Pesquisa quantitativa

INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL E OS PEQUENOS NEGÓCIOS

Junho 2025

Índice

Sobre esta pesquisa 05
Metodologia 06
Perfil dos Participantes da Pesquisa 07
Soluções Digitais 09
Como o perfil da empresa influencia na adoção de soluções de IA 10
A experiência e o tempo de mercado fazem diferença na adoção de soluções de IA? 11
Como o tipo de negócio influencia na escolha das soluções digitais 12
Adoção de soluções específicas por setor e modelo de operação 13

Índice

Soluções de RH ainda são negligenciadas 14

Adoção de Inteligência Artificial (IA) 15

Quem está mais preparado para adotar a Inteligência Artificial (IA)? 16

Onde a IA já virou realidade? 17

Como a forma de operar impacta a adoção de IA? 18

Para que os pequenos negócios estão usando a Inteligência Artificial? 19

O que cada tipo de empresa prioriza ao usar a IA? 20

Índice

Como a IA está integrada ao dia a dia das pequenas empresas 23

Conhecimento sobre IA e níveis de autonomia da tecnologia 24

Desafios na implementação da IA 25

Resultados com a IA 29

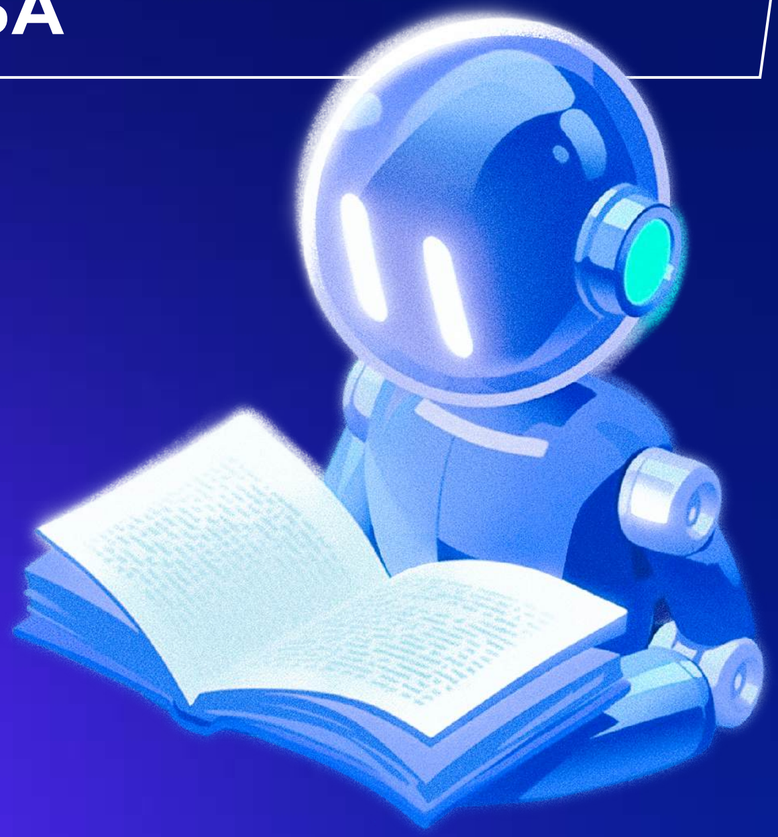
Planejamento e Capacitação para a Era da IA 32

Sentimentos e expectativas sobre a IA 34

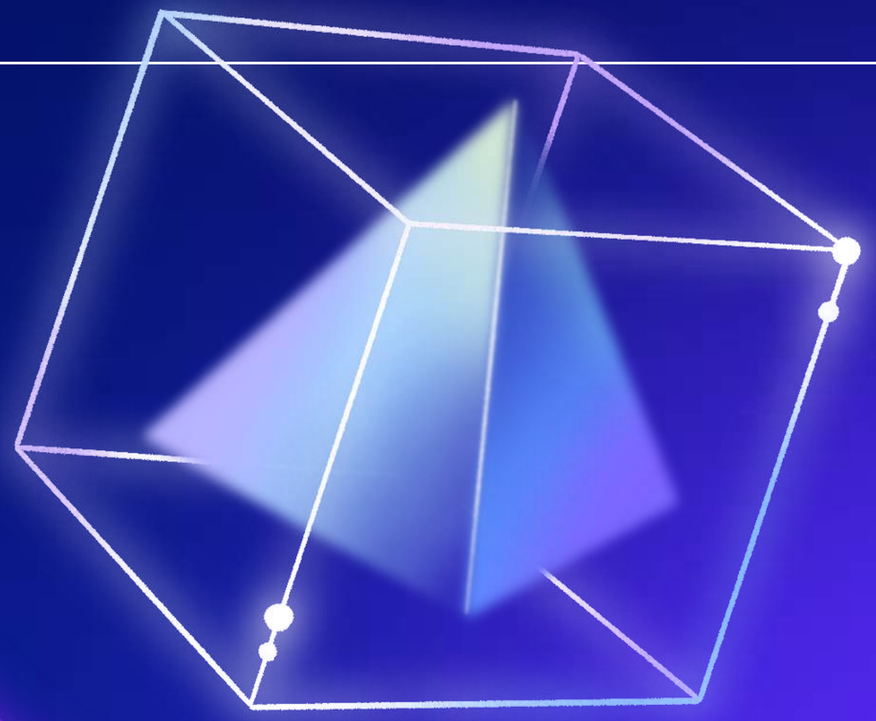
E agora, empreendedor? Como usar a IA a seu favor! 36

SOBRE ESTA PESQUISA

A pesquisa sobre Inteligência Artificial (IA) e os pequenos negócios tem como objetivo analisar o impacto da IA no cotidiano das empresas, identificando como essas tecnologias podem ser utilizadas para otimizar processos, melhorar a gestão e impulsionar o crescimento dos negócios. A pesquisa busca entender o nível de adoção da IA entre os pequenos empresários, os principais desafios na implementação de soluções tecnológicas, como a falta de conhecimento técnico ou recursos financeiros, e as áreas com maior potencial de aplicação, como marketing, atendimento ao cliente e gestão de estoque. Além disso, pretende-se avaliar a percepção dos empreendedores sobre os benefícios e as barreiras da IA, oferecendo insights para que o Sebrae/MT possa oferecer capacitação e soluções acessíveis, auxiliando os pequenos negócios a se modernizarem e se tornarem mais competitivos no mercado.



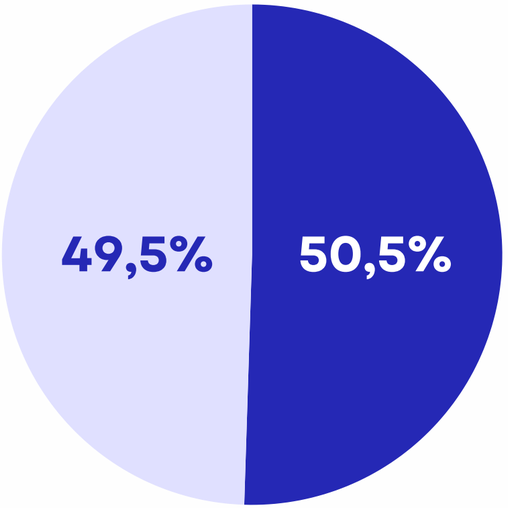
METODOLOGIA



A Pesquisa Inteligência Artificial e os Pequenos Negócios foi conduzida via entrevistas telefônicas, entre os dias 02 de abril a 22 de abril de 2025, em todo o estado de Mato Grosso. Foram entrevistados 1.082 donos de pequenos negócios em Mato Grosso. Para a sondagem utilizou-se a metodologia quantitativa, com margem de erro de 5% para 95% de confiança.

