

Desempenho superior ao mercado reforça estratégia centrada no cliente, crescimento sustentável e solidez financeira da companhia, que protege mais de 6 milhões de vidas no país

A Prudential do Brasil encerrou 2025 com R\$ 7,5 bilhões em prêmios emitidos, crescimento de 19% em relação ao ano anterior, desempenho mais que o dobro da média do mercado (8%), considerando as operações de Vida Individual e Vida em Grupo. O resultado consolida a companhia na 2ª posição do mercado brasileiro de seguros de pessoas, com 9,6% de participação, segundo dados da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP). No ramo de Vida Individual, a seguradora também ocupa a segunda colocação, com 26,7% de market share.

O desempenho reflete uma estratégia consistente, orientada ao cliente e sustentada por investimentos contínuos em pessoas, processos e soluções. Ao longo do ano, a Prudential fortaleceu seus canais de distribuição, ampliou sua presença no país e consolidou parcerias estratégicas, expandindo o acesso ao seguro de vida para diferentes perfis de clientes. Ao final de 2025, a empresa somava mais de 6 milhões de vidas protegidas e ultrapassou R\$ 1 bilhão em benefícios pagos, reforçando seu compromisso com a proteção financeira e a tranquilidade das pessoas em momentos decisivos.

“Crescemos de forma consistente porque temos uma estratégia clara, foco permanente no cliente e disciplina para tomar decisões de longo prazo. Esse conjunto nos permite ampliar o impacto positivo da companhia e seguir construindo um negócio sólido, sustentável e preparado para o futuro, sempre com o compromisso de proteger vidas e levar mais segurança e tranquilidade às pessoas. Prova disso é termos alcançado, em 2025, um crescimento do NPS em relação ao benchmark de mercado, refletindo a confiança que construímos com os nossos clientes”, afirma Patricia Freitas, CEO e presidente da Prudential do Brasil.

O lucro líquido recorde de R\$1,2 bilhão reflete o crescimento consistente e recorde do NPS, mostrando que o fortalecimento da satisfação e fidelidade dos clientes impulsiona resultados sustentáveis no longo prazo.

Fonte: Prudential/FSB, em 17.03.2026.