

Pesquisa

2025-2026



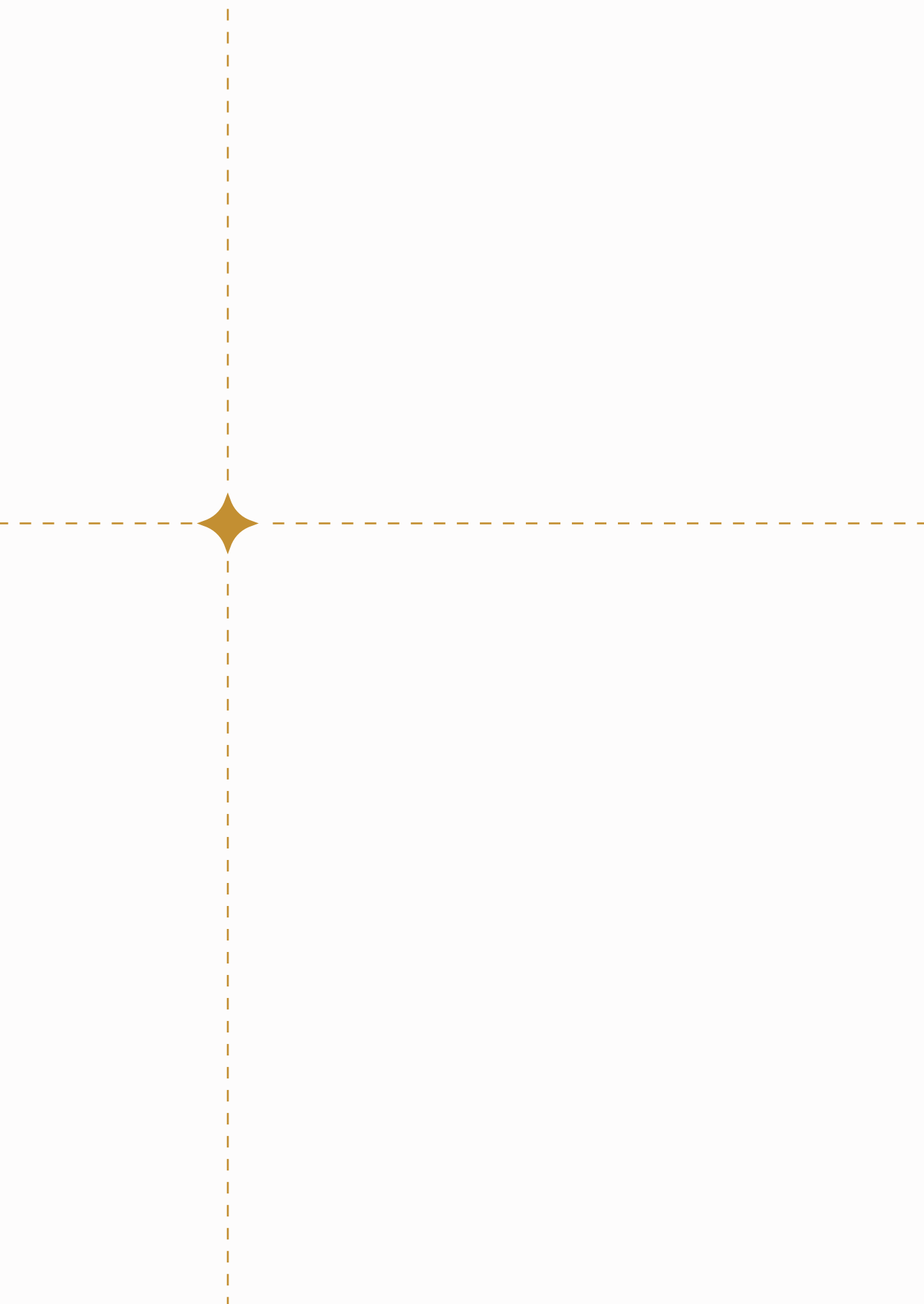
MEMP CFA

Unidos no aprimoramento da gestão
que impulsiona os pequenos negócios



Conselho Federal de Administração





Pesquisa

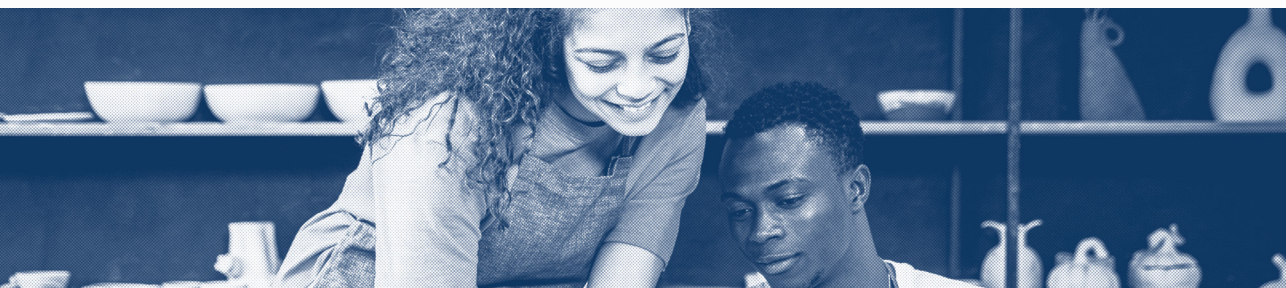
MIEMP CFA

Unidos no aprimoramento da gestão
que impulsiona os pequenos negócios

2025-2026



CFA
Conselho Federal de
Administração



Índice

Apresentação.....	5
1. Introdução: a cooperação entre o CFA e o MEMP.....	6
2. Referencial teórico.....	8
3. Metodologia.....	11
4. Resultados.....	13
5. Conclusão.....	53
Referências.....	54

Conselho Federal de Administração – CFA

Câmara de Formação e Educação - CFE

Júlio Francisco Dantas de Rezende | CRA-RN

Diretor da Câmara de Formação e Educação do CFA

Isabela Regina Fornari Müller | CRA-SC

Vice-Diretora da Câmara de Formação e Educação do CFA

Manoel Carlos Rocha Lima | CRA-ES

Membro da Câmara de Formação e Educação do CFA

Adm^a. Sueli Cristina R. de Moraes - Coordenadora

Coordenadora da Câmara de Formação e Educação do CFA

Civaldo José Gabriel

Servidor da Câmara de Formação e Educação do CFA

Adm^a. Solange Albuquerque Landim Braga

Servidora da Câmara de Formação e Educação do CFA

Apresentação

Este estudo apresenta os resultados da Pesquisa MEMP CFA – Unidos no aprimoramento da gestão que impulsiona os pequenos negócios, desenvolvida a partir de uma cooperação entre o Conselho Federal de Administração e o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP). A pesquisa foi aplicada de setembro de 2025 a junho de 2026.

O objetivo do estudo foi identificar os principais desafios, necessidades e oportunidades enfrentados por microempreendedores individuais (MEI), microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP), com vistas a subsidiar políticas públicas, programas de capacitação e ações de apoio à gestão.

A metodologia adotada combinou abordagens quantitativa e qualitativa, por meio da aplicação de questionário estruturado, permitindo analisar aspectos relacionados ao perfil dos empreendedores, características das empresas, práticas de gestão, capacitação, apoio institucional, mercado, concorrência, investimento e financiamento. Os resultados evidenciam a predominância de negócios de pequeno porte, com forte presença do setor de serviços, estruturas organizacionais enxutas e centralização das decisões no próprio empreendedor.

Entre os principais achados, destaca-se que a gestão financeira e o acesso ao crédito representam os maiores desafios enfrentados pelos empreendedores, seguidos por dificuldades relacionadas a vendas, marketing e gestão de pessoas. Observa-se, ainda, um baixo nível de obtenção de apoio institucional e limitações significativas no conhecimento e acesso a fontes de financiamento, com percepção majoritariamente negativa em relação às condições de crédito no país.

A pesquisa também revela uma postura dos empreendedores, com intenção de investimento em capacitação e reconhecimento da importância do desenvolvimento de competências gerenciais. Nesse contexto, os dados apontam para a necessidade de uma abordagem integrada de apoio, que articule crédito acessível, capacitação prática, ferramentas de gestão e fortalecimento do ambiente institucional, visando promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade dos pequenos negócios no Brasil.

1. Introdução: a cooperação entre o CFA e o MEMP

O fortalecimento dos pequenos negócios no Brasil depende da construção de políticas públicas, programas de capacitação e iniciativas de apoio fundamentadas em informações confiáveis sobre a realidade vivenciada pelos empreendedores. Com esse propósito, o Conselho Federal de Administração (CFA) celebrou um Acordo de Cooperação Técnica com o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), estabelecendo uma parceria estratégica voltada à produção de conhecimento e ao desenvolvimento de ações que contribuam para o aprimoramento da gestão das micro e pequenas empresas brasileiras.

A cooperação foi estruturada a partir do entendimento de que a gestão profissional representa um dos principais fatores para a sustentabilidade, competitividade e crescimento dos pequenos negócios. Dessa forma, tornou-se fundamental conhecer, de forma sistemática, os desafios enfrentados pelos empreendedores, suas necessidades de capacitação, as dificuldades relacionadas ao acesso a crédito, à inovação, ao planejamento, ao mercado e às ferramentas de gestão, bem como identificar oportunidades para o fortalecimento desse importante segmento da economia nacional.

Como resultado dessa parceria institucional, foi desenvolvida a pesquisa “CFA/MEMP – Unidos no aprimoramento da gestão que impulsiona os pequenos negócios”, cujo objetivo principal foi de coletar informações que permitissem compreender o cenário atual das microempresas e empresas de pequeno porte, fornecendo subsídios para o planejamento de políticas, programas e projetos voltados ao desenvolvimento da gestão empresarial.

A pesquisa foi direcionada a empresários e empreendedores de diferentes perfis, contemplando Microempreendedores Individuais (MEI), Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). Essa abrangência permitiu reunir informações representativas de negócios com diferentes níveis de maturidade, setores de atuação e características organizacionais, possibilitando uma visão ampla das necessidades do segmento.

Além de identificar os principais desafios enfrentados pelos empreendedores, o levantamento buscou compreender as demandas por capacitação gerencial, consultorias, mentorias, acesso a ferramentas digitais de gestão, financiamento, inovação e fortalecimento institucional. As informações obtidas também permitem identificar fatores que dificultam o crescimento dos pequenos negócios, bem como oportunidades para ampliar sua competitividade, produtividade e sustentabilidade.

Os resultados da pesquisa constituem uma importante base para orientar futuras ações conjuntas entre o CFA, o MEMP, os Conselhos Regionais de Administração, instituições de ensino, entidades de apoio ao empreendedorismo e demais organizações comprometidas com o desenvolvimento empresarial.

Ao transformar dados em conhecimento estratégico, a iniciativa contribui para a formulação de soluções mais aderentes à realidade dos empreendedores brasileiros, fortalecendo o ambiente de negócios e promovendo uma gestão cada vez mais profissional, inovadora e orientada para resultados.

A parceria entre o Conselho Federal de Administração e o Ministério do Empreendedorismo reafirma o compromisso de ambas as instituições com o fortalecimento das micro e pequenas empresas, e confirma que investir na qualificação da gestão significa impulsionar a geração de emprego, renda, inovação e desenvolvimento econômico sustentável em todas as regiões do Brasil.

2. Referencial teórico

O estudo das microempresas e empresas de pequeno porte (MEI, ME e EPP) insere-se em um campo interdisciplinar que envolve teorias do empreendedorismo, gestão estratégica, capacidades organizacionais e políticas públicas. Considerando o objetivo da pesquisa em identificar desafios, necessidades e oportunidades para aprimorar a gestão desses empreendimentos, torna-se necessário adotar um referencial teórico que contemple tanto as especificidades dessas organizações quanto o ambiente em que estão inseridas.

Inicialmente, destaca-se a contribuição de Schumpeter (1934), que compreende o empreendedor como agente central do desenvolvimento econômico, responsável por introduzir inovações e promover a “destruição criativa”. Essa perspectiva é fundamental para entender o papel dos micro e pequenos empresários como protagonistas da dinâmica econômica, ainda que atuem em contextos de elevada restrição de recursos. Complementarmente, Drucker (1985) reforça a ideia de que o empreendedorismo não se restringe à criação de novos negócios, mas constitui uma prática gerencial sistemática, baseada na identificação e exploração de oportunidades. Assim, a gestão eficiente torna-se elemento essencial para a sobrevivência e o crescimento dessas organizações.

