Pesquisa Quantitativa Setembro 2025

EMPREENDEDORES PCD'S

Objetivo da pesquisa

Com o objetivo de conhecer e compreender o perfil dos empreendedores PCD's, avaliar seu desempenho econômico e identificar os desafios enfrentados, o Sebrae/MT realizou esta pesquisa para aprimorar o suporte oferecido ao desenvolvimento do empreendedorismo em Mato Grosso.

Metodologia da pesquisa

A pesquisa foi realizada entre 03 e 31 de janeiro de 2025, por meio de entrevistas telefônicas, com 147 empreendedores (formais e informais) que possuam alguma deficiência no estado de Mato Grosso. O estudo apresenta uma taxa de confiança de 95% e margem de erro de 4%.

Perfil dos empreendedores PCD em Mato Grosso

Os empreendedores categorizados como PCD representam **3,6%** dos empreendedores mato-grossenses. Sendo que 36,7% possuem deficiência **motora (36,7%)**, **visual (34,0%)** e **auditiva (29,3%)**.

57% formados por homens e 43% mulheres.

Perfil dos empreendedores PCD em Mato Grosso

Entre os empreendedores PCD, o perfil etário se concentra na faixa dos **35 a 44 anos (39,5%)**, com presença relevante entre **45 e 54 anos (22,4%)** e **55+ (19%)**. Os mais jovens ainda são minoria: **25 a 34 anos (15%)** e **18 a 24 (4,1%)**.

Na escolaridade, o grupo PCD reúne **46,9% com ensino médio** e **38,1% com ensino superior**. Essa distribuição mostra uma base com formação intermediária e uma parcela próxima de **4 em cada 10** com nível superior. Em relação ao grupo não PCD, nota-se que o grupo PCD tem **menor representação no ensino médio (46,9% vs 51,7%)** e **mais no ensino superior (38,1% vs 33,5%)**, enquanto a **pós-graduação é menor (6,1% vs 8,0%)**.

Perfil dos empreendedores PCD em Mato Grosso

Já no recorte racial dos PCD, **pardos (36,7%)** e **brancos (34,0%)** aparecem como os grupos mais frequentes, seguidos por **pretos (19%)**.

O contexto familiar segue presente: **57,1%** são casados e **91,2%** têm filhos. A configuração mais comum é **dois filhos (44,9%)**, seguida por **um filho (29,9%)**. Sendo que entre as mulheres PCD com filhos, **42,6% se consideram mães atípicas**, um recorte que ajuda a entender demandas específicas na rotina do negócio.

Estrutura dos negócios

A formalização é bastante presente entre os empreendedores PCD: 85,7% possuem CNPJ. Esse dado mostra que a grande maioria atua dentro da formalidade, mas entre os 14,3% que ainda não se formalizaram, os principais obstáculos são o medo de compromissos fiscais (42,9%) e a burocracia/custos (28,6%), fatores já conhecidos como barreiras para pequenos negócios em geral. Outro dado interessante é que 28,5% prefere continuar como informal ou não vê necessidade para a regularização.

Estrutura dos negócios

Entre os formalizados, a maior parte está registrada como ME (48,4%), seguida por EPP (32,5%) e MEI (19%), revelando que há uma proporção significativa de empreendimentos de maior porte dentro desse grupo.

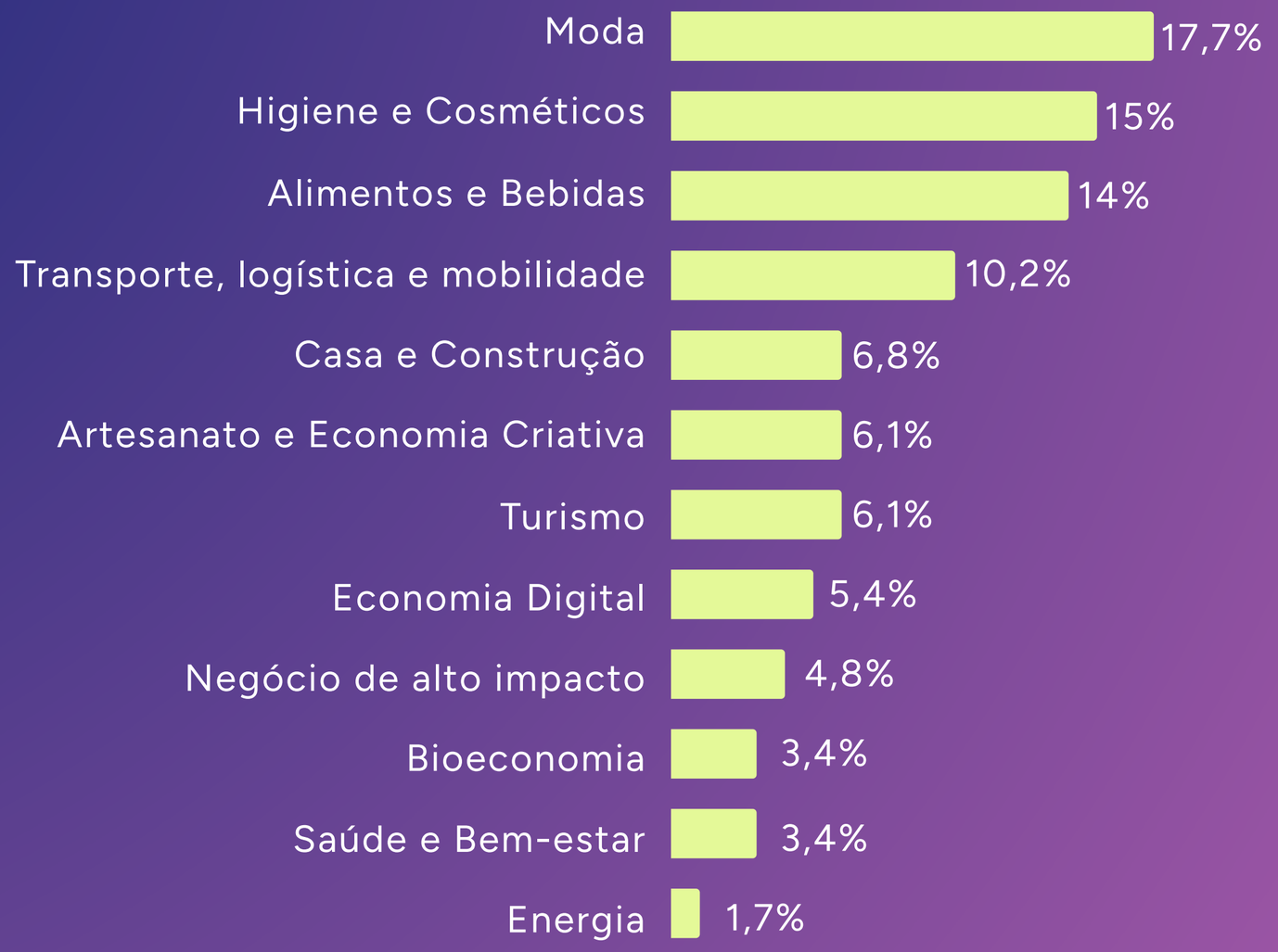
No tempo de mercado, a experiência é marcante: 70% têm mais de 3,5 anos de atuação, sendo que 30% já somam mais de 10 anos. Isso evidencia um perfil de empreendedores consolidados, que sustentam seus negócios no médio e longo prazo.

Estrutura dos negócios

Quanto ao setor, o comércio (31,3%) lidera, seguido pelos serviços (25,2%), mas chama atenção a presença significativa da indústria (21,8%) e da tecnologia (14,3%), indicando diversidade e inserção em áreas mais técnicas.

No detalhamento de segmentos, destacam-se moda (17,7%), cosméticos (15%) e alimentação (14,3%), todos setores com forte vínculo ao consumo direto.

Estrutura dos negócios



Estrutura dos negócios

O local de funcionamento mostra predominância do estabelecimento físico (44,2%), mas uma parcela relevante atua em feiras/shoppings populares (18,4%) e na casa/empresa de clientes (14,3%), sugerindo modelos de negócio mais flexíveis.