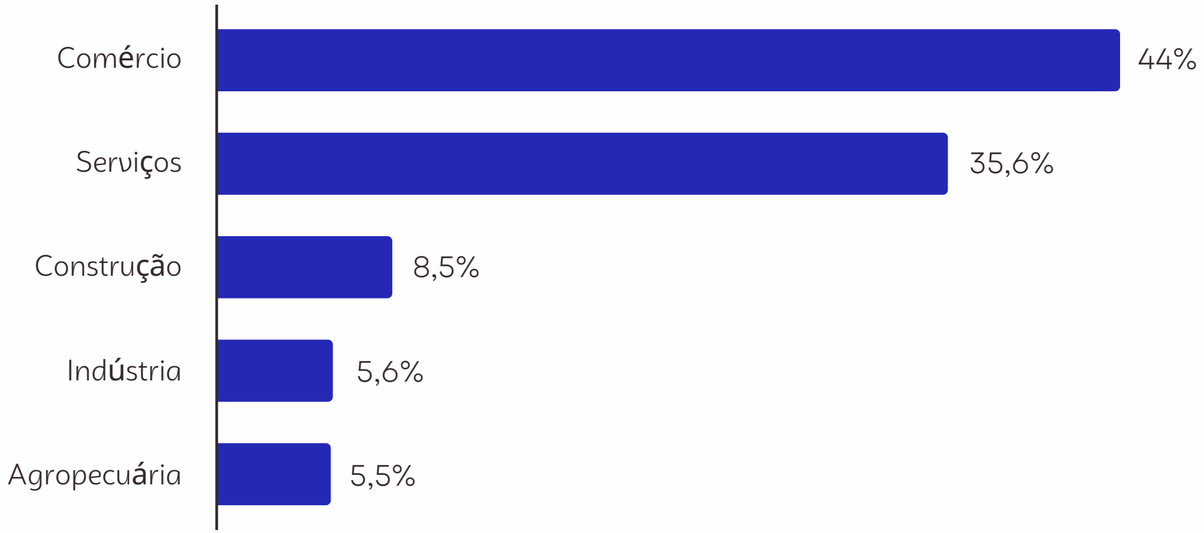
PERFIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

Porte



- MEIs (Microempreendedores Individuais)
- Microempresas (ME) ou Empresas de Pequeno Porte (EPP)

Setor de atuação



Segmento: Top 10 segmentos mais representativos

Segmento	Total	Segmento	Total
Construção civil	9,2%	Beleza	8,0%
Mercados	5,4%	Bares	5,2%
Varejo	5,2%	Bebidas	4,1%
Lanchonetes	3,6%	Eventos	2,8%
Agricultura Orgânica	2,7%	Floricultura	2,5%

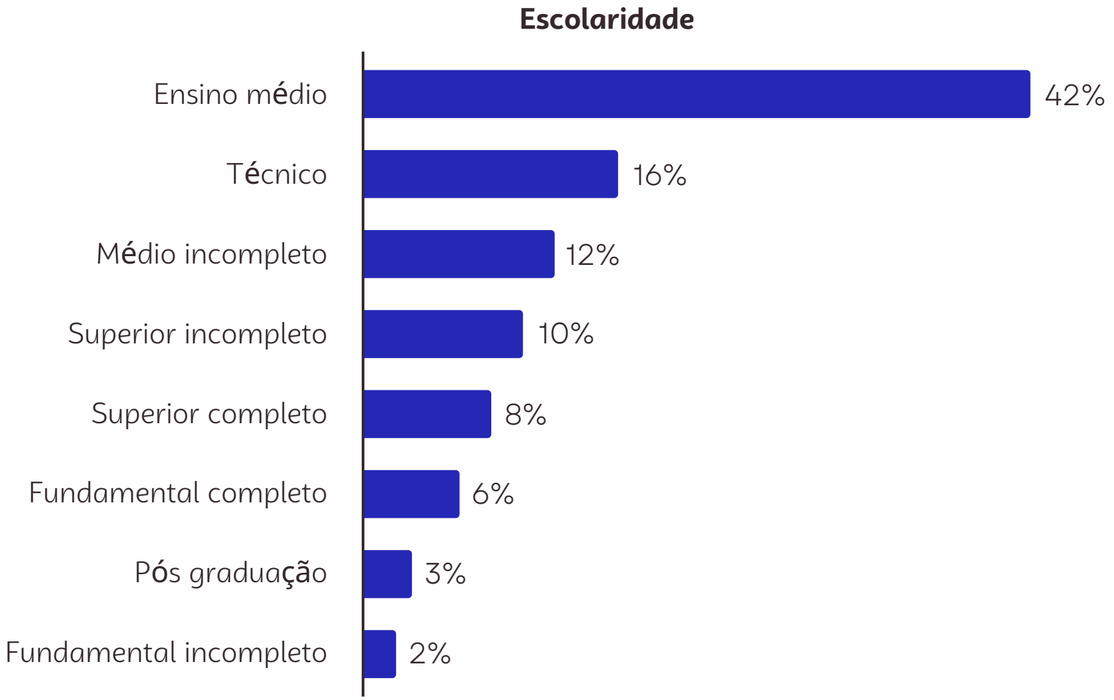
PERFIL DOS PARTICIPANTES DA PESQUISA

86%
operam de forma presencial

5%
são 100% online

9%
utilizam modelo híbrido

A maioria (79%) dos empresários tem mais de 35 anos, sendo 45% empreendedores seniores (acima de 45 anos). Entre os mais jovens, 19% têm de 25 a 34 anos e apenas 2% estão na faixa de 18 a 24 anos.



TEMPO DE EMPRESA ABERTA:

48%
das empresas são estabelecidas (entre 3 a 10 anos)

30%
são empresas super estabelecidas (mais de 10 anos)

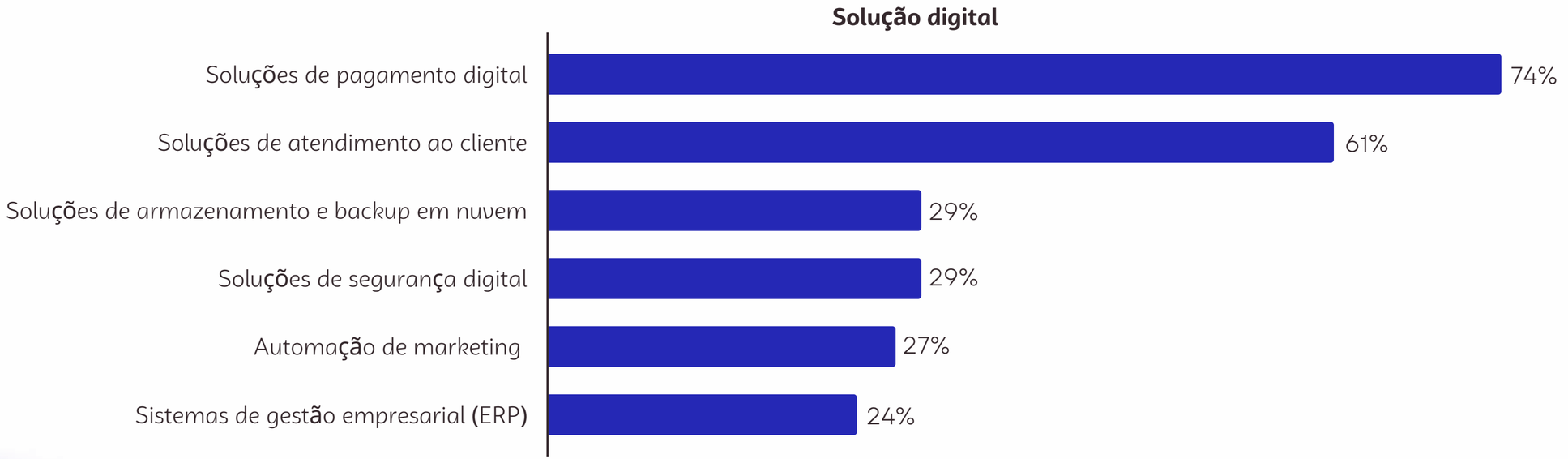
21%
se encontram no estágio inicial de maturidade (de 6 meses a 3 anos)

