

Centro de Pesquisa e Planejamento

**Contribuições e Resultados do Programa
Redes de Cooperação para as Empresas**



Redes de
Cooperação



[Objetivo Geral]

Verificar quais foram as contribuições e resultados do Programa Redes de Cooperação para as empresas.



Objetivos Específicos

- Definir critérios para verificação da **evolução das redes e das empresas**, a partir dos objetivos adotados pelo Programa: Marketing, Expansão, Inovação e Negociação e outros;
- Verificar, junto aos **empresários participantes**, **qual a sua percepção** em relação à evolução da rede e das empresas, com base nos objetivos do Programa;



Redes de
Cooperação



[Metodologia]

Universo e Amostra

- **UNIVERSO:** 2.983 empresas associadas às Redes de todo o RS.
- **AMOSTRA:** Foram realizadas 816 entrevistas.



Redes de
Cooperação



Metodologia

Coleta de Dados

- A **coleta de dados** foi realizada por meio de **entrevista telefônica** em horário comercial, pela equipe de entrevistadores do CPP, entre os dias 02 de outubro e 11 de dezembro de 2006.
- **Instrumento:** questionário com enfoque **quantitativo**.
- Nas empresas, foram entrevistados os representantes das mesmas junto às Redes.



Perfil dos Entrevistados

Escolaridade

Escolaridade	Freq.	%
Ens. Fundamental Incompleto	22	2,7%
Ens. Fundamental Completo	50	6,1%
Ens. Médio Incompleto	40	4,9%
Ens. Médio Completo	300	36,8%
Ens. Superior Incompleto	134	16,4%
Ens. Superior Completo	232	28,4%
Pós-graduação Incompleta	4	0,5%
Pós-graduação Completa	32	3,9%
Não quis dizer	2	0,2%
TOTAL OBS.	816	100%

Perfil dos Entrevistados

Universidade

Universidade	Freq.	%
PUC	201	24,6%
Feevale	159	19,5%
UCS	105	12,9%
Unijuí	103	12,6%
UFSM	92	11,3%
UCPEL	67	8,2%
Unisc	53	6,5%
Unisinos	34	4,2%
Nenhuma	2	0,2%
TOTAL OBS.	816	100%