Já na estrutura, quase metade (46,3%) conta com 2 a 5 colaboradores, enquanto 25,9% já têm 6 ou mais, mostrando que muitos negócios PCD superam a lógica de microempreendimento individual. O faturamento reforça esse cenário: 38,8% faturam acima de 6 salários mínimos e 31,3% entre 4 e 6, ou seja, mais de dois terços estão em faixas médias e altas de renda.

Observação: Para 63,9%, o negócio é a principal fonte de renda da família, reforçando seu papel central na manutenção do lar.

Estrutura dos negócios

Por fim, quando observamos os diferenciais que sustentam a competitividade dos negócios PCD, destacam-se a equipe altamente treinada e especializada (27,2%), evidenciando a busca por entregar profissionalismo e confiança ao cliente. Também aparecem com força o espaço aconchegante e acolhedor (14,3%), o que demonstra preocupação em criar um ambiente de proximidade e conforto, e o compromisso com prazos e horários (12,9%), reforçando seriedade na relação comercial. Além disso, práticas como atendimento individualizado (10,9%) e pesquisa de satisfação (8,8%) apontam para uma atenção especial às necessidades do cliente, demonstrando que a diferenciação não está apenas no produto ou serviço, mas também na forma de se relacionar e manter vínculos duradouros.

51% Empreendeu por necessidade financeira, o que reforça a importância do negócio como alternativa de geração de renda e sobrevivência

40,8% Apontam a percepção de oportunidade como razão central, mostrando que muitos enxergam no empreendedorismo um caminho para transformar ideias em negócios.

34% A busca por autonomia

32% Frustração com o mercado de trabalho tradicional

23,1% Paixão

22,4% Flexibilidade

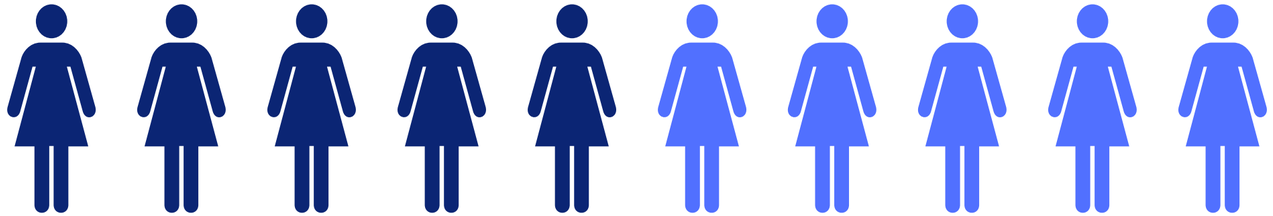
15% Realização de um sonho

As motivações dos empreendedores PCD revelam um equilíbrio entre fatores de necessidade e de realização pessoal.

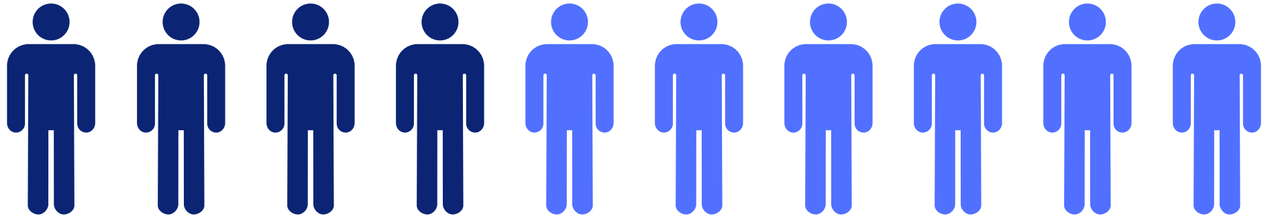
Motivações do empreendedorismo

Ao observar os recortes, surgem contrastes interessantes:

Mulheres do grupo PCD tendem a valorizar mais a necessidade financeira (**54%**), mas também aparecem fortemente ligadas à autonomia e frustração.



