

AEBA FAIR TRADING

RELATÓRIO DE AVALIAÇÃO

1

Setembro 2015

Elaborado por:

Gestão de Topo – Economia e Gestão, Lda



TOPO
GESTÃO DE TOPO

1. INTRODUÇÃO. PROCESSO DE AVALIAÇÃO

1.1. Âmbito

Este documento tem como objetivo apresentar informação relevante relativa à avaliação do projeto conjunto AEBA Fair Trading, reportada à respetiva fase de encerramento do investimento.

Tendo em conta a natureza e características do projeto, a avaliação de algumas das suas dimensões não pode ser completada nesta fase, na medida em que alguns dos seus impactos só são aferíveis depois de decorrido um período de tempo mais alargado, nomeadamente com reporte ao ano pós-projeto (2016).

1.2. Metodologia utilizada

O processo de avaliação do impacto do projeto AEBA Fair Trading nas empresas participantes incluiu as seguintes atividades:

- análise do plano de ação inicial e do dossier de candidatura
- identificação e avaliação dos mecanismos de avaliação previstos em sede de candidatura
- definição/atualização de mecanismos de avaliação e indicadores relevantes
- definição de método de recolha de informação relevante
- auscultação das empresas participantes
- auscultação da entidade promotora
- auscultação da equipa técnica de consultores/formadores

1.3. Processo de avaliação previsto em sede de candidatura

Os principais objetivos gerais do projeto AEBA Fair Trading foram:

- Alargar o mercado potencial das empresas de comércio, através do aumento da capacidade de venda e da expansão do âmbito geográfico;
- Melhorar a eficiência organizacional, no sentido de garantir uma maior produtividade dos recursos humanos da área comercial, bem como da melhoria dos meios tecnológicos ao dispor das empresas e da melhoria da sua organização interna;
- Reforçar a notoriedade, boa reputação e credibilidade no mercado das empresas participantes, através de ações de marketing e relações públicas, utilizando nomeadamente a economia digital;
- Aumentar o volume de negócios, as quotas de mercado e as margens de comercialização das empresas participantes;
- Reforçar as competências dos recursos humanos da área comercial das empresas participantes;

3

Em sede de candidatura, foram definidos os seguintes indicadores de avaliação de resultados do projeto:

- Nº DE TRANSAÇÕES COMERCIAIS GERADOS NO PROJETO / Nº DE TRANSAÇÕES GLOBAL POR EMPRESA

Este indicador pretende avaliar o benefício comercial potencial gerado para as empresas envolvidas, calculando o peso relativo do nº de transações geradas diretamente pelo projeto, no nº de transações globais geradas pelas empresas, no âmbito de toda a sua atividade operacional global. Trata-se de uma análise referida apenas ao volume de transação.

- VN GERADO NO PROJETO / VN GLOBAL POR EMPRESA

Este indicador é calculado com parâmetros equiparados ao do indicador anterior, mas agora avaliando o impacto em termos de volume de negócios gerado. A conjugação dos dois indicadores servirá de base de cálculo do indicador seguinte:

- $[VN \text{ GERADO PROJETO} / N^{\circ} \text{ TRANSAÇÕES PROJETO}] / [VN \text{ GLOBAL EMPRESA} / N^{\circ} \text{ TRANSAÇÕES GLOBAIS EMPRESA}]$

Este indicador pretende avaliar se existiu, ou não, aumento da cotação média das transações geradas no projeto, face ao valor médio das transações geradas na atividade global da empresa. O objetivo é verificar se existiu um aumento do valor de negócio por transação, em virtude da exposição ao volume de negócios das empresas envolvidas, ao mercado externo e se houve uma valorização preliminar pelo mercado e pelo contexto de operação do modelo de negócios da empresa, no que se refere a uma maior eficiência organizacional e notoriedade da idoneidade ética e fiscal das empresas envolvidas.

