



empreendedorismo na
**Confeitaria
Salgaderia^e**

Microempreendedor Individual





O mercado de confeitaria no Brasil prevê um crescimento anual de 3,97% até 2029, impulsionado por tendências como inovação em sabores, produtos funcionais e um consumo mais consciente. (Food Connection – Confeitaria no Brasil: Crescimento e Tendências para 2025).



O setor de alimentação, especialmente a produção e comercialização de bolos, doces, salgados e lanches, vem se consolidando como uma relevante alternativa de empreendedorismo no país. Seja por necessidade, oportunidade ou paixão pela gastronomia, muitos empreendedores encontram nesse segmento uma fonte de geração de renda e desenvolvimento profissional.

Diante desse cenário, foi realizada uma pesquisa com o objetivo de gerar insights para o desenvolvimento de iniciativas que fortaleçam e impulsionem esse segmento e forneça informações para aprimorar sua competitividade. A pesquisa é complementada por estatísticas que caracterizam as atividades de confeitaria e salgaderia no Estado de São Paulo, bem como tendências para o segmento. Essa análise foi realizada utilizando bases de dados, estudos e pesquisas sobre o tema.





confeitaria e salgaderia
pequenos negócios



Atividades relacionadas a confeitaria e salgaderia

- A fabricação de pães, roscas, bolos e tortas com venda predominante de produtos fabricados no próprio estabelecimento¹;
- O comércio varejista de pães, roscas, bolos e tortas quando a revenda de outros produtos é predominante²;
- A preparação de doces e salgados, servidos ou entregues em domicílio³.

¹ Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria: subclasse CNAE 1091-1/02

² Padaria e confeitaria com predominância de revenda: subclasse CNAE 4721-1/02

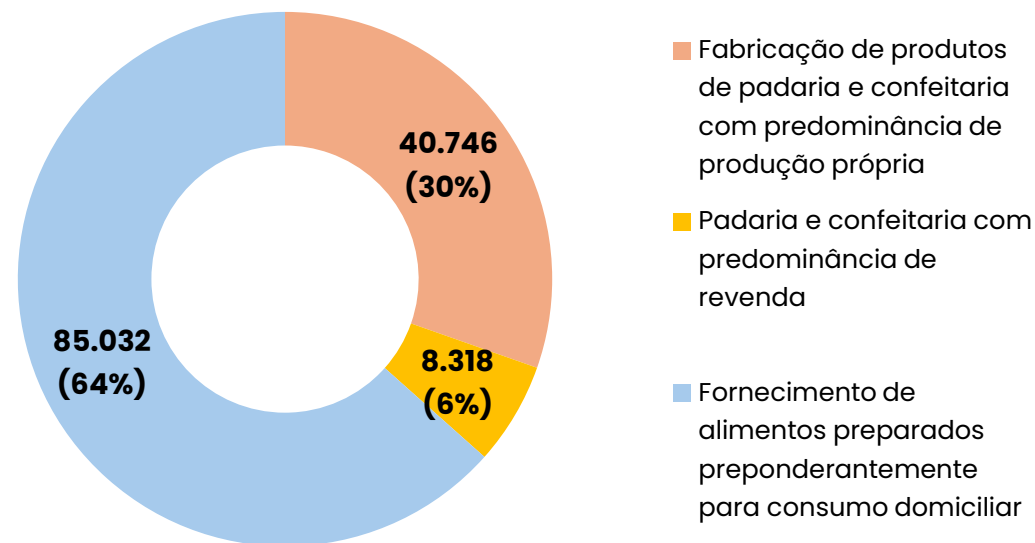
³ Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar: subclasse CNAE 5620-1/04



Distribuição por segmento dos MEIs Atividades relacionadas a confeitaria e salgaderia¹ Estado de São Paulo

134.096

microempreendedores individuais



Fonte: Sebrae-SP a partir do DataSebrae, com base em dados da Receita Federal (8/08/25)

¹ Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria: subclasse CNAE 1091-1/02
Padaria e confeitaria com predominância de revenda: subclasse CNAE 4721-1/02
Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar: subclasse CNAE 5620-1/04

Número de microempreendedores individuais (MEIs) Atividades relacionadas a confeitaria e salgaderia Regiões Administrativas do Estado de São Paulo

Região Administrativa	Produção própria ¹	Revenda ²	Entregas ³	Total
Araçatuba	467	142	984	1.593
Barretos	272	124	681	1.077
Bauru	813	221	2.065	3.099
Campinas	6.342	1.253	12.246	19.841
Central	782	173	1.722	2.677
Franca	554	198	1.099	1.851
Itapeva	231	93	546	870
Marília	626	180	1.609	2.415
Presidente Prudente	570	129	1.178	1.877
Registro	175	57	470	702
Ribeirão Preto	1.039	254	2.474	3.767
RMSP	21.555	3.983	41.368	66.906
Santos	2.021	395	5.672	8.088
São José do Rio Preto	1.089	296	2.377	3.762
São José dos Campos	2.156	410	5.451	8.017
Sorocaba	2.054	410	5.090	7.554
Total Geral	40.746	8.318	85.032	134.096

Fonte: Sebrae-SP a partir do DataSebrae, com base em dados da Receita Federal (8/08/25)

¹ Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria: subclasse CNAE 1091-1/02

² Padaria e confeitaria com predominância de revenda: subclasse CNAE 4721-1/02

³ Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar: subclasse CNAE 5620-1/04



Tendências em confeitaria e salgaderia

- **Produtos artesanais e de qualidade**

As atividades relacionadas a confeitaria estão se expandindo, com foco crescente em produtos artesanais e de alta qualidade. A demanda por produtos que enfatizam ingredientes locais e saudáveis está em alta, refletindo uma mudança nas preferências dos consumidores.¹

- **Inovação em sabores e formatos**

As empresas estão explorando novos sabores e formatos para atrair consumidores, por exemplo, lançamentos de produtos que se alinham com tendências culturais e eventos.²

- **Consumo de “agrados”, valorizando a experiência do consumidor**

Há uma tendência de consumo de itens que representariam “agrados” (indulgências), muitas vezes em meio a uma rotina estressante. São itens como doces, chocolates e produtos *gourmet*³. Por exemplo, biscoitos com camadas adicionais de chocolate estão se tornando populares.¹

¹ Euromonitor International. Snacks in Brazil. Country Report, october, 2024.

