Book de

PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Sebrae Alagoas 2026-2030

SEBRAE

Apresentação de Resultados da Estratégia 2026-2030

Mês de referência: setembro/2026

Alavanca Estratégica 01

Objetivo 01 – Ser reconhecido como o principal executor de projetos de alto impacto

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Captação de 50 milhões de reais em recursos diretos para projetos

COMO É CALCULADO

Soma dos valores de recursos captados, no período de apuração, provenientes de empresas beneficiadas, contratos, convênios e CSN adicional.

VALOR BASE (HISTÓRICO)
(3,5 milhões)

RESULTADO 2026
15.550.120,41

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
15 mi	8 mi	9 mi	9 mi	9 mi

Receita Própria: R$: 5.803.949,41
CSN Adicional: R$: 9.746.171

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Articular 20 parcerias ativas com empresas, instituições, governos para execução de projetos

COMO É CALCULADO

Quantidade de parceiros **ativas** com os quais foram formalizadas parcerias para a execução de projetos no período.

VALOR BASE (HISTÓRICO)
20

RESULTADO 2026
20

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
20	20	20	20	20

Parcerias firmadas — UAN: 7 | UCS: 13
SENAI, SENAR, SESCOOP, ABRASEL, Maceió Convention, SINDUSCON, SINDMÓVEIS, CRECI, Carajás, EMBRATUR, Prefeitura de Maceió, Ministério da Pesca e Ministério da Agricultura.

Objetivo 01 – Ser reconhecido como o principal executor de projetos de alto impacto

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Atingir NPS Global de 85 (Índice de Relevância)

COMO É CALCULADO

Média do NPS Cliente + NPS Parceiros

VALOR BASE (HISTÓRICO)

—

RESULTADO 2026
A MENSURAR

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
85	85	85	85	85

Objetivo 02 – Induzir a diversificação econômica para territórios tradicionais

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Criar projetos para negócios inovadores e/ou potenciais

COMO É CALCULADO

Quantidade de projetos não tradicionais firmados

VALOR BASE (HISTÓRICO)	RESULTADO 2026
—	5

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
3	5	5	5	5

Projetos não tradicionais 2026 — 5 iniciativas
Energia Competitiva, Experimentação Café e Cacau, Turismo – Rota dos Corais (conexão do litoral sul de Pernambuco e norte de Alagoas), Própolis Vermelha dos Manguezais de Alagoas e Economia Digital em Alagoas – Startup NE.

Alavanca Estratégica 02

Objetivo 01 – Alcançar de forma integral o conhecimento do cliente

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Implantar 100% dos indicadores priorizados para a hiper personalização dos clientes até 2030

COMO É CALCULADO

Número de indicadores implantados e monitorados pelo total de indicadores priorizados

VALOR BASE (HISTÓRICO)
0

RESULTADO 2026
Estudo pronto; a ser validado;

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
01 Estudo com mapeamento e priorização dos indicadores	50%	30%	20%	–

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Atingir em 7,62 o índice de maturidade analítica dos colaboradores nas áreas de atendimento ao público-alvo

COMO É CALCULADO

Índice de Maturidade Analítica dos Colaboradores

VALOR BASE (HISTÓRICO)
7,57

RESULTADO 2026
7,57

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
7,57	7,59	7,6	7,61	7,62

Objetivo 02 – Fortalecer a inteligência territorial baseada em dados qualificados do ecossistema empreendedor

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Elaborar 9 estudos de vocação delimitados pelas áreas de planejamento do Estado até 2030

COMO É CALCULADO

Número de estudos elaborados.

VALOR BASE (HISTÓRICO)
0

RESULTADO 2026
2

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
2	2	2	2	1

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Realizar 9 oficinas com atores locais das regiões para validação dos estudos vocacionais até 2030

COMO É CALCULADO

Número de oficinas realizadas

VALOR BASE (HISTÓRICO)
0

RESULTADO 2026
A realizar

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
2	2	2	2	1

Diagnósticos 2026 — status por território
Alto Sertão: estudo finalizado, próxima etapa workshop com partes interessadas. Médio Sertão: finalizando a pesquisa de campo.

Workshop — 1ª quinzena de dezembro/2026
Apresentação dos diagnósticos às partes interessadas.

Objetivo 02 – Fortalecer a inteligência territorial baseada em dados qualificados do ecossistema empreendedor

RESULTADO-CHAVE — **ANUAL**

Realizar 9 encontros com gestores de projetos de atendimento/relacionamento regionais pertencentes aos territórios estudados até 2030

COMO É CALCULADO

Número de encontros realizados com gestores de projetos.