4

- N° DE VISITAS PLATAFORMA WEB B2B / B2C NO ESPAÇO RESERVADO À PROMOÇÃO DE OFERTA POR EMPRESA

Considerando o investimento num canal Web, previsto no projeto, e que por força do tipo de atividade e produtos algumas empresas não verificam a aplicabilidade de comércio electrónico aos seus produtos (por serem de valor excessivamente elevado, ou por necessitarem de customização e/ou enquadramento comercial, entre outros fatores), este indicador pretende focar visibilidade gerada produto a produto (clicks dos visitantes em áreas sensíveis de promoção dos produtos), à margem das transações comerciais efetivadas, de forma a aferir globalmente o grau de interesse comercial que induzem nos clientes potenciais.

- OPORTUNIDADES COMERCIAIS [SHOPPING ONLINE]

Este indicador pretende avaliar o nº de oportunidades comerciais que são geradas nos diferentes canais de promoção previstos no projeto. Pretende-se avaliar qual a importância relativa das oportunidades comerciais geradas via shopping online, no conjunto do total de oportunidades comerciais geradas no projeto. A análise deste indicador poderá ainda revelar algum efeito de sinergias e de integração entre os diferentes canais de geração de vendas, e em que medida são relevantes no panorama global de geração de oportunidades de venda verificadas no projeto.

- GRAU DE EXECUÇÃO DO INVESTIMENTO

O grau de investimento será monitorizado trimestralmente, de forma a ser cumprida a realização proporcional das despesas de investimento, de acordo com o prazo decorrido do investimento e o tempo remanescente à sua conclusão. O objetivo é que o prazo e grau de execução se mantenham de acordo com o previsto em candidatura, minimizando-se desvios orçamentais através de uma monitorização de proximidade.

5

- Nº DE MERCADO ABORDADOS

Este indicador pretende avaliar o grau de abrangência dos mercados internacionais abordados em fase de execução do projeto, avaliando os mercados mais recetivos e o seu índice de dispersão / concentração face ao nº de mercados-alvo potenciais inicialmente previstos.

As atividades previstas e realizadas para a monitorização dos resultados foram as seguintes:

- Atribuição de responsabilidades de supervisão ao quadro de gestão operacional da entidade promotora – AEBA, relativa à implementação e gestão das atividades de monitorização dos indicadores do projeto, de acordo com os relatórios de execução efetuados pelos quadros operacionais do projeto, quer no âmbito da área tecnológica, quer no âmbito da área organizacional do quadro de investimento.
- Divulgação junto das empresas participantes dos aspetos de performance do projeto que serão avaliados no decurso da sua execução.
- Definição conjunta de metas a alcançar, sendo angariado o consenso acerca dos valores respetivos e o compromisso das partes no esforço conjunto a realizar para alcançar esses mesmos resultados.
- Cálculo periódico dos diferentes indicadores, de forma a avaliar a sua progressão proporcional e enquadramento no grau de evolução previsto, face ao timing decorrido do projeto e o prazo remanescente para o seu término, na consideração das metas a alcançar.
- Na fase final do projeto avaliar os resultados alcançados, analisar eventuais desvios face às metas previstas e proceder a um relatório de aprendizagem do projeto e de um conjunto boas práticas assimiladas com a sua implementação.

1.4. Método e indicadores de avaliação atualizados

Durante o período de execução do projeto, e tendo em conta o decorrer do mesmo, a AEBA procedeu à atualização e aprofundamento do método e indicadores de avaliação.

Assim, para avaliar os impactos do projeto, foram definidos os seguintes indicadores de acompanhamento, resultado e impacto:

a. Indicadores de acompanhamento

- Grau de execução financeira do projeto (Investimento realizado/Investimento previsto)
- N.º empresas participantes
- Grau de execução física do projeto (N.º ações executadas/N.º ações previstas)
- Grau de satisfação das empresas com o processo de acompanhamento (% empresas participantes que consideram o processo de acompanhamento bom ou excelente)

7

b. Indicadores de resultado

- % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes
- % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das margens
- % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento da eficiência na gestão comercial e logística
- % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das competências dos responsáveis e/ou colaboradores
- % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento da informação disponível para apoio à gestão

- N.º de visitas ao portal do projeto
- N.º de oportunidades comerciais geradas pelo projeto
- N.º de transações geradas pelo projeto
- Valor dos negócios gerados online pelo projeto
- N.º de mercados abordados no âmbito do projeto

c. Indicadores de impacto

- Aumento do volume de negócios global das empresas participantes (VN Ano Pós-Projeto/VN Ano Pré-Projeto)
- Aumento da margem global de comercialização das empresas participantes (Margem Bruta Ano Pós-Projeto/Margem Bruta Ano Pré-Projeto)
- Aumento do volume de negócios internacional das empresas participantes (VN Internacional/VN Global (das empresas participantes))

No quadro seguinte é apresentada a bateria de indicadores definida.

| Tipo | Descrição | Timing | Cálculo/Fonte | Unidade | Pré-Projeto | Previsto | Realizado |
|----------------|--|--------|---|---------|-------------|--------------|---------------|
| Acompanhamento | Grau de execução financeira do projeto (Investimento realizado/Investimento previsto) | jun/15 | Investimento realizado/Investimento previsto | % | NA | 100% | 84,66% |
| Acompanhamento | N.º empresas participantes | jun/15 | N.º empresas participantes | N.º | NA | 10 | 11 |
| Acompanhamento | Grau de execução física do projeto (N.º ações executadas/N.º ações previstas) | jun/15 | N.º ações executadas/N.º ações previstas | % | NA | 100% | 100% |
| Acompanhamento | Grau de satisfação das empresas com o processo de acompanhamento (% empresas participantes que consideram o processo de acompanhamento bom ou excelente) | jun/15 | % empresas participantes que consideram o processo de acompanhamento bom ou excelente | % | NA | 80% | 100% |
| Resultado | % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes | set/15 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | % | NA | 80% | 91% |
| Resultado | % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das margens | set/15 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | % | NA | 30% | 9% |
| Resultado | % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento da eficiência na gestão comercial e logística | set/15 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | % | NA | 50% | 45% |
| Resultado | % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento das competências dos responsáveis e/ou colaboradores | set/15 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | % | NA | 60% | 55% |
| Resultado | % de empresas que considera que o projeto contribuiu para o aumento da informação disponível para apoio à gestão | set/15 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | % | NA | 80% | 82% |
| Resultado | N.º de visitas ao portal do projeto | dez/16 | Portal do projeto | N.º | NA | 5000 | A monitorizar |
| Resultado | N.º de oportunidades comerciais geradas pelo projeto | dez/16 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | N.º | NA | 100 | A monitorizar |
| Resultado | N.º de transações geradas pelo projeto | dez/16 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | N.º | NA | 50 | A monitorizar |
| Resultado | Valor dos negócios gerados online pelo projeto | dez/16 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | N.º | NA | 500 000,00 € | A monitorizar |
| Resultado | N.º de mercados abordados no âmbito do projeto | dez/16 | Resposta a auscultação pelas empresas participantes | N.º | NA | 4 | A monitorizar |
| Impacto | Aumento do volume de negócios global das empresas participantes (VN Ano Pós-Projeto/VN Ano Pré-Projeto) | dez/16 | VN Ano Pós-Projeto/VN Ano Pré-Projeto (Fonte: IES) | % | NA | 2,50% | A monitorizar |
| Impacto | Aumento da margem global de comercialização das empresas participantes (Margem Bruta Ano Pós-Projeto/Margem Bruta Ano Pré-Projeto) | dez/16 | Margem Bruta Ano Pós-Projeto/Margem Bruta Ano Pré-Projeto (Fonte: IES) | % | NA | 2,50% | A monitorizar |
| Impacto | Aumento do volume de negócios internacional das empresas participantes (VN Internacional/VN Global (das empresas participantes)) | dez/16 | VN Internacional/VN Global (das empresas participantes) (Fonte: IES) | % | 17,74% | 22,92% | A monitorizar |

No momento de encerramento de investimento, não é possível ainda avaliar alguns dos indicadores de resultado e impacto, na medida em que o respetivo efeito só será visível após o decurso de um período de tempo mais alargado.

Assim, privilegiou-se neste estudo a recolha de opiniões, feedback e perspetivas dos responsáveis das empresas participantes, nas seguintes dimensões fundamentais:

- impacto do projeto no aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes
- impacto do projeto no aumento das margens
- impacto do projeto no aumento da eficiência na gestão comercial e logística
- impacto do projeto no aumento das competências dos responsáveis e/ou colaboradores
- impacto do projeto no aumento da informação disponível para apoio à gestão
- contributo/utilidade das tipologias de investimento implementadas
- qualidade do apoio técnico da equipa de consultores e formadores
- qualidade do acompanhamento e apoio por parte da AEBA

1.5. Ferramentas de auscultação

Foram desenvolvidos questionários específicos (em anexo) para auscultação das empresas e da equipa de consultores e formadores.

Foram ainda recolhidos testemunhos de responsáveis e colaboradores das empresas participantes.

2. AVALIAÇÃO PELAS EMPRESAS PARTICIPANTES

Foram avaliadas as seguintes dimensões:

- Impacto geral do projeto (atual e previsional)
- Avaliação da tipologia "Consultoria à estratégia comercial e força de vendas"
- Avaliação da tipologia "Plataforma WEB"
- Avaliação da tipologia "WEB Marketing"
- Avaliação da tipologia "Assessoria de comunicação"
- Avaliação da tipologia "CRM"
- Avaliação da tipologia "Gestão Documental"
- Avaliação da tipologia "Certificação de Qualidade"
- Avaliação da tipologia "Gestão de Frotas"
- Avaliação da tipologia "Formação"
- Contributo do projeto para o aumento das vendas e/ou margens
- Avaliação da equipa de consultores e formadores
- Avaliação da entidade promotora (AEBA)

12

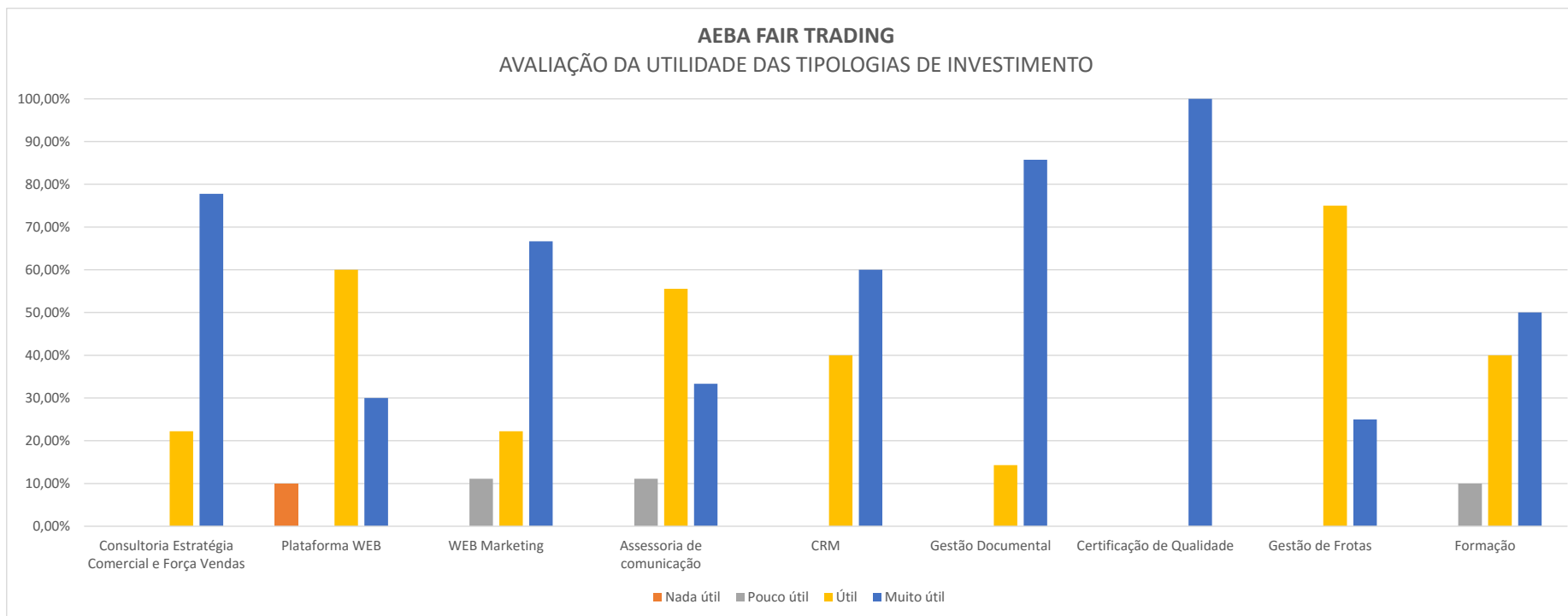
Foram ainda solicitados Comentários e Sugestões.

Foram auscultadas as 11 empresas participantes no projeto.

As principais conclusões do processo de auscultação das empresas através do questionário são as seguintes:

a. Utilidade das tipologias de investimento implementadas

A esmagadora maioria das empresas considerou que as tipologias de investimento que implementou foram úteis ou muito úteis, conforme gráfico da página seguinte.

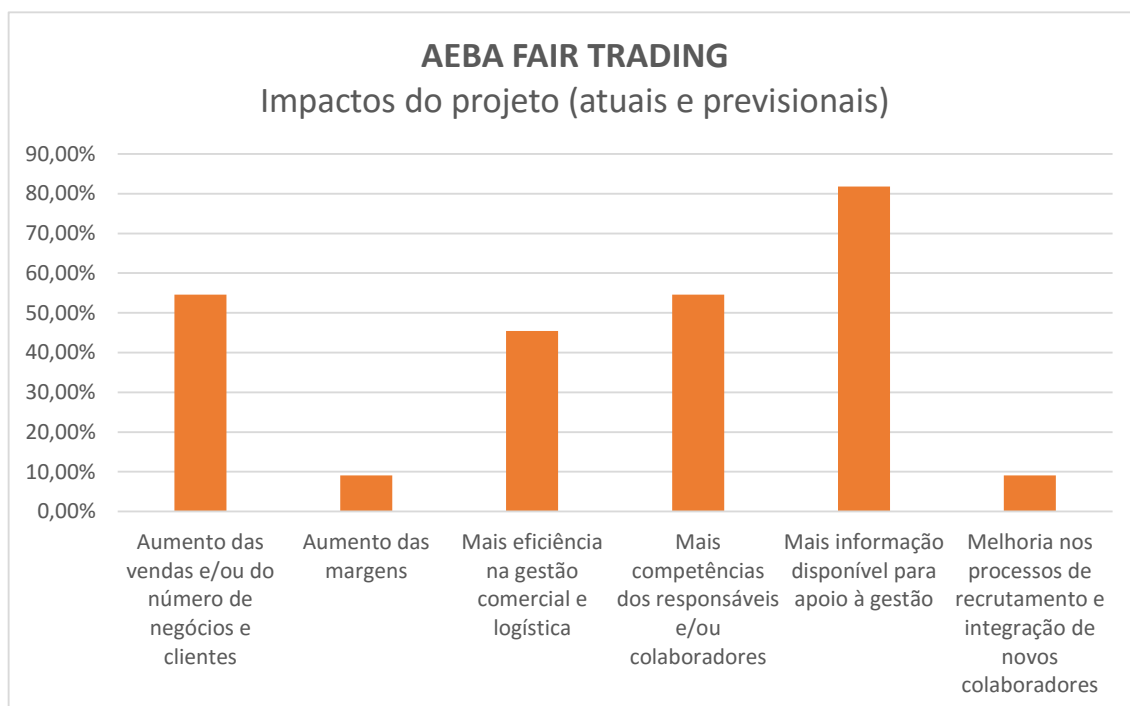


b. Impactos do projeto

Foi recolhida o feedback das empresas participantes relativamente aos principais objetivos do projeto:

- aumento das vendas, negócios e clientes
- aumento das margens
- eficiência na gestão comercial e logística
- competências dos responsáveis e colaboradores
- informação de apoio à gestão

A informação recolhida está estruturada no gráfico seguinte, que evidencia que o impacto atual e/ou potencial do projeto se verificará sobretudo ao nível das vendas/negócios/clientes, informação de apoio à gestão e competências dos responsáveis e colaboradores.



c. Contributo do projeto para o aumento das vendas e/ou margens

Foi avaliado de forma mais aprofundada e concretizada o impacto esperado do projeto ao nível do aumento das vendas e/ou margens comerciais do negócio.

A maioria das empresas participantes (mais de 70%) prevê um impacto do projeto nas vendas e/ou margens superior a 2,5%.



d. Equipa de consultores e formadores

A esmagadora maioria das empresas avaliou como Boa ou Excelente a qualidade e apoio da equipa técnica de consultores e formadores afeta ao projeto.



e. Entidade promotora (AEBA)

A esmagadora maioria das empresas avaliou a entidade promotora (AEBA) como Boa ou Excelente ao nível do acompanhamento e apoio prestado na execução do projeto.



Comentários/Sugestões/recomendações das empresas participantes:

“Por comparação com outros projetos em que participamos, este foi mais prático e flexível.”

“Sugestão: Tendo em conta o número de áreas em que participamos, dava-nos jeito ter mais tempo para a implementação.”

“Embora não se verifique impacto actual ao nível das vendas e aumento dos clientes e negócios existem boas perspectivas a curto e médio prazo. Mantemos

também algumas perspectivas relativamente à Plataforma esperando que esta seja um veículo de negócio para a empresa.”

Alguns testemunhos recolhidos na fase de auscultação:

- “O AEBA Fair Trading foi o primeiro programa do género em que participamos. A experiência acrescentou muito valor à nossa organização. Aprofundamos áreas onde efetivamente estávamos mais carentes, nomeadamente a área web e o CRM. Gostámos especialmente da forma como os consultores e formadores se souberam adaptar à nossa realidade.”

Miguel Sousa – Gerente da Completeweek Lda

- “Não tenho qualquer dúvida em afirmar que o AEBA Fair Trading mudou a nossa empresa. São inúmeras as mudanças para melhor, desde aspetos organizacionais, software informático, indicadores de gestão, formação da equipa... e tudo isto está a resultar na continuação do nosso crescimento, mas agora de forma mais sustentada.”

José Luís Rebelo – Sócio Gerente da Docworld Lda

- “Confesso que entrámos no AEBA Fair Trading com uma expectativa elevada. Mas mesmo assim, no final do programa reconheço que excedeu as expectativas. Destaco o conhecimento dos formadores e consultores que muito nos ajudaram e a forma como souberam cativar os nossos colaboradores para participarem ativamente.”

Helena Maia – Sócia Gerente da Sanimaia Unipessoal

3. AVALIAÇÃO PELA EQUIPA DE CONSULTORES E FORMADORES

Foram avaliadas junto da equipa de consultores e formadores as seguintes dimensões:

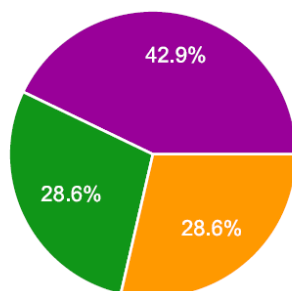
- recetividade e disponibilidade das empresas
- impacto atual e potencial do projeto nas empresas
- acompanhamento e apoio da AEBA
- aspetos mais positivos e negativos
- sugestões e recomendações

Responderam ao questionário os seguintes consultores/formadores:

- Maria Raquel Silva Ribeiro Sampaio
- Alexandra Mendes
- Cláudia Lima
- Rui Sousa
- Diana Carvalheiro
- Jose Alberto Gradim
- Índice ICT & Management, Lda

a. Recetividade e disponibilidade das empresas

A recetividade e disponibilidade foi considerada Boa ou Excelente por cerca de 70% dos consultores/formadores respondentes.



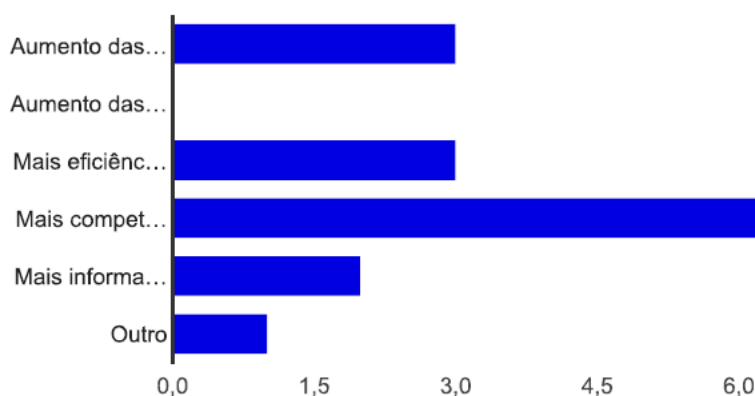
| | | |
|----------------|---|-------|
| Muito reduzida | 0 | 0% |
| Limitada | 0 | 0% |
| Razoável | 2 | 28.6% |
| Boa | 2 | 28.6% |
| Excelente | 3 | 42.9% |

b. Impacto atual e potencial do projeto nas empresas

Os principais impactos que os consultores respondentes identificam como visíveis ou expectáveis nas empresas são:

- mais competências dos colaboradores/responsáveis
- mais vendas/negócios/clientes
- mais eficiência na gestão comercial e logística

Este feedback é consistente com o recolhido diretamente das empresas.



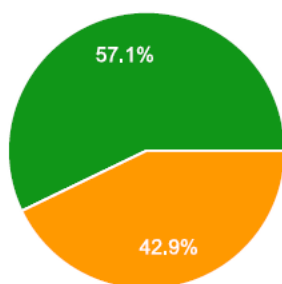
21

| | | |
|--|----------|-------|
| Aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes | 3 | 42.9% |
| Aumento das margens | 0 | 0% |
| Mais eficiência na gestão comercial e logística | 3 | 42.9% |
| Mais competências dos responsáveis e/ou colaboradores | 7 | 100% |
| Mais informação disponível para apoio à gestão | 2 | 28.6% |
| Outro | 1 | 14.3% |

c. Acompanhamento e apoio da AEBA

Os consultores/formadores respondentes classificaram como Boa ou Excelente a performance da AEBA em termos de acompanhamento e apoio.

| | | |
|-----------|---|-------|
| Baixa | 0 | 0% |
| Razoável | 0 | 0% |
| Boa | 3 | 42.9% |
| Excelente | 4 | 57.1% |



d. Aspetos mais positivos e negativos

Aspetos mais positivos:

- Comunicação
- Relevância dos temas abordados
- Acompanhamento próximo ao trabalho: consultor e empresa.
- Disponibilidade dos empresários; envolvimento de todas as partes.
- Adaptação do programa á realidade de cada organização.
- O facto de estar em contacto direto nas empresas e a disponibilidade demonstrada
- Disponibilidade para ultrapassar obstáculos.

Aspetos mais negativos:

- Muita burocracia
- O tempo dedicado ao projeto
- Prazo apertado para implementar algumas medidas
- Disponibilidade de alguns colaboradores, por falta de organização.
- Adesão de poucas empresas

e. Sugestões e recomendações

- Mais horas de formação
- Soluções formativas/consultivas à medida para cada empresa.

4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A informação recolhida permite concluir que, globalmente, o projeto correspondeu às expectativas e necessidades das empresas participantes.

Será no entanto importante manter ativos os mecanismos criados para avaliação e monitorização do projeto, na medida em que a sua eficácia plena só será aferível na fase de encerramento do projeto.

Neste contexto, a AEBA deverá:

- Continuar a avaliar o projeto até final de 2016, realizando ações regulares de recolha e estruturação de informação relevante
- Recolher informação da bateria de indicadores no início de 2016 relativamente ao ano 2015
- Avaliar de forma mais aprofundada o efeito conjunto das ações e a potencial replicabilidade/escalabilidade para outras empresas
- Dinamizar a plataforma online de suporte ao projeto

5. ANEXOS

- Questionário de auscultação das empresas participantes
- Questionário de auscultação da equipa de consultores e formadores

AEBA FAIR TRADING - Avaliação pelas Empresas Participantes

Este questionário tem como objetivo recolher a V/ avaliação relativamente à participação da V/ empresa no projeto AEBA Fair Trading. Agradecemos desde já a colaboração.

