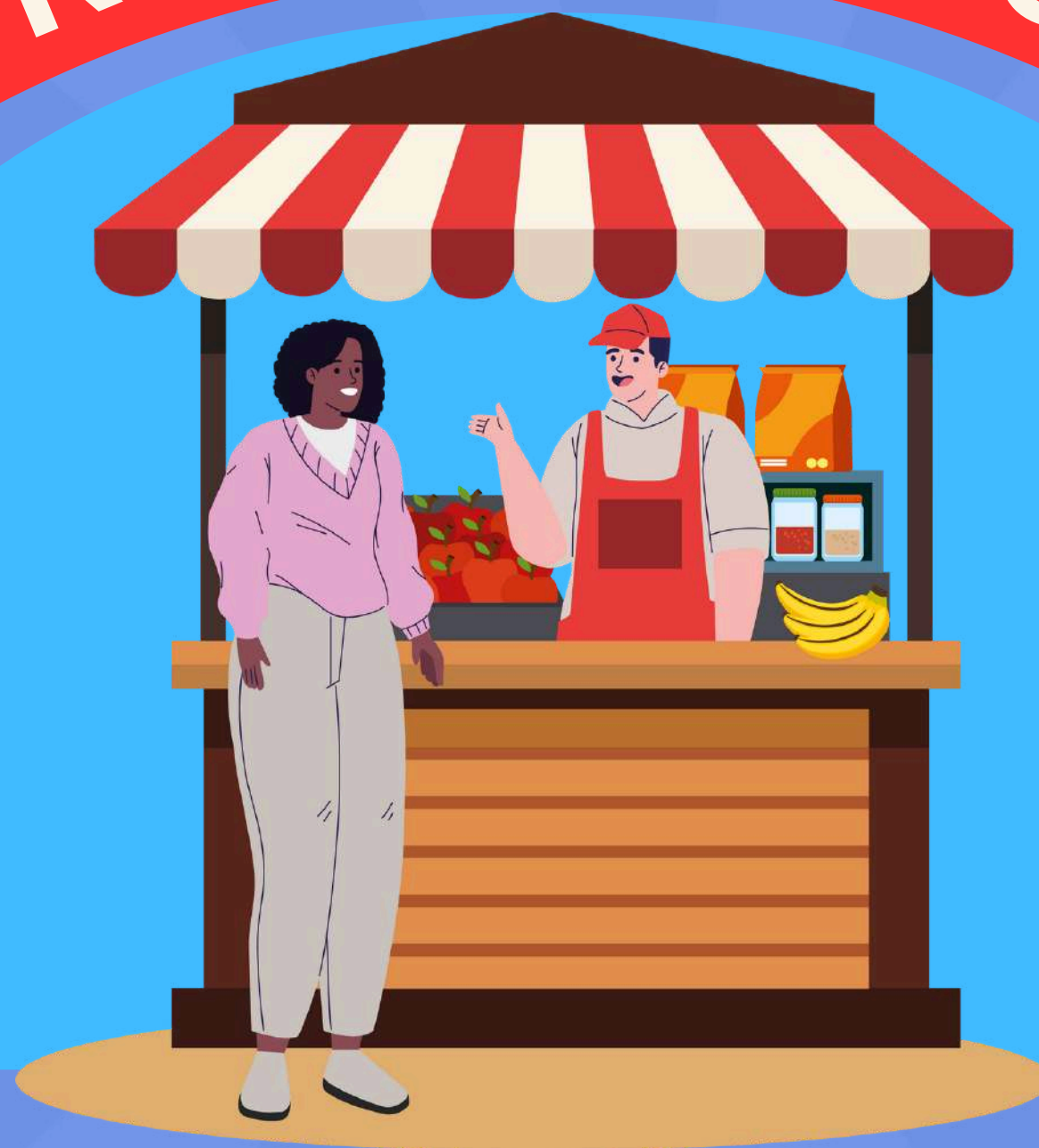


PESQUISA

PROPÓSITO DOS

SEBRAE



PEQUENOS NEGÓCIOS BAIANOS

O PROPÓSITO DO SEBRAE É

**IMPULSIONAR O SUCESSO DOS
EMPREENDEDORES BAIANOS**



METODOLOGIA



ITEM	DESCRIÇÃO		
Tipo de pesquisa	Quantitativa		
Objetivo	Identificar o perfil, necessidades e objetivos dos empreendedores baianos		
Aplicação	Questionário on-line (ferramenta Survey Monkey)		
Período de realização	29/07 a 29/08/2025		
Público-alvo	Empreendedores atendidos pelo Sebrae/BA		
Universo	15.773	Amostra	494
Grau de confiança	95%		
Margem e erro	5%		

PRINCIPAIS RESULTADOS



- **38%** dos respondentes estão na faixa etária entre 35 e 44 anos;
- **66%** dos respondentes são do sexo feminino;
- **41%** dos respondentes tem uma empresa do tipo MPE – Micro ou Pequena Empresa;
- **46%** dos negócios estão no setor de serviços;
- **45%** dos empreendedores possuem renda mensal de até salários-mínimos;
- Autonomia e independência (**67%**), Desenvolvimento pessoal e profissional (**39%**) e Alternativa para sobrevivência (36%) foram os três principais motivos que os levaram ao empreendedorismo;
- Não sabia como tornar o negócio rentável (**42%**), Acesso a recursos financeiros (**35%**) e Carga tributárias (**26%**) foram as três principais dificuldades enfrentadas para abrir o negócio.

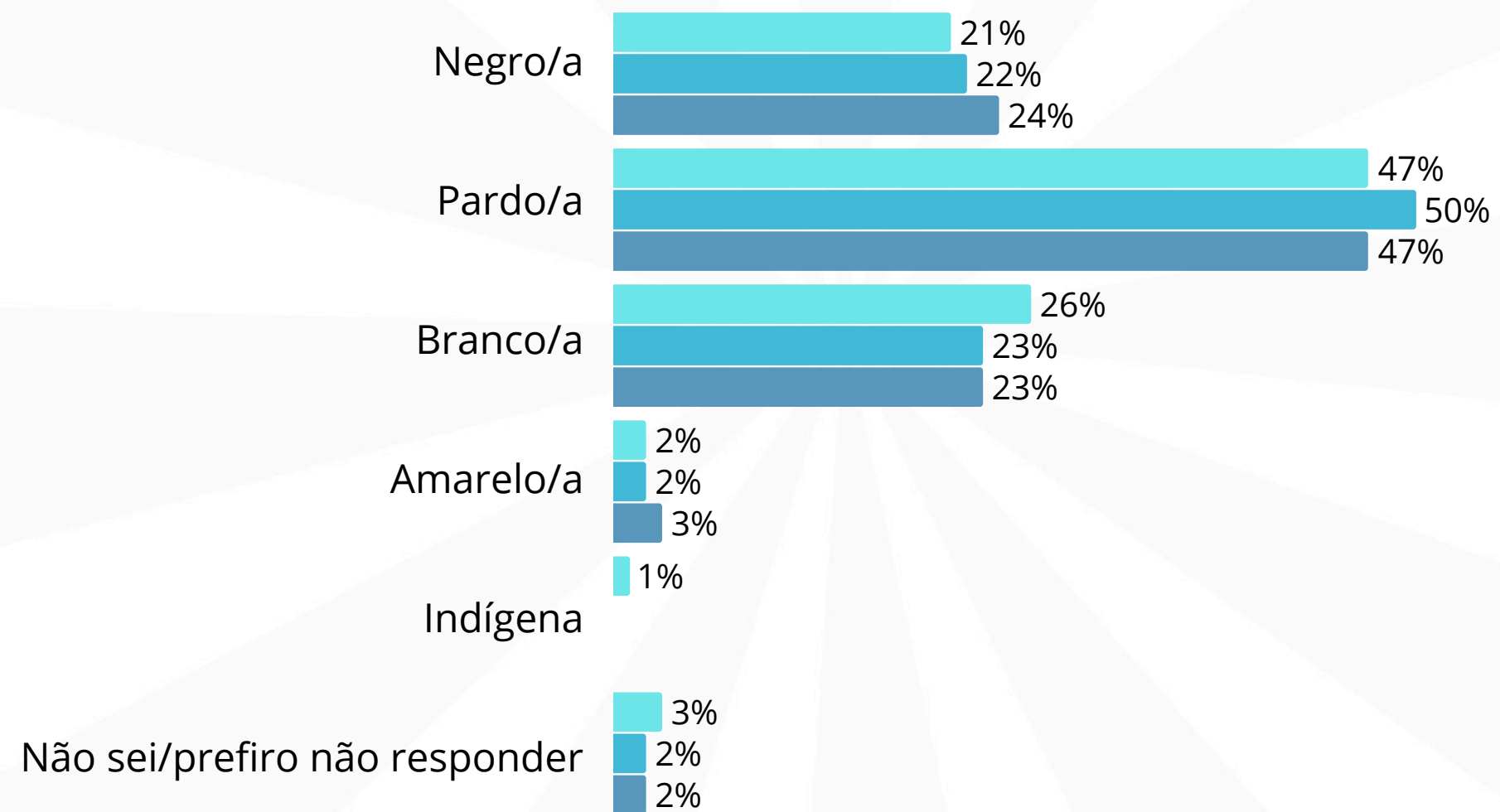


QUADRO COMPARATIVO

PRINCIPAIS DESTAQUES DAS EDIÇÕES DA PEQUISA

1ª edição	2ª edição	3ª edição	Temática
58%	54%	59%	Não tem funcionários.
49%	43%	51%	Vendem para pessoas físicas.
48%	49%	45%	Possuem renda mensal de até 2 salários-mínimos.
63%	65%	67%	Autonomia e independência é o principal motivo para empreender.
37%	45%	44%	Consultorias/mentorias são os serviços que os empreendedores mais querem do Sebrae para apoiar a gestão e/ou planejamento do negócio.
34%	35%	40%	O WhatsApp é o principal canal de venda do negócio.

