

Samuel de Jesus Monteiro de Barros

Doutor em Administração pela IAE Bordeaux/Fr, Especialista em Finanças e Tecnologia, Reitor do Ibmecc RJ.

» [Linkedin](#)

Em 2022, o mercado de microseguros bateu seu recorde histórico no Brasil: R\$ 1,05 bilhão em arrecadação, alta de 78% sobre o ano anterior. Um número que parece grande até você lembrar que o mercado potencial estimado é de 130 milhões de brasileiros. O microseguro não tem um problema de crescimento, mas sim, um problema de escala.

Era uma vez, uma família com renda de dois salários-mínimos. O pai trabalha como motorista de aplicativo e a mãe faz bolo por encomenda. Eles moram de aluguel em um imóvel simples, têm dois filhos em escola pública e, como a maioria das famílias brasileiras dessa faixa de renda, não têm nenhum seguro. O que acontece com essa família se o pai sofre um acidente e fica afastado por três semanas?

A resposta é imaginada. O aluguel atrasa. O crédito se esgota. A reserva, se houver, desaparece em poucos dias. Uma família que vivia com equilíbrio frágil entra em colapso financeiro por um evento previsível e tecnicamente segurável. Isso é vulnerabilidade, e não pobreza, como muitos poderiam imaginar. E vulnerabilidade tem preço de apólice.

Esse exercício mental é muito útil para entender os porquês do microseguro.

O microseguro é definido pela Resolução CNSP nº 409/2021 como produto voltado a pessoas de baixa renda, microempreendedores individuais e microempresas, existe exatamente para esse cenário. Um microseguro de vida de cobertura típica oferece indenização ao redor de R\$ 15 mil por um custo mensal acessível. Não resolve a vida de ninguém. Mas evita que um sinistro resolva a vida de ninguém no sentido mais literal do termo.

O RECORDE QUE NÃO CHEGOU AO PÚBLICO

Em 2022, o segmento de microseguros registrou sua maior arrecadação da história no Brasil: R\$ 1,05 bilhão em prêmios, crescimento de 78% em relação aos R\$ 591 milhões arrecadados em 2021, segundo dados da SUSEP divulgados pela CNseg e pela Revista Apólice, infelizmente, os dados oficiais mais atualizados são de 2022, por estimativa, o ano de 2024, deve ter arrecadado cerca de R\$ 1,2 bilhão em prêmios. 2022 foi o primeiro ano em que o ramo superou a marca de R\$ 1 bilhão. Um feito expressivo, celebrado apropriadamente pelo setor.

Para contextualizar: em 2020, antes do novo marco regulatório dos microseguros, a arrecadação era de apenas R\$ 355 milhões, muito abaixo das expectativas originais quando o produto foi criado, ainda no início dos anos 2000. A Resolução CNSP nº 409/2021 reformulou as bases regulatórias, substituindo um modelo prescritivo, que engessava a inovação em caixas pré-definidas, por

um modelo baseado em princípios, com maior liberdade para as seguradoras desenvolverem produtos aderentes à realidade do público-alvo. O resultado veio rápido com uma alta de 47,4% já nos cinco primeiros meses de 2022, segundo a CNseg, seguida pelo recorde anual.

Em 2024, os microseguros de danos registraram alta de 8,1% no período de janeiro a novembro em relação aos mesmos meses de 2023, segundo dados da CNseg citados pela plataforma Insurtalks. O crescimento continuou, mas num ritmo mais moderado, consistente, mas distante ainda do que o mercado potencial exige.

O mercado potencial de 130 milhões de pessoas é estimativa da Fundação Mapfre, considerando o público com renda de até três salários-mínimos. É um número que coloca o Brasil entre os maiores mercados potenciais de microseguros do mundo e ao mesmo tempo revela a desproporção entre o público existente e o que de fato está coberto. Globalmente, a Fundação Mapfre estima que o mercado de microseguros pode atingir cifras acima de US\$ 120 bilhões até 2030.

