

VISA

Panorama PME Brasil 2025:

Cinco insights do estudo Visa
sobre a jornada financeira
das pequenas e médias empresas
no Brasil – e as oportunidades
para emissores, credenciadores
e fintechs.





Índice

- 3 Por que olhar para as PMEs**
- 4 #1 Empreender virou cultura brasileira**
- 5 #2 O sonho é crescer, mas com os pés no chão e dinheiro no caixa**
- 6 #3 Se não existe divisão emocional entre PJ e PF, nas contas bancárias, menos ainda**
- 7 #4 Vantagem escondida não vira benefício: repensar o papel do cartão de crédito**
- 8 #5 A principalidade vem da PF**
- 9 Do insight à ação: como apoiar a PME de forma diferente**

As informações, recomendações ou “melhores práticas” aqui contidas são fornecidas “COMO ESTÃO” e a título meramente, sem constituir assessoria de qualquer natureza. Antes de implementar qualquer nova estratégia ou prática, você deve consultar seu assessor jurídico sobre a aplicabilidade das leis e regulamentos pertinentes. Os resultados, custos, economias e benefícios das recomendações podem variar conforme suas necessidades e o contexto específico. A Visa não garante desempenho futuro nem assume responsabilidade por erros, omissões ou falhas decorrentes do uso das informações. A Visa não é responsável pelo uso que você faça da informação aqui contida e não oferece nenhuma garantia, expressa ou implícita, incluindo, mas não se limitando, à adequação para um fim específico, não violação de direitos de propriedade intelectual ou atualidade das informações. Na extensão permitida por lei, a Visa não será responsável perante qualquer terceiro por quaisquer danos ou prejuízos previstos em lei, incluindo, sem limitação, diretos, indiretos, incidentais ou punitivos, incluindo lucros cessantes ou perdas financeiras.

Por que olhar para as PMEs

O Brasil é um país de pequenos negócios. Hoje, **94% das empresas são PMEs** e existem mais de 22 milhões de negócios ativos, responsáveis por **mais de um quarto do PIB** e por **7 em cada 10** empregos formais gerados no país. Ao mesmo tempo, esse universo ainda enfrenta desafios profundos de gestão, acesso a crédito e uso estratégico dos meios de pagamento.

Para entender melhor essa realidade, a Visa encomendou o estudo **Panorama PME Brasil 2025**. Um mapeamento quantitativo, qualitativo e cultural do dia a dia da pessoa empreendedora, conduzido pela consultoria Business Meets Culture (BMC).

O estudo combinou mais de **2.000 horas de escuta**, análise de documentos e entrevistas com executivos, além de uma pesquisa com 2.000 donos e tomadores de decisão financeira em PMEs de diferentes portes, setores e regiões do país.

O objetivo foi claro: **mapear dores, motivações e oportunidades** no relacionamento das pequenas e médias empresas com seus bancos, meios de pagamento e soluções financeiras.

Escutar, entender e impulsionar quem faz o Brasil acontecer

Metodologia do estudo

O **Panorama PME Brasil** combina abordagens quantitativas e qualitativas. O estudo **quantitativo**, declarado e autopreenchido, foi realizado entre **maio e junho de 2025** com **2.001 donos e tomadores de decisão financeira de micro (exceto MEIs), pequenas e médias empresas portadoras de cartões empresariais, em cobertura nacional**. A amostra possui **margem de erro de 2,2%** e **nível de confiança de 95%**.

As **informações qualitativas** vêm de **entrevistas em profundidade**, com duração média de **1h30**, conduzidas entre **março e maio de 2025** com micro, pequenas e médias empresas de diferentes regiões do país.

Fontes: Mapa das Empresas (Governo Federal, 2025), Visa study based on 2022 McKinsey Global Payments Map and 2022 EY Visa Global Market Sizing Study Card Addressable payments.