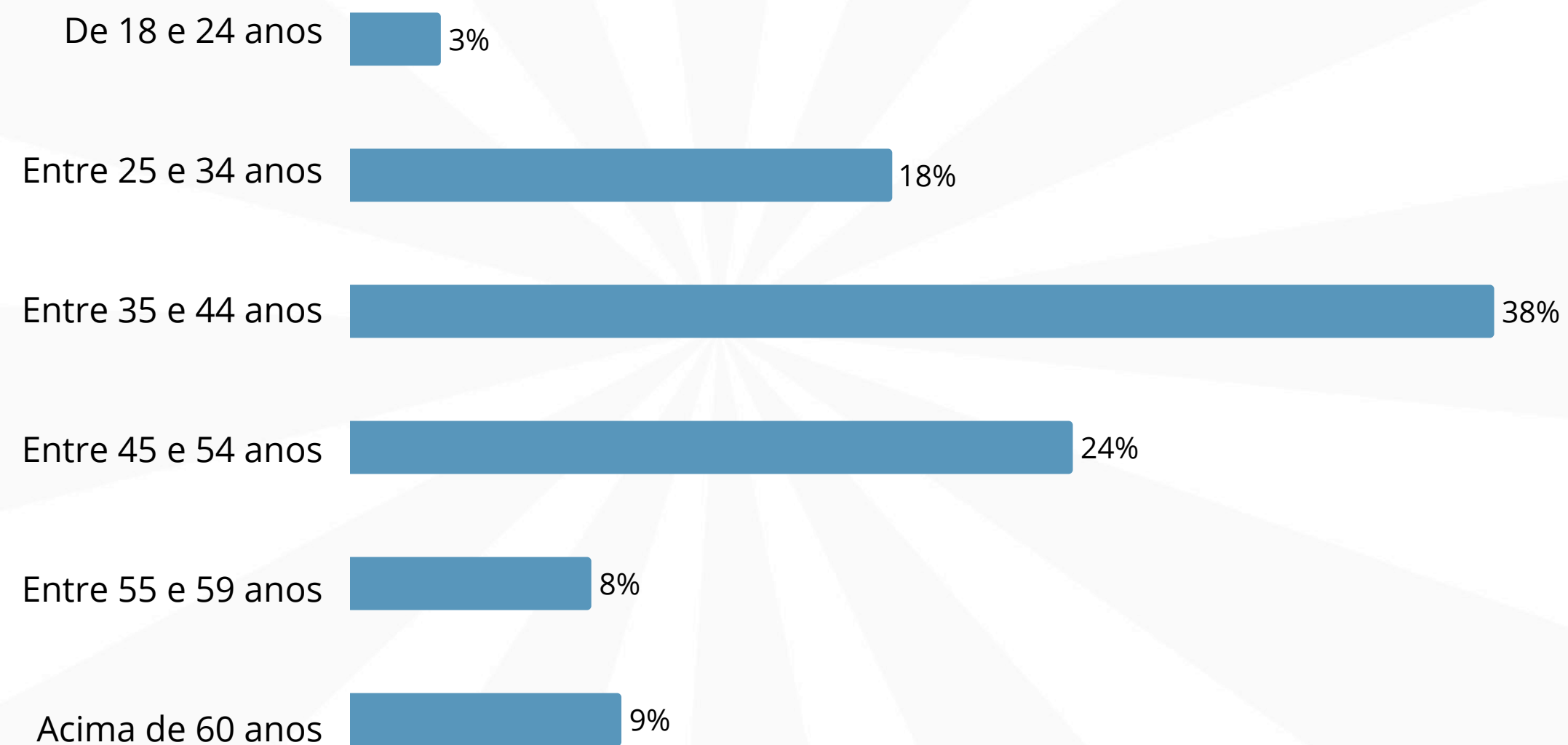
- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



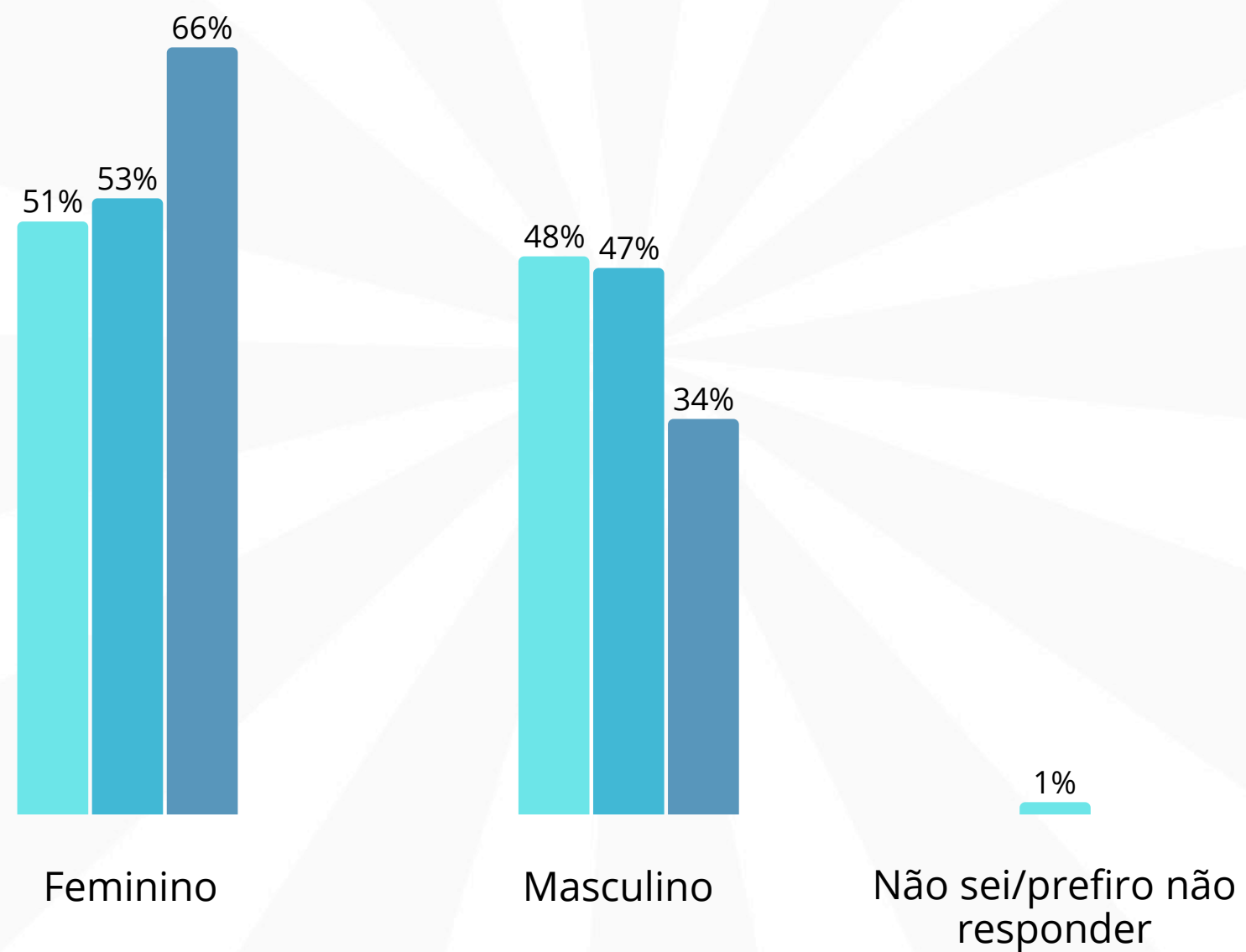
QUAL É A SUA FAIXA ETÁRIA?

Questão atualizada das edições anteriores.

● 3ª edição



- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



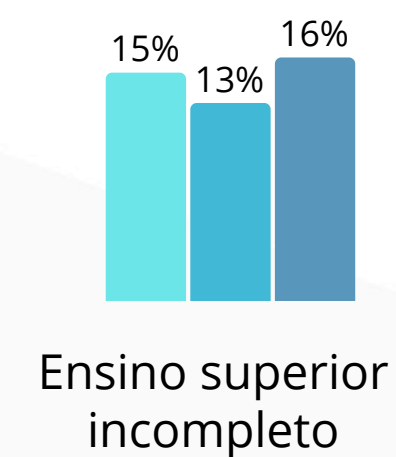
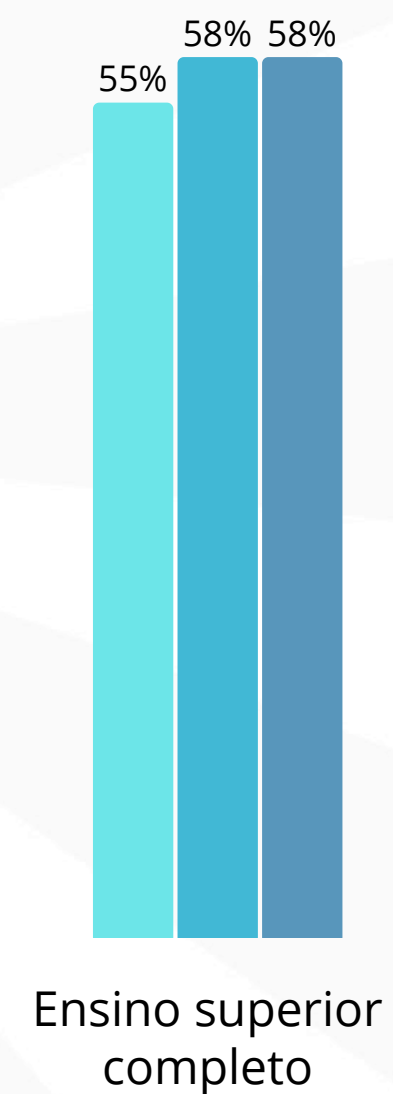
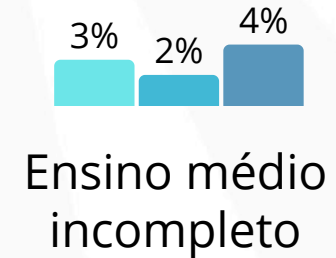
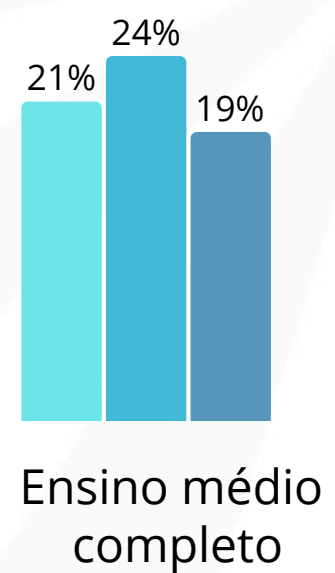
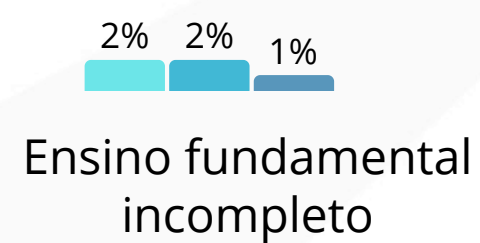
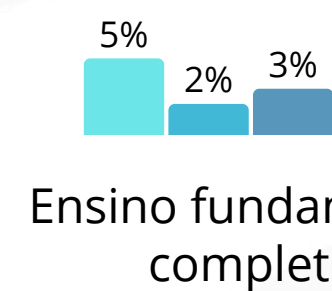
Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