² Euromonitor International. Baked Goods in Brazil. Country Report, january 2025.

³ Euromonitor International. Das inovações frugais para as ágeis (23/08/22). Disponível em <https://www.euromonitor.com/article/das-inova%C3%A7%C3%B5es--frugais-para-as-%C3%A1geis>. Acesso em 27.ago.2025.



Pesquisa

**MICROEMPREENDEDOR
INDIVIDUAL**



metodologia

Quantitativa, via painel de respondentes.



objetivo

Levantar o perfil dos empreendedores de confeitaria e salgados, entender suas motivações, produtos comercializados, estratégias de vendas e os desafios enfrentados.



entrevistados

Donos de empresas com CNPJ (MEI) que trabalham com atividades de confeitaria e salgaderia. Essas atividades estão incluídas nas seguintes subclasses CNAE:

- Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria.
- Padaria e confeitaria com predominância de revenda.
- Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar.



amostra

900 entrevistados



período

Coleta de dados realizada entre os dias 08 a 20 de maio de 2025



resultados

Apresentados em três grandes blocos:

1. Perfil dos respondentes
2. Perfil das empresas
3. Operações e Estratégias dos Negócios

Nos gráficos de perguntas únicas, a soma dos percentuais pode oscilar em torno de 1% devido ao arredondamento decimal, resultando em valores entre 99% e 101%. Nas perguntas de respostas múltiplas, o total pode ultrapassar 100%, uma vez que os participantes têm a possibilidade de selecionar mais de uma alternativa



perfil dos respondentes

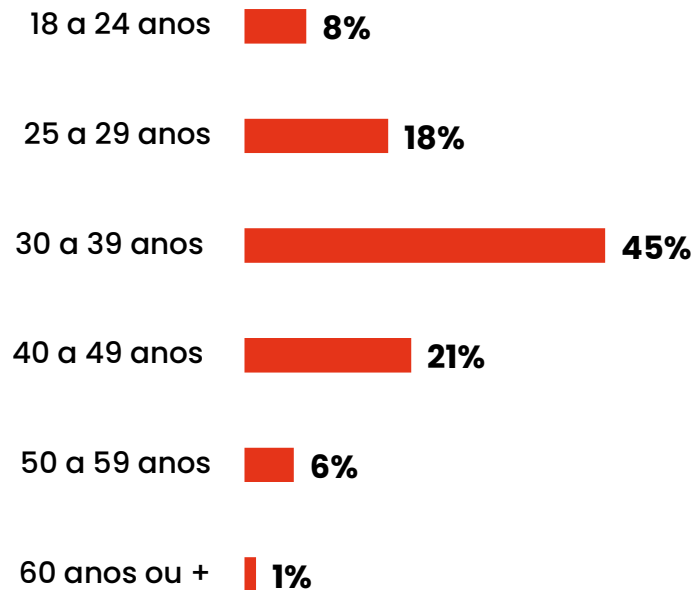
- Mulheres (75%)
- 30 a 39 anos (45%)
- Superior completo (51%)
- Interior de SP (48%)



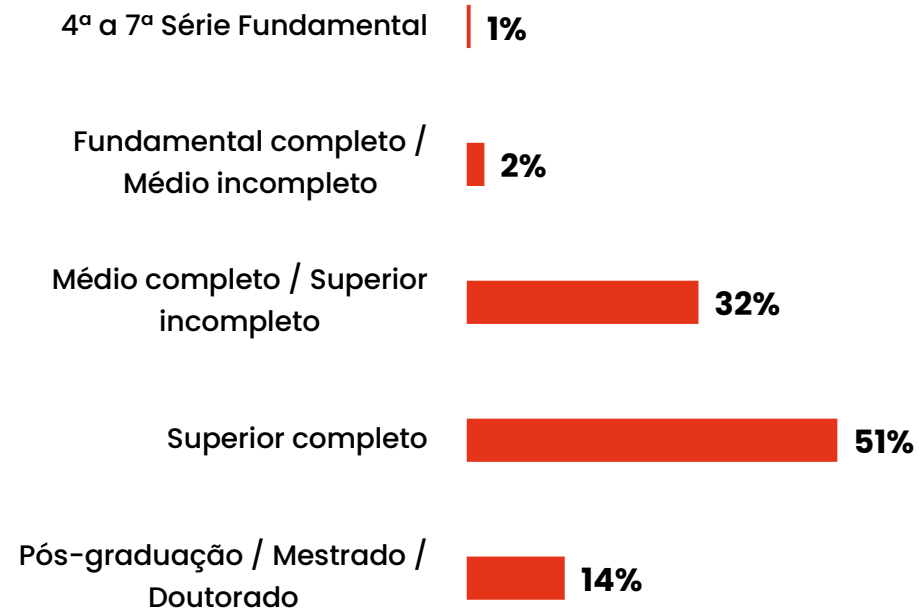
75%
feminino

25%
masculino

faixa etária



escolaridade





Metade dos entrevistados eram empregados com **registro em carteira** antes de empreender

Antes desse negócio, qual era a sua atividade?