Homens do grupo PCD se destacam pela motivação em aproveitar oportunidades (**48,8%**), sinalizando um olhar mais voltado ao crescimento e mercado.



Motivações do empreendedorismo

Na idade, há um claro movimento: entre os mais jovens (até 34 anos), ganham espaço oportunidade e flexibilidade, enquanto nos mais velhos (45+), a necessidade se torna predominante, chegando a 82% entre os com 55 anos ou mais.

O nível de escolaridade também influencia: quanto maior a formação, mais aparecem razões ligadas a realização, autonomia e sonho, enquanto nos níveis mais baixos prevalecem a necessidade e a busca por estabilidade.

Barreiras do empreendedorismo

As barreiras enfrentadas pelos empreendedores PCD reforçam uma combinação de entraves estruturais e específicos.

As mais mencionadas foram burocracia (44%), concorrência acirrada (39%) e falta de capital inicial (33%), elementos que acompanham de perto a realidade do empreendedorismo em geral. Porém, **chama a atenção a presença significativa de barreiras ligadas diretamente à condição de deficiência, citadas por 21% dos empreendedores**, além das dificuldades em equilibrar vida pessoal e profissional (22%).

Barreiras do empreendedorismo

As diferenças de gênero são reveladoras: entre as mulheres que estão no grupo PCD, aparecem com mais força as barreiras relacionadas ao gênero (15,9%) e à maternidade (15,9%), além da burocracia e concorrência. Já os homens do grupo PCD destacam mais fortemente o capital inicial (42,9%) e os juros altos (35,7%), evidenciando uma preocupação maior com aspectos financeiros.

Barreiras do empreendedorismo

A idade também influencia a percepção das barreiras. Enquanto os empreendedores mais jovens (até 34 anos) relatam mais dificuldades de conhecimento e aprendizado, os empreendedores acima de 55 anos concentram suas preocupações nas questões financeiras, com 64% apontando a falta de capital, 60% a concorrência e 50% os juros como principais entraves.

Barreiras do empreendedorismo

O nível de escolaridade mostra um padrão: quanto menor a formação, maior o peso da burocracia e da falta de conhecimento em gestão, enquanto em níveis mais altos surgem barreiras específicas como equilíbrio entre vida e trabalho e preconceito relacionado à deficiência.

Apoios

Entre os empreendedores PCD, as principais necessidades de apoio estão ligadas ao acesso a financiamentos (45,6%) e à capacitação (43,5%), seguidos por networking (38,8%) e consultoria (37,4%). Esse conjunto evidencia que, além do recurso financeiro, há uma forte busca por conhecimento e conexões que fortaleçam os negócios.

Apoios

As diferenças por perfil trazem insights importantes: mulheres tendem a valorizar mais a consultoria (44,4%), enquanto os homens priorizam financiamento (51,2%) e networking (45,2%).