1,5%
estão no período nascentes (abertas há menos de 6 meses)

SOLUÇÕES DIGITAIS

Sabemos que, atualmente, **muitas empresas vêm adotando soluções digitais** para aprimorar seus processos, melhorar o atendimento ao cliente, organizar tarefas, otimizar operações ou, até mesmo, por uma necessidade operacional.

Essas tecnologias, antes restritas a grandes organizações, vêm se tornando cada vez mais acessíveis também aos pequenos negócios. No estado de Mato Grosso, cerca de **37% das MPEs (Micro e Pequenas Empresas) afirmaram utilizar algum tipo de solução digital**. Entre as mais citadas, destacam-se:



COMO O PERFIL DA EMPRESA INFLUENCIA NA ADOÇÃO DE SOLUÇÕES DE IA?

56%
Tecnologia da Informação

46%
Indústria

42%
Comércio

Empresas de alguns setores estão mais preparadas para adotar soluções digitais

O setor de Tecnologia da Informação lidera a adesão (56%), seguido pela Indústria (46%) e Comércio (42%). Isso acontece porque negócios ligados à tecnologia ou produção tendem a buscar mais eficiência e inovação. O destaque para Comércio e Serviços mostra que, mesmo em setores mais tradicionais, a transformação digital já está em curso — especialmente onde há pressão por atender melhor o cliente.

Empresas maiores ou mais estruturadas adotam mais IA

Microempresas (ME) apresentam a maior taxa de uso (63%), enquanto MEIs ficam com apenas 21%. Essa diferença acontece porque MEIs geralmente possuem menos recursos, conhecimento técnico e tempo para investir em novas tecnologias. Já empresas maiores (EPPs) têm mais estrutura e equipes, o que facilita a implementação de soluções digitais.

63%
ME

21%
MEIs

50%
Operação híbrida

47%
Excluisavemente online

36%
Totalmente presenciais

Modelos de negócio digitais ou híbridos impulsionam a transformação

Empresas com operação híbrida (física + digital) são as que mais utilizam soluções digitais (50%), seguidas pelas exclusivamente online (47%). As empresas totalmente presenciais ficam para trás (36%), possivelmente por não sentirem tanta pressão para automatizar ou digitalizar processos. A digitalização costuma ser uma resposta à necessidade de atender melhor os clientes em múltiplos canais.

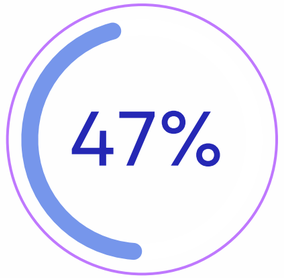
A EXPERIÊNCIA E O TEMPO DE MERCADO FAZEM DIFERENÇA NA ADOÇÃO DE SOLUÇÕES DE IA?

Negócios mais maduros confiam mais na tecnologia

Empresas com mais de 10 anos têm maior adesão (52%) às soluções digitais. Em contraste, aquelas com menos de 3 anos de mercado registram apenas 27% de uso. Isso pode indicar que, com o tempo, os empresários percebem o valor da tecnologia para manter a competitividade e ganhar eficiência.

Empresas com mais de 10 anos

Empresas com menos de 3 anos



Empresários com 45 a 54 anos

Empresários com 18 a 24 anos

Empreendedores mais experientes são os que mais adotam soluções digitais

Empresários com 45 a 54 anos concentram o maior uso de soluções digitais (47%). Já os mais jovens (18 a 24 anos) estão entre os que menos utilizam (28%). A experiência acumulada ao longo dos anos parece influenciar a busca por ferramentas que ajudem a tomar decisões melhores e automatizar rotinas.

COMO O TIPO DE NEGÓCIO INFLUENCIA NA ESCOLHA DAS SOLUÇÕES DIGITAIS

A pesquisa identificou padrões distintos no uso de soluções digitais entre os perfis de negócios/empresários

Pagamento Digital é a porta de entrada para a transformação

Mais de 80% dos negócios presenciais, do setor agro e do comércio utilizam pagamentos digitais. Esse número alto se deve ao contato direto com o cliente, onde meios como Pix, maquininhas e carteiras digitais agilizam e facilitam a venda. **Curiosamente, empresas com atuação 100% online usam menos pagamentos digitais (29,65%)**, o que pode indicar foco em outros modelos de cobrança (como assinaturas ou intermediadores como marketplaces).

ERP (Sistemas de Gestão) é mais comum na Indústria e em empresas maiores

A **Indústria lidera com 54% de uso**, seguida pelas EPPs (46%) e modelos híbridos (34%). Isso acontece porque ERPs ajudam no controle de estoque, produção e fluxo financeiro — tarefas mais críticas nesses contextos. **Empresas novas (menos de 6 meses)** têm apenas 14% de adesão, mostrando que esse tipo de ferramenta tende a ser adotado conforme o negócio amadurece.

ADOÇÃO DE SOLUÇÕES ESPECÍFICAS POR SETOR E MODELO DE OPERAÇÃO

E-commerce cresce em setores estratégicos

Embora a média geral não seja tão alta, o **setor de cosméticos se destaca com 71%** de adesão ao e-commerce, seguido pela Indústria e modelos híbridos (ambos com 29%). Isso se explica pela facilidade de comercialização online desses produtos e o comportamento do consumidor, que já está habituado a comprá-los pela internet.

Soluções financeiras são chave para setores mais estruturados

Empresas maiores (EPPs e Indústrias – ambos com 32%) e **modelos online (37%)** têm maior uso de ferramentas financeiras, como plataformas de controle de fluxo de caixa e acesso a crédito. **O setor de transporte se destaca com 73%**, provavelmente devido à necessidade de gestão rigorosa de custos, fretes e prazos.

