



PESQUISA QUANTITATIVA

AVALIAÇÃO DOS RESULTADOS DO PROGRAMA ALI (AGENTES LOCAIS DE INOVAÇÃO)

Análise da Percepção das Empresas Atendidas

Relatório Analítico

Março 2026



Sumário

1. Apresentação.....	3
2. Objetivo da Pesquisa.....	3
3. Metodologia e perfil das empresas atendidas.....	4
4. Resultados do Ciclo 2025.....	4
5. Onde o programa gera mais valor.....	5
6. Permanência no Ciclo.....	6
7. O desafio da implementação.....	6
8. Resultados econômicos positivos.....	7
9. Matriz FOFA – Programa ALI (Ciclo 2025).....	8
9.1. Forças.....	8
9.2. Fraquezas.....	9
9.3. Oportunidades.....	9
9.4. Ameaças.....	9
10. Considerações finais.....	10



1. Apresentação

Este relatório apresenta a análise dos resultados da pesquisa de avaliação do Programa ALI (Agentes Locais de Inovação), com foco na percepção das empresas atendidas ao longo do ciclo de 2025. A leitura dos dados busca não apenas consolidar os principais indicadores de desempenho e satisfação, mas também oferecer uma interpretação estratégica que apoie a gestão na tomada de decisões, no aprimoramento da metodologia e na potencialização dos resultados futuros do programa.

A pesquisa evidencia um cenário amplamente positivo, com forte reconhecimento da qualidade do acompanhamento realizado, alto nível de satisfação com os agentes, percepção concreta de melhorias na gestão e na produtividade dos negócios e elevado potencial de continuidade do relacionamento das empresas com o Sebrae. Ao mesmo tempo, os resultados revelam pontos importantes de atenção relacionados à permanência das empresas no ciclo, à capacidade de implementação das ações propostas e à dificuldade de mensuração objetiva de parte dos impactos econômicos.

Mais do que confirmar a efetividade do Programa ALI, os dados permitem compreender onde estão os principais ganhos gerados e, sobretudo, onde estão as oportunidades de evolução para que o programa avance em profundidade de impacto, aderência à realidade dos pequenos negócios e capacidade de demonstrar resultados ainda mais consistentes.

2. Objetivo da Pesquisa

A presente pesquisa teve como objetivo avaliar a percepção das empresas atendidas pelo Programa ALI quanto à qualidade do acompanhamento realizado, bem como identificar os impactos gerados nos negócios a partir das ações implementadas durante o ciclo do programa.

Além de mensurar o nível de satisfação com o atendimento recebido, o estudo buscou verificar o grau de adoção das práticas e ferramentas recomendadas, compreender os efeitos percebidos sobre a gestão, a produtividade, a inovação e a competitividade das empresas, e identificar resultados econômicos e estratégicos associados à participação no programa, como melhoria de processos, aumento de faturamento, ampliação da base de clientes e maior segurança na tomada de decisão.

Sob a ótica da gestão, esse tipo de avaliação é essencial porque permite não apenas validar a entrega realizada, mas também orientar ajustes metodológicos, fortalecer os



diferenciais do programa e identificar caminhos concretos para ampliar sua efetividade nos próximos ciclos.

3. Metodologia e perfil das empresas atendidas

A coleta de dados foi realizada por meio de questionário estruturado, aplicado às empresas participantes do Programa ALI. As entrevistas ocorreram por telefone, no período de 21 de janeiro a 17 de março de 2026, contemplando empresas atendidas ao longo do ciclo de 2025.

Ao todo, foram analisadas 142 empresas. O instrumento de pesquisa contemplou questões relacionadas ao perfil das empresas atendidas, avaliação do acompanhamento realizado pelos agentes, nível de adoção das práticas e ferramentas sugeridas, impactos percebidos no desempenho dos negócios e percepção de valor do programa.

A base analisada é composta majoritariamente por Microempresas (73%), seguidas por Microempreendedores Individuais – MEI (17%) e Empresas de Pequeno Porte – EPP (10%). Essa composição reforça que o programa atua, em sua maior parte, junto a negócios de estrutura enxuta, com menor disponibilidade de tempo, equipe e recursos para absorver mudanças.

Do ponto de vista setorial, predomina o atendimento a empresas do comércio (58%) e de serviços (25%), enquanto indústria (9%) e agropecuária (8%) aparecem com menor participação. Esse perfil confirma a forte aderência do ALI aos segmentos que concentram grande parte dos pequenos negócios e que apresentam elevada demanda por melhorias em gestão, organização, inovação aplicada e aumento de competitividade.

Essa leitura é importante para a gestão porque reforça que o desenho metodológico do programa precisa continuar alinhado à realidade operacional de empresas com baixa folga de tempo, estrutura reduzida e forte centralização das decisões no próprio empreendedor.

4. Resultados do Ciclo 2025

A análise consolidada dos resultados revela que o Programa ALI encerra o ciclo de 2025 com desempenho altamente favorável e com forte percepção de valor entre as empresas atendidas. Os principais indicadores demonstram que o programa não apenas entrega satisfação, mas gera reconhecimento institucional, fortalece a relação com o Sebrae e contribui de forma concreta para melhorias internas nos negócios.

Os dados mostram **NPS de 89, 95% de avaliações máximas para o acompanhamento dos agentes, 94% de percepção de ganhos em produtividade e**



100% de intenção de continuidade no uso de soluções do Sebrae. Em conjunto, esses indicadores evidenciam um programa bem avaliado, com alta credibilidade e forte capacidade de engajamento junto aos pequenos negócios.

A leitura gerencial mais importante aqui é que o ALI se posiciona como uma solução de alto valor percebido e com forte capacidade de fidelização institucional. Ou seja, além de gerar resultado técnico, o programa fortalece o vínculo das empresas com o Sebrae e cria uma base extremamente favorável para continuidade do relacionamento, encaminhamento para novas soluções e ampliação da jornada de atendimento.

Esse é um ponto estratégico central: o ALI não deve ser observado apenas como uma entrega isolada, mas como uma porta de entrada qualificada para novas frentes de desenvolvimento empresarial.

5. Onde o programa gera mais valor

Os resultados indicam que os impactos mais consistentes do Programa ALI se concentram nas dimensões operacionais e gerenciais das empresas atendidas. A percepção de ganhos em produtividade alcança 94%, o que demonstra forte capacidade do programa de melhorar a rotina dos negócios, influenciando positivamente a organização interna, o uso mais eficiente de recursos e a condução das atividades do dia a dia.

Além disso, 66% das empresas afirmaram que as ferramentas e orientações contribuíram de forma efetiva para a melhoria do negócio, enquanto 59% relataram que metas e objetivos foram plenamente alcançados. Esses percentuais mostram que a metodologia aplicada tem conseguido gerar resultados concretos e percebidos pela maioria dos participantes, especialmente naquilo que está mais próximo da gestão prática e da organização do negócio.

As mudanças mais frequentemente apontadas pelas empresas reforçam essa interpretação. A melhoria de processos internos aparece como principal transformação observada (31%), seguida pela adoção de novas tecnologias (21%) e pela melhoria na qualidade de produtos e serviços (19%). Também se destacam avanços em inovação de produtos ou serviços (17%), além de percepções relacionadas à expansão de mercado e ao fortalecimento da competitividade, ainda que em menor escala.

Em termos estratégicos, isso mostra que a principal força do ALI está em **organizar o negócio por dentro**. O programa demonstra elevada efetividade ao apoiar os empreendedores na estruturação de processos, no uso de ferramentas práticas, na incorporação de tecnologias e no fortalecimento da capacidade de gestão.

Para a gestão, esse é um posicionamento importante: a narrativa institucional do programa pode e deve ser cada vez mais consolidada em torno de sua contribuição para produtividade, organização, estruturação da gestão e inovação aplicada, pois é exatamente nessas dimensões que os resultados aparecem com maior clareza e consistência.



6. Permanência no Ciclo

Embora o desempenho geral seja muito positivo, um dos pontos que mais merece atenção na leitura dos dados é a taxa de conclusão do programa. A pesquisa mostra que 67% das empresas concluíram todas as etapas do ALI, enquanto 33% não finalizaram integralmente o ciclo.

Trata-se de um resultado bom, mas que revela uma oportunidade importante de aprimoramento. Quando aproximadamente um terço da base não conclui a jornada, parte do potencial de impacto do programa deixa de ser plenamente capturado. Isso significa que o ALI já entrega valor, mas pode entregar ainda mais se conseguir ampliar a permanência das empresas até o fim do ciclo.