Base:
900



Principais motivos de ter iniciado o negócio:

- **independência e autonomia**
- **transformar uma ideia e paixão em algo tangível**
- **oportunidade de negócio**

Qual o principal motivo para você iniciar o seu negócio?





perfil das empresas

- **54%** fazem bolos ou doces ou salgados ou lanches e **46%** faz e comercializa
- **R\$ 5.345,16** é o valor médio inicial investido nos negócios
- **39%** estão no mercado entre **1 a 3 anos**

Região São Paulo

Interior

48%

Capital

31%

Região
Metropolitana¹

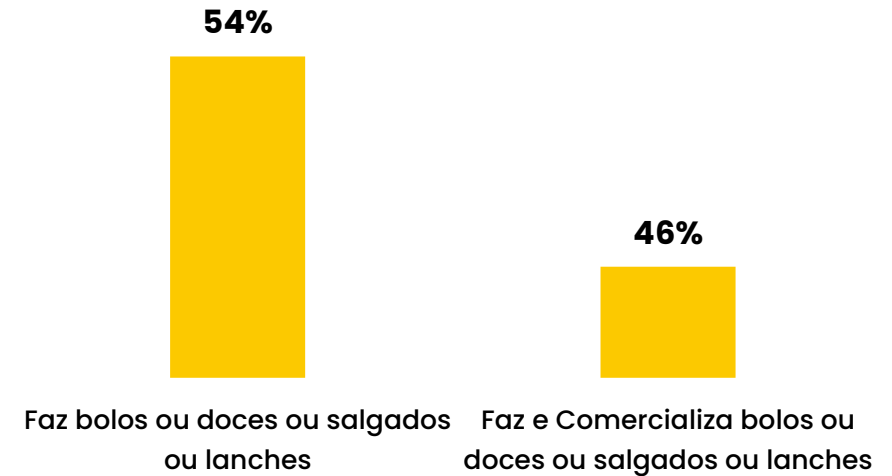
22%

¹ Exceto o município de São Paulo



54% fazem bolos ou doces ou salgados ou lanches

Com relação a bolos e doces ou salgados, tortas e lanches, você:



R\$ 5.345,16

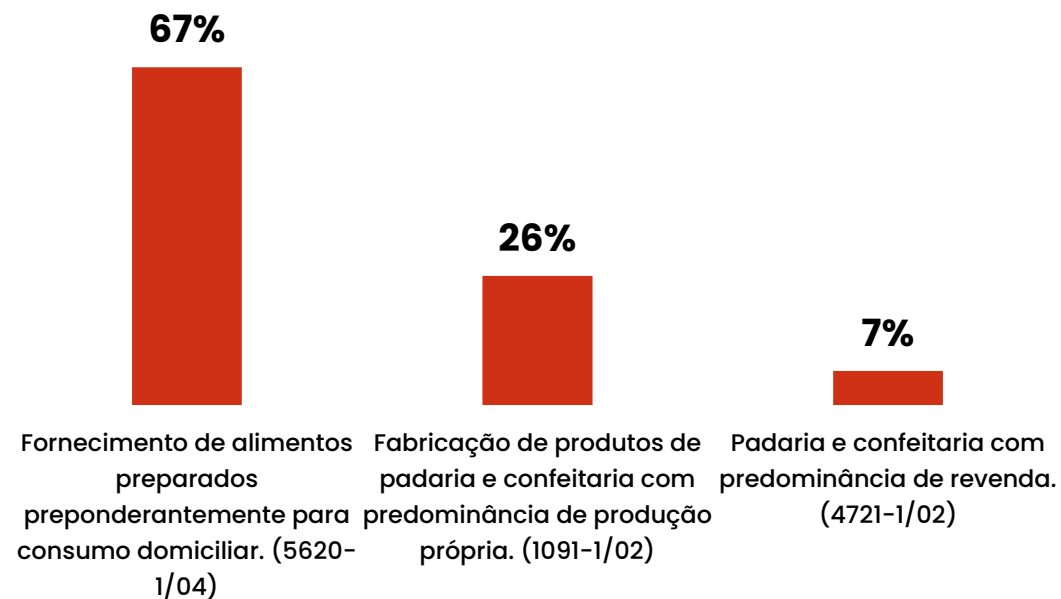
Média do valor inicial investido para abertura dos negócios

Aproximadamente, qual foi o valor inicial (R\$) que você tinha para iniciar o seu negócio?

67%

são fornecedores de alimentos, voltados para o consumo em domicílio

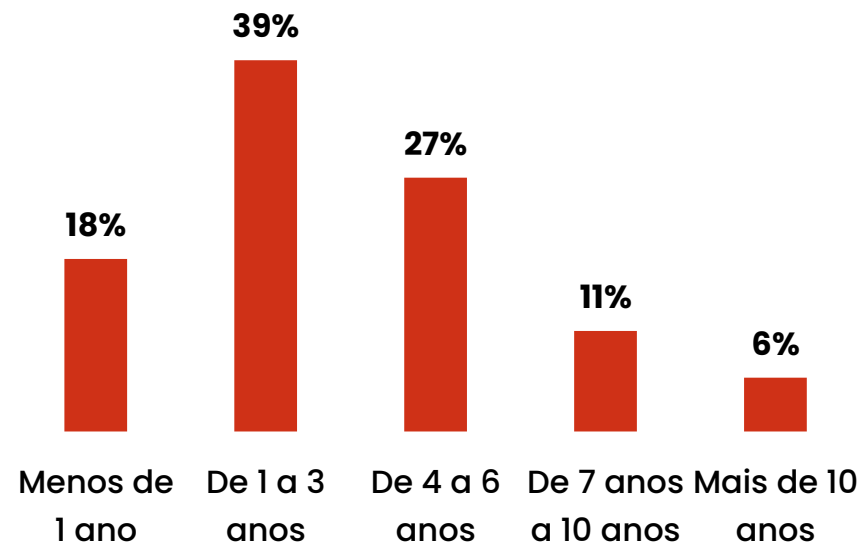
Principal atividade da sua empresa (CNAE):



39%

trabalham com a produção e venda desses itens entre 1 a 3 anos

Há quanto tempo você trabalha com a produção e venda desses produtos?