VALOR BASE (HISTÓRICO)	RESULTADO 2026
0	1

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
2	2	2	2	1

Workshop realizado — Agosto/2026
Os principais achados do estudo foram disseminados aos colaboradores durante o Workshop de Planejamento 2027. O estudo completo será disponibilizado no portal Data Sebrae até dezembro/2026.

Alavanca Estratégica 03

Objetivo 01 – Aumentar a agilidade nos processos internos

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Aperfeiçoar o processo de viagens ponta a ponta

COMO É CALCULADO

Tempo médio **(em dias úteis)** decorrido entre o registro da solicitação de viagem e a aprovação.

VALOR BASE (HISTÓRICO)	[1]RESULTADO 2026
—	11

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
Apresentar protótipo do sistema de viagens	7	—	—	—

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Desenvolver o processo de eventos de ponta a ponta

COMO É CALCULADO

% de etapas concluídas em relação ao total previsto: 1º Mapeamento do processo (25%); 2º Desenvolvimento de sistema integrado (65%); 3º Disseminação às partes interessadas (100%).

VALOR BASE (HISTÓRICO)	RESULTADO 2026
—	25%

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
25%	100%		—	—

Protótipo do sistema de viagens — conclusão prevista para dezembro/2026

Objetivo 01 – Aumentar a agilidade nos processos internos

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Tempo médio de contratação direta (por dispensa)

COMO É CALCULADO

Tempo médio, em dias úteis, decorrido entre o registro da solicitação de contratação direta por dispensa e sua aprovação.

VALOR BASE (HISTÓRICO)
12 dias (em monitoramento)

RESULTADO 2026
15

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
15 dias	10 dias	—	—	—

Notas metodológicas
Indicador referente às contratações diretas, por dispensa, realizadas pela Unidade de Administração e Suprimentos (UAS).

Objetivo 01 – Aumentar a agilidade nos processos internos

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Tempo médio de contratação direta (por inexigibilidade)

COMO É CALCULADO

Tempo médio, em dias úteis, decorrido entre o registro da solicitação de contratação direta por inexigibilidade e sua aprovação.

VALOR BASE (HISTÓRICO)

21 dias (média de 2026 + 6 meses 2026)

RESULTADO 2026
13

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
20 dias	18 dias	—	—	—

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Tempo médio de contratação direta (por dispensa) na Unidade Jurídica (UJUC).

COMO É CALCULADO

Tempo médio, em dias úteis, decorrido entre o registro da solicitação de contratação direta por dispensa e sua aprovação realizadas pela Unidade Jurídica (UJUC).

VALOR BASE (HISTÓRICO)

12 dias (em monitoramento)

RESULTADO 2026
14

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
15 dias	14 dias	—	—	—

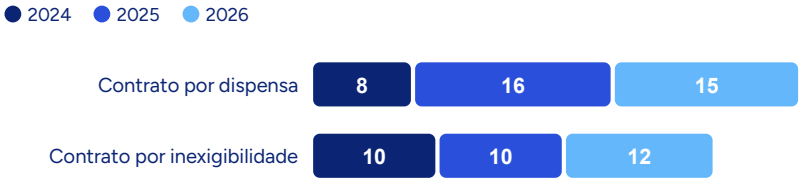
Nota metodológica

Estes indicadores referem-se às contratações diretas, por dispensa e inexigibilidade, realizadas pela Unidade Jurídica (UJUC).

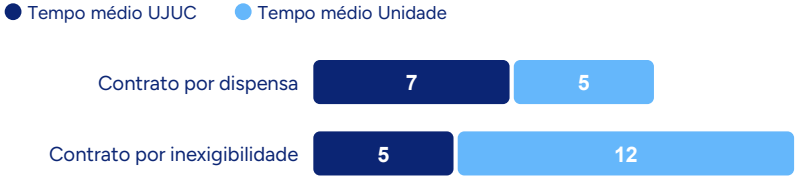
Detalhamento dos indicadores da Unidade Jurídica

Totais de demanda por ano

Tipo de demanda por ano



Tempo médio UJUC e Unidade por tipo de demanda



Total de retrabalhos por tipo de demanda

Objetivo 01 – Aumentar a agilidade nos processos internos

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Tempo médio de contratação de produtos de comunicação e marketing

COMO É CALCULADO

Média do tempo decorrido entre o registro da solicitação de contratação de produtos de comunicação e marketing e a sua entrega.

