

# 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**

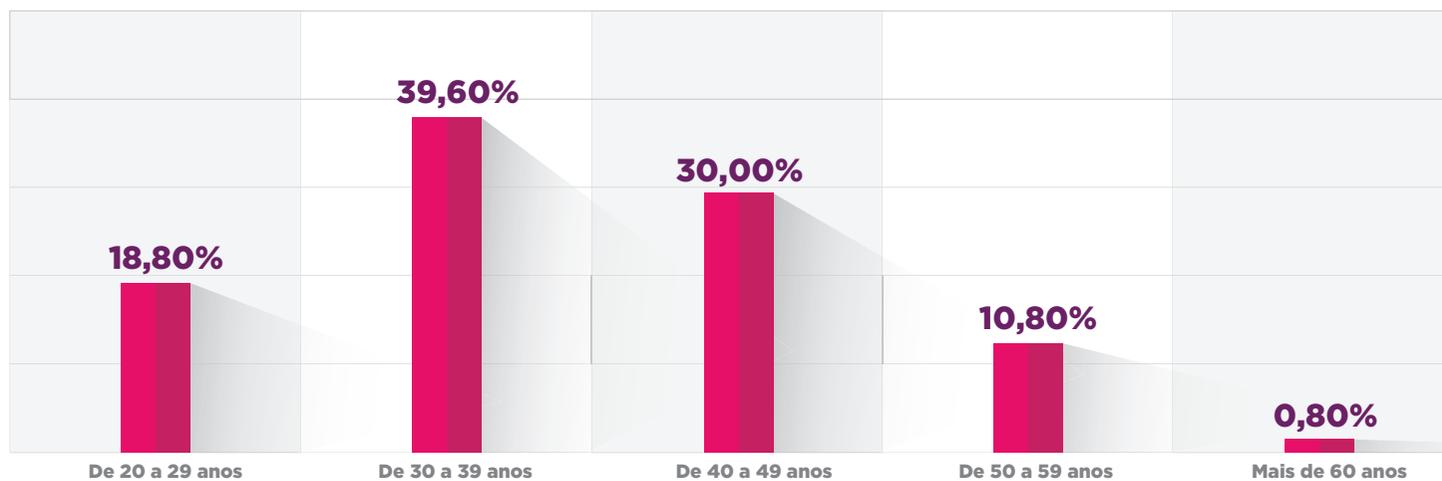


**Após a seção introdutória, os resultados foram organizados em 3 seções, que apresentam as informações sobre: o perfil das entrevistadas, perfil das empresas, perfil dos negócios informais, potenciais empresárias, a mensuração do estágio atual das empresas nas questões que tangem os resultados mensuráveis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

## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 2.1.1. FAIXA ETÁRIA

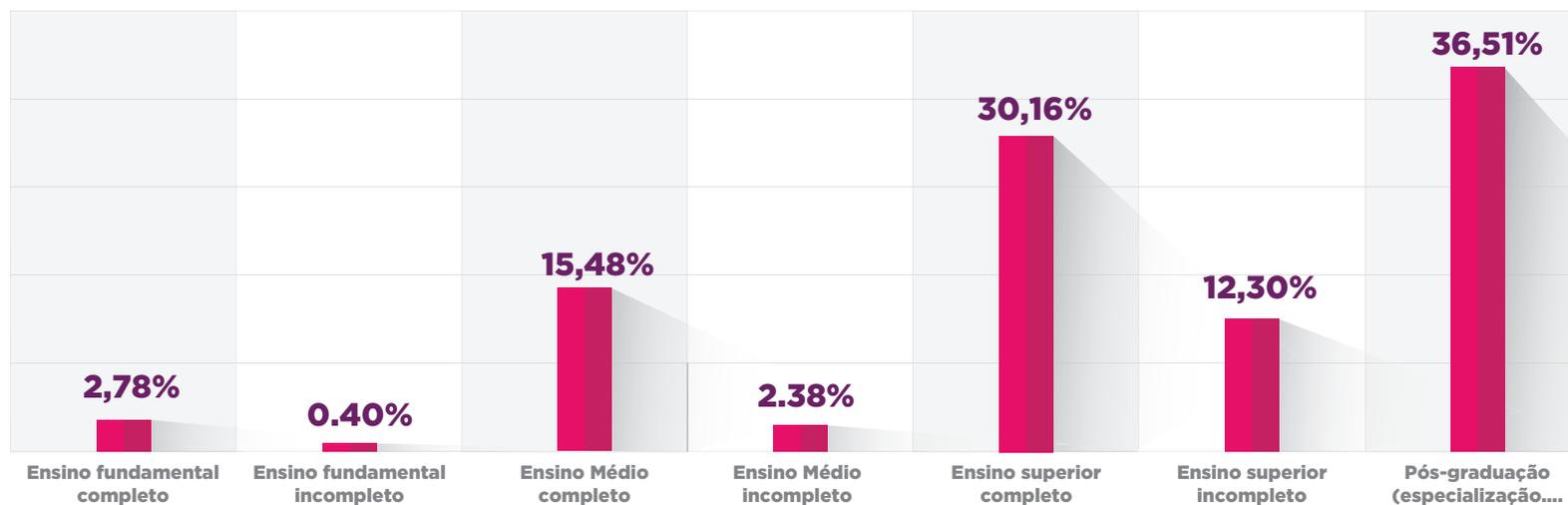
A faixa etária preponderante foi de 30 a 39 anos (39,6%).



## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 2.1.2. ESCOLARIDADE

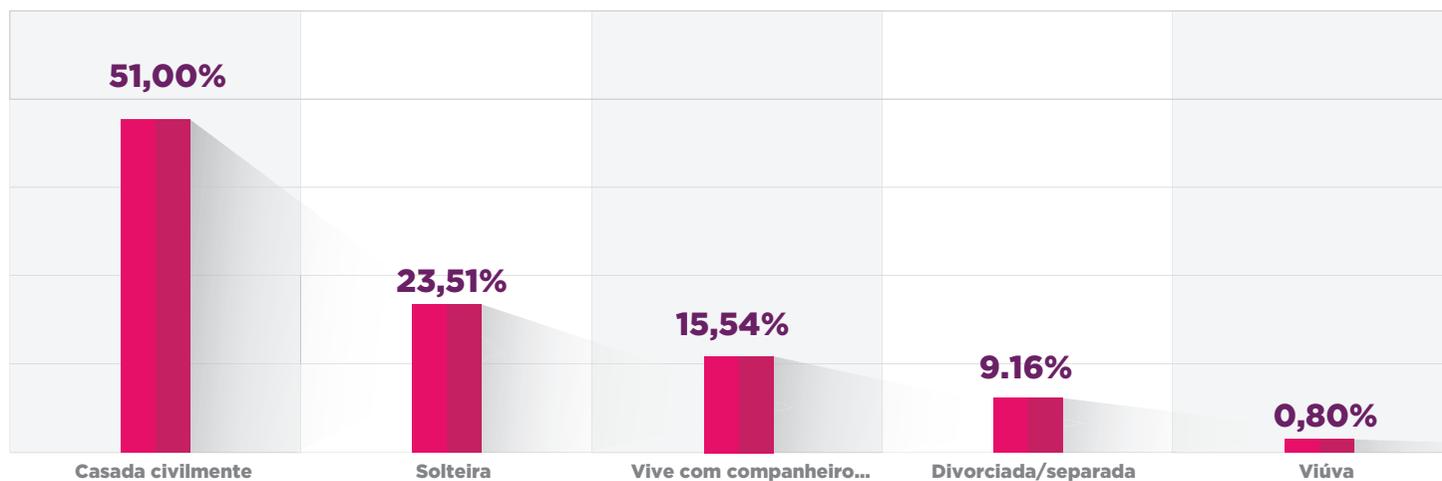
A escolaridade preponderante aferida foi de pós graduadas (36,51%).



## 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

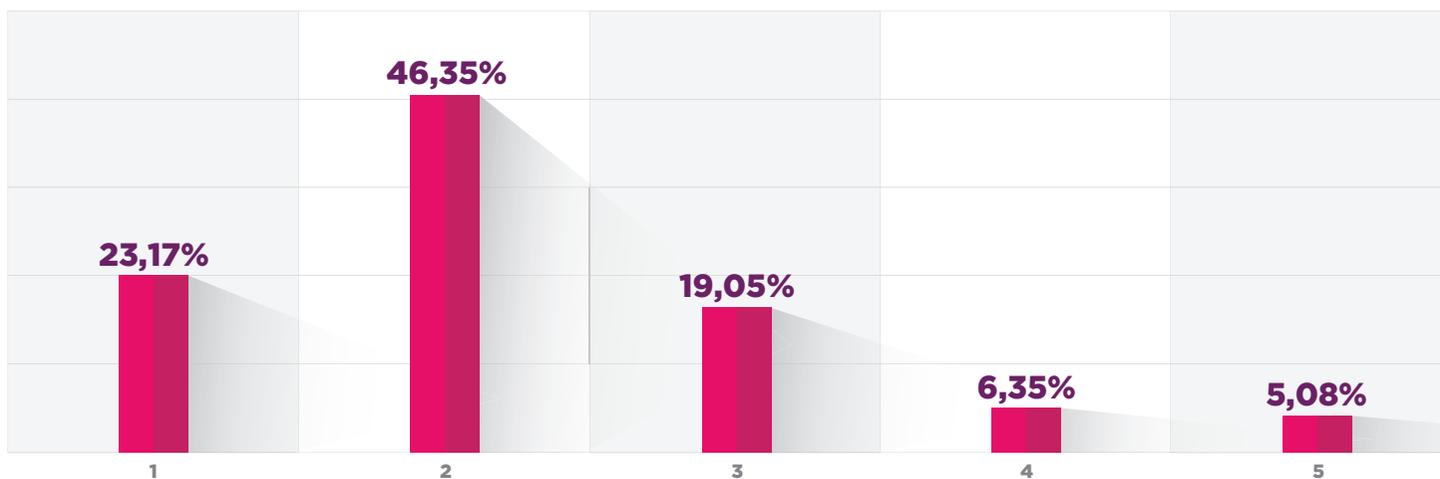
A maioria é mãe (71%).



## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 2.1.5. NÚMERO DE FILHOS

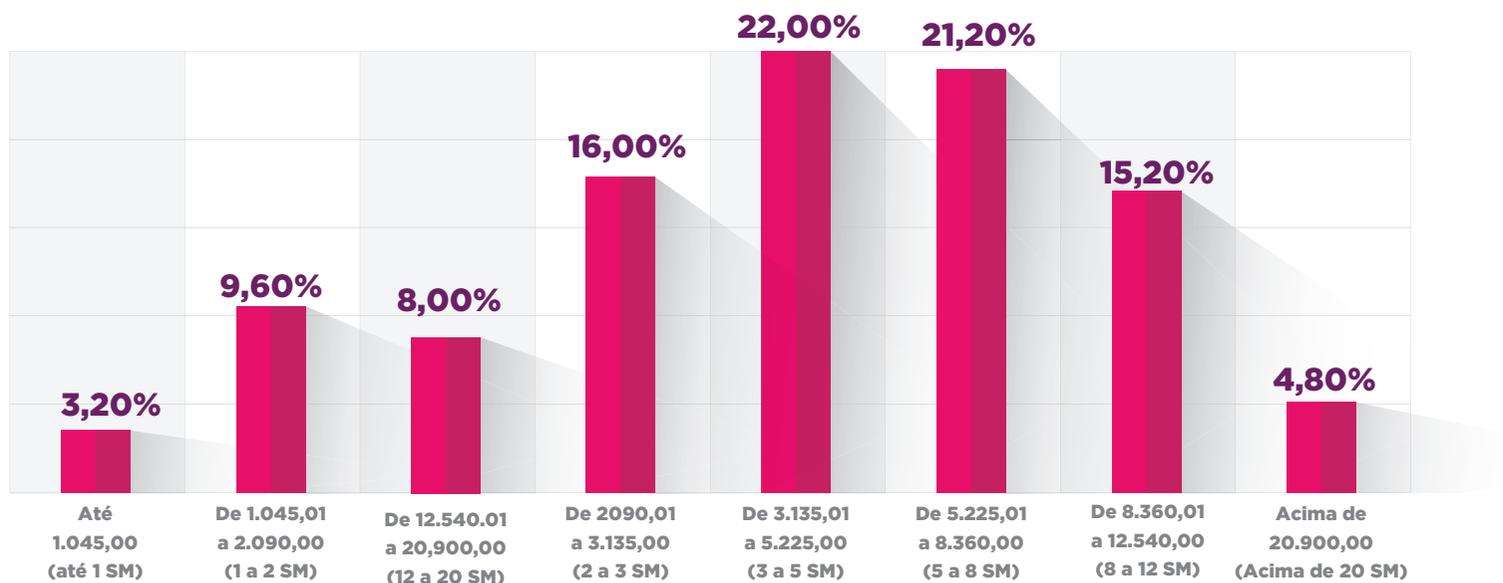
Dentre as mães 46,35% tem 2 filhos



## 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%).

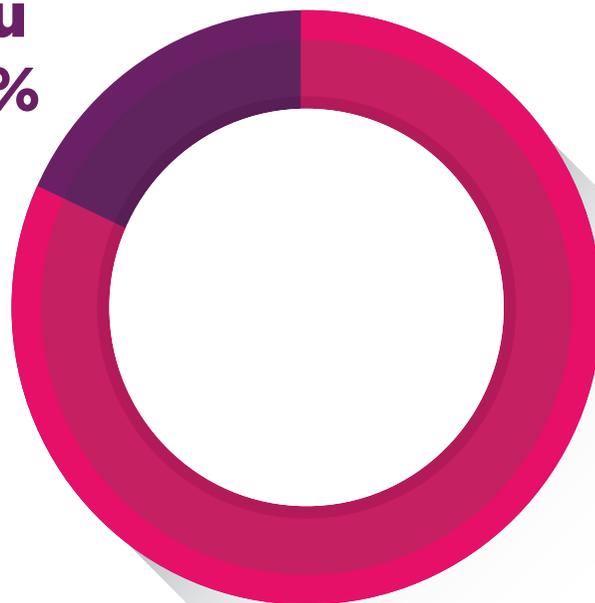


## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 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%**

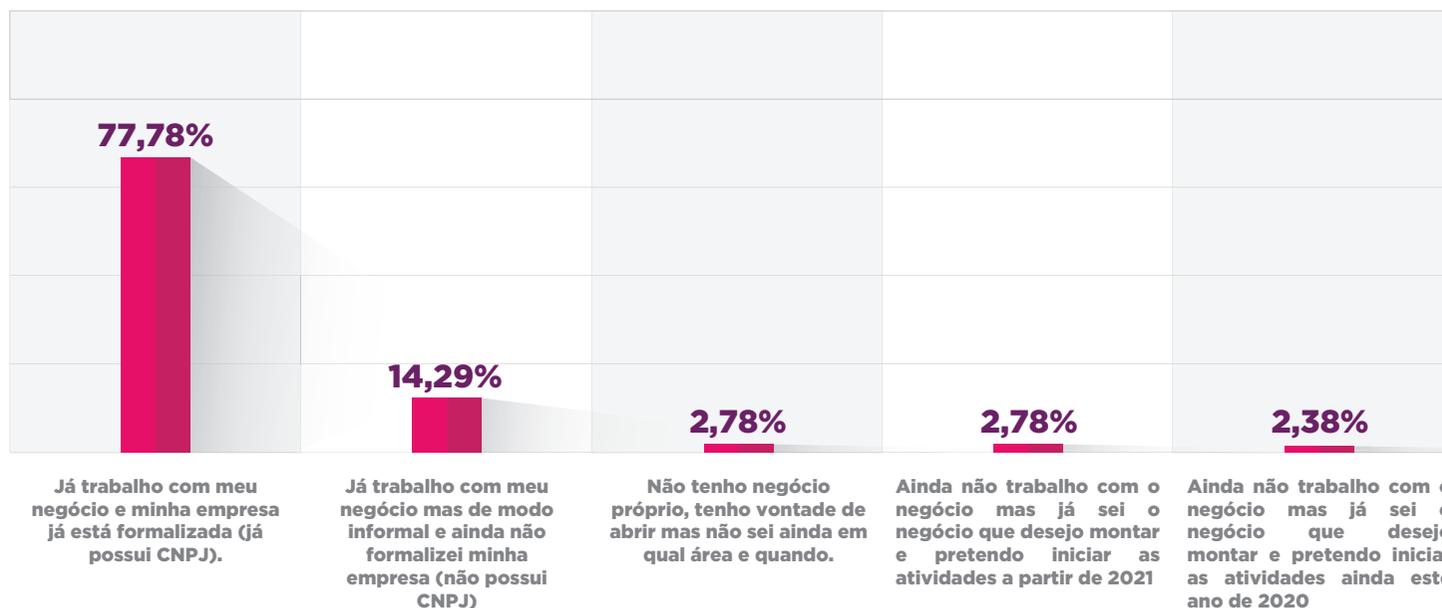


**Outras pessoas  
contribuem para  
a renda da família  
70%**

## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 2.1.8. SITUAÇÃO EMPREENDEDORA

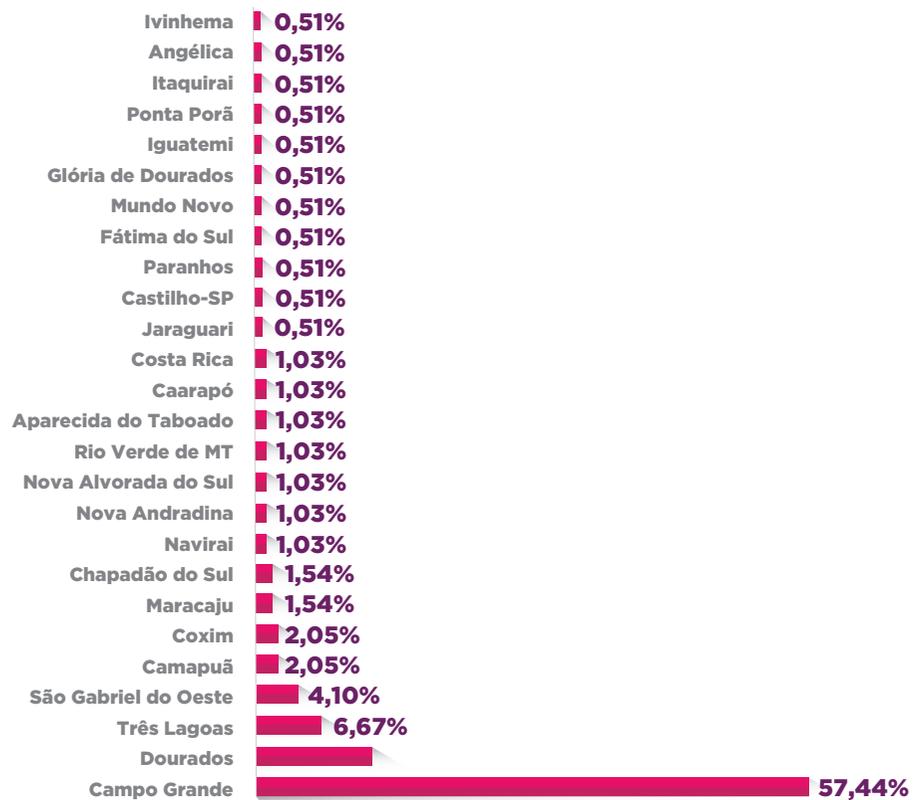
Em se tratando de como percebem sua situação enquanto empreendedora, maioria (71%) sinalizou: “Já trabalho com meu negócio e minha empresa já está formalizada (já tem CNPJ).”



## 2.1. PERFIL DAS ENTREVISTADAS

### 2.1.9. MUNICÍPIO

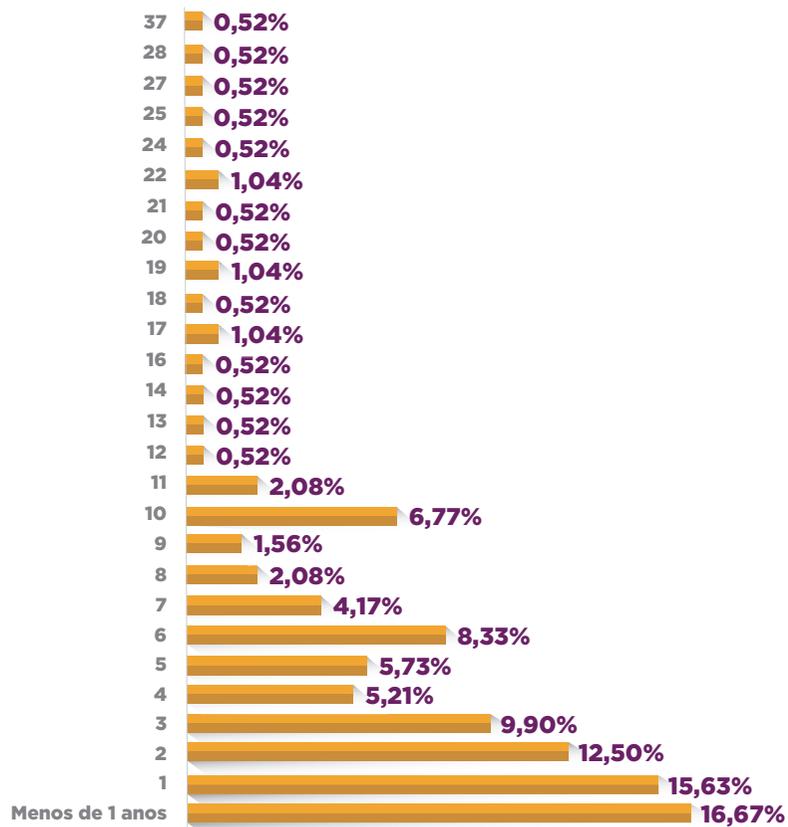
Quanto ao município das respondentes, a maioria (57,44%) está em Campo Grande.



