

PESQUISA



DE OPINIÃO PÚBLICA SOBRE O SENAI

RESULTADOS DEZEMBRO 2006

BRASÍLIA
2007

PESQUISA DE OPINIÃO PÚBLICA
SOBRE O SENAI

CONFEDERAÇÃO NACIONAL DA INDÚSTRIA – CNI

Armando de Queiroz Monteiro Neto
Presidente

SERVIÇO NACIONAL DE APRENDIZAGEM INDUSTRIAL – SENAI

Conselho Nacional

Armando de Queiroz Monteiro Neto
Presidente

SENAI – Departamento Nacional

José Manuel de Aguiar Martins
Diretor-Geral

Regina Maria de Fátima Torres
Diretora de Operações



Confederação Nacional da Indústria
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Departamento Nacional

PESQUISA



DE OPINIÃO PÚBLICA SOBRE O SENAI

RESULTADOS DEZEMBRO 2006

BRASÍLIA
2007

© 2007. SENAI – Departamento Nacional

Qualquer parte desta obra poderá ser reproduzida, desde que citada a fonte.

SENAI/DN

Unidade de Pesquisa, Avaliação e Desenvolvimento - UNIPAD

FICHA CATALOGRÁFICA

S491p

Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial. Departamento Nacional.
Pesquisa de opinião pública sobre o SENAI: resultados de dezembro de
2006 / SENAI. Departamento Nacional. – Brasília: SENAI/DN. 2007
56 p. : il.

1. Estatística I. Título

CDU: 31

SENAI

*Serviço Nacional de
Aprendizagem Industrial
Departamento Nacional*

Sede

*Setor Bancário Norte
Quadra 1 – Bloco C
Edifício Roberto Simonsen
70040-903 – Brasília – DF
Tel.: (0xx61) 3317-9001
Fax: (0xx61) 3317-9190
<http://www.senai.org.br>*

Sumário

Introdução	7
Metodologia & Perfil da Amostra	11
Resultados do Trabalho de Campo	19
Conclusões	53

INTRODUÇÃO



Introdução

Esta publicação é o quarto volume da série Pesquisa de Opinião Pública sobre o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI) realizada a partir de 2005. O documento refere-se à análise de resultados de entrevistas feitas pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) com um público de 2.002 pessoas em 140 municípios no período de 7 a 10 de dezembro de 2006.

O objetivo da pesquisa consiste em avaliar o conhecimento e a importância do SENAI, bem como o entendimento sobre a criação e a manutenção da entidade, além do interesse em obter mais informações sobre produtos e serviços.

Todas as questões da pesquisa foram analisadas segundo características pessoais, como renda familiar, escolaridade, região geoeconômica e condições do município onde reside, isto é, capital, periferia da capital ou interior do País.

Os principais resultados foram comparados com os de uma pesquisa semelhante, realizada um ano antes, com utilização da mesma metodologia e critérios amostrais.

Dessa forma, buscou-se verificar a evolução dos mesmos indicadores empregados nas duas pesquisas.

O levantamento foi desenvolvido com amostragem estratificada, isto é, representando diversos segmentos da população, com sorteio aleatório dos entrevistados. O universo da pesquisa foi dividido em quatro regiões geoeconômicas: Norte/Centro-Oeste, Nordeste, Sudeste e Sul.

METODOLOGIA

A horizontal band of dark purple silhouettes representing a crowd of people, positioned behind the text.

& PERFIL DA AMOSTRA

Pesquisa quantitativa com aplicação de questionário estruturado por meio de entrevistas face a face.

OBJETIVO GERAL

Levantar, com entrevistados da área em estudo, opiniões relacionadas ao SENAI.

LOCAL DA PESQUISA

Brasil.

UNIVERSO

População com 16 anos ou mais.

PERÍODO DE CAMPO

7 a 10 de dezembro de 2006.

DIMENSIONAMENTO

2.002 entrevistas, realizadas em **140** municípios.

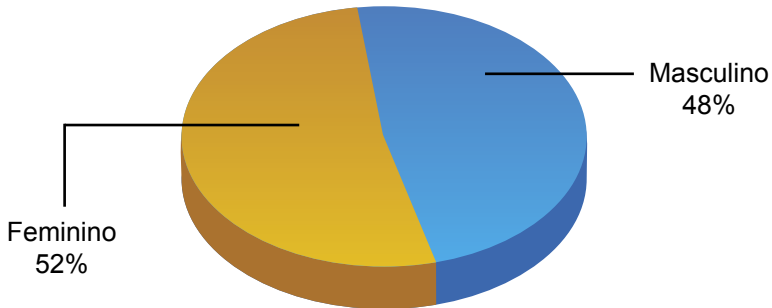
AMOSTRA

O perfil dos entrevistados representa a população brasileira acima de 16 anos. O intervalo de confiança estimado é de **95%** e a margem de erro máxima é de **2** pontos percentuais para mais ou para menos sobre os resultados encontrados no total da amostra.

Observação: Perguntas cuja soma das porcentagens não totaliza 100% são decorrentes de múltiplas respostas.