VALOR BASE (HISTÓRICO)

—

RESULTADO 2026
26D 21H

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
A definir	—	—	—	—

Detalhamento do Tempo de Atendimento às Demandas de MKT e Comunicação

Período: 01/01 a a 31/12/2025

Solicitações finalizadas
615
↑ 22% vs. período anterior

Tempo médio de entrega
21d 21h
↑ 9d 15h vs. período anterior

Satisfação das entregas
4,91 de 5
→ 0% vs. período anterior

Solicitações criadas
640
↓ 33% vs. período anterior

Tempo médio de finalização
27d 17h
↑ 8d 23h vs. período anterior

Entregues no prazo
61%
↓ 7% vs. período anterior

Percentual de refação
24%
↓ 8% vs. período anterior

Total de ajustes
197
↓ 17% vs. período anterior

Total de anexos
2.999
↑ 71% vs. período anterior

Detalhamento do Tempo de Atendimento às Demandas de MKT e Comunicação

Período: 01/01 a 24/09/2026

Solicitações finalizadas
543
↑ 7% vs. período anterior

Tempo médio de entrega
21d 16h
↑ 2h 08m vs. período anterior

Satisfação das entregas
4,82 de 5
→ 0% vs. período anterior

Solicitações criadas
618
↑ 38% vs. período anterior

Tempo médio de finalização
26d 21h
↓ 1d 08h vs. período anterior

Entregues no prazo
56%
↓ 6% vs. período anterior

Percentual de refação
26%
↑ 3% vs. período anterior

Total de ajustes
199
↑ 33% vs. período anterior

Total de anexos
2.837
↑ 7% vs. período anterior

Alavanca Estratégica 04

Objetivo 01 – Garantir a manutenção da excelência no atendimento

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Manter NPS de excelência (a partir de 85 pontos)

COMO É CALCULADO

NPS = (Número de Promotores - Número de Detratores)/total de respondentes. Medida em percentual.

VALOR BASE (HISTÓRICO)
85

RESULTADO 2026
89,3

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
85	85	85	85	85

RESULTADO-CHAVE

MENSAL

Atingir CSAT de 9

COMO É CALCULADO

CSAT = (Clientes satisfeitos / Total de respostas) × 100

VALOR BASE (HISTÓRICO)
—

RESULTADO 2026
9,78

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
8,6	8,7	8,8	8	90%

Objetivo 02 – Fortalecer o atendimento e o relacionamento como motor de sustentação

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Aumentar em 5% o número de novos clientes atendidos pelo SEBRAE

COMO É CALCULADO

Quantidade de clientes novos atendidos pelo Sebrae seguindo a metodologia GEM (de 03 meses a 01 ano e meio de operação)

VALOR BASE (HISTÓRICO)

—

RESULTADO 2026
EM MENSURAÇÃO

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
5%	5%	a definir	a definir	a definir

RESULTADO-CHAVE

ANUAL

Alcançar engajamento de 5% dos clientes atendidos

COMO É CALCULADO

Baseada nas regras do indicador de engajamento estabelecidas pelo Sebrae Nacional.

VALOR BASE (HISTÓRICO)

—

RESULTADO 2026
5,98

METAS POR ANO

2026	2027	2028	2029	2030
5%	5%	a definir	a definir	a definir

Iniciativas Estratégicas

Iniciativas Estratégica 01

Gestão de Conhecimento em Dados

PROJECT MODEL CANVAS

Gestão de Conhecimento (com foco em dados)

Líder: Ludmila Cruz

JUSTIFICATIVAS (PASSADO)

- Informações e dados críticos estão dispersos e muitas vezes não tratados em planilhas, e-mails e sistemas isolados, dificultando o acesso e a reutilização do conhecimento
- Retrabalho frequente por falta de histórico consolidado (mesmas análises refeitas, mesmas dúvidas respondidas várias vezes)
- Risco de perda de conhecimento quando colaboradores mudam de área ou saem da organização, pois não há processo estruturado de registro e transferência de conhecimento

OBJETIVO SMART

- Implantar um repositório corporativo de conhecimento com dados, com no mínimo 80% dos principais ativos de dados mapeados e documentados (dicionário de dados, owners, regras de negócio)
- Aumentar o uso de novas decisões de negócio suportadas por análises registradas na plataforma de conhecimento (medido por registros de casos de uso e relatórios anexados)

BENEFÍCIOS (FUTURO)