POR QUE O MICROSEGURO AINDA NÃO CHEGOU AONDE PRECISA CHEGAR?

A questão não é regulatória. O Brasil tem arcabouço legal para o microseguro desde 2004, com atualizações relevantes em 2011, 2012 e, mais recentemente, em 2021. A SUSEP mantém acordo de cooperação técnica com a Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), ligada à Embaixada Alemã no Brasil e mantenedora da Iniciativa de Acesso ao Seguro (A2ii), para promover os seguros inclusivos. Há vontade regulatória, mas obviamente o produto ainda não chegou aonde precisa.

Podemos encontrar três obstáculos estruturais, apresentados por especialistas e pela própria indústria. O primeiro é a distribuição. O público de baixa renda não frequenta agências bancárias nem consulta corretores. O ponto de contato natural deve ser outro, como farmácias, mercadinhos, caixas loterias, correspondentes bancários, aplicativos de pagamento. A Circular SUSEP nº 442/2012, que criou a figura do correspondente de microseguro, já previu esse caminho. Mas a capilaridade ainda é insuficiente.

O segundo obstáculo é a confiança. Para uma família que nunca contratou seguro e cresceu ouvindo que seguro é coisa de rico que a seguradora nunca paga, contratar uma apólice é um ato de fé que não encontra suporte na experiência coletiva. Cultura de proteção não se constrói com campanha publicitária. Constrói-se com sinistros pagos e histórias verdadeiras contadas por vizinhos.

O terceiro obstáculo é a sinistralidade. Produtos simples,

prêmios baixos e populações de alta vulnerabilidade são uma equação desafiadora, em qualquer nível, principalmente atuarialmente. A sinistralidade do microsseguro tende a ser mais alta do que nos seguros tradicionais, pressionando a margem das seguradoras e, em alguns casos, levando ao abandono do produto ou ao reajuste que expulsa o público que mais precisava dele.

MAS ONDE EXISTE UMA JANELA DE OPORTUNIDADE NESSE MERCADO? MEIs E PIX?

Em outubro de 2025, o Brasil registrava 12,9 milhões de Microempreendedores Individuais ativos, segundo o Sebrae, consolidando o MEI como um dos pilares do empreendedorismo nacional. Somente no primeiro semestre de 2025, foram abertas 2,67 milhões de novos pequenos negócios, sendo 77,3% MEIs, com crescimento de 24,5% nas aberturas em relação ao mesmo período de 2024. São trabalhadores formalizados, com CNPJ, que contribuem para o INSS e que, em muitos casos, representam a única fonte de renda da família.

Esse público é exatamente o alvo do microsseguro. E tem uma característica que o torna particularmente atingível, ele já existe no mundo digital. Paga o DAS pelo celular, emite nota fiscal eletrônica, faz e recebe Pix. De acordo com estudo da FGV, mais de 90% da população adulta brasileira realizou pelo menos uma transferência via Pix em outubro de 2025. A Febraban estima que mais de 70 milhões de brasileiros passaram a ter acesso ao sistema bancário desde a criação da ferramenta.

O cruzamento entre a penetração do Pix e a base de MEIs cria uma janela de distribuição que não existia há cinco anos. Um microsseguro prestamista cobrado junto ao DAS mensal, ou um seguro de vida ativado via Pix no cadastro da conta digital, chega a um público que nenhum corretor alcançava antes. A AXA, por exemplo, desenvolveu o Seguro Pix, um microsseguro para proteger usuários em casos de transferências realizadas sob coação ou sequestro-relâmpago. É um produto que usou a própria infraestrutura digital como vetor de distribuição.

O Pix já chegou em lugares que o seguro nunca chegou. A pergunta é se o mercado vai ter criatividade suficiente para usar esse canal antes que outra indústria o faça.

A Generali aponta, em seu panorama de tendências para 2026, a expansão de microsseguros vendidos por parceiros, bancos e varejistas, embutidos na jornada do cliente como um dos vetores centrais do mercado. Esse modelo, que combina a lógica do embedded insurance com o público-alvo do microsseguro, representa a mais promissora fronteira de expansão do setor para os próximos anos. Isso já é prática em estágio inicial, e as distribuições de 2026 dirão se o modelo ganha escala ou fica em piloto.

Outro lugar que o MEI se apresenta como um apoio ao Microseguro é como vendedor, como ponto de contato e venda para a indústria. Afinal, a família de baixa renda confia mais em uma empresa gigante que nunca viu ou no vizinho que vende perfumes e kits de beleza para eles faz muitos anos sem falhar nenhuma vez?

NÃO CHEGAR A 82% DOS BRASILEIROS É UM PROBLEMA!!!!

Em 2024, a pesquisa Fenaprevi/DataFolha apontou que 82% dos brasileiros acima de 18 anos não possuem seguro de vida. É um dado que o setor cita com frequência para justificar o potencial de crescimento. É também um dado que exige uma leitura mais honesta do que o mercado costuma fazer, sendo que esse volume de pessoas sem seguro de vida não é um gap de oferta. É um gap de confiança, de educação financeira e, em muitos casos, de renda disponível.

O microseguro resolve o terceiro obstáculo, o da renda, ao oferecer coberturas a prêmios proporcionais ao risco e ao orçamento. Mas os dois primeiros, confiança e educação, dependem de algo que nenhuma apólice garante por si só: uma experiência positiva no momento do sinistro. A Nova Lei do Contrato de Seguro (Lei nº 15.040/2024), em vigor desde dezembro de 2025, trouxe prazos obrigatórios de 30 dias para análise do sinistro e mais 30 para o pagamento da indenização, além de multa de 2% sobre o valor devido em caso de descumprimento. Para o microseguro, isso é especialmente relevante, visto que, um sinistro pago rápido e sem burocracia é o melhor marketing que existe nesse segmento.

A educação financeira, por sua vez, vai além do que qualquer campanha de conscientização pode entregar. Exige presença institucional nas periferias urbanas, nas escolas técnicas, nas comunidades onde o trabalhador informal decide onde vai colocar o pouco que sobra no fim do mês. É um trabalho de longo prazo que o setor de seguros precisa capitanear, envolvendo as universidades, as cooperativas de crédito, os programas de governo e o setor privado precisam construir juntos, com transparência, controle e clareza.

O QUE PRECISA SER DITO SOBRE O MENOR SEGURO DO MUNDO?

Quando o mercado de seguros fala de crescimento, a conversa quase sempre é sobre os grandes números. Olhamos para os R\$ 751 bilhões arrecadados pelo setor em 2024, os 52 milhões de beneficiários de assistência médica, os 21 milhões de veículos segurados. São números reais e relevantes. Mas contêm uma lacuna que os grandes números jamais apresentarão, afinal não mostram quem continua de fora.

O microsseguro é o instrumento mais objetivo que o mercado tem para atacar essa lacuna. É o bom e velho mercado, não caridade ou altruísmo. Uma população de 128 milhões de potenciais segurados, crescentemente digitalizada e formalizada via MEI, é a maior fronteira de expansão que o setor brasileiro tem à vista. O problema é que essa fronteira exige produtos simples num setor que historicamente gosta de complexidade, distribuição capilar num setor que gosta de agências, e margem baixa, sim se ganha no volume, num setor que gosta de retorno alto.

Esses conflitos são solucionáveis. A tecnologia já resolveu problemas maiores. Mas exigem que o mercado decida, de forma explícita, que o menor seguro do mundo vale o mesmo esforço estratégico que os maiores. Essa decisão ainda está sendo tomada e 2026 dirá se o Brasil tem apetite para fazer esse mercado acontecer de forma séria.

(24.04.2026)