© 2025 Visa Inc. Todos os direitos reservados

Panorama PME Brasil 2025 | 3

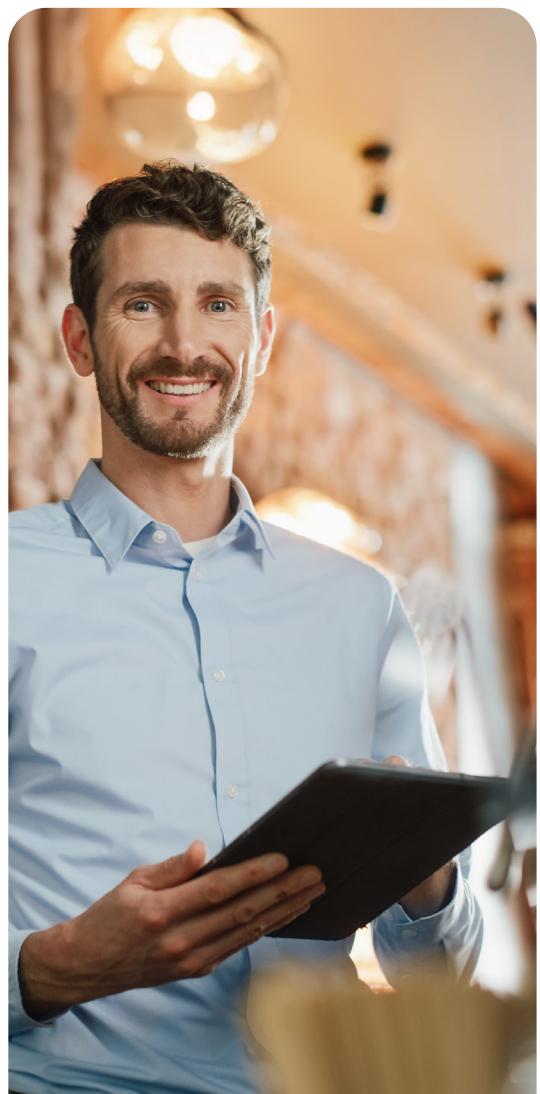


#1 Empreender virou cultura brasileira

Empreender deixou de ser apenas uma alternativa de renda para se tornar parte importante da **cultura brasileira contemporânea**. Para muitos, empreender é a forma concreta de tomar as rédeas do próprio destino.

O estudo mostra que, para **77% das pessoas empreendedoras**, **o negócio é um plano de longo prazo**, não algo provisório. A maioria se sente **confiante (57%) de estar no caminho certo** e acredita que sua empresa continuará existindo no futuro. Essa visão de futuro se mantém em diferentes perfis e convive com narrativas de necessidade ("empreender porque o salário não é suficiente") e de vocação ("empreender é cultivar, planejar e cuidar").

Na prática, empreender é, ao mesmo tempo, um **projeto de vida** e um **pilar do sustento da casa**. E isso vem acompanhado de uma pressão emocional intensa: para muitos, **falhar no negócio é vivido como falhar como pessoa**. A jornada da pessoa empreendedora é marcada por autonomia, mas também por **solidão**, responsabilidade total e necessidade de acertar todos os dias.



Como disse um dos entrevistados:

"Empreender é dar o melhor de si. Quem é empreendedor tem que fazer dar certo. Porque é você por você – então, todos os dias, é fazer dar certo."

Por isso, iniciativas que apoiam PMEs ultrapassam a esfera dos negócios e entram no campo da **mobilidade social**, da **geração de renda** e da **inclusão econômica**, tocando dimensões que vão muito além do faturamento.

Oportunidades



- Tratar a PME como projeto de **longo prazo**, oferecendo jornadas que acompanhem o negócio desde o início até fases mais maduras, com portfólios escaláveis.
- Construir narrativas e produtos que **reconheçam o lado emocional do empreendedorismo** – combinando dados, histórias reais e benefícios conectados ao sonho de crescer.
- Posicionar bancos, credenciadores e fintechs como parceiros de caminho, e não apenas como fornecedores de crédito ou infraestrutura de pagamento.