## 2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

### 2.2.1. TEMPO DE EMPRESA

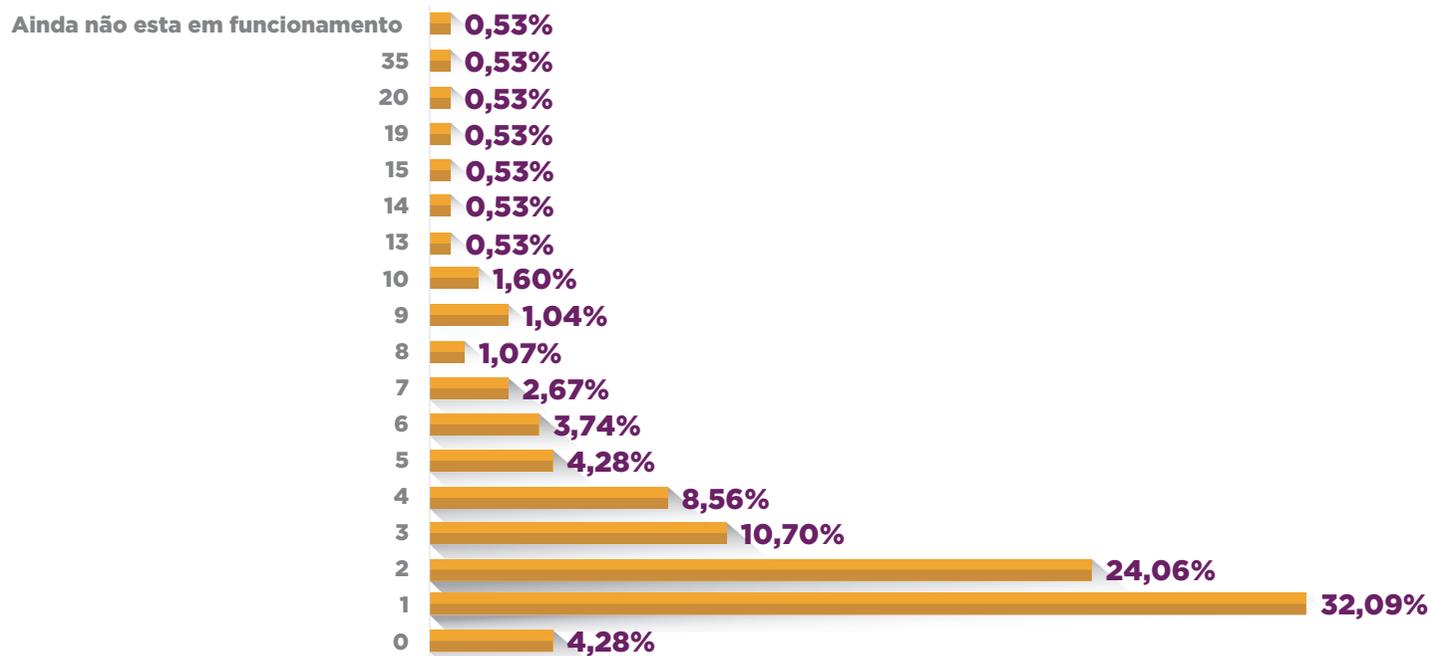
Quanto ao tempo de empresa 16,67% tem a empresa a menos de um ano e a maioria (54,7%) tem a até 3 anos.



## 2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

### 2.2.2. EQUIPE

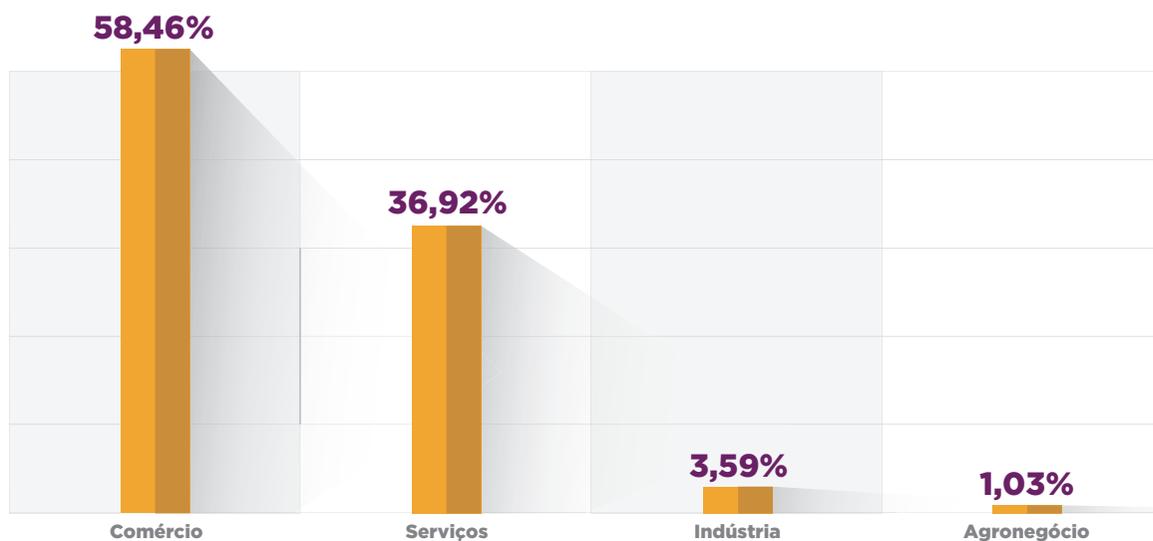
A equipe dessas empresas é composta preponderantemente (32,9%) por 1 pessoa e avmaioria, 60,96% por até 2 pessoas.



## 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

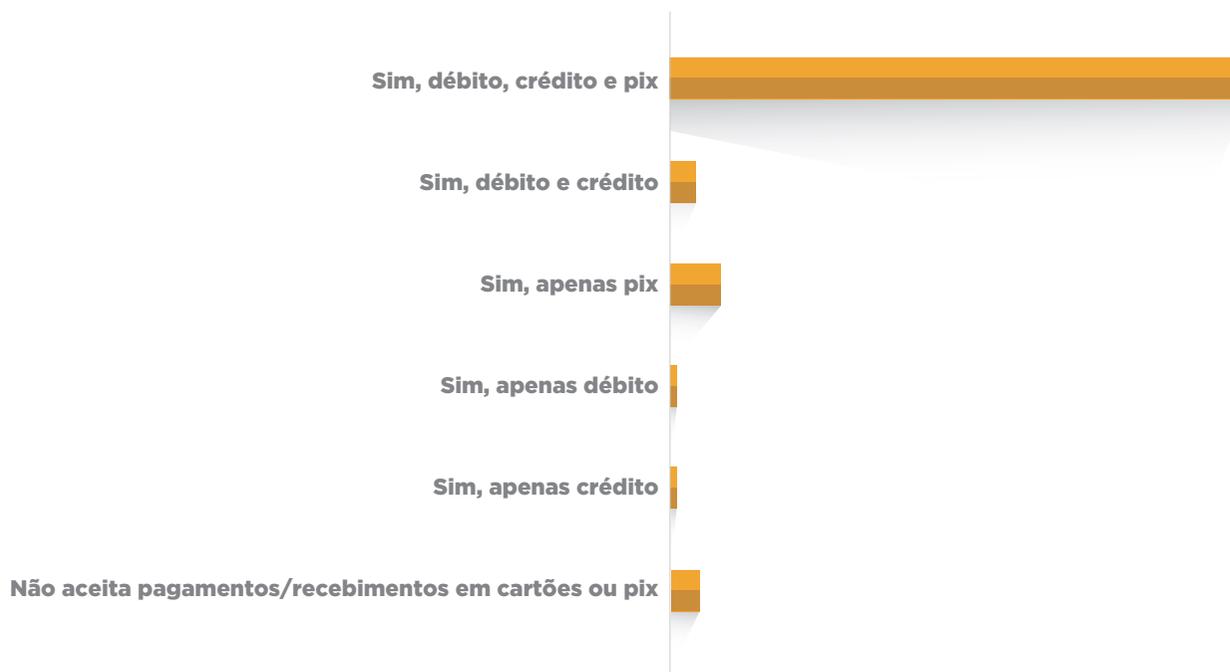
A maioria (62%) possui conta no banco em nome da empresa.



## 2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

### 2.2.5. FORMAS DE PAGAMENTO

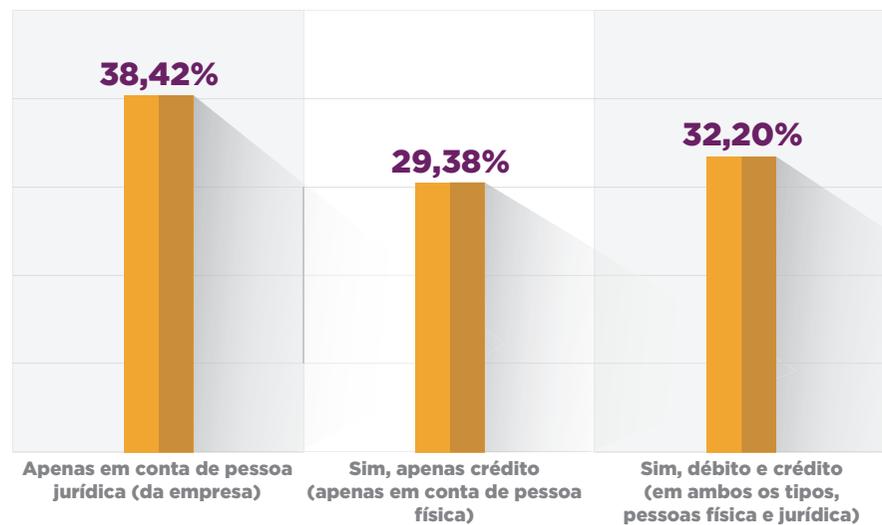
A maioria (83,77%) aceita cartões de débito, crédito e pix como forma de pagamento.



## 2.2. PERFIL DAS EMPRESAS

### 2.2.6. PAGAMENTOS EM CARTÃO

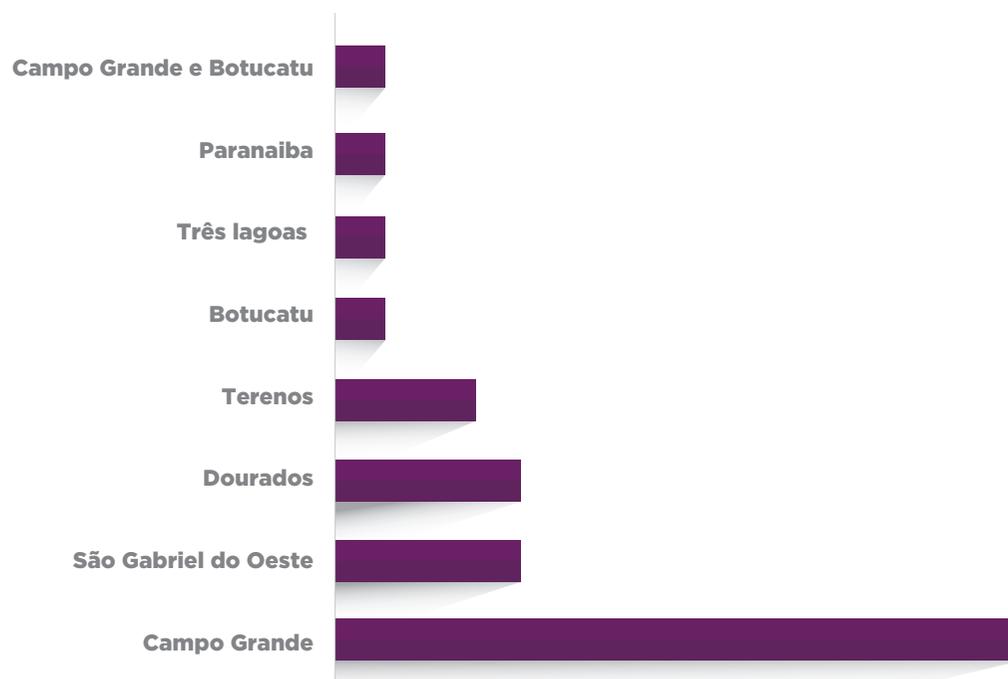
Das empresas que aceitam pagamento em cartão **38,42%** aceitam apenas em conta de pessoa jurídica.



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### Município

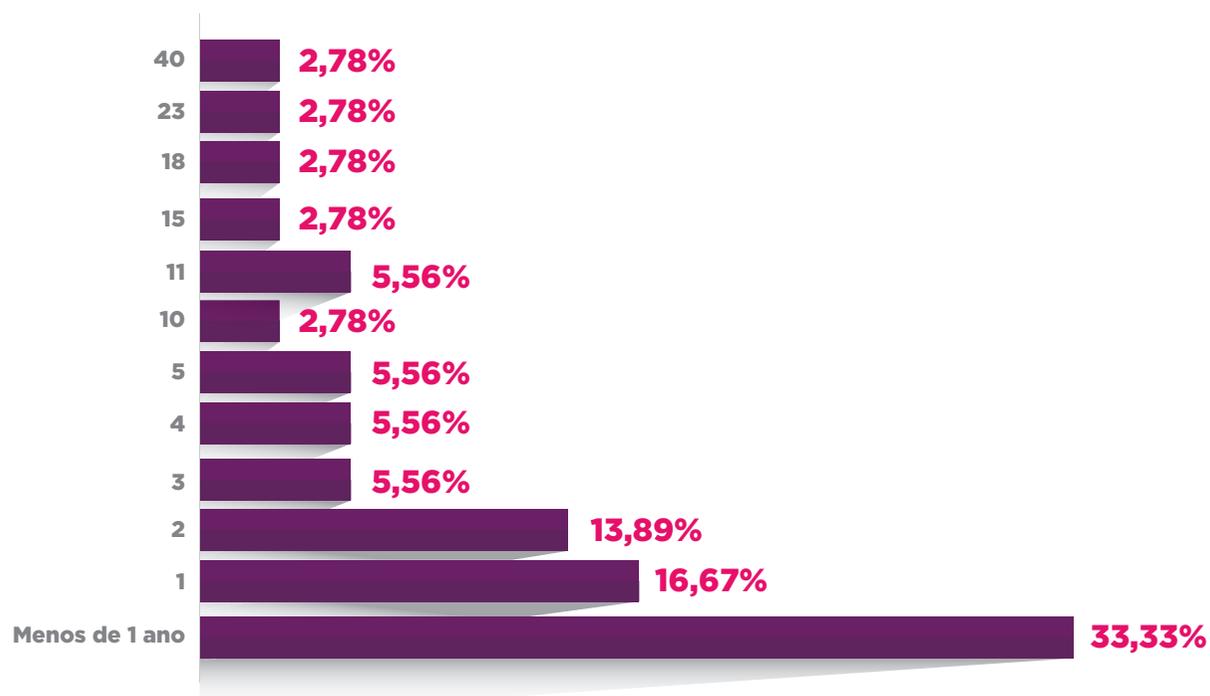
A maioria dos negócios informais aferidos encontram-se em Campo Grande (58,33%).



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### 2.3.1. TEMPO DE EMPRESA INFORMAL

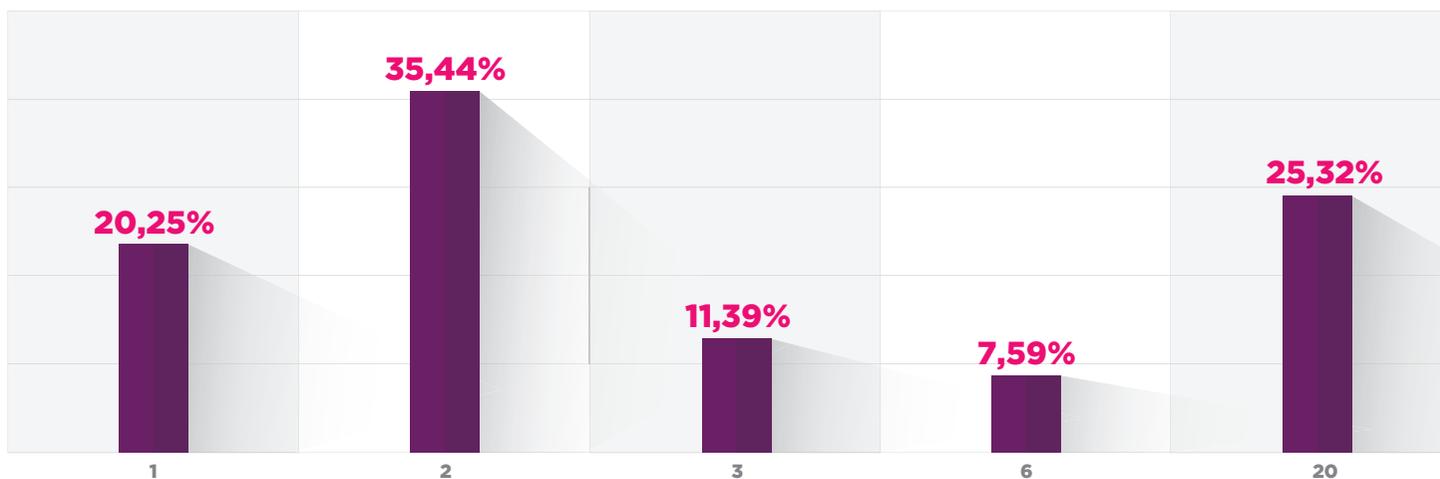
Um terço dos negócios informais existem a menos de 1 ano e a maioria (63,92%) existe a até 2 anos



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### 2.3.2. FUNCIONÁRIOS

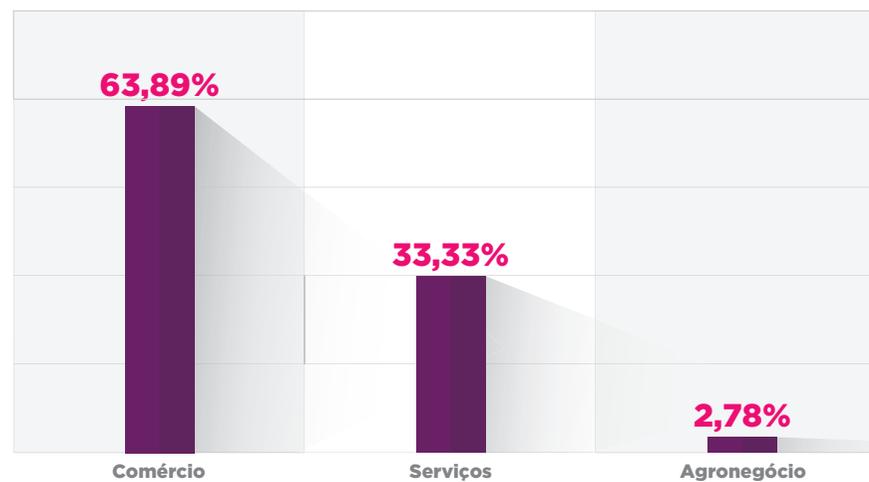
Parte preponderante das empresas informais entrevistadas (35,44%) tem 2 funcionários.



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### 2.3.3. SETOR

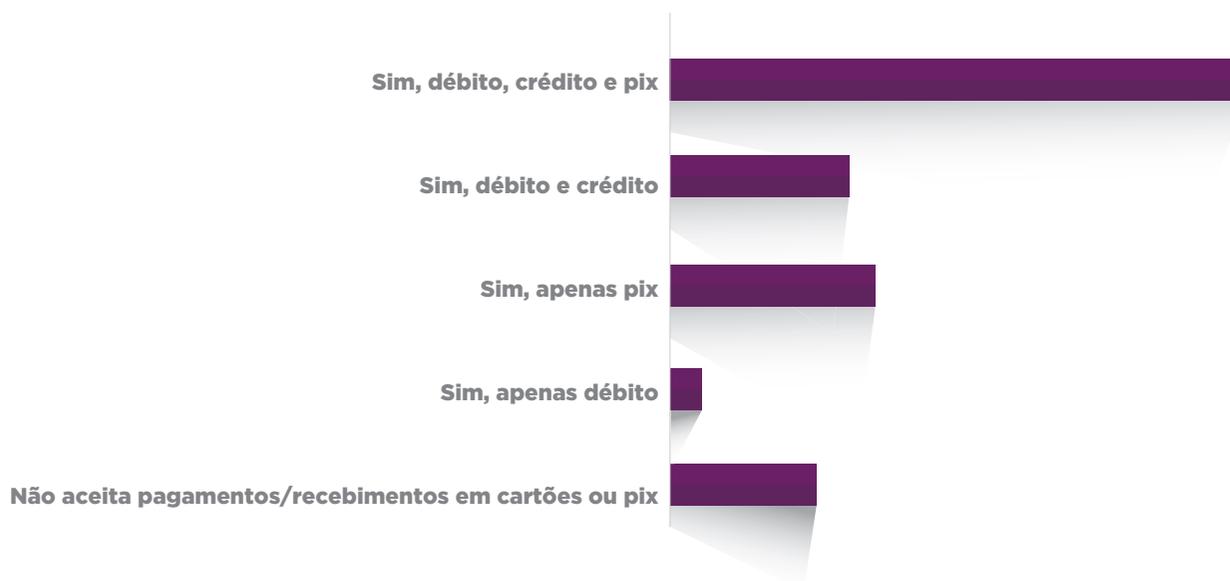
A maioria (63,89%) pertence ao setor do comércio.



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### 2.3.4. FORMA DE PAGAMENTO

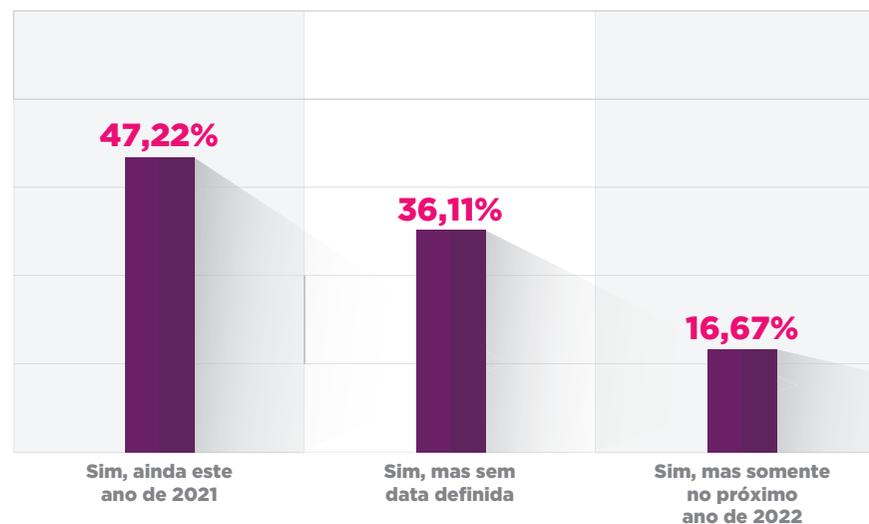
Parte preponderante desse negócios aceitam pagamento em cartões de débito, crédito e pix (47,22%).



## 2.3. PERFIL DOS NEGÓCIOS INFORMAIS

### 2.3.5. INTERESSE EM FORMALIZAR

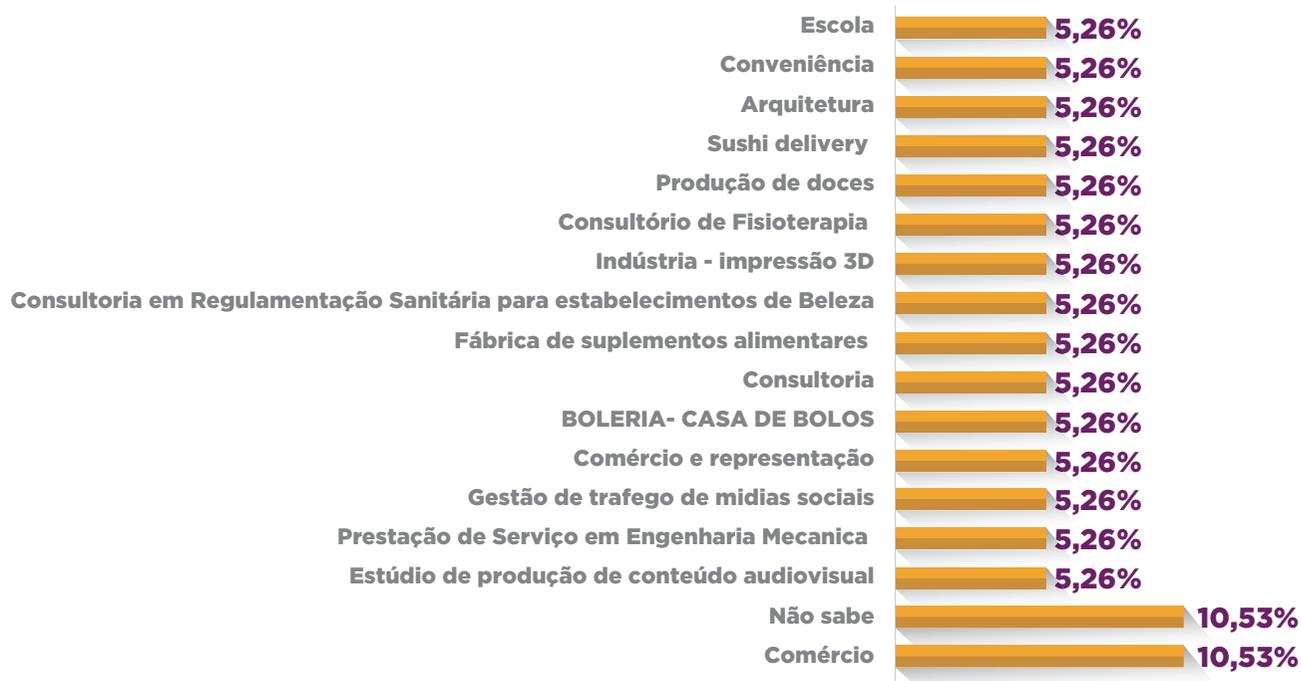
Todos sinalizaram interesse em se formalizar, sendo que 47,22% ainda em 2021.



## 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

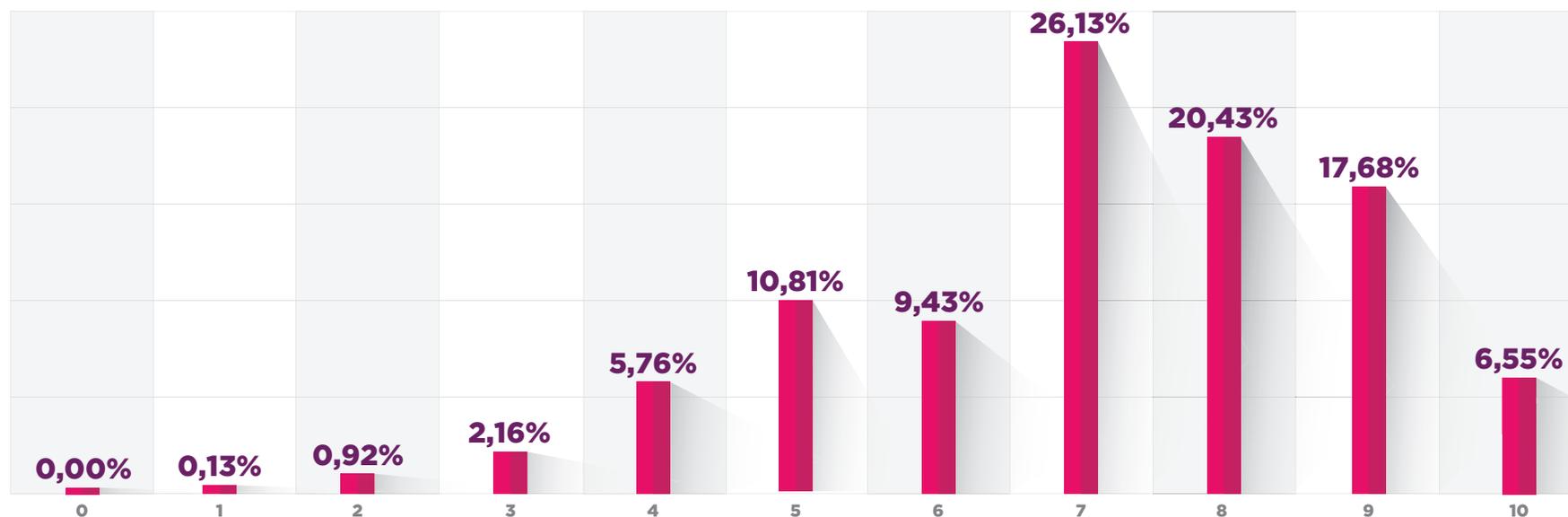
**Nessa parte do relatório serão apresentados os resultados aferidos na mensuração dos resultados finalísticos propostos no projeto bem como de outras questões pesquisadas nelas as entrevistadas são convidadas a uma reflexão e se auto avaliarem com notas de 0 a 10 em diferentes habilidades empreendedoras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



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.1. GESTÃO E FINANÇAS

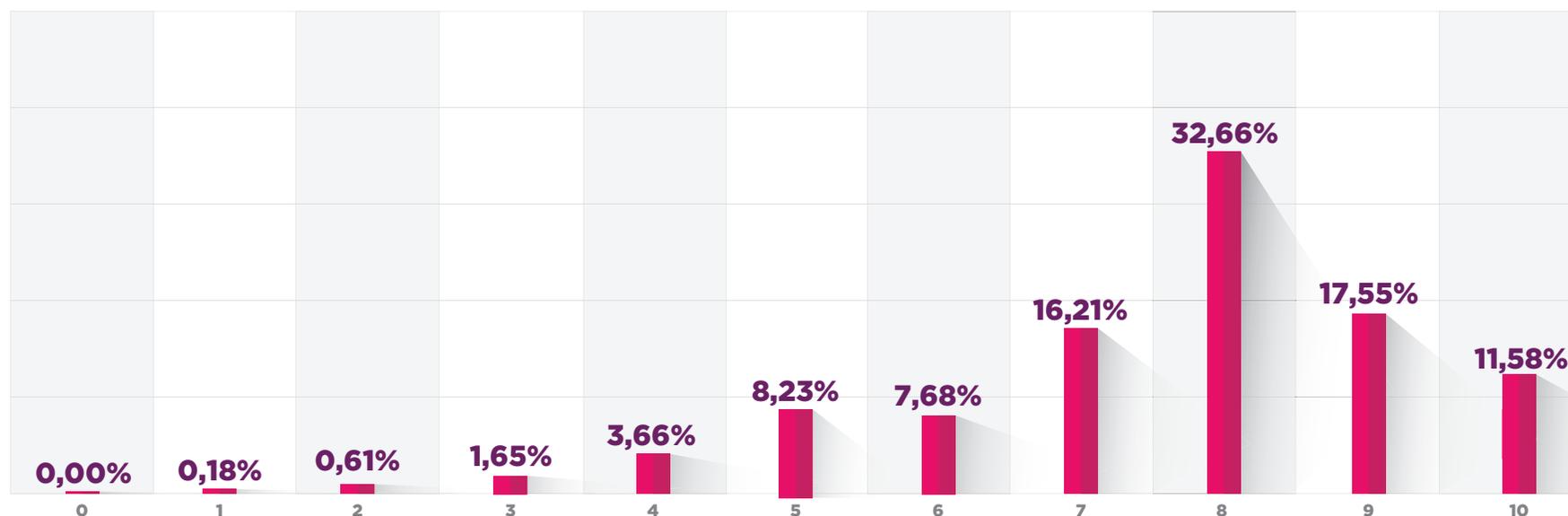
Parte preponderante das entrevistadas (26,13%) sinalizaram o seu conhecimento em ferramentas de gestão financeira para organizar as finanças da empresa e pessoais com nota 7. A nota média aferida foi de 6,2.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.2. APRESENTAÇÃO CLARA E INSPIRADORA