No contexto de elevada incerteza, característica marcante das micro e pequenas empresas, a teoria da effectuation, desenvolvida por Sarasvathy (2001), oferece importante contribuição ao demonstrar que empreendedores frequentemente tomam decisões com base nos recursos disponíveis, em vez de partirem de objetivos previamente definidos. Essa abordagem é particularmente relevante para compreender o comportamento dos microempreendedores individuais (MEI), que operam com limitações financeiras, informacionais e estruturais, adaptando continuamente suas estratégias às condições do ambiente.

Sob a perspectiva da gestão estratégica, a Visão Baseada em Recursos (Resource-Based View – RBV), proposta por Barney (1991), destaca que o desempenho organizacional está diretamente relacionado à posse e à utilização eficiente de recursos e capacidades valiosos, raros, difíceis de imitar e insubstituíveis. No caso das micro e pequenas empresas, observa-se que muitas enfrentam dificuldades justamente pela escassez desses recursos, especialmente no que se refere à qualificação gerencial, acesso a

tecnologias e ferramentas de gestão. Dessa forma, programas de capacitação e mentorias tornam-se fundamentais para fortalecer essas capacidades internas.

Complementando essa abordagem, a teoria das capacidades dinâmicas, desenvolvida por Teece (1997), enfatiza a habilidade das organizações de integrar, construir e reconfigurar competências internas e externas em ambientes em constante mudança. Essa perspectiva é particularmente pertinente no contexto atual, marcado por transformações tecnológicas e instabilidade econômica, exigindo das micro e pequenas empresas maior adaptabilidade e capacidade de inovação.

No campo específico da gestão de pequenos negócios, os estudos de Storey (1994) evidenciam que essas organizações apresentam características próprias, como estrutura organizacional simples, forte centralização das decisões no proprietário, informalidade nos processos e limitação de recursos financeiros e humanos. Tais características influenciam diretamente os desafios enfrentados por esses empreendimentos, justificando a necessidade de políticas e práticas de gestão adaptadas à sua realidade.

Adicionalmente, a compreensão do ambiente em que essas empresas estão inseridas pode ser ampliada a partir da abordagem dos ecossistemas empreendedores, conforme proposto por Isenberg (2011). Segundo essa perspectiva, o sucesso dos empreendimentos não depende apenas de fatores internos, mas também de elementos externos, como políticas públicas, acesso a crédito, redes de apoio, cultura empreendedora e infraestrutura institucional. Nesse sentido, iniciativas governamentais e parcerias institucionais, como a estabelecida entre o Conselho Federal de Administração (CFA) e o Ministério do Empreendedorismo, da Microempresa e da Empresa de Pequeno Porte (MEMP), desempenham papel estratégico no fortalecimento desses ecossistemas.

No âmbito das políticas públicas, também instituições como o SEBRAE e diretrizes internacionais propostas pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) destacam a importância do apoio estruturado às micro e pequenas empresas, por meio de capacitação, acesso a crédito, incentivo à formalização e disseminação de ferramentas de gestão. Essas ações são fundamentais para promover o desenvolvimento econômico, a geração de emprego e renda e a redução das desigualdades regionais.

Por fim, a análise organizacional dessas empresas pode ser enriquecida pelas contribuições de Mintzberg (1983), que identifica a predominância de estruturas simples

em organizações de pequeno porte, caracterizadas por baixa formalização e centralização do poder decisório. Essa configuração, embora proporcione agilidade, pode limitar a capacidade de crescimento e inovação, reforçando a importância da profissionalização da gestão.

Dessa forma, o presente referencial teórico integra diferentes abordagens para compreender os desafios e as oportunidades enfrentados pelas micro e pequenas empresas, destacando a importância da capacitação gerencial, do fortalecimento de capacidades organizacionais e do apoio institucional como elementos-chave para o seu desenvolvimento sustentável.

3. Metodologia

A pesquisa CFA/MEMP – Unidos no aprimoramento da gestão que impulsiona os pequenos negócios foi desenvolvida com abordagem quantitativa e qualitativa*, permitindo uma compreensão abrangente da realidade vivenciada pelos microempreendedores individuais (MEI), microempresas (ME) e empresas de pequeno porte (EPP). A combinação dessas abordagens possibilitou, simultaneamente, a mensuração de indicadores objetivos e a identificação de percepções, desafios, expectativas e oportunidades de aprimoramento da gestão dos pequenos negócios brasileiros.

O estudo mapeou os seguintes eixos temáticos:

- ◆ *Perfil dos respondentes;*
- ◆ *Caracterização das empresas;*
- ◆ *Gestão e capacitação;*
- ◆ *Apoio e relacionamentos institucionais;*
- ◆ *Mercado e concorrência;*
- ◆ *Investimento e financiamento;*
- ◆ *Expectativas e melhorias.*

Como instrumento de coleta de dados foi utilizado um questionário estruturado, elaborado com questões fechadas e abertas, permitindo tanto a realização de análises estatísticas quanto a interpretação qualitativa das contribuições dos participantes. O questionário foi disponibilizado em formato eletrônico por meio da plataforma Google Forms, acessível pelo endereço: <https://forms.gle/rUVUzDMbDscEiVb89>, facilitando o alcance de empreendedores de diferentes regiões do país e proporcionando maior agilidade na consolidação das informações.

A estrutura do instrumento foi organizada em sete grandes dimensões, contemplando os principais aspectos relacionados à gestão e ao desenvolvimento dos pequenos negócios.

A primeira dimensão investigou o perfil dos respondentes, mapeando os dados demográficos e profissionais dos participantes. Em seguida, o estudo analisou a caracterização das empresas, levantando informações sobre porte, setor de atuação,

tempo de funcionamento, localização e faturamento — variáveis essenciais para contextualizar o universo pesquisado.

A terceira dimensão concentrou-se em “gestão e capacitação”, com o objetivo de diagnosticar o uso de práticas gerenciais, as demandas por qualificação e os desafios dos empreendedores na condução de seus negócios. Na sequência, a análise do “apoio e relacionamentos institucionais” avaliou a interação das empresas com entidades de suporte, programas governamentais, instituições de ensino e associações empresariais que fortalecem o ecossistema empreendedor.

A quinta dimensão investigou o mercado e a concorrência, identificando oportunidades de crescimento, desafios competitivos e as estratégias adotadas pelas empresas. Posteriormente, o estudo abordou os temas de investimento e financiamento, mapeando as necessidades de capital, o acesso ao crédito e os principais entraves na obtenção de recursos.

Por fim, a dimensão de expectativas e melhorias permitiu que os participantes apon-tassem sugestões, prioridades e percepções sobre políticas públicas e ações institucionais. O objetivo foi identificar iniciativas capazes de fortalecer a gestão, a competitividade e a sustentabilidade dos pequenos negócios.

A organização dessas sete dimensões proporciona uma visão integrada do ambiente empresarial, permitindo identificar tendências, desafios e oportunidades. Com isso, torna-se possível orientar a formulação de programas, projetos e políticas públicas voltadas ao desenvolvimento dos pequenos negócios. Dessa forma, os resultados da pesquisa constituem uma fonte estratégica de informações para subsidiar decisões do Sistema CFA/CRAs, de instituições parceiras e dos próprios empreendedores, fortalecendo a gestão e o empreendedorismo no Brasil.

4. Resultados

O presente capítulo tem como objetivo apresentar e analisar os principais resultados obtidos a partir da Pesquisa MEMP CFA – Unidos no aprimoramento da gestão que impulsiona os pequenos negócios. A análise foi estruturada de forma a compreender, de maneira integrada, o perfil dos respondentes, as características dos empreendimentos, os desafios de gestão, as práticas de capacitação, o acesso a apoio institucional e as percepções sobre mercado, financiamento e oportunidades de empreender no contexto atual.

Os resultados aqui apresentados permitem traçar um panorama abrangente do microempreendedor brasileiro, evidenciando não apenas aspectos demográficos e estruturais, mas também percepções, comportamentos e necessidades que impactam diretamente a gestão dos negócios. A partir da análise dos dados, é possível identificar padrões relevantes, como a predominância de empreendimentos de pequeno porte, a centralidade do empreendedor na operação do negócio e a forte influência de fatores financeiros e institucionais na tomada de decisão.

Além disso, este capítulo evidencia as correlações entre os diferentes aspectos analisados, destacando como gargalos financeiros, limitações de mercado, barreiras operacionais e lacunas de capacitação se conectam e se reforçam mutuamente. Essa visão sistêmica aprofunda a compreensão sobre a realidade dos microempreendedores, subsidiando estratégias e políticas mais eficazes para o fortalecimento dos pequenos negócios.

4.1. Perfil dos respondentes

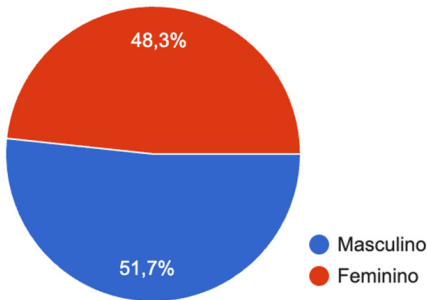
A caracterização dos respondentes considerou quatro aspectos principais:

- ◆ *Gênero;*
- ◆ *Idade;*
- ◆ *Estado civil;*
- ◆ *Escolaridade.*

Os resultados da pesquisa referentes aos respondentes encontram-se nos gráficos a seguir.

O primeiro gráfico apresenta uma síntese do gênero dos respondentes da pesquisa.

Gráfico 1 - Gênero dos respondentes



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

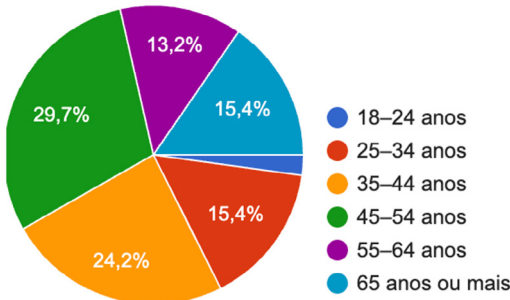
O gráfico apresenta a distribuição de gênero dos respondentes, com os seguintes resultados: Masculino: 51,7% e Feminino: 48,3%.

Observa-se uma distribuição bastante equilibrada entre os gêneros, com uma leve predominância do público masculino. A diferença é de apenas 3,4 pontos percentuais, o que indica que a amostra não é significativamente enviesada para um único grupo.

A proximidade entre os percentuais sugere que a pesquisa conseguiu atingir um público diverso, o que fortalece a representatividade dos dados.

O próximo gráfico apresenta a idade dos respondentes.

Gráfico 2 - Idade dos respondentes



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

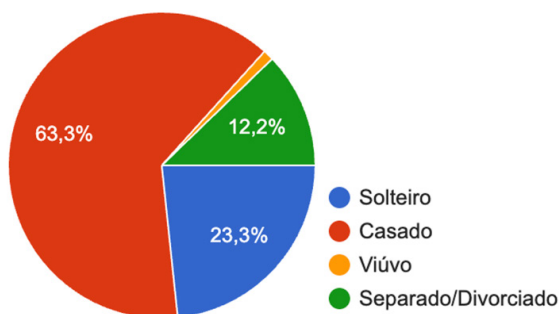
A análise da distribuição etária dos respondentes revela que a maior concentração está entre 35 e 54 anos, representando 53,9% da amostra, com destaque para a faixa de 45 a 54 anos, que corresponde a quase um terço do total. Esse cenário indica que a pesquisa é predominantemente composta por empreendedores mais maduros e experientes, possivelmente já inseridos em estágios mais consolidados de seus negócios.

Por outro lado, observa-se uma baixa participação de jovens, especialmente na faixa de 18 a 24 anos, que se mostra praticamente irrelevante no conjunto de dados. Esse resultado pode sugerir tanto uma menor presença de empreendedores atuando formalmente no empreendedorismo quanto uma limitação no alcance da pesquisa junto a esse público específico.

Em relação às demais faixas etárias, nota-se uma distribuição relativamente equilibrada fora do pico principal. Os grupos de 25 a 34 anos (15,4%), 35 a 44 anos (24,2%) e aqueles com 55 anos ou mais (28,6%, considerando as faixas de 55 a 64 e 65 anos ou mais) apresentam participação significativa, contribuindo para uma composição diversificada da amostra.

De modo geral, os dados indicam que o perfil predominante dos respondentes é formado por empreendedores em fases mais avançadas da vida, com maior acúmulo de experiência profissional e, possivelmente, maior estabilidade em seus negócios, o que pode influenciar diretamente suas percepções, desafios e necessidades em relação à gestão empresarial.