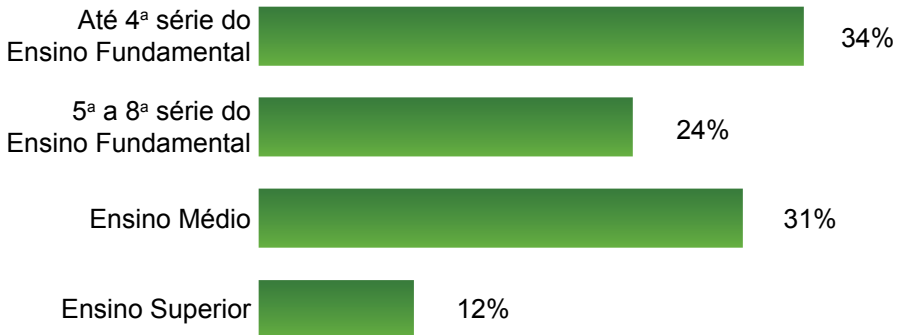
Perfil da amostra

Sexo



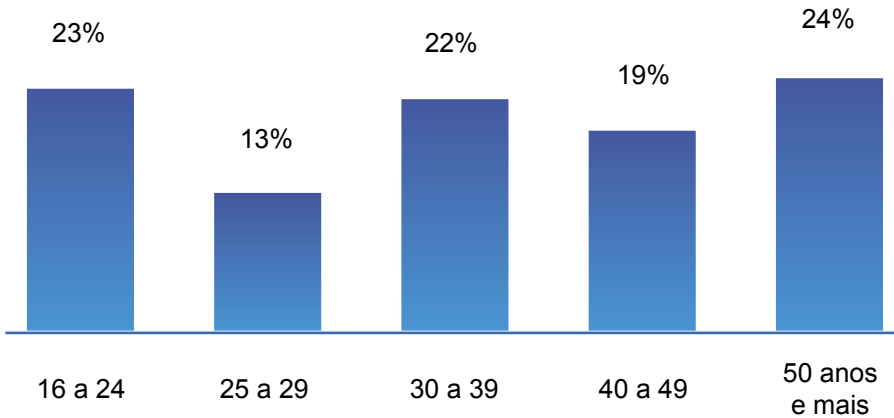
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Grau de instrução



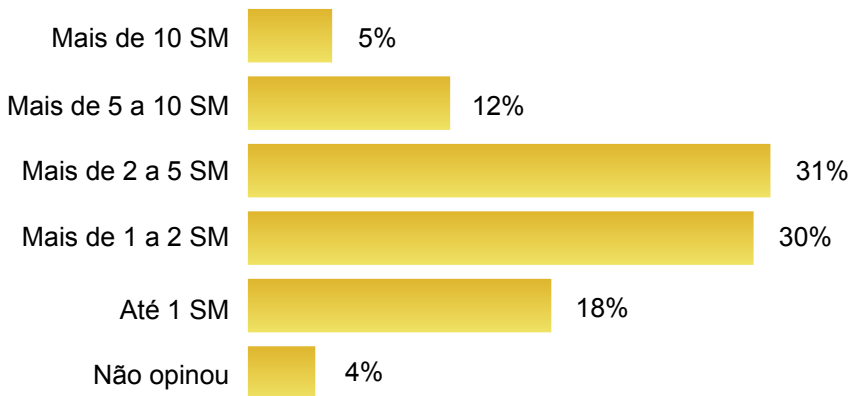
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Idade



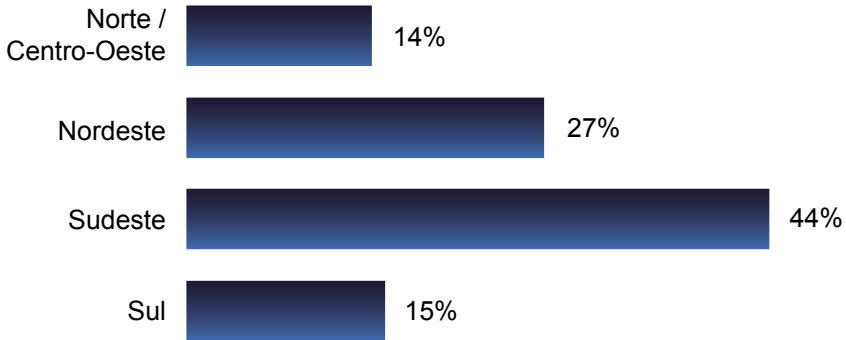
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Renda familiar



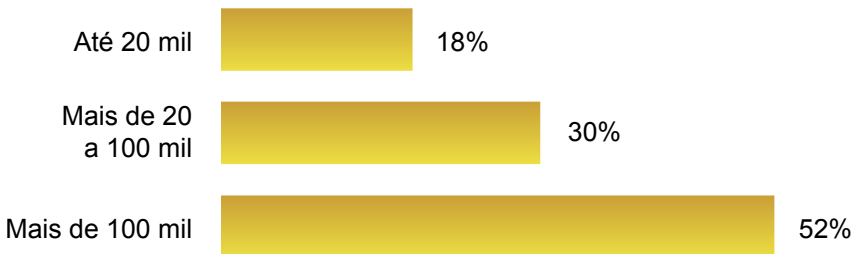
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Região



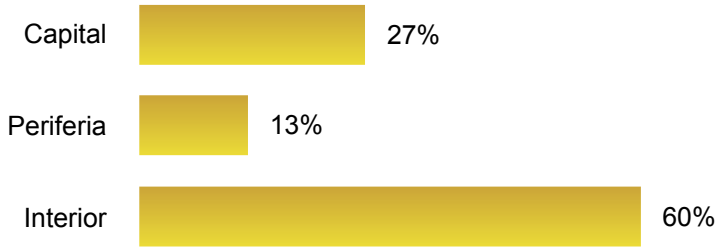
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Porte do município



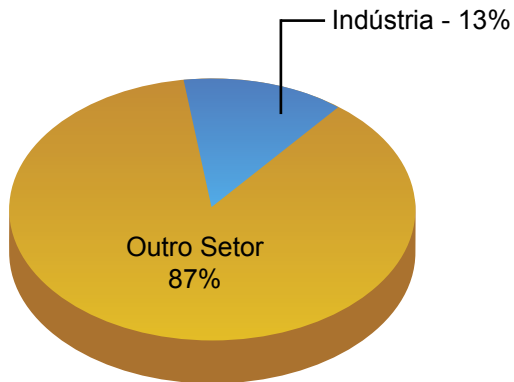
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Condição do município



Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

Setor de atuação



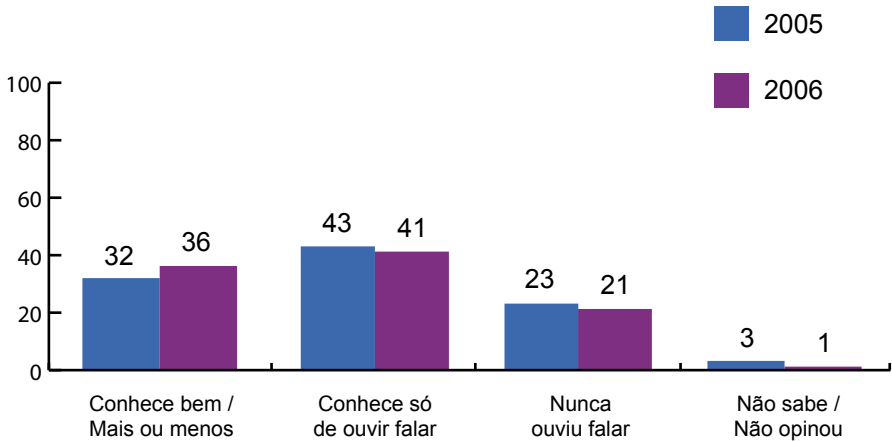
Fonte: SENAI, Pesquisa de Opinião Pública, 2006.

RESULTADOS

A horizontal band of dark purple color containing the silhouettes of a group of people, likely a crowd or a group of individuals, positioned behind the text.

DO TRABALHO DE CAMPO

Conhecimento sobre o SENAI



- Setenta e sete por cento dos entrevistados conhecem bem/mais ou menos ou já ouviram falar do SENAI. Em comparação com a pesquisa do ano anterior, é observado um aumento do número de pessoas que conhecem bem ou mais ou menos a entidade, passando de 32% para 36%.

Conhecimento segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	101	247	621	594	359
Conhece bem	29%	19%	14%	6%	4%
Conhece mais ou menos	37%	33%	31%	22%	13%
Conhece só de ouvir falar	32%	41%	42%	44%	38%
Nunca ouviu falar na entidade	3%	6%	13%	26%	43%
Não sabe/ não opinou	0%	1%	1%	2%	3%

- Quanto maior a renda familiar, é identificado mais conhecimento sobre o SENAI. Entre os entrevistados com renda superior a 10 SM, 29% conhecem bem a entidade, e 37%, mais ou menos. No caso dos entrevistados com renda familiar até 1 SM, 43% dizem nunca ter ouvido falar da entidade.

Conhecimento segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	673	475	619	235
Conhece bem	6%	8%	16%	23%
Conhece mais ou menos	14%	28%	30%	37%
Conhece só de ouvir falar	39%	45%	43%	35%
Nunca ouviu falar na entidade	39%	17%	10%	5%
Não sabe/não opinou	2%	2%	1%	0%