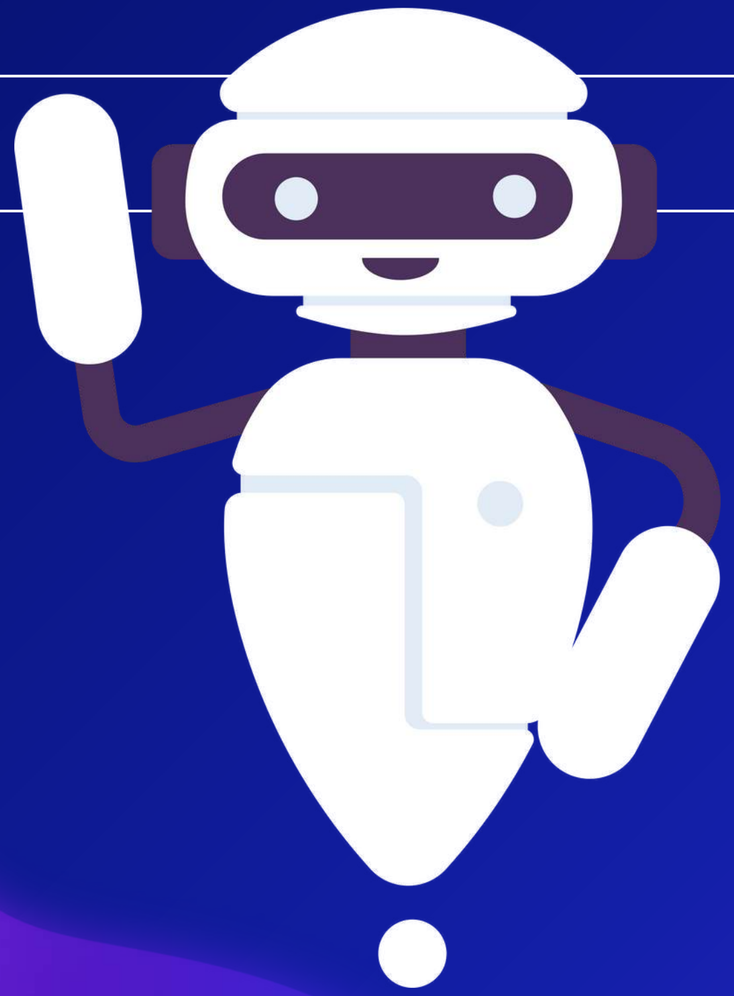
Modelos híbridos são líderes em quase todas as soluções

Eles **combinam presença digital e física**, o que exige integração de processos, sistemas de gestão, meios de pagamento e relacionamento com o cliente. Isso os leva a adotar mais ferramentas digitais para dar conta da operação multicanal.

SOLUÇÕES DE RH AINDA SÃO NEGLIGENCIADAS

Menos de 12% das empresas usam ferramentas de gestão de pessoas

Independentemente do porte, setor ou modelo de operação, **a adesão às soluções de RH é baixa em todos os perfis**. Isso indica que a gestão de talentos, recrutamento, avaliação de desempenho e cultura organizacional ainda são pontos frágeis nos pequenos negócios. A falta de uso dessas soluções pode gerar maior rotatividade, baixa produtividade e dificuldade em formar equipes qualificadas — um gargalo para o crescimento sustentável.



ADOÇÃO DE INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)

Entre as diversas soluções digitais utilizadas nos negócios, a Inteligência Artificial (IA) tem ganhado destaque mundial como uma ferramenta capaz de transformar modelos de gestão, atendimento, marketing e até mesmo inovação de produtos. Mas como essa revolução tecnológica está chegando aos pequenos negócios de Mato Grosso?

A realidade mostra que **apenas 17% dos empresários** entrevistados afirmaram utilizar tecnologias baseadas em IA, um número que, embora ainda baixo, revela um movimento inicial de transformação digital.

QUEM ESTÁ MAIS PREPARADO PARA ADOTAR A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL (IA)?

Os dados mostram que o uso de IA é mais comum entre empresas com características específicas:

01

Porte da empresa

As **Microempresas (ME)** lideram com **32,6%** de adesão à IA. Entre os **MEIs**, o uso é bem menor: **apenas 4%**. Essa diferença reflete **a capacidade estrutural e financeira**: microempresas geralmente têm mais processos internos que se beneficiam da IA, enquanto o MEI, mais enxuto, foca no operacional básico e imediato.

02

Empresas maiores ou mais estruturadas adotam mais IA

Empresários com pós-graduação (75%) e **ensino superior completo (41%)** utilizam mais IA. O maior grau de instrução pode facilitar o entendimento sobre o potencial da tecnologia e aumentar a confiança para investir e testar novas ferramentas.

03

Maturidade do negócio

Empresas com **mais de 10 anos** lideram a adoção (32%), mostrando que a **experiência de mercado e o histórico de organização** pesam na decisão de incorporar inovação. Negócios mais maduros também tendem a ter mais clareza dos **benefícios de produtividade e controle** que a IA pode oferecer.

ONDE A IA JÁ VIROU REALIDADE?

Setores com maior uso

56%

Tecnologia da Informação (TI)

A IA já faz parte da rotina desse setor, com uso em automação de processos, análise de dados e atendimento ao cliente.

28%

Indústria

24%

Agropecuária

Enfrentam desafios de produtividade, logística e controle — e encontram na IA uma aliada poderosa para resolver esses problemas.

Segmentos que vêm se destacando

48%

Varejo

43%

Consultorias

43%

Designers

Mesmo em áreas criativas ou voltadas ao atendimento ao público, a IA vem ganhando espaço — seja para melhorar o marketing, prever tendências ou agilizar o relacionamento com o cliente. Isso mostra que **IA não é só para empresas "tecnológicas"**, mas pode ser útil em qualquer negócio.

COMO A FORMA DE OPERAR IMPACTA A ADOÇÃO DA IA?

Perfil do empresário

Empresários com **mais de 55 anos (28%)** e **entre 45 a 54 anos (23%)** lideram a adoção de IA, **contrariando a ideia comum** de que a tecnologia é mais usada pelos jovens. A experiência acumulada e o olhar estratégico parecem ter mais influência na decisão de adotar IA do que a idade. **Esse dado quebra um estereótipo** e mostra que visão de futuro é construída com maturidade e aprendizado.

Modelo de operação

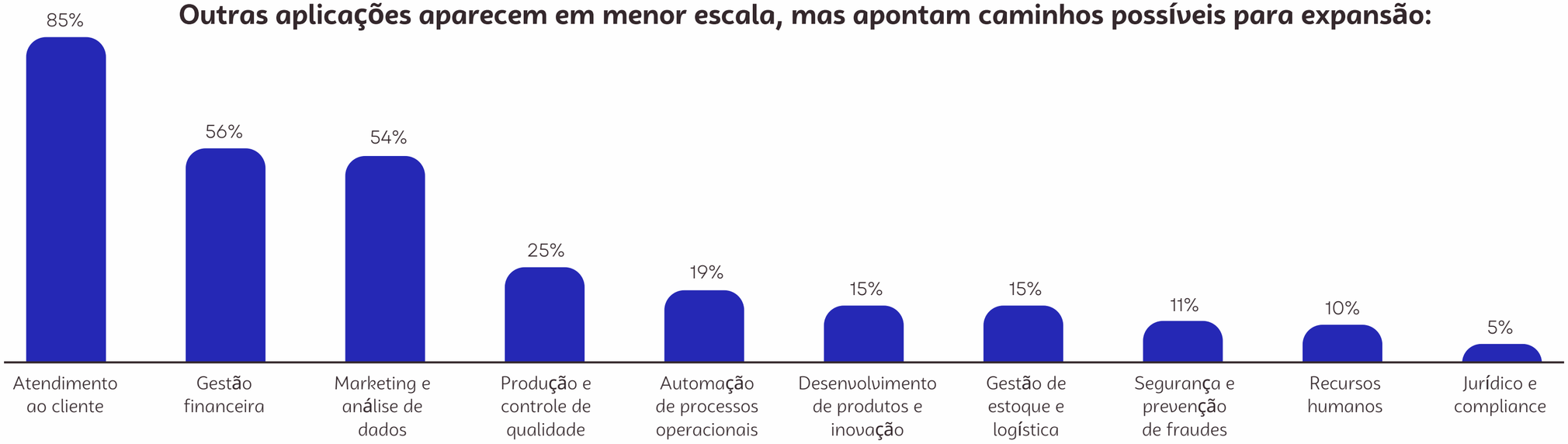
Empresas com atuação **online (33%) e híbrida (30%)** usam mais IA do que as presenciais. Isso acontece porque esses modelos de operação já demandam **integração tecnológica**, atendimento digital, automações e presença em múltiplas plataformas — contextos ideais para a aplicação de IA.