Gráfico 3 - Estado civil dos empreendedores



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

A análise do estado civil dos empreendedores revela uma predominância significativa de indivíduos casados, que representam 63,3% da amostra. Em seguida, aparecem os

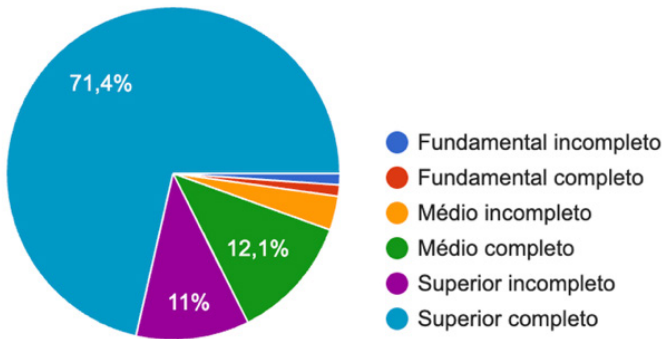
solteiros, com 23,3%, enquanto os separados ou divorciados correspondem a 12,2%. A categoria de viúvos apresenta participação residual, praticamente irrelevante no conjunto analisado.

Esse cenário indica que a maior parte dos empreendedores possui vínculos familiares mais estruturados, o que pode influenciar diretamente suas decisões de negócio, especialmente em relação à busca por estabilidade financeira, segurança e planejamento de longo prazo. Empreendedores casados tendem, em muitos casos, a assumir uma postura mais cautelosa, equilibrando riscos e oportunidades em função das responsabilidades familiares.

Por outro lado, a presença de solteiros, embora menor, ainda é significativa, podendo estar associada a perfis com maior flexibilidade e disposição para assumir riscos. Já o grupo de separados ou divorciados também apresenta relevância, sugerindo a existência de trajetórias empreendedoras diversas, muitas vezes marcadas por recomeços profissionais e pessoais.

De forma geral, os dados evidenciam que o empreendedorismo na amostra analisada está fortemente associado a indivíduos com maior estabilidade pessoal e familiar, o que tende a impactar tanto o estilo de gestão quanto as prioridades estratégicas adotadas nos negócios.

Gráfico 4 - Escolaridade dos respondentes



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

A análise da escolaridade dos empreendedores entrevistados revela um perfil altamente qualificado, com forte predominância de indivíduos com ensino superior completo, que representam 71,4% da amostra. Esse dado indica que a maioria dos

respondentes possui formação acadêmica consolidada, o que pode contribuir para uma gestão mais estruturada e maior capacidade de tomada de decisão baseada em conhecimentos técnicos e estratégicos.

Além disso, observa-se a presença de empreendedores com ensino superior incompleto (11%) e ensino médio completo (12,1%), que juntos representam uma parcela significativa da amostra. Esses grupos demonstram que, embora o nível superior seja predominante, ainda há diversidade no perfil educacional, com participação relevante de indivíduos em processo de formação ou com nível médio concluído.

As demais categorias: ensino médio incompleto, ensino fundamental completo e fundamental incompleto, apresentam participação bastante reduzida, indicando que há baixa presença de empreendedores com menor nível de escolaridade formal. Esse cenário reforça a ideia de que o empreendedorismo analisado está fortemente associado a níveis mais elevados de educação.

De modo geral, os dados sugerem que os empreendedores participantes possuem elevado capital humano, o que pode impactar positivamente a adoção de práticas de gestão mais sofisticadas, o uso de ferramentas administrativas e a busca por inovação. Por outro lado, também evidencia a necessidade de políticas e programas que ampliem o acesso ao empreendedorismo para públicos com menor nível de escolaridade, promovendo maior inclusão e diversidade no ambiente empresarial.

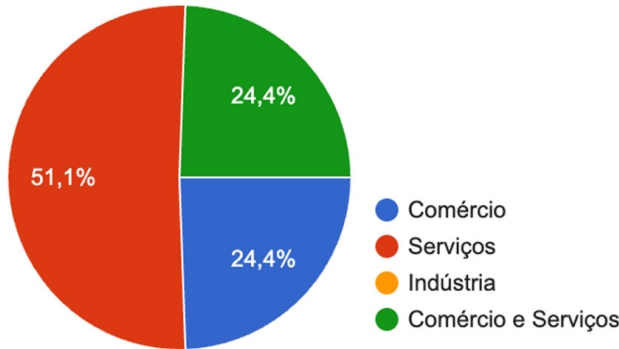
4.2. Caracterização das empresas

A pesquisa realizada com Microempreendedores Individuais (MEI) e gestores de Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP) coletou dados referentes a:

- ◆ *Setor de atuação;*
- ◆ *Número de colaboradores (incluindo o proprietário);*
- ◆ *Porte do negócio;*
- ◆ *Tempo de funcionamento da empresa (em anos);*
- ◆ *Redes sociais utilizadas; e*
- ◆ *Principais motivações para empreender*

O gráfico a seguir apresenta uma sintetização referente ao setor de atuação dos empresários que responderam a presente pesquisa.

Gráfico 5 - Setor de atuação



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao setor de atuação dos empreendedores entrevistados mostra que há uma forte predominância do segmento de serviços, que representa 51,1% da amostra. Esse resultado indica que mais da metade dos empreendedores atua em atividades relacionadas à prestação de serviços, o que reflete uma característica comum do ambiente empreendedor brasileiro, onde esse setor costuma apresentar menor barreira de entrada, menor necessidade de capital inicial e maior flexibilidade operacional.

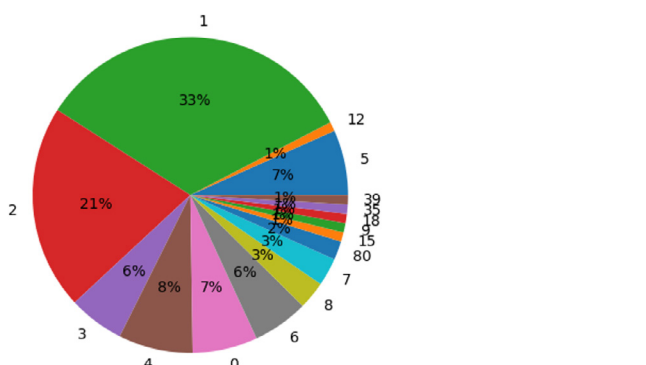
Os setores de comércio e serviços combinados aparecem com a mesma participação, ambos com 24,4%. Esse dado sugere uma distribuição equilibrada entre empreendimentos voltados exclusivamente à venda de produtos e aqueles que associam a comercialização com algum tipo de prestação de serviço, indicando uma tendência à diversificação das atividades como estratégia para aumentar a competitividade e ampliar fontes de receita.

Observa-se que não há participação da indústria entre os entrevistados, o que pode indicar dificuldades maiores para empreender nesse setor, como necessidade de maior investimento, exigências tecnológicas mais elevadas, burocracia e custos operacionais mais altos. Esse resultado reforça a ideia de que o empreendedorismo na amostra analisada está concentrado em atividades de menor complexidade estrutural e com maior facilidade de entrada no mercado.

De modo geral, o perfil identificado revela um conjunto de empreendedores predominantemente inseridos no setor terciário da economia, com forte presença de serviços e comércio, o que está alinhado com a estrutura econômica observada em muitas regiões brasileiras, especialmente em contextos locais e de pequeno e médio porte.

Levantamento referente ao número de colaboradores nas empresas (contando o(s) proprietário(s)) é apresentado no próximo gráfico.

Gráfico 6 - Número de colaboradores (incluindo o proprietário)



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente à quantidade de funcionários nas empresas, considerando que o número informado inclui o próprio empreendedor, mostra que há uma forte predominância de negócios de pequeno porte, com destaque para empresas formadas por apenas uma pessoa, ou seja, empreendimentos individuais. Essa é a categoria mais frequente, indicando que grande parte dos entrevistados atua como trabalhador autônomo, microempreendedor individual ou proprietário sem empregados, o que sugere baixo nível de estrutura organizacional e forte dependência do trabalho do próprio dono.

Também se observa uma concentração significativa de empresas com até cinco pessoas, incluindo o empreendedor. Esse resultado reforça o perfil de microempresas e pequenos negócios, caracterizados por equipes reduzidas, gestão centralizada e menor complexidade operacional. Esse tipo de estrutura é comum em atividades de comércio e serviços, que predominam na amostra analisada, e geralmente exige menor investimento inicial e menor custo de manutenção.

Observa-se, ainda, uma parcela menor de empresas com mais de cinco funcionários, o que sinaliza empreendimentos em estágio mais avançado de desenvolvimento. Embora existam casos isolados com dezenas de colaboradores, essas organizações de maior porte são minoritárias e não refletem o perfil predominante do universo pesquisado.

Também aparecem registros de empresas sem funcionários, o que pode indicar empresas em fase inicial, negócios ainda em estruturação ou atividades em que o empreendedor atua sozinho sem formalização de equipe.

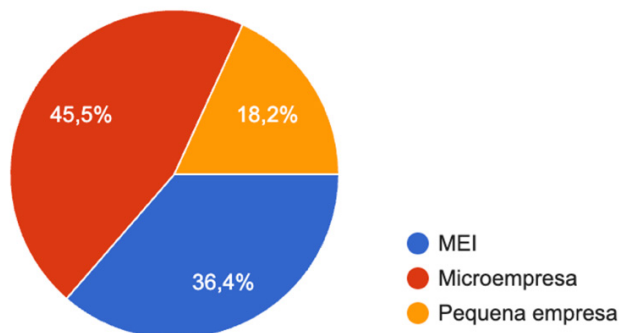
De modo geral, o gráfico revela que o perfil dos empreendedores entrevistados é majoritariamente composto por negócios muito pequenos, frequentemente individuais ou com poucos colaboradores, evidenciando um cenário típico de empreendedorismo de pequena escala, com forte participação do próprio empreendedor na execução das atividades e baixo nível de formalização organizacional.

A amostra da pesquisa contou com a participação de municípios de todas as regiões do país, conforme detalhado a seguir:

Região	Quantidade de Cidades
Nordeste	16
Sudeste	14
Sul	11
Centro-Oeste	7
Norte	6
Total	54

O gráfico a seguir apresenta uma síntese referente ao porte das empresas dos empreendedores entrevistados.

Gráfico 7 - Porte das empresas dos empreendedores entrevistados



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao porte das empresas dos empreendedores entrevistados mostra que há predominância de negócios de pequeno porte, com destaque para as microempresas, que representam 45,5% da amostra. Esse resultado indica que quase metade dos empreendimentos possui estrutura reduzida, mas já apresenta algum nível de formalização e organização superior ao do microempreendedor individual, podendo contar com funcionários e maior volume de faturamento. Esse dado reforça a característica de um perfil empreendedor composto, majoritariamente, por negócios em fase inicial ou em estágio intermediário de desenvolvimento.

Os microempreendedores individuais (MEI) correspondem a 36,4% dos entrevistados, representando também uma parcela bastante significativa. Esse resultado mostra que muitos empreendedores optam por um modelo mais simples de formalização, geralmente associado a negócios com poucos recursos, baixo faturamento e forte participação direta do próprio proprietário nas atividades. A elevada presença de MEIs está alinhada com o cenário observado anteriormente de empresas com poucos ou nenhum funcionário, indicando predominância de empreendimentos individuais ou com equipes muito pequenas.

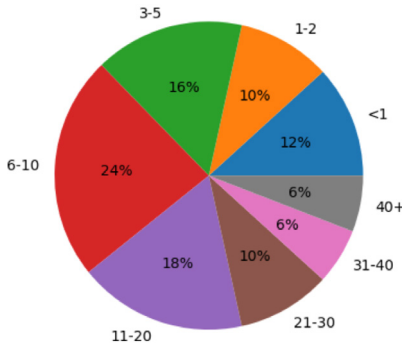
Já as pequenas empresas correspondem a 18,2% da amostra, sendo a menor participação entre as categorias analisadas. Apesar de menos frequentes, esses negócios representam empreendimentos mais estruturados, com maior número de funcionários, maior faturamento e maior nível de organização administrativa. A menor

presença desse grupo sugere que apenas uma parcela reduzida dos empreendedores conseguiu atingir um estágio mais avançado de crescimento empresarial.