Os motivos da não conclusão ajudam a esclarecer esse cenário. A falta de tempo aparece como principal fator, mencionada por 53% das empresas, seguida por mudanças internas nas empresas (26%). Em menor proporção, surgem recursos financeiros limitados (6%), dificuldades relacionadas ao gerenciamento e reestruturações internas (6%), falta de mão de obra (4%), dificuldade de conciliar o trabalho com as atividades do programa (2%) e desistência ainda no início (2%).

A leitura gerencial aqui é muito clara: o principal desafio não está na qualidade do atendimento nem na aceitação da metodologia, mas na capacidade operacional das empresas em sustentar a execução das ações em paralelo às demandas do negócio.

Isso é especialmente relevante porque a base atendida é composta majoritariamente por micro e pequenos negócios, que costumam operar com estrutura reduzida, forte centralização no empreendedor e baixa disponibilidade de tempo para absorver processos adicionais.

Diante disso, o caminho de evolução do programa não parece estar em revisar sua essência, mas em refinar a forma de condução, tornando a jornada ainda mais aderente à realidade desse público. Isso sugere a importância de trilhas mais objetivas, entregas priorizadas, metas mais enxutas por etapa, maior foco em ações de rápida aplicação e mecanismos que favoreçam a permanência ao longo do ciclo.

7. O desafio da implementação

Outro ponto importante revelado pela pesquisa diz respeito à implementação prática das ações sugeridas. Mesmo quando o acompanhamento é bem avaliado e as orientações são reconhecidas como relevantes, a capacidade de transformar recomendação em execução ainda encontra barreiras significativas dentro das empresas.

Entre os principais desafios relatados para implementação das ações estão: mão de obra (31%), planejamento (25%) e falta de recursos financeiros (22%). Também aparece, ainda que em menor escala, a insegurança para colocar as ações em prática (7%).

Esses dados mostram que o desafio não está, necessariamente, na proposta técnica do programa, mas nas condições reais que as empresas possuem para executar o que foi orientado. Em outras palavras, o ALI está entregando valor, mas parte da base



atendida ainda enfrenta limitações estruturais para converter orientação em resultado com a velocidade desejada.

Para a gestão, isso sugere uma direção importante: quanto mais simples, prática, priorizada e adaptada à capacidade real de execução for a condução metodológica, maior tende a ser o aproveitamento do programa. Isso pode significar reforçar planos de ação mais enxutos, com foco em poucas prioridades por vez, facilitar a tradução das recomendações em passos operacionais claros e estimular a construção de rotinas mínimas de acompanhamento.

Esse ajuste pode reduzir a distância entre “entender o que precisa ser feito” e “conseguir de fato colocar em prática”.

8. Resultados econômicos positivos

No campo dos resultados econômicos, a pesquisa revela um cenário positivo, embora ainda marcado por assimetrias de percepção e baixa capacidade de mensuração por parte das empresas.

Entre os respondentes, 42% afirmaram ter percebido aumento no faturamento após a participação no programa, 14% informaram que não houve crescimento e 44% declararam não saber afirmar se houve impacto direto nesse indicador.

Entre as empresas que perceberam aumento, predominam crescimentos de até 5% (58%), seguidos por incrementos entre 6% e 8% (25%), entre 9% e 10% (8%) e acima de 11% (10%).

A interpretação mais consistente desses dados é que o ALI, de fato, contribui para a geração de resultados econômicos positivos, porém esses resultados tendem a ocorrer de forma gradual e nem sempre são acompanhados por controles gerenciais suficientemente estruturados para que o empresário reconheça esse ganho com clareza.

Ou seja, o fato de 44% não saberem informar se houve impacto no faturamento não deve ser lido, necessariamente, como ausência de resultado, mas como um indício de que parte dos empresários ainda não possui instrumentos simples e consistentes de controle para identificar e comprovar esse retorno.

Esse é um dos pontos mais estratégicos para o amadurecimento do programa. A gestão pode ganhar muito ao fortalecer, dentro da própria metodologia, o uso de indicadores básicos e acessíveis, como faturamento, ticket médio, número de clientes, produtividade, custos principais e margem percebida. Isso não apenas melhora a gestão da empresa, mas também fortalece a capacidade do ALI de demonstrar evidência objetiva de valor.

Em termos institucionais, isso é decisivo: quanto mais o programa consegue mostrar resultado mensurável, mais forte se torna sua narrativa de impacto, sua legitimidade interna e sua capacidade de sustentação estratégica.

