

Por Denise Ozaki (*)

O agronegócio brasileiro é um dos pilares da economia nacional. Seu crescimento robusto e sua importância estratégica para a segurança alimentar global são inquestionáveis. No entanto, apesar de seu protagonismo, o setor ainda enfrenta desafios significativos, especialmente na gestão de riscos e na proteção contra eventos climáticos extremos. Um dos principais instrumentos para mitigar os impactos desses riscos é o seguro agrícola.

Contudo, ele permanece subutilizado no Brasil, representando apenas 0,4% do mercado total de seguros do país, segundo relatório da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Esse dado revela não apenas uma lacuna, mas também uma oportunidade expressiva. Estimativas apontam que os mais de 115 milhões de hectares de lavouras, florestas e pastagens no país poderiam contratar algum tipo de seguro agrícola (paramétrico ou tradicional), o que representa um mercado potencial de R\$ 155,4 bilhões.

Para entender por que a penetração desse tipo de seguro é tão baixa, é preciso observar a experiência do produtor ao tentar contratar uma apólice. Diferentemente de outros seguros, em que a contratação pode ser feita online em poucos minutos, o seguro agrícola tradicional exige informações técnicas detalhadas, análise de histórico produtivo e avaliação de riscos regionais. Embora essas etapas sejam tecnicamente necessárias, o processo é conduzido muitas vezes de forma manual e fragmentada, resultando em prazos que podem se estender por semanas ou até meses.

A burocracia é outro obstáculo relevante. O produtor precisa preencher formulários extensos e aguardar aprovações em várias instâncias. Para pequenos e médios produtores, que operam com equipes enxutas e recursos limitados, esse processo representa um custo de oportunidade elevado, muitas vezes superior ao benefício percebido do seguro.

A ausência de personalização é outro fator que afasta clientes. Os produtos convencionais, ao oferecerem coberturas genéricas, falham em atender às particularidades de cada produção, região ou perfil de risco. As demandas de um produtor mudam drasticamente de acordo com a cultura, o solo e a localização, mesmo em uma mesma cidade, mas eles se veem forçados a escolher entre um leque limitado de opções que não dialogam com sua realidade.

Outro fator crítico é o tempo de resposta. A agricultura opera em ciclos rígidos, com janelas de plantio e colheita que não podem ser adiadas. Quando o produtor busca seguro, precisa de retorno rