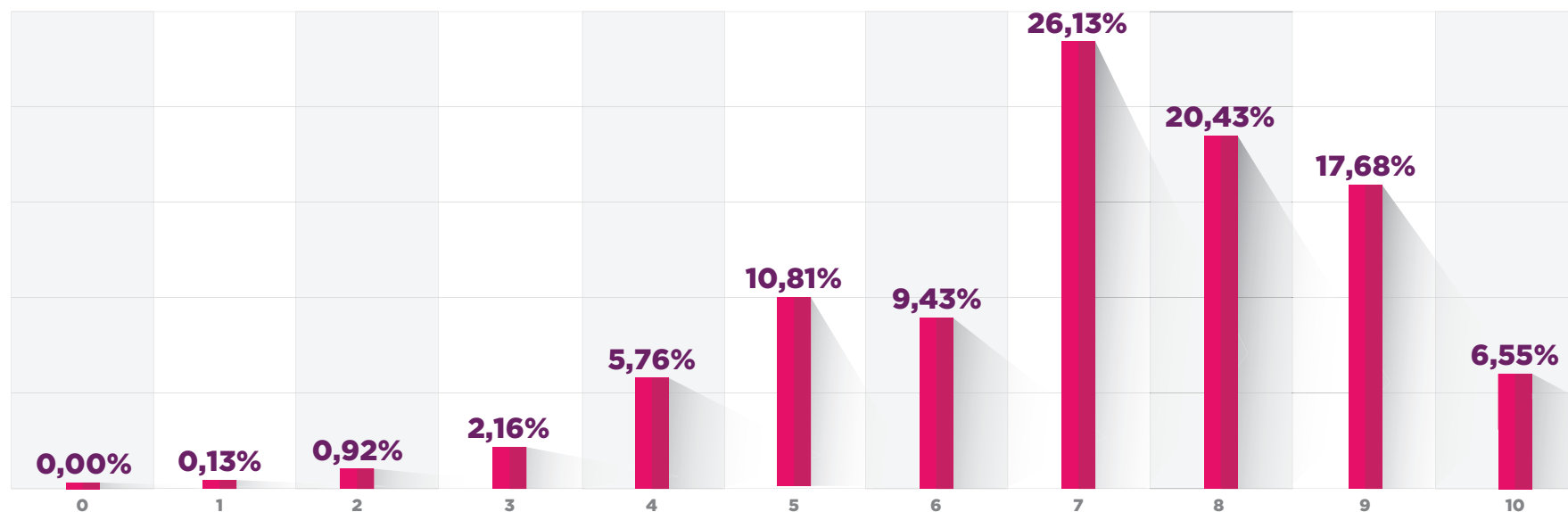
Nessa parte do relatório serão apresentados os resultados aferidos na mensuração dos resultados finalísticos propostos no projeto bem como de outras questões pesquisadas nelas as entrevistadas são convidadas a uma reflexão e se auto avaliarem com notas de 0 a 10 em diferentes habilidades empreendedoras e quanto à recomendação do Sebrae a um amigo.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.1. GESTÃO E FINANÇAS

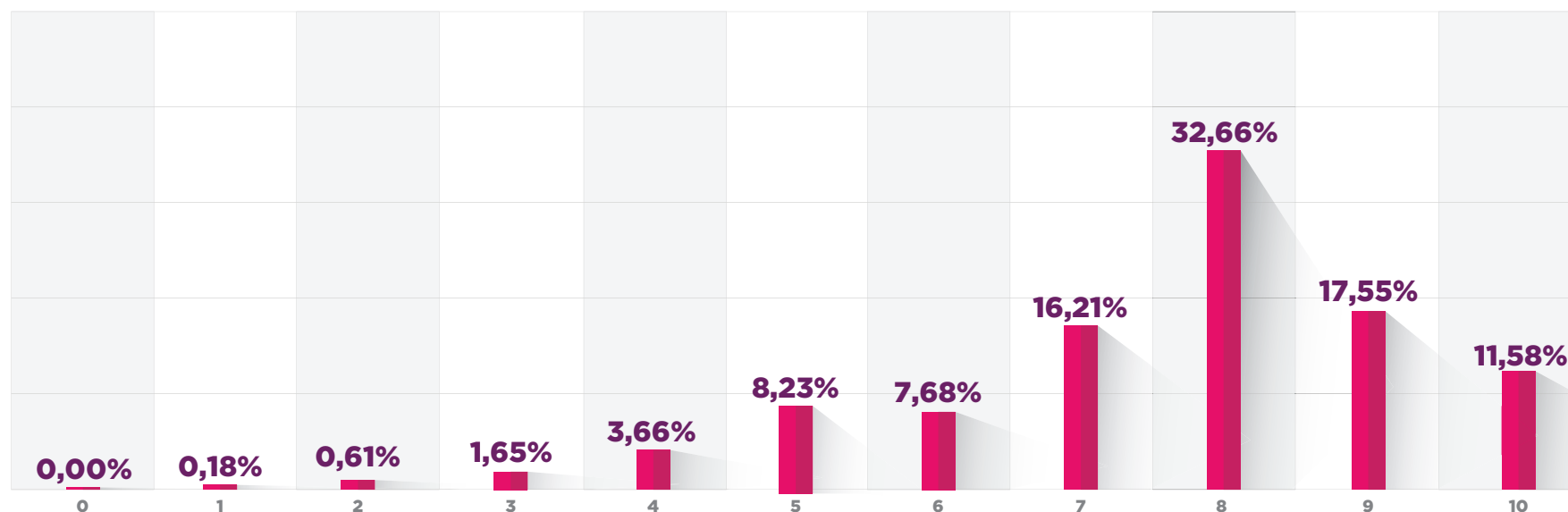
Parte preponderante das entrevistadas (26,13%) sinalizaram o seu conhecimento em ferramentas de gestão financeira para organizar as finanças da empresa e pessoais com nota 7. A nota média aferida foi de 6,2.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.2. APRESENTAÇÃO CLARA E INSPIRADORA

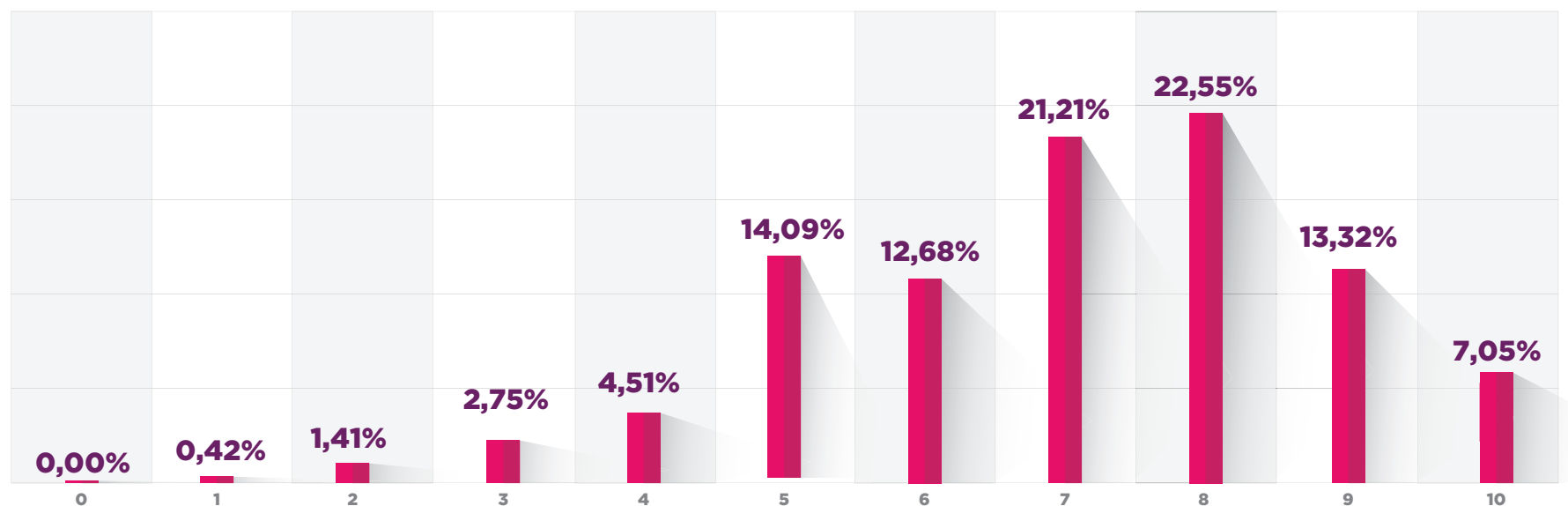
Quando questionadas se tem conhecimento necessário e suficiente para preparar e fazer uma apresentação clara e inspiradora sobre seu projeto/negócio e seu produto a nota média aferida foi 6,7.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.3. PLANO DE AÇÃO