PARA QUE OS PEQUENOS NEGÓCIOS ESTÃO USANDO A INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL?

Esse cenário nos leva a investigar mais profundamente como a IA está sendo utilizada, quais são os desafios para sua expansão, e como o Sebrae/MT pode atuar como um facilitador na jornada de digitalização dos pequenos negócios.

Entre os empresários que já utilizam Inteligência Artificial, há uma clara preferência por aplicações voltadas à **eficiência operacional e melhoria do atendimento ao cliente**: Atendimento ao cliente 85%; Gestão financeira 56%; Marketing e análise de dados 54%. Isso mostra que o foco inicial da IA é **resolver problemas do dia a dia**, como melhorar a comunicação com os clientes, controlar melhor o dinheiro e entender o comportamento do mercado.

Outras aplicações aparecem em menor escala, mas apontam caminhos possíveis para expansão:



O QUE CADA TIPO DE EMPRESA PRIORIZA AO USAR A IA?

Por porte da empresa:

ME

forte foco em **atendimento (91%)** e **marketing (55%)** → buscando captar e fidelizar clientes.

EPP

combinam **atendimento (85%)** com **gestão financeira (59%)** → buscando maior eficiência interna.

MEI

investem em **marketing (59%)** e **atendimento (55%)**, mas com **menor uso em processos internos** → pela limitação de recursos e estrutura.

Por que isso acontece?

Empresas maiores tendem a usar a IA de forma mais estratégica e integrada, enquanto os menores focam no que é mais visível e imediato (atrair clientes e vender).

O QUE CADA TIPO DE EMPRESA PRIORIZA AO USAR A IA?

Por setor:

01

COMÉRCIO:
Atendimento (87%) e Gestão financeira (65%).

02

TI:
Marketing (100%), Qualidade (80%).

03

INDÚSTRIA:
Qualidade e Produção (80%), Logística (29%).

04

AGROPECUÁRIA:
Atendimento ao cliente (84%).

Cada setor aplica IA de forma coerente com suas **dores e objetivos**.

- A indústria busca **eficiência e controle de produção**.
- O comércio e o agro buscam **proximidade com o cliente**.
- TI aplica IA em quase tudo — pela **própria natureza do setor**.

O QUE CADA TIPO DE EMPRESA PRIORIZA AO USAR A IA?

Por modelo de operação:

PRESENCIAIS:

Atendimento automatizado (94%). **Empresas presenciais** usam IA principalmente para melhorar o atendimento direto ao cliente.

HÍBRIDO:

Atendimento (79%), Gestão financeira (45%), Inovação (24%). **Modelos híbridos**, mais complexos, precisam de **ferramentas integradas** para funcionar bem.

ONLINE:

Segurança (39%), Controle de qualidade (44%), Marketing (50%). Negócios **100% digitais** priorizam **segurança, controle de qualidade e marketing digital** — elementos centrais no ambiente online.

O uso da Inteligência Artificial entre os pequenos negócios ainda está concentrado nas funções **mais visíveis e imediatas** (como atendimento e marketing), **mas há grande espaço para expansão** em áreas estratégicas como **logística, inovação, controle de qualidade e recursos humanos.**

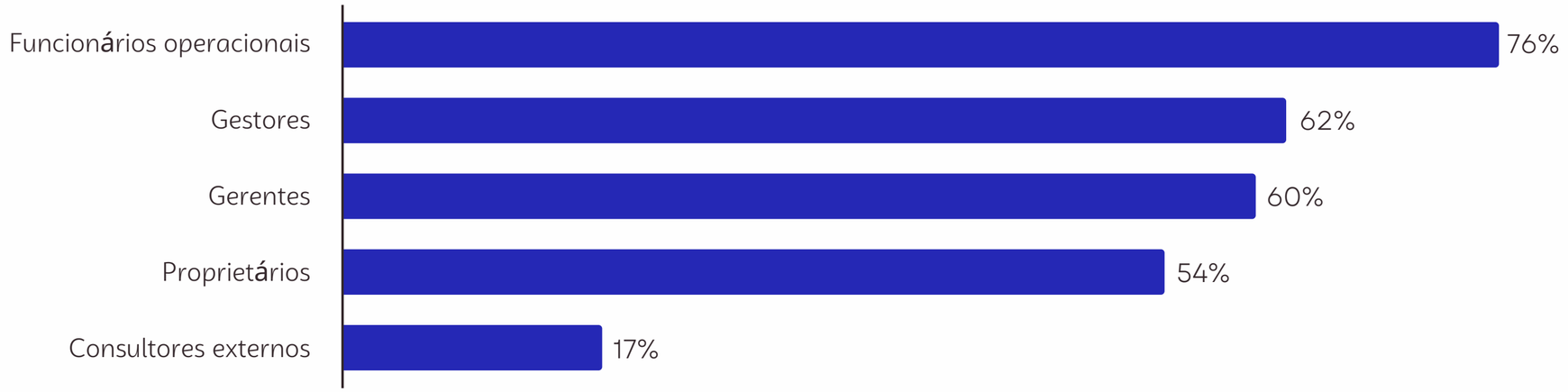
O **porte** da empresa, o **setor**, o **modelo de operação** e até o **perfil do empreendedor** influenciam diretamente como a IA é usada. O Sebrae pode ser o **facilitador dessa jornada**, ajudando os pequenos negócios a **explorar novas aplicações, qualificar suas equipes e ganhar produtividade com inteligência**.

COMO A IA ESTÁ INTEGRADA AO DIA A DIA DAS PEQUENAS EMPRESAS?

Entre os empresários que utilizam Inteligência Artificial, **77% fazem uso diário da tecnologia**, demonstrando forte integração da IA nas rotinas de trabalho. Apenas **9% utilizam ocasionalmente** e **6% semanalmente**.

A IA já está incorporada **às atividades operacionais e estratégicas** das empresas que a adotaram, tornando-se uma aliada no funcionamento do negócio.

Quem usa a IA dentro das empresas?



O uso da IA está sendo **internalizado nas rotinas das equipes** e não restrito apenas à liderança ou à consultoria externa. Isso fortalece a cultura digital e gera impacto direto na produtividade.

CONHECIMENTO SOBRE IA E NÍVEIS DE AUTONOMIA DA TECNOLOGIA

Nível de conhecimento dos empresários:

67%

se dizem com conhecimento médio → já utilizam IA, mas ainda estão aprendendo.

10%

possuem conhecimento muito alto → geralmente presentes em empresas com mais de 10 anos, que contam com especialistas.

