

RESULTADOS

2025



PESQUISA DE PARTES INTERESSADAS

Compilação e insights estratégicos.

Vamos lá?



O QUE IREMOS FALAR...

1 Perguntas que fizemos na pesquisa

2 Resumo da pesquisa

3 Distribuição da satisfação

4 Análise geográfica

5 Perfil dos respondentes

6 Temas da campanha

7 Metodologia para tratativas das respostas

8 RPIs identificados



PERGUNTAS QUE FIZEMOS NA PESQUISA



— QUEM É VOCÊ?

Essencial para **mapear o perfil** do nosso público. Conhecer seu setor e porte nos permite segmentar os dados e garantir a relevância de nossas conclusões.

— QUAIS AS SUAS NECESSIDADES QUE PODEM SER ATENDIDAS PELO SEBRAE?

Buscamos **identificar as 'dores' e desafios práticos** dos negócios. Mapear as necessidades reais nos ajuda a conectar os problemas dos empresários às soluções mais eficazes.

— QUAIS AS SUAS EXPECTATIVAS COM O SEBRAE?

Focamos em entender a **visão de sucesso** do cliente. Conhecer suas expectativas nos permite alinhar nossas soluções aos resultados que eles realmente esperam alcançar.

— QUAL A SUA SATISFAÇÃO COM O SEBRAE/TO?

Um **termômetro para medir a percepção** sobre os serviços atuais. Essencial para identificar pontos fortes, corrigir falhas e direcionar ações de melhoria com base em dados.

RESUMO DA PESQUISA

PANORAMA



💡 Principais Insights

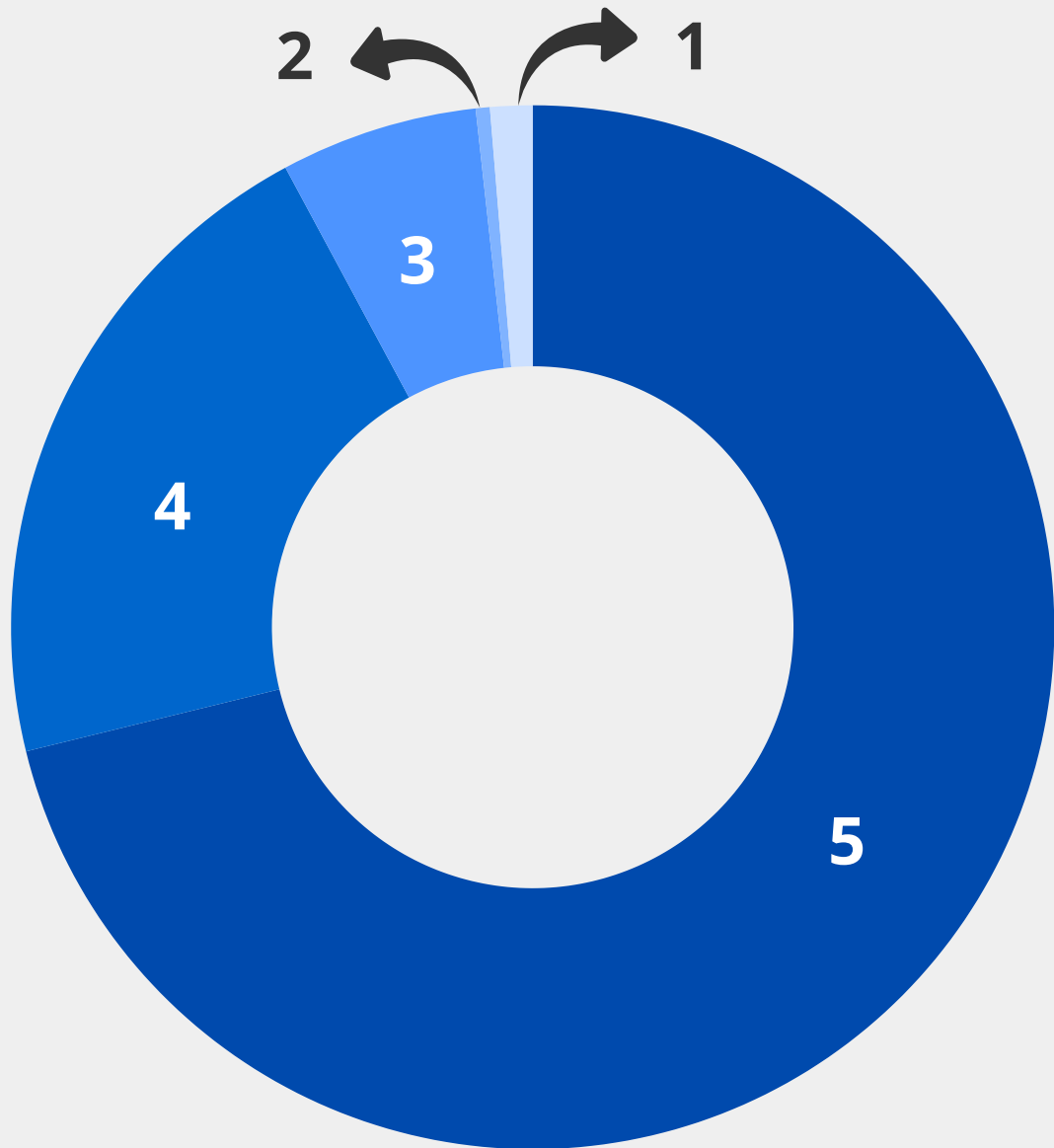
- 1 92.14% avaliaram o Sebrae/TO com 4 ou 5 estrelas

2 48 respostas relacionadas a **capacitação e desenvolvimento**
- 3 25 demandas relacionadas à **gestão de credenciados e fornecedores**

4 22 menções sobre **fortalecimento de parcerias institucionais**

DISTRIBUIÇÃO DA SATISFAÇÃO

APROVAÇÃO



229 respostas

Detalhamento por Estrelas

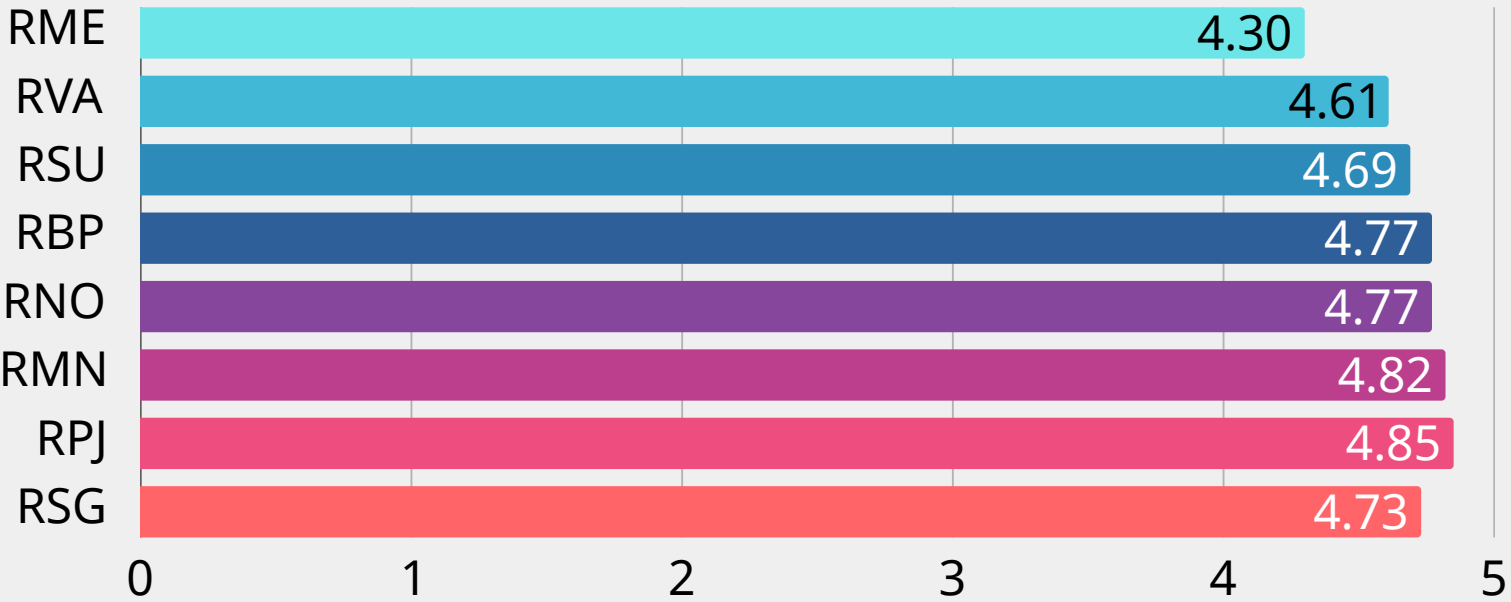
- 5 Estrelas - Excelente 163 (71.2%)
- 4 Estrelas - Muito Bom 48 (21.0%)
- 3 Estrelas - Bom 14 (6.1%)
- 2 Estrelas - Regular 1 (0.4%)
- 1 Estrela - Ruim 3 (1.3%)