Um dos achados mais relevantes da pesquisa é que o valor percebido pelas empresas vai além das melhorias práticas ou dos efeitos imediatos no desempenho do negócio.



O principal valor apontado após a participação no programa foi a visão de crescimento e oportunidades (31%), seguido por conhecimento e aprendizado (22%), planejamento e organização (20%) e gestão e tomada de decisão (17%).

Esse conjunto de percepções revela algo muito importante: o ALI não atua apenas como um programa de orientação técnica, mas como uma experiência que amplia a visão estratégica do empreendedor sobre o próprio negócio. O programa fortalece a forma como o empresário enxerga oportunidades, organiza prioridades, pensa crescimento e toma decisões.

Esse tipo de impacto é extremamente relevante porque costuma produzir efeitos mais duradouros do que ganhos pontuais. Ele aumenta a maturidade gerencial, amplia a autonomia do empreendedor e cria bases mais sólidas para evolução futura.

Associado a isso, o dado de que 100% das empresas atendidas declararam intenção de continuar utilizando soluções do Sebrae tem altíssimo valor institucional. Isso indica que o ALI não apenas resolve demandas, mas gera confiança, pertencimento e abertura para continuidade do relacionamento.

Para a gestão, esse é um sinal muito forte de que o encerramento do ciclo não deve ser tratado como ponto final, mas como um momento estratégico de transição para novas soluções. A pesquisa mostra que há demanda concreta por continuidade, especialmente em temas como marketing, vendas e captação de clientes, gestão financeira, custos e fluxo de caixa, inovação, tecnologia e automação, além de temas jurídicos, fiscais e tributários.

A recomendação implícita aqui é clara: estruturar um fluxo de encaminhamento mais intencional no pós-ciclo pode ampliar significativamente o efeito acumulado do ALI e potencializar o alcance institucional do Sebrae.

9. Matriz FOFA – Programa ALI (Ciclo 2025)

9.1. Forças

O ciclo de 2025 evidencia um conjunto robusto de forças que posicionam o Programa ALI como uma entrega de alto valor. O elevado reconhecimento da qualidade do acompanhamento, com 95% de avaliações máximas, demonstra consistência na atuação dos agentes e forte aceitação da metodologia junto às empresas. O NPS de 89 reforça esse cenário, traduzindo alta recomendação, credibilidade e confiança no programa.

A percepção de ganhos em produtividade, que alcança 94%, confirma que os efeitos do ALI são concretos e percebidos no dia a dia das empresas, especialmente em aspectos ligados à organização, à eficiência e à melhoria de processos. Soma-se a isso a comunicação amplamente positiva com os agentes, com 89% de nota máxima, além da geração de valor em dimensões estratégicas como planejamento, aprendizado, visão de crescimento e tomada de decisão.

Outro ponto de destaque é a intenção unânime de continuidade com soluções do Sebrae, demonstrando que o ALI cumpre também um papel relevante de fidelização institucional e de abertura para novas jornadas de atendimento.



9.2. Fraquezas

Apesar do desempenho positivo, alguns pontos limitam a profundidade potencial dos resultados e merecem atenção. O principal deles é a taxa de não conclusão do ciclo, que atinge 33% da base. Embora a maioria conclua o programa, esse percentual indica que uma parcela importante das empresas não chega a vivenciar toda a jornada proposta, o que reduz a intensidade dos impactos que poderiam ser alcançados.

Outro aspecto relevante é a dificuldade de mensuração dos resultados econômicos: 44% das empresas não conseguem afirmar se houve impacto no faturamento, o que enfraquece a capacidade de evidenciar objetivamente o retorno do programa. Além disso, 41% relataram alcance apenas parcial das metas e objetivos, sinalizando espaço para maior consolidação das ações e melhor sustentação da implementação.

Também se observa dependência significativa da capacidade interna das empresas para execução efetiva das orientações, o que pode limitar resultados quando a estrutura do negócio é mais frágil. Em termos territoriais, a concentração mais elevada dos atendimentos em determinados municípios também sugere oportunidade de maior equilíbrio na distribuição da atuação.

9.3. Oportunidades

Os dados revelam oportunidades consistentes para o fortalecimento do programa nos próximos ciclos. Uma das principais é consolidar o ALI como porta de entrada para soluções complementares do Sebrae, aproveitando a elevada satisfação e a forte intenção de continuidade já demonstradas pelas empresas.