- Decisões mais rápidas e embasadas, com acesso fácil ao conhecimento já produzido em dados e análises anteriores
- Redução de retrabalho e de dependência de pessoas específicas para informações críticas
- Maior retenção do conhecimento organizacional na saída/movimentação de colaboradores
- Melhoria na qualidade dos dados e das análises, com regras de negócio e definições claramente documentadas
- Cultura mais colaborativa e orientada a dados, alinhada ao planejamento estratégico 2026
- Base sólida para apoio e viabilização de projetos estratégicos e maior assertividade nas definições e condução dessas iniciativas

PRODUTO ENTREGÁVEL

- Plataforma de Gestão de Conhecimento em dados, com repositório central de conhecimentos e ativos de dados (documentos, dashboards, dicionário de dados, lições aprendidas, boas práticas)
- Processo estruturado de Gestão de Conhecimento em dados (fluxos e políticas de contribuição, validação e atualização do conhecimento)
- Taxonomia/padrões de catalogação (metadados, áreas, temas, níveis de confidencialidade)
- Painel de indicadores de uso do conhecimento
- Guias e treinamentos para uso da plataforma e dos processos

REQUISITOS

- Definir modelo de governança de dados e conhecimento (papéis: sponsor, curadores do conhecimento)
- Selecionar ou configurar ferramenta(s) para repositório e catalogação
- Criar taxonomia, padrões de nomenclatura e metadados mínimos para cadastro de ativos de dados
- Definir políticas de acesso, segurança, confidencialidade e LGPD
- Estabelecer processo de contribuição, revisão, aprovação e arquivamento de conteúdos
- Desenvolver trilhas de capacitação e comunicação interna sobre o novo modelo
- Definir quais são os 80% dos principais dados (considerando o volume de dados do início da iniciativa)
- Verificar a possibilidade de integrar inteligência artificial

STAKEHOLDERS

- Alta liderança (diretores, superintendência, conselho)
- Gerentes e Gestores de Projetos de todas as áreas
- Equipes de Dados/BI/Analytics, TI, Qualidade/Processos, RH/T&D
- Órgãos reguladores e normas externas (LGPD, regulamentações setoriais)
- Fornecedores de tecnologia (ferramentas de BI, data platform, ECM, bodyshop)

EQUIPE ENVOLVIDA

- Núcleo de inteligência de dados
- Grupo de Inteligência de dados (focais)

RESTRIÇÕES

- Orçamento limitado para aquisição de novas ferramentas e consultorias externas
- Disponibilidade restrita das áreas de negócio para entrevistas, workshops e produção de conteúdo
- Necessidade de aderência à LGPD e políticas internas de segurança da informação, limitando a exposição de determinados dados
- Dependência de priorização da área de TI para integrações e ajustes de infraestrutura

PREMISSAS

- A organização manterá o patrocínio executivo e destinará tempo de pessoas-chave para construção do modelo
- Haverá infraestrutura tecnológica mínima disponível (ferramentas de armazenamento, BI e colaboração)
- As áreas aceitarão revisar processos atuais para incorporar práticas de registro e compartilhamento de conhecimento

ENTREGAS MACRO

- Diagnóstico de maturidade e mapa de necessidades de conhecimento em dados (levantamento com áreas, inventário inicial de ativos)
- Modelo de governança e processos de Gestão de Conhecimento em dados (papéis, fluxos, políticas)
- Implantação e configuração da plataforma/repositório (estrutura, taxonomia, integrações básicas)
- Catálogo inicial de ativos de dados e documentação crítica prioritária (primeiro backlog de conteúdos)
- Programa de comunicação, treinamento e plano de adoção
- Painel de indicadores e rotina de melhoria contínua do modelo

RISCOS

- Os dados não ficarem de forma clara e visual para todos do Sebrae Alagoas
- Não levar em consideração todos os possíveis dados para unificação
- Não criar uma governança que atualize com as novas informações

PRAZO PREVISTO

- Até dezembro/2027

CUSTOS ESTIMADOS

- Custo do suporte (Senai)

Iniciativas Estratégicas

Setembro de 2026

ENTREGAS	RESPONSÁVEL	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS
Diagnóstico de maturidade analítica dos colaboradores	Gestão Estratégica	março/2026	abril/2026	**Feito**
Mapa de necessidades de conhecimento em dados (levantamento com áreas, inventário inicial de ativos)	Gestão Estratégica	abril/2026	Dezembro/2026	**Em Andamento**
Modelo de governança em dados (disseminação)	Gestão Estratégica	abril/2026	dezembro/2026	**Em Andamento**
Processos de Gestão de Conhecimento em dados (papéis, fluxos, políticas e melhoria contínua)	Gestão Estratégica	agosto/2025	dezembro/2026	**Feito**
Implantação e configuração das atualizações da plataforma / repositório (estrutura, taxonomia, integrações básicas)	Gestão Estratégica	janeiro/2026	junho/2027	**Em andamento**
Catálogo inicial de ativos de dados e documentação crítica prioritária (primeiro backlog de conteúdos)	Gestão Estratégica	abril/2026	dezembro/2026	**Feito**
Programa de comunicação, treinamento e plano de adoção	Gestão Estratégica	julho/2027	dezembro/2027	**A fazer**
Painéis de indicadores Estratégicos / Combo dos produtos analíticos	Gestão Estratégica	janeiro 2025	dezembro/2027	**Em andamento**