👍 92.14% de Aprovação (4-5 estrelas)

ANÁLISE GEOGRÁFICA

TERRITÓRIO

Satisfação Média por Regional



💡 Insights Regionais

- 1 **Maior concetração** na capital, seguido por Dianópolis
- 2 **Necessidade de fortalecimento** da pesquisa nas regionais
- 3 Dia mais respondido foi no dia **10/07 (realização em Palmas)**

Distribuição por Regionais

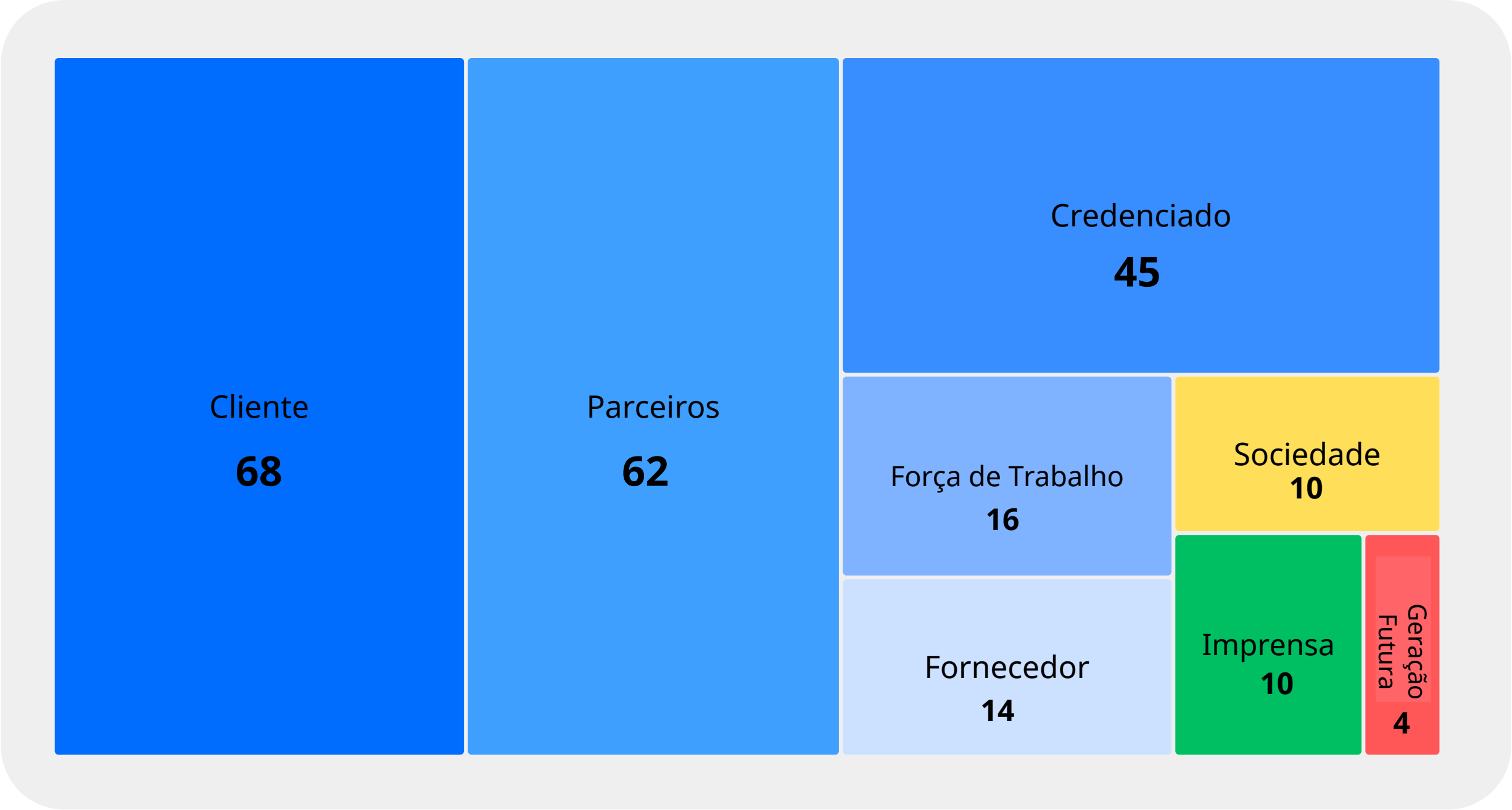


PERFIL DOS RESPONDENTES

ECOSSISTEMA



 Quantidade por Tipo de Respondente



TEMAS DA CAMPANHA

ESSÊNCIA



Principais Temas Identificados



Capacitação: Termo mais frequente, indicando alta demanda por treinamentos e desenvolvimento de competências.



Parcerias: Forte interesse em colaborações e alianças estratégicas para ampliar o alcance das ações.



Crescimento: Expectativa de apoio para expansão e desenvolvimento dos negócios locais.



Inovação: Demanda por suporte em tecnologia e modernização dos processos empresariais.

NOTAS IMPORTANTES



Pontos de Atenção Prioritários

Apesar da alta satisfação geral (92.14%), existem áreas específicas que demandam atenção imediata para manter a qualidade do atendimento e serviços prestados pelo Sebrae/TO.



Capacitação e Desenvolvimento

A maior demanda identificada (48 menções) está relacionada à capacitação e desenvolvimento dos clientes, indicando necessidade de ampliação e diversificação da oferta de cursos e treinamentos.



Gestão de Credenciados

25 menções sobre gestão de credenciados e fornecedores apontam para a necessidade de revisão dos processos de seleção, avaliação e remuneração destes parceiros estratégicos.



Parcerias Institucionais

O fortalecimento de parcerias institucionais (22 menções) demonstra a importância de ampliar a rede de colaboração para potencializar o alcance e impacto das ações do Sebrae/TO.

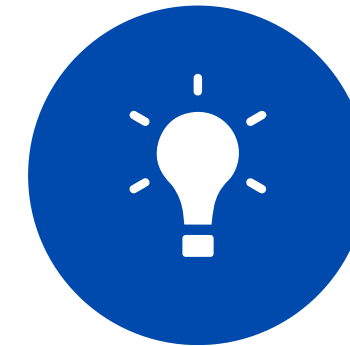


Interiorização e Atendimento Regional

10 menções sobre interiorização indicam a necessidade de expandir a presença do Sebrae/TO em regiões menos atendidas, garantindo acesso equitativo aos serviços em todo o estado.

METODOLOGIA PARA TRATATIVA DAS RESPOSTAS

Para transformar os dados da pesquisa em insights estratégicos, adotamos uma metodologia estruturada. Esta abordagem garante que cada resposta seja analisada, classificada e priorizada de forma objetiva, permitindo a criação de um plano de ação focado no que realmente importa para nossas partes interessadas.



MATRIZ FADI

Focamos a Matriz FADI nas "Necessidades" apontadas. Cada uma foi classificada para entendermos o que já atendemos bem (Forças) e quais são nossos desafios e oportunidades.



MATRIZ GUT

Aplicamos a Matriz GUT sobre as "Expectativas" levantadas. Cada uma foi pontuada por Gravidade, Urgência e Tendência para definirmos o que é mais estratégico atender.