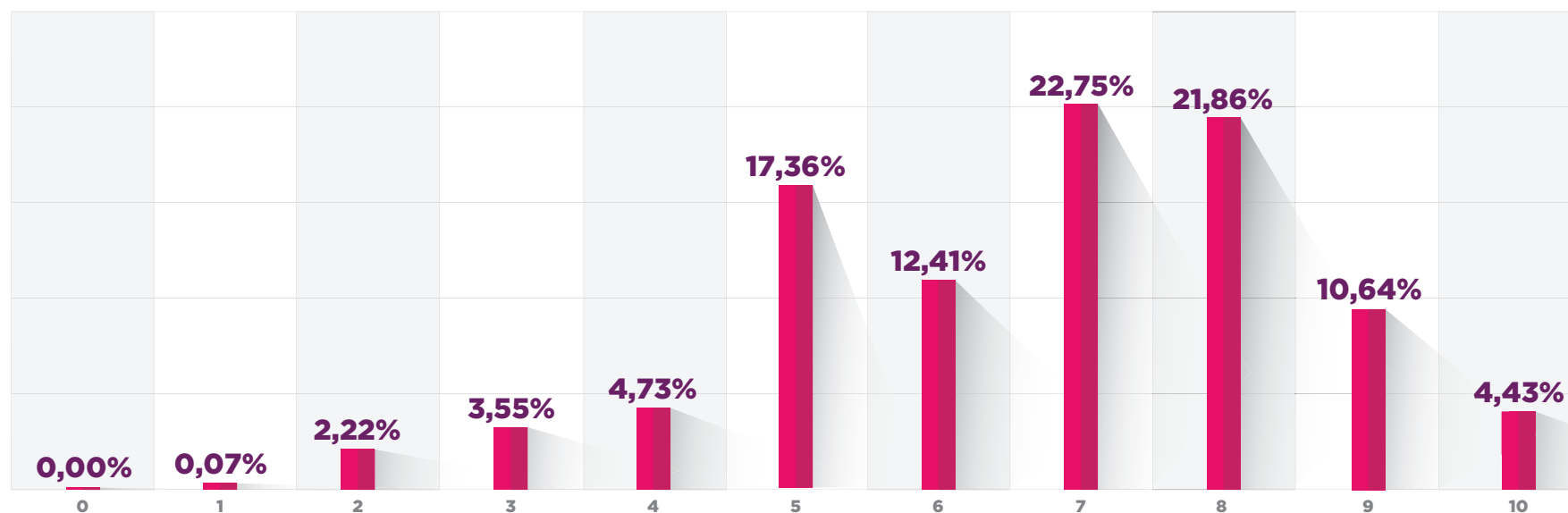
Quando questionadas se costumam estruturar as ideias num plano de ação antes de começar e definem metas e objetivos para seus propósitos a nota média foi 5,8.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.4. plano de negócios

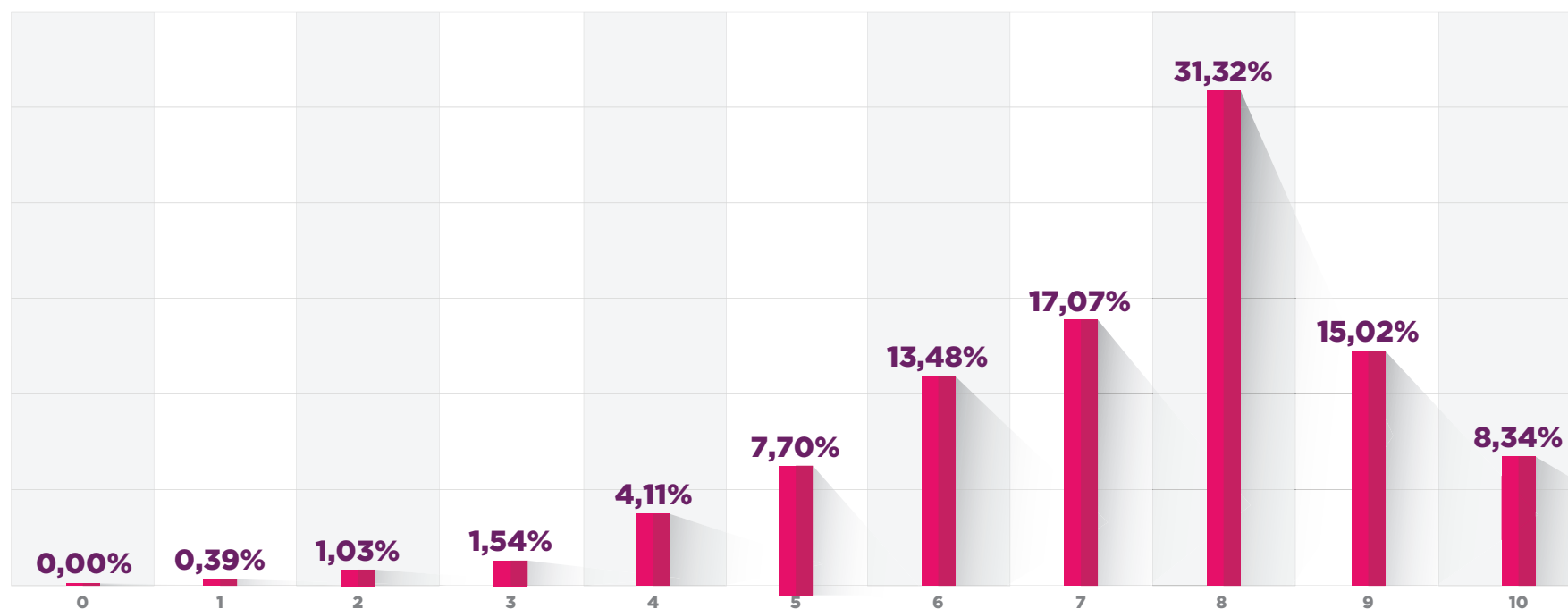
Quando perguntadas se tem conhecimento suficiente para elaborar um plano de negócios para sua ideia e planejar seu negócio a partir de dados a nota média dada foi 5,6.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.5. MARKETING DIGITAL