De modo geral, o gráfico evidencia que o perfil dos empreendedores entrevistados é predominantemente formado por MEIs e microempresas, caracterizando um ambiente empreendedor de pequena escala, com baixa concentração de empresas de maior porte. Esse resultado é compatível com a realidade do empreendedorismo em muitas regiões brasileiras, onde a maior parte dos negócios é formada por empreendimentos pequenos, frequentemente iniciados com recursos limitados e forte atuação direta do próprio empreendedor.

O tempo de funcionamento das empresas, medido em anos, está detalhado no gráfico a seguir.

Gráfico 8 - Tempo de funcionamento das empresas em anos



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao tempo de funcionamento das empresas mostra uma distribuição relativamente equilibrada entre negócios mais recentes e empresas com maior tempo de atuação, indicando um ambiente empreendedor diversificado, com presença tanto de novos empreendimentos quanto de organizações já consolidadas no mercado.

A maior concentração está na faixa de 6 a 10 anos de funcionamento, com 23,5% das respostas, o que sugere que uma parte significativa dos empreendedores já superou a fase inicial do negócio e conseguiu manter a empresa ativa por um período considerável. Esse resultado pode indicar maior estabilidade e experiência acumulada, características importantes para a sobrevivência empresarial.

Em seguida aparece a faixa de 11 a 20 anos, com 17,6%, demonstrando que há também um número relevante de empresas com trajetória mais longa, o que reforça a presença de empreendimentos consolidados. A faixa de 3 a 5 anos representa 15,7%, indicando que muitos negócios ainda se encontram em fase de crescimento e estruturação.

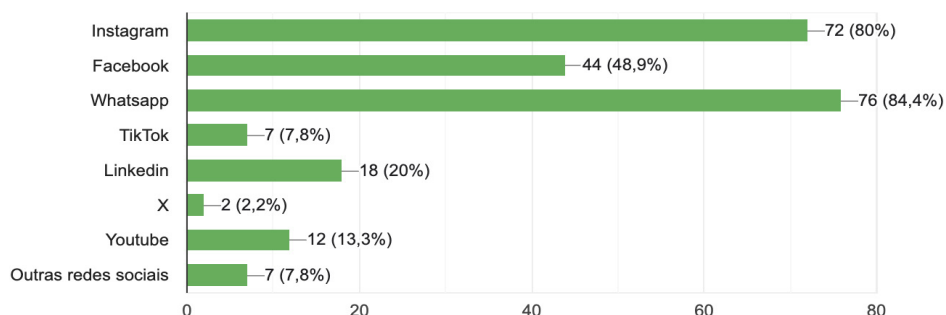
Os empreendimentos mais recentes também têm participação significativa. As empresas com menos de 1 ano correspondem a 11,8%, enquanto aquelas com 1 a 2 anos representam 9,8%, mostrando que há renovação constante no grupo pesquisado, com surgimento de novos negócios.

As faixas de maior tempo de existência aparecem com menor frequência. Empresas com 21 a 30 anos correspondem a 9,8%, enquanto aquelas com 31 a 40 anos e acima de 40 anos representam 5,9% cada, indicando que apenas uma pequena parcela possui longa trajetória histórica.

De modo geral, o gráfico revela que a amostra é composta, majoritariamente, por empresas com até 10 anos de funcionamento. Há, contudo, uma presença relevante de negócios mais antigos. Esse panorama demonstra um cenário equilibrado entre renovação e experiência, característico de ambientes econômicos onde coexistem novos empreendimentos e marcas já estabelecidas.

No contexto da transformação digital, buscou-se mapear a comunicação e o uso das redes sociais pelas empresas, conforme sintetizado no gráfico a seguir.

Gráfico 9 - Redes sociais utilizadas



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente às redes sociais utilizadas pelos empreendedores mostra que as plataformas digitais desempenham papel fundamental na comunicação e na divul-

gação dos negócios, com forte predominância de aplicativos de mensagens e redes sociais de grande alcance popular.

O WhatsApp lidera como o canal mais utilizado, somando 76 menções (84,4%). Esse dado indica que a grande maioria dos empreendedores adota a ferramenta para o contato direto com clientes, divulgação de produtos e fechamento de vendas. O resultado reforça a relevância do aplicativo no ecossistema dos pequenos negócios, impulsionado por sua facilidade de manuseio, baixo custo e ampla popularidade.

Na sequência, o Instagram registrou 72 menções (80%), consolidando sua relevância estratégica, sobretudo para a divulgação visual de produtos e serviços. O expressivo engajamento na plataforma sugere que os empreendedores reconhecem o valor da presença digital e do marketing de conteúdo para atrair clientes e fortalecer a imagem da marca.

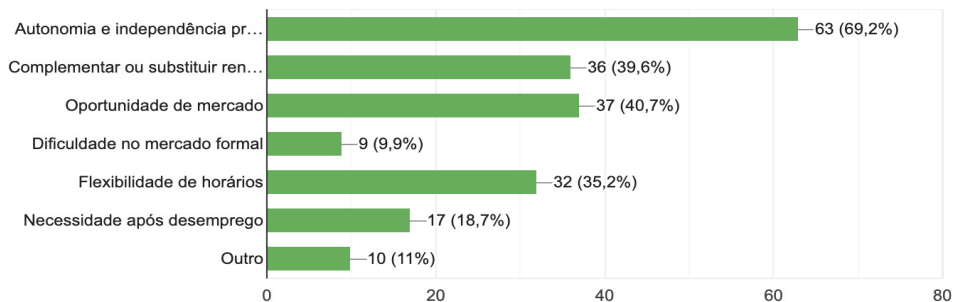
O Facebook obteve 44 menções (48,9%), indicando uma participação ainda expressiva, embora inferior ao desempenho do Instagram e do WhatsApp. Esse patamar reflete uma tendência de mercado: apesar de continuar ativo, o canal tem perdido espaço para plataformas mais dinâmicas e com maior poder de engajamento.

Outras redes apresentam uso mais limitado. O LinkedIn foi citado por 20% dos entrevistados, refletindo sua vocação para conexões corporativas e *networking*. O YouTube, com 13,3%, atua como ferramenta complementar de conteúdo e promoção de produtos, enquanto o TikTok e outras plataformas registraram 7,8% de adesão cada. Por fim, a rede X (antigo Twitter) obteve apenas 2,2% das menções, o que confirma sua baixa relevância para o modelo de negócios desse público.

De modo geral, o gráfico evidencia que os empreendedores concentram sua atuação digital principalmente em WhatsApp e Instagram, priorizando ferramentas de comunicação rápida e divulgação direta, características típicas de negócios de pequeno porte, que dependem fortemente do relacionamento próximo com o cliente e de estratégias simples de marketing digital.

A distribuição dos fatores que impulsionam a abertura e a condução de negócios no país está detalhada no gráfico a seguir .

Gráfico 10 - Principais motivações para empreender



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico sobre as principais motivações para empreender mostra que o fator predominante é a busca por autonomia e independência profissional, citado por 63 respondentes (69,2%). Esse resultado indica que a maior parte dos entrevistados vê o negócio próprio como um caminho para obter mais liberdade e tomar decisões de forma soberana, sem depender de vínculos empregatícios formais. O dado demonstra a forte influência de fatores pessoais e de realização individual na decisão de abrir uma empresa.

Outros motivos também aparecem com frequência relevante, destacando-se a oportunidade de mercado, com 37 respostas (40,7%), e a intenção de complementar ou substituir a renda, com 36 respostas (39,6%). Esses dados mostram que muitos empreendedores iniciam seus negócios tanto por perceberem uma possibilidade de ganho financeiro quanto por necessidade de melhorar a renda familiar, indicando uma combinação de empreendedorismo por oportunidade e por necessidade.

A flexibilidade de horários também desponta como uma motivação importante, acumulando 32 respostas (35,2%). Esse dado sugere que a possibilidade de gerenciar o próprio tempo é um forte atrativo, reforçando a percepção de que o empreendedorismo vai além de uma simples fonte de renda, sendo valorizado como um meio para alcançar melhor qualidade de vida e maior controle sobre a rotina.

Por outro lado, as motivações ligadas ao empreendedorismo por necessidade aparecem com menor frequência. A abertura do negócio após o desemprego foi citada por 17 respondentes (18,7%), enquanto as dificuldades de inserção no mercado formal registraram 9 menções (9,9%). Esses números indicam que, embora existam casos motivados pela escassez de alternativas, a necessidade não é o principal motor para a maioria dos entrevistados.

Por fim, a opção 'outros motivos' foi assinalada por 10 respondentes (11%), indicando a existência de particularidades individuais na decisão de abrir o negócio, tais como vocação, tradição familiar, interesse pessoal ou o desejo de evolução na carreira.

Em síntese, o panorama motivacional revela que o empreendedorismo entre os entrevistados é impulsionado pelo desejo de autonomia, pela identificação de oportunidades e pela busca por incremento de renda. O menor peso atribuído aos fatores de necessidade consolida um perfil de amostra no qual predominam decisões voluntárias e estritamente estratégicas para a abertura das empresas.

4.3. Gestão e capacitação

Os dados apresentados evidenciam um retrato consistente dos principais desafios enfrentados pelos microempreendedores, destacando não apenas gargalos operacionais, mas também limitações estruturais que impactam diretamente a sustentabilidade e o crescimento das empresas. Observa-se que a gestão, nesse contexto, ainda está fortemente condicionada a fatores financeiros, mercadológicos e institucionais, o que exige resiliência e uma capacidade constante de tomada de decisão em ambientes de elevada incerteza.

Nesse cenário, as dificuldades relatadas não devem ser analisadas de forma isolada, mas como partes de um sistema interdependente. Problemas financeiros, por exemplo, afetam diretamente a capacidade de vendas, o investimento em marketing, a contratação de talentos e a estruturação de processos. Essa interconexão revela que os desafios enfrentados são cumulativos, gerando um ciclo restritivo que limita o desenvolvimento e reforça a vulnerabilidade dos pequenos empreendimentos.

Além disso, os dados indicam um importante contraste entre desafios estruturais e competências gerenciais: enquanto questões como acesso a capital, burocracia e mercado aparecem com maior intensidade, aspectos relacionados à capacitação e tecnologia ainda são menos percebidos, embora sejam fundamentais para a evo-

lução do negócio no médio e longo prazo. Esse panorama reforça a necessidade de abordagens integradas de apoio ao empreendedor, que combinem acesso a recursos, desenvolvimento de competências e melhoria do ambiente de negócios.

1. Gestão Financeira e Capital ≈ 38%

Inclui:

- + *Gestão financeira*
- + *Capital de giro*
- + *Fluxo de caixa*
- + *Juros, crédito, financiamento*
- + *Falta de dinheiro*
- + *Separação PF/PJ*

É disparadamente a principal dor da gestão

2. Precificação, Vendas e Mercado ≈ 19%

Inclui:

- + *Precificação;*
- + *Vendas;*
- + *Clientes que não valorizam;*
- + *Concorrência desleal;*
- + *Sazonalidade.*

Segunda maior dificuldade, fortemente conectada à financeira

3. Marketing, Divulgação e Captação de Clientes ≈ 14%

Inclui:

- + *Marketing;*
- + *Divulgação;*
- + *Redes sociais;*
- + *Comunicação;*
- + *Busca de clientes.*

Mostra dificuldade em gerar demanda previsível

4. Mão de Obra e Gestão de Pessoas ≈ 11%

Inclui:

- + *Falta de mão de obra qualificada;*
- + *Contratação;*
- + *Comprometimento;*
- + *Relações humanas;*
- + *Rotatividade.*

Problema estrutural do crescimento

5. Burocracia, Impostos e Legislação ≈ 9%

Inclui:

- + *Carga tributária;*
- + *Impostos abusivos;*
- + *Burocracia;*
- + *Legislação;*
- + *Falta de fiscalização;*

Forte percepção de ambiente hostil ao pequeno empresário

6. Planejamento, Processos e Organização ≈ 6%

Inclui:

- + *Planejamento estratégico/financeiro;*
- + *Processos internos;*
- + *Organização da gestão;*

Indica baixa maturidade gerencial inicial.