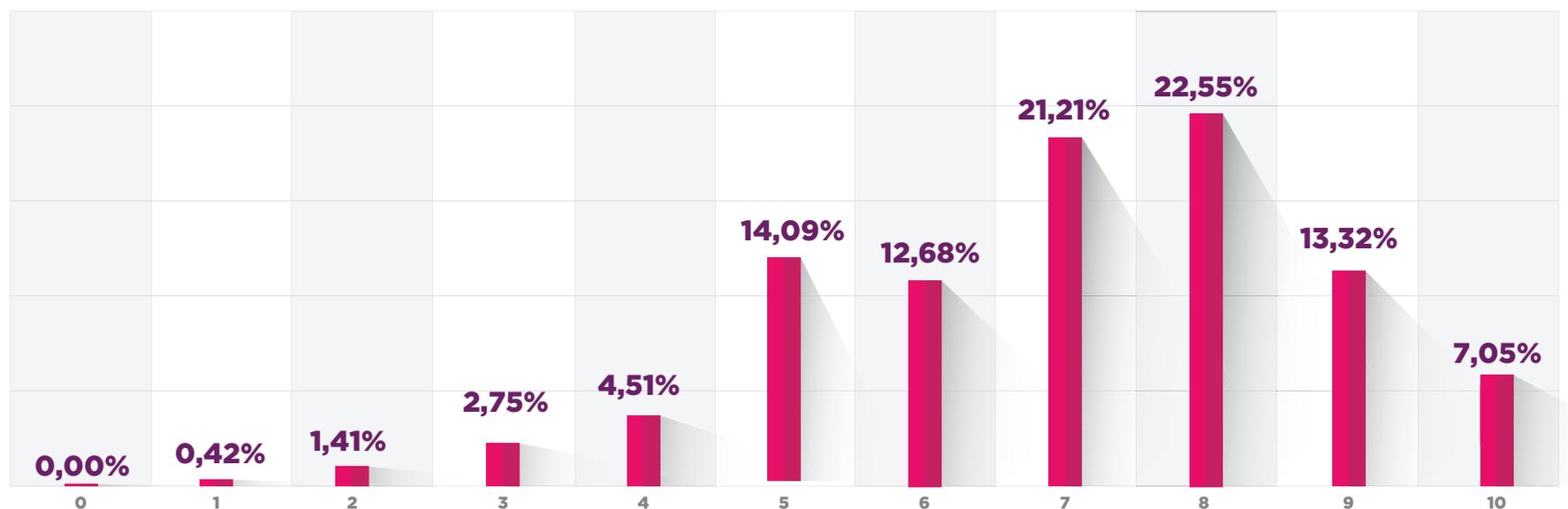
Quando questionadas se tem conhecimento necessário e suficiente para preparar e fazer uma apresentação clara e inspiradora sobre seu projeto/negócio e seu produto a nota média aferida foi 6,7.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.3. PLANO DE AÇÃO

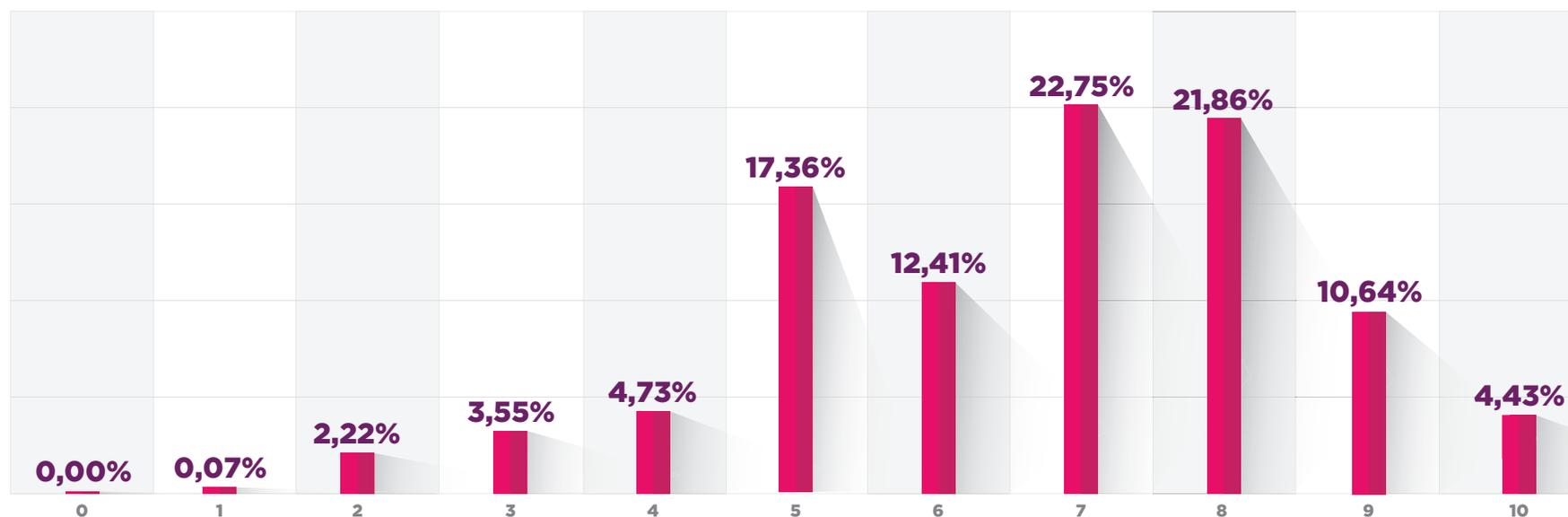
Quando questionadas se costumam estruturar as ideias num plano de ação antes de começar e definem metas e objetivos para seus propósitos a nota média foi 5,8.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.4. plano de negócios

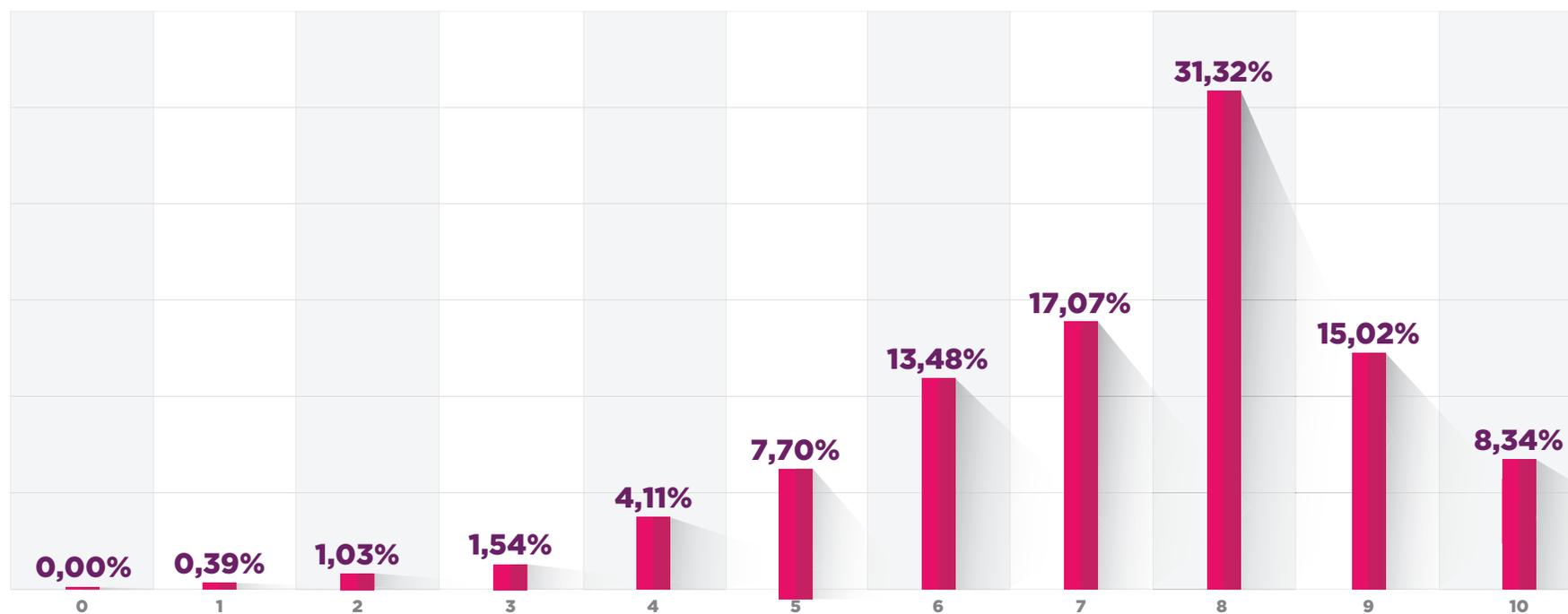
Quando perguntadas se tem conhecimento suficiente para elaborar um plano de negócios para sua ideia e planejar seu negócio a partir de dados a nota média dada foi 5,6.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.5. MARKETING DIGITAL

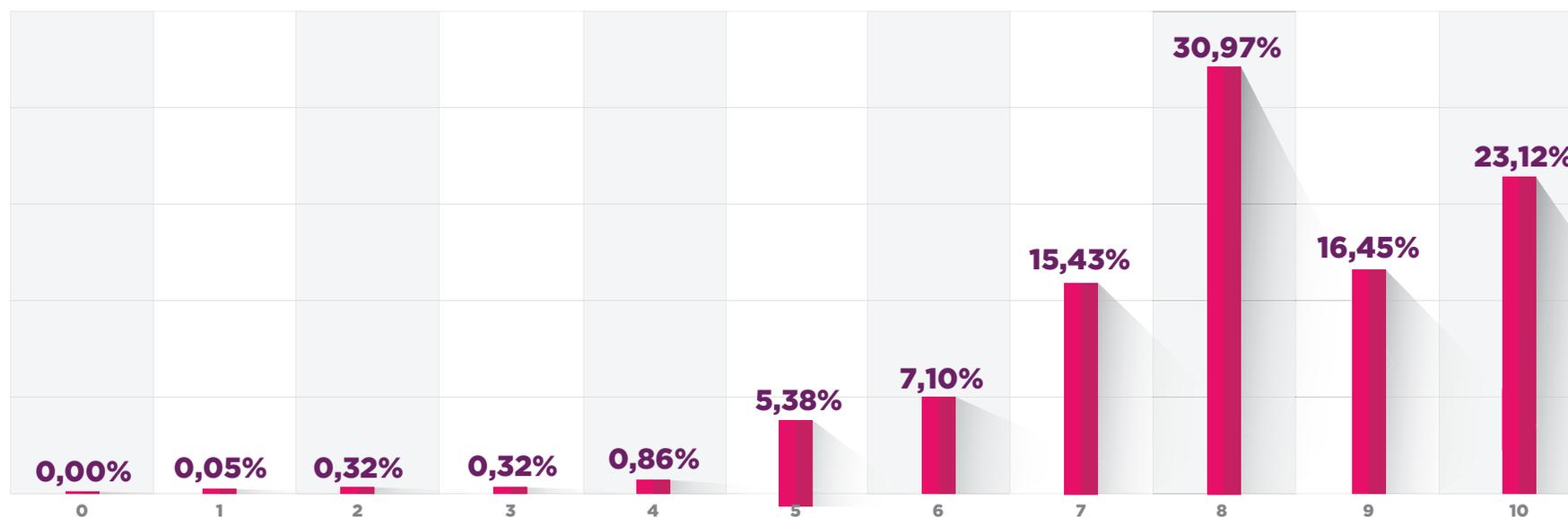
Quando questionadas se tem conhecimento sobre marketing digital e suas ferramentas e navegam facilmente nos ambientes virtuais a nota média foi 6,4.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.6. HABILIDADES E DIFICULDADES

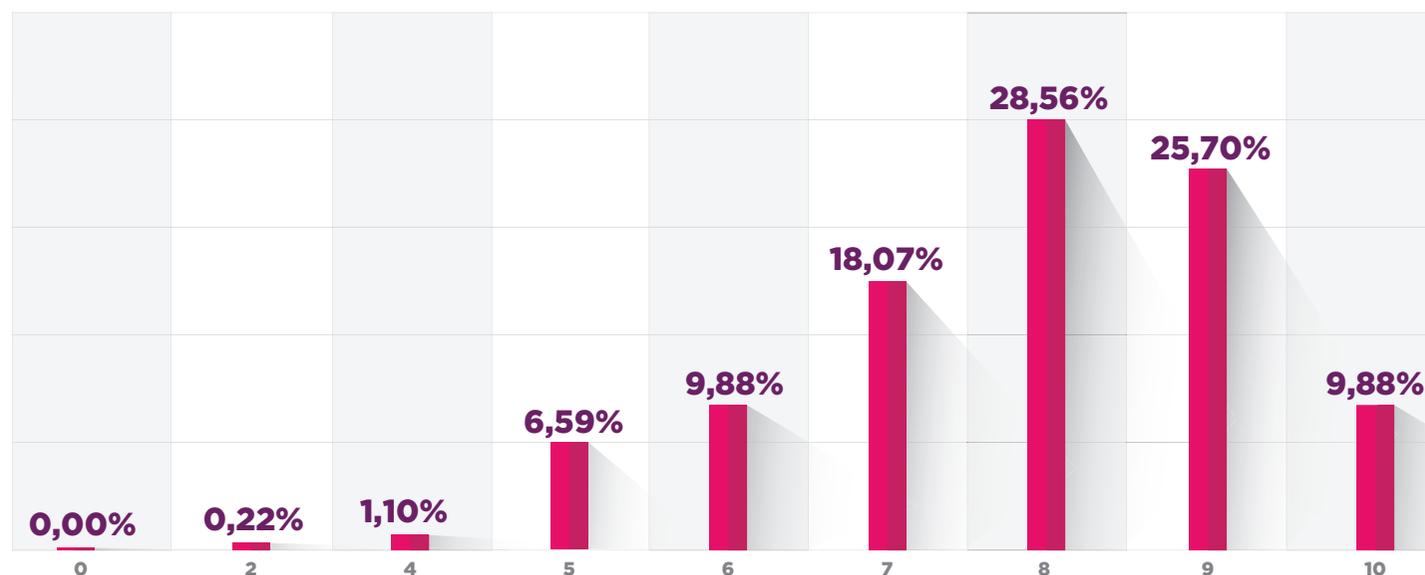
Quando questionadas se conhecem suas habilidades e dificuldades e sabem onde são forte e onde precisam melhorar a nota média foi 7,7.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.7. CONHECIMENTO DO CLIENTE

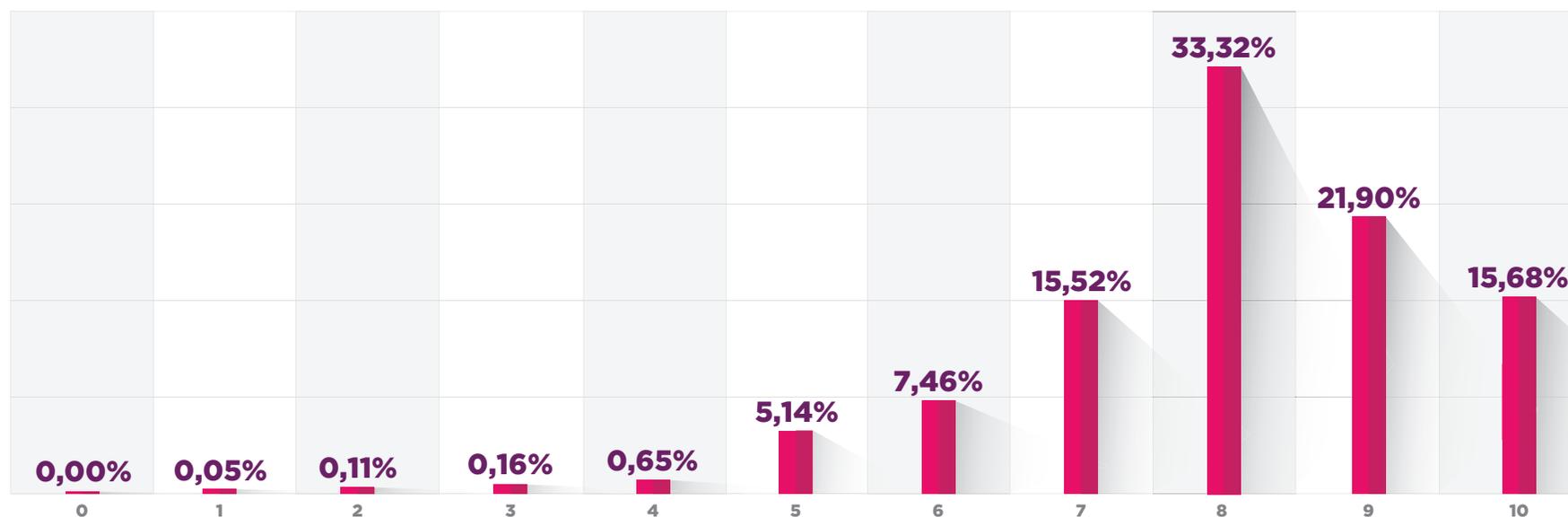
Quando questionadas quanto a acreditarem que sabem como entender seu cliente e descobrir o que deseja a nota média foi 7,4.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.8. PROBLEMAS E SOLUÇÕES

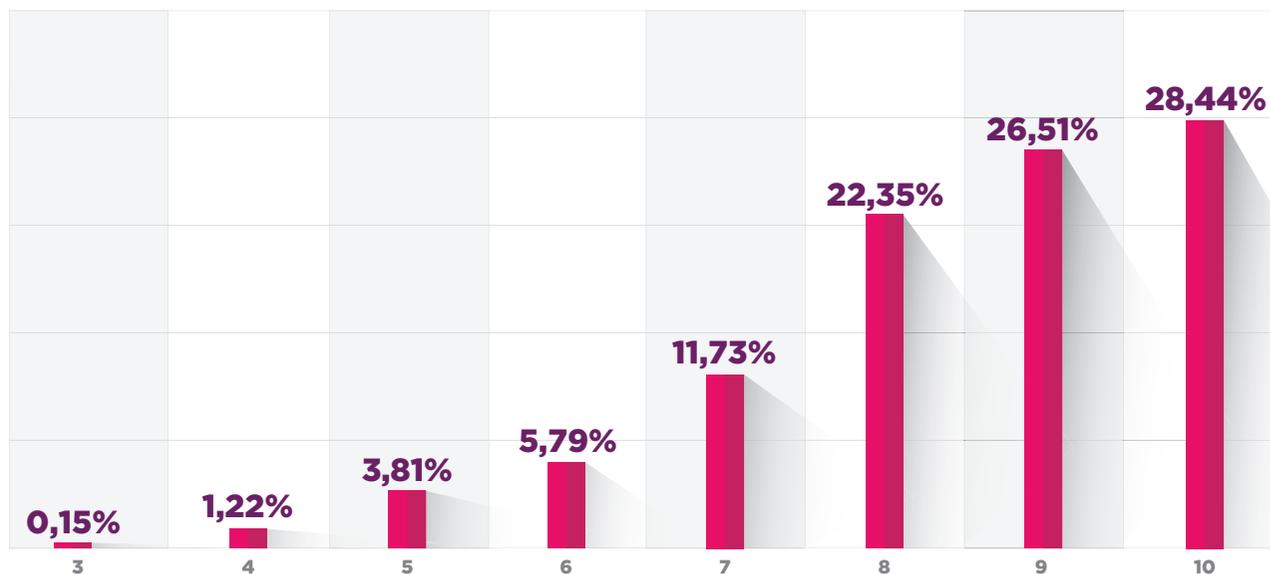
Quando questionadas se tem facilidade de resolver problemas e buscar soluções para situações que surgem fora do previsto a nota média foi 7,6.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.9. PERSISTÊNCIA