Iniciativas Estratégica 02

Estruturar a área comercial

PROJECT MODEL CANVAS

Estruturar Área Comercial (Inteligência de Vendas)

Líder: a definir

JUSTIFICATIVAS (PASSADO)

- Gargalo na geração de receitas
- Baixa previsibilidade de resultados
- Falta de processo para direcionar a geração de receita
- Necessidade de valorizar produtos e melhorar o posicionamento

OBJETIVO SMART

- Aumentar a geração de receita dos clientes Sebrae, melhorando o posicionamento dos produtos e a percepção de valor pelo cliente

BENEFÍCIOS (FUTURO)

- Geração de receita
- Aumento da taxa de conversão e do ticket médio
- Inteligência de mercado

PRODUTO ENTREGÁVEL

- Processo comercial estruturado
- Estratégia de marketing de produto
- Plano estratégico de prospecção e vendas
- Estudo de mercado para inteligência territorial

REQUISITOS

- Marketing de produto integrado ao processo
- Política de subsídio definida com antecedência
- Empresa terceirizada qualificada para prospecção e negociação
- Canais definidos com clareza
- Monitoramento de indicadores comerciais
- Atendimento padronizado
- Conhecimento aprofundado do consumidor
- Grupo de trabalho definido para a execução

STAKEHOLDERS

- Diretoria
- Empresa terceirizada contratada
- Equipe interna administrativa e operacional
- Clientes atuais e potenciais
- Setor financeiro

EQUIPE ENVOLVIDA

- Núcleo de inteligência de mercado (financeiro, jurídico e tecnologia)

RESTRIÇÕES

- Limitação orçamentária para contratação do serviço
- Prazo para implementação e obtenção de resultados
- Necessidade de alinhamento Sebrae x empresa contratada
- Adequação às políticas internas do Sebrae
- Possível resistência interna à mudança

PREMISSAS

- Empresa contratada com experiência e qualificação comercial
- Alinhamento estratégico entre Sebrae e empresa contratada
- Empresa disponibiliza as informações necessárias
- Acompanhamento periódico dos indicadores
- Recursos financeiros disponíveis para contratação

ENTREGAS MACRO

- Etapa 01: Definir o modelo de comercialização
- Etapa 02: Construir a estratégia de marketing de produto
- Etapa 03: Manual de operacionalização do processo comercial
- Etapa 04: Plano de comunicação interna
- Etapa 05: Definir a gestão de desempenho comercial

RISCOS

- Baixo desempenho da empresa contratada
- Dificuldade de alinhamento cultural Sebrae x empresa
- Resistência interna às mudanças nos processos
- Aumento de custos sem o retorno esperado no prazo
- Falhas na comunicação e acompanhamento das demandas

PRAZO PREVISTO

- Dezembro de 2027

CUSTOS ESTIMADOS

- Contratação da empresa
- Custos operacionais e administrativos do serviço
- Ferramentas de gestão e acompanhamento comercial
- Treinamentos e alinhamentos internos
- Monitoramento de resultados e indicadores

Iniciativas Estratégicas

Setembro de 2026

ENTREGAS	RESPONSÁVEL	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS
Diagnóstico comercial e análise da jornada atual		setembro/26	dezembro/26	**A fazer**
Segmentação de clientes e estratégia de atuação		setembro/26	dezembro/26	**A fazer**
Definição do modelo de comercialização (venda consultiva, canais, comercialização ativa)		janeiro/27	janeiro/27	**A fazer**
Definição das expectativas financeiras dos produtos		janeiro/27	janeiro/27	**A fazer**
Organização do portfólio		fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Estratégia de marketing de produtos e soluções		fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Revisão da jornada do cliente		fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Manual operacional		fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Capacitação das equipes		fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Piloto comercial para rodar		abril/27	junho/27	**A fazer**
Ajustes e adaptações para a segunda fase da estruturação comercial		julho/27	dezembro/27	**A fazer**
Plano de comunicação comercial		julho/27	dezembro/27	**A fazer**
Estruturação da governança comercial (de forma integrada)		julho/27	dezembro/27	**A fazer**
Gestão do desempenho comercial		julho/27	dezembro/27	**A fazer**

Iniciativas Estratégica 03

Criar Estratégia de Captação de Recursos

PROJECT MODEL CANVAS

Criar Estratégia de Captação de Recursos

Líder: a definir

JUSTIFICATIVAS (PASSADO)

- Sustentabilidade da organização
- Gargalo na geração de receitas e baixa previsibilidade
- Necessidade de posicionar o Sebrae como marca monetizada e referência

OBJETIVO SMART

- Captar R$ 25 milhões de recursos por ano até 2030

BENEFÍCIOS (FUTURO)

- Geração de receita e inteligência de mercado
- Independência orçamentária
- Mais ações estratégicas locais
- Foco e priorização
- Fortalecimento da marca e da capacidade de atuação

PRODUTO ENTREGÁVEL

- Plano de captação de recursos estruturado
- Carteira de projetos estratégicos priorizados
- Implementação do plano de captação

REQUISITOS

- Equipe dedicada (possivelmente exclusiva)
- Diversificação das fontes de receita
- Critério claro para recusar propostas
- Fontes e requisitos legais mapeados
- Cobertura em todo o território alagoano
- Capacidade operacional para execução
- Metas progressivas de captação até 2030
- Estrutura fiscal e jurídica adequada

STAKEHOLDERS

- Sebrae Alagoas como um todo
- Clientes Sebrae
- Possíveis patrocinadores da carteira de projetos

EQUIPE ENVOLVIDA

- UCS (Unidade de Competitividade Setorial)
- Escritórios regionais
- Unidade de Ambiente de Negócios
- Gabinete da Diretoria

RESTRIÇÕES

- Falta de equipe dedicada e exclusiva
- Limitações jurídicas para participar de editais
- Burocracia para acessar algumas fontes de receita
- Falta de termos e políticas prontas

PREMISSAS

- Equipe terá tempo suficiente para focar no projeto
- Visão estratégica alinhada com a diretoria para priorizar
- Existem fontes de receita a serem buscadas pelo Sebrae AL

ENTREGAS MACRO

- Capacitação da equipe em captação, execução e prestação de contas
- Mapeamento de stakeholders/patrocinadores
- Estruturação da política macro de captação
- Criação de playbooks por fonte de recurso
- Definição do portfólio de projetos para captação
- Implementação da política e do playbook

RISCOS

- Limitações jurídicas e fiscais excessivas na busca por receita
- Priorização desalinhada da estratégia do Sebrae AL
- Não cobrir todo o território, focando em poucas regiões

PRAZO PREVISTO

- Dezembro de 2027

CUSTOS ESTIMADOS

- Capacitação da equipe

Iniciativas Estratégicas

Setembro de 2026

ENTREGAS	RESPONSÁVEL	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS
Estruturação da política macro de captação de recursos		setembro/26	dezembro/26	**A fazer**
Definição da equipe da iniciativa estratégica		setembro/26	março/27	**A fazer**
Capacitação da equipe sobre captação, execução e prestação de contas		setembro/26	março/27	**A fazer**
Mapeamento dos stakeholders que podem ser patrocinadores do Sebrae Alagoas		abril/27	maio/27	**A fazer**
Definição do portfólio básico de projetos para fontes de captação		janeiro/27	maio/27	**A fazer**
Criar playbooks — definição de processos, políticas e termos para negociação em cada fonte		janeiro/27	maio/27	**A fazer**
Implementação da política e do playbook		junho/27	dezembro/27	**A fazer**
Revisão do portfólio		—	Contínuo	**A fazer**

Iniciativas Estratégica 04

Ampliar pontos de Atendimento

PROJECT MODEL CANVAS

Ampliar Pontos de Atendimento

Líder: Fátima Aguiar e Adrianne Albuquerque

JUSTIFICATIVAS (PASSADO)

- Expandir a presença física e a capilaridade do atendimento
- Reduzir desigualdades regionais no acesso a serviços
- Fortalecer a marca do Sebrae como referência local

OBJETIVO SMART

- Ampliar a rede de atendimento presencial para 10 novos municípios estratégicos até dezembro de 2027, com 5.000+ atendimentos adic…

BENEFÍCIOS (FUTURO)