7. Capacitação, Experiência e Conhecimento ≈ 4%

Inclui:

- + *Inexperiência;*
- + *Iniciante;*
- + *Falta de capacitação.*

Importante, mas menos citado que os problemas estruturais

8. Tecnologia, Ferramentas e Inovação ≈ 3%

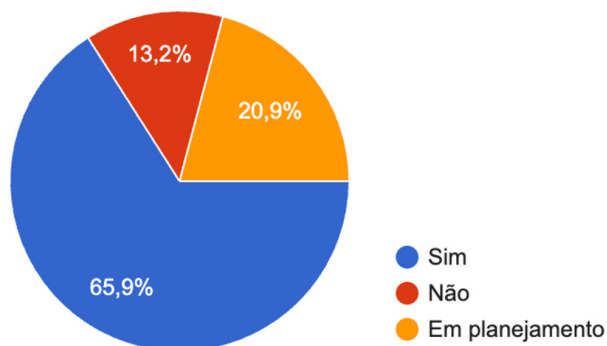
Inclui:

- + Ferramentas de gestão;
- + Digitalização;
- + Inteligência Artificial.

Tema emergente, ainda pouco explorado

O gráfico a seguir apresenta os principais investimentos em gestão de pessoas realizados por pequenos empresários no Brasil.

Gráfico 11 - Investimento em treinamento de pessoal



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao investimento em desenvolvimento de pessoal mostra que a maioria dos empreendedores realiza algum tipo de capacitação para seus colaboradores. A opção 'Sim' concentra 65,9% das menções, indicando que grande parte das empresas reconhece o treinamento como ferramenta para elevar o desempenho, impulsionar a produtividade e agregar valor aos produtos ou serviços oferecidos. Esse panorama sugere que, mesmo em negócios de pequeno porte, há uma preocupação latente com a evolução do capital humano.

A alternativa 'Em planejamento' corresponde a 20,9% dos entrevistados, mostrando que uma parcela significativa ainda não realiza treinamentos, mas pretende adotar a prática futuramente. Esse dado indica que há consciência sobre a necessidade de qualificação, embora a execução seja limitada por fatores como restrições financeiras, escassez de tempo ou estrutura organizacional reduzida. O planejamento para ações futuras sinaliza uma tendência clara de amadurecimento e profissionalização

dos negócios. Por outro lado, 13,2% dos respondentes afirmaram não realizar e nem planejar investimentos nessa área, evidenciando um grupo que ainda opera sem foco no desenvolvimento de pessoal.

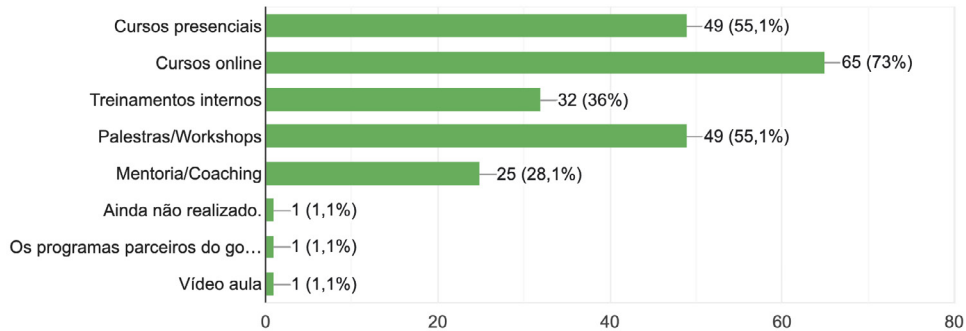
Por outro lado, 13,2% responderam ‘Não’, indicando a ausência de programas de treinamento. Esse resultado se concentra, predominantemente, em microempresas ou negócios individuais com quadros de funcionários reduzidos. Nesses casos, o próprio empreendedor centraliza a maior parte das atividades cotidianas, o que limita tanto o tempo disponível quanto a viabilidade de investir em capacitação formal.

De modo geral, o gráfico revela um cenário positivo, no qual a maioria dos empreendedores já investe ou planeja investir no desenvolvimento de suas equipes. Esse comportamento evidencia uma percepção crescente sobre o valor da qualificação para a competitividade e a sustentabilidade dos negócios, especialmente em um ambiente de mercado dinâmico e cada vez mais exigente.

Tipos de treinamento já realizados

O gráfico a seguir destaca as áreas de treinamento mais procuradas pelos empreendedores.

Gráfico 12 - Tipos de treinamento já realizados



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico sobre as modalidades de capacitação já realizadas revela a forte predominância de formatos flexíveis, com destaque para os cursos online, que lideram com 65 respostas (73%). Esse resultado indica que o ensino a distância consolidou-se como o principal meio de qualificação, impulsionado pela viabilidade financeira, maior disponibilidade e facilidade de conciliação com a rotina gerencial.

Na sequência, figuram os cursos presenciais e as palestras ou workshops, ambos com 49 respostas (55,1%), demonstrando que as atividades físicas mantêm relevância expressiva na formação dos empreendedores. Esses formatos tradicionais são valorizados por proporcionarem maior interação direta, troca de experiências e networking, o que justifica a alta adesão mesmo diante da expansão do ensino online.

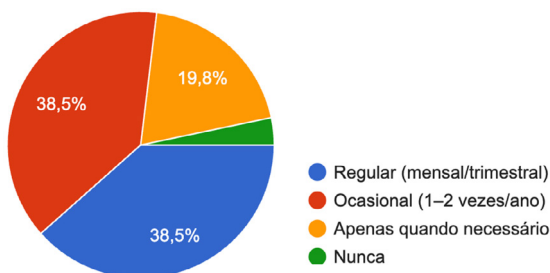
Os treinamentos internos foram citados por 32 respondentes (36%), indicando que parcela considerável dos empreendedores investe na capacitação direta de suas equipes. Esse dado sugere maior nível de maturidade gerencial nesses negócios, nos quais a busca pelo desenvolvimento do capital humano está diretamente alinhada à otimização dos processos internos.

A mentoria ou coaching aparece com 25 respostas (28,1%), mostrando que uma parcela menor, mas expressiva, busca orientação personalizada para o desenvolvimento do negócio e o aprimoramento profissional. Esse tipo de suporte geralmente está associado a gestores que buscam uma expansão mais estruturada e foco em planejamento estratégico.

Outras respostas tiveram baixa frequência, como ainda não realizado, programas parceiros do governo e videoaula, cada um com 1,1%, indicando casos isolados. Esses resultados mostram que a grande maioria já participou de algum tipo de capacitação, reforçando o que foi observado anteriormente sobre a valorização do treinamento.

De modo geral, o gráfico evidencia que os empreendedores concentram seus investimentos em cursos — tanto online quanto presenciais — e workshops. A preferência por formatos práticos e acessíveis demonstra uma forte preocupação com o aprimoramento contínuo e com a qualificação voltada à eficiência do negócio.

Gráfico 13 - Frequência das capacitações



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente à frequência das capacitações realizadas pelos empreendedores mostra que a maioria mantém algum nível de regularidade na realização de treinamentos, embora nem todos façam isso de forma contínua. As categorias “regular” (mensal ou trimestral) e “ocasional” (1 a 2 vezes por ano) apresentam a mesma participação, ambas com 38,5%, indicando que grande parte dos empreendedores realiza capacitações com certa frequência, seja de forma planejada e periódica, seja de maneira mais esporádica. Esse resultado sugere que há reconhecimento da importância da qualificação, mesmo que nem sempre exista uma rotina estruturada de treinamento.

A opção “apenas quando necessário” aparece com 19,8%, mostrando que uma parcela considerável dos entrevistados investe em capacitação somente quando surge alguma demanda específica, como necessidade de aprender uma nova técnica, resolver um problema ou adaptar-se a mudanças no mercado. Esse comportamento pode estar relacionado a limitações de tempo, recursos financeiros ou à falta de planejamento formal para o desenvolvimento profissional.

A categoria ‘Nunca’, que representa uma parcela reduzida da amostra, indica que são poucos os empreendedores que deixam de realizar capacitações. Esse resultado corrobora a tendência observada nas análises anteriores, que apontam para uma forte valorização do treinamento como fator de crescimento para os negócios.

Em síntese, os dados revelam que o grupo pesquisado apresenta um perfil positivo em relação ao desenvolvimento profissional. Há uma clara predominância de gestores que se capacitam de forma regular ou ocasional, restando uma minoria que investe apenas sob demanda ou que não adota a prática. Esse cenário consolida a percepção de que existe uma consciência crescente sobre a importância do aprendizado contínuo para a competitividade e a sustentabilidade das empresas.

Tabela 1 - Necessidade de treinamento

Dimensão	Quantidade	Percentual
Existe necessidade de treinamento	24	68,6%
Não existe / não se aplica	11	31,4%
Total	35	100%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

A tabela a seguir destaca as principais áreas de necessidade de treinamento.

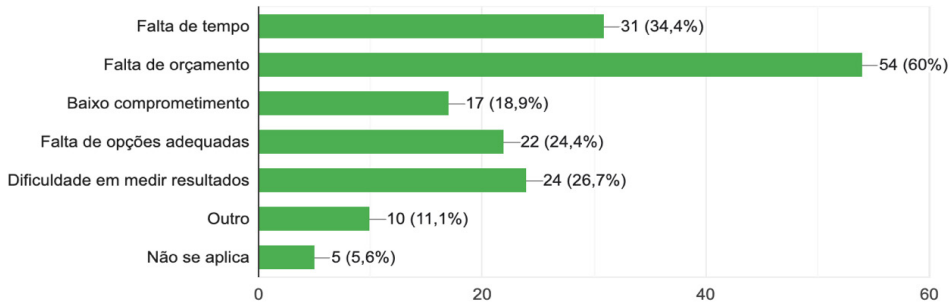
Tabela 2 - Áreas de necessidade de treinamento

Área / Dimensão	% Sobre respostas positivas
Marketing, Vendas e Comercial	25,0%
Gestão Financeira	20,8%
Gestão do Negócio e Processos	16,7%
Tecnologia, Digital e IA	12,5%
Pessoas, Relacionamento e Políticas Públicas	12,5%
Capacitação ampla / contínua (“sempre”, “todos”)	12,5%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Percentuais não somam 100% porque algumas respostas indicam mais de uma necessidade simultaneamente.

Gráfico 14 - Desafios percebidos para realização da capacitação



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente aos desafios percebidos para a realização de capacitações mostra que o principal obstáculo enfrentado pelos empreendedores é a falta de orçamento, apontada por 54 respondentes (60%), sendo o fator mais citado. Esse resultado indica que a limitação financeira é a maior dificuldade para investir em treinamento, especialmente em negócios de pequeno porte, onde os recursos são restritos e frequentemente priorizados para despesas operacionais e manutenção da empresa.

O segundo desafio mais mencionado é a falta de tempo, com 31 respostas (34,4%), evidenciando que muitos empreendedores têm dificuldade em conciliar as atividades do negócio com a participação em cursos ou treinamentos. Esse resultado é coerente com o perfil observado anteriormente, no qual predominam empresas pequenas, muitas vezes administradas pelo próprio proprietário, o que reduz a disponibilidade para atividades de capacitação.

Também aparecem com frequência relevante a dificuldade em medir resultados, com 24 respostas (26,7%), e a falta de opções adequadas de treinamento, com 22 respostas (24,4%). Esses dados sugerem que, além das limitações de tempo e dinheiro, há percepção de que nem sempre os cursos disponíveis atendem às necessidades reais do negócio ou apresentam benefícios claros, o que pode desestimular o investimento em qualificação.

O baixo comprometimento, citado por 17 respondentes (18,9%), indica que em alguns casos a dificuldade está relacionada ao engajamento dos próprios participantes ou da equipe, o que pode afetar a continuidade das capacitações. A opção outros desafios aparece com 11,1%, mostrando que existem fatores específicos não listados que também influenciam, como distância, falta de informação ou dificuldades de acesso.

Por fim, apenas 5,6% dos respondentes assinalaram ‘não se aplica’, o que evidencia que a quase totalidade dos empreendedores enfrenta algum tipo de barreira para realizar capacitações.

De modo geral, o gráfico evidencia que, apesar de reconhecerem a importância da qualificação, os empreendedores enfrentam barreiras ligadas a restrições financeiras, escassez de tempo e entraves na aplicação prática dos conteúdos. Esse cenário reforça a necessidade de programas de capacitação mais acessíveis, flexíveis e alinhados à realidade dos pequenos negócios.