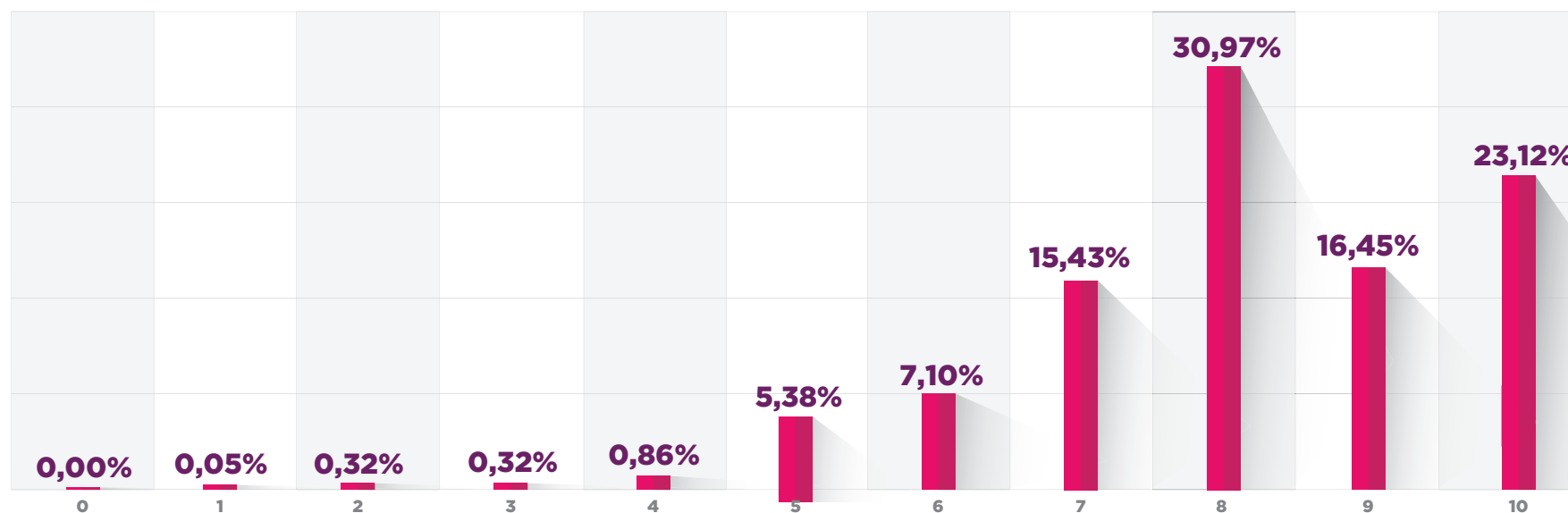
Quando questionadas se tem conhecimento sobre marketing digital e suas ferramentas e navegam facilmente nos ambientes virtuais a nota média foi 6,4.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.6. HABILIDADES E DIFICULDADES