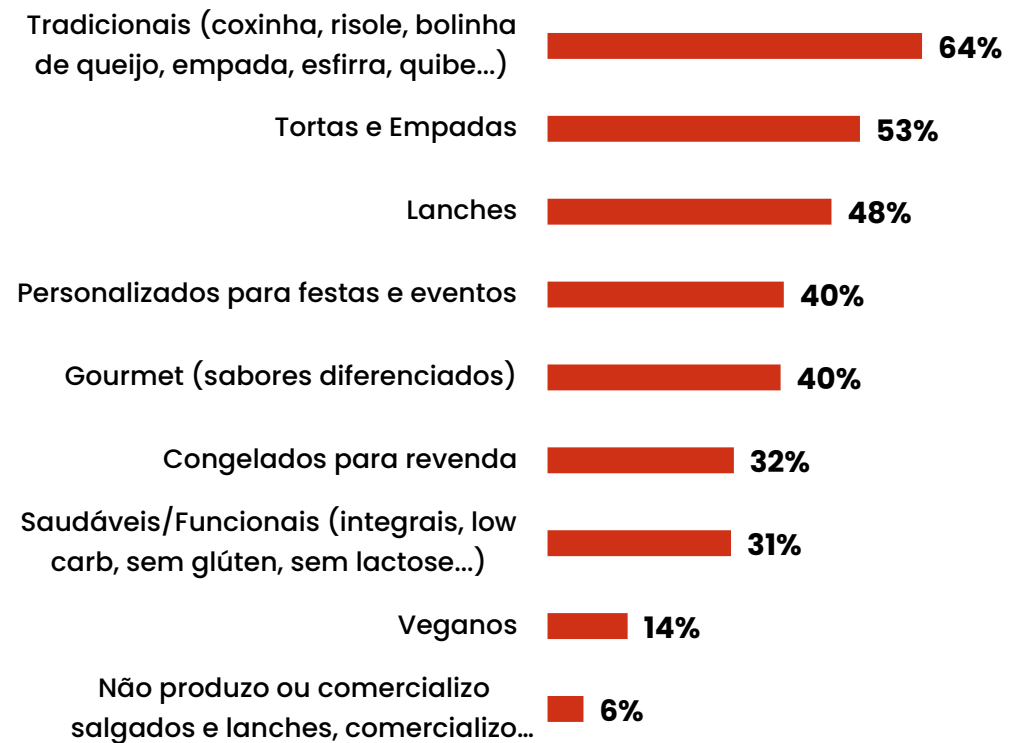
64%

vendem salgados e lanches tradicionais

53%

tortas e empadas

Quais tipos de salgados e lanches você produz?



Base:

900



Tipos de doces ou bolos que produzem:

66%

recheados

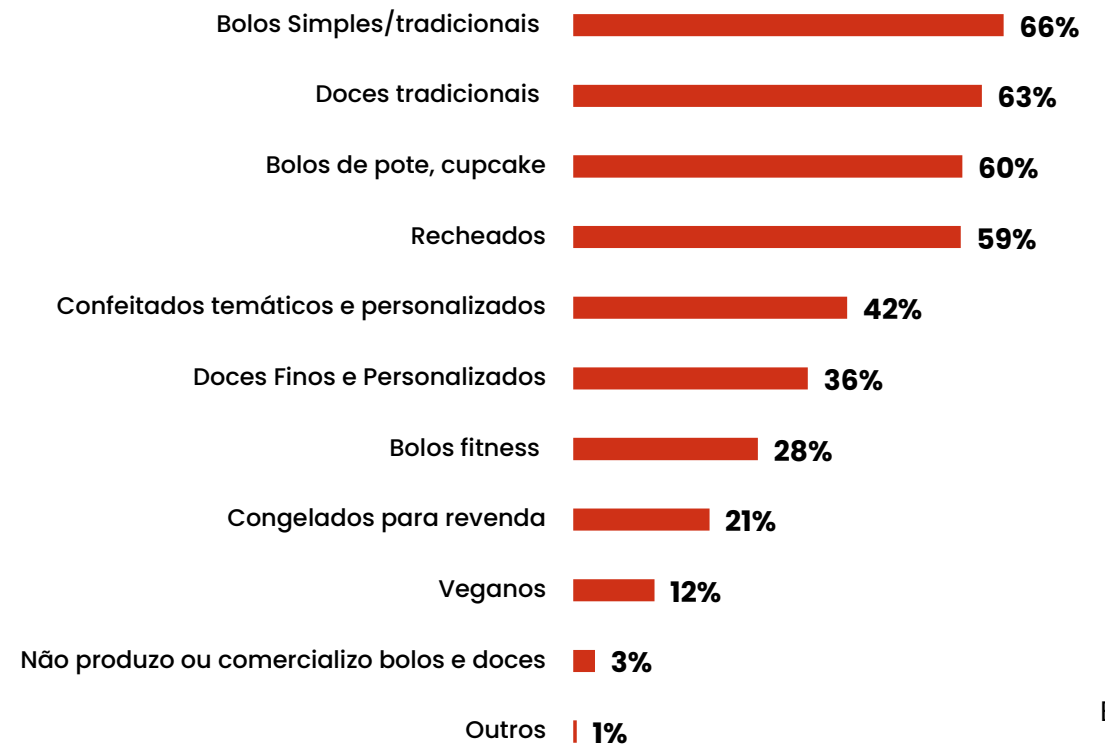
63%

doces
tradicionais

60%

bolos de pote,
cupcake

Quais tipos de bolos e doces você produz?

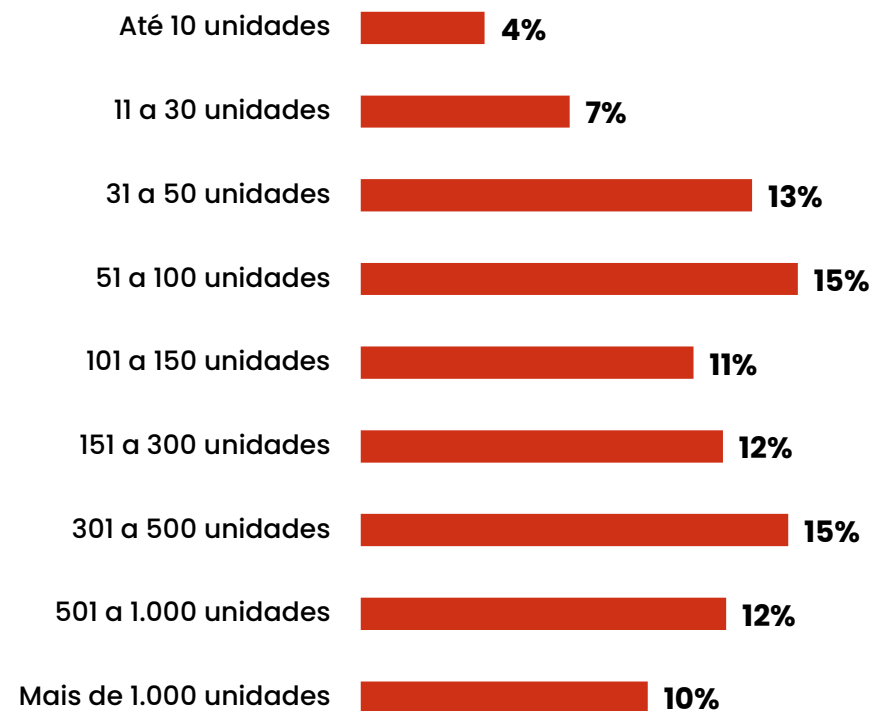


Base:
900



Quantidade, em média, que produz ou vende bolos, doces, salgados, tortas

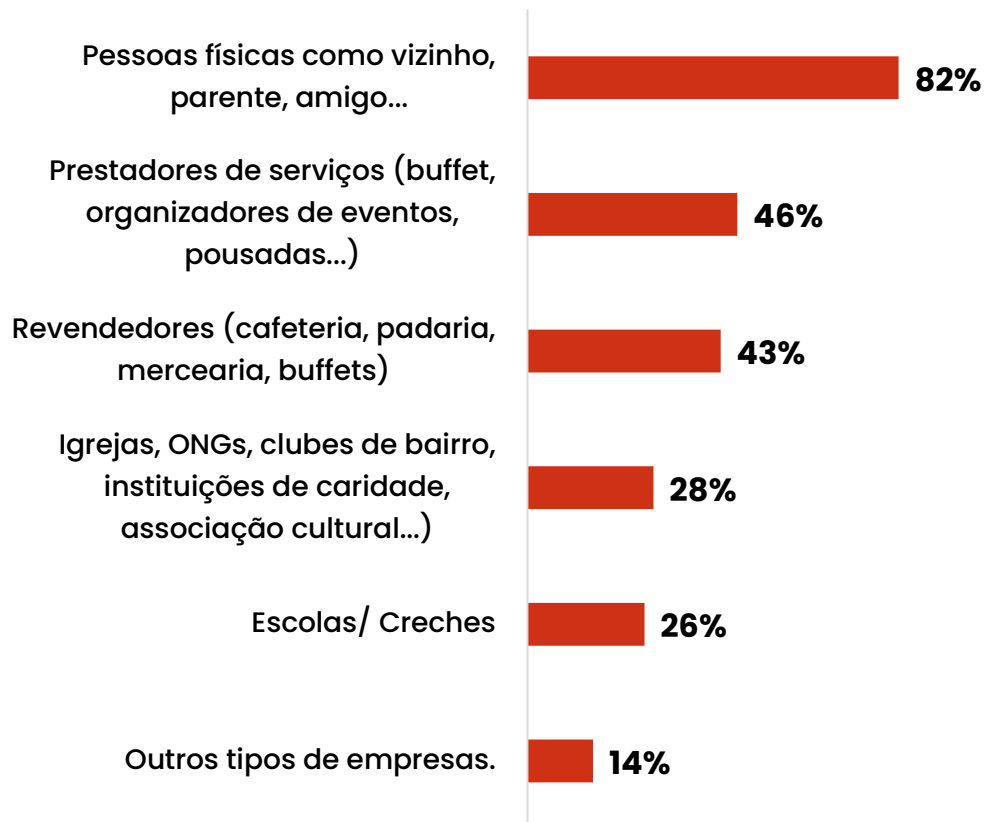
No total, quantas unidades, em média, você produz e vende bolos, doces, tortas, salgados por mês?