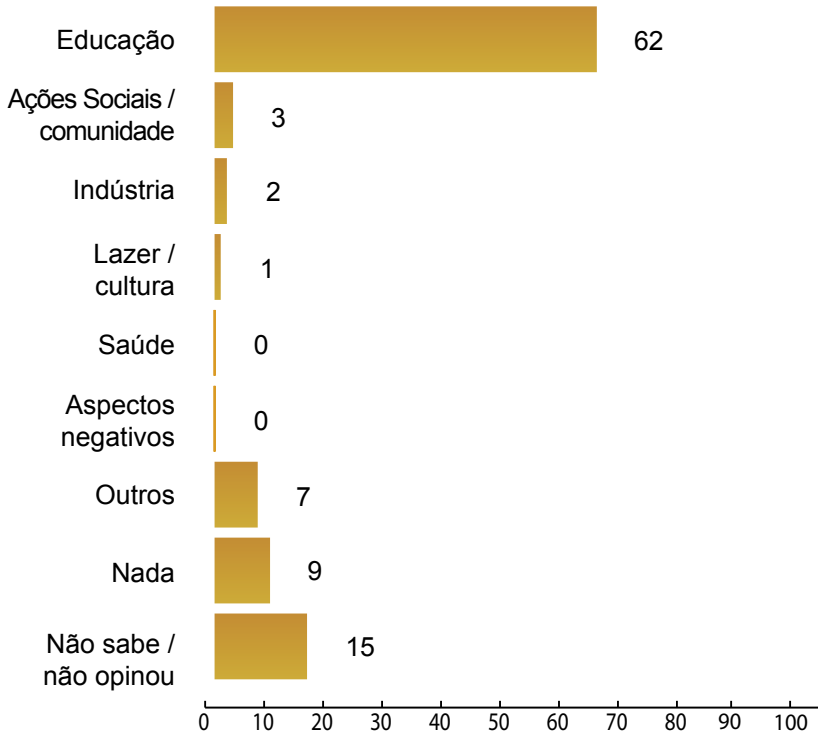
- A maior parte (60%) dos entrevistados com nível superior conhece bem ou mais ou menos o SENAI. Por outro lado, 39% dos entrevistados com escolaridade até a 4^a série do ensino fundamental nunca ouviram falar da entidade.

Conhecimento segundo a região

REGIÃO				
RESPOSTA	Norte/ C.Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	280	532	882	308
Conhece bem	13%	5%	16%	9%
Conhece mais ou menos	29%	18%	27%	28%
Conhece só de ouvir falar	39%	41%	43%	37%
Nunca ouviu falar na entidade	19%	33%	13%	22%
Não sabe/não opinou	0%	2%	1%	4%

- No Sudeste, é verificado maior conhecimento sobre o SENAI. Dessa região, 16% e 27% dos entrevistados afirmam conhecer bem ou mais ou menos a entidade, respectivamente. No Nordeste, 33% nunca ouviram falar do SENAI.

Palavra que vem à mente quando ouve falar do SENAI



- Educação é a primeira palavra que vem à mente para 62% dos entrevistados quando ouvem falar do SENAI. Cabe ressaltar que 24% não responderam ou não fazem associações da entidade com uma atividade ou um produto.

Palavra que vem à mente do entrevistado segundo a renda familiar

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Educação	62%	76%	67%	59%	42%
Saúde	0%	0%	0%	0%	1%
Lazer/cultura	0%	1%	1%	0%	2%
Ações sociais/ comunidade	2%	5%	2%	3%	5%
Indústria	5%	3%	2%	1%	0%
Aspectos negativos	1%	0%	0%	0%	0%
Outras	12%	6%	7%	5%	7%
Nada	1%	7%	9%	9%	16%
Não sabe/não opinou	3%	8%	12%	21%	28%

- Setenta e seis por cento dos entrevistados com renda familiar entre 5 SM e 10 SM associam o SENAI diretamente à educação. Essa associação é feita por 42% dos entrevistados com renda familiar até 1 SM.

Palavra que vem à mente do entrevistado segundo a escolaridade

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Educação	55%	59%	67%	72%
Saúde	0%	0%	0%	0%
Lazer/cultura	1%	1%	1%	1%
Ações sociais/ comunidade	3%	4%	3%	4%
Indústria	0%	1%	1%	6%
Aspectos negativos	0%	0%	0%	0%
Outras	5%	6%	7%	9%
Nada	11%	10%	9%	4%
Não sabe/não opinou	25%	18%	12%	3%

- Entre os entrevistados que conhecem o SENAI, incluindo os que só ouviram falar, a maioria, independentemente da escolaridade, faz uma associação imediata da entidade com educação.
- O índice de conhecimento chega a 72% entre os entrevistados com nível superior.

Palavra que vem à mente do entrevistado segundo a região

RESPOSTA	REGIÃO			
	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Educação	58%	49%	68%	69%
Saúde	0%	1%	0%	0%
Lazer/cultura	1%	2%	1%	0%
Ações sociais/comunidade	3%	5%	3%	2%
Indústria	1%	2%	2%	3%
Aspectos negativos	0%	0%	0%	0%
Outras	5%	5%	8%	7%
Nada	12%	10%	8%	7%
Não sabe/não opinou	19%	27%	10%	12%

- Cerca de 70% dos entrevistados nas Regiões Sul e Sudeste associam o SENAI diretamente à educação. No caso do Nordeste, essa associação é estabelecida por 49% dos entrevistados.

Formas de conhecimento do SENAI

	DEZ / 2005	DEZ / 2006
Propagandas em rádio, TV ou jornal	55	51
Unidade de atendimento do SENAI	21	26
Amigos/parentes/vizinhos/pessoas	19	19
Publicações (folheto, convite, fôlder)	07	09
Empresas/no trabalho	---	01
Nas escolas estaduais/ municipais/particulares	01	01
Experiência anterior/já foi aluno	02	---
Mediante cursos	01	---
Outra forma	01	---
Não sabe/não opinou	03	03

- De acordo com a maioria dos entrevistados, propaganda em rádio, TV ou jornal é o meio pelo qual toma conhecimento do SENAI.
- Em relação à pesquisa do ano anterior, aumentou, de 21% para 26%, o número dos que conhecem a entidade a partir de uma de suas unidades de atendimento.