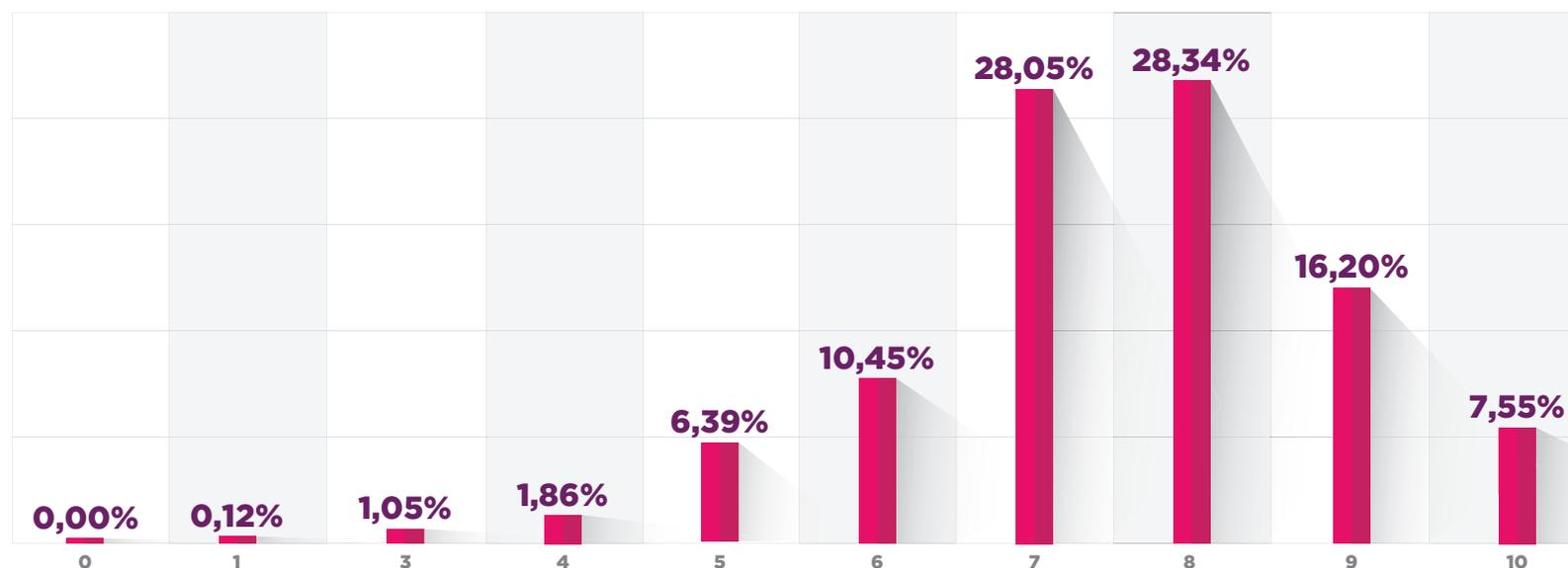
Quando questionadas se são muito persistentes, quando se decidam a fazer uma coisa, raramente desistem deste objetivo, a nota média 8,1.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.10. FACILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES

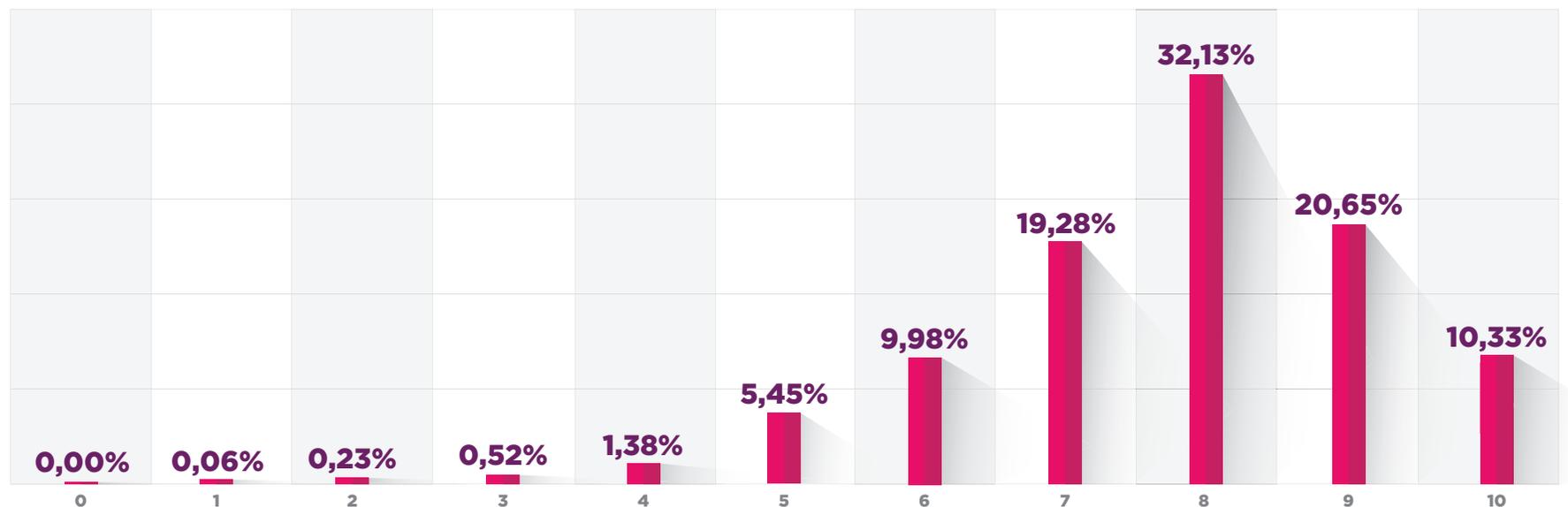
Quando questionadas se tem facilidade e costumam tomar decisões. Geralmente decido corretamente, anota média dada foi 7,1.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.11. CONVENCIMENTO E ENGAJAMENTO

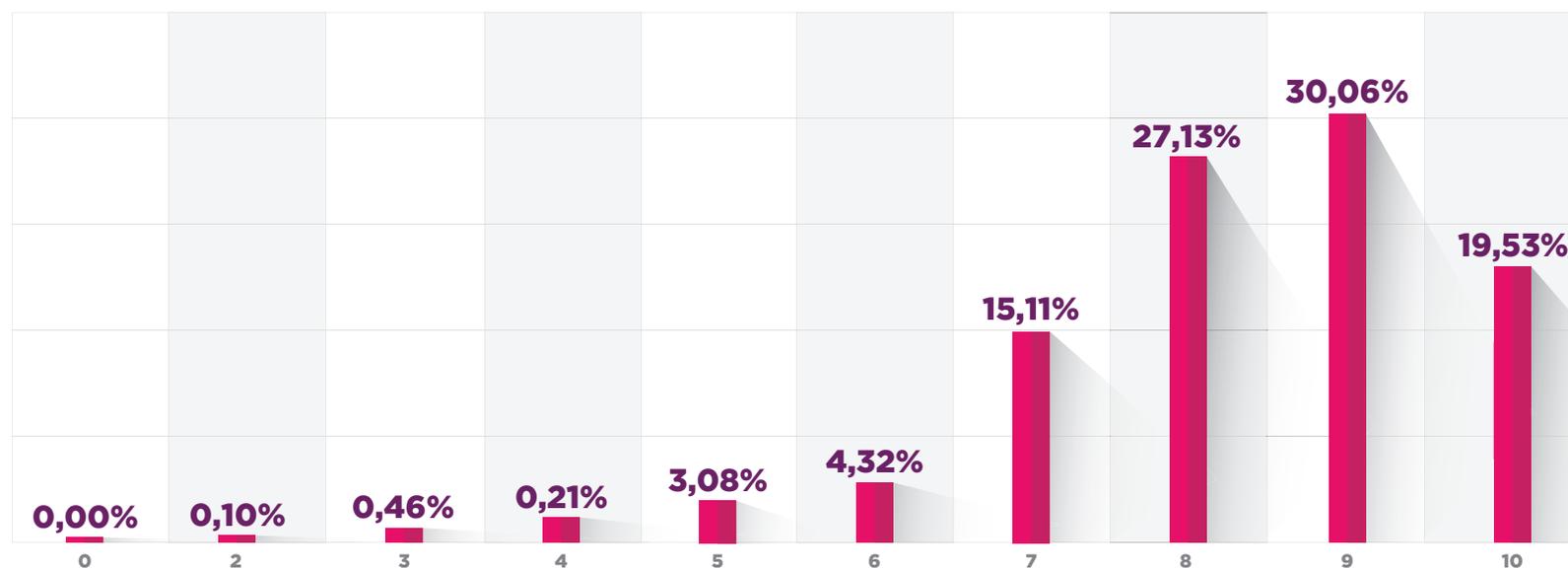
Quando questionadas se normalmente conseguem convencer as pessoas a fazer as coisas e tem facilidade de gerar engajamento das pessoas que estão à sua volta, a nota média foi 7,2.



## 2.5. MENSURAÇÃO TO DOS RESULTADOS FINALÍSTICOS

### 2.5.12. TRABALHO EM EQUIPE

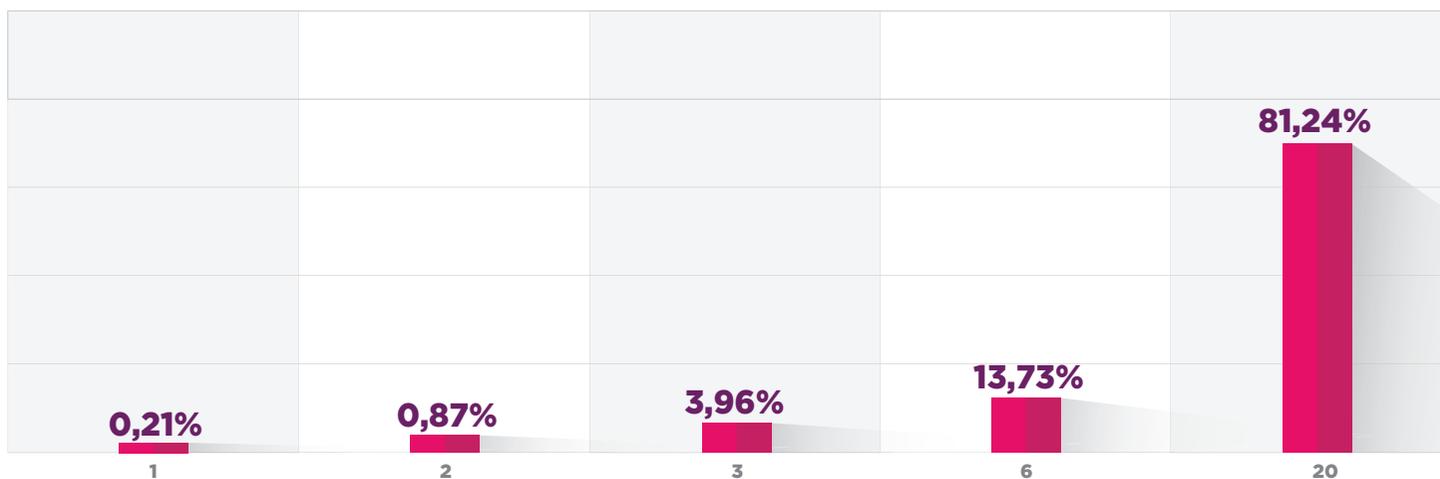
Quando questionadas quanto à facilidade de trabalhar com equipes ou em grupo a nota média foi 8,0.



## 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.**