QUAL É A SUA ESCOLARIDADE?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



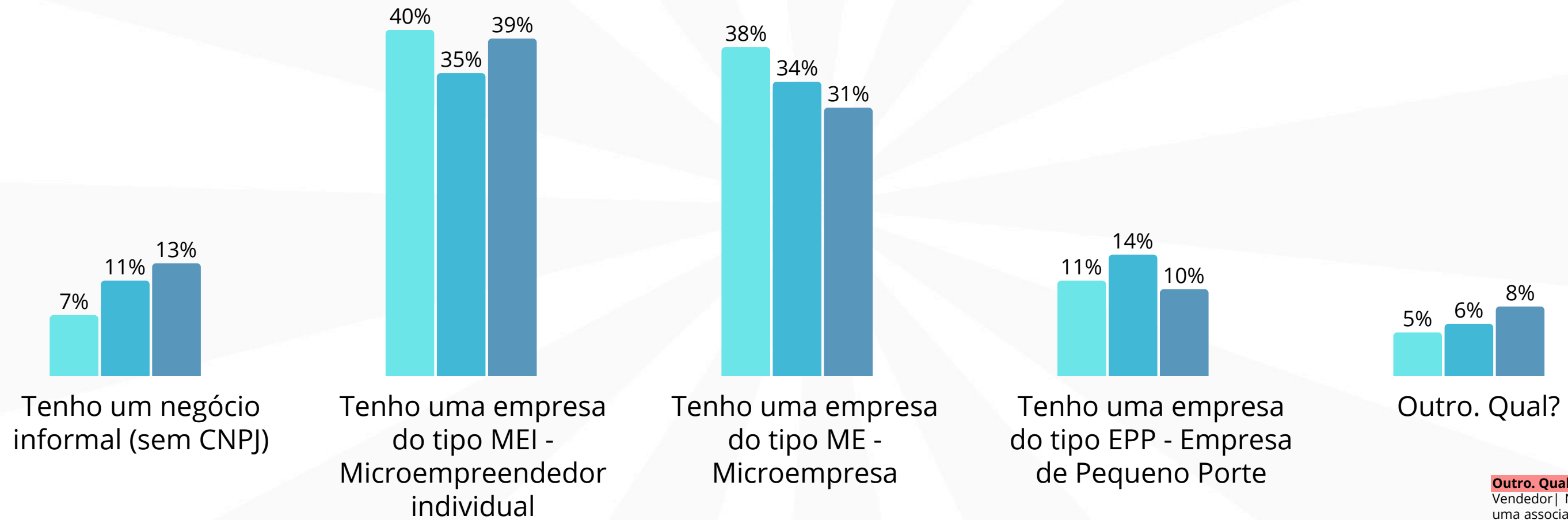
Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

05 EM QUAL SITUAÇÃO VOCÊ SE ENQUADRA ATUALMENTE?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Outro. Qual?

Vendedor | Não tenho negócio próprio | Tenho uma associação | LTDA | Tentando reabrir uma empresa | Tenho uma empresa LTDA | Sou Gerente de uma empresa | Professor | Empresa sociedade limitada | Taxista | LTDA | Eirelli | Simples | Gerencio uma EPP | CLT | CLT | Dona de casa fazendo vendas esporádicas | Autônoma | Consultor em agronegócios e desenvolvimento rural | Profissional liberal | LTDA | Sou contador e cuido de alguns MEIs | Trabalho em casa.

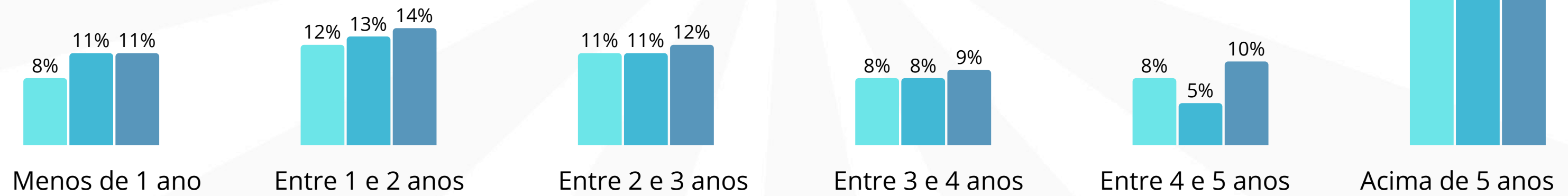
Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

06 QUANTO TEMPO DE EXISTÊNCIA SEU NEGÓCIO TEM NO MERCADO?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição

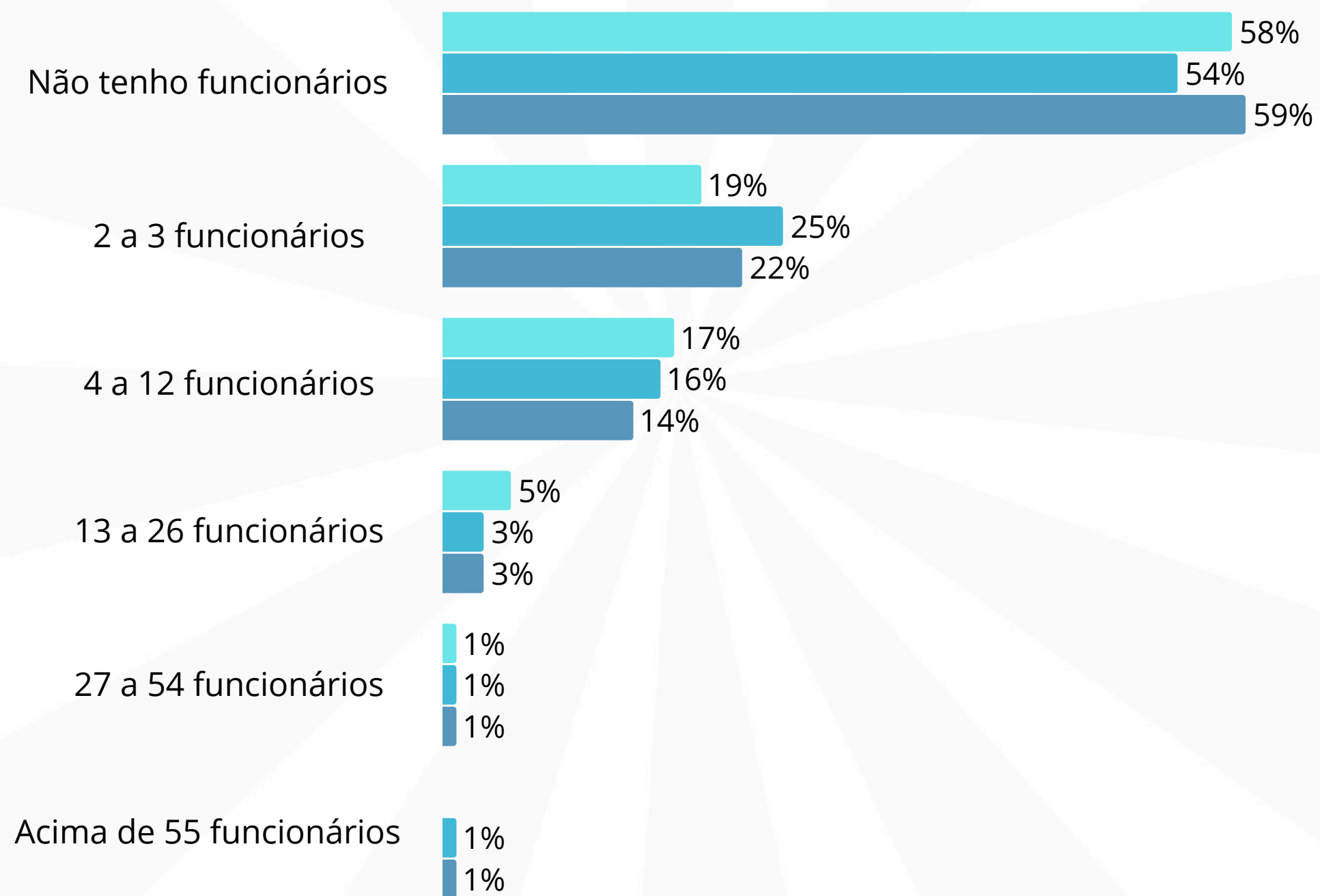


Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

08 QUAL O SETOR DE ATIVIDADE DO SEU NEGÓCIO?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



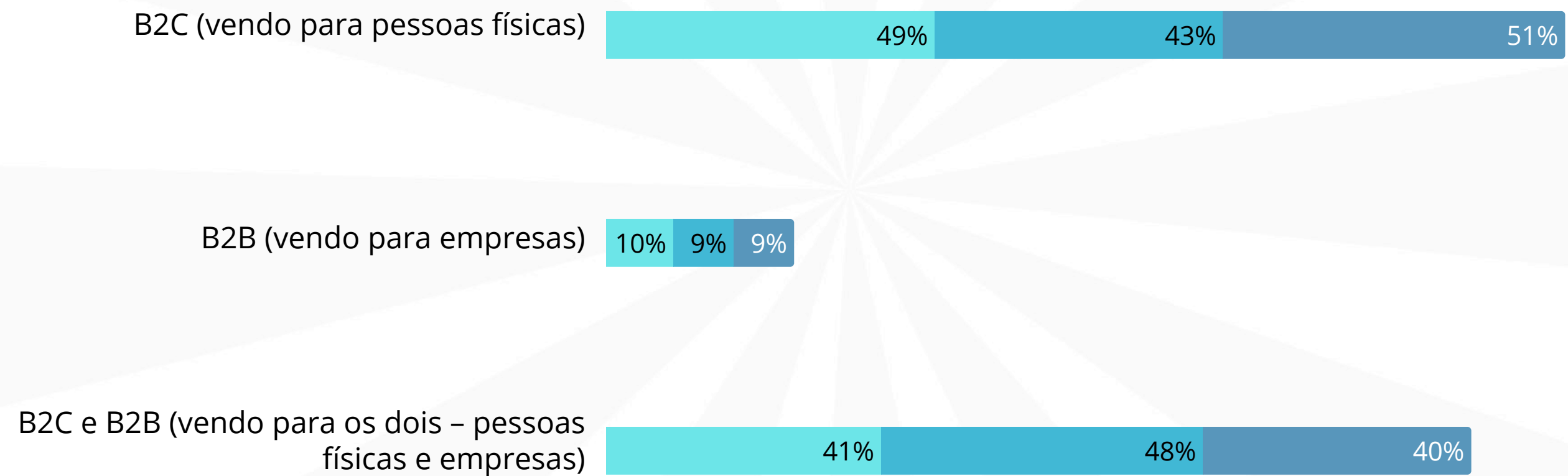
Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