Existência de estudo prévio antes de abrir a empresa

- ◆ 60,7% (45,5% + 15,2%) não começaram totalmente “do zero”;
- ◆ 39,4% (33,3% + 6,1%) empreenderam sem estudo formal;

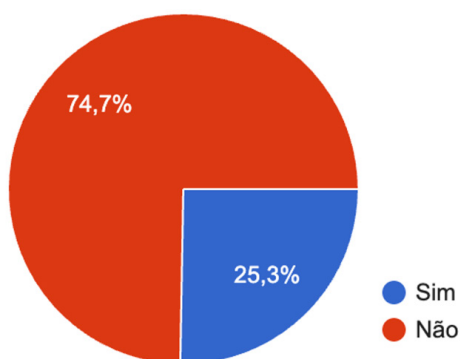
O SEBRAE aparece como principal agente estruturante quando há preparo. Há forte presença de empreendedorismo por necessidade.

4.4. Apoio e Relacionamentos Institucionais

O subtópico 4.4 aborda o papel do apoio institucional no desenvolvimento e fortalecimento dos microempreendedores, analisando o acesso e a relação desses agentes com instituições de suporte, como entidades de fomento, organizações de capacitação e órgãos governamentais. Em um contexto marcado por limitações financeiras, desafios de gestão e elevada competitividade, o suporte institucional torna-se um elemento estratégico para ampliar a capacidade de sobrevivência, crescimento e profissionalização dos pequenos negócios.

A análise dos dados permite compreender em que medida os microempreendedores conseguem acessar esse apoio e quais são as lacunas existentes nesse relacionamento. Além disso, evidencia-se a importância de redes de apoio mais estruturadas, acessíveis e alinhadas às necessidades reais dos empreendedores, de modo a reduzir barreiras, facilitar o acesso a recursos e promover um ambiente mais favorável ao desenvolvimento empresarial.

Gráfico 15 - Apoio das instituições aos microempreendedores



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao apoio institucional revela que expressivos 74,7% dos entrevistados não contam com nenhum tipo de suporte para suas atividades, enquanto apenas 25,3% declararam receber algum auxílio. Esse resultado indica que a grande maioria dos microempreendedores atua de forma isolada, sem o respaldo do ecossistema de fomento ou associações de classe. Essa ausência de assistência direta compromete o potencial de crescimento e atrasa a profissionalização dos negócios.

A baixa proporção de respostas afirmativas evidencia gargalos no acesso a programas de capacitação, consultorias e crédito orientado. Esse cenário decorre, prioritariamente, do desconhecimento sobre os serviços disponíveis, da burocracia para adesão aos programas e, muitas vezes, da inadequação das políticas públicas existentes à rotina e às reais necessidades dos pequenos negócios.

Por outro lado, o grupo que afirmou receber apoio, embora menor, demonstra que existem iniciativas institucionais atuando junto aos empreendedores, o que indica potencial para ampliação dessas ações. O fortalecimento desse tipo de suporte pode contribuir para melhorar a gestão, aumentar a competitividade e reduzir as dificuldades enfrentadas pelos microempreendedores, especialmente em aspectos como capacitação, planejamento e acesso a recursos financeiros.

De modo geral, o gráfico revela um baixo nível de suporte institucional percebido pelos microempreendedores, evidenciando a necessidade de ampliar políticas públicas, programas de capacitação e ações de acompanhamento, de forma mais acessível e alinhada às necessidades reais dos pequenos negócios.

Tabela 3 - Nome e tipo de instituição apoiadora

Tipo de Instituição	% Sobre total
SEBRAE (isolado ou combinado)	53,60%
Senai, Senac, Senar, Sesc	14,30%
Instituições financeiras / crédito (BB, Sicredi, Pronamp, Estímulo)	21,40%
Associações empresariais e conselhos (ACIC, CRA, Conampe, Fopeme)	17,90%
Instituições educacionais (Unopar, Cebrac)	7,10%
Programas privados / hubs de inovação (Be Labs, Desenvolve, Estímulo Rede)	14,30%
Outros / não convencionais (igreja, iniciativas informais)	7,10%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Os dados da tabela referente ao nome e tipo de instituição apoiadora evidenciam uma forte concentração do suporte aos microempreendedores em algumas instituições-chave, com destaque expressivo para o SEBRAE, que aparece em 53,6% das respostas (de forma isolada ou combinada). Esse resultado reforça o papel central do SEBRAE como principal agente de apoio ao empreendedorismo no Brasil, especialmente no que se refere à capacitação, orientação e desenvolvimento de pequenos negócios.

Em um segundo nível de relevância, destacam-se as instituições financeiras e de crédito, com 21,4%, indicando que o acesso a recursos financeiros é um componente importante do apoio recebido pelos empreendedores. Esse dado revela a importância de linhas de crédito e financiamento para viabilizar investimentos, expansão e manutenção das atividades empresariais.

As associações empresariais e conselhos profissionais aparecem com 17,9%, demonstrando que entidades de representação também desempenham papel relevante, principalmente no fortalecimento de redes, troca de experiências e defesa de interesses dos empreendedores. De forma semelhante, o grupo formado por Senai, Senac, Senar e Sesc, com 14,3%, evidencia a contribuição do chamado “Sistema S” na qualificação profissional e no desenvolvimento de competências.

Os programas privados e hubs de inovação, também com 14,3%, indicam uma participação crescente de iniciativas mais recentes e voltadas à inovação, empreendedorismo e desenvolvimento de negócios, sinalizando uma diversificação das fontes de apoio.

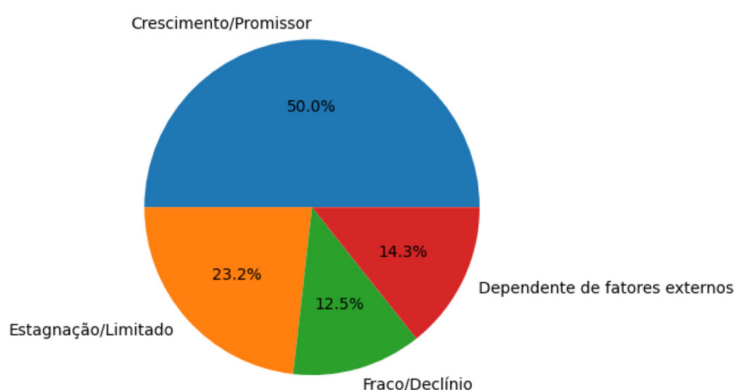
Por outro lado, as instituições educacionais aparecem com 7,1%, sugerindo uma participação ainda limitada das universidades e centros de ensino no apoio direto aos microempreendedores, o que aponta para uma oportunidade de maior integração entre academia e mercado. Da mesma forma, os apoios classificados como outros ou não convencionais, também com 7,1%, revelam a existência de redes informais e comunitárias que, embora menos estruturadas, também contribuem para o suporte aos empreendedores.

De modo geral, os dados indicam um ecossistema de apoio relativamente diversificado, porém fortemente dependente de instituições tradicionais, especialmente o SEBRAE, com menor participação de instituições educacionais e iniciativas informais, o que sugere oportunidades para ampliar a articulação entre diferentes atores no fortalecimento do empreendedorismo.

4. 5. Mercado e Concorrência

Procurou-se examinar as percepções dos microempreendedores sobre o mercado consumidor e o mercado concorrente.

Gráfico 16 - Percepção dos microempreendedores referente às perspectivas do mercado consumidor no Brasil



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente à percepção dos microempreendedores sobre as perspectivas do mercado consumidor no Brasil revela um cenário predominantemente otimista, embora com presença significativa de incertezas e visões mais cautelosas.

A maior parcela dos respondentes, correspondente a 50%, considera o mercado como promissor ou em crescimento, indicando que metade dos microempreendedores enxerga oportunidades de expansão, aumento da demanda e possibilidades de desenvolvimento dos seus negócios. Esse resultado demonstra um nível relevante de confiança no ambiente econômico e no potencial do mercado consumidor.

Por outro lado, uma parcela significativa de 23,2% avalia o mercado como estagnado ou limitado, sugerindo que quase um quarto dos entrevistados percebe dificuldades para crescimento, possivelmente relacionadas a fatores como concorrência elevada, baixo poder de compra da população ou restrições econômicas.

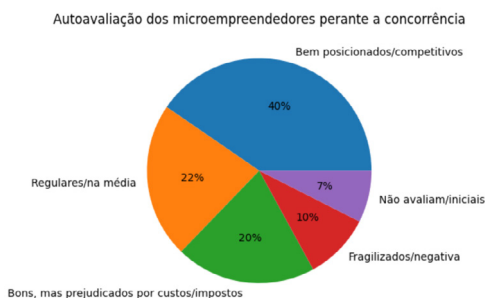
Além disso, 14,3% dos microempreendedores indicam que o desempenho do mercado é dependente de fatores externos, como políticas econômicas, inflação, taxas de juros ou cenário político. Esse grupo evidencia uma percepção de instabilidade e

sensibilidade do mercado a variáveis macroeconômicas, o que pode impactar diretamente a tomada de decisão dos empreendedores.

Por fim, 12,5% consideram o mercado como fraco ou em declínio, representando a menor parcela, mas ainda relevante, que enxerga um cenário mais negativo, possivelmente associado a experiências recentes de queda nas vendas ou dificuldades operacionais.

De modo geral, o gráfico aponta para um equilíbrio entre otimismo e cautela, com predominância de uma visão positiva, mas acompanhada de percepções de limitação e incerteza, refletindo um ambiente econômico dinâmico e desafiador para os microempreendedores no Brasil.

Gráfico 17 - Autoavaliação do microempreendedor perante a concorrência



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente à autoavaliação dos microempreendedores perante a concorrência revela um cenário predominantemente positivo, mas com presença significativa de desafios estruturais que impactam a competitividade dos negócios.

A maior fatia dos entrevistados, correspondente a 38%, considera seu negócio bem posicionado e competitivo, o que demonstra confiança na gestão, nos produtos oferecidos e na capacidade de enfrentar o mercado.

Por outro lado, 21% dos respondentes avaliam o desempenho como regular ou dentro da média. Essa percepção sugere que, embora essas empresas consigam estabilidade, ainda enfrentam limitações em áreas cruciais como inovação, marketing e diferenciação de marca para se destacarem frente aos concorrentes.

Além disso, 19% afirmam que o negócio é promissor, porém prejudicado por custos e impostos. O dado evidencia como fatores externos — especialmente de natureza macroeconômica e tributária — impactam diretamente a performance financeira, reforçando o peso do ambiente institucional sobre as pequenas empresas.

Por fim, um grupo menor, de 9%, enxerga-se em posição fragilizada ou com desempenho negativo, o que acende um alerta para dificuldades estruturais internas ou forte exposição a condições adversas de mercado

No limite inferior da amostra, 7% dos participantes declararam não mensurar sua posição ou encontrar-se em fase inicial, o que denota um estágio incipiente de estruturação ou de cultura de gestão.

Um dado alarmante é que a concorrência desleal foi citada por um quarto dos respondentes (25%), consolidando-se como um obstáculo crônico que penaliza o ecossistema de forma generalizada, sem distinção de porte ou autoavaliação.

De forma ampla, o diagnóstico aponta para um sentimento de resiliência e otimismo moderado no empresariado. Contudo, o sucesso dessa operação continua condicionado ao ambiente macroeconômico — sobretudo ao peso fiscal e inflacionário —, exigindo intervenções governamentais coordenadas e fomento especializado para blindar o segmento.

4.6. Investimento e Financiamento

A pesquisa apontou as principais prioridades de investimento dos microempreendedores, evidenciando onde se concentram os esforços para a sustentabilidade e a continuidade dos negócios. Observa-se a predominância de aportes voltados à estrutura física e operacional — como infraestrutura, equipamentos e tecnologia —, o que sinaliza uma preocupação em consolidar as bases da empresa. Na sequência, figuram as frentes ligadas à competitividade e à gestão, como marketing, capacitação e capital de giro, demonstrando o foco no ganho de desempenho e na geração de receita.

Por outro lado, frentes de longo prazo, como expansão do negócio e desenvolvimento de equipe, apresentam menor prioridade. Isso sugere que grande parte dos empreendedores ainda concentra esforços na estabilização e manutenção das atividades vigentes antes de avançar para etapas de crescimento robusto. Esse cenário reflete o

nível de maturidade das empresas analisadas e evidencia a demanda por suporte em planejamento estratégico e gestão avançada.

Tabela 4 - Prioridades de investimento

Prioridade	Percentual
Infraestrutura física	22%
Equipamentos e tecnologia	20%
Marketing e comunicação	15%
Capacitação e conhecimento	14%
Estoque e insumos	12%
Capital de giro / finanças	10%
Equipe e pessoal	5%
Expansão estratégica	2%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Os dados referentes às prioridades de investimento dos microempreendedores revelam uma concentração maior em aspectos estruturais e operacionais do negócio, indicando foco na consolidação e melhoria das condições básicas de funcionamento.