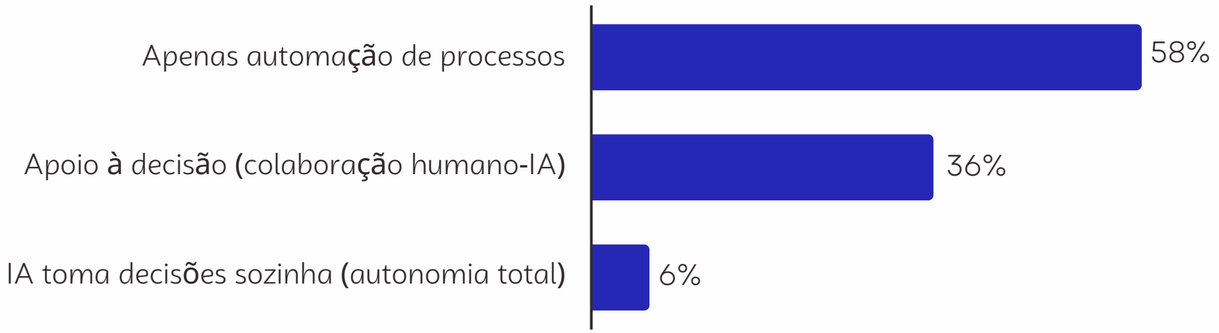
23%

têm conhecimento baixo ou nenhum → apontando para uma **lacuna de capacitação digital**.

Oportunidade:

O Sebrae/MT pode atuar como agente formador para ampliar o conhecimento técnico dos empresários e equipes, ajudando a democratizar o acesso à IA.

Nível de autonomia da IA nas empresas



OBSERVAÇÃO RELEVANTE:

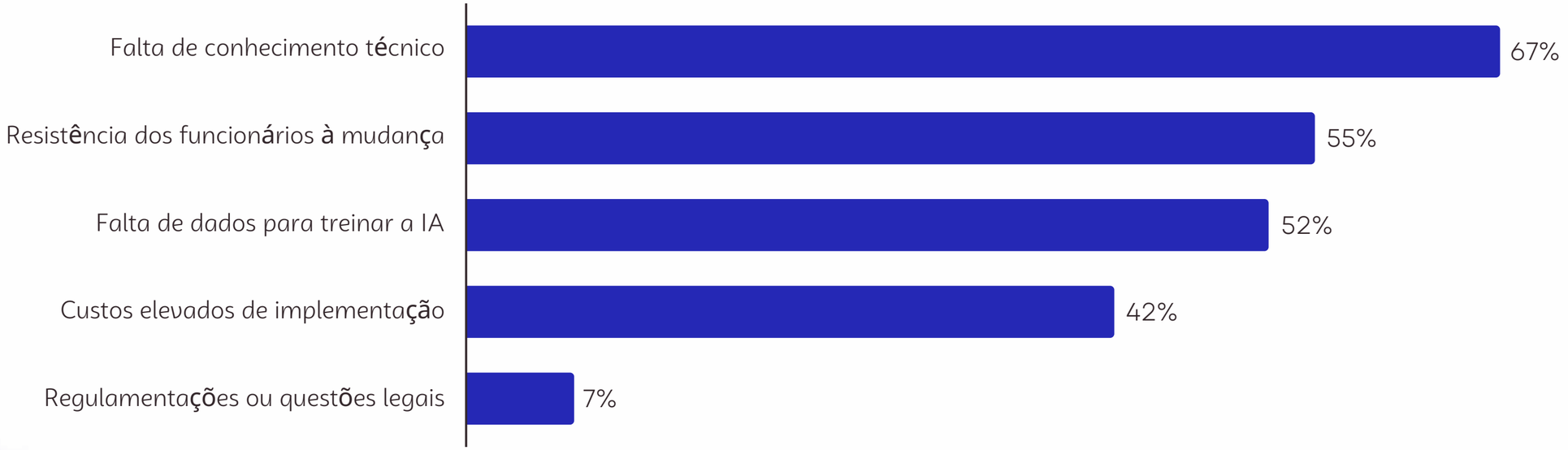
As empresas que permitem que a IA tome decisões sozinha são, em sua maioria, jovens (de 6 meses a 3 anos de mercado). Isso sugere que **novos negócios estão mais abertos a inovações profundas e menos resistentes à automação total**. Negócios iniciantes parecem ver a IA como **parte central de sua estrutura**, enquanto empresas mais tradicionais ainda mantêm **cautela quanto à delegação de decisões**.

DESAFIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DA IA

A integração da Inteligência Artificial nas pequenas empresas está evoluindo rapidamente. Ela já é usada diariamente, por diferentes níveis hierárquicos, e começa a apoiar — ou até substituir — decisões humanas em empresas mais jovens.

No entanto, o conhecimento técnico ainda é limitado entre os empresários que utilizam IA, 54% relataram ter enfrentado dificuldades significativas durante o processo de implementação.

As dificuldades mais recorrentes incluem:



PORTE

MEIs são os mais afetados por **custos (70%) e questões legais**, mas enfrentam baixa resistência cultural (20%), o que indica abertura à inovação, desde que viável financeiramente. Enquanto que as **MEs e EPPs** sofrem com **dificuldades técnicas (~60-70%) e resistência interna (>58%)**, mesmo com menor impacto de custo. Empresas mais maduras encaram barreiras estruturais.

TEMPO DE EMPRESA

Empresas iniciantes (<3 anos) relatam **altos custos (77%) e preocupações legais**, refletindo as dificuldades iniciais de digitalização. Já **empresas consolidadas (>10 anos)** concentram seus **desafios em limitações técnicas (78%)**, muitas vezes ligadas a sistemas legados.

DESAFIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DA IA

A análise cruzada revela que os principais desafios enfrentados variam significativamente de acordo com o porte, setor, tempo de empresa, modelo de negócio e faixa-etária dos empresários:

MODELOS DE NEGÓCIO

Modelos híbridos enfrentam o maior nível de resistência cultural (84%) e altos custos — uma combinação típica de empresas em transição digital. **Modelos online**, por outro lado, têm menor dificuldade técnica, mas se destacam em **preocupações regulatórias (16,7%).**

FAIXA ETÁRIA

100% dos **Jovens empresários (18-24)** relatam terem **dificuldades técnica e com dados**, mas nenhuma resistência ou custo, indicando falta de estrutura, mas alta motivação. **Empresários entre 25-34 anos** estão no momento de investimento e estruturação, com destaque em **barreiras financeiras (87.5%)**. **Sêniores (55+) lidam com as maiores resistências culturais (76%)** e desafios com qualidade de dados, mostrando necessidade de apoio em gestão da mudança.

DESAFIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DA IA

Ao cruzar as principais dificuldades com as áreas onde a IA é usada, é possível entender padrões críticos e identificar onde o apoio deve ser mais direcionado:

Dificuldade técnica é mais presente justamente nas áreas com maior uso: **Marketing (80%)**, **Financeiro (78.4%)** e **Atendimento (70.5%)**, além do **Jurídico (75%)**, que é pouco usado, mas muito sensível à tecnologia.

Custo emerge como obstáculo nas áreas menos exploradas: **RH (71.4%)**, **Qualidade (66.7%)** e **Logística (66.7%)**, indicando barreira de entrada à digitalização nestes setores que podem ter maior potencial de expansão com apoio adequado.

Resistência à mudança concentra-se em áreas estruturais e operacionais: **Processos (80%)**, **Qualidade (70.8%)**, **Inovação (71.4%)** — demonstrando que a adoção de IA exige transformação cultural além da técnica, especialmente em funções que impactam diretamente a operação.