RANQUEAMENTO

O resultado é um ranqueamento unificado das prioridades. Esta lista final, que combina as análises, serve como nosso guia para as próximas ações estratégicas.

RESUMO DOS REQUISITOS

TABELA DE RPI

DEMANDAS

CLIQUE AQUI



Como as pontuações das matrizes FADI e GUT não são diretamente comparáveis, **todos os valores foram agrupados e normalizados** para uma escala comum de 0 a 100. O item com a maior pontuação original recebeu o valor 100, o de menor pontuação recebeu 0, e os demais foram distribuídos proporcionalmente. Esses foram transformados em **Requisitos de Parte Interessada**.



Principais RPIs Identificados

COMUNICAÇÃO CLARA E RESPEITOSA	100
TREINAMENTO EM INTELIGÊNCIA EMOCIONAL	100
QUALIDADE E EXCELÊNCIA DO SERVIÇO	100
FORTALECIMENTO DE PARCERIAS	64
EXPANSÃO DO ATENDIMENTO NO INTERIOR	64

i Total de 36 RPIs identificados na pesquisa

PRÓXIMOS PASSOS

1

SUBSIDIAR A ESTRATÉGIA

Os RPIs obtidos aqui serão insumo para o processo de Arquitetura Estratégica, servindo como base para a elaboração do plano anual de 2026.

2

VALIDAÇÃO NOS WORKSHOPS

Os insights da pesquisa serão o ponto de partida nos workshops regionais para debater, validar e construir as tendências estratégicas que guiarão as ações.

3

CONSTRUÇÃO DO PLANO

Consolidar as tendências validadas e os insights da pesquisa para estruturar a versão final do plano anual, definindo metas, ações e indicadores para 2026.

4

APROVAÇÃO ESTRATÉGICA

Apresentação do plano anual consolidado à diretoria para validação final, alinhamento estratégico e aprovação para execução em 2026.



ANEXOS

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-001	Qualidade e Excelência do Serviço	100
RPI-004	Ampliação de Capacitações	100
RPI-002	Treinamento em Inteligência Emocional	100
RPI-003	Comunicação Clara e Respeitosa	100
RPI-005	Expansão do Atendimento no Interior	64
RPI-006	Fortalecimento de Parcerias	64

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-008	Inovação e Transformação Digital	60
RPI-010	Liderança Humanizada e Desenvolvimento	51,2
RPI-009	Promoção da Inclusão e Diversidade	51,2
RPI-011	Melhoria na Integração de Equipes	51,2
RPI-015	Programas para Segmentos Estratégicos	38,4
RPI-026	Atuar como agente de desenvolvimento...	36

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-025	Acesso a Novos Mercados	36
RPI-042	Facilitação de Acesso a Crédito	28,8
RPI-038	Melhoria da Experiência do Cliente	28,8
RPI-031	Comportamentos e competências aliado a...	28,8
RPI-030	Equilíbrio e Carga de Trabalho	28,8
RPI-050	Melhoria na Comunicação e Divulgação	25,6

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-057	Manter a qualidade do serviço...	24,8
RPI-061	Fomento ao Empreendedorismo na Educação	24
RPI-068	Valorização do Colaborador	21,6
RPI-069	Revisar o foco estratégico e...	21,6
RPI-080	O volume de trabalho supera...	18,4
RPI-083	O ambiente de trabalho é positivo...	15,2

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-088	Capacitar lideranças para gestão mais...	14,4
RPI-086	Clareza no Plano de Carreira	14,4
RPI-085	Maior clareza nas decisões objetividade...	14,4
RPI-091	Há percepções difusas sobre a...	12,8
RPI-094	Salário e benefícios são bons...	9,6
RPI-096	Valorização de Parceiros	8,8

TABELA DE RPI

ID	Requisito de Parte Interessada	Nota
RPI-100	Revisar o foco estratégico para...	4,8
RPI-107	A implementação de um sistema...	2,4
RPI-103	“definição do perfil técnico e...	2,4
RPI-109	Processo seletivo interno para mudança...	0,8
RPI-150	Otimização de Sistemas Internos	0
RPI-168	Otimização da Gestão de Credenciados	0