

*Pesquisa Quantitativa*

Maio 2026

# Startups em Mato Grosso



## Objetivo da Pesquisa

A **Pesquisa Startups Mato Grosso 2026** foi desenvolvida para compreender o perfil, os desafios, o estágio de maturidade e as necessidades das startups presentes no estado.

Mais do que mapear negócios, o estudo busca entender quem são os empreendedores por trás dessas iniciativas, como essas startups estão crescendo, quais barreiras enfrentam e quais caminhos podem fortalecer o ecossistema de inovação mato-grossense.

A pesquisa também contribui para apoiar estratégias de desenvolvimento, políticas de incentivo, programas de aceleração e ações de fortalecimento do empreendedorismo inovador em Mato Grosso.

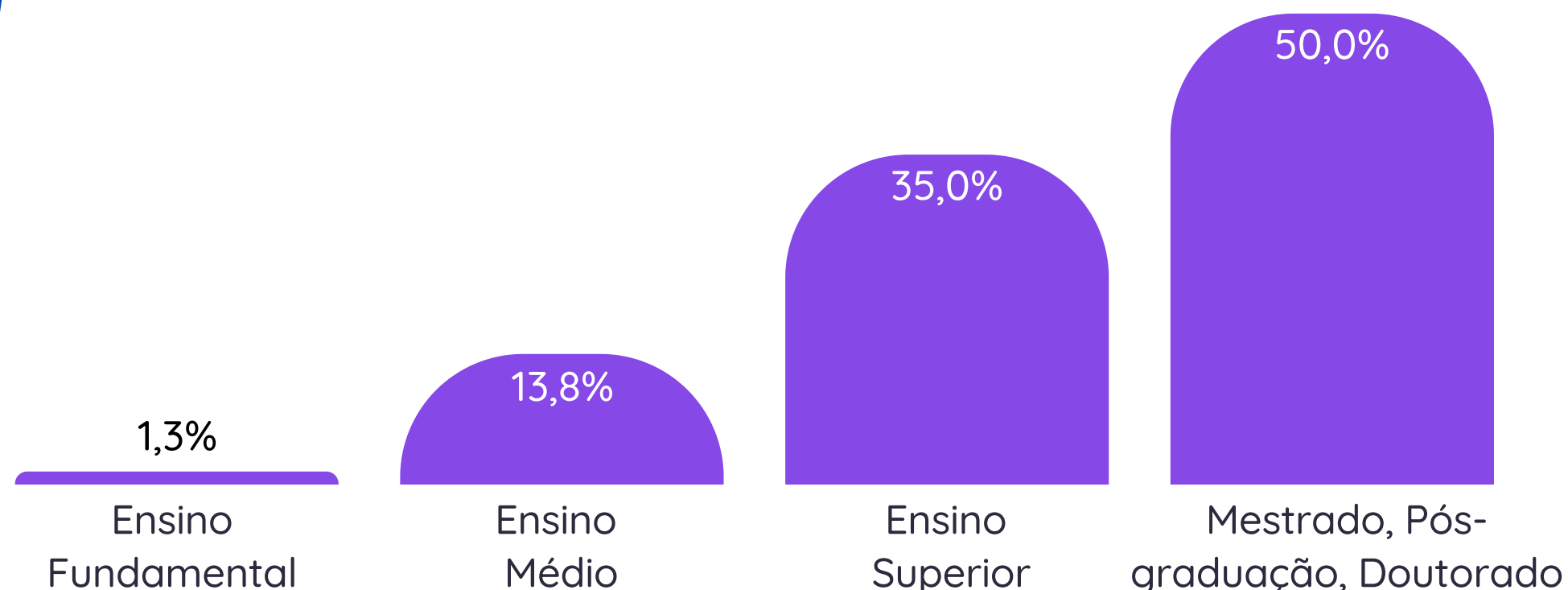
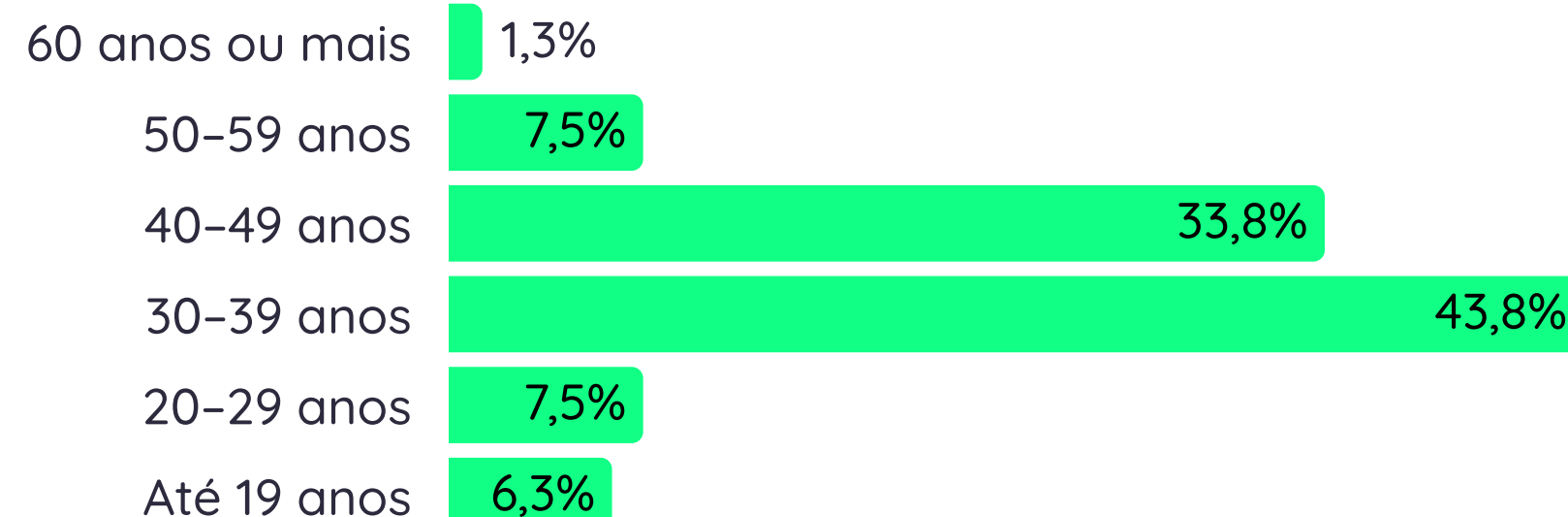
# Quem está construindo esse Ecossistema?

Antes de olhar para as startups como negócios, a pesquisa revela quem são as pessoas que estão conduzindo essas iniciativas em Mato Grosso.

O ecossistema aparece fortemente liderado por empreendedores em uma fase mais madura da vida profissional: **43,8%** têm entre 30 e 39 anos e outros **33,8%** possuem entre 40 e 49 anos.

O nível de escolaridade também chama atenção. Metade dos gestores possui pós-graduação, mestrado ou doutorado, enquanto **35%** têm ensino superior.

O dado sugere um ecossistema formado por profissionais altamente qualificados e com forte bagagem técnica.

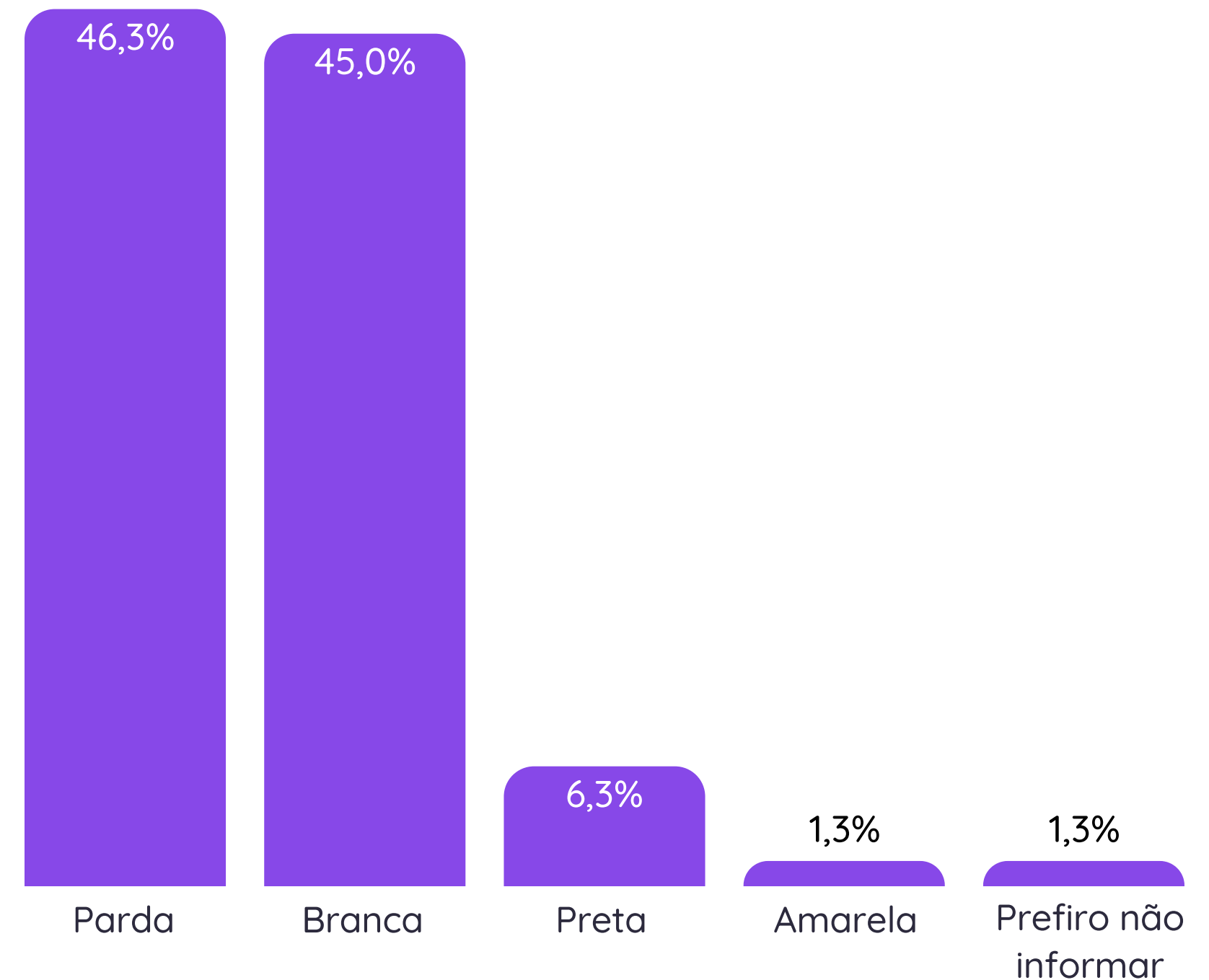


Quando o olhar vai para a diversidade, o perfil ainda mostra predominância masculina: **68,8%** dos gestores são homens, enquanto **31,2%** são mulheres.

No recorte racial, há concentração entre gestores pardos (**46,2%**) e brancos (**45%**). Gestores pretos representam **6,25%** da base.

Já em relação à diversidade LGBTQIAPN+, **6,25%** dos respondentes se identificaram dentro desse grupo.

O percentual de gestores com deficiência aparece em **3,7%**, incluindo relatos de deficiência motora, visual e psicossocial.



## Experiência Empreendedora anterior

Quando a análise deixa o perfil pessoal dos gestores e começa a se aproximar da trajetória empreendedora, surge uma camada importante do ecossistema: boa parte dos fundadores não chegou ao universo das startups partindo do zero.

Entre os respondentes, **60,1%** já tiveram alguma experiência empreendedora anterior. Desses, **33,8%** ainda mantêm outra atividade empreendedora em paralelo, enquanto **26,2%** já empreenderam antes, mas não possuem mais o negócio anterior.

O dado sugere que muitas startups de Mato Grosso nascem apoiadas em experiências acumuladas ao longo da trajetória profissional e empresarial de seus fundadores.



Entre os gestores que já haviam empreendido anteriormente, **54,2%** atuaram em um ramo diferente da startup atual, enquanto **45,8%** vieram de experiências parecidas.

Parte relevante dos empreendedores migra entre setores, carregando aprendizados de outras áreas para construir novos negócios. Isso sugere um ecossistema menos linear e mais adaptável, onde experiência prévia nem sempre significa permanecer no mesmo mercado.

Ao explicarem o encerramento de experiências anteriores, os gestores revelam que o fim de um negócio raramente acontece por um único motivo.

As respostas mencionam **desafios financeiros, falta de investimento, dificuldades de gestão, baixa tração, limitações de mercado, divergências entre sócios** e até mudanças pessoais ou profissionais.

Mais do que uma narrativa de fracasso, os relatos mostram que o encerramento de um ciclo muitas vezes faz parte da própria trajetória empreendedora. **Em alguns casos, encerrar uma operação significou redirecionar energia para uma nova oportunidade com maior potencial de crescimento.**

O ecossistema mato-grossense parece nascer menos da abstração tecnológica e mais da tentativa prática de resolver problemas concretos inclusive aprendendo com experiências anteriores.

# O que motivou o surgimento dessas startups?

Ao relatarem os principais incentivos para abrir o negócio, os empreendedores apontam uma combinação de **oportunidade, autonomia, inovação e resolução de problemas reais**.

As respostas passam por dores percebidas no agro, educação, logística, tecnologia, gestão, mercado imobiliário, comunicação, serviços e outras áreas do cotidiano.

Em comum, aparece um movimento claro: transformar dificuldades observadas no mercado em soluções com potencial de crescimento.

Também surgem motivações ligadas ao desejo de empreender, independência financeira, escalabilidade e participação em programas de apoio, aceleração e inovação.



As respostas ajudam a desenhar uma característica importante das startups de Mato Grosso: muitas nascem da conexão direta entre **conhecimento prático, experiência profissional e problemas reais do território**.

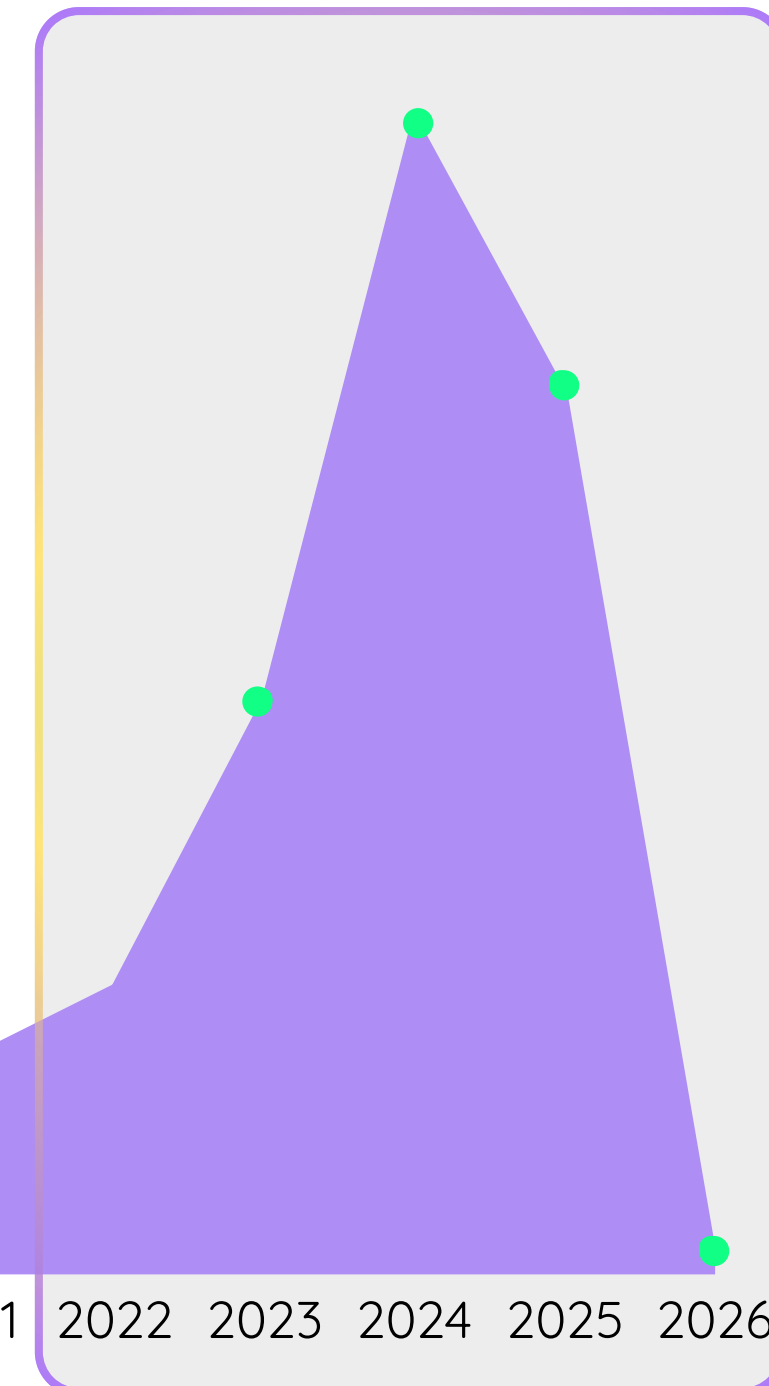
O ecossistema demonstra forte presença de empreendedores que observam gargalos do mercado, identificam oportunidades e transformam essas demandas em soluções de negócio.

Mais do que um ecossistema puramente digital, Mato Grosso começa a construir uma inovação conectada às vocações econômicas do estado e às necessidades concretas da sociedade.

# Retrato do Ecossistema

A concentração de startups criadas entre 2023 e 2025 mostra um crescimento acelerado do ecossistema de inovação em Mato Grosso.

Há um movimento recente de expansão empreendedora, impulsionado por maior acesso à tecnologia, fortalecimento de programas de inovação, popularização do modelo startup e crescimento das discussões sobre empreendedorismo inovador no estado.

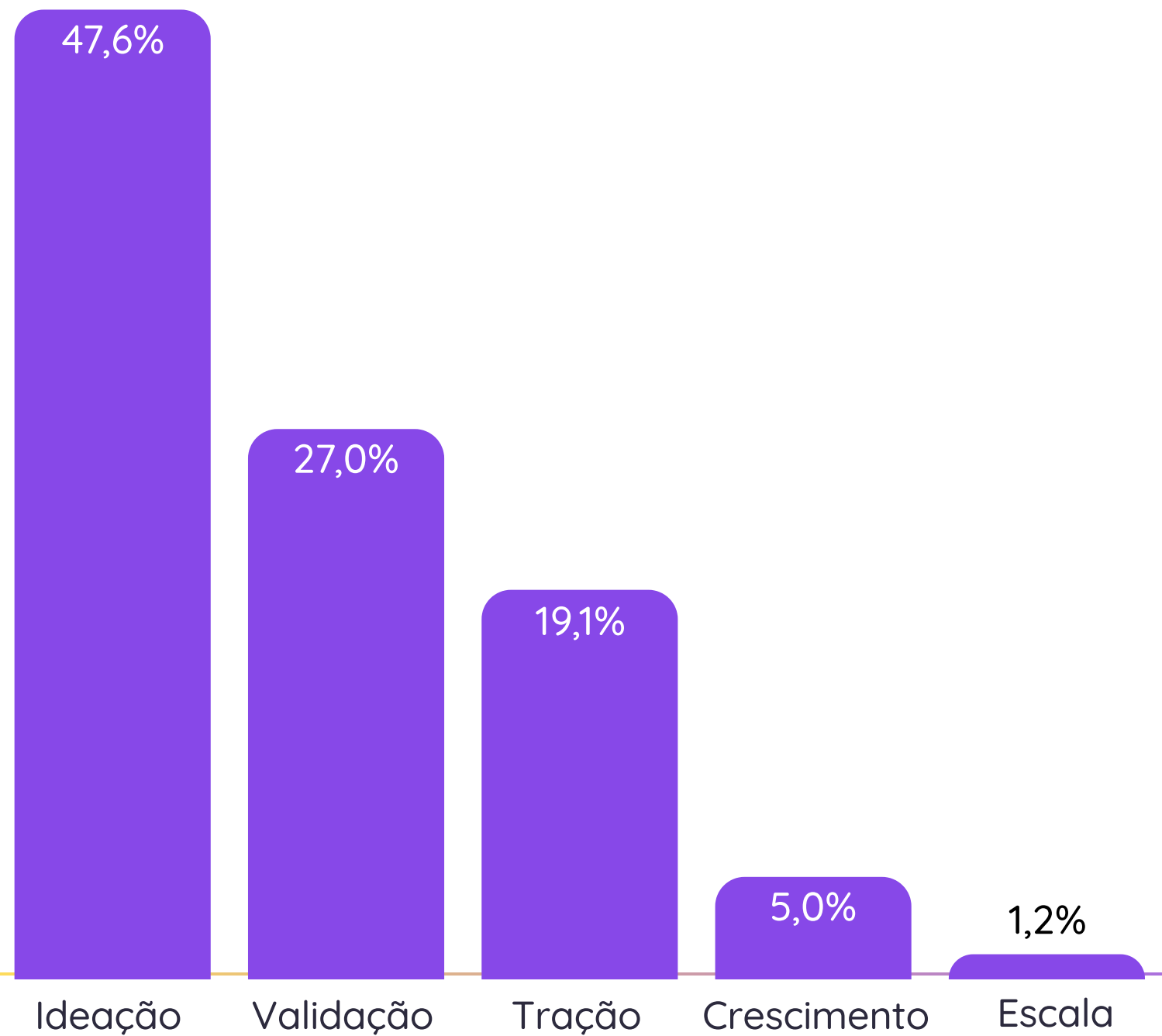


Porém, esse crescimento ainda acontece em uma base bastante inicial.

A maior parte das startups está concentrada em **ideação**, **MVP e validação**, enquanto poucas chegaram efetivamente à escala.

Além disso, embora metade das startups afirme estar crescendo, uma parcela importante relata dificuldades financeiras, operacionais e comerciais.

Isso desenha um ecossistema que cresce em quantidade, mas ainda busca consolidação em maturidade.



Os dados mostram que o ecossistema de startups de Mato Grosso vive um momento de expansão recente, descentralização territorial e diversificação setorial.

Ao mesmo tempo, o estudo revela um ambiente ainda em construção, marcado por:

Forte presença de startups em fases iniciais

Dificuldades financeiras recorrentes

Baixa consolidação de processos gerenciais

Desafios de monetização e escala

E necessidade de maior integração com redes de apoio, capital e aceleração

O levantamento também mostra que, em um ecossistema jovem, o ciclo entre nascer, testar, crescer e até encerrar operações pode acontecer de forma acelerada. Os casos de fechamento observados na pesquisa revelam que as dificuldades normalmente não surgem de um único fator isolado, mas da combinação entre pressão financeira, dificuldade de mercado, custos operacionais, burocracias e desafios internos de gestão.

Boa parte das startups ainda está tentando transformar inovação em sustentabilidade operacional.

**Apesar dos desafios, o ecossistema demonstra forte potencial de crescimento, especialmente pela combinação entre tecnologia, agronegócio, bioeconomia, educação e impacto socioambiental.**

Mais do que um ambiente puramente digital, **Mato Grosso começa a desenhar uma identidade própria de inovação: conectada às vocações econômicas do estado e aos desafios reais do território.**