Há também espaço para estruturar jornadas de continuidade mais intencionais, conectando o encerramento do ciclo às demandas já manifestadas pelos empresários, especialmente em áreas como vendas, marketing, finanças, inovação e gestão. Outra oportunidade estratégica está na incorporação de indicadores simples e padronizados, capazes de ampliar a visibilidade dos resultados econômicos e tornar o valor do programa ainda mais tangível.

A pesquisa também aponta espaço para refinar a condução metodológica conforme o nível de maturidade e a capacidade de execução dos negócios, tornando a jornada mais aderente à realidade operacional das micro e pequenas empresas. Além disso, a disseminação de boas práticas entre agentes e territórios e a expansão do programa em municípios com menor representatividade podem ampliar o alcance e a consistência institucional da iniciativa.

9.4. Ameaças

Entre as ameaças externas e estruturais, destaca-se a sobrecarga operacional dos pequenos negócios, que compromete adesão, permanência e capacidade de implementação das ações propostas. Como a base atendida é formada



majoritariamente por empresas de estrutura enxuta, é natural que limitações de tempo, equipe e recursos financeiros impactem diretamente o aproveitamento do programa.

Também merece atenção a baixa maturidade gerencial presente em parte da base, que pode dificultar tanto a execução das recomendações quanto a mensuração dos resultados alcançados. Há ainda o risco de subvalorização dos impactos financeiros quando o empresário não possui controles básicos de gestão, o que pode enfraquecer a percepção de retorno mesmo quando os ganhos existem.

Por fim, existe a possibilidade de que resultados de médio prazo sejam avaliados sob expectativa de retorno imediato, o que pode gerar leitura reduzida do impacto real do programa se não houver uma comunicação clara sobre a natureza gradual de parte dos efeitos produzidos.

10. Considerações finais

Em perspectiva consolidada, os resultados da pesquisa confirmam que o Programa ALI encerra o ciclo de 2025 com elevado grau de consistência, relevância e valor percebido, posicionando-se como uma iniciativa estratégica de forte contribuição ao desenvolvimento dos pequenos negócios.

O programa demonstra capacidade clara de gerar melhorias estruturantes, fortalecer a gestão, elevar a produtividade, ampliar a visão estratégica dos empresários e consolidar uma relação positiva e duradoura com o Sebrae. Trata-se de uma entrega que já apresenta sinais robustos de maturidade institucional e efetividade prática.

Ao mesmo tempo, os dados indicam que o próximo estágio de amadurecimento do programa está menos associado à necessidade de revisar sua proposta central e mais relacionado ao refinamento de mecanismos que ampliem a permanência das empresas, facilitem a implementação das ações e tornem os resultados ainda mais evidentes e mensuráveis.

A ampliação da aderência da jornada à realidade operacional dos pequenos negócios, associada ao fortalecimento de indicadores objetivos de desempenho e a uma lógica mais estruturada de continuidade pós-ciclo, surge como o caminho mais natural para potencializar os impactos já observados.

Em síntese, o ciclo de 2025 evidencia que o Programa ALI já se encontra consolidado como uma solução de alto valor para os pequenos negócios. A leitura estratégica dos resultados sugere que há, agora, uma oportunidade consistente de avançar de um programa amplamente reconhecido por sua qualidade e utilidade para um modelo ainda mais robusto em profundidade de impacto, capacidade de demonstração de resultados e integração com a jornada de desenvolvimento empresarial promovida pelo Sebrae.

De forma sintética, os dados mostram que o Programa ALI é altamente bem avaliado, gera impacto concreto sobretudo em produtividade, organização e gestão, fortalece o vínculo das empresas com o Sebrae e possui grande potencial de continuidade institucional. O principal desafio para os próximos ciclos não está na qualidade da entrega, mas em ampliar a permanência das empresas, facilitar a



implementação das ações e fortalecer a mensuração dos resultados econômicos. O programa já demonstra alto valor; o próximo passo é torná-lo ainda mais aderente à realidade operacional dos pequenos negócios e mais forte em evidência objetiva de impacto.



A Pesquisa de **Avaliação dos Resultados do Programa ALI – Ciclo 2025** 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

Jaqueline Trentino Silva Lemos
Analista Técnica Responsável

Clara Nazario
Analista responsável

Núcleo Inteligência de Dados

Allan Finger Candido
Amanda Afonso Alves
Tayane Emanuely