Formas de conhecimento do SENAI segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Propagandas em rádio, TV ou jornal	55%	44%	47%	56%	52%
Publicações (folheto, convite, fôlder)	16%	10%	10%	6%	9%
Unidade de atendimento do SENAI	35%	34%	28%	21%	17%
Nas escolas estaduais/municipais/particulares	1%	1%	1%	0%	1%
Empresas/no trabalho	1%	0%	0%	1%	2%
Amigos/parentes/vizinhos/pessoas	12%	22%	21%	17%	15%
Outra forma	0%	0%	1%	0%	1%
Não sabe/não opinou	2%	0%	2%	5%	8%

- Independente da renda familiar, propagandas em rádio, TV ou jornal apresentam-se como o meio mais eficaz de divulgação da entidade.

Formas de conhecimento do SENAI segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4ª série	5ª a 8ª série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Propagandas em rádio, TV ou jornal	48%	51%	52%	49%
Publicações (folheto, convite, fôlder)	6%	8%	11%	13%
Unidade de atendimento do SENAI	22%	25%	27%	31%
Nas escolas estaduais/municipais/particulares	0%	0%	1%	1%
Empresas/no trabalho	2%	0%	0%	1%
Amigos/parentes/vizinhos/pessoas	22%	18%	19%	15%
Outra forma	0%	0%	1%	0%
Não sabe/não opinou	5%	5%	2%	1%

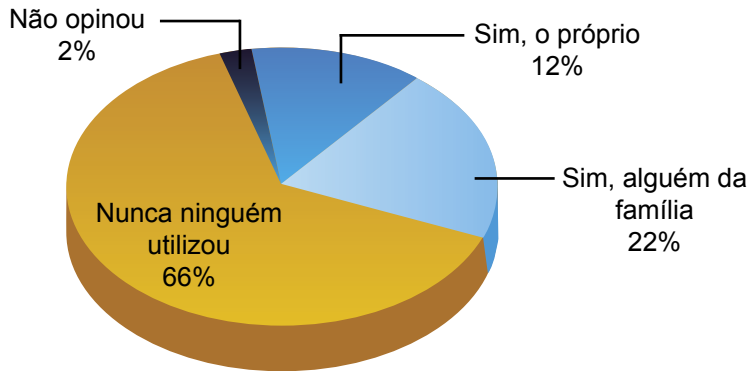
- Cerca da metade dos entrevistados, independentemente da escolaridade, conhece o SENAI a partir de propagandas de rádio, TV ou jornal.

Formas de conhecimento do SENAI segundo a região

RESPOSTA	REGIÃO			
	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Propagandas em rádio, TV ou jornal	64%	56%	42%	57%
Publicações (folheto, convite, fôlder)	15%	9%	8%	5%
Unidade de atendimento do SENAI	18%	17%	31%	28%
Nas escolas estaduais/ municipais/particulares	0%	1%	1%	0%
Empresas/no trabalho	1%	1%	1%	0%
Amigos/parentes/vizinhos/pessoas	1%	21%	19%	17%
Outra forma	0%	0%	0%	1%
Não sabe/não opinou	3%	5%	3%	3%

- Em todas as regiões, as propagandas em rádio, TV ou jornal correspondem à principal forma de conhecimento do SENAI. No caso do Sul e do Sudeste, cerca de um terço dos entrevistados conhece a entidade por meio de uma das suas unidades de atendimento.

Utilização dos serviços do SENAI



- Cerca de um terço dos entrevistados indica utilização dos serviços do SENAI por si próprio ou por um membro da família.

Utilização do SENAI segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Sim, o próprio	14%	15%	14%	11%	5%
Sim, alguém da família	29%	25%	25%	17%	18%
Nunca ninguém utilizou	59%	64%	63%	69%	75%
Não opinou	0%	0%	1%	3%	3%

- Quarenta e três por cento dos entrevistados com renda familiar superior a 10 SM afirmam que utilizaram ou que alguém da família utilizou os serviços do SENAI.
- Entre os entrevistados com renda familiar até 1 SM, o nível de utilização da entidade é inferior a 24%.

Utilização do SENAI segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Sim, o próprio	5%	12%	12%	14%
Sim, alguém da família	25%	18%	18%	23%
Nunca ninguém utilizou	68%	69%	64%	65%
Não opinou	2%	3%	1%	0%

