# Prezad@s,

Abaixo a relação das pesquisas em andamento.

Caso o público-alvo do levantamento entre em contato com você, pedimos a gentileza de confirmar a veracidade da pesquisa.

Compartilharemos os dados com @s interessad@s, assim que tivermos os resultados.

Atenciosamente,
UGE São Paulo

## Índice


1 Índice de confiança das MPE e dos MEI

2 Indicadores Sebrae-SP (Pesquisa de Conjuntura)

3 Feiras Regionais

4 Moda Autoral SP

5 Renda 2026

6 Faturamento 2026

7 Quem compra do pequeno - Alimentação Fora do Lar

8 Comércio Varejista - Vale do Ribeira

9 Quem compra do pequeno - Halloween

10 Avaliação da ferramenta Diagnóstico do Momento Empreendedor

11 Sondagem Sebrae-SP Segmentos


## Relação das pesquisas - SP

Atualizado em 08 de Setembro de 2026

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Índice de confiança das MPE e dos MEI |
| **Objetivo:** | Identificar o "humor" dos donos de MPEs e dos MEIs, suas perspectivas nas atividades desses pequenos negócios |
| **Técnica de coleta de dados:** | Quantitativa, por e-mail e telefone |
| **Público-alvo:** | Pequenos negócios do Brasil (MPEs e MEIs) |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Brasil |
| **Período de implementação:** | Mensal |
| **Área demandante:** | Sebrae Nacional |
| **Realização:** | UCE |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Fundação Getulio Vargas |

1

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Indicadores Sebrae-SP (Pesquisa de Conjuntura) |
| **Objetivo:** | Acompanhar a evolução do faturamento, pessoal ocupado e expectativas dos empreendedores (MPEs e MEIs) |
| **Técnica de coleta de dados:** | Quantitativa, por e-mail e telefone |
| **Público-alvo:** | Pequenos negócios do estado de SP |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Mensal |
| **Área demandante:** | Diretoria | UMC |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Fundação Seade |

2

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Feiras Regionais |
| **Objetivo:** | Levantar os esforços, atendimentos, captação de clientes e oportunidades de negócios das micro e startups expositoras nas feiras regionais e estaduais |
| **Técnica de coleta de dados:** | Quantitativa, por pesquisa Online |
| **Público-alvo:** | Expositores e Startups |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Mensal |
| **Área demandante:** | UAMSP e UECES |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Ágora Pesquisas |

3

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Moda Autoral SP |
| **Objetivo:** | Identificar qual é o DNA da moda autoral paulista, quais territórios e competências o sustentam e essa identidade. |
| **Técnica de coleta de dados:** | Metodologia qualitativa, entrevistas em profundidade e mapeamento de rotina |
| **Público-alvo:** | Empreendedores, Experts e Stakeholders |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Setembro/26 |
| **Área demandante:** | UECES |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Imago Pesquisas |

4

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Renda 2026 |
| **Objetivo:** | Mensurar o percentual de clientes com aumento de renda atendidos em programas de incluso produtiva. |
| **Técnica de coleta de dados:** | WhatsApp, telefone e e-mail |
| **Público-alvo:** | Clientes que concluíram alguma solução relacionada ao programa de Incluso Produtiva. |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Jun/26 A Jan/27 (Mensal) |
| **Área demandante:** | UCE |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Ágora pesquisas |

5

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Faturamento 2026 |
| **Objetivo:** | Mensurar a percepção do cliente sobre evolução do faturamento após o atendimento pelo Sebrae-SP. |
| **Técnica de coleta de dados:** | WhatsApp, telefone e e-mail |
| **Público-alvo:** | Clientes atendidos em iniciativas cuja finalidade seja o de promover melhoria no faturamento. |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Jun/26 a Jan/27 (Mensal) |
| **Área demandante:** | UCE |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Ágora pesquisas |

6

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Quem compra do pequeno - Alimentação Fora do Lar |
| **Objetivo:** | Identificar o perfil das MEPs do segmento e mapear as principais oportunidades e desafios enfrentados. |
| **Técnica de coleta de dados:** | Quantitativo pelo Painel de respondentes |
| **Público-alvo:** | MEIs, MEs e EPPs do segmento |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Setembro/26 |
| **Área demandante:** | UMC |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Consulting |

7

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Comércio Varejista - Vale do Ribeira |
| **Objetivo:** | Entender as necessidades, percepções e expectativas dos empreendedores varejistas do Vale do Ribeira, oportunidades para fortalecer o relacionamento institucional. |
| **Técnica de coleta de dados:** | Metodologia Qualitativa, entrevistas em profundidade |
| **Público-alvo:** | Associações Comerciais e Empreendedores da região |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Região do Vale do Ribeira |
| **Período de implementação:** | Set A Out/26 |
| **Área demandante:** | ER Vale do Ribeira |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Imago Pesquisas |

8

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Quem compra do pequeno - Halloween |
| **Objetivo:** | Identificar o perfil das MPEs do segmento e mapear as principais desafios e oportunidades enfrentados |
| **Técnica de coleta de dados:** | Metodologia Quantitativa, pelo painel de respondentes |
| **Público-alvo:** | MPEs do segmento |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Setembro/26 |
| **Área demandante:** | UMC |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Consulting |

9

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Avaliação da ferramenta Diagnóstico do Momento Empreendedor |
| **Objetivo:** | Entender a percepção de valor e as formas de utilização do Diagnóstico do Momento Empreendedor, identificando barreiras, oportunidades e caminhos para ampliar sua efetividade. |
| **Técnica de coleta de dados:** | Metodologia Qualitativa, entrevistas em profundidade |
| **Público-alvo:** | LORs e Consumidores |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Setembro/26 |
| **Área demandante:** | UGSTD |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Imago Pesquisas |

10

| | |
|---|---|
| **Nome da pesquisa:** | Sondagem Sebrae-SP Segmentos |
| **Objetivo:** | Elaborar indicadores relevantes sobre a situação de segmentos com presença expressiva de pequenos negócios, de forma a subsidiar ações de Sebrae-SP para promoção de competitividade desses empresas. |
| **Técnica de coleta de dados:** | WhatsApp, telefone e e-mail |
| **Público-alvo:** | MPEs dos segmentos, incluindo clientes e não clientes do Sebrae-SP |
| **Área de abrangência da pesquisa:** | Estado de São Paulo |
| **Período de implementação:** | Set A Dez/26 |
| **Área demandante:** | UCE |
| **Realização:** | UCE-SP |
| **Implementação - Empresa de Pesquisa:** | Ágora Pesquisas |

11