09 QUAL O PÚBLICO-ALVO DAS VENDAS DO SEU NEGÓCIO?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



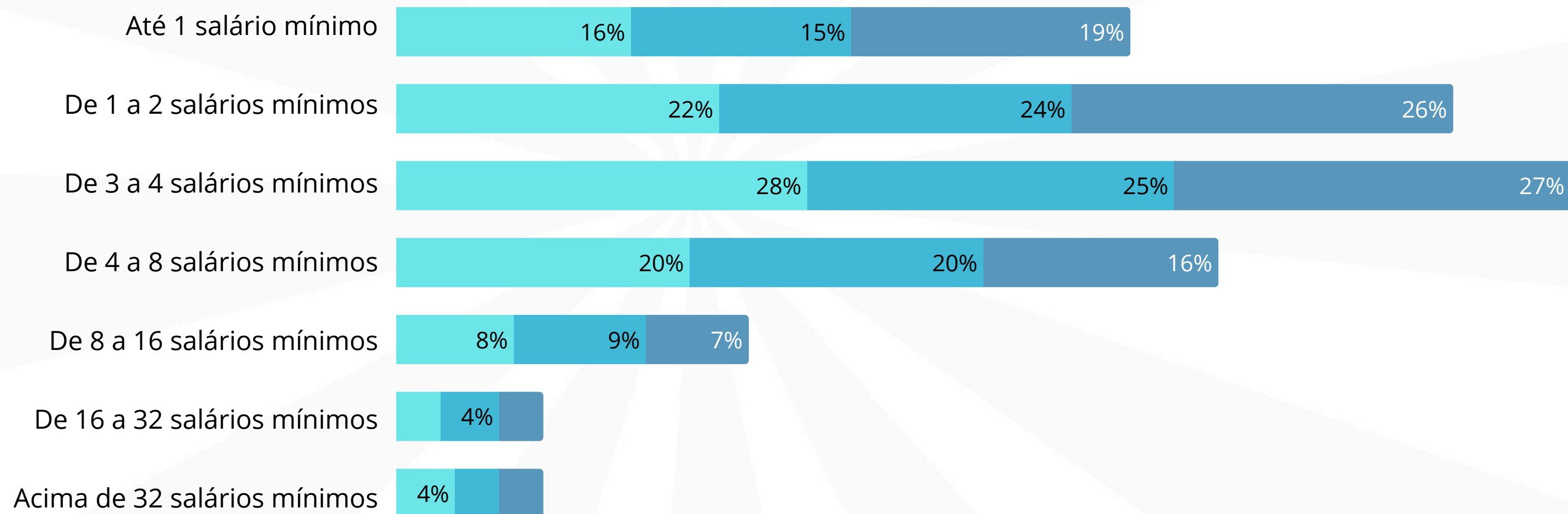
Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

QUAL SUA RENDA MENSAL?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição

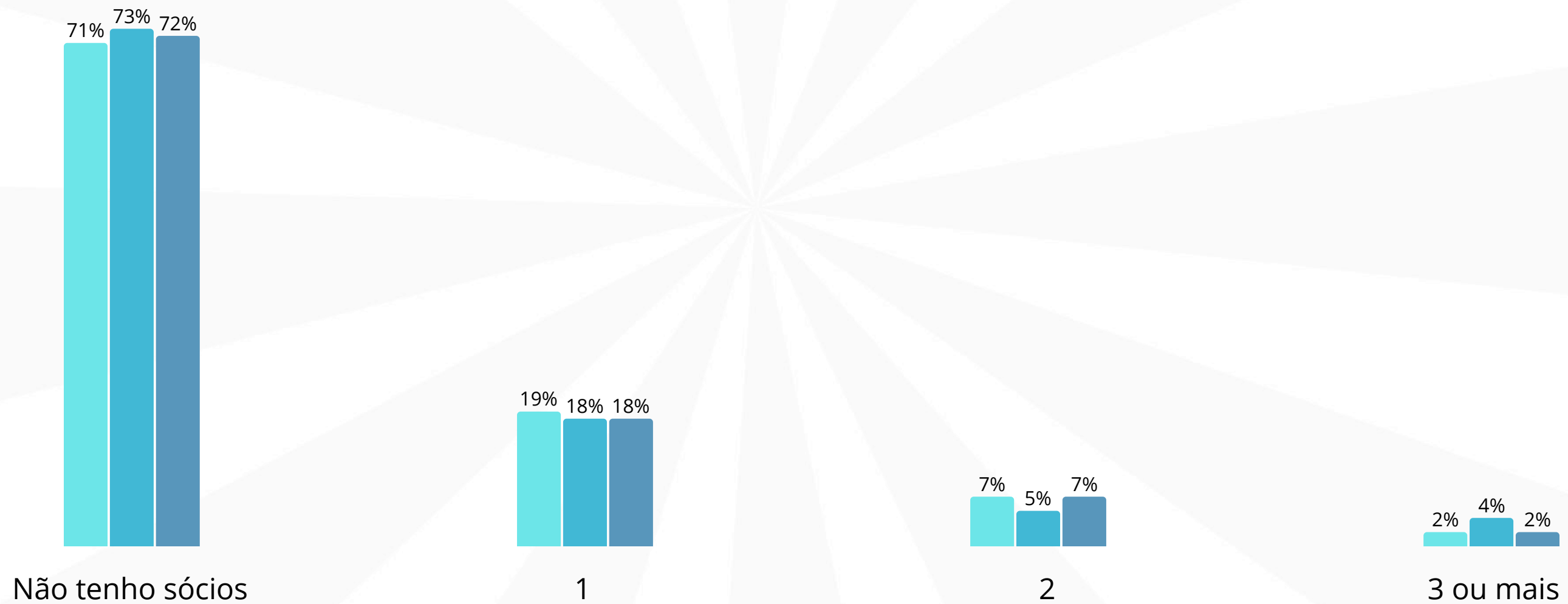


Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

12 QUAIS OS TRÊS PRINCIPAIS MOTIVOS QUE LHE LEVARAM A EMPREENDER (TER UM NEGÓCIO PRÓPRIO)?

A alternativa “complementar a minha aposentadoria” foi inserida na 3ª edição da pesquisa.

MOTIVO	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Autonomia e independência	63%	65%	67%
Desenvolvimento pessoal e profissional	45%	41%	39%
Alternativa para sobrevivência	36%	33%	36%
Identificação de oportunidades de mercado	38%	36%	34%
Realização de um propósito pessoal	37%	35%	29%
Empoderamento econômico	16%	19%	18%
Flexibilidade e Conciliação	11%	12%	15%
Inspiração e referência para outras pessoas	12%	14%	13%
Fortalecimento do empreendedorismo feminino	11%	13%	12%
Geração de riqueza para as futuras gerações	12%	13%	10%
Complementar a minha aposentadoria	-	-	6%
Impacto social	7%	7%	6%
Superar barreiras e estereótipos	3%	3%	5%
Preservação cultural	1%	2%	3%
Cultivo de talentos locais	2%	1%	1%
Promoção da diversidade e inclusão	1%	1%	1%
Romper com a hierarquia corporativa	3%	1%	0%
Outro. Qual?	3%	4%	4%

Outro. qual?

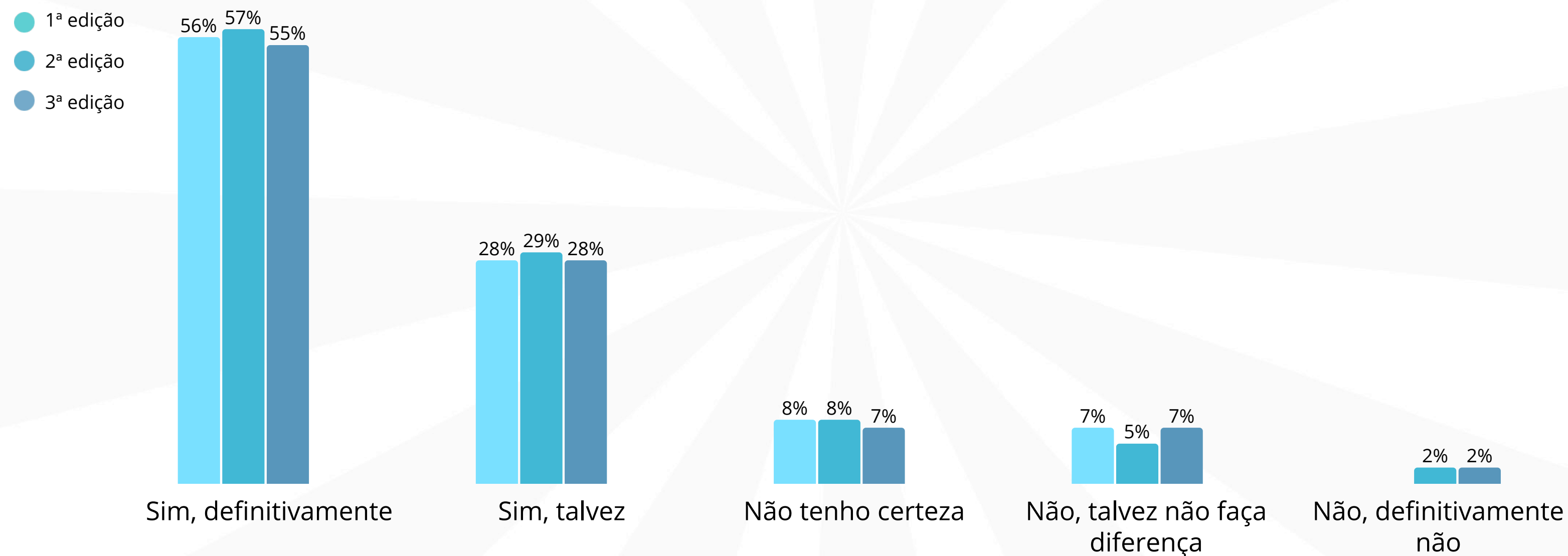
trabalhar com que eu amo | Sucessão | Herança familiar | Herança Familiar | Pesquisa científica | Quero que essa marca | ajude mulheres a empreender futuramente. | Não Trabalhar pra outra pessoa | Pagamentos de salario por CNPJ | Diversificação de investimentos | sustentabilidade | Gerencio, porém viso | Desenvolvimento pessoal e profissional. | Oportunidade | Prazer pela csusa desde menino | No início foi para mostrar o talento, agora é sobrevivência | Oportunidade do momento | Estou nesse ramo a 20anos, bastante experiência. | familiar

Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

VOCÊ ACREDITA QUE A CRIAÇÃO DE UMA REDE DE MENTORES COMPOSTA POR EMPREENDEDORES/AS NEGROS/AS BEM-SUCEDIDOS PODERIA IMPULSIONAR O CRESCIMENTO DOS PEQUENOS NEGÓCIOS NA BAHIA?