Setor

Setor	Freq.	%
Comércio	516	63,2%
Serviços	177	21,7%
Indústria	94	11,5%

Análise dos Resultados



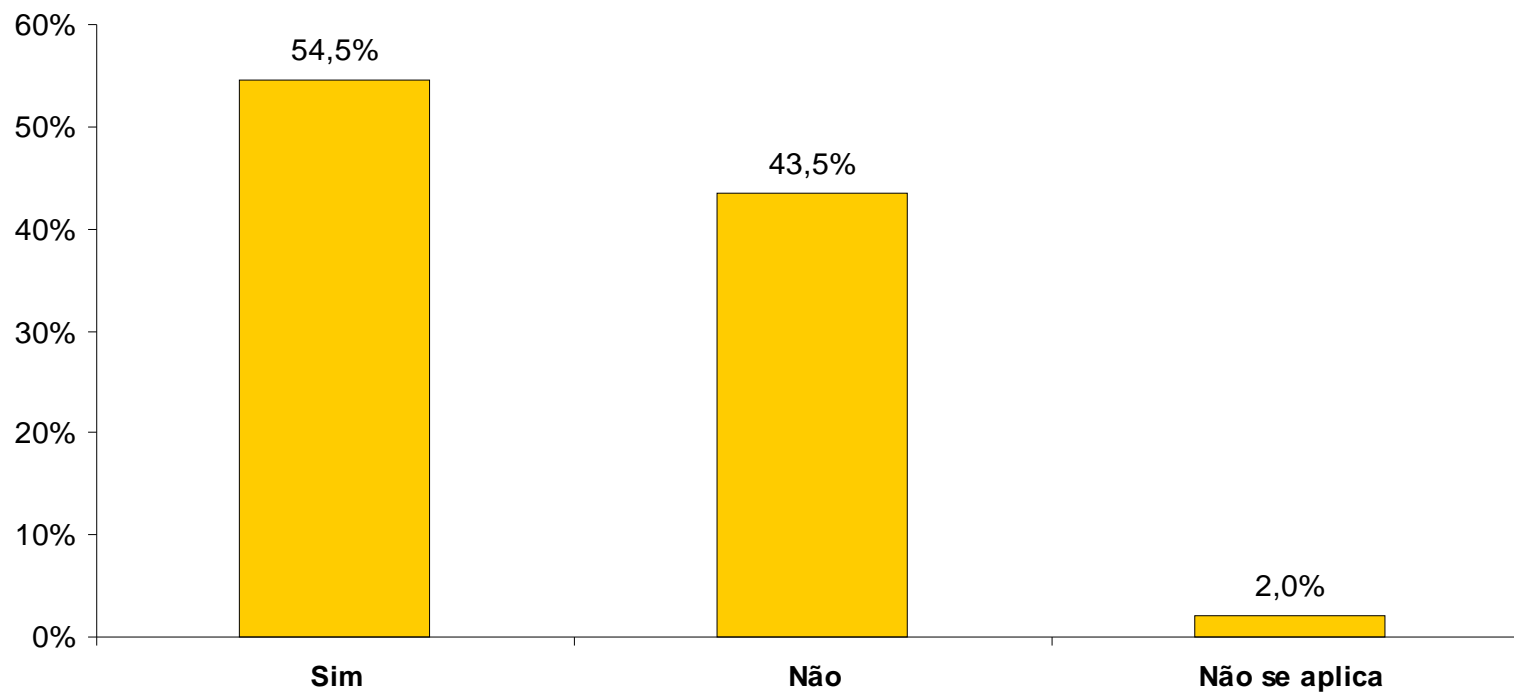
Redes de
Cooperação



Mudança após a entrada na rede

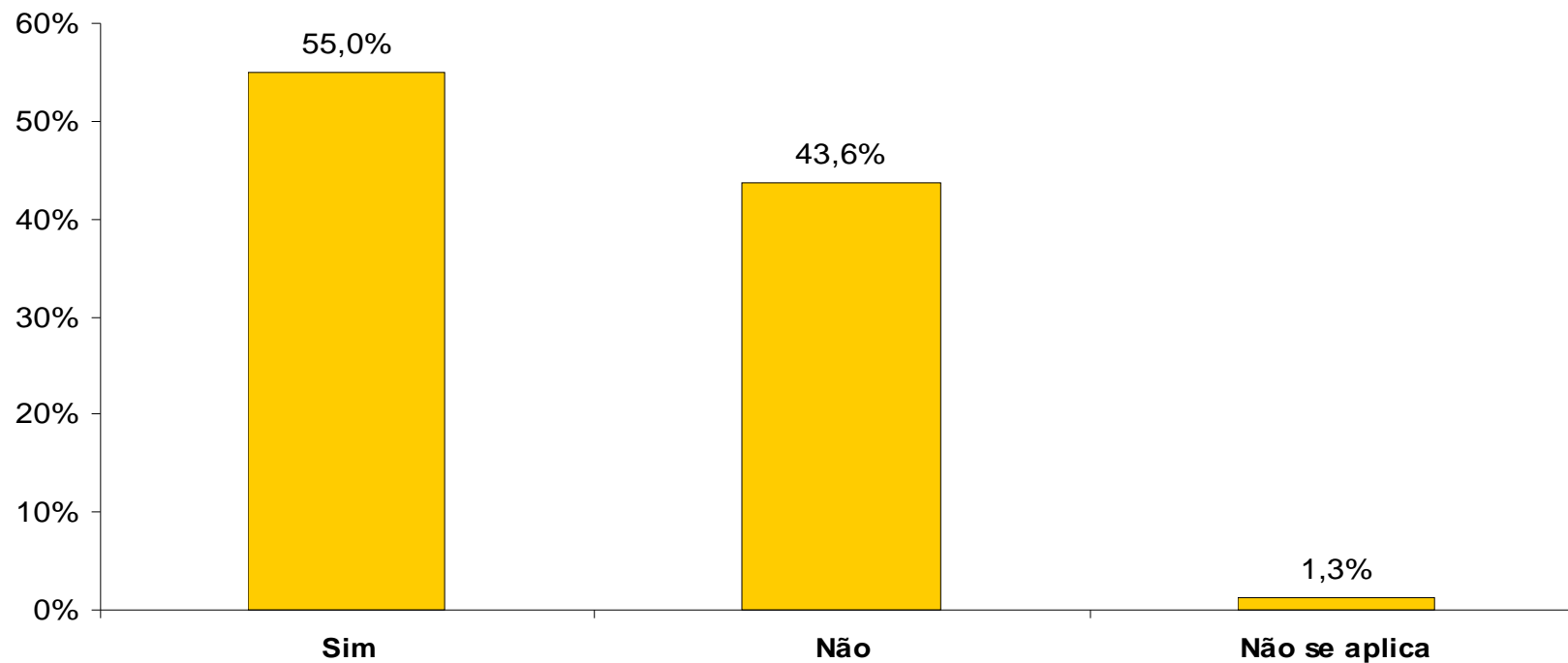
Houve aumento do faturamento bruto

Após a entrada na rede, houve aumento do faturamento bruto da sua empresa?



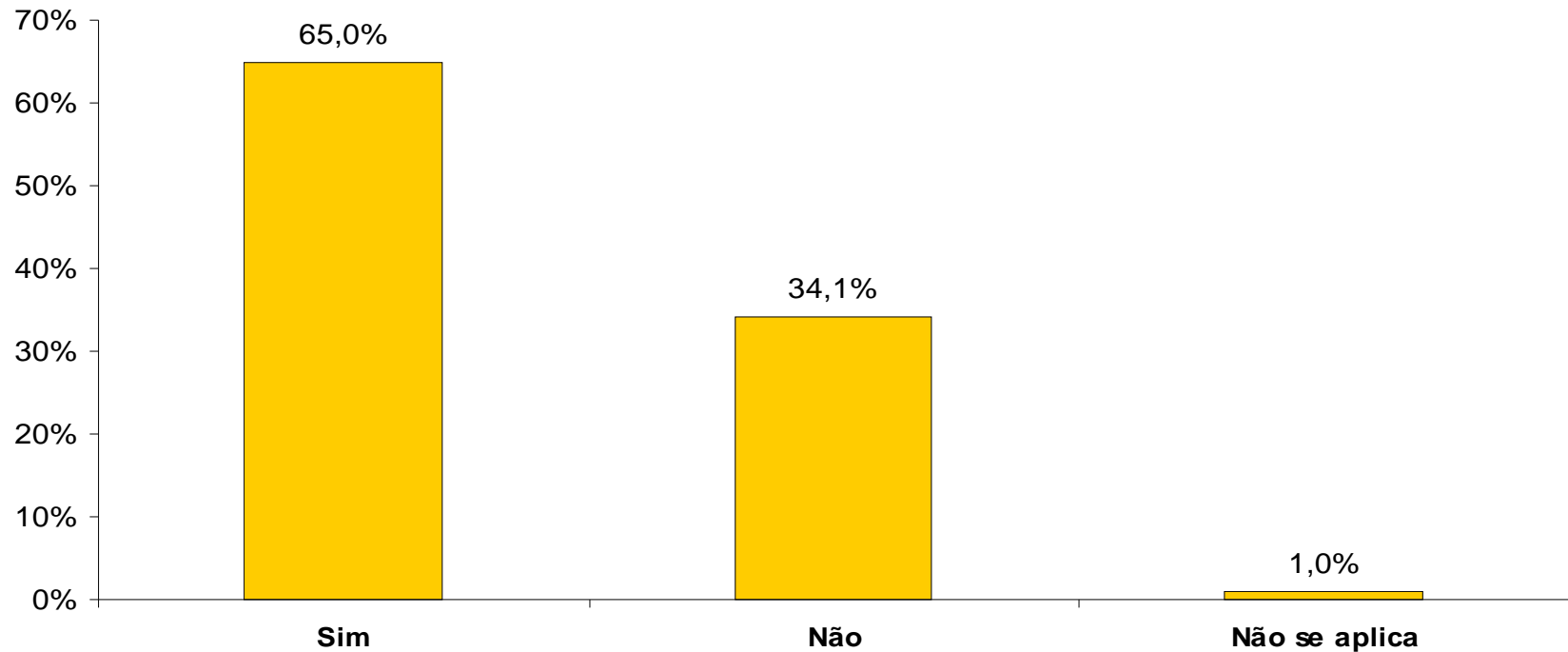
Houve aumento do número de fornecedores

Após a entrada na rede, houve aumento do número de fornecedores?



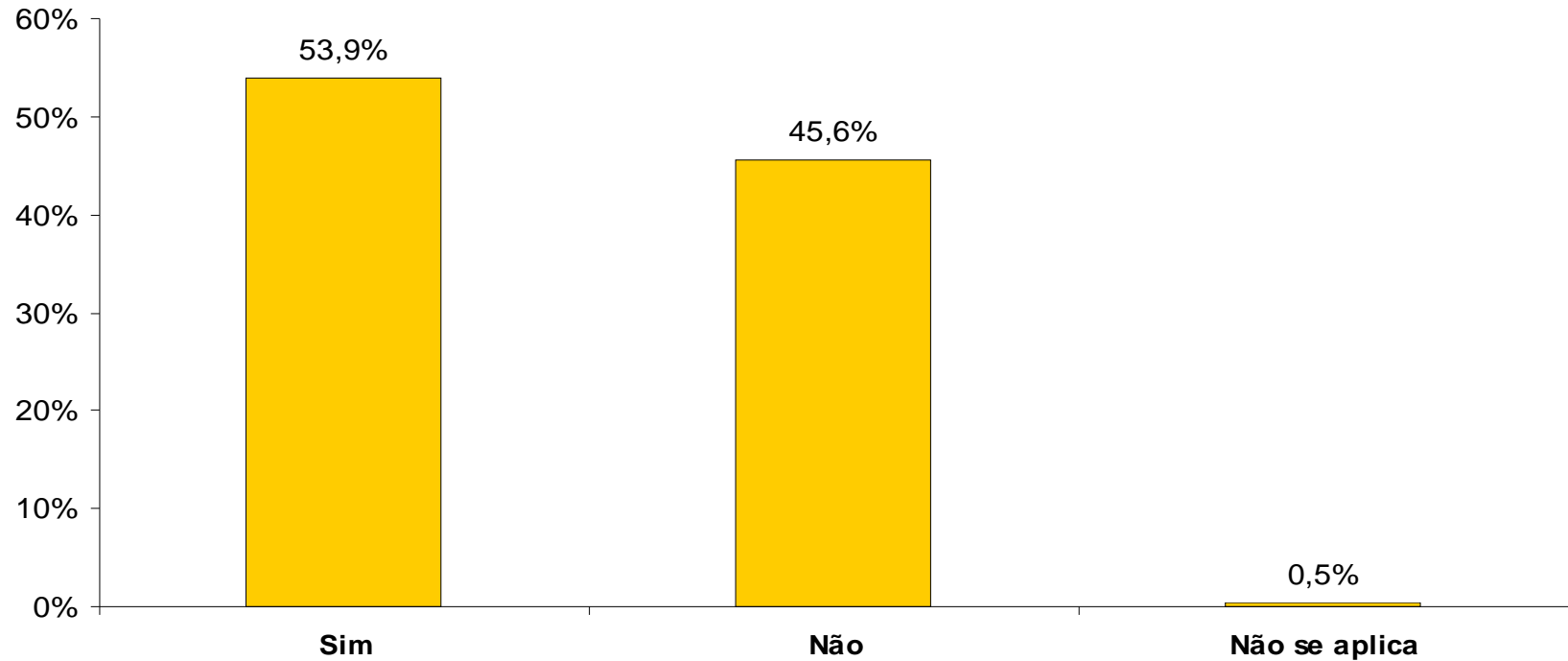
[Houve aumento do número de clientes]

Após a entrada na rede, houve aumento do número de novos clientes?



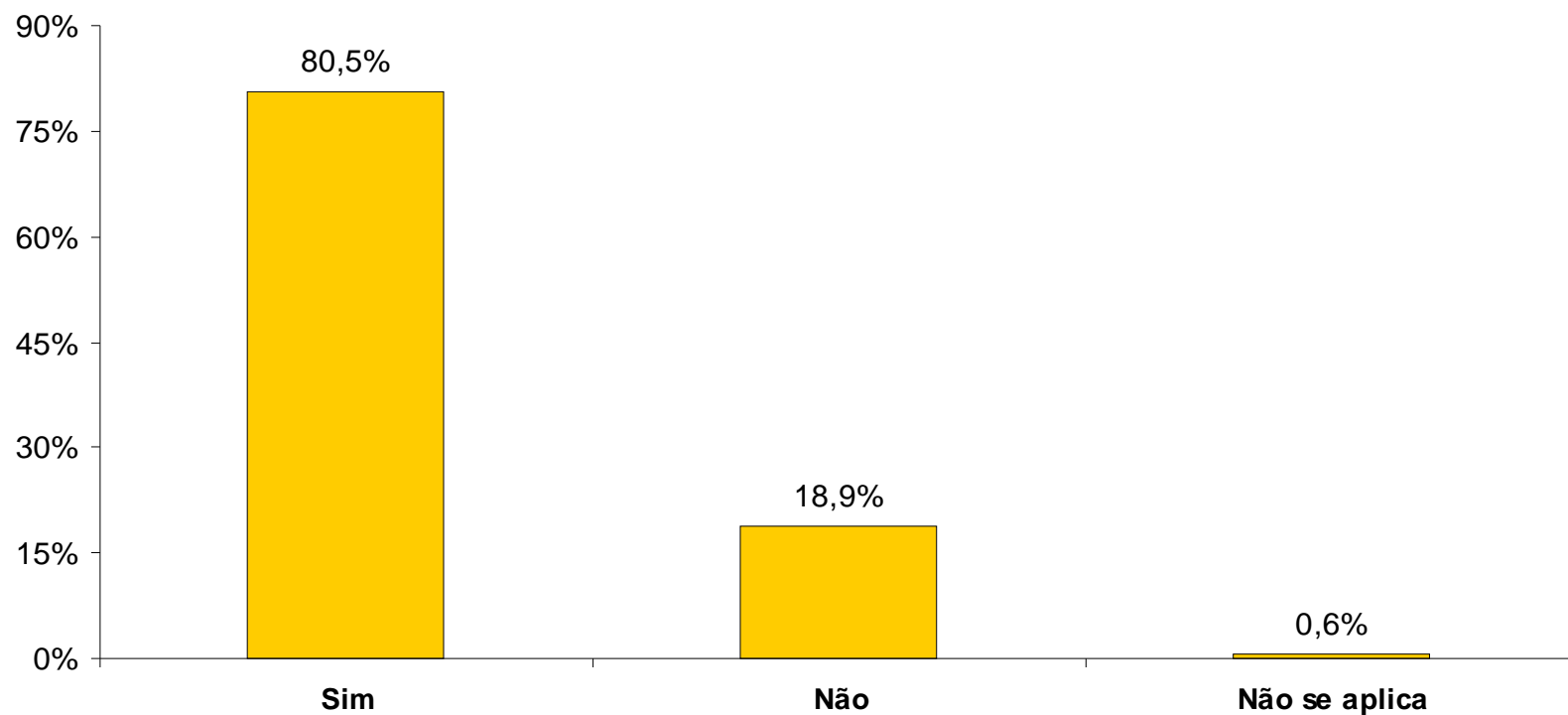
Houve aumento do investimento

Após a entrada na rede, houve aumento de investimentos na empresa?



Houve aumento do número de empresários

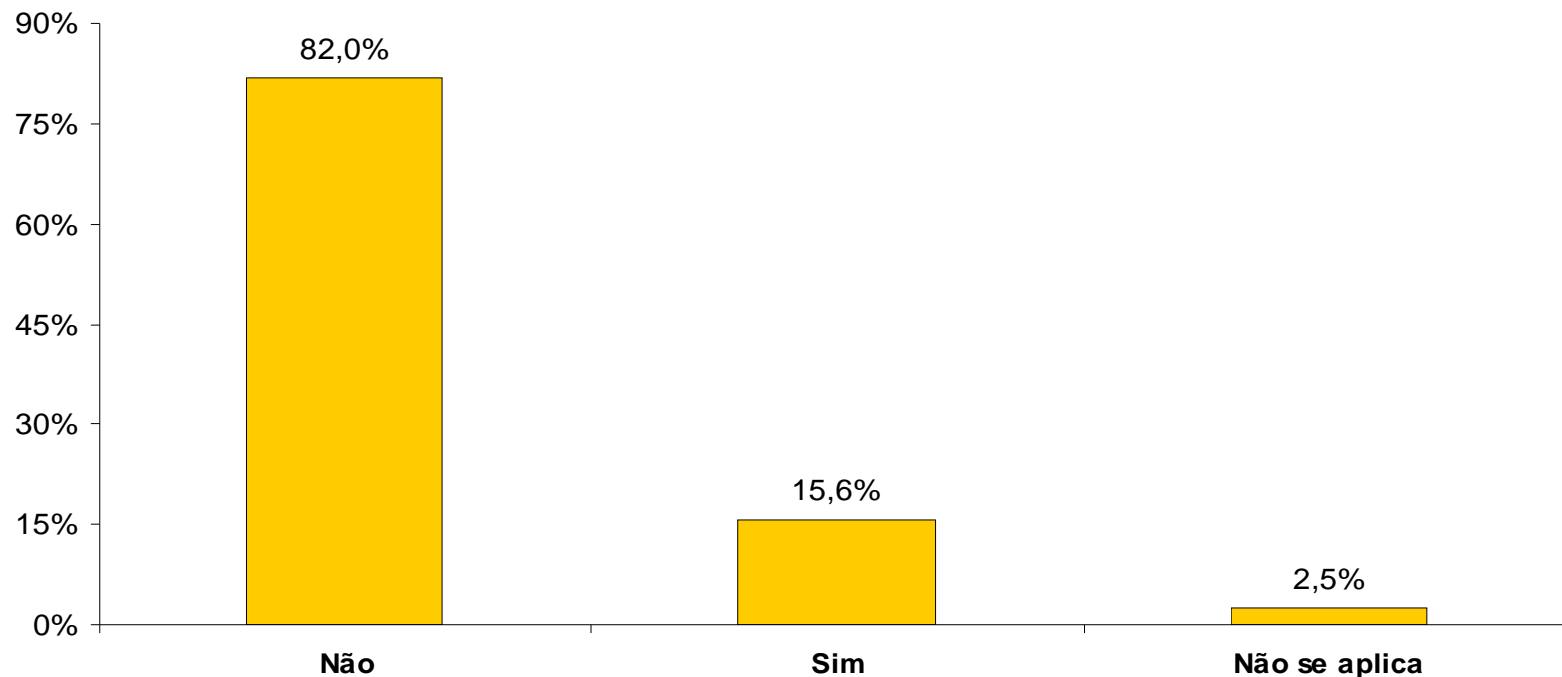
Após a entrada na rede, houve aumento no número de empresários que você sente confiança para discutir o seu negócio?



Indicadores do impacto da rede na empresa

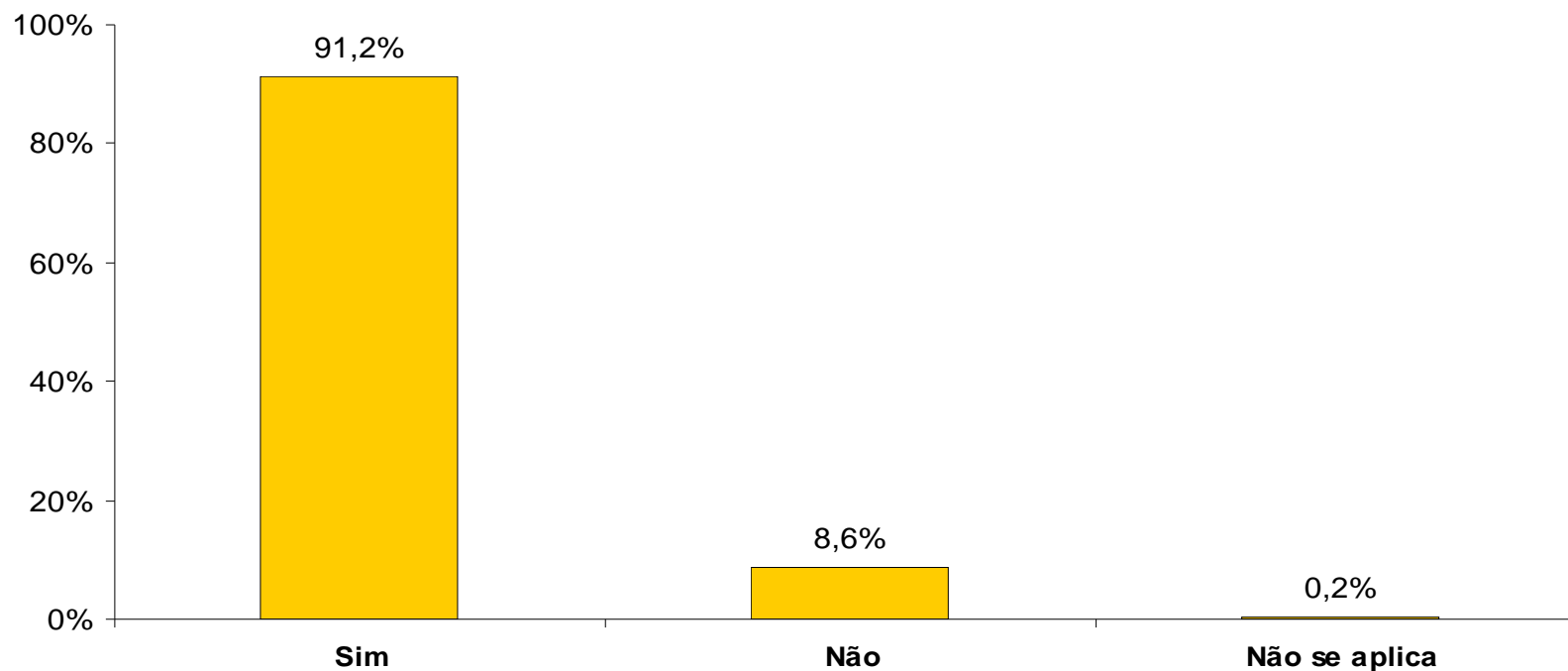
Conhecimento do faturamento pelo uso da marca

Tem conhecimento do percentual de faturamento de sua empresa que é proporcionado pelo uso da marca da rede?



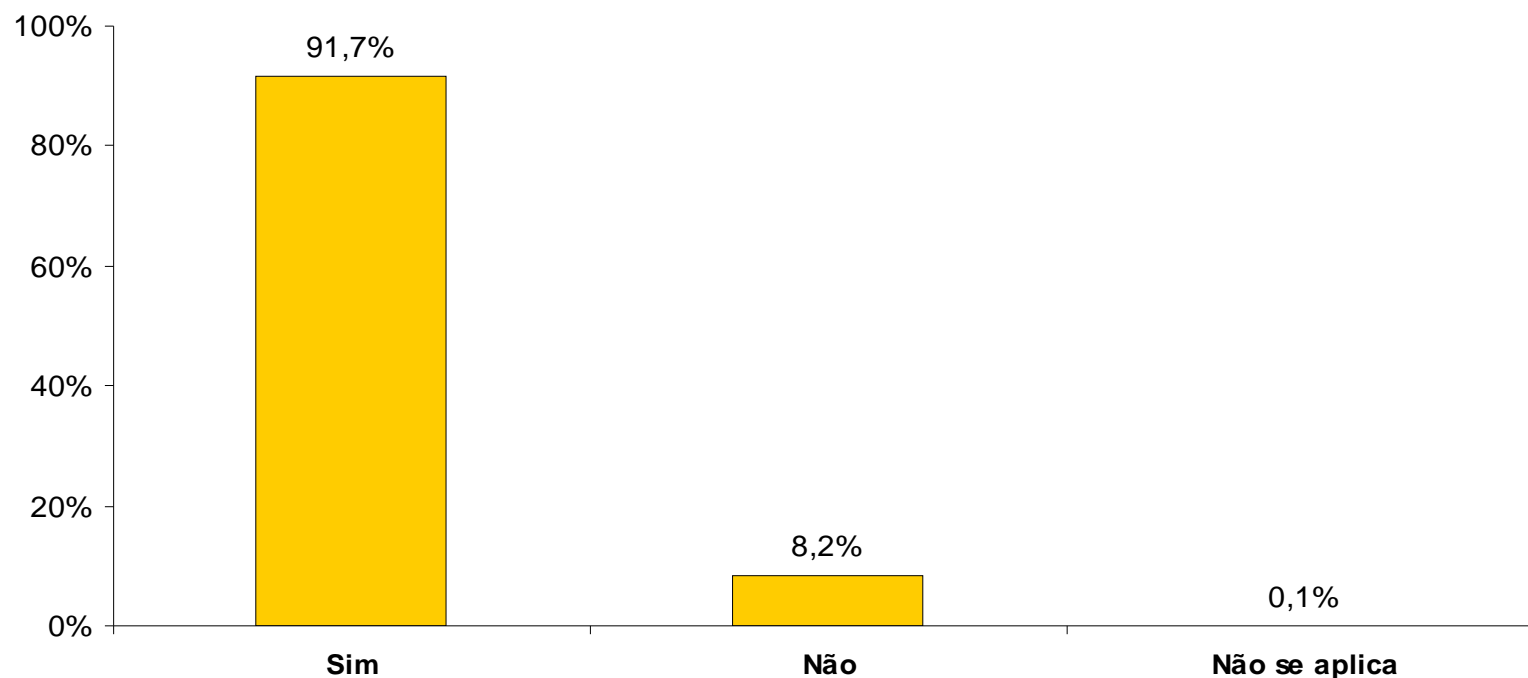
Informações relevantes de negócios

A empresa passa informações relevantes de negócios aos demais membros da rede?



Recebeu informações relevantes de negócios

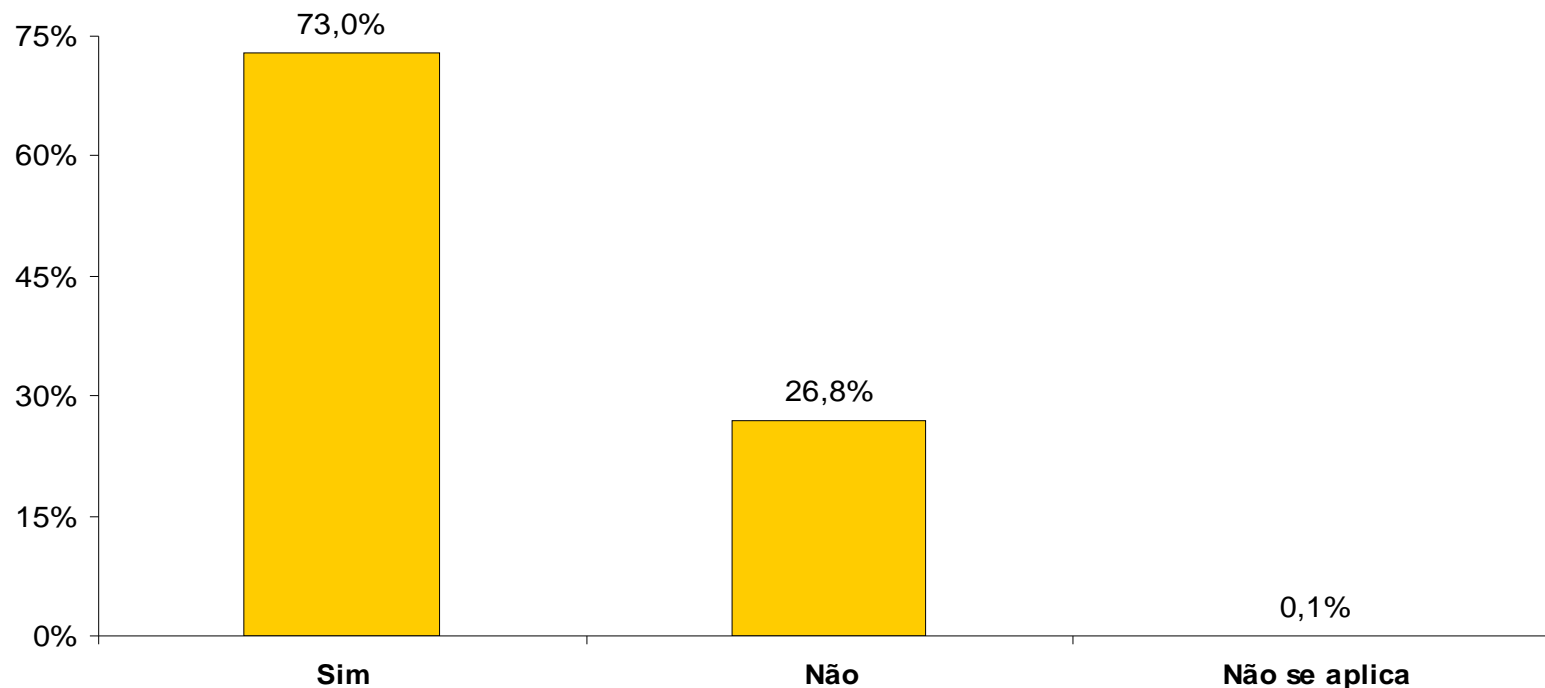
A empresa recebeu informações relevantes de negócios dos demais membros da rede?



Benefícios proporcionados pela rede

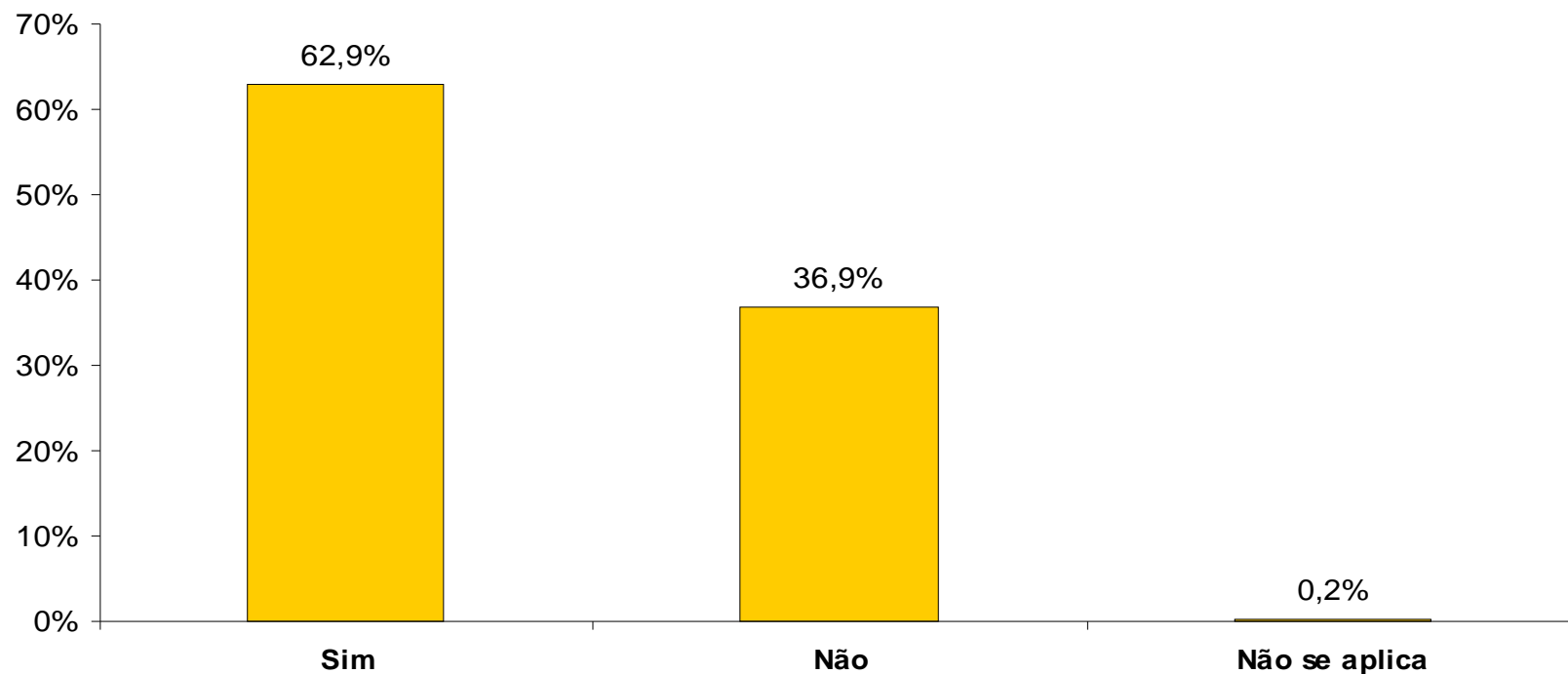
Participação em cursos de capacitação

A empresa participou de cursos de capacitação por meio da rede?



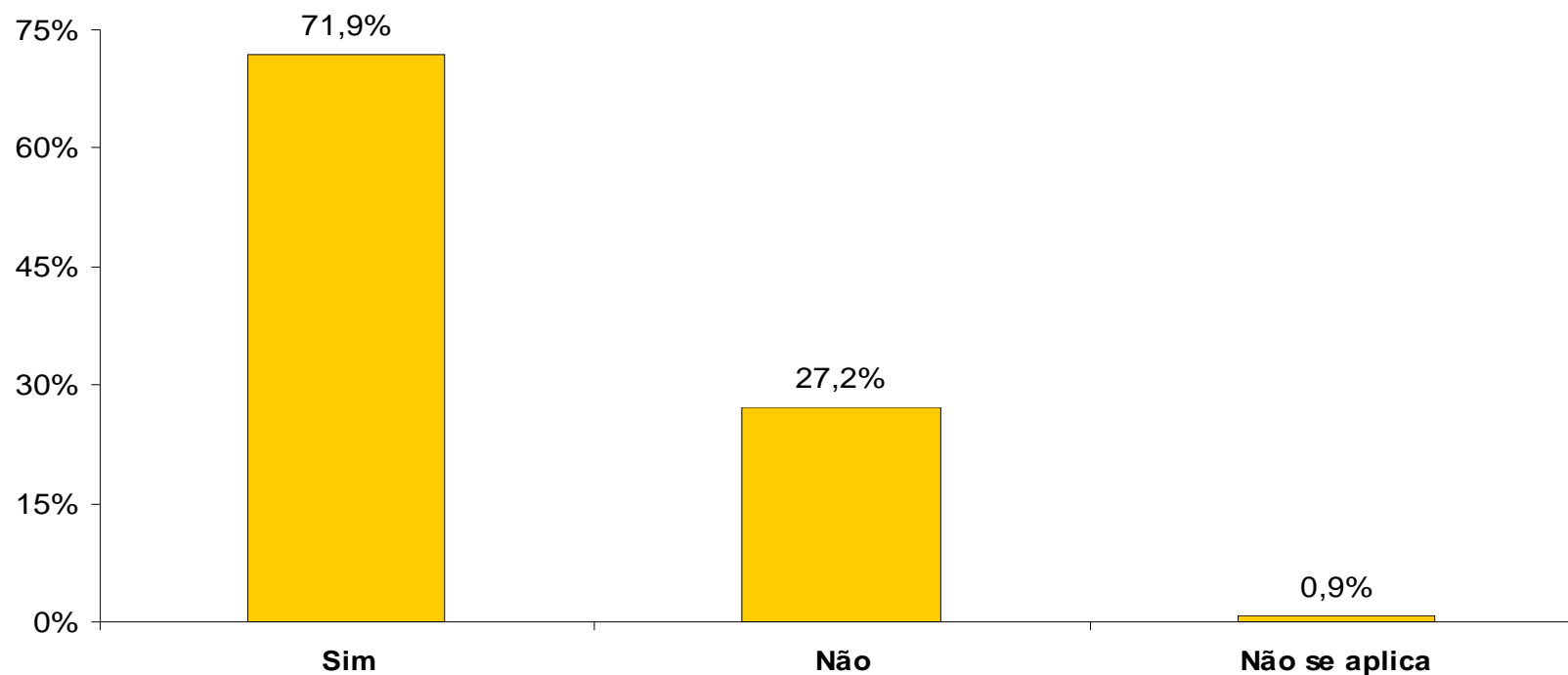
Participação em feiras e eventos

A empresa teve a participação em feiras e eventos facilitada pela rede?



Redução nos custos das compras

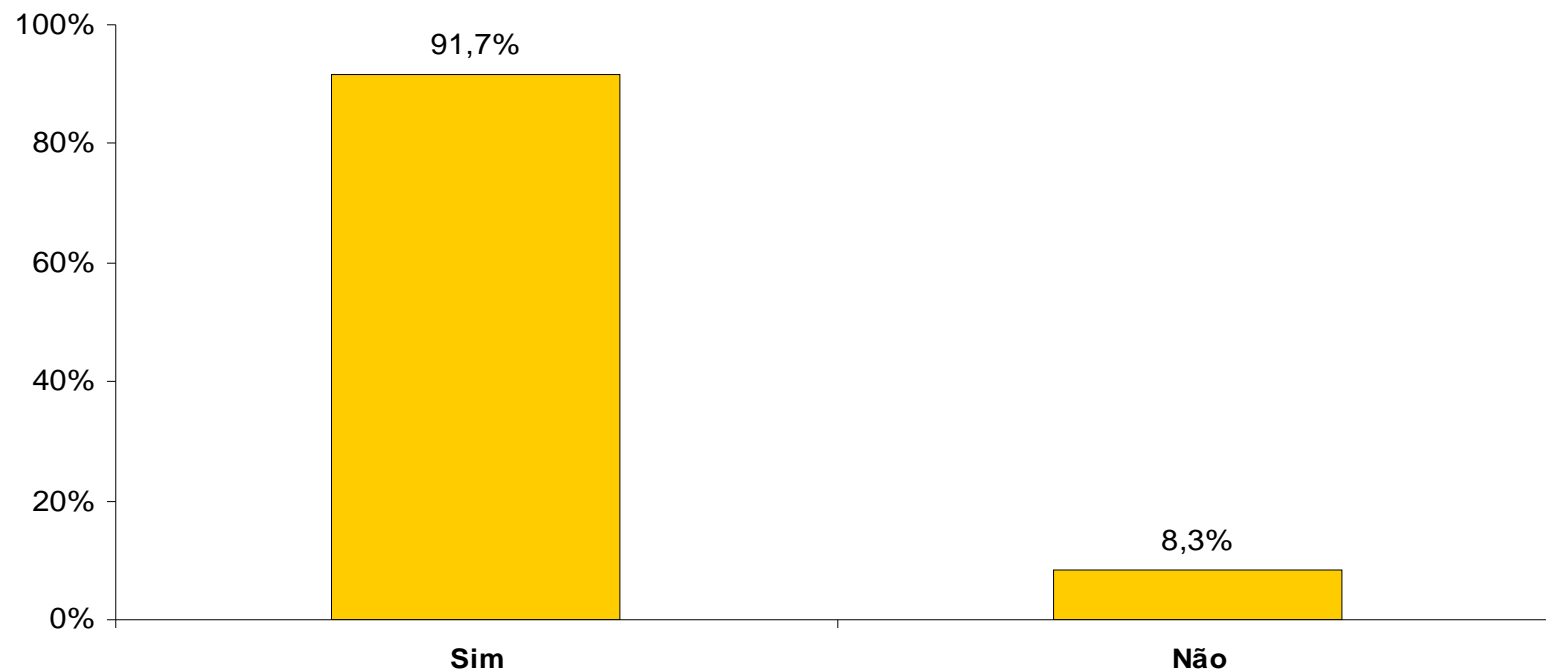
As negociações por meio da rede permitiram reduzir o custo em relação às compras realizadas de forma individual?



Questões Gerais

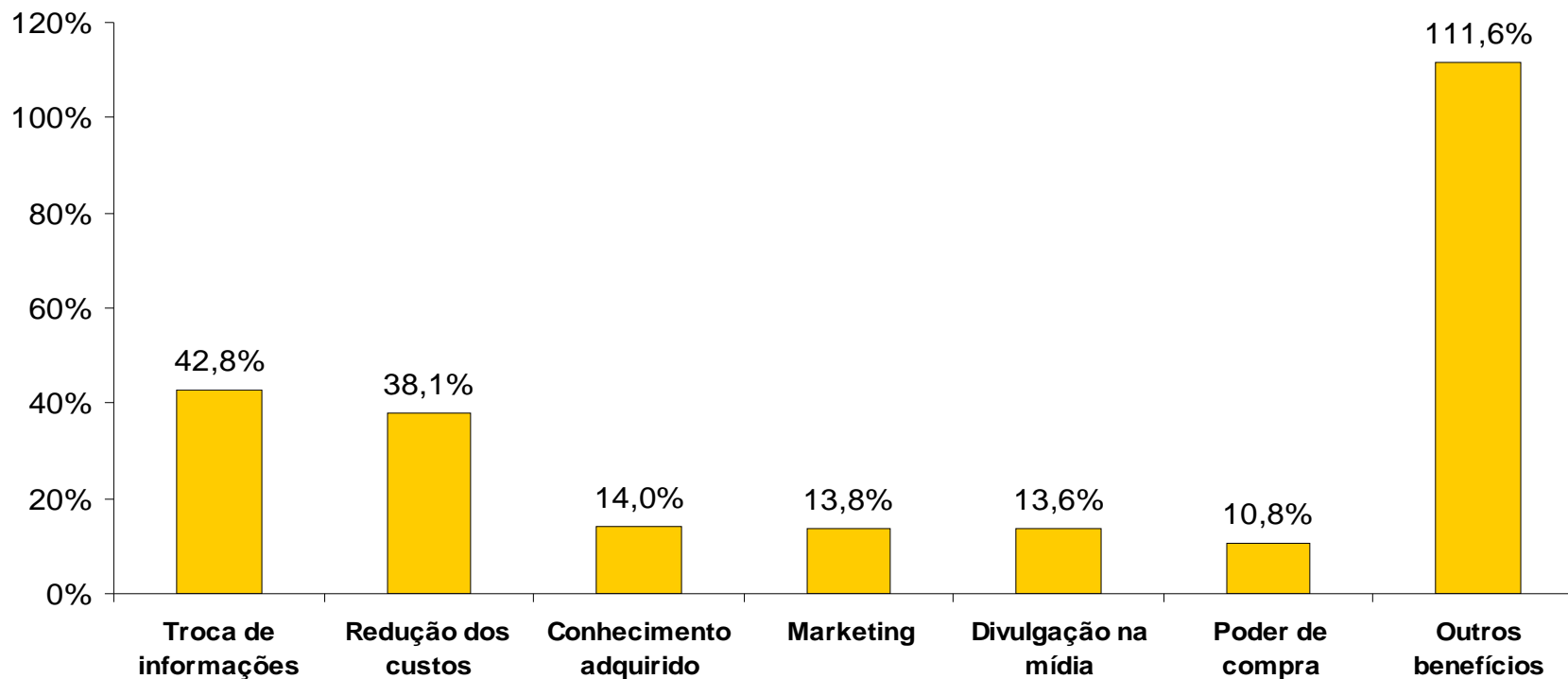
Empresa teve benefícios

A empresa teve benefícios com a entrada na rede?