82%

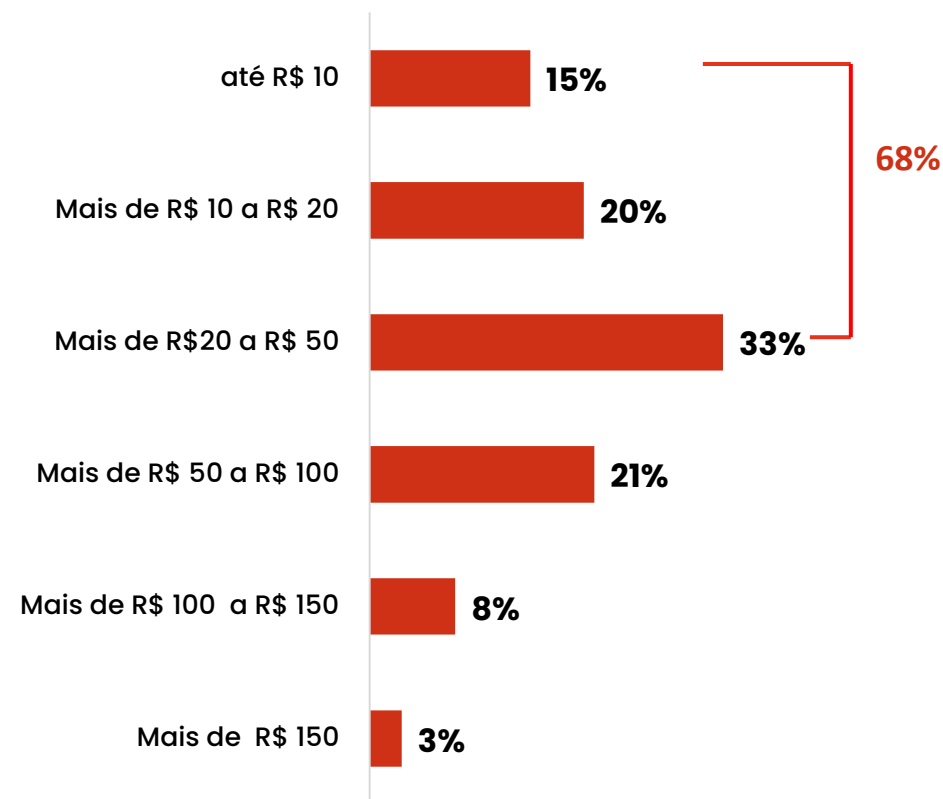
vendem para **pessoas físicas** como vizinhos, parentes, amigos...

Quem compra dos seus produtos?



68%

O ticket médio é de até R\$ 50

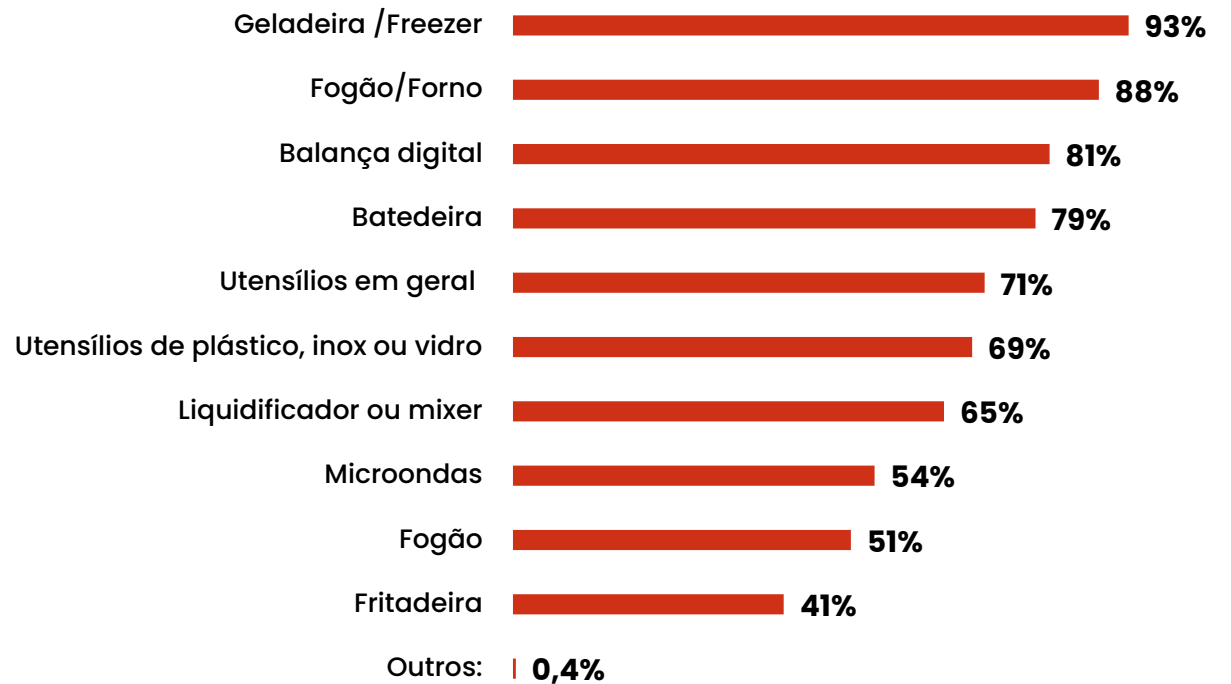




já tinham ou precisou adquirir:

93% geladeira/freezer **88%** fogão/forno **81%** batedeira

Quais equipamentos e utensílios você já tinha ou precisou adquirir para iniciar o seu negócio?



Base:
900



operações e estratégias dos negócios

- A maioria dos negócios está instalada em casa (58%) e as vendas acontecem, em sua maioria, pelas redes sociais como Instagram, Facebook e WhatsApp (40%). A clientela principal é formada por pessoas físicas da vizinhança (82%).
- Quanto à gestão de estoque e produção, raramente (56%) sofrem com perdas ou sobras de ingredientes ou produtos no negócio.
- Ao avaliar o sucesso de um negócio, destacam a qualidade dos produtos como fator mais importante (63%).
- O tema mais desejado para desenvolvimento profissional é marketing digital (39%), evidenciando o papel fundamental da divulgação online para o crescimento desses empreendimentos.