Quantidade de respondentes 1ª edição: 490

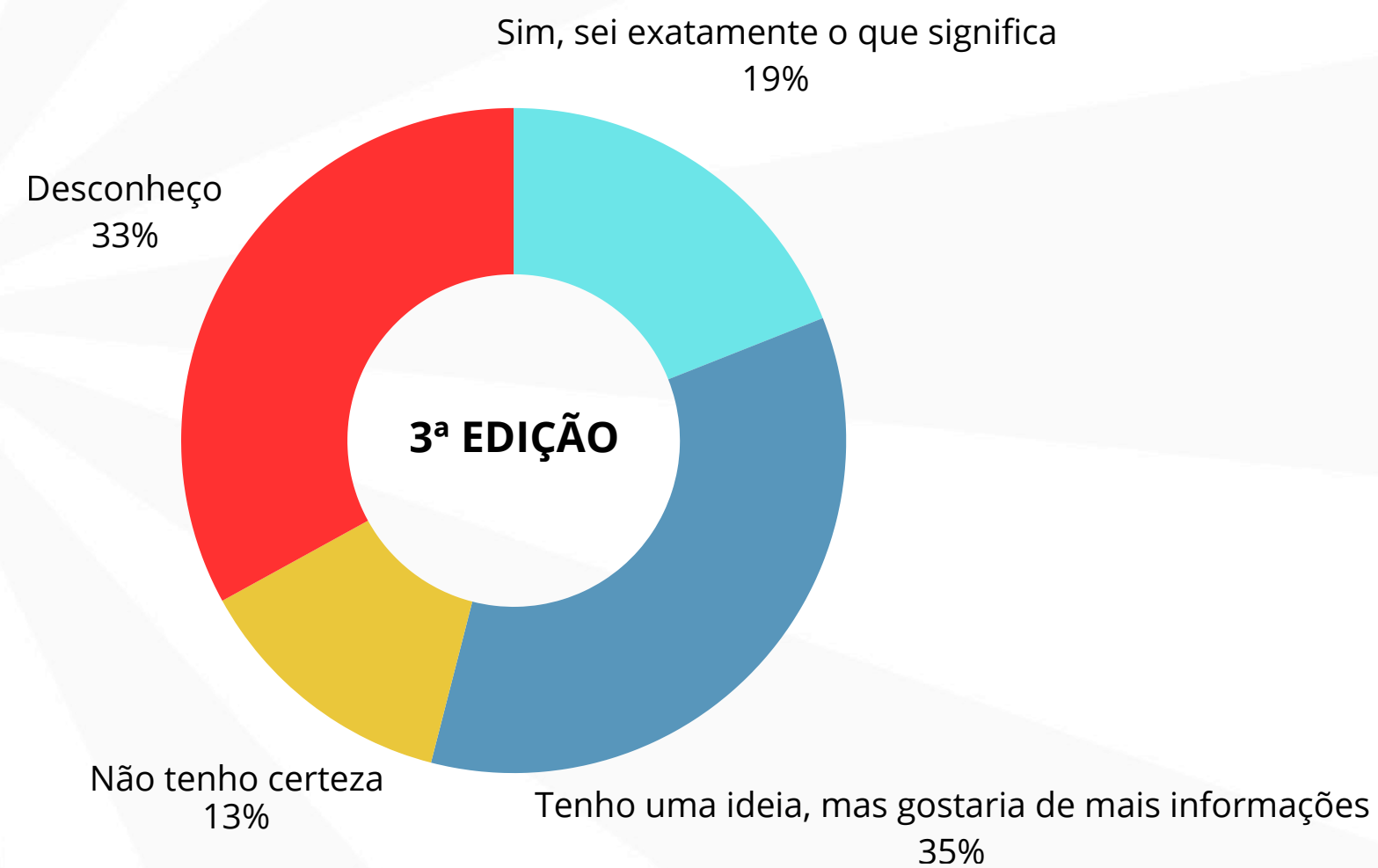
Quantidade de respondentes 2ª edição: 469

Quantidade de respondentes 3ª edição: 494

VOCÊ SABE O QUE SIGNIFICA "BLACK MONEY" OU DINHEIRO CIRCULANDO ENTRE EMPREENDEDORES NEGROS?



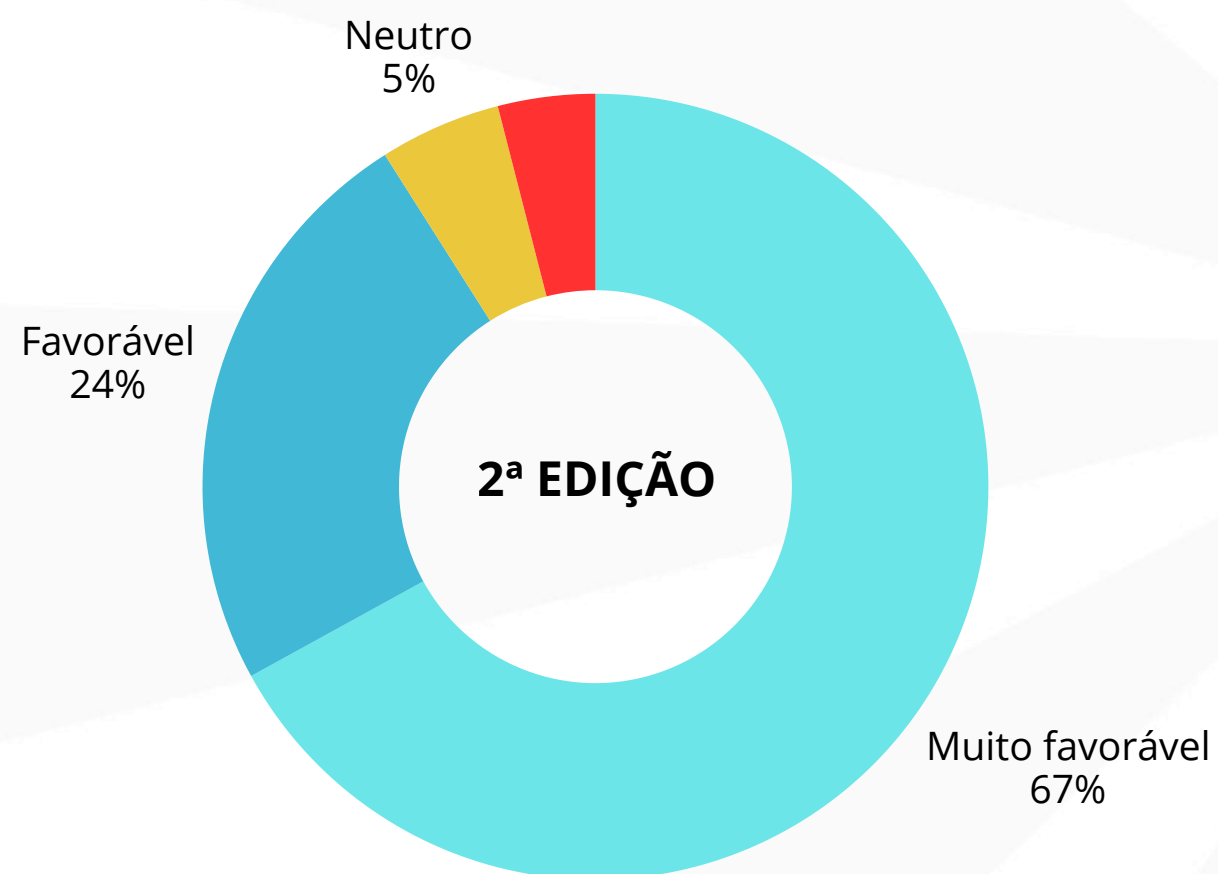
Quantidade de respondentes 2ª edição: 328



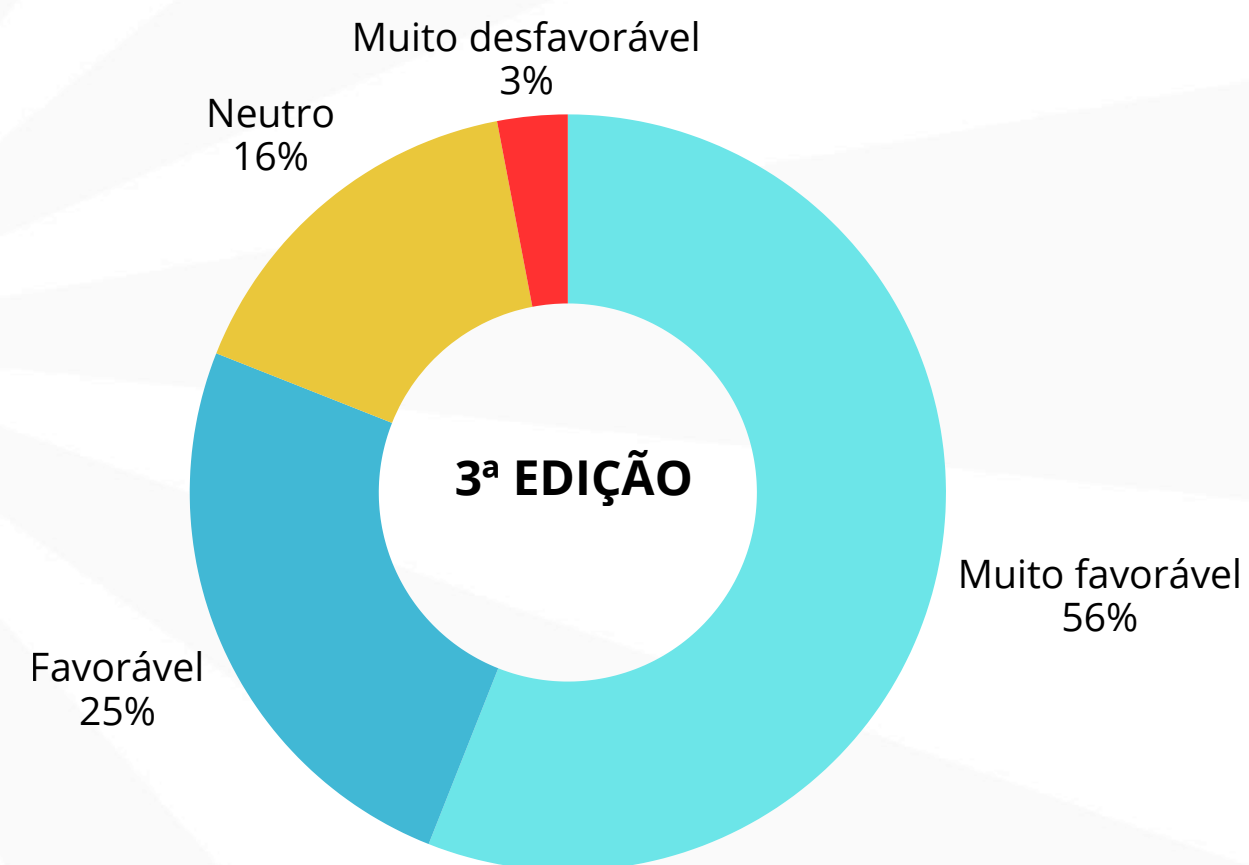
Quantidade de respondentes 3ª edição: 341

QUAL É A SUA OPINIÃO SOBRE O FORTALECIMENTO ECONÔMICO DA COMUNIDADE NEGRA POR MEIO DO "BLACK MONEY"?