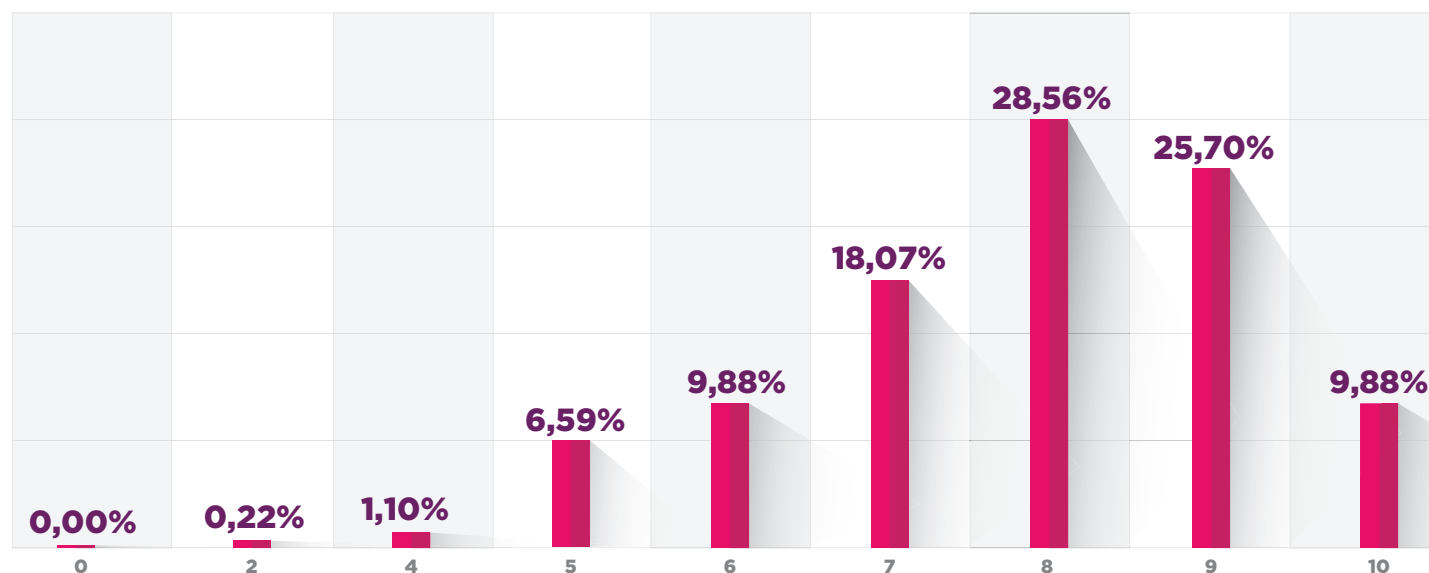
Quando questionadas se conhecem suas habilidades e dificuldades e sabem onde são forte e onde precisam melhorar a nota média foi 7,7.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.7. CONHECIMENTO DO CLIENTE

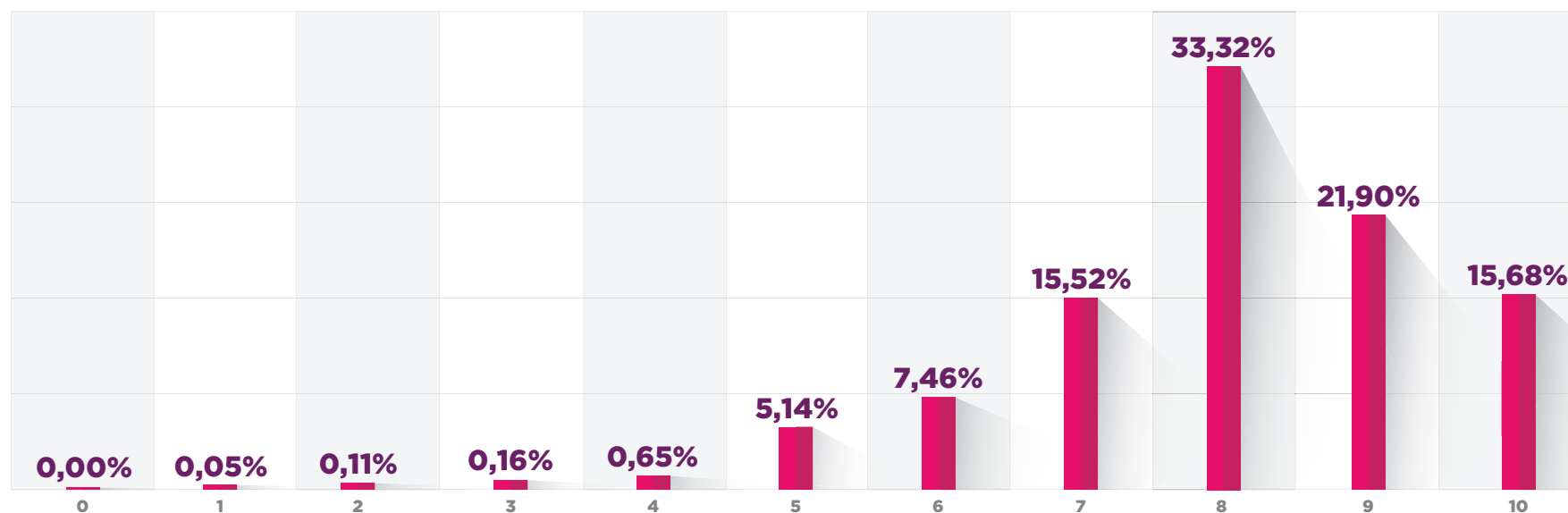
Quando questionadas quanto a acreditarem que sabem como entender seu cliente e descobrir o que deseja a nota média foi 7,4.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.8. PROBLEMAS E SOLUÇÕES

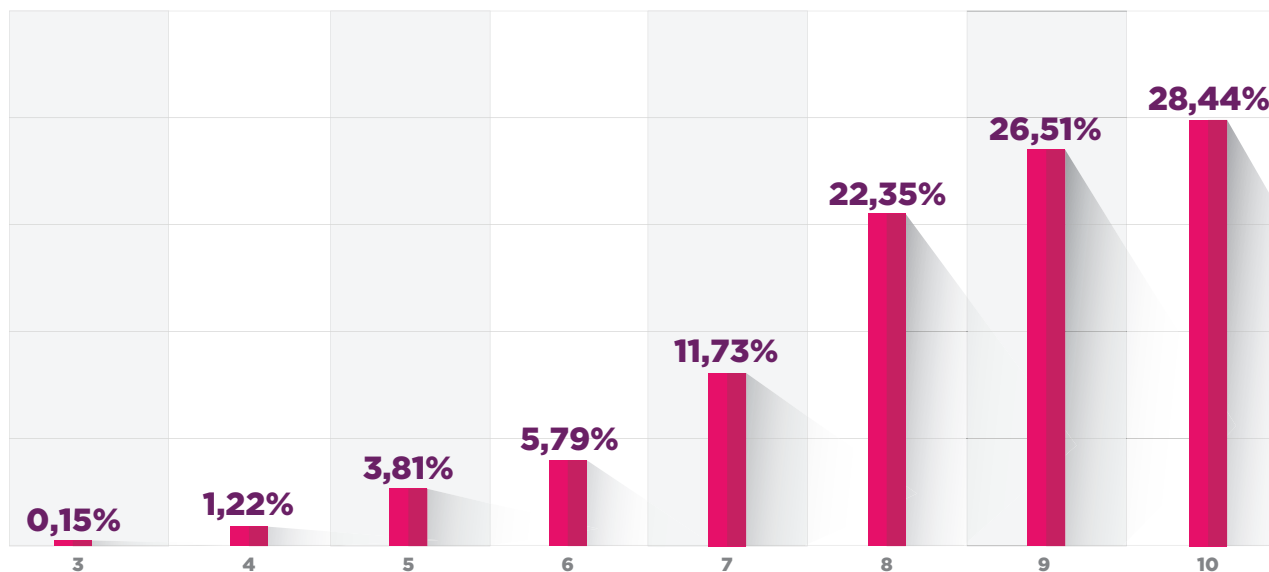
Quando questionadas se tem facilidade de resolver problemas e buscar soluções para situações que surgem fora do previsto a nota média foi 7,6.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.9. PERSISTÊNCIA

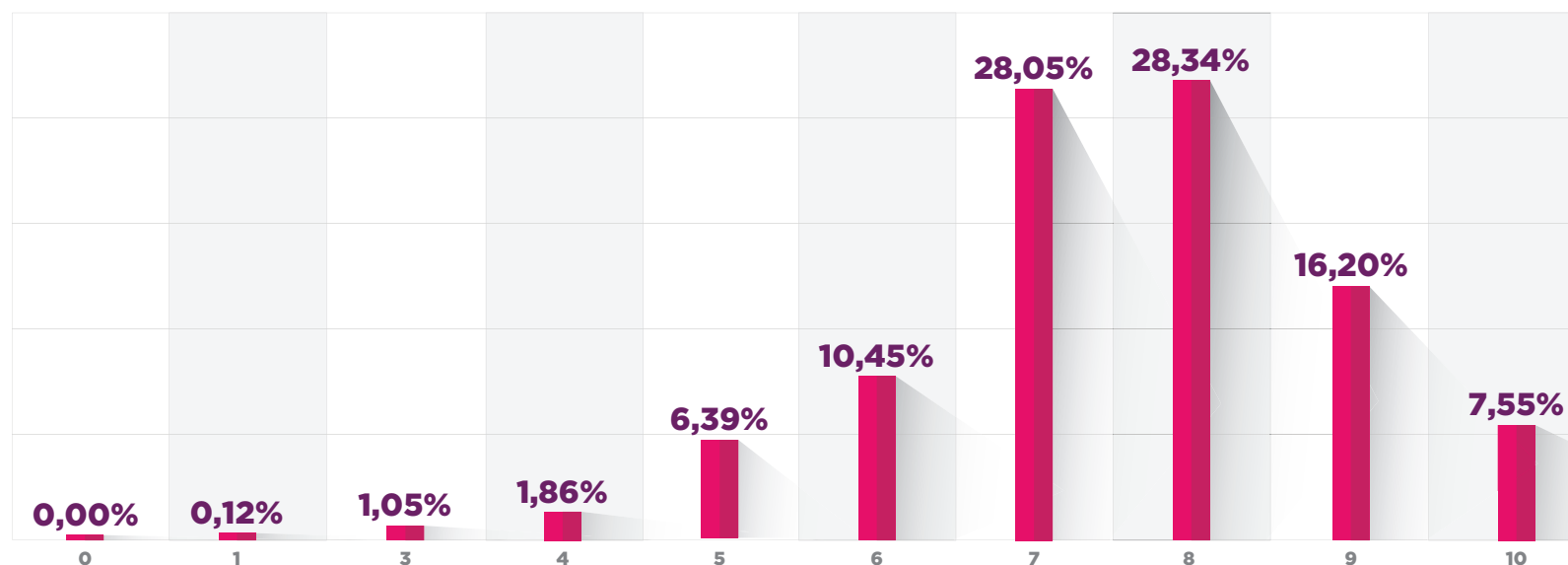
Quando questionadas se são muito persistentes, quando se decidam a fazer uma coisa, raramente desistem deste objetivo, a nota média 8,1.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.10. FACILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES

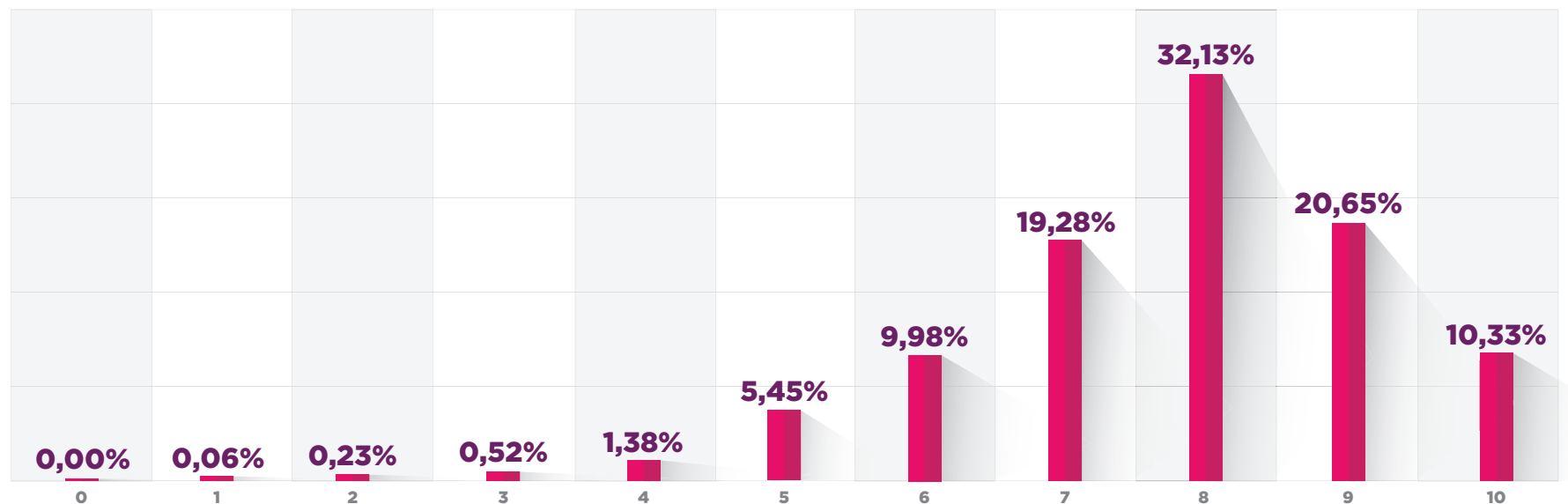
Quando questionadas se tem facilidade e costumam tomar decisões. Geralmente decido corretamente, anota média dada foi 7,1.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.11. CONVENCIMENTO E ENGAJAMENTO