Problemas com dados representam gargalo em setores críticos como **Segurança (75%)**, **Qualidade (62.5%)**, **Logística (61.1%)** — indicando fragilidade na estruturação, coleta e uso de dados nestes ambientes sensíveis.

Questões legais afetam mais diretamente **Segurança (25%)** e **RH (14.3%)**, reflexo direto da LGPD e do uso de dados sensíveis. Curiosamente, o **Jurídico** reporta 0% de dificuldade regulatória, possivelmente pela maior familiaridade com aspectos normativos.

DESAFIOS NA IMPLEMENTAÇÃO DA IA

Em resumo, áreas como **RH, Logística e Qualidade** concentram o maior potencial de crescimento da IA; **Marketing e Financeiro** lideram em maturidade e retorno; e **Segurança** requer atenção específica em dados e regulação.

Estes padrões revelam a necessidade de abordagens diferenciadas por perfil empresarial e área de aplicação. MEIs precisam de apoio financeiro, empresas maduras demandam suporte técnico para modernização, e diferentes faixas etárias requerem estratégias específicas de capacitação e gestão da mudança.

RESULTADOS COM A IA

A adoção da Inteligência Artificial começa a gerar frutos entre os pequenos negócios mato-grossenses. Entre os empresários que já utilizam IA, os principais ganhos percebidos estão ligados à experiência do cliente (81%) e à redução de custos (68%). Além disso, 53% observaram aumento na produtividade, e 31% relataram melhoria na qualidade das decisões estratégicas.

As áreas de aplicação que mais concentram benefícios são:

ATENDIMENTO AO CLIENTE

com destaque para **satisfação do cliente (84%)** e **redução de custos (77%)**

FINANCEIRO

que lidera em **redução de custos (85.7%)** e **satisfação do cliente (85.7%)**, demonstrando o potencial da automação contábil e financeira.

PROCESSOS

que entrega a maior taxa de **satisfação do cliente (94.4%)** e **produtividade elevada (66.7%)**.

Esses dados indicam que os maiores retornos estão concentrados em áreas operacionais essenciais, com impacto direto no fluxo de trabalho e na eficiência.

RESULTADOS COM A IA

Nem todos os setores colhem frutos da IA com a mesma intensidade. Algumas áreas demonstram **ganhos mais qualitativos e estratégicos:**

Recursos Humanos e **Jurídico** apresentam **alta qualidade de decisão (44% e 40%)**, mas produtividade ainda limitada — o que reforça o uso da IA como suporte à tomada de decisão crítica.

Já **Marketing**, embora tenha gerado **alta produtividade (64%)** e **redução de custos (77%)**, registra **apenas 18% em melhoria nas decisões** — evidenciando um uso mais operacional e menos analítico.

Segurança, apesar de ser uma área técnica, se destaca em **satisfação do cliente (85%)**, mas enfrenta **limitações em produtividade (35%)**.

Esses padrões também reforçam os resultados da etapa anterior da pesquisa, onde áreas como **RH e Logística** foram identificadas como as que mais enfrentam dificuldades com custos e resistência cultural — o que pode estar afetando os ganhos percebidos.

RESULTADOS COM A IA

Apesar dos avanços, cerca de **8% dos empresários que utilizam IA** afirmaram **não perceber benefícios diretos até o momento.**

Essa percepção se concentra em perfis específicos:

PORTE

32% dos MEIs usuários de IA **não observaram resultados**

ÁREA DE APLICAÇÃO

essas empresas utilizam principalmente IA em **atendimento e marketing (79%)**, além de **qualidade (50%)** e **financeiro (35%)**

SETOR

a maior incidência está na **TI (40%)** e **Indústria (18%)**

Esse dado é relevante, pois mostra que mesmo em áreas com forte histórico de retorno, como atendimento e financeiro, a **ausência de resultados pode estar ligada a baixa maturidade digital**, expectativa desalinhada ou dificuldades técnicas já identificadas em outras partes da pesquisa.

PLANEJAMENTO E CAPACITAÇÃO PARA A ERA DA IA

Embora a Inteligência Artificial já esteja presente em diversas empresas, a maioria dos empresários ainda não tem ações claras de capacitação. Apenas **26% afirmam que pretendem investir em treinamento** sobre IA para seus funcionários, enquanto **67% ainda não sabem** se irão oferecer esse tipo de formação. Isso revela um cenário de incerteza e necessidade de orientação.

Quando perguntados sobre o planejamento para as transformações que a IA pode trazer, o panorama reforça essa transição inicial:

48%

48% dizem que **estão começando o planejamento**, mas ainda em estágio inicial;

42%

42% afirmam que **ainda não começaram**, mas pretendem se organizar em breve;

6%

Apenas **6%** já possuem uma **estratégia definida**;

4%

4% relatam que **não têm planos** para lidar com as transformações da IA.

PLANEJAMENTO E CAPACITAÇÃO PARA A ERA DA IA

Embora a Inteligência Artificial já esteja presente em diversas empresas, a maioria dos empresários ainda não tem ações claras de capacitação. Apenas **26% afirmam que pretendem investir em treinamento** sobre IA para seus funcionários, enquanto **67% ainda não sabem** se irão oferecer esse tipo de formação. Isso revela um cenário de incerteza e necessidade de orientação.

Quando perguntados sobre o planejamento para as transformações que a IA pode trazer, o panorama reforça essa transição inicial:

48%

48% dizem que **estão começando o planejamento**, mas ainda em es

42%

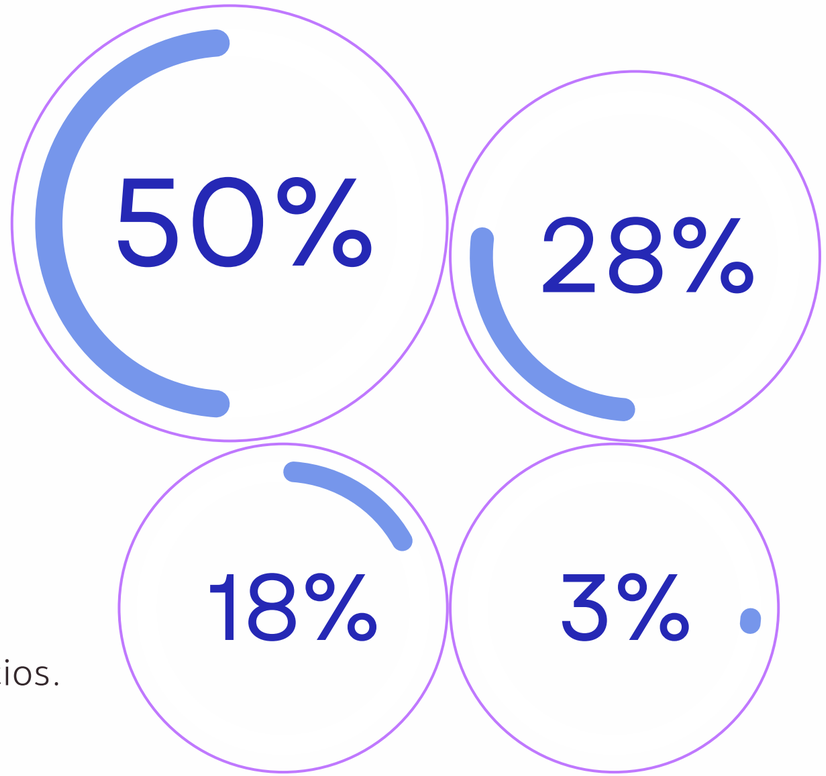
42% afirmam que **ainda não começaram**, mas pretendem se

Esses dados mostram que, embora exista uma **consciência crescente sobre a importância da IA**, poucos negócios estão, de fato, preparados ou capacitados para conduzir essa mudança. A baixa proporção de estratégias definidas (menos de 6%) reforça a necessidade de **ações estruturadas de apoio, formação e sensibilização** junto ao público empreendedor.