Para quem marcou "Sim, sei exatamente o que significa" na questão anterior.



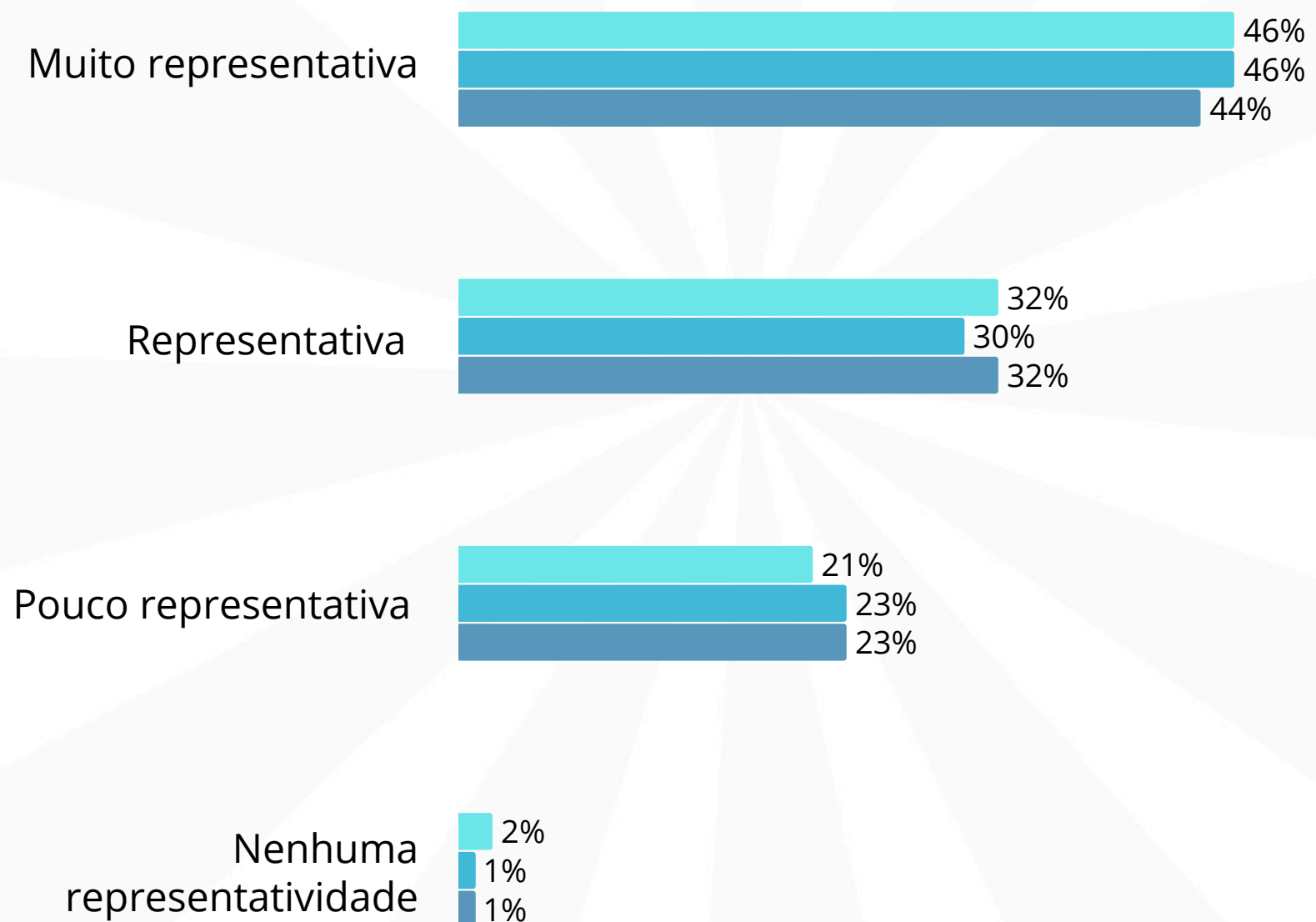
Quantidade de respondentes 2^a edição: 55



Quantidade de respondentes 3^a edição: 63

COMO VOCÊ AVALIA A PRESENÇA DE EMPREENDEDORES NEGROS EM EVENTOS E FEIRAS DE NEGÓCIOS NA BAHIA?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Quantidade de respondentes 1ª edição: 311

Quantidade de respondentes 2ª edição: 310

Quantidade de respondentes 3ª edição: 308

17 QUAIS SERVIÇOS OU RECURSOS ESPECÍFICOS VOCÊ CONSIDERA MAIS IMPORTANTES PARA PROMOVER O CRESCIMENTO E O SUCESSO DOS/AS EMPREENDEDORES/AS NEGROS/AS DA BAHIA? (ACEITA MAIS DE UMA RESPOSTA)

SERVIÇOS / RECURSOS	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Capacitação e treinamento em gestão de negócios	79%	84%	76%
Mentoria e orientação de especialistas	43%	51%	52%
Acesso facilitado a linhas de crédito e financiamento	57%	54%	55%
Programas de networking e conexões com outros/as empreendedores/as	40%	45%	40%
Divulgação e marketing para aumentar a visibilidade dos negócios	42%	47%	47%
Apoio na construção de parcerias estratégicas	45%	49%	43%
Outros. Quais?	2%	4%	2%

Outro. qual?

Feiras e festivais específica para pessoas pretas | Não acho que cor de pele defina, e sim esforço, dedicação e força de vontade. | Não vejo diferença sobre tom de pele. Acredito no bom profissional | Acho que não há diferença se o negro estudar e buscar o conhecimento, a cor não diz o que ele é, sim o que há de conhecimento, para mulher tbm é muito difícil pelo Brasil ser EXTREMANTE MACHISTA. | Parcerias com entidades financeiras para viabilizar recursos de investimentos para pequenas empresas.

DIFICULDADES	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Não sabia como tornar o negócio rentável	36%	32%	42%
Acesso a recursos financeiros	40%	35%	35%
Cargas tributárias	30%	31%	26%
Pouca oferta de investimentos	41%	34%	25%
Acesso limitado a mercados e clientes	23%	23%	23%
Networking (rede de contatos) limitado	19%	23%	22%
Ausência de mentoria e apoios adequados	20%	27%	21%
Desconhecimento de estratégias digitais	11%	14%	17%
Falta de autoconfiança de que daria certo	10%	10%	16%
Burocracia	20%	20%	16%
Capacitação e conhecimento específico	12%	13%	15%
Pouco acesso à educação empreendedora	9%	16%	13%
Falta de apoio das pessoas ao meu redor	8%	8%	11%
Estereótipos e preconceitos	6%	5%	7%
Desigualdade na distribuição dos recursos públicos	9%	6%	6%
Exclusão de programas de aceleração e incubação	3%	3%	4%
Outro. Qual?	2%	2%	2%

Outro. qual?

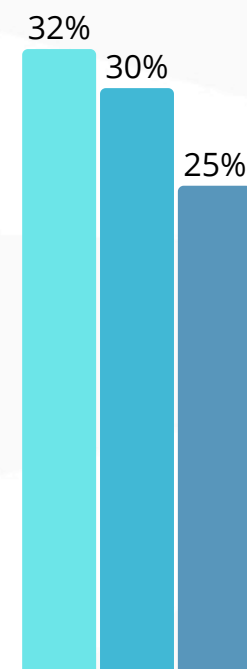
capital de giro | Meu negócio é de família. Eu herdei ele. | Funcionários: a maioria sem comprometimento | Falta de estudos | Outros
 Dificuldade de mão de obra | Não encontrei dificuldades na época. Em 1986 penso que foi mais fácil do que hoje pra empreender | São poucas pessoas para trabalhar, pessoas como eu que vestir a camisa das empresas que trabalhei.

QUAL O PRINCIPAL CANAL DE VENDAS DO SEU NEGÓCIO?