# Distribuição Territorial: A Inovação Chega ao Interior

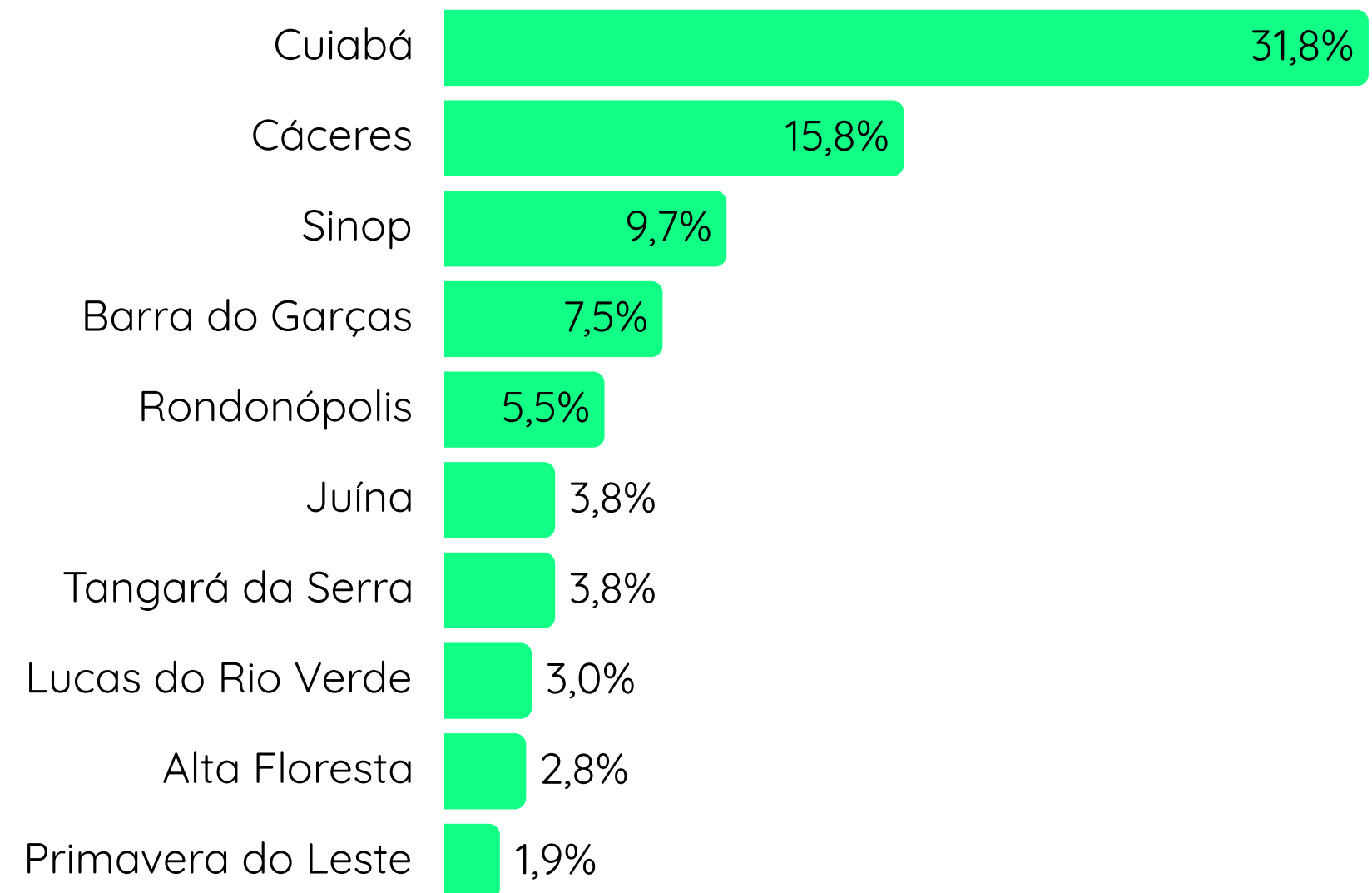
## Além da Capital

A distribuição territorial mostra que o ecossistema de inovação já ultrapassa os limites da capital.

Embora Cuiabá concentre o maior volume de startups, municípios do interior também aparecem com participação relevante, como Cáceres, Sinop, Barra do Garças e Rondonópolis.

Esse movimento mostra uma interiorização gradual da inovação em Mato Grosso, conectada às características econômicas e produtivas de diferentes regiões do estado.

## Top 10 Municípios - Concentração de Statups



Mesmo sendo um ecossistema jovem, muitas startups já operam além do município de origem.

# 62,5%

## Atuação Multiterritorial

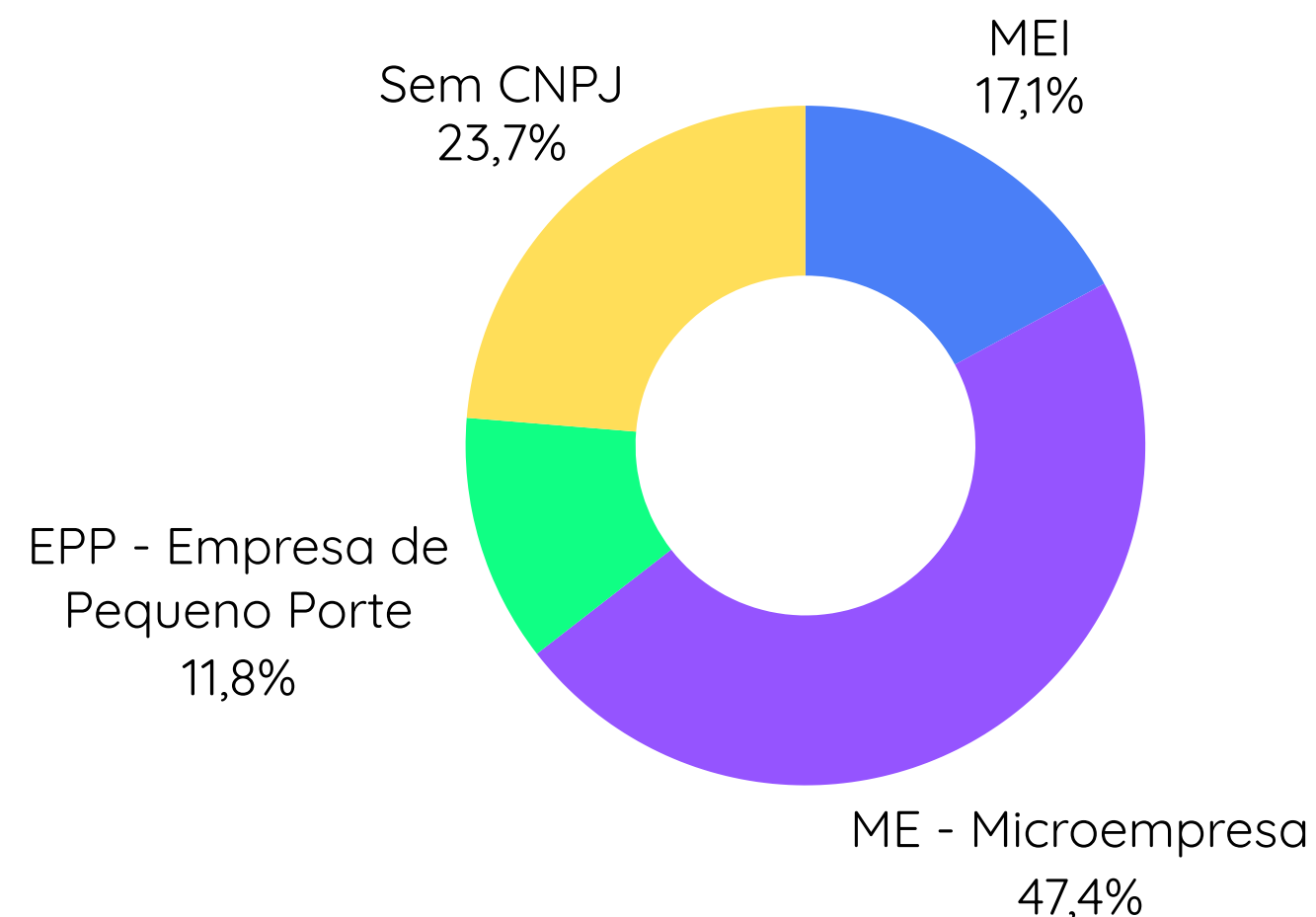
Das startups respondentes, afirmam atuar em mais de uma cidade, indicando uma lógica inicial de expansão territorial.

# 85%

## Equipes Pequenas

A maioria das startups possui equipes pequenas, com até 5 colaboradores

Ao mesmo tempo, o retrato estrutural mostra negócios ainda pequenos e em fase de consolidação. Entre as startups respondentes:



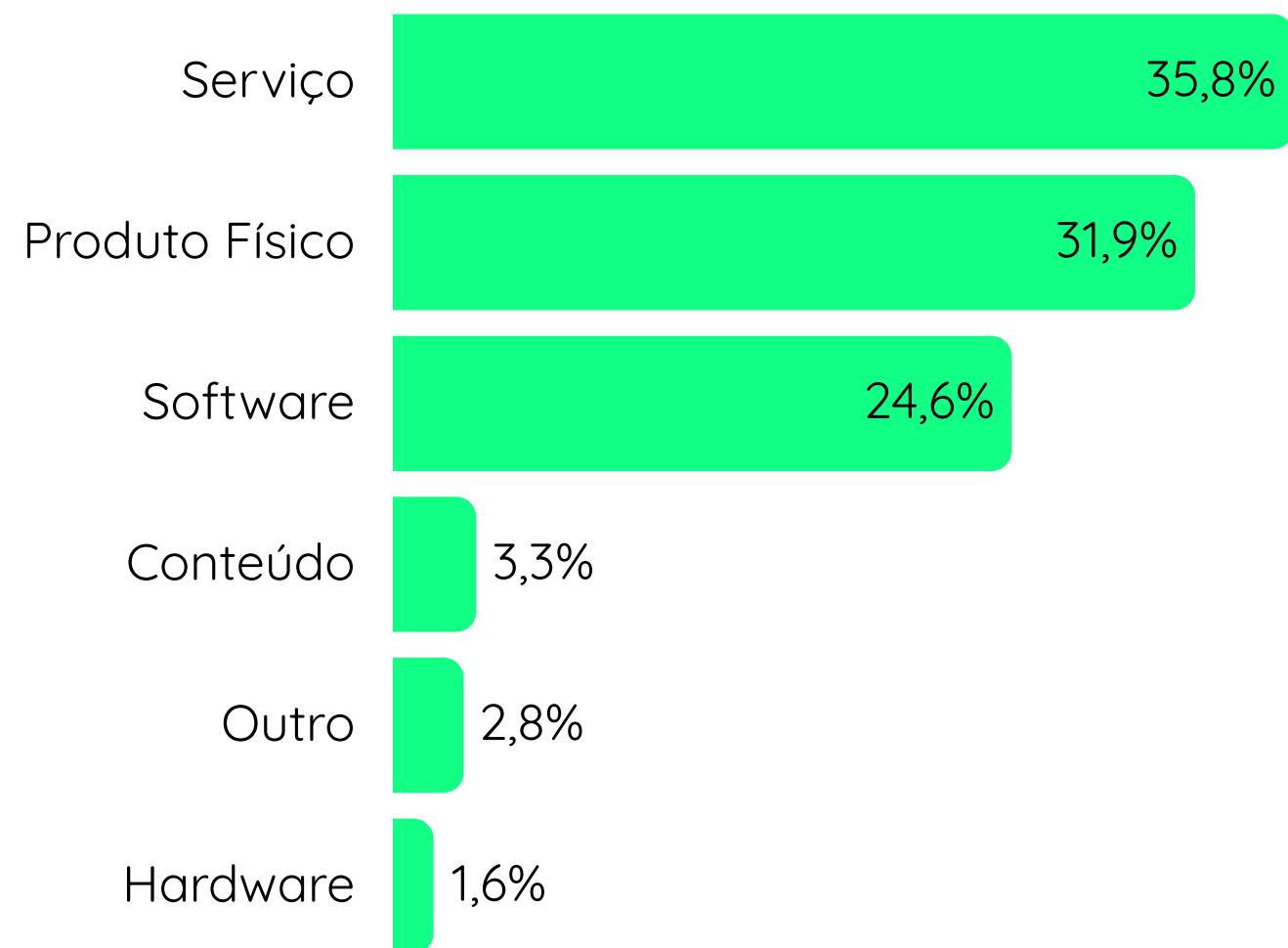
O número de sócios reforça essa leitura. Grande parte das startups funciona apoiada em estruturas societárias reduzidas, muitas vezes concentradas em uma ou poucas pessoas.

**O ecossistema demonstra capacidade de expansão, mas ainda sustentado por estruturas bastante enxutas.**

## O que essas startups oferecem ao mercado?

Após compreender o estágio de maturidade das startups, a pesquisa passou a explorar aquilo que elas efetivamente entregam ao mercado: seus produtos, soluções e propostas de valor.

Os principais produtos oferecidos se dividem entre serviços (**35,8%**), produtos físicos (**31,9%**) e software (**24,6%**). Temos um ecossistema relativamente diverso. Embora as soluções digitais tenham presença importante, o cenário não é formado apenas por startups de software.



Quando analisamos o portfólio secundário, quase metade das startups (**49,6%**) afirma não possuir outra linha complementar de oferta.

Parte das startups começa a ampliar sua proposta de valor não apenas pelo produto principal, mas também pela experiência e pelos serviços que orbitam em torno dele.

# Que problemas essas startups tentam resolver?

Quando os empreendedores descrevem os problemas que suas startups procuram resolver, o ecossistema ganha uma dimensão mais concreta.

As respostas mostram que muitas startups parecem surgir justamente onde existem gargalos reais da economia e da rotina mato-grossense.



## Agronegócio

O agronegócio aparece com força, com soluções ligadas à coleta de solo, gestão rural, silos, pecuária, biomassa, resíduos, defensivos e produção agrícola. Mas o movimento vai além do campo.



## Educação e Comunicação

Plataformas e ferramentas voltadas ao aprendizado, comunicação, tecnologia assistiva e acesso à informação em diferentes contextos sociais.



## Serviços e Economia Local

Também surgem soluções voltadas ao turismo, mercado imobiliário, foodservice, gestão pública e pequenos negócios.

**Mais do que um ecossistema puramente digital,** Mato Grosso começa a construir uma inovação conectada às necessidades práticas do território.

# Modelos de negócio e monetização

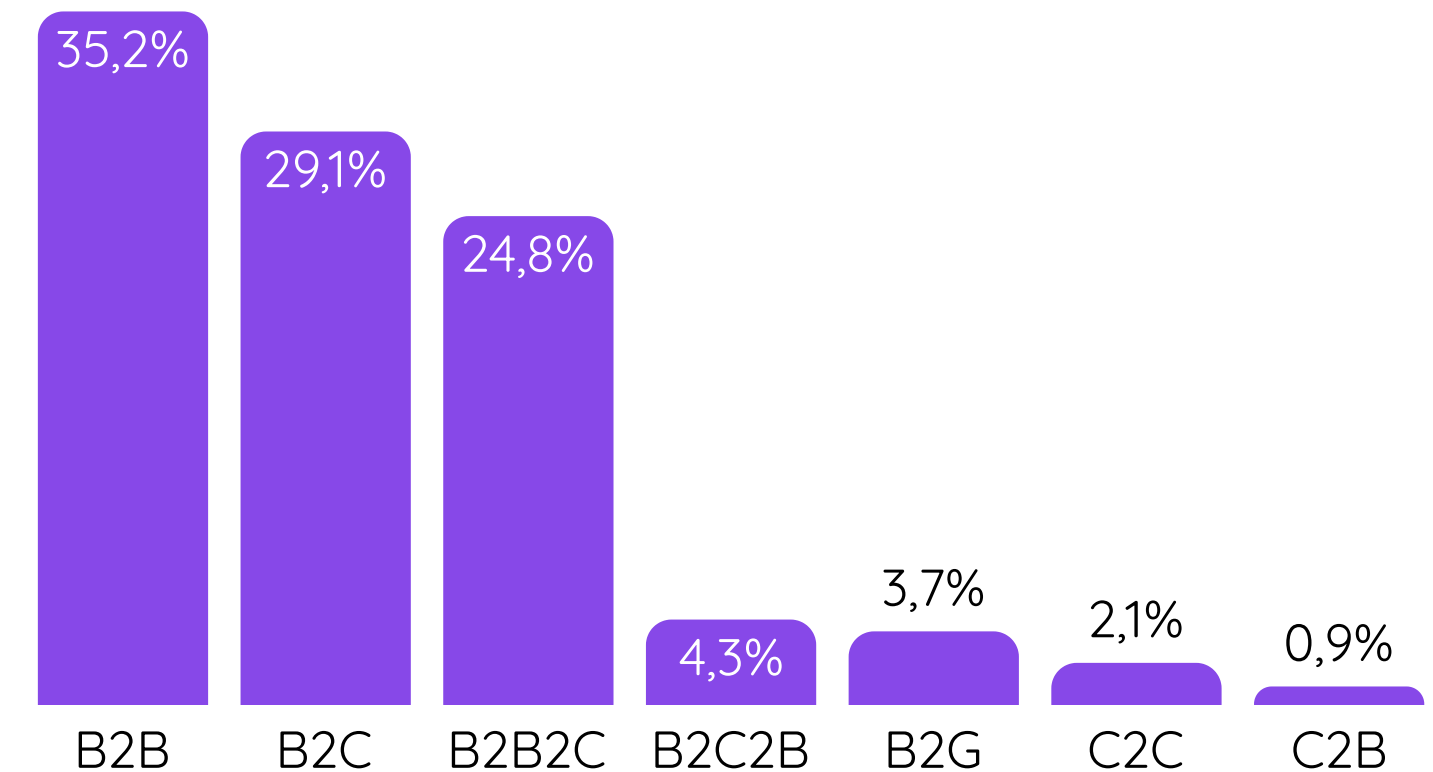
Ao observar os modelos de negócio, a pesquisa revela um ecossistema fortemente conectado ao mercado empresarial.

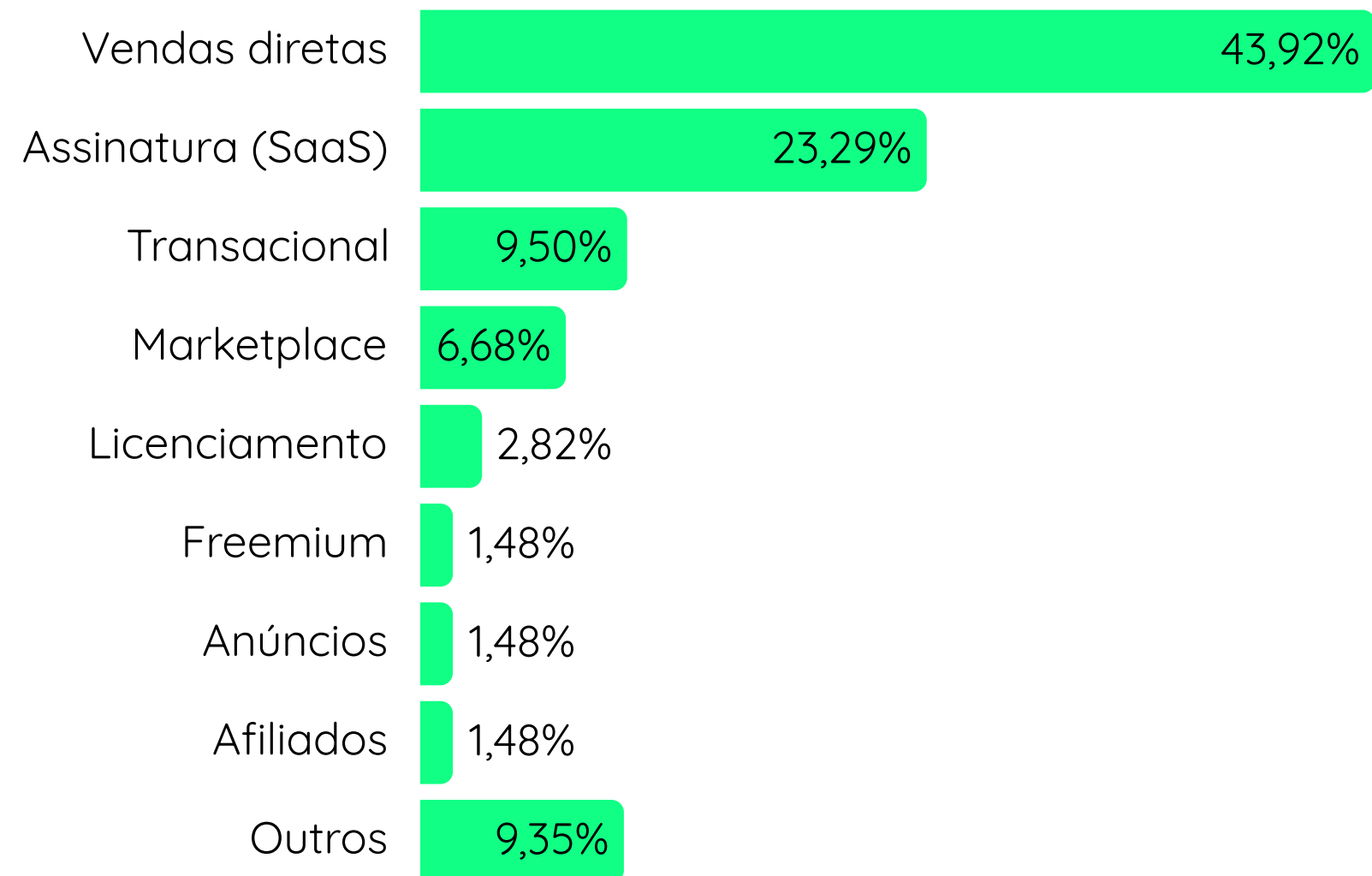
No mapeamento geral, o modelo B2B lidera com **35,2%**, seguido por B2C (**29,1%**) e B2B2C (**24,8%**).

Boa parte das startups mato-grossenses nasce voltada para resolver demandas de empresas, cadeias produtivas e mercados intermediados.

Essa lógica varia conforme o setor. Em gestão e consultoria, o B2B aparece com maior força. No agronegócio, os modelos ficam mais distribuídos entre empresas, produtores e consumidores. Já em áreas ligadas ao poder público, surgem modelos conectados ao B2G e a soluções institucionais.

Modelo de negócio





## O que os dados revelam

Quando o olhar vai para monetização, as vendas diretas aparecem como principal modelo de receita (**43,9%**), seguidas por assinatura/SaaS (**23,2%**).

A distribuição mostra um ecossistema ainda bastante apoiado em modelos mais diretos de geração de receita, embora startups de base tecnológica já apresentem forte presença de assinaturas, plataformas digitais e soluções recorrentes.

# Um ecossistema entre tecnologia, agro e impacto

O agronegócio aparece como principal segmento das startups mapeadas, seguido por impacto socioambiental, alimentos e bebidas, tecnologia da informação e saúde.

O agro continua liderando, mas divide espaço com tecnologia da informação, educação, gestão, consultoria e impacto socioambiental.

O conjunto dos dados revela um ecossistema organizado em torno de duas grandes forças:

- Setores conectados às vocações econômicas do estado, como agro, bioeconomia e impacto socioambiental;
- e setores mais transversais, como tecnologia, educação, gestão e saúde.

A classificação por setor reforça essa leitura. As startups de base tecnológica lideram a pesquisa, seguidas por bioeconomia, edtech, impacto socioambiental e agrotech.

Mato Grosso começa a construir um ecossistema de inovação que combina tecnologia, sustentabilidade, educação e desenvolvimento territorial.

Não é apenas um ecossistema digital. É um ecossistema profundamente conectado à realidade econômica do estado.

## Mercado, expansão e relacionamento com clientes

As startups mato-grossenses não dependem de um único perfil de comprador. Há soluções voltadas ao consumidor final, ao pequeno negócio, ao mercado corporativo e também ao setor público.

A localização dos clientes revela outro movimento importante: embora Mato Grosso ainda seja o principal mercado das startups, parte delas já começa a expandir sua atuação.

Hoje, **68,8%** concentram seus principais clientes no estado, enquanto **25%** já atendem outros estados e uma pequena parcela alcança clientes internacionais.

As startups mais localizadas em Mato Grosso tendem a estar em MVP e operação inicial. Já aquelas que atendem outros estados aparecem mais concentradas em tração e escala.

Quando o tema passa para abordagem comercial, o cenário mostra um ecossistema bastante heterogêneo.

Algumas startups já demonstram estratégias estruturadas de go-to-market, utilizando CRM, inbound marketing, parcerias, canais institucionais, networking, eventos e vendas consultivas.

Ao mesmo tempo, outras ainda operam de forma intuitiva ou experimental, com respostas como “não temos clientes ainda”, “não há abordagem definida” ou “estamos buscando um método eficiente”.

O amadurecimento comercial ainda acontece de forma desigual dentro do ecossistema.



## Faturamento e maturidade financeira



O faturamento das startups respondentes revela um ecossistema ainda em consolidação financeira.

Entre as startups participantes, **47,5% afirmam já gerar faturamento**, enquanto o mesmo percentual ainda não monetiza suas operações.

O dado conversa diretamente com o perfil de maturidade observado ao longo da pesquisa. Como boa parte das startups ainda está em MVP, operação inicial ou tração, é natural que a geração de receita ainda aconteça de forma desigual.

Quando o olhar vai para os valores informados, aparece um cenário bastante heterogêneo. Há startups com faturamento zerado ou muito baixo, ao mesmo tempo em que surgem operações mais estruturadas, alcançando receitas mensais de **R\$ 70 mil, R\$ 100 mil, R\$ 200 mil** e até **R\$ 2 milhões**.

O contraste mostra que o ecossistema reúne negócios em estágios muito diferentes de consolidação.

# Investimento externo e crescimento

Quando o tema passa para investimento externo, o ecossistema aparece dividido.

Entre as startups respondentes, **45% afirmam que tiveram ou precisaram de investimento externo no início da operação**, enquanto **55% cresceram sem esse tipo de aporte**.

O capital externo já está presente no ecossistema, mas ainda não funciona como principal caminho de desenvolvimento para a maioria das startups.

Entre aquelas que receberam apoio financeiro, os formatos mais citados foram aceleradoras e incubadoras, seguidas por investidor-anjo e venture capital.

Startups sem investimento externo aparecem mais concentradas em MVP e operação inicial. Já aquelas que receberam investimento demonstram presença maior em tração e escala.

Mesmo assim, a diferença de faturamento entre os grupos não é tão distante quanto poderia se imaginar. As startups com investimento externo apresentam proporção ligeiramente maior de negócios faturando, mas o cenário ainda permanece relativamente equilibrado.

O acesso ao capital pode acelerar crescimento, mas não garante sozinho consolidação financeira.

## Redes de apoio e instituições de suporte

A relação das startups com instituições de apoio revela um ecossistema que começa a construir suas conexões.

Entre as respondentes, **58,8% afirmam já ter buscado alguma instituição para apresentar seu produto, buscar orientação ou obter apoio.**

O Sebrae aparece como principal referência entre as menções espontâneas, acompanhado por iniciativas como Centelha, FAPEMAT, SENAI, IFMT, UFMT, UNEMAT, Finep, Desenvolve MT, investidores-anjo e entidades ligadas ao agro e à inovação.

Enquanto algumas startups demonstram conhecer bem os caminhos do ecossistema, outras ainda relatam desconhecimento sobre instituições, investidores ou possibilidades de apoio.



# Ecossistema, hubs e conexões

A participação em ecossistemas, hubs e comunidades ainda aparece relativamente dividida entre as startups respondentes.

## 51,3% Conectados

Participam de alguma rede de inovação

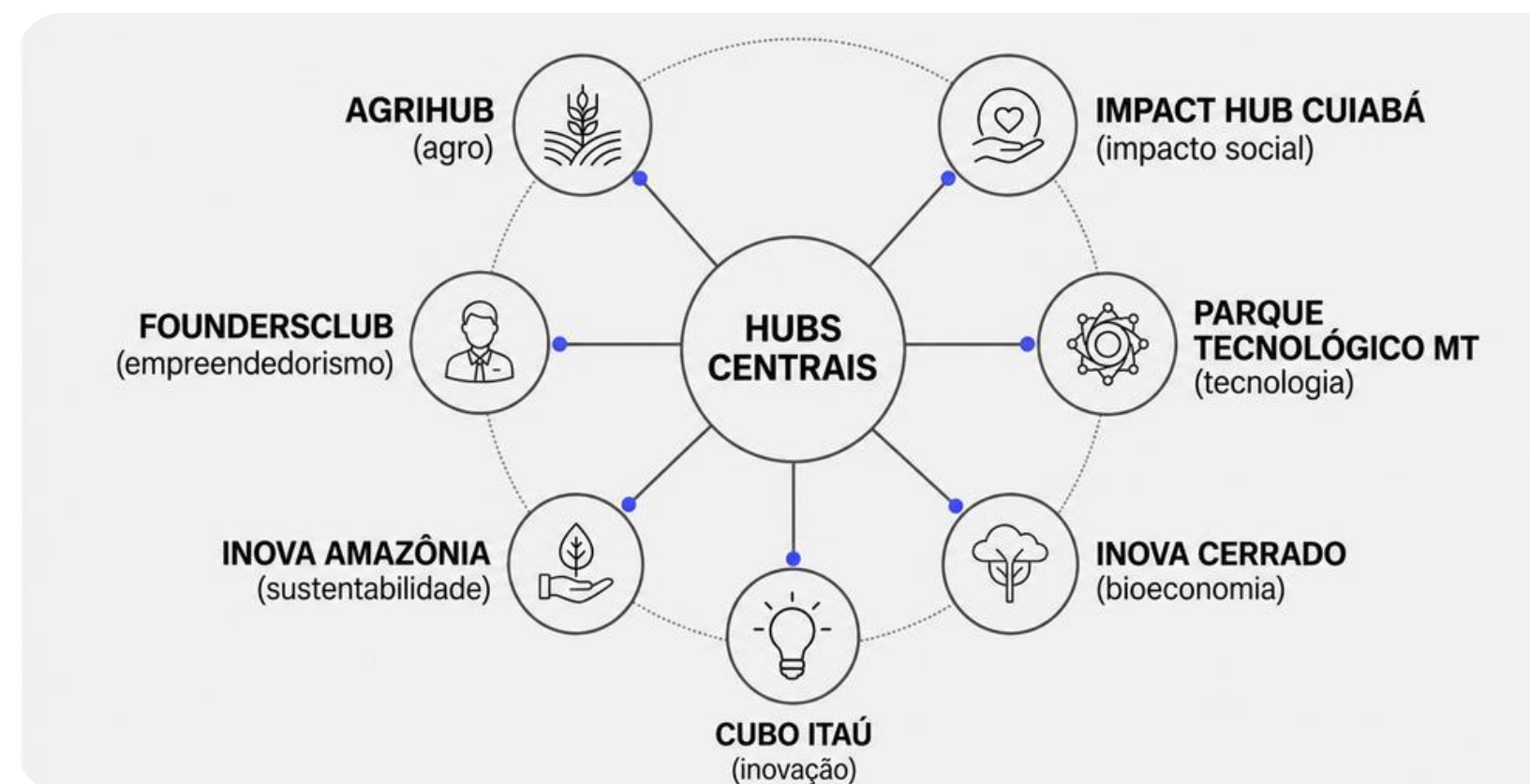
Entre as iniciativas citadas aparecem hubs, aceleradoras e comunidades como AgriHub, Cubo Itaú, Inova Amazônia, Inova Cerrado, Parque Tecnológico MT, Impact Hub Cuiabá, FoundersClub, além de ecossistemas locais espalhados pelo interior do estado.

Startups conectadas a redes de apoio aparecem mais concentradas em tração e escala, enquanto aquelas fora desses ambientes permanecem mais presentes em MVP e operação inicial.

O ecossistema de Mato Grosso parece crescer não apenas pelo capital, mas também pela capacidade de gerar conexões.

## 48,7% Isolados

Não fazem parte de ecossistemas ou comunidades empreendedoras.



# As dificuldades para tirar a startup do papel

Quando questionadas sobre as principais dificuldades enfrentadas no momento de abrir o negócio, as startups apontam um cenário fortemente pressionado por limitações financeiras.

Entre as respondentes, **72,5%** citaram baixos recursos financeiros como principal barreira para começar a operação.

Em seguida aparecem burocracias e Custo Brasil (**46,2%**), dificuldade para transformar ideia em produto (**37,5%**), pouco tempo para conciliar com outras atividades (**36,2%**) e escassez de apoio externo (**32,5%**).

O desafio inicial das startups vai muito além da ideia. Para boa parte dos empreendedores, abrir uma startup significa lidar simultaneamente com restrições financeiras, insegurança operacional e dificuldades práticas de estruturação.



# Como a experiência empreendedora muda as dificuldades

A experiência anterior dos gestores altera significativamente a forma como as dificuldades aparecem.

## Nunca Empreendeu

**84,4%** relatam baixos recursos financeiros. Também enfrentam:  
Falta de experiência em gestão, desconhecimento de leis e processos, burocracias e dificuldade de transformar ideias em produto.

## Mantém outro Negócio

As dores se dividem entre recursos financeiros, burocracia e falta de tempo para conciliar múltiplas operações simultaneamente.

## Já Empreendeu Antes

Enquanto isso, entre os gestores que já empreenderam anteriormente, a **escassez de apoio externo** aparece com mais força.

O contraste mostra que, à medida que a experiência aumenta, parte das dificuldades **deixa de estar apenas no “como começar”** e passa a envolver acesso a **conexões, suporte e aceleração do crescimento**.

# As dificuldades mudam conforme o tipo de startup

As dores também variam conforme o tipo de produto oferecido pela startup.

## Produto Físico

Entre startups de produto físico, os principais desafios estão ligados a recursos financeiros, burocracias, limitação de tempo e dificuldade de transformar ideias em soluções comercializáveis.

## Serviço

**95%** apontam baixos recursos como principal dificuldade — a maior pressão financeira entre todos os grupos. Surgem também escassez de apoio externo, ausência de parceiros e dificuldades de gestão.

## Software

Dificuldades mais distribuídas: burocracias, limitação de tempo, apoio externo e transformação da solução em produto escalável e sustentável.

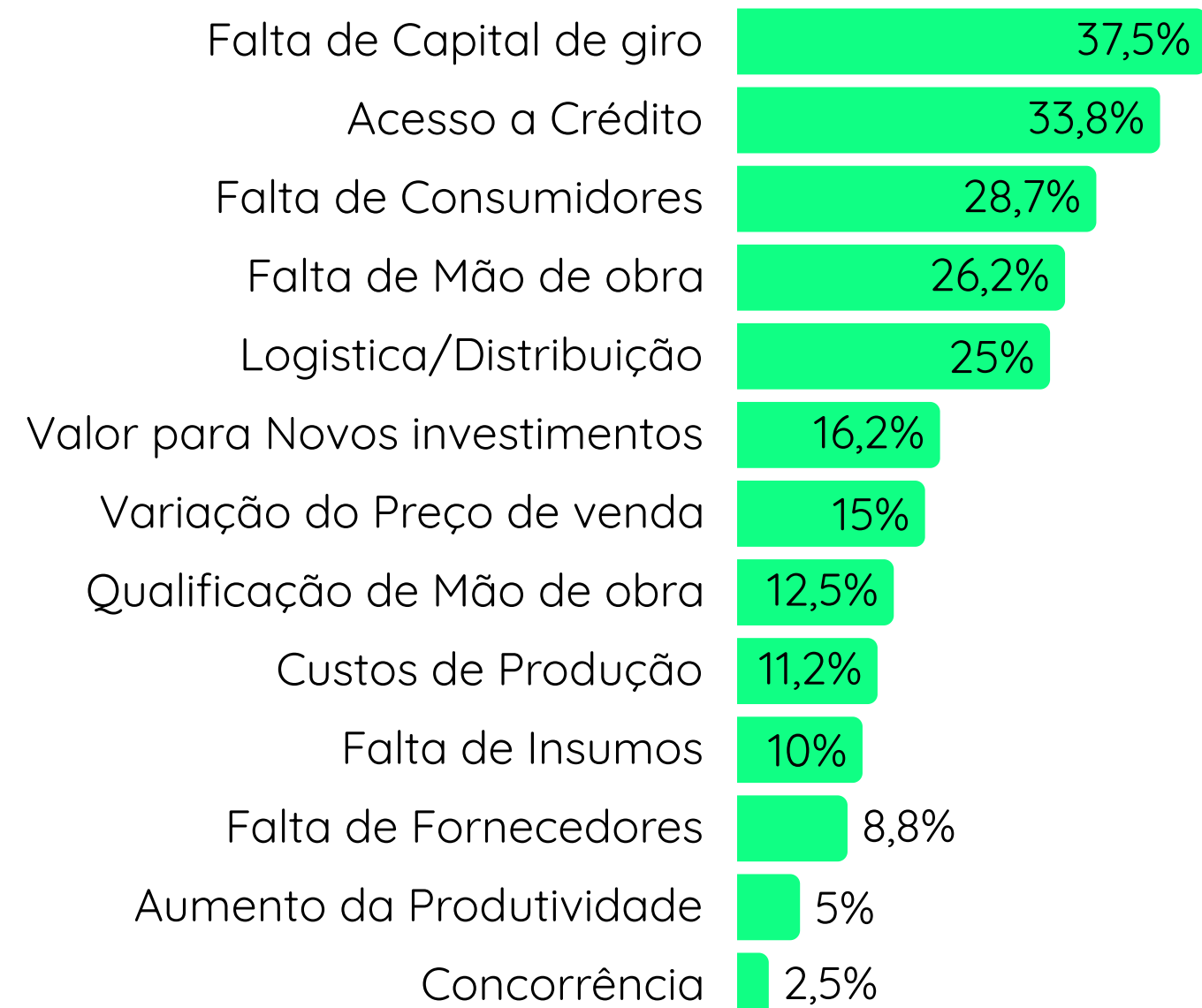
Embora as dores financeiras sejam praticamente transversais, cada modelo de negócio enfrenta desafios específicos relacionados à sua operação e estrutura de crescimento.

# Os desafios do dia a dia operacional

Quando a análise passa para o cotidiano das startups, o principal desafio deixa de ser apenas abrir o negócio e passa a ser manter a operação funcionando.

A falta de capital de giro aparece como principal dificuldade operacional, citada por **37,5% das startups**.

Muitas startups ainda estão tentando conquistar estabilidade mínima de operação antes mesmo de pensar em crescimento acelerado.



Um ponto que chama atenção é o baixo peso da concorrência, mencionado por apenas **2,5%** das respondentes. Antes de competir fortemente no mercado, muitas startups ainda estão tentando sobreviver operacionalmente.

# Os gargalos para crescer, validar e escalar

O primeiro ponto que chama atenção é que as dores não estão concentradas em um único gargalo. As dificuldades aparecem distribuídas em várias frentes.

A maior dificuldade está em monetização e geração de receita, com uma das maiores médias de dificuldade.

O dado conversa diretamente com os resultados anteriores, especialmente com o fato de que metade das startups respondentes ainda não gera faturamento.

## Na sequência aparecem:



Escala e crescimento



Relacionamento com investidores e sócios



Desafios regulatórios e legais



Validação do modelo de negócio



Pivotagem

Outro ponto relevante é a dificuldade de montar a equipe certa, especialmente em um ecossistema formado majoritariamente por startups pequenas e enxutas.

As startups de Mato Grosso parecem inovar com velocidade maior do que conseguem estruturar crescimento.

## Onde as startups se percebem mais eficientes

A pesquisa também buscou entender em quais áreas os empreendedores percebem maior eficiência dentro da gestão dos próprios negócios.

A maior força aparece em inovação, com **70,2% das startups atribuindo notas altas para essa dimensão.**

O resultado é coerente com a identidade do ecossistema. As startups se reconhecem como negócios capazes de criar soluções, desenvolver novas ideias e inovar.

Outros pontos também aparecem bem avaliados:

- Relacionamento entre funcionários;
- Estímulo à geração de ideias;
- Valorização da equipe;
- e uso de tecnologia e inovação na gestão.

Ao mesmo tempo, áreas ligadas à gestão financeira aparecem mais divididas. Fluxo de caixa, contabilidade, impostos e gestão de pessoas apresentam equilíbrio entre avaliações positivas e negativas.

Essa oscilação reforça uma leitura já percebida: as startups demonstram maior maturidade na construção de soluções do que na consolidação de processos gerenciais e financeiros.

# O uso de indicadores ainda é pouco consolidado

Quando a análise chega ao uso de indicadores gerenciais, o cenário ainda aparece pouco estruturado.

**Apenas 15% das startups** afirmam utilizar indicadores de forma clara e organizada na gestão.

Entre as startups que já utilizam métricas, aparecem ferramentas e indicadores mais maduros, como **CAC, LTV, Churn, MRR, ROI, KPIs** e **OKRs**, além de dashboards de desempenho e métricas ligadas à clientes, assinaturas e crescimento.

Por outro lado, muitas startups relatam ainda não utilizar indicadores por falta de tempo, equipe, conhecimento ou estrutura de gestão.

Também surgem justificativas ligadas ao estágio inicial do negócio, especialmente em startups ainda em ideação, prototipação ou validação de produto.

A gestão orientada por dados ainda está em fase de amadurecimento dentro do ecossistema.



# O que as startups esperam do Sebrae

Metade das startups respondentes afirma que o Sebrae pode contribuir diretamente para ajudá-las a superar desafios.

**Entre os formatos mais desejados aparecem:**



**Programas de  
aceleração**



**Consultorias**



**Eventos  
Presenciais**



**Cursos**



**Conexão com comunidade  
empreendedora**

A baixa rejeição às iniciativas de apoio mostra que existe abertura significativa para programas de desenvolvimento, capacitação e suporte estratégico.

Os programas de aceleração aparecem especialmente relevantes porque atendem startups em diferentes estágios, desde MVP até operações já em crescimento.

Já as consultorias demonstram maior demanda entre startups em fases iniciais, indicando busca por orientação prática, estruturação e validação do negócio.

Além da busca por apoio, a pesquisa também revela disposição das próprias startups em contribuir com o fortalecimento do ecossistema.

# 43,8%

## Mentoras Futuras

afirmam que estariam dispostas a atuar como mentoras ou facilitadoras no futuro

# 40%

## Participação em Eventos

Abertas a participar e contribuir com o ambiente colaborativo

Esse movimento mostra que o ambiente de inovação em Mato Grosso **começa a construir não apenas negócios, mas também redes de colaboração e troca de conhecimento.**

A busca por instituições de apoio reforça essa leitura. **Mais da metade das startups já procurou organizações para apresentar produtos, buscar suporte ou desenvolver conexões.**

○ **Sebrae aparece como principal referência espontânea,** acompanhado por universidades, programas de inovação, investidores e entidades ligadas ao agro e à tecnologia.

O ecossistema já possui atores relevantes, mas ainda enfrenta o desafio de ampliar acesso, integração e clareza sobre os caminhos de apoio disponíveis.

# Caminhos para fortalecer o ecossistema de startups em Mato Grosso

A partir dos resultados da pesquisa, alguns caminhos aparecem como estratégicos para fortalecer o desenvolvimento das startups mato-grossenses:



Estruturação financeira e gestão



Programas de aceleração e mentorias



Formação empreendedora



Cultura orientada por dados



Validação comercial e acesso ao mercado



Integração do ecossistema



Fortalecimento territorial

O ecossistema de startups de Mato Grosso demonstra criatividade, capacidade de inovação e potencial de crescimento, mas ainda enfrenta o desafio de transformar inovação em consolidação sustentável.

A Pesquisa **Startups 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  
Hudson José da Silva Macedo  
**Analistas responsáveis**

Karina Aira Fernandes Ferreira  
**Designer responsável**

**Núcleo Inteligência de Dados**

Allan Finger Candido  
Amanda Afonso Alves  
Tayane Emanuely da Silva