#2 O sonho é crescer, mas com os pés no chão e dinheiro no caixa

A pessoa empreendedora brasileira quer crescer – abrir uma segunda unidade, contratar mais gente, investir em tecnologia –, mas esse desejo é sempre filtrado por uma necessidade básica: **manter o caixa saudável e a empresa de pé hoje.**

No estudo **Panorama PME Brasil 2025**, as maiores aparições foram:



Ao mesmo tempo, a maioria das pessoas empreendedoras **não se preparou formalmente para abrir o seu negócio**, nem se sente totalmente pronta para isso. **91% ainda querem aprender mais sobre gestão e administração**, mas sem complexidade: **88% preferem conteúdos simples, digeridos e aplicáveis ao dia a dia.**

A falta de letramento e de tempo para aprender e mudar processos faz com que **quase metade** ainda utilize **ferramentas manuais (como cadernos)** para controlar finanças e que **82% tomem decisões mesmo sem esperar o momento ideal**.

Crescer, portanto, não significa apenas acessar mais crédito. Significa crescer com **previsibilidade, liquidez e segurança** e também **aprender a usar o crédito de forma estratégica**, e não apenas como recurso emergencial.

O estudo mostra que, em um contexto em que **uma a cada cinco empresas fecha em até cinco anos**, apoiar a PME é tão importante quanto **orientá-la a tomar decisões financeiras mais conscientes**.

Oportunidades



- Criar soluções que **comecem pelo fluxo de caixa** – antecipações simples, visibilidade do que entra e sai, alertas de risco – antes de falar em produtos mais complexos.
- Integrar **conteúdo educacional prático** às jornadas de produto (ex.: dicas rápidas no app, simulações, comparadores), em vez de educar em ambientes desconectados do dia a dia financeiro.
- Desenhar ofertas de crédito e pagamento que **traduzam risco em linguagem simples**, mostrando com clareza efeitos no caixa e na capacidade de investimento do negócio.

#3 Se não existe divisão emocional entre PJ e PF, nas contas bancárias, menos ainda

Na vida da pessoa empreendedora, **CNPJ e CPF se misturam o tempo todo**. O mesmo celular paga o mercado da família e o fornecedor, o mesmo carro serve para entregar pedidos e levar os filhos à escola. Essa ausência de fronteira emocional aparece, com ainda mais força, nas contas bancárias.

O estudo mostra que **57% das PMEs misturam contas PF e PJ em algum nível**. Em muitos casos, o cartão pessoal é o mais usado “porque é o que conhecem” ou “o que têm à mão”. **35% alternam o uso entre as contas e 22% operam principalmente com a conta PF do dono**, mesmo tendo CNPJ ativo.

Essa mistura dificulta a visualização real do negócio: despesas pessoais e empresariais se sobrepõem e **o empreendedor “vê tudo do mesmo bolso”**. Como consequência, fica mais difícil entender margens, planejar investimentos ou separar o que é lucro do que é simplesmente giro.

Oportunidades



- Criar funcionalidades que **organizem automaticamente o fluxo de PF e PJ**, ajudando o usuário a classificar gastos e receitas, mesmo quando a conta usada é a mesma.
- Incentivar a **migração gradual para o uso da conta PJ** com benefícios claros (limite, relatórios, conciliação) e comunicação sem jargões.
- Oferecer **visões consolidadas**, permitindo que a pessoa empreendedora veja, em um só lugar, quanto tem de verdade – somando contas e produtos – com recortes por negócio e por vida pessoal.



#4 Vantagem escondida não vira benefício: precisamos repensar o papel do cartão de crédito

Para a pequena empresa, **cada real conta**. Não há espaço para indulgência: a lógica é reduzir custos, evitar surpresas e garantir que o negócio feche o mês no azul. Nesse contexto, o cartão de crédito – tanto para **pagar** quanto para **receber** – ainda não é plenamente visto como **parceiro financeiro**.

Do lado dos **pagamentos**, persiste a lógica da categoria voltada ao consumo: gastar para acumular pontos, milhas ou benefícios pouco relacionados à realidade da PME. Ao mesmo tempo, há um conjunto de vantagens potenciais (limite, prazo, proteção, seguros, benefícios maquininha) que **não está evidente** no dia a dia. **Percepção e uso declarado de benefícios não passam de 45%**, abrindo um espaço claro para comunicação e educação.

Do lado dos **recebimentos**, facilidade, custo, hábito e pedido dos clientes seguem sendo os principais motivadores da escolha do meio de pagamento. O cartão é visto como **meio para viabilizar a venda**, não como uma ferramenta estratégica de gestão de caixa.

Ao mesmo tempo, a multiplicidade de relacionamentos é menor do que na pessoa física: a PME costuma usar **menos instituições financeiras e menos cartões**, o que aumenta o potencial de quem conseguir ocupar um lugar claro de valor.

Oportunidades

- **Reposicionar o cartão PJ** não como incentivo ao gasto, mas como **alavanca para vender mais, diminuir custos e proteger o negócio**.
- **Conectar benefícios** diretamente às **principais dores do estudo**: limite alinhado ao ciclo do negócio, liquidez rápida, seguros aderentes à operação.
- **Simplificar** a comunicação de benefícios, tornando explícito “o que a empresa ganha” quando paga ou recebe com cartão.
- **Evidenciar** que o cartão pode ser utilizado para grande parte das despesas já existentes e ser um parceiro no giro e fluxo de caixa.



#5 A principalidade é uma herança da PF

Quando olhamos para a principalidade da conta PJ, o cenário é claro: 73% das empresas ainda concentram seus fluxos em **bancos tradicionais**. Os **bancos digitais** já representam 14%, enquanto os challengers (fintechs e credenciadores) focados na PJ, somam 10%. As cooperativas completam o quadro, com 3% da principalidade.



O estudo mostra que a **principalidade vem, muitas vezes, por herança**:

- 39% citam **confiança e solidez do banco**; 33% afirmam já ter **conta pessoal naquela instituição**.
- outros citam **sensação de solidez, confiança e facilidade de crédito** como motivos para concentrar o relacionamento;
- bancos tradicionais ainda lideram em percepção e uso, mas desafios para converter isso em principalidade sólida.
- Fintechs e outros players ainda sofrem para trazer percepção qualificada que se converta em consideração

Ao mesmo tempo, cresce o uso de bancos digitais, principalmente entre empreendedores mais jovens, que valorizam linguagem simples e agilidade. A fidelidade, porém, está longe de garantida: **16% das PMEs mudaram o banco principal PJ no último ano, e 43% dos que tiveram crédito negado consideram trocar de instituição** após essa experiência.

O recado é claro: **principalidade não é mais automática nem perpétua**. Ela pode migrar para quem entregar **experiência digital fluida, segurança, entendimento real do negócio e benefícios tangíveis para a empresa**.

Oportunidades



- Tratar principalidade como **meta ativa**, e não como consequência natural do histórico com a PF – com propostas de valor específicas para a PJ.
- Combinar o melhor dos dois mundos: **segurança e robustez dos bancos tradicionais** com a **agilidade e a linguagem simples dos players digitais**.
- Usar dados de relacionamento para construir propostas que **reconheçam o estágio do negócio** e retenham a PME antes que ela migre para outro provedor.

Do insight à ação: como apoiar a PME de forma diferente

O Panorama PME Brasil revela um país onde empreender é parte da identidade, mas ainda marcado por **baixa clareza financeira, mistura entre vida pessoal e empresarial e benefícios pouco perceptíveis** nos produtos atuais.

Em síntese:

- A relação com bancos e meios de pagamento é mais **herança do que escolha** — pronta para ser substituída por quem entregar **valor real**.
- O cartão PJ ainda não tem um papel claro: a pessoa empreendedora quer **vender, não gastar**. Falta conexão entre benefícios e necessidades do dia a dia.
- Emissores e credenciadores seguem vistos como **meios para viabilizar a venda** e apoiar a **gestão do negócio**.

Para mudar esse cenário, o ecossistema precisa ir além da oferta transacional e construir soluções que:

- resolvam **dores reais da PME** (tempo, caixa, previsibilidade, simplicidade);
- deixem explícito o **retorno para o negócio**, em linguagem acessível;
- transformem cada interação em **confiança**, não em complexidade.

A Visa está comprometida em apoiar o ecossistema nessa jornada, conectando **dados, tecnologia e design de experiência** para ajudar o mercado a traduzir a voz das PMEs em soluções financeiras mais inclusivas, simples e relevantes.

Além disso, os **portadores de cartão empresarial Visa apresentam maior satisfação com a oferta atual do que os de outras bandeiras** — 63%, contra 53% do segundo colocado — reforçando o papel da Visa como parceira confiável no desenvolvimento financeiro das pequenas e médias empresas brasileiras.