A infraestrutura física lidera as intenções com 22%, seguida de perto por equipamentos e tecnologia, que somam 20%. Esses dados revelam que os empreendedores priorizam o fortalecimento da base operacional de seus negócios, investindo tanto na modernização do espaço físico quanto na aquisição de ferramentas que elevem a eficiência e a produtividade.

Em um segundo patamar de prioridade, figuram o marketing e comunicação (15%) e a capacitação e conhecimento (14%), sinalizando a busca por posicionamento de mercado e desenvolvimento de competências. Esses aportes refletem o desafio de atrair clientes, fortalecer a marca e aprimorar a gestão, embora fiquem em segundo plano diante das urgências estruturais.

Paralelamente, aspectos operacionais vitais, como estoque e insumos (12%) e capital de giro (10%), mantêm relevância na amostra. O dado evidencia a preocupação constante dos gestores com a manutenção das atividades diárias e com a saúde do fluxo de caixa para garantir a sustentabilidade do negócio.

Por outro lado, frentes ligadas ao crescimento de longo prazo apresentam menor prioridade. O investimento em equipe e pessoal foi citado por apenas 5% dos entrevistados, o que sinaliza a prevalência de estruturas enxutas ou baixa capacidade de aporte em recursos humanos. Já a expansão de mercado, com apenas 2%, aparece como a última prioridade, sugerindo que a maioria dos empreendedores concentra esforços no fortalecimento do modelo atual antes de buscar novos patamares de escala.

Em suma, os dados revelam um perfil empresarial focado na estruturação e na sobrevivência do negócio, com investimentos concentrados em infraestrutura e eficiência operacional, enquanto os aspectos de planejamento estratégico ocupam um papel secundário.

Tabela 5 - Expectativa de retorno do investimento

Dimensão	Percentual
Retorno em médio prazo (1–3 anos)	38%
Retorno em curto prazo ($\leq$ 1 ano)	26%
Retorno alto esperado	28%
Retorno médio/progressivo	24%
Sem clareza de retorno	20%
Baixo retorno / sobrevivência	18%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Os dados referentes à expectativa de retorno do investimento dos microempreendedores revelam um cenário marcado por expectativas moderadas, combinadas com certo nível de incerteza e foco na sustentabilidade dos negócios.

A maior parcela dos respondentes, correspondente a 38%, espera um retorno em médio prazo (1 a 3 anos), indicando que uma parte expressiva dos empreendedores possui uma visão realista sobre o tempo necessário para recuperar seus aportes. Esse resultado sugere maturidade na percepção do ciclo financeiro, compreendendo que a maturação do negócio não ocorre de forma imediata.

Em contrapartida, 26% dos entrevistados preveem o retorno do capital em curto prazo (até 1 ano). Esse dado demonstra que uma parcela expressiva ainda necessita de resultados imediatos, comportamento muitas vezes atrelado a urgências de fluxo de caixa ou a modelos de negócio que demandam baixo aporte inicial.

Sob a ótica da magnitude do retorno, 28% dos entrevistados projetam ganhos elevados, enquanto 24% preveem uma rentabilidade média ou progressiva. Esses dados mostram que, embora exista otimismo no mercado, há um equilíbrio saudável entre a expectativa de lucros expressivos e a percepção de um crescimento gradual.

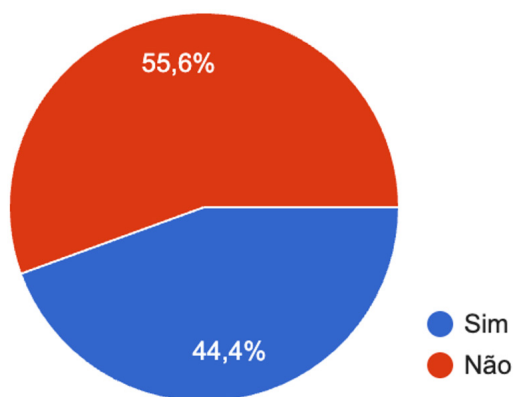
Por outro lado, 20% dos empreendedores relatam incerteza sobre o prazo ou o volume desse retorno, o que evidencia dificuldades no planejamento financeiro e na mensuração de riscos. Esse cenário decorre diretamente da carência de ferramentas de controle gerencial, da falta de capacitação técnica ou da pouca experiência empresarial.

Além disso, 18% dos entrevistados indicam expectativas de baixo retorno ou foco exclusivo na subsistência. Esse dado expõe a vulnerabilidade de um segmento cujo objetivo imediato é garantir a continuidade da operação, deixando o ganho de rentabilidade em segundo plano.

De modo geral, os dados desenham o perfil de um empresariado que, em sua maioria, nutre expectativas moderadas e realistas de retorno. Contudo, esse público ainda enfrenta gargalos na previsibilidade de caixa e na sustentabilidade do negócio, o que reforça a urgência de iniciativas focadas em capacitação gerencial e planejamento estratégico.

Diante desse cenário de desafios financeiros, torna-se essencial investigar o nível de propriedade dos respondentes acerca das linhas de crédito disponíveis no mercado, conforme detalhado no gráfico a seguir

Gráfico 18 - Conhecimento de fontes de fomento



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente ao domínio dos microempreendedores sobre as fontes de fomento revela um cenário de familiaridade ainda restrito em relação às oportunidades de apoio financeiro e institucional.

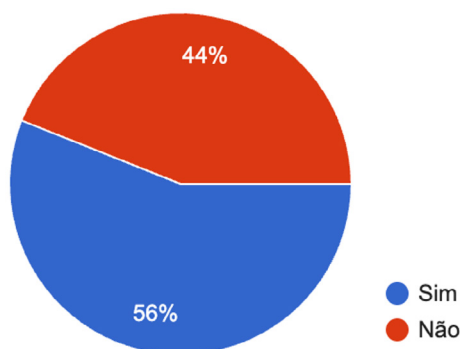
A maioria dos respondentes, correspondente a 55,6%, afirma desconhecer as fontes de fomento, o que revela que mais da metade dos microempreendedores opera sem informações básicas sobre linhas de crédito, programas de incentivo e editais de apoio. Esse resultado evidencia um gargalo crítico na disseminação de dados e no alcance de políticas públicas que poderiam impulsionar o crescimento e a sustentabilidade dessas empresas.

Por outro lado, uma fatia expressiva de 44,4% dos entrevistados afirma conhecer as opções de fomento, indicando que parte do mercado já monitora essas oportunidades. Contudo, o fato de esse grupo ainda representar a minoria da amostra reforça que o acesso à informação estratégica permanece restrito e distribuído de forma desigual.

O panorama geral confirma que falta comunicação e proximidade entre as instituições e os pequenos negócios. Para mudar esse quadro, é preciso investir em divulgação rápida, parcerias e treinamentos práticos que eliminem essa falta de informação e fortaleçam o empreendedorismo.

Para entender o outro lado dessa moeda, o próximo gráfico mostra como os empreendedores avaliam a facilidade ou dificuldade de conseguir financiamento.

Gráfico 19 - Necessidade de financiamento



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

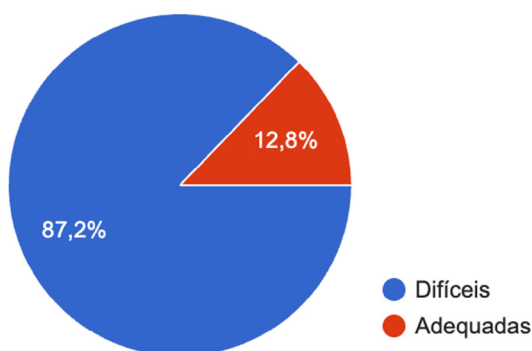
O gráfico referente à demanda por crédito entre os microempreendedores revela que a maior parte dos entrevistados reconhece a importância do aporte de capital para o desenvolvimento de suas empresas. A fatia de 56% que respondeu “sim” confirma que mais da metade do setor necessita desse suporte, evidenciando a dependência de recursos externos para investir, expandir ou assegurar a manutenção das atividades operacionais.

Por outro lado, 44% dos entrevistados afirmaram não necessitar de financiamento, o que mostra que uma parcela expressiva do setor consegue operar com recursos próprios. Essa postura também pode indicar uma preferência por evitar o crédito externo, seja pelo receio do endividamento, pela falta de linhas adequadas ao perfil da empresa ou pela manutenção de negócios em menor escala.

De modo geral, os dados indicam um cenário no qual o financiamento desempenha papel relevante para o crescimento dos pequenos negócios, mas também revelam uma divisão clara entre os que dependem de crédito e os que operam de forma autônoma. Esse resultado reforça a urgência de políticas e instrumentos financeiros mais acessíveis e adequados à realidade do setor, bem como de ações voltadas ao uso consciente e estratégico do capital.

Complementando esse panorama, buscou-se compreender a percepção dos microempreendedores sobre o ambiente macroeconômico do país. O gráfico a seguir detalha como eles avaliam as condições atuais de financiamento no Brasil.

Gráfico 20 - Avaliação das condições atuais de financiamento no Brasil na visão dos empreendedores



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico referente à percepção dos empreendedores sobre o ambiente de crédito no Brasil evidencia uma avaliação expressivamente desfavorável. Uma esmagadora maioria de 87,2% dos respondentes classifica as condições de financiamento como difíceis. Esse dado confirma que o setor enfrenta severas barreiras de acesso, que vão desde o excesso de burocracia e taxas de juros elevadas até a exigência rigorosa de garantias e a falta de linhas alinhadas à realidade dos pequenos negócios.

Em contrapartida, apenas 12,8% dos entrevistados avaliam o cenário como favorável. Esse dado demonstra que o acesso satisfatório ao crédito está restrito a um grupo seleto de empresas, que provavelmente se diferenciam por dispor de maior robustez operacional, histórico de crédito consolidado ou um conhecimento mais aprofundado sobre as linhas disponíveis.

O panorama geral confirma que conseguir financiamento é um grande gargalo para os pequenos negócios, mostrando que o sistema de crédito atual não atende a essa realidade. O resultado soma-se aos dados anteriores: os empreendedores precisam de dinheiro, mas não conhecem as fontes de fomento, o que prova que falta apoio prático para quem quer empreender.

Assim, os dados sugerem a necessidade de expansão e aprimoramento das políticas de crédito. Isso envolve garantir maior flexibilidade nas garantias, taxas mais atrativas e programas de orientação financeira, facilitando o ingresso dos empreendedores a recursos capazes de impulsionar o crescimento e a sustentabilidade de seus negócios.

O levantamento sobre a percepção dos microempreendedores a respeito das condições atuais de financiamento no Brasil é apresentado na tabela a seguir.

Tabela 6 - Percepções das condições atuais de financiamento no Brasil na visão dos microempreendedores

Dimensão	% Estimado
Juros elevados	~50%
Burocracia / garantias	~40%
Exclusão de MEI e pequenos	~36%
Falha das políticas públicas	~28%
Falta de informação/orientação	~17%
Visão técnica equilibrada	~7%
Desistência / retração	~11%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Em primeiro lugar, o principal obstáculo é de ordem econômica: cerca de metade dos entrevistados (50%) aponta as taxas de juros elevadas como a maior barreira ao crédito. Esse dado indica que o custo do capital continua sendo proibitivo, especialmente para pequenos negócios que operam com margens reduzidas. Na prática, o recurso existe no mercado, mas a sua inviabilidade financeira limita investimentos, trava a expansão e ameaça a própria sobrevivência de muitas iniciativas.

Em segundo lugar, surgem entraves institucionais de grande relevância: a burocracia e a exigência de garantias, apontadas por 40% dos entrevistados, reforçam a percepção de um sistema financeiro pouco adaptado à realidade do setor. Como os pequenos negócios frequentemente não possuem ativos para empenhar ou um histórico bancário robusto, esse engessamento institucional acaba por excluí-los automaticamente das principais linhas de crédito do mercado.

Essa barreira estrutural fica ainda mais evidente quando 36% dos entrevistados mencionam a marginalização de MEIs e microempresas pelo sistema financeiro. O dado confirma que, embora existam políticas públicas voltadas ao empreendedorismo, há um claro desalinhamento entre o desenho das soluções de crédito e o perfil real desse público-alvo.