58% estão estabelecidos na própria casa dos proprietários

Onde você está estabelecido?*

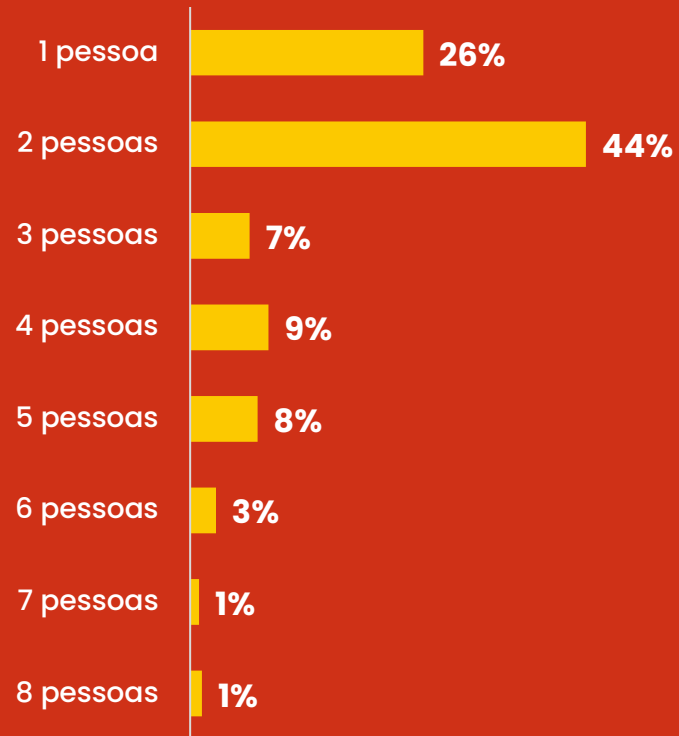


Base:

900

*Admite respostas múltiplas

70% dos negócios tem até 2 pessoas trabalhando



Quantas pessoas trabalham na sua empresa/negócio, incluindo você?

Base:

900

Consideram a **qualidade dos produtos e bom atendimento ao cliente** como principais fatores para o sucesso do seu negócio

Na sua opinião, o que é mais importante para o sucesso de um negócio como o seu?





Principais práticas adotadas para evitar desperdícios:

- **planejamento de compras**
- **controle de estoque**
- **produção sob encomenda**

Você adota alguma prática para evitar desperdício de ingredientes e produtos?