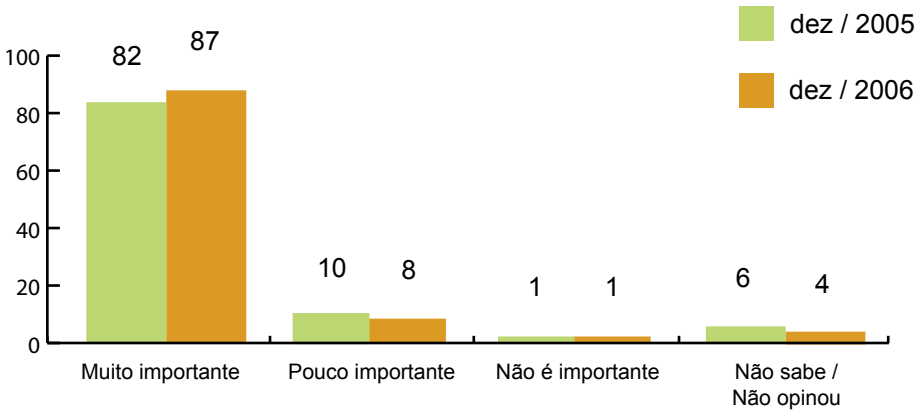
- Está entre os entrevistados de nível superior o maior índice daqueles que utilizaram os serviços do SENAI.
- Os que menos utilizaram os serviços foram aqueles que cursaram até a 4^a série do ensino fundamental, sendo 5% o próprio entrevistado e 12%, seus familiares.

Utilização do SENAI segundo a região

RESPOSTA	REGIÃO			
	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Sim, o próprio	9%	11%	11%	17%
Sim, alguém da família	19%	15%	26%	22%
Nunca ninguém utilizou	69%	74%	63%	62%
Não opinou	4%	1%	2%	0%

- O maior índice de utilização do SENAI está entre os entrevistados das Regiões Sul (39%) e Sudeste (37%).
- No Nordeste, a utilização é apontada por 26% dos entrevistados.

Importância do SENAI



- Oitenta e sete por cento dos entrevistados acreditam que o SENAI seja muito importante para o País. Em comparação com a pesquisa do ano anterior, houve um aumento de 5% do número de pessoas com essa opinião.

Importância do SENAI segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Muito importante	90%	92%	91%	81%	81%
Pouco importante	9%	5%	7%	11%	9%
Não é importante para o País	1%	0%	0%	1%	2%
Não sabe/não opinou	0%	3%	2%	7%	9%

- O SENAI é considerado muito importante para o País, segundo os entrevistados de diferentes níveis de renda familiar. Essa opinião é compartilhada por mais de 90% dos entrevistados com renda superior a 2 SM.

Importância do SENAI segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Muito importante	82%	87%	90%	89%
Pouco importante	10%	7%	7%	9%
Não é importante para o País	2%	1%	0%	0%

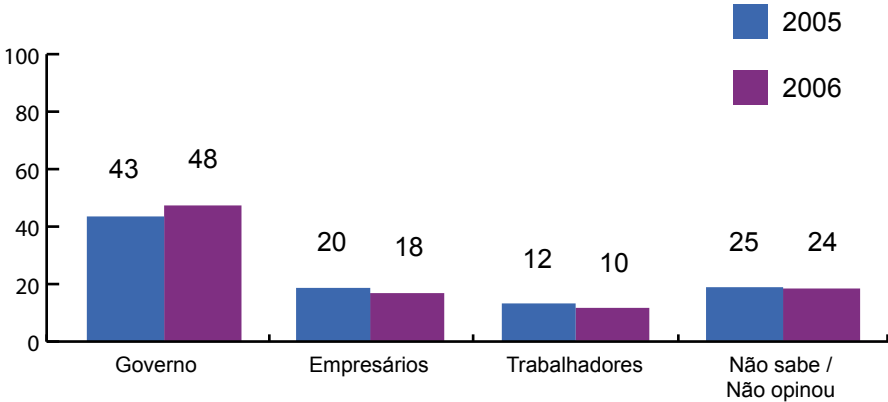
- Mais de 80% dos entrevistados, independentemente do nível de escolaridade, acreditam que o SENAI seja uma entidade muito importante para o País.

Importância do SENAI segundo a região

REGIÃO				
RESPOSTA	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Muito importante	85%	82%	89%	89%
Pouco importante	9%	9%	7%	7%
Não é importante para o País	1%	1%	1%	0%

- Em todas as regiões do País, mais de 80% dos entrevistados acreditam que o SENAI seja muito importante para o País. No Sul e no Sudeste, essa opinião é compartilhada por quase 90% dos entrevistados.

Criação e manutenção do SENAI



- Cerca da metade (48%) dos entrevistados acredita que o SENAI seja uma entidade criada e mantida pelo governo. Em comparação com a pesquisa do ano anterior, houve um aumento de 5% do número de pessoas com essa opinião.

Criação e manutenção do SENAI segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Pelo governo	42%	43%	51%	50%	47%
Por empresários	40%	26%	17%	15%	13%
Por trabalhadores	6%	9%	8%	11%	14%
Nenhuma delas	1%	0%	0%	0%	0%
Não sabe/não opinou	11%	22%	24%	24%	26%

- Entre os entrevistados com renda inferior a 5 SM, cerca da metade acredita que o SENAI seja mantido pelo governo.
- 42% e 40% dos entrevistados com renda superior a 10 SM acreditam que o SENAI seja mantido pelo governo e pelas empresas, respectivamente.