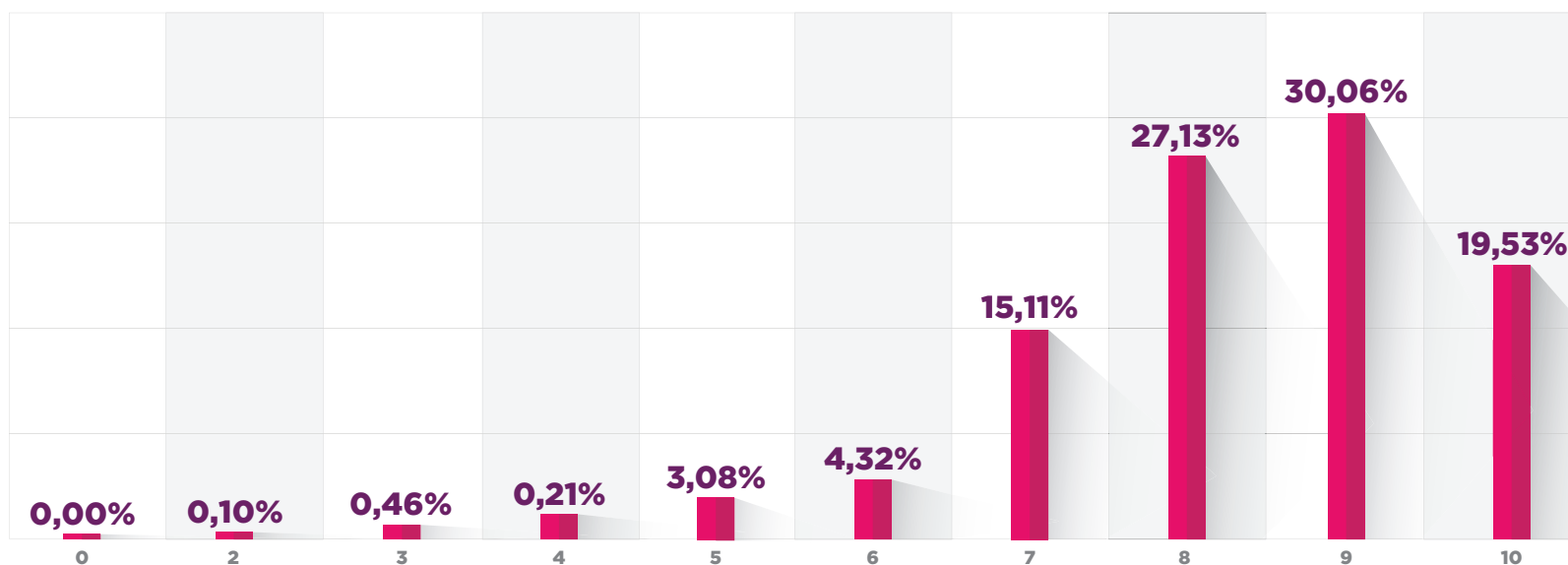
Quando questionadas se normalmente conseguem convencer as pessoas a fazer as coisas e tem facilidade de gerar engajamento das pessoas que estão à sua volta, a nota média foi 7,2.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.12. TRABALHO EM EQUIPE

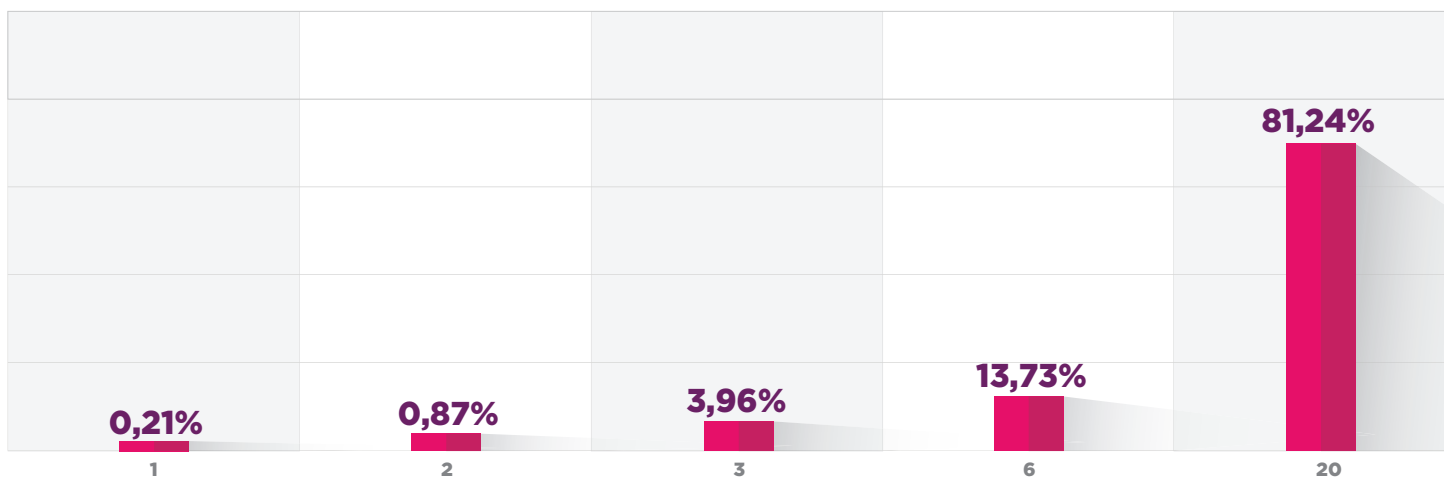
Quando questionadas quanto à facilidade de trabalhar com equipes ou em grupo a nota média foi 8,0.



2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

2.5.13. RECOMENDARIA O SEBRAE

Quando questionadas quanto à recomendação do Sebrae a um amigo o NPS aferido foi de 94,76.



3. CONSIDERAÇÕES FINAIS



Este relatório apresentou os resultados da pesquisa de avaliação T0, do Projeto Sebrae Delas.

Essa primeira pesquisa servirá de base para avaliar os impactos das ações promovidas pelo Sebrae/MS junto ao grupo do projeto, principalmente no que tange às habilidades empreendedoras e à inclusão financeira.