- Acesso facilitado no interior e nas periferias
- Mais dados e inteligência sobre necessidades locais
- Fortalecimento do ecossistema local de negócios
- Melhoria na percepção institucional do Sebrae

PRODUTO ENTREGÁVEL

- Presença física com atuação direcionada em novos municípios

REQUISITOS

- Infraestrutura mínima (salas, computadores, internet)
- Equipe capacitada para atendimento e consultoria
- Sistema de gestão/CRM para monitoramento
- Comunicação e divulgação local eficiente
- Governança revisada por município
- Identificação de local adequado
- Estudo dos pontos estratégicos

STAKEHOLDERS

- Prefeituras municipais
- Entidades de classe (associações, câmaras)
- Universidades e incubadoras locais
- Parceiros de inovação e tecnologia
- Instituições financeiras

EQUIPE ENVOLVIDA

- Diretoria
- Gestores de projeto (áreas técnicas)
- Consultores e agentes de atendimento presencial
- Logística e infraestrutura (UAS)
- Marketing e comunicação
- TI (CRM e suporte)

RESTRIÇÕES

- Limite orçamentário definido pelo Sebrae AL
- Prazo até 31/12/2027
- Dependência de parceiros externos (pessoal/imóvel)

PREMISSAS

- Recursos financeiros disponíveis conforme planejamento
- Municípios/parceiros dispostos a apoiar e ceder espaços
- Equipe interna capaz de absorver o aumento de demanda

ENTREGAS MACRO

- Identificação de municípios estratégicos
- Planejamento e identificação do local adequado
- Revisão da governança dos novos municípios
- Contratação/realocação de equipe
- Treinamento e implementação de processos
- Implementação dos pontos presenciais
- Acompanhamento e monitoramento do desempenho

RISCOS

- Atraso na liberação de recursos ou parcerias
- Dificuldades logísticas ou de infraestrutura
- Baixa demanda espontânea em novos municípios
- Sobrecarga da equipe existente

PRAZO PREVISTO

- Dezembro de 2027

CUSTOS ESTIMADOS

- Infraestrutura
- Equipe (salários, treinamento)
- Marketing e comunicação
- Logística e transporte — total estimado: a definir

Iniciativas Estratégicas

Setembro de 2026

ENTREGAS	RESPONSÁVEL	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS
Identificação de municípios e parceiros estratégicos	Relacionamento Empresarial	janeiro/2026	dezembro/26	**Em andamento**
Planejamento e identificação do local adequado	Relacionamento Empresarial	Janeiro/2026	dezembro/26	**Em andamento**
Definir estratégia assertiva no local	Relacionamento Empresarial	fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Revisão da governança dos novos municípios	Relacionamento Empresarial / Ambiente de Negócios	fevereiro/27	março/27	**A fazer**
Construir um plano de comunicação	Relacionamento Empresarial e Marketing e Comunicação	fevereiro/27	dezembro/27	**A fazer**
Contratação / realocação de equipe para atendimento	Gestão de Pessoas	março/27	junho/27	**A fazer**
Treinamento de equipe e implementação de processos	Relacionamento Empresarial	março/27	junho/27	**A fazer**
Implementação dos pontos presenciais	Relacionamento Empresarial	julho/27	dezembro/27	**A fazer**
Acompanhamento e monitoramento do desempenho	Relacionamento Empresarial	julho/27	dezembro/27	**A fazer**

Iniciativas Estratégica 05

Governança Local e Ecossistema Empreendedor

PROJECT MODEL CANVAS

Governança Local e Ecossistema Empreendedor

Líder: Íria Almeida

JUSTIFICATIVAS (PASSADO)

- Fragmentação da atuação territorial
- Desconhecimento sobre lideranças representativas na região
- Falta de visão sistêmica dos territórios de atuação

OBJETIVO SMART

- Mapear e fortalecer as governanças locais das 9 microrregiões do estado

BENEFÍCIOS (FUTURO)

- Aumenta a capacidade de atuação (capilaridade)
- Descentraliza as responsabilidades de desenvolvimento
- Possibilita construir agendas em comum
- Olhar mais regionalizado do território (mais assertividade)

PRODUTO ENTREGÁVEL

- Mapa de Governança Territorial
- Estratégia (e política) de atuação por microrregião alinhada à governança
- Agenda de fortalecimento territorial

REQUISITOS

- Diagnósticos e mapeamentos por microrregião (explorar vocações regionais)
- Metodologia estruturada de mapeamento
- Engajamento dos atores locais
- Acesso às lideranças representativas locais
- Papel de cada um definido na governança (RACI)
- Presença e imersão nos territórios
- Fontes de recursos para o fortalecimento regional (inclusive emendas parlamentares)
- Mapeamento das cadeias produtivas do território

