



Por Samuel de Jesus Monteiro de Barros (*)



O mercado de seguros brasileiro é, ao mesmo tempo, robusto e subexplorado. Em um país com mais de 200 milhões de habitantes, onde os riscos são múltiplos e a volatilidade econômica é recorrente, o setor de seguros deve ocupar um papel central na estratégia de proteção patrimonial,

financeira e institucional. No entanto, apesar de seu crescimento consistente nas últimas décadas, ainda há um vasto espaço para expansão, especialmente quando se observa a penetração do seguro em relação ao PIB e o comportamento do consumidor frente à gestão de riscos.

Segundo dados da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), o setor movimentou cerca de R\$ 388 bilhões em 2024, excluindo saúde suplementar e DPVAT. Isso representa aproximadamente 4,2% do PIB brasileiro, uma taxa ainda inferior à de países desenvolvidos, onde o mercado de seguros pode ultrapassar 10% do PIB local. A comparação revela não apenas o potencial de crescimento, mas também a necessidade de maior conscientização sobre o papel do seguro como instrumento de estabilidade econômica.

O nosso mercado é composto por diversos segmentos: seguros de vida, automóveis, patrimoniais, rurais, responsabilidade civil, transportes, entre outros. O ramo de seguros de pessoas tem se destacado, especialmente com o aumento da demanda por seguros de vida e previdência privada, impulsionado por uma população que envelhece e busca alternativas à previdência pública.

O seguro é, por definição, um mecanismo de transferência de risco. Em economias emergentes como a brasileira, onde a imprevisibilidade é uma constante, seja por fatores climáticos, políticos ou econômicos, o seguro deveria ser encarado como uma ferramenta essencial de planejamento financeiro e empresarial, na busca permanente de redução de riscos.

Para empresas, o seguro representa uma camada de proteção contra eventos que podem comprometer a continuidade dos negócios. No agronegócio, por exemplo, o seguro rural tem sido fundamental para mitigar perdas causadas por eventos climáticos extremos. Já no setor industrial, seguros patrimoniais e de responsabilidade civil são instrumentos de governança e compliance praticamente obrigatórios.

No âmbito pessoal fica ainda mais patente a aplicação, o seguro de vida e o seguro saúde complementam a rede de proteção social, especialmente em um país onde o sistema público enfrenta limitações estruturais. A pandemia de COVID-19 reforçou essa percepção, acelerando a busca por produtos que ofereçam segurança diante de eventos inesperados.

Apesar da perceptível relevância, o mercado de seguros ainda enfrenta barreiras culturais significativas. Muitos brasileiros não compreendem plenamente o funcionamento dos produtos de seguro, o que gera desconfiança e baixa adesão. A educação financeira, embora em expansão, ainda não alcança a profundidade necessária para formar consumidores conscientes sobre gestão de riscos.

Agrega-se a isso, há uma percepção equivocada de que o seguro é um gasto, e não um investimento em proteção. Essa visão precisa ser desconstruída, e está sendo mesmo que lentamente, por meio de iniciativas de comunicação, educação e inovação nos canais de distribuição.

No que tange a tecnologia, nos últimos anos, o setor tem passado por uma transformação digital acelerada. As insurtechs, startups focadas em soluções tecnológicas para o mercado de seguros, têm contribuído para a modernização da oferta, com produtos mais personalizados, contratação simplificada e uso intensivo de dados para precificação e gestão de sinistros.

Essa digitalização também tem permitido maior inclusão, com produtos acessíveis a públicos antes negligenciados. O uso de inteligência artificial, big data e blockchain vem para revolucionar a forma como os riscos são avaliados e os contratos são geridos. Esse movimento traz oportunidades significativas ao setor, mas também requer cuidado na avaliação das melhores estratégias a adotar.

Na minha percepção, o futuro do mercado de seguros no Brasil é promissor. A combinação de fatores como envelhecimento populacional, aumento da renda média, maior conscientização sobre riscos e avanço tecnológico cria um ambiente fértil para expansão.

Estudos da Swiss Re apontam que o Brasil pode dobrar sua taxa de penetração de seguros nos próximos 10 anos, desde que haja políticas, públicas ou setoriais, de incentivo, regulação eficiente e investimentos em educação financeira. O setor também pode se beneficiar de parcerias com bancos, fintechs e plataformas digitais, ampliando sua capilaridade e capacidade de distribuição.

O mercado de seguros brasileiro já é grande, relevante e cheio de oportunidades. Mas para que ele atinja seu pleno potencial, é necessário superar barreiras culturais, investir em inovação e promover uma mudança de mentalidade, tanto entre consumidores quanto entre empresas. O seguro é um dos pilares da construção de uma economia mais resiliente e forte. Em um país onde o imprevisível é regra, proteger-se não é apenas uma escolha racional, é uma estratégia de sobrevivência.

(*) **Samuel de Jesus Monteiro de Barros** é Doutor em Administração pela IAE Bordeaux/Fr, Especialista em Finanças e Tecnologia, Reitor do Ibmec RJ. LinkedIn: [linkedin.com/in/samuel-barros-2a846935](https://www.linkedin.com/in/samuel-barros-2a846935)

(16.10.2025)