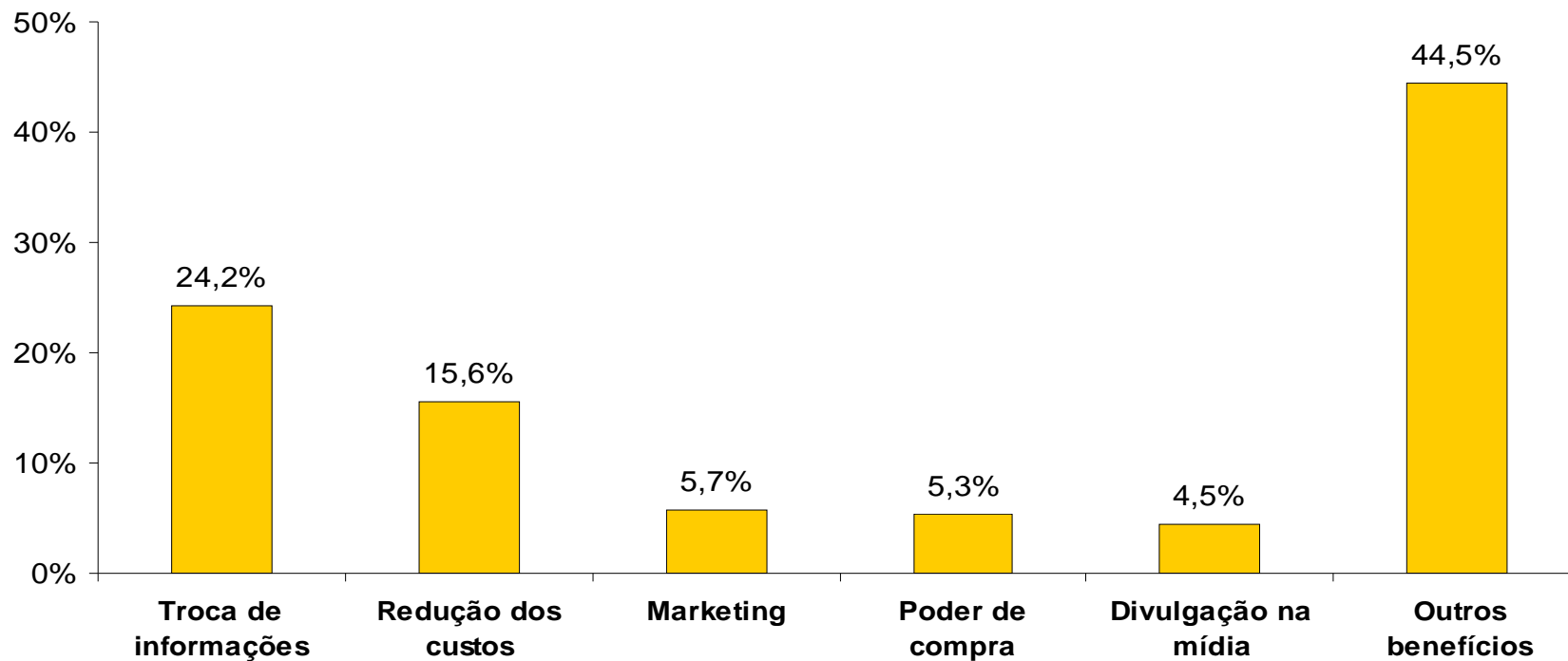
Maiores benefícios

Caso sim, quais foram os maiores benefícios para a sua empresa com a entrada na rede?



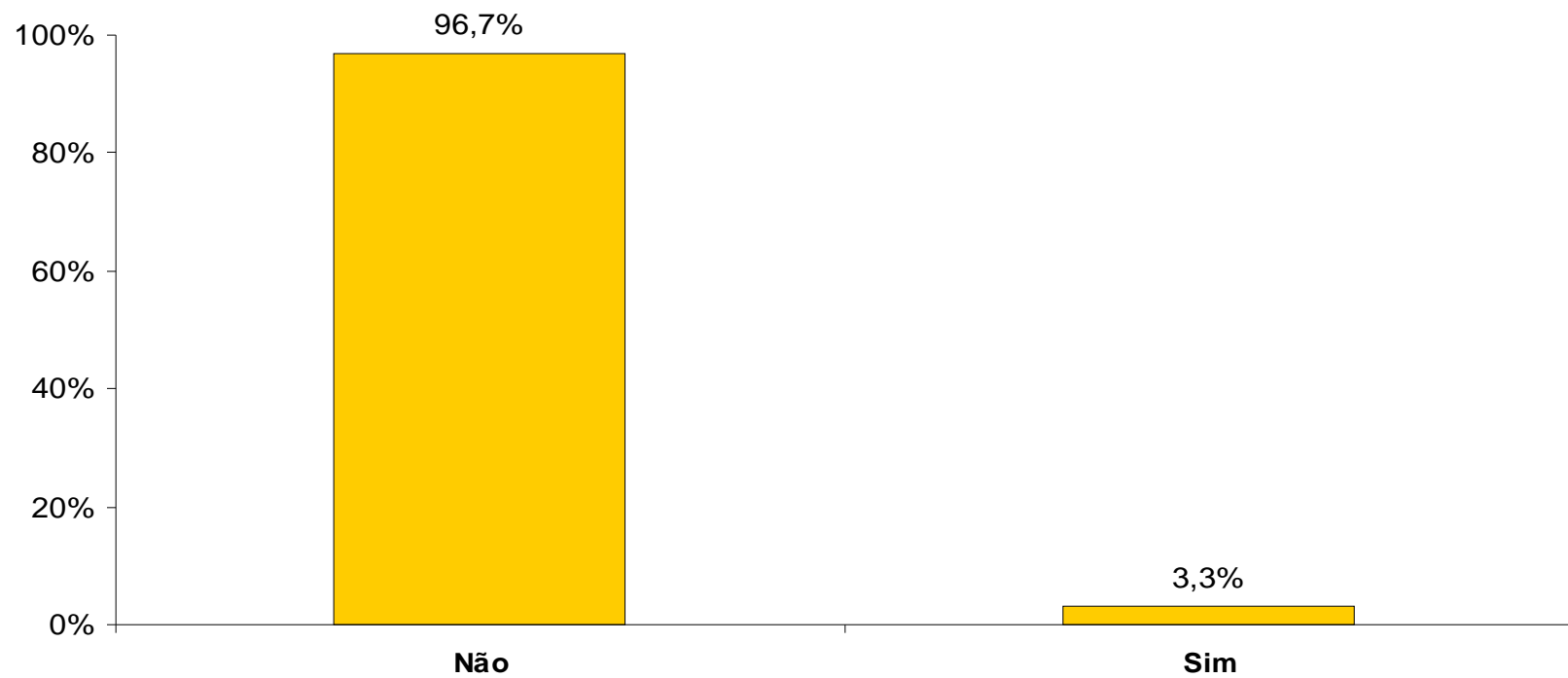
Destacaria qual benefício

Qual benefício você mais destacaria?



Empresa teve perdas

A empresa teve perdas com a entrada na rede?



Equipe Técnica

Diretor do Instituto de Ciências Sociais Aplicadas
Prof. Alexandre Zeni

Coordenadora do Centro de Pesquisa e Planejamento
Cássia Rebelo Hofstätter

Consultora de Pesquisa e Marketing
Profa. Ms. Luciana Hoppe

Responsável pela Metodologia de Pesquisa
Profa. Ms. Suzel Lisiane Jansen

Responsável pela Tabulação dos Resultados
Bernardo Bender
Éderson Natus

Responsável pelas Análises Descritivas
Ellen Kemmerich

Entrevistadoras
Caren Arnold
Caroline Fernandes
Cátia Schmitz
Franciele Zanchet

Equipe Técnica

Responsável pela Elaboração da Apresentação dos Resultados

Ellen Kemmerich

Responsável pela Análise de Marketing

Profa. Ms. Luciana Hoppe

Responsável pela Análise Econômica

Profa. Ms. Renata Dellamea

Responsável pela Análise de Estatística

Profa. Ms. Daniela Muller de Quevedo

Digitadoras

Adriana de Negri

Carina Molter

Daniela Endres

Fernanda Ferreira

Ellen Kemmerich

Revisão Final

Cássia Rebelo Hofstätter

Percentual de aumento do número de clientes

Caso sim, qual foi o percentual?