STAKEHOLDERS

- Sociedade civil
- Lideranças locais
- Instituições de ensino e pesquisa
- Governo
- Organizações produtivas
- Sebrae Alagoas (e sistema S)
- Instituições financeiras

EQUIPE ENVOLVIDA

- UAN
- Regionais
- UGE
- Diretoria Executiva

RESTRIÇÕES

- Disponibilidade de recursos humanos qualificados locais
- Dependência de agendas externas
- Assimetria de maturidade entre as microrregiões
- Sem consultores locais credenciados na metodologia
- Baixa capacidade de mobilização de alguns agentes locais

PREMISSAS

- Interesse do Sebrae em ampliar sua atuação territorial
- Agentes locais com interesse e compromisso
- Disponibilidade de recursos financeiros e humanos
- Estrutura de governança com capacidade de gerar transformação
- Diagnósticos e mapeamentos já existentes

ENTREGAS MACRO

- Diagnóstico do Alto e Médio Sertão / Região Norte
- Apresentação dos diagnósticos à comunidade local
- Capacitação da rede credenciada
- Aplicação e implementação da metodologia (radar de liderança)
- Imersão e validação territorial
- Planos de comunicação e mobilização

RISCOS

- Diagnósticos não finalizados
- Descontinuidade política e institucional
- Recursos não viabilizados para as ações
- Falha de comunicação entre setores
- Projeto perder prioridade dentro do Sebrae
- Conflito de interesse entre stakeholders
- Baixa continuidade pós-mapeamento

PRAZO PREVISTO

- Fase 01 até dezembro de 2027

CUSTOS ESTIMADOS

- Aplicação da metodologia
- Diagnósticos das microrregiões
- Mobilização e articulação

Iniciativas Estratégicas

Setembro de 2026

ENTREGAS	RESPONSÁVEL	INÍCIO	TÉRMINO	STATUS
Fase 01 – Alto e Médio Sertão e Região Norte (3 microrregiões)				
Diagnóstico do Alto e Médio Sertão	Gestão Estratégica	Já iniciou	dezembro/ 2026	**Em andamento**
Diagnóstico da Região Norte	Gestão Estratégica	março/ 2027	julho/ 2027	**Em andamento**
Apresentação dos diagnósticos à comunidade local	Gestão Estratégica	novembro/ 2026	dezembro/ 2026	**A fazer**
Mobilização e coleta de indicações para o Radar — Alto e Médio Sertão	Ambiente de Negócios / R. Sertão	março/ 2027	março/ 2027	**A fazer**
Pactuação do procedimento de mobilização e coleta de indicações para o Radar de Lideranças	G. Estratégica Ambiente Neg. /Regionais	março/ 2027	março/ 2027	**A fazer**
Capacitação da rede credenciada	Ambiente de Negócios / Soluções e Inovação	março/ 2027	março/ 2027	**A fazer**
Aplicação da metodologia (radar de liderança) — Alto e Médio Sertão	Ambiente de Negócios / R. Sertão	abril/ 2027	junho/ 2027	**A fazer**
Implementação da metodologia de governança — Alto e Médio Sertão	Ambiente de Negócios / R. Sede	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Imersão e validação territorial — Alto e Médio Sertão	Ambiente de Negócios / R. Sertão	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Plano de comunicação e mobilização — Alto e Médio Sertão	Ambiente de Negócios / R. Sertão / Mkt e Comunicação	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Aplicação da metodologia (radar de liderança) — Região Norte	Ambiente de Negócios / R. Sede	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Implementação da metodologia de governança — Região Norte	Ambiente de Negócios / R. Sede	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Imersão e validação territorial — Região Norte	Ambiente de Negócios / R. Sede	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Plano de comunicação e mobilização — Região Norte	Ambiente de Negócios / R. Sede / Mkt e Comunicacão	agosto/ 2027	outubro/ 2027	**A fazer**
Lições aprendidas da primeira fase	Ambiente de Negócios / Regionais	novembro/ 2027	dezembro/ 2027	**A fazer**
Workshop de governança para desenvolvimento territorial	G. Estratégica/Ambiente de Neg/ Regionais	novembro/ 2027	dezembro/ 2027	**A fazer**
Fase 02 – Outros diagnósticos		janeiro/ 2028	dezembro/ 2028	**A fazer**
Fase 03 – Outros diagnósticos		janeiro/ 2029	dezembro/ 2030	**A fazer**

SEBRAE