Criação e manutenção do SENAI segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Pelo governo	49%	51%	48%	43%
Por empresários	13%	12%	21%	30%
Por trabalhadores	12%	10%	9%	8%
Nenhuma delas	0%	1%	0%	1%
Não sabe/não opinou	26%	26%	22%	17%

- Cerca da metade dos entrevistados com escolaridade até nível médio acredita que o SENAI seja uma entidade mantida pelo governo.
- Entre os entrevistados com nível superior, 43% e 30% crêem que o SENAI seja mantido pelo governo e pelas empresas, respectivamente.

Criação e manutenção do SENAI segundo a região

RESPOSTA	REGIÃO			
	Norte / C.Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Pelo governo	53%	53%	43%	54%
Por empresários	18%	18%	20%	14%
Por trabalhadores	12%	7%	10%	13%
Nenhuma delas	0%	0%	0%	0%
Não sabe/não opinou	17%	22%	28%	20%

- Na Região Sudeste, 43% dos entrevistados crêem que o governo seja responsável pela manutenção do SENAI. Essa opinião é compartilhada por aproximadamente 54% dos entrevistados nas demais regiões do País.

Conhecimento dos serviços do SENAI

	DEZ / 2005	DEZ / 2006
Cursos técnicos	66	75
Formação de menores aprendizes	43	43
Treinamento nas empresas	33	41
Qualificação de adultos	31	38
Assessoria tecnológica a empresas	19	18
Cursos superiores	17	18
Educação a distância	12	10
Pós-graduação	08	07
Nenhuma destas	01	01
Não sabe / não opinou	11	07

- Cursos técnicos (75%) correspondem ao serviço do SENAI mais conhecido. Em seguida, são apontados formação de menores aprendizes (43%), treinamento nas empresas (41%) e qualificação de adultos (38%).
- Em comparação aos resultados da pesquisa do ano anterior, é observado um aumento significativo de conhecimento do serviço de treinamento nas empresas.

Conhecimento dos serviços segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	98	231	535	429	197
Formação de menores aprendizes	62%	53%	46%	38%	31%
Qualificação de adultos	53%	46%	38%	33%	29%
Cursos técnicos	87%	83%	79%	69%	65%
Cursos superiores	16%	14%	19%	21%	18%
Pós-graduação	3%	6%	7%	9%	6%
Treinamento nas empresas	71%	54%	43%	33%	24%
Educação a distância	14%	10%	9%	9%	8%
Assessoria tecnológica a empresas	38%	24%	18%	14%	13%
Nenhuma destas opções	0%	1%	1%	1%	0%
Não sabe/não opinou	2%	4%	4%	9%	14%

- Cursos técnicos correspondem ao serviço do SENAI mais conhecido, independentemente da renda familiar do entrevistado.
- Formação de menores aprendizes, treinamento nas empresas e qualificação de adultos são lembrados, também, pela maioria dos entrevistados com maior renda familiar, isto é, superior a 10SM.

Conhecimento dos serviços segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	395	386	551	223
Formação de menores aprendizes	34%	41%	48%	52%
Qualificação de adultos	32%	37%	37%	51%
Cursos técnicos	69%	72%	79%	83%
Cursos superiores	17%	25%	17%	12%
Pós-graduação	5%	9%	8%	5%
Treinamento nas empresas	27%	36%	44%	62%
Educação a distância	9%	9%	9%	12%
Assessoria tecnológica a empresas	11%	15%	22%	30%
Nenhuma destas opções	1%	0%	1%	1%
Não sabe/não opinou	13%	0%	5%	3%

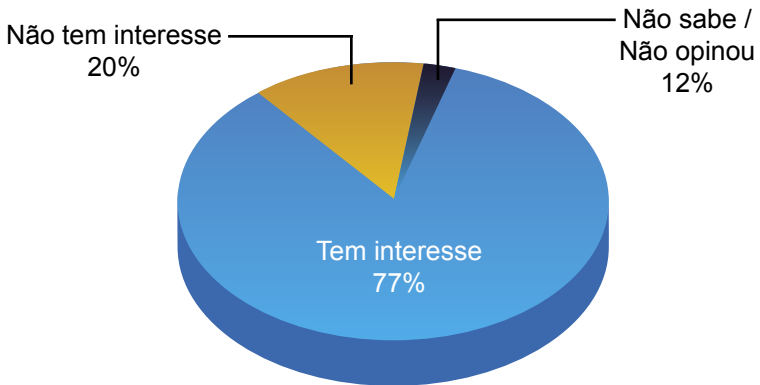
- A maioria dos entrevistados com nível superior de escolaridade conhece vários serviços oferecidos pelo SENAI. Cursos técnicos são apontados por 83% dos entrevistados. Em seguida, são citados treinamento nas empresas (62%), formação de menores aprendizes (52%) e qualificação de adultos (51%).
- Entre os entrevistados com escolaridade até a 4^a série do ensino fundamental, a maioria (69%) afirma conhecer apenas cursos técnicos.