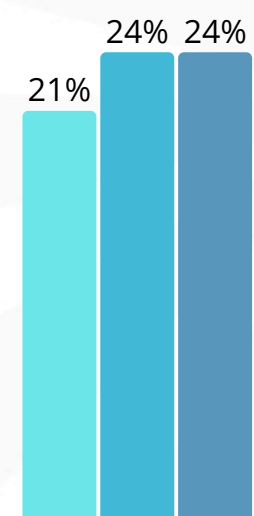
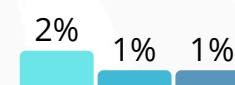
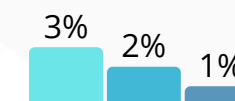
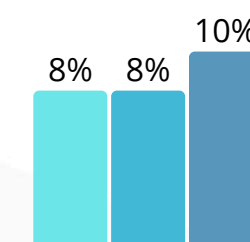
- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



WhatsApp



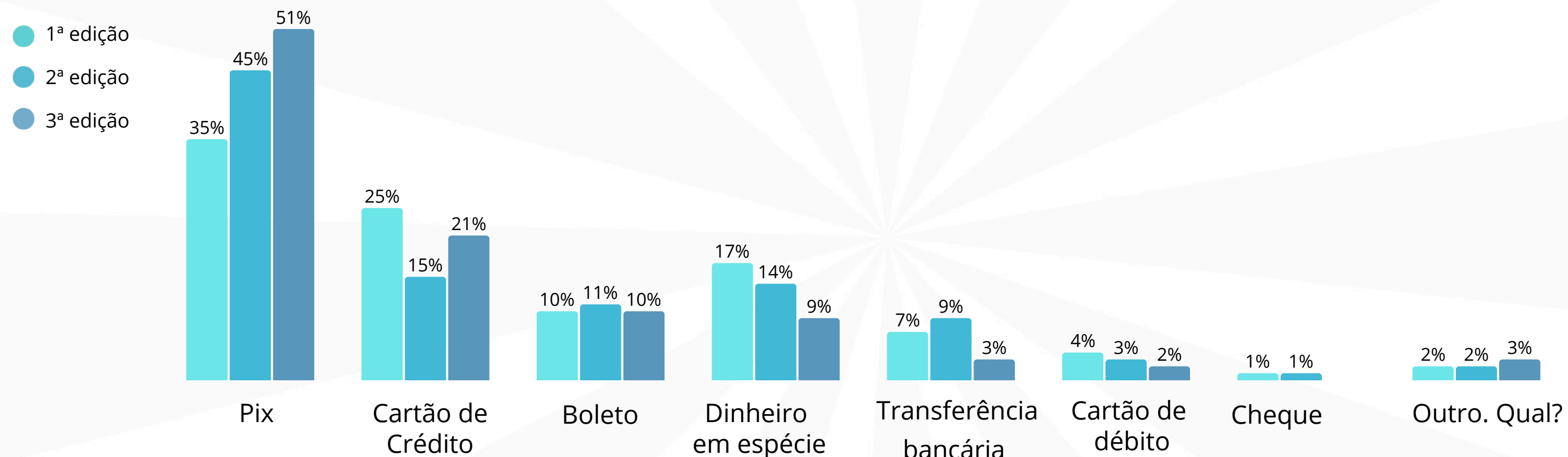
Loja física

Redes sociais
(Instagram,
Facebook etc.)E-commerce
(Mercado
livre, OLX,
Amazon etc.)Redes de
afiliados

Outro. Qual?

Outro. qual?

boca a boca | Feiras locais | Indicações de clientes e rede de contatos | site | Pessoalmente | Google | Venda direta | Whatsapp e contato direto com o cliente | indicações | PORTA A PORTA | PAP | AIRBNB | Corpo a corpo | Site | Transporte de mercadoria | redes sociais, loja física e visita a clientes. | Autônoma | instagram | Porta a porta | Agências Online (OTA) | Prospecção ditreta | Indicação | O famoso boca a boca. Temos uma boa rede de clientes e esses satisfeitos são os principais "vendedores" | Site próprio da Pizzaria | Visitas as empresas | Indicaçao | Indicações | Rede de contatos | Indicação. | licitações | Boca a Boca

**Outro. qual?**

Prazo | Financiamento |
 todos acima | Diversos |
 dinheiro cartao pix | todos |
 Credciário próprio | Booking |
 Sistema de pagamento |
 venda a prazo notinha

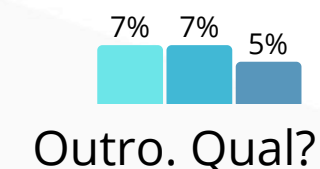
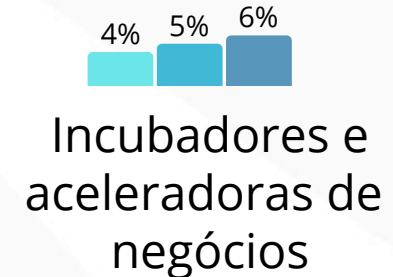
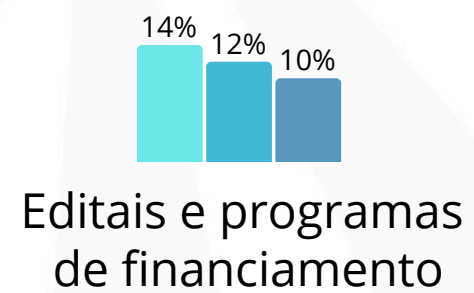
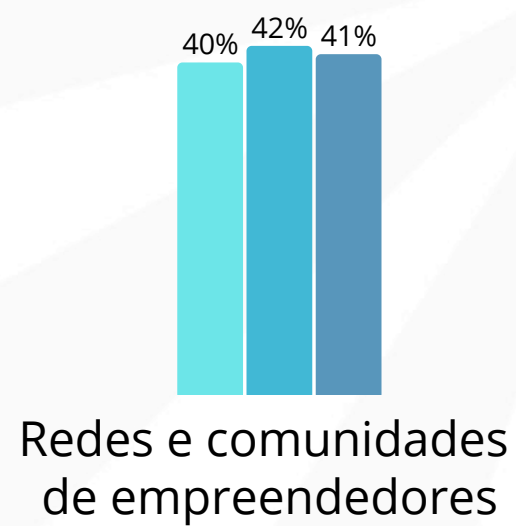
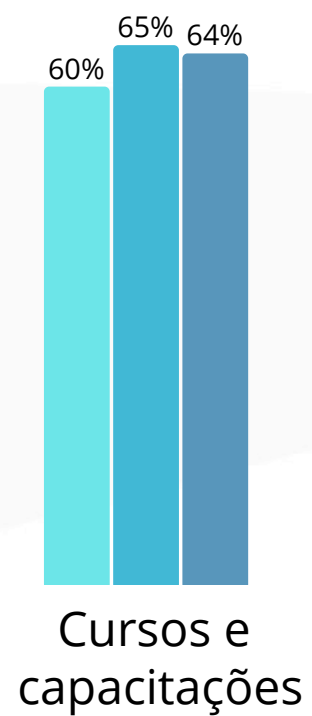
Quantidade de respondentes 1ª edição: 404

Quantidade de respondentes 2ª edição: 385

Quantidade de respondentes 3ª edição: 377

QUE INICIATIVAS/INSTITUIÇÕES VOCÊ JÁ BUSCOU PARA APRIMORAR O SEU NEGÓCIO? (ACEITA MAIS DE UMA RESPOSTA)

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Outro. qual?
 nenhum | Nunca procurei |
 Profissionais experientes | O
 contidiano | Nenhuma instituição |
 Nenhum | NENHUM | Visitaçã
 residenciais e comerciais | NUNCA
 BUSQUEI. | Credenciamento junto as
 fábricas | MENTORIAS | A própria
 empresa | Nenhum | Banco |
 bancos | Google | Literatura |
 Nenhuma | Cartórios e profissionais
 com formação em Direito. | Usei
 conhecimentos já adquiridos |
 oceb/sescoop/crcba/sindicato |
 Leitura em livros | FEIRAS E EVENTOS
 | cursos online de
 empreendedorismo. | No momento
 nenhuma | CDL | BOCA A BOCA

QUE TIPO DE APOIO GOSTARIA DE RECEBER DO SEBRAE BAHIA PARA APOIAR A GESTÃO E/OU PLANEJAMENTO DA SUA EMPRESA/NEGÓCIO? (ACEITA MAIS DE UMA RESPOSTA)

Questão atualizada das edições anteriores.

MEIOS DE PAGAMENTO	1ª edição	2ª edição	3ª edição
Consultorias/Mentorias	37%	45%	44%
Conteúdos (e-book, artigos, infográficos etc.)	18%	25%	21%
Cursos/Capacitações/Palestras/Oficinas	42%	48%	33%
Eventos de Networking	24%	34%	36%
Ferramentas (planilhas, canvas, guias etc.)	23%	30%	26%
Não sei	3%	1%	2%
Orientação	32%	37%	32%
Todas as alternativas anteriores	55%	55%	44%
Outro. Qual?	5%	3%	3%

Outro. qual?

Incentivo do governo, ao invés de passar recursos para os grandes, deveria dar uma linha de créditos aos pequenos comerciantes | Editais e programas financeiros | Apoio Financeiro | Direcionamento a agentes financeiros que trabalhem com juros reduzidos para pequenas empresas | Direcionamento para acesso a linha de crédito | Apoio financeiro pra abrir uma loja. Pois representantes já tenho pra receber as mercadorias de cama mesa e banho. | Inclusive tenho um projeto de construir um pousada e vou precisar do apoio do Sebrae muito em breve. | Na moral não há área de assistência técnica não tem nada que o sebrae possa fazer

Incentivo do governo-(PRONAF) | Vendas por meio digital | Construção de projetos para captação de recursos não reembolsáveis | Aplicativo | Ajuda empréstimo para investimento do crescimento da empresa | ORIENTAÇÃO FINANCEIRA | Ajuda pra conseguir linha de crédito com taxas de juros menores | Cursos | Eventos em Itabatan. VAMOS fazer um em Agropecuária? | Parceria com feira de comercialização, tendo o Sebrae como gestor do evento. | Como estou começando o curso de Empreendedorismo Negócio e Gestão | Linhas de crédito para MEI. Há uma falácia no mercado, sobre essa acessibilidade dos MEIs ao crédito, na prática, não ocorre | Nenhuma das opções

23 DE QUE MANEIRA VOCÊ GOSTARIA DE SER ATENDIDO PELO SEBRAE?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição

On-line via ferramentas de reunião (Zoom, Teams, Google meeting, WhatsApp etc.)



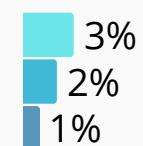
Nas instalações do Sebrae?



Na minha empresa/estabelecimento



Outro. Qual?



