



## 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.



# #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 convert 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.