Conhecimento dos serviços segundo a região

REGIÃO				
RESPOSTA	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	227	343	756	229
Formação de menores aprendizes	58%	40%	42%	40%
Qualificação de adultos	46%	34%	36%	39%
Cursos técnicos	75%	69%	78%	75%
Cursos superiores	18%	25%	14%	21%
Pós-graduação	7%	8%	7%	7%
Treinamento nas empresas	40%	42%	40%	40%
Educação a distância	17%	10%	7%	9%
Assessoria tecnológica a empresas	23%	17%	16%	23%
Nenhuma destas opções	0%	0%	0%	3%
Não sabe/não opinou	6%	11%	5%	7%

- Os cursos técnicos são conhecidos como serviço do SENAI pela maior parte dos entrevistados em todas as regiões do País. A formação de menores aprendizes é indicada também pela maioria dos entrevistados das Regiões Norte/Centro-Oeste.

Interesse em mais informações sobre o SENAI



- É expressivo o número de pessoas que se interessa em obter mais informações sobre o SENAI. De fato, mais de três quartos dos entrevistados demonstram essa intenção.

Interesse em mais informações do SENAI segundo a renda familiar do entrevistado

RENDA FAMILIAR (EM SALÁRIOS MÍNIMOS)					
RESPOSTA	Mais de 10	De 5 a 10	De 2 a 5	De 1 a 2	Até 1
BASE	101	247	621	594	359
Tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	78%	82%	79%	76%	74%
Não tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	20%	18%	18%	21%	23%
Não sabe/não opinou	2%	0%	3%	4%	4%

- O interesse em obter mais informações sobre o SENAI independe de renda familiar do entrevistado. O menor índice, isto é, 74%, foi identificado entre os entrevistados com renda familiar até 1 SM.

Interesse em mais informações do SENAI segundo a escolaridade do entrevistado

ESCOLARIDADE				
RESPOSTA	Até a 4 ^a série	5 ^a a 8 ^a série	Ensino médio	Ensino superior
BASE	673	475	619	235
Tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	70%	78%	83%	83%
Não tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	26%	19%	15%	16%
Não sabe/não opinou	4%	3%	2%	1%

- Mais de 70% dos entrevistados de todos os níveis de escolaridade têm interesse de obter informações sobre o SENAI. O interesse é maior entre aqueles com escolaridade de nível médio ou superior, ou seja, 83% do total.

Interesse em mais informações do SENAI segundo a região

RESPOSTA	REGIÃO			
	Norte / C. Oeste	Nordeste	Sudeste	Sul
BASE	280	532	882	308
Tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	84%	83%	73%	73%
Não tem interesse em obter mais informações sobre o SENAI	13%	16%	23%	24%
Não sabe/não opinou	3%	2%	4%	3%

- O interesse por mais informações foi identificado em todas as regiões do País, com destaque para Norte/Centro-Oeste e Nordeste com índices de 84% e 83% dos entrevistados, respectivamente.

CONCLUSÕES



Conclusões

1. A pesquisa indica ao SENAI elementos que podem subsidiar decisões quanto à sua construção de imagem e à definição de público para o qual deve estar voltada a divulgação de suas ações.
2. Setenta por cento dos entrevistados conhecem o SENAI mesmo que “só de ouvir falar”. Os segmentos com maior renda e escolaridade têm mais informações e conhecimento a respeito da entidade.
3. No Sudeste, é verificado maior conhecimento do SENAI. Quarenta e três por cento dos entrevistados dessa região afirmam conhecer bem, ou mais ou menos, a entidade. No Nordeste, 33% nunca ouviram falar do SENAI.
4. Educação corresponde à primeira palavra que vem à mente para 62% dos entrevistados quando ouvem falar do SENAI.
5. A maioria (51%) dos entrevistados conhece o SENAI a partir de propaganda de rádio, televisão e jornal. Vinte e seis por cento conhecem-no a partir de uma de suas unidades de atendimento.
6. Oitenta por cento dos entrevistados acreditam que a entidade seja muito importante para o País.
7. Cerca de um terço dos entrevistados indica utilização dos serviços do SENAI por si próprio ou por um membro da família.
8. É verificado desconhecimento quanto à natureza jurídica da entidade. Cerca de metade (48%) dos entrevistados acredita que o SENAI seja uma entidade criada e mantida pelo governo.

9. Curso técnico corresponde ao serviço mais conhecido do SENAI. Pós-graduação e educação a distância são os menos conhecidos.
10. É expressivo o número de pessoas que se interessa em obter mais informações sobre o SENAI. Mais de três quartos dos entrevistados demonstram essa intenção.
11. Foi significativo o aumento do conhecimento sobre os serviços de treinamento nas empresas e qualificação de adultos. No período de um ano, pôde-se observar o crescimento de 8% para treinamento nas empresas e 7% para qualificação de adultos.

SENAI/DN

Unidade de Pesquisa, Avaliação e Desenvolvimento – UNIPAD

Fernando de Moraes Correia

Gerente-Executivo

Clara de Souza Chaves

Organização

SUPERINTENDÊNCIA DE SERVIÇOS COMPARTILHADOS – SSC

Área Compartilhada de Informação e Documentação – ACIND

Gabriela Leitão

Normalização – Supervisão

Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística – Ibope

Consultoria Externa

Renata Lima

Normalização – Apoio Técnico

Rômulo Baptista

Revisão Gramatical

Informação Comunicação Empresarial

Projeto Gráfico

Projects Brasil Multimídia

Diagramação



Confederação Nacional da Indústria
Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial
Departamento Nacional