SENTIMENTOS E EXPECTATIVAS SOBRE A IA

Apesar do uso ainda limitado de Inteligência Artificial nos pequenos negócios, os dados indicam uma visão majoritariamente otimista sobre o futuro da tecnologia:

Metade dos empresários **(50%)** se dizem **moderadamente otimistas**, reconhecendo o potencial da IA, embora ainda tenham dúvidas sobre como usá-la.

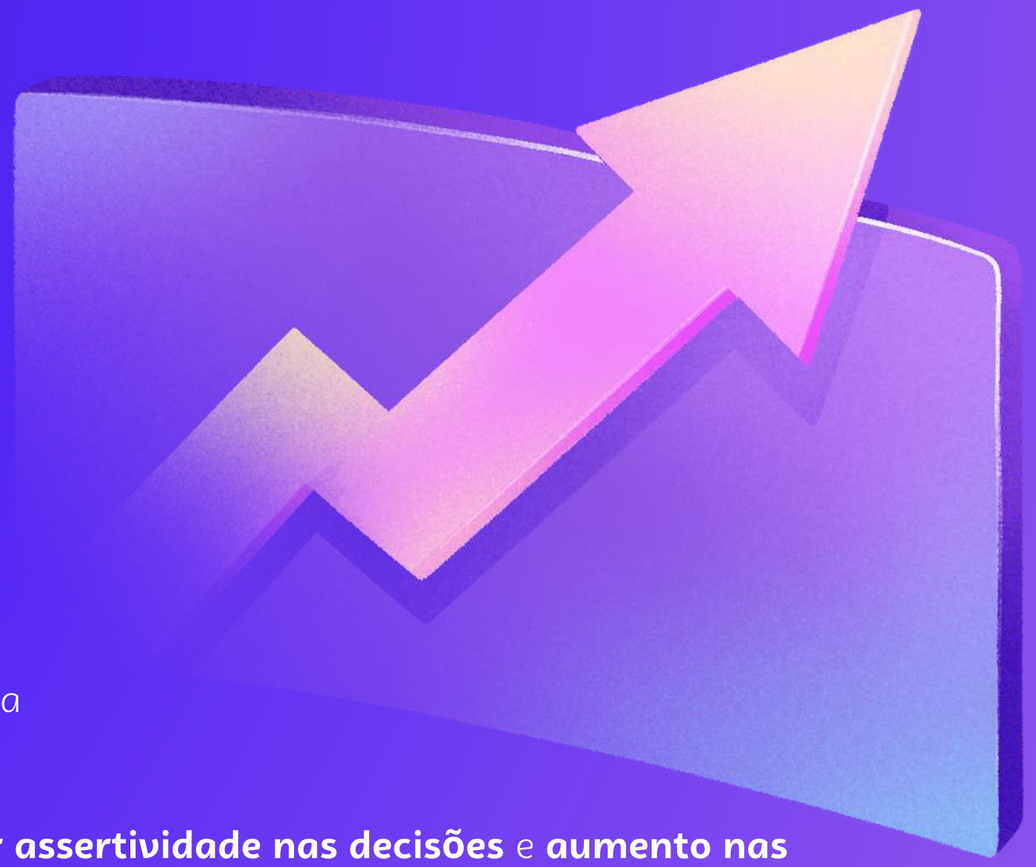


Já **28%** adotam uma postura **neutra**, pois ainda não compreendem completamente os impactos que a IA pode trazer para sua realidade.

18% estão muito **otimistas**, vendo a IA como uma grande oportunidade para seus negócios.

Apenas **3%** manifestaram **preocupação direta** com riscos ou ameaças da IA ao seu negócio.

SENTIMENTOS E EXPECTATIVAS SOBRE A IA



Quando perguntados sobre o que esperam com o avanço da Inteligência Artificial nos negócios, os empresários apresentaram grandes expectativas em termos operacionais e estratégicos:

O **aumento da produtividade** foi o item mais citado **(~25%)**, seguido de perto pela **redução de custos e erros operacionais** (~20%).

Cerca de 1 em cada 5 empresários espera **melhorar o atendimento** e a **experiência do cliente**.

Também aparecem com destaque: **automatização de tarefas**, **maior assertividade nas decisões** e **aumento nas vendas/clientes**.

Em menor escala, aparecem desejos relacionados à **inovação contínua**, **modernização** e **manutenção da competitividade.**

Observação: Poucos empresários **(3%)** demonstraram incerteza, indicando que, apesar de o cenário ser novo, há **grande otimismo quanto às possibilidades reais que a IA pode oferecer**.

E AGORA, EMPREENDEDOR? COMO USAR A IA A SEU FAVOR?

Aqui vão algumas dicas simples e diretas para você usar a IA com mais inteligência (e menos medo):

- **Comece pelo que mais te toma tempo**: Atendimento automático, lembrete de clientes, respostas nas redes sociais — tudo isso a IA já pode fazer por você com ferramentas simples e até gratuitas.
- **Use IA onde o retorno aparece mais rápido**: Marketing, gestão financeira e atendimento são as áreas que mais trazem resultados para quem já usa IA. Comece por elas!
- **Não precisa saber tudo** — só precisa querer aprender: 67% dos empresários ainda estão aprendendo sobre IA. Você não está sozinho! O importante é dar o primeiro passo.
- **Seu modelo de negócio importa, mas não limita**: Se você é MEI ou tem um negócio presencial, dá pra usar IA, sim! Comece com o que está ao seu alcance e vá crescendo aos poucos.
- **Capacite sua equipe (mesmo que ela seja só você!)**: Aprender a usar ferramentas de IA pode aumentar sua produtividade e diminuir erros. O Sebrae pode te ajudar com isso.
- **Não tenha medo da mudança**: Resistência cultural ainda trava muitos negócios. Se você está aberto a aprender, já está na frente de muita gente!
- **A IA não veio para substituir seu trabalho** — veio para te dar mais tempo para o que importa: Com a IA cuidando da parte repetitiva, você foca no que realmente faz o seu negócio crescer.

DICA BÔNUS DO SEBRAE

Se você ainda não começou, **comece pequeno, mas comece certo**. Teste uma ferramenta, participe de uma capacitação e veja como a IA pode ser sua aliada de verdade.

O Sebrae está aqui para caminhar com você nessa transformação. Vamos juntos?

A Pesquisa sobre a **Inteligência Artificial e os Pequenos Negócios em Mato Grosso** é um produto da Gerência de Inteligência Estratégica do Sebrae Mato Grosso

Lélia Rocha Abadio Brun
Diretora Superintendente

André Luiz Spinelli Schelini
Diretor Técnico

Roberto Henrique Dahmer
Diretor de Administração e Finanças

Ricardo Willian Santiago
Gerente de Inteligência Estratégica

Elaboração

Jaqueline Trentino Silva Lemos
Analista Técnica Responsável

Yann Victor Sawada Yamamoto
Designer responsável

Núcleo de Inteligência de Dados
Allan Finger
Amanda Afonso Alves
Felipe Gomes da Cruz
Hudson José Macedo