***Obrigatório**

Nome da empresa *

Esta é uma pergunta obrigatória

Impacto geral do projeto (atual e previsional) *

Indique as áreas onde o projeto teve ou terá previsivelmente impactos na sua empresa

- Aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes
- Aumento das margens
- Mais eficiência na gestão comercial e logística
- Mais competências dos responsáveis e/ou colaboradores
- Mais informação disponível para apoio à gestão
- Outra:

Tipologias de investimento realizadas *

Selecione as tipologias de investimento realizadas na sua empresa

- Consultoria à estratégia comercial e força de vendas
- Plataforma WEB
- WEB Marketing
- Assessoria de Comunicação
- CRM
- Gestão Documental
- Certificação de Qualidade
- Gestão de Frotas
- Formação
- Outra:

Avaliação da tipologia "Consultoria à estratégia comercial e força de vendas" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

- Rubrica não prevista na nossa empresa
- Nada útil
- Pouco útil
- Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "Plataforma WEB" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

Rubrica não prevista na nossa empresa

Nada útil

Pouco útil

Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "WEB Marketing" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

Rubrica não prevista na nossa empresa

Nada útil

Pouco útil

Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "Assessoria de comunicação" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

Rubrica não prevista na nossa empresa

Nada útil

Pouco útil

Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "CRM" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

Rubrica não prevista na nossa empresa

Nada útil

Pouco útil

Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "Gestão Documental" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

Rubrica não prevista na nossa empresa

Nada útil

Pouco útil

Útil

Muito útil

Avaliação da tipologia "Certificação de Qualidade" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

- Rubrica não prevista na nossa empresa
- Nada útil
- Pouco útil
- Útil
- Muito útil

Avaliação da tipologia "Gestão de Frotas" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

- Rubrica não prevista na nossa empresa
- Nada útil
- Pouco útil
- Útil
- Muito útil

Avaliação da tipologia "Formação" *

Avalie a utilidade e o impacto desta tipologia de investimento

- Rubrica não prevista na nossa empresa
- Nada útil
- Pouco útil
- Útil
- Muito útil

Contributo do projeto para o aumento das vendas e/ou margens *

Avalie o impacto já visível atualmente e/ou potencial/estimado do projeto ao nível das vendas e margens

- Sem impacto atual ou potencial
- Com impacto atual/potencial inferior a 2,5%
- Com impacto atual/potencial entre 2,5% e 5%
- Com impacto atual/potencial entre 5% e 10%
- Com impacto atual/potencial superior a 10%

Avaliação da equipa de consultores e formadores *

Avalie a qualidade e disponibilidade da equipa técnica afeta às atividades de consultoria e formação do projeto

- Baixa
- Razoável
- Boa
- Excelente

Avaliação da entidade promotora (AEBA) *

Avalie a qualidade e disponibilidade da equipa técnica afeta às atividades de gestão, organização e acompanhamento do projeto

- Baixa
- Razoável
- Boa

Excelente

Comentários e Sugestões

Apresente aqui comentários e sugestões que entenda relevantes

Enviar

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

Com tecnologia

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.

[Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Termos adicionais](#)

AEBA FAIR TRADING - Avaliação pela Equipa de Consultores

Este questionário tem como objetivo recolher a V/ avaliação relativamente à V/ participação como consultor(a) no projeto AEBA Fair Trading.

***Obrigatório**

Nome do(a) consultor(a) *

Recetividade e disponibilidade das empresas *

Como avalia a recetividade e disponibilidade das empresas onde prestou serviços de consultoria?

- Muito reduzida
- Limitada
- Razoável
- Boa
- Excelente

Avaliação do impacto geral do projeto (atual e previsional) *

Na sua perspetiva, que tipo de impactos teve ou terá previsivelmente o projeto nas empresas participantes em que prestou serviços de consultoria?

- Aumento das vendas e/ou do número de negócios e clientes
- Aumento das margens
- Mais eficiência na gestão comercial e logística
- Mais competências dos responsáveis e/ou colaboradores
- Mais informação disponível para apoio à gestão
- Outra:

Avaliação da entidade promotora (AEBA) *

Avalie a qualidade e disponibilidade da equipa técnica afeta às atividades de gestão, organização e acompanhamento do projeto

- Baixa
- Razoável
- Boa
- Excelente

Aspetos mais positivos *

Aspetos mais negativos *

Recomendações

Apresente aqui as recomendações que entenda relevantes

Enviar

Nunca envie palavras-passe através dos Formulários do Google.

Com tecnologia

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google.
[Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#) - [Termos adicionais](#)