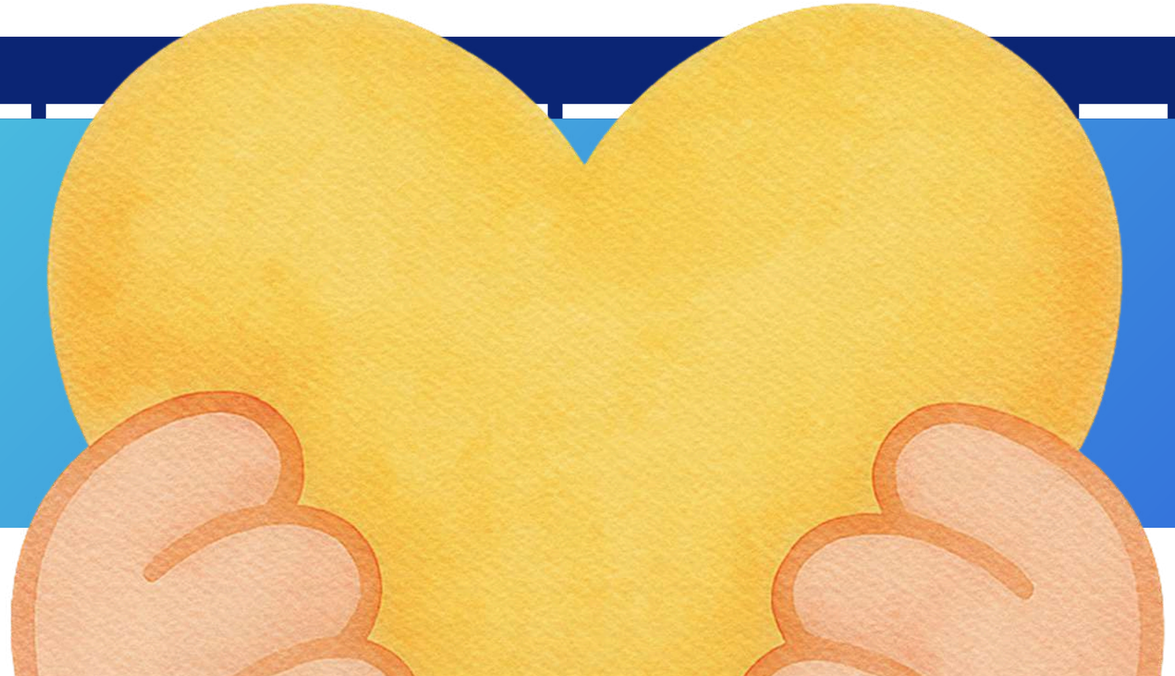
A idade também influencia: os mais jovens (até 24 anos) concentram-se em financiamento e networking (50% cada), enquanto nos mais velhos a capacitação cresce de forma significativa, chegando a 60,7% entre os com 55 anos ou mais, grupo que também é o mais dependente de crédito (71,4%).

Apoios

Podemos observar outro padrão na escolaridade: quanto mais baixo o nível de formação, maior a busca por capacitação, enquanto os mais escolarizados destacam networking (50% no ensino superior) e consultoria (44,4% na pós-graduação).

Bem estar dos empreendedores

O bem-estar também é um aspecto importante na jornada dos empreendedores PCD. A maioria (59,9%) afirma sentir apoio emocional, embora ainda exista uma parcela significativa (40,1%) que enfrenta essa caminhada de forma mais solitária.



Bem estar dos empreendedores

Na forma de lidar com o estresse, o suporte de amigos e familiares é o principal recurso (60,5%), seguido pelas atividades de lazer (48,3%). Já a prática de exercícios físicos aparece de forma muito menos expressiva (14,3%), o que pode indicar desafios de acesso ou preferência por estratégias mais sociais de enfrentamento.

Práticas sustentáveis

A sustentabilidade aparece como um aspecto relevante entre os empreendedores PCD: metade deles (50,3%) afirma adotar práticas sustentáveis em seus negócios, enquanto a outra metade (49,7%) ainda não incorporou essas ações.

Práticas sustentáveis

Entre os que adotam, as medidas mais comuns estão ligadas à redução de custos e gestão de recursos, como economia de energia e água (54,1%) e reciclagem de resíduos (41,9%). Também se destacam a coleta seletiva (36,5%) e o uso de embalagens mais sustentáveis (32,4%).(representar apenas esses principais)

Práticas sustentáveis

Por outro lado, iniciativas mais estruturadas ou estratégicas, como certificações ambientais (14,9%), projetos sociais (9,5%) ou a transparência na cadeia produtiva (6,8%), ainda são pouco exploradas. Isso sugere que a sustentabilidade, para muitos, está mais relacionada a práticas operacionais e de baixo custo do que a estratégias de posicionamento de mercado.

Desempenho econômico

O desempenho econômico dos empreendedores PCD revela um cenário de estabilidade com toques de otimismo moderado. Atualmente, 64,6% avaliam a lucratividade como moderada, enquanto apenas 2% relatam níveis muito altos e 4,1% níveis muito baixos, o que indica uma concentração no meio do caminho.

Desempenho econômico

Nos últimos três anos, o crescimento foi consistente: 72% cresceram entre 10% e 20%, embora apenas 8,8% tenham ultrapassado esse patamar. Esse dado mostra que, mesmo diante de desafios estruturais, há capacidade de manter evolução contínua, ainda que limitada.

Desempenho econômico

Olhando para o futuro, prevalece a prudência: 53,7% desejam manter o que já foi conquistado, enquanto 24,5% esperam crescimento significativo e 21,8% planejam expansão para novos mercados. Isso demonstra que muitos empreendedores PCD priorizam consolidar a base de seus negócios antes de avançar para estratégias mais arrojadas.

Tecnologia e Inovação

Quando o assunto é inovação, a percepção é majoritariamente positiva: 43,5% consideram importante e 28,6% a classificam como essencial, revelando abertura para novas práticas e ferramentas. Ainda assim, cerca de 1 em cada 4 empreendedores a vê como neutra ou de pouca relevância, o que sugere que, para parte desse público, a inovação não está no centro da estratégia de negócios.

Tecnologia e Inovação

A tecnologia desempenha papel relevante nos negócios PCD, mas de forma desigual. O recurso mais utilizado são as redes sociais (59,2%), que se consolidam como principal meio de divulgação e relacionamento com clientes. Em seguida aparecem os softwares de gestão (36,1%), o marketing digital (31,3%) e o e-commerce (29,3%), mostrando que ainda há espaço para ampliar o uso de soluções digitais mais estruturadas.

Estratégia dos negócios

As estratégias adotadas pelos empreendedores PCD demonstram forte foco no relacionamento com os clientes. A personalização dos serviços (41,5%) e o uso do feedback (40,8%) são os aspectos mais valorizados, evidenciando uma busca por atender de forma próxima e adaptada às necessidades do público.

Estratégia dos negócios

Além disso, um terço acompanha tendências e monitora o mercado (33,3%), reforçando que há atenção ao ambiente competitivo. A experiência do cliente (28,6%) e o investimento em capacitação (23,8%) também aparecem como caminhos para fortalecer os negócios, embora em menor proporção.

Por outro lado, o marketing criativo (17%) ainda é pouco explorado, o que mostra uma oportunidade para ampliar a visibilidade e diferenciação das empresas.

Empreendedores PCD, esse recado é pra você!

Seu negócio já demonstra um grande diferencial: a proximidade com os clientes, seja pelo atendimento personalizado ou pelo uso constante do feedback. Esse cuidado é um dos pontos fortes que pode ser ainda mais valorizado no mercado.

Ao mesmo tempo, percebemos que áreas como o marketing criativo ainda estão pouco exploradas. Investir nesse campo pode abrir novas oportunidades de visibilidade e expansão.

Empreendedores PCD, esse recado é pra você!

Também ficou claro que o acesso a financiamentos é uma necessidade importante. Buscar apoio e informação nesse sentido pode ser um passo decisivo para transformar planos em realidade.

E olhando para o futuro, a maioria deseja manter suas conquistas, enquanto outros já sonham em crescer e expandir. Os dois caminhos são válidos, e ambos mostram a força do empreendedorismo PCD em Mato Grosso.

Empreendedores PCD, esse recado é pra você!

Bem, seja qual for a sua visão, o Sebrae está ao seu lado para apoiar, oferecendo capacitação, consultorias e orientação para cada etapa da sua jornada.

A Pesquisa Quantitativa sobre **O Mapeamento das Necessidades de Capacitação em Gestão para os Pequenos Negócios** em Mato Grosso é um produto da Gerência de Inteligência Estratégica do Sebrae Mato Grosso.

Lélia Rocha Abadio Brun
Diretora Superintendente

André Luiz Spinelli Schelini
Diretor Técnico

Roberto Henrique Dahmer
Diretor de Administração e Finanças

Ricardo Willian Santiago
Gerente de Inteligência Estratégica

Jaqueline Trentino Silva Lemos
Analista Técnica Responsável

Matheus Henrique Germano
Designer responsável

Núcleo Inteligência de Dados
Allan Finger Candido
Amanda Afonso Alves
Felipe Gomes da Cruz