Outro ponto crítico diz respeito às políticas públicas: com 28% de menções apontando falhas, observa-se uma desconfiança relevante quanto à efetividade das iniciativas governamentais. Esse resultado reflete gargalos tanto na execução quanto na comu-

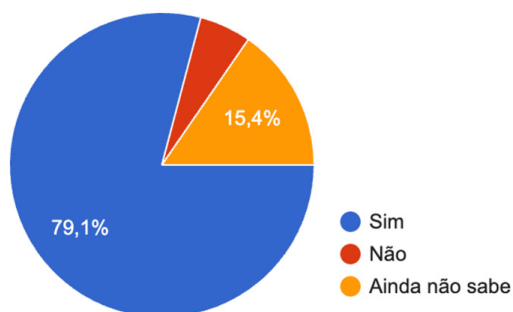
nicação dessas medidas, alimentando uma lacuna informacional que afasta ainda mais o microempreendedor dos mecanismos de apoio disponíveis.

Embora represente o menor índice (17%), a falta de informação e orientação indica que parte dos empreendedores deixa de acessar o crédito não apenas por barreiras objetivas, mas por desconhecimento ou insegurança. Esse cenário ajuda a explicar o baixíssimo percentual de respondentes com uma visão técnica equilibrada (7%), confirmando que a percepção dominante sobre o mercado é moldada por vieses negativos e emocionais, reflexo de experiências práticas traumáticas e difíceis. Como consequência direta, emergem os efeitos comportamentais: a desistência ou retração (11%) evidencia um contingente que simplesmente abriu mão de buscar recursos, um dado preocupante que sufoca o dinamismo econômico e a capacidade de crescimento do setor.

4.7. Expectativas e Melhorias

No contexto da Pesquisa MEMP CFA — Unidos no aprimoramento da gestão que impulsiona os pequenos negócios —, observa-se que os microempreendedores demonstram uma intenção crescente de investir em capacitação nos próximos 12 meses. Eles reconhecem que o desenvolvimento de competências gerenciais é o fator-chave para a sustentabilidade e o crescimento de suas empresas. Paralelamente, evidencia-se uma forte demanda por soluções de apoio mais acessíveis e alinhadas à rotina do setor, tais como mentorias, consultorias aplicadas e ferramentas digitais de suporte à tomada de decisão. Apesar dos desafios estruturais, as percepções indicam um cenário rico em oportunidades, especialmente em nichos emergentes, inovação e na adaptação aos novos hábitos de consumo — o que reforça a resiliência e a capacidade de reinvenção desse público.

Gráfico 21 - Expectativa em realizar investimento em capacitação nos próximos 12 meses



Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

O gráfico evidencia um resultado expressivo e positivo sobre o planejamento dos microempreendedores nos próximos 12 meses: uma esmagadora maioria de 79,1% dos respondentes afirma que pretende investir em capacitação. Esse dado sinaliza um forte reconhecimento de que o desenvolvimento de competências é vital para a gestão dos negócios, sugerindo um movimento consistente de busca por qualificação. Esse comportamento é impulsionado, possivelmente, pelas exigências do ambiente econômico atual e pela necessidade contínua de adaptação e inovação.”

Por outro lado, uma parcela residual declara que não pretende realizar investimentos, indicando que a resistência ao desenvolvimento profissional é baixa nesse público. Já os 15,4% que ainda não sabem revelam um contingente indeciso, cuja adesão pode ser influenciada por fatores como custo, disponibilidade de tempo ou desconhecimento sobre as opções disponíveis no mercado.

Do ponto de vista estratégico, o gráfico aponta para uma janela de oportunidade significativa para instituições de ensino, consultorias e formuladores de políticas públicas, dada a forte demanda latente por qualificação. Esse elevado interesse reforça que os microempreendedores estão conscientes de que a gestão profissional e a aprendizagem contínua são pilares indispensáveis para a sobrevivência e a expansão de suas empresas. Em síntese, o cenário mostra-se altamente favorável à oferta de suporte gerencial, com potencial de alavancar diretamente a competitividade dos pequenos negócios.

Tabela 7 - Tipo de apoio ou solução ideal para ajudar o empresário na gestão da empresa

Dimensão	Peso estimado
Apoio financeiro/crédito	~48%
Gestão financeira/contábil	~33%
Capacitação prática/consultoria	~30%
Marketing e vendas	~25%
Tecnologia e sistemas	~22%
Ambiente institucional/políticas públicas	~20%'
Pessoas e mão de obra	~14%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Os dados revelam uma visão clara e pragmática dos microempreendedores sobre as reais prioridades de suporte necessárias para o aprimoramento da gestão de seus negócios.

Em primeiro lugar, o acesso ao crédito desponta como a principal demanda, citado por aproximadamente 48% dos respondentes. Isso reforça que, antes mesmo de demandarem aspectos gerenciais mais complexos, muitos empreendedores ainda enfrentam restrições básicas de capital que limitam sua capacidade de operação, investimento e expansão. Fica evidente, portanto, que a questão financeira permanece como o ponto de partida de seus principais desafios..

Na sequência, surge a demanda por gestão financeira e contábil, apontada por cerca de 33% dos entrevistados. O dado evidencia que não basta apenas acessar recursos: há uma necessidade latente de saber administrar o capital de forma eficiente. Esse resultado expõe uma lacuna importante em educação financeira aplicada ao negócio.

A busca por capacitação prática e consultoria aparece com um índice muito próximo, atingindo cerca de 30% das menções. Esse dado reforça um insight estratégico crucial: os empreendedores rejeitam o excesso de teoria, demandando um suporte aplicado e diretamente orientado à resolução de seus problemas cotidianos.

Outras dimensões, como marketing e vendas (cerca de 25%) e tecnologia e sistemas (aproximadamente 22%), mostram uma preocupação crescente com a competitividade.

de, a digitalização e a geração de receita — elementos fundamentais em um ambiente de mercado dinâmico. Em paralelo, a atenção voltada ao ambiente institucional e às políticas públicas (20%) indica que uma parcela relevante do setor percebe que o contexto externo, incluindo regulação, incentivos e burocracia, também impacta diretamente o desempenho dos negócios.

Por fim, as dimensões voltadas a pessoas e mão de obra aparecem com menor peso relativo, registrando cerca de 14% das respostas. Esse dado sugere que, para boa parte dos microempreendedores, a gestão permanece fortemente centralizada na figura do próprio dono, uma característica típica de negócios com equipes reduzidas.

Os dados deixam claro: o microempreendedor precisa de um ecossistema integrado que entregue, simultaneamente:

- ◆ *Crédito acessível para financiar a operação;*
- ◆ *Capacitação prática focada em resultados;*
- ◆ *Ferramentas de gestão para o dia a dia;*
- ◆ *Apoio institucional que desburocratize o mercado.*

Fica evidente, portanto, que ações isoladas produzem um impacto limitado, dado que a real necessidade desse público converge para uma abordagem integrada e conectada. A partir desse panorama de demandas, mapeou-se a percepção dos empreendedores sobre as oportunidades de mercado, detalhada na próxima seção.

Tabela 8 - Percepções de oportunidades de se empreender no momento atual

Percepção predominante	Peso estimado
Difícil/desfavorável	40-50%
Desafiador, mas possível	30-35%
Oportunidade condicionada	20-25%
Oportunidade positiva/promissora	15-20%
Empreender por necessidade	10-15%

Fonte: Pesquisa CFA MEMP (2026).

Os dados revelam uma percepção predominantemente cautelosa — e em muitos casos negativa — sobre as oportunidades de empreender no cenário atual, sinalizando um ambiente de negócios marcado por desafios e incertezas.

A principal leitura indica que entre 40% e 45% dos respondentes consideram o momento difícil ou desfavorável, o que sinaliza um nível elevado de insegurança no ambiente de negócios. Esse resultado corrobora os gargalos estruturais já identificados anteriormente, como as altas taxas de juros, a instabilidade econômica, as barreiras no acesso ao crédito e o peso da burocracia.

Por outro lado, uma parcela significativa dos respondentes (30% a 35%) adota uma postura mais resiliente e adaptativa, classificando o cenário como desafiador, porém viável. Esse grupo, embora ciente das dificuldades macroeconômicas, consegue identificar janelas de oportunidade para os seus negócios, o que sinaliza um importante vetor de dinamismo no ecossistema empreendedor.

A categoria de oportunidade condicionada (20% a 25%) reforça que, para muitos, o ato de empreender depende de variáveis específicas, tais como o setor de atuação, o acesso a recursos e a capacidade de inovação. Desse modo, evidencia-se que não há uma percepção homogênea no mercado; pelo contrário, o sucesso é compreendido como um fator estritamente contingente.

Por fim, as percepções claramente positivas situam-se em uma faixa minoritária (15% a 20%), evidenciando que, embora o otimismo persista no mercado, ele ainda se encontra restrito diante da conjuntura atual.

Por fim, o índice de empreendedorismo por necessidade (10% a 15%) evidencia que, embora minoritária, existe uma parcela expressiva de indivíduos que não iniciam um negócio por oportunidade, mas sim por falta de alternativas de renda. Essa característica estrutural acende um alerta, pois costuma impactar diretamente a sustentabilidade e a longevidade dessas empresas no longo prazo.

5. Conclusão

Em suma, os dados provam que o microempreendedor brasileiro enfrenta barreiras duras no dia a dia: falta de crédito, burocracia e falhas de gestão. Como a grande maioria dessas empresas é pequena, tem equipes reduzidas e depende totalmente do dono, o mercado precisa oferecer soluções práticas e sob medida. Não adianta fórmulas prontas para um público que opera com pouco dinheiro e alto risco de fechar as portas.

Em contrapartida, os dados revelam um vetor positivo e estratégico: há uma clara disposição dos empreendedores em investir em capacitação, aprimorar a gestão e adaptar-se às exigências de mercado. Essa postura sinaliza resiliência, prontidão para o aprendizado e potencial de evolução — atributos indispensáveis para o fortalecimento do ecossistema. Contudo, persistem barreiras severas, como a escassez de tempo, a limitação de recursos financeiros e a falta de acesso a treinamentos adequados, que retardam a conversão dessa intenção em ação efetiva.

Diante desse cenário, torna-se evidente a necessidade de uma abordagem integrada de apoio ao empreendedorismo, que combine acesso a crédito mais acessível, capacitação prática e aplicada, melhoria do ambiente institucional e maior articulação entre os diferentes atores do ecossistema, como instituições públicas, entidades de apoio, sistema educacional e setor privado. Somente por meio de ações coordenadas e alinhadas às necessidades reais dos microempreendedores será possível promover o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, ampliando sua competitividade, capacidade de inovação e contribuição para a economia brasileira.

Diante desse cenário, torna-se evidente a necessidade de uma abordagem integrada de fomento, que combine a desburocratização do crédito, a capacitação aplicada e a melhoria do ambiente institucional. Isso exige uma maior articulação entre os diferentes atores do ecossistema — como instituições públicas, entidades de apoio, o sistema educacional e o setor privado. Somente por meio de ações coordenadas e alinhadas às demandas reais dos microempreendedores será possível promover o desenvolvimento sustentável dos pequenos negócios, ampliando sua competitividade, capacidade de inovação e relevância na economia brasileira.

Referências

BARNEY, Jay. *Firm resources and sustained competitive advantage*. *Journal of Management*, v. 17, n. 1, p. 99–120, 1991.

DRUCKER, Peter F. *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper & Row, 1985.

ISENBERG, Daniel J. *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy*. Institute of International and European Affairs, 2011.

MINTZBERG, Henry. *Structure in Fives: Designing Effective Organizations*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1983.

OCDE – Organisation for Economic Co-operation and Development. *SME and Entrepreneurship Outlook*. Paris:

OECD Publishing, diversas edições.

SARASVATHY, Saras D. *Causation and effectuation: toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency*. *Academy of Management Review*, v. 26, n. 2, p. 243–263, 2001.

SCHUMPETER, Joseph A. *The Theory of Economic Development*. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. *Relatórios e estudos sobre micro e pequenas empresas no Brasil*. Brasília: SEBRAE, diversas publicações.

STOREY, David J. *Understanding the Small Business Sector*. London: Routledge, 1994.

TEECE, David J.; **PISANO**, Gary; **SHUEN**, Amy. *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strategic Management Journal*, v. 18, n. 7, p. 509–533, 1997.



CFA
Conselho Federal de
Administração





www.cfa.org.br



[instagram.com/cfaadm](https://www.instagram.com/cfaadm)



[youtube.com/cfaplay](https://www.youtube.com/cfaplay)



CFA
Conselho Federal de
Administração