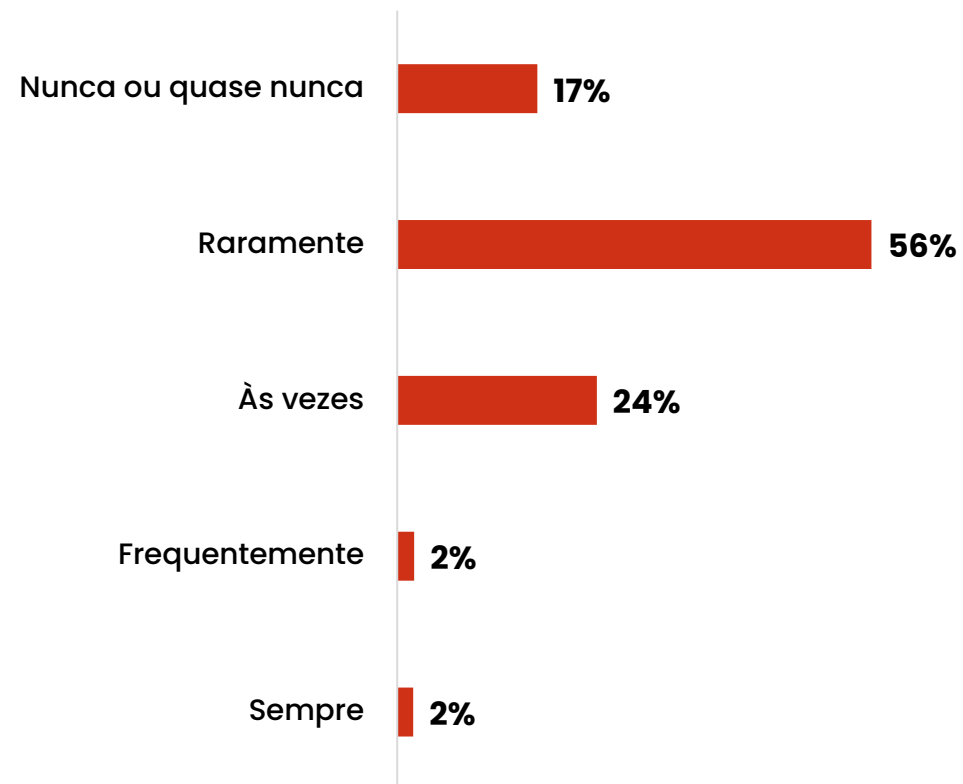
Base:
900



56%

raramente sofrem com perdas ou sobras de ingredientes

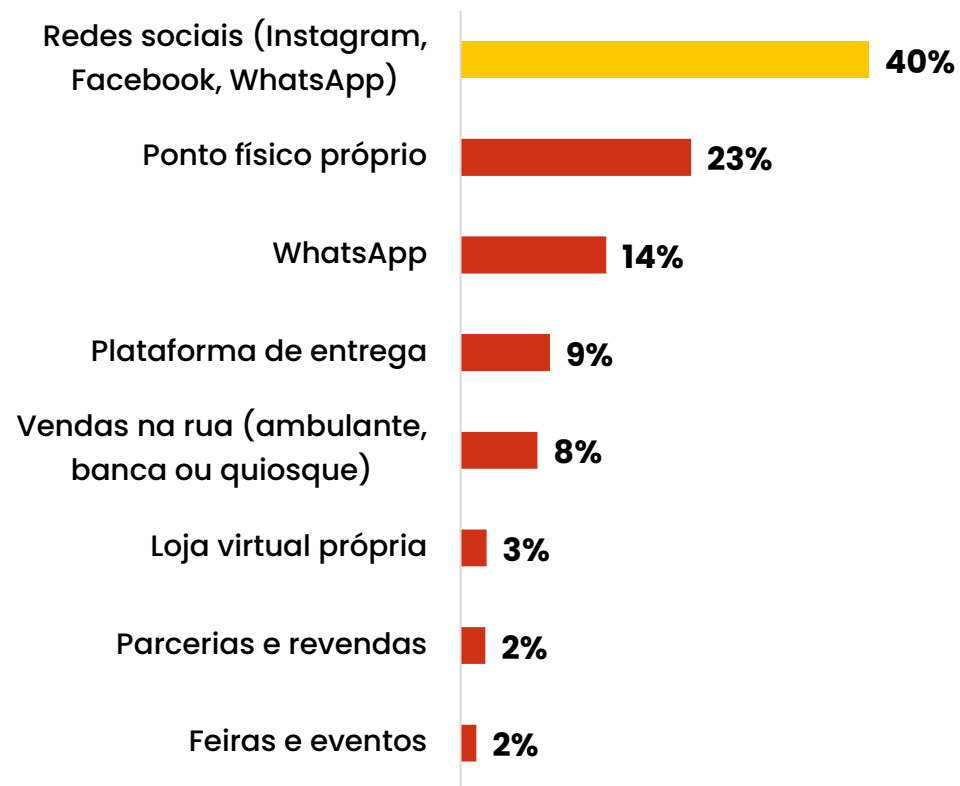
Com que frequência sobra ou há perda de ingredientes ou produtos no seu negócio?



40%

usam as **Redes Sociais** como principal canal de vendas

Qual é principal canal de venda dos seus produtos?

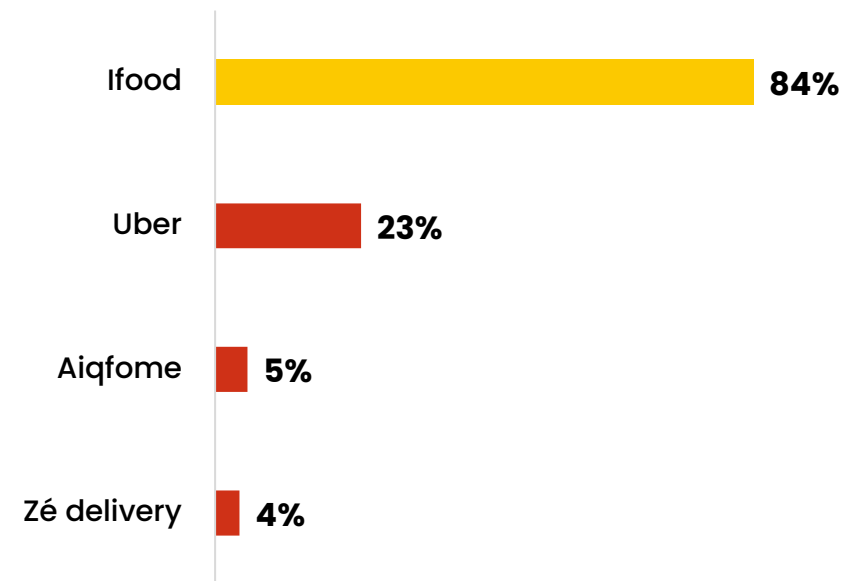


Base:
900

82%

utilizam o **Ifood** como plataforma de entrega

Quais plataformas de entrega você utiliza?



Base:
79

Os temas que mais gostariam de aprender são **marketing digital e gestão financeira**

Quais temas você gostaria de aprender mais?



ficha técnica

Objetivo: Esta pesquisa busca entender o perfil dos empreendedores com CNPJ (MEI) que atuam na área da alimentação.

Os resultados têm o objetivo de fornecer insights às Micro e Pequenas Empresas para aprimorar sua competitividade e atender de forma mais eficaz às necessidades do mercado para esse nicho. A pesquisa de campo foi complementada por levantamento e análise de dados secundários sobre o varejo de produtos usados. As fontes utilizadas estão referenciadas ao longo do relatório.

Universo: Empresas com CNPJ (MEI). Atividades relacionadas a doceiras(os), salgadeiras(os), confeitadeiras(os), boleiras(os) e cozinheiras(os).

As subclasses da Classificação Nacional de Atividade Econômica (CNAE) que incluem essas atividades são:

(1091-1/02) Fabricação de produtos de padaria e confeitaria com predominância de produção própria;

(4721-1/02) Padaria e confeitaria com predominância de revenda;

(5620-1/04) Fornecimento de alimentos preparados preponderantemente para consumo domiciliar.

Amostra: 900 questionários. A amostragem foi elaborada por quotas, a partir dos segmentos (subclassas CNAE) e regiões do Estado de São Paulo (município de São Paulo, outros municípios da Região Metropolitana de São Paulo e Interior). As quotas foram estabelecidas a partir das estatísticas do Portal do Empreendedor (Receita Federal), referentes a 15/03/25.

Metodologia: quantitativa, via painel.

Período de coleta dos dados: de 08 a 20 de maio de 2025.

UNIDADE GESTÃO ESTRATÉGICA

Gerente: Juliana Gazzotti Schneider

Coordenação: Carolina Fabris Ferreira

Equipe Técnica: Alexandre Sousa Nascimento, Angélica Gonçalves C. Silva, Felipe Ferreira de Barros, Márcia Shizue Kikuchi, Mariá Fortes de Paula Silva, Pedro João Gonçalves, Sabrina da Silva Domingos, Vanessa Rinaldi Fernandes, Vitoria Nunes Martins, Victor Massashi Shinto e Whellder Barros de Jesus Silva

Fornecedor: Instituto Consulting do Brasil – Inteligência em Pesquisa

SEBRAE - SP

R. Vergueiro, 1117 - Paraíso

CEP: 01504-001 - São Paulo - SP

Homepage: www.sebraesp.com.br

Informações sobre produtos e serviços do SEBRAE-SP: 0800 570 0800