Outro. qual?

num sei | Ser atendido por algum especialista da área | Email | Com nome negativado, difícil é obter alguma linha de créditos | NÃO SEI | Todas, dependendo do contexto | inicialmente whatsapp | Aberta as outras opções | Qualquer uma das opções | Nenhum desses | Já fui atendido

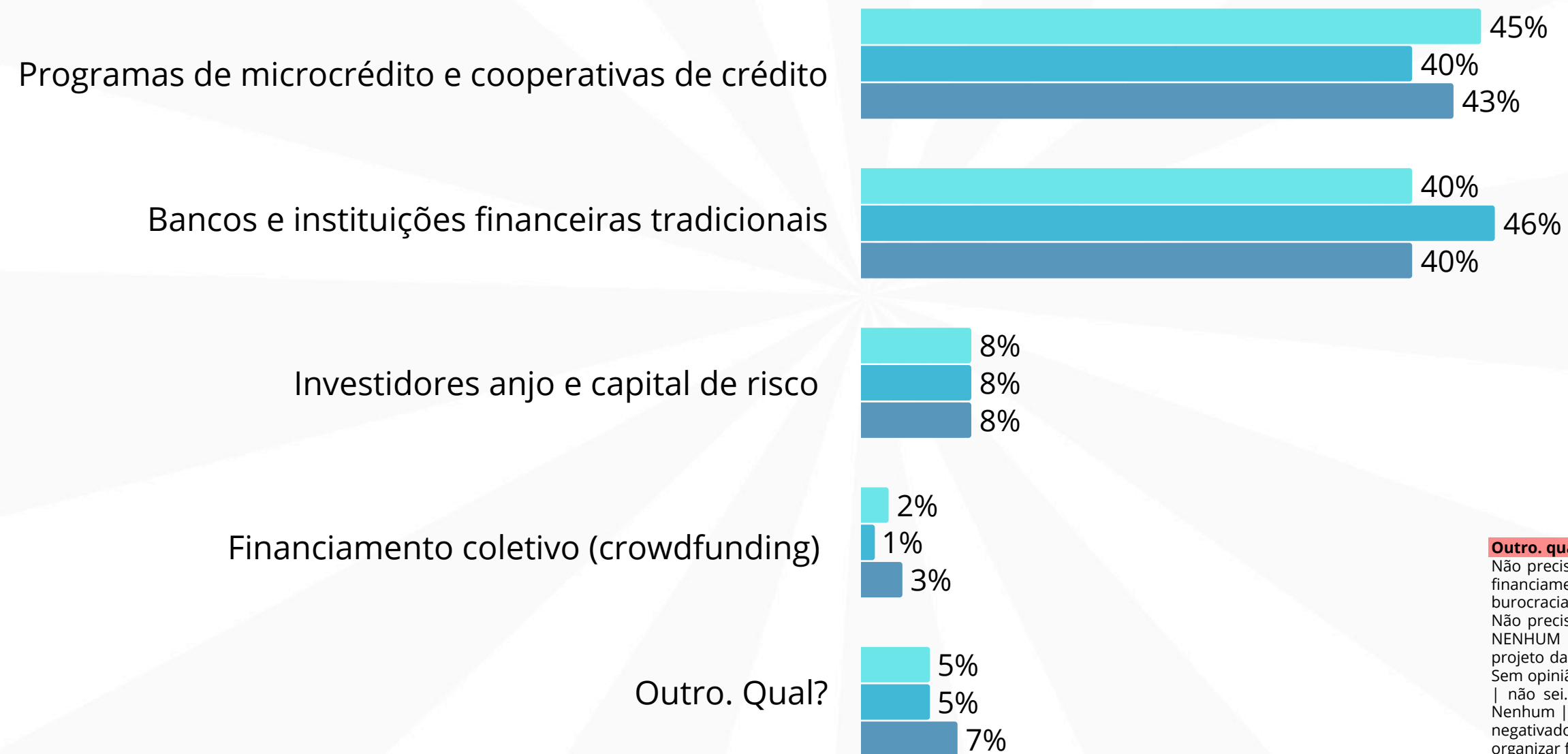
Quantidade de respondentes 1ª edição: 404

Quantidade de respondentes 2ª edição: 385

Quantidade de respondentes 3ª edição: 377

EM RELAÇÃO AO ACESSO A FINANCIAMENTO, QUAL FONTE VOCÊ CONSIDERA MAIS RELEVANTE PARA O SEU NEGÓCIO?

- 1ª edição
- 2ª edição
- 3ª edição



Outro. qual?

Não preciso de financiamento para o negócio. | Não preciso de financiamento | Nenhum | recurso proprio pois os juros e a burocracia nos impedem de crescer | Nenhuma
 Não preciso de recurso financeiro. | Não sei | Renda própria | NENHUM | Se o Sebrae puder ajudar no financiamento do projeto da pousada eu também vou precisar de financiamento | Sem opinião formada | editais de financiamento público | Editais | não sei. | edital de bolsas pra investimento em inovação | Nenhum | Ultimamente não estou legível a financiamento, nome negativado, isso está me atrapalhando muito estou tentando me organizar financeiramente | Nenhuma, não consegui esse tipo de acesso | O que tiver menor juros | Como dito, não há linhas acessíveis para MEIs, na prática nunca conseguimos. | Não consegui acesso em bancos. | UM QUE POSSA NOS AJUDAR SEM BUROCRACIA

Quantidade de respondentes 1ª edição: 403

Quantidade de respondentes 2ª edição: 382

Quantidade de respondentes 3ª edição: 367

CONSULTE A 2ª VERSÃO DA PESQUISA

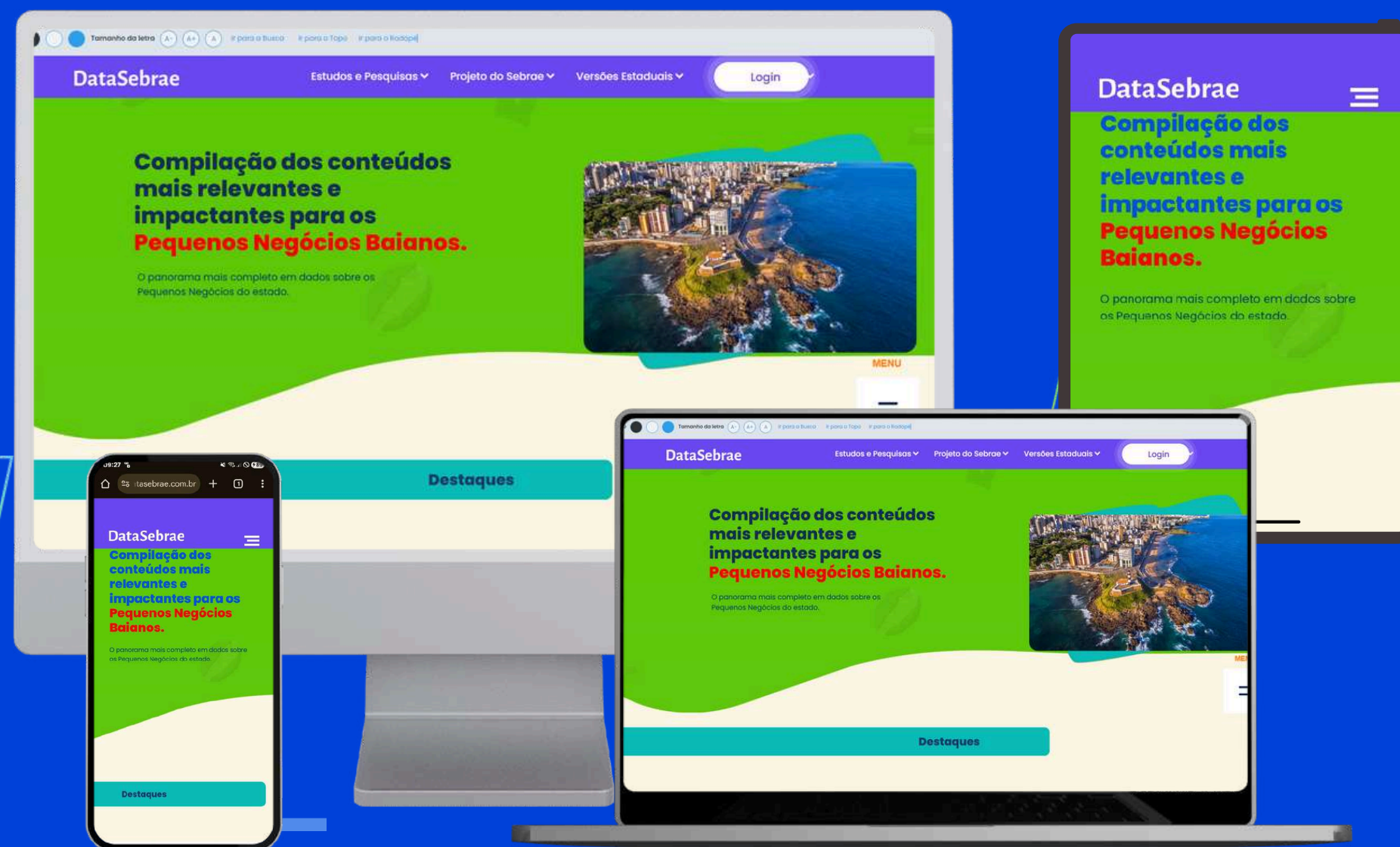
Propósito dos pequenos negócios
baianos



Conheça o novo Site do DataSebrae!

<https://datasebrae.com.br/ba/>

E acompanhe o panorama mais completo em dados sobre os Pequenos Negócios do Estado.



DataSebrae **SEBRAE**

© 2025. SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS

A REPRODUÇÃO NÃO AUTORIZADA DESTA PUBLICAÇÃO, NO TODO OU EM PARTE, CONSTITUI VIOLAÇÃO DOS DIREITOS AUTORAIS (LEI N° 9.610).

INFORMAÇÕES E CONTATOS

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS – SEBRAE
UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA - ESTUDOS E PESQUISAS
RUA ARTHUR DE AZEVEDO MACHADO, N° 1225, EDIFÍCIO CIVIL TOWERS, TORRE
CIRRUS, 22° ANDAR, COSTA AZUL, SALVADOR - BA, 41770-790
TELEFONE (71) 3320-4471
E-MAIL: UGE.SEBRAE@BA.SEBRAE.COM.BR

PRESIDENTE DO CONSELHO DELIBERATIVO ESTADUAL

HUMBERTO MIRANDA OLIVEIRA

DIRETORIA DASUPERINTENDÊNCIA

JORGE KHOURY

DIRETORIA TÉCNICA

FRANKLIN SANTOS

DIRETORIA ADMINISTRATIVA E FINANCEIRA

VITOR LOPES

UNIDADE DE GESTÃO ESTRATÉGICA

ISABEL DE CÁSSIA SANTOS RIBEIRO | GERENTE
LUCIANA MANDELLI | ADJUNTA
ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA | ANALISTA
FERNANDO EDMAR DE OLIVEIRA SILVA | ANALISTA
TAMIRES FARIAS CRUZ | ANALISTA
ALANA SOUZA LIMA | ANALISTA
RAQUEL CANA BRASIL B. DOS SANTOS | APOIO

RESPONSÁVEL PELA PESQUISA

ANDERSON DOS SANTOS TEIXEIRA

DIAGRAMAÇÃO

RAQUEL CANA BRASIL B. DOS SANTOS