

A maioria dos micros e pequenos empreendedores (MPEs) no Brasil só busca seguros empresariais após enfrentar tragédias, como roubos ou incêndios, ou por obrigação legal. Essa é uma das principais conclusões da terceira fase da pesquisa “Caminhos para Ampliação da Penetração de Seguros no Segmento PME”.

O estudo realizado pela Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) por meio da Comissão de Inteligência do Mercado da CNseg e da Maena Inteligência Analítica, investigou a relação dos MPEs e corretores com os seguros voltados para este segmento, responsável por cerca de 30% da produção de riqueza do país.

A pesquisa apontou que apenas 26,7% dos empresários contratam algum tipo de seguro para o seu negócio e apenas 20,9% algum seguro para os colaboradores da empresa. Para Alexandre Leal, diretor Técnico, de Estudos e Relações Regulatórias da CNseg, "essa ausência de seguros para mais de 70% dos entrevistados reflete um cenário preocupante de alta exposição aos riscos, o que pode comprometer a estabilidade financeira desses empresários em situações adversas".

A baixa percepção de risco e as limitações econômicas foram identificadas como os principais fatores que restringem a contratação, superando o desconhecimento sobre os produtos disponíveis. Para 42% dos empresários, ter dinheiro para cumprir os compromissos financeiros é uma preocupação e, em 30,2% dos casos, a inadimplência é um fator a ser considerado.

Também foi constatado que as Microempresas e as Empresas de Pequeno Porte demonstram maior adesão a seguros do que os microempreendedores individuais (MEIs). Na análise das empresas que fizeram a contratação do seguro no ano de abertura do CNPJ, o seguro Transporte lidera com 65,0%, seguido pela Previdência Empresarial (61,5%), o Automóvel (58,1%) e o consolidado de produtos contra Riscos Financeiros (55,0%). Já as empresas que contrataram seguros até três anos após o início, o seguro Cibernético foi o mais procurado em 75,0% dos casos.

Mesmo não estando na liderança das contratações, de acordo com o estudo, o seguro Automóvel para a frota da empresa e o seguro de Vida foram os mais citados quando os empresários foram questionados sobre o conhecimento dos produtos disponíveis, sendo 54,7% e 46,5%, respectivamente.

O executivo da Confederação Nacional das Seguradoras explica que o seguro Automóvel foi o mais citado pelos empresários por já o terem contratado como pessoa física, onde tal necessidade é projetada para o carro corporativo naturalmente; já a adesão ao seguro de Vida sofre a influência dos acordos coletivos determinadas categorias que exigem contratação desse tipo de proteção.

“A proposta de valor dos seguros, de uma forma geral, já é percebida antes de se tornarem empresários. Isso ocorre porque a grande maioria dos entrevistados já tinha um ou mais seguros feitos como pessoa física”, destaca Leal.

A pesquisa envolveu 86 micros e pequenos empreendedores e 156 corretores de seguros em duas etapas: qualitativa, com entrevistas em profundidade, e quantitativa, com formulários online. No perfil dos empresários participantes, 59,3% atuam no comércio, 38,4% no setor de serviços e apenas 2,3% na indústria. Mais da metade das empresas, 51,2%, têm entre um e três anos de operação, e muitos empresários relataram que empreender foi uma decisão tomada em momentos de dificuldade ou mudança profissional. O menor percentual, 5,8%, possuía mais de 10 anos de operação.

O papel central dos corretores

O estudo também revelou que os corretores de seguros desempenham papel fundamental na conscientização dos empresários sobre riscos e coberturas. Segundo os corretores entrevistados, eventos traumáticos em empresas conhecidas, como roubos ou incêndios, são os principais gatilhos

para que os empreendedores considerem contratar seguros.

As coberturas, o preço e a clareza nos critérios para contratação são os três aspectos mais importantes da escolha de um seguro empresarial, superando a marca (seguradora). Apenas 4,7% dos empresários afirmaram que nenhuma destas características é importante durante o processo de contratação de um seguro empresarial.

Fases anteriores da pesquisa

O estudo “Caminhos para Ampliação da Penetração de Seguros no Segmento PME” foi dividido em três fases. [Na primeira, realizada em 2019](#), foram mapeadas e compreendidas as características do segmento de micro e pequenas empresas, conhecidas pela sigla MPE no Brasil. Foi feito o detalhamento dos perfis das MPEs, englobando microempreendedor individual (MEI), microempresário (ME) e empresário de pequeno porte (EPP), a distribuição geográfica, os setores da economia onde predominam, a taxa de sobrevivência, os desafios na gestão do negócio, dentre outras informações, para conhecer esse segmento da economia e entender as suas necessidades.

[Leia o conteúdo sobre a primeira fase da pesquisa na edição 916 da Revista de Seguros](#)

Em 2021, foi realizada a segunda fase, com foco no mapeamento dos produtos que o setor de seguros oferecia para as micro e pequenas empresas e a visão das seguradoras em relação à oferta desses produtos de seguros.

A CNseg vê na pesquisa uma oportunidade de promover ajustes nas ofertas de seguros para que sejam mais acessíveis e alinhadas às reais necessidades dos MPEs. Segundo a entidade, é essencial fortalecer o diálogo entre seguradoras, corretores e empresários para construir soluções que contribuam não apenas para a proteção dos negócios, mas também para o crescimento sustentável da economia brasileira.

Fonte: [CNseg](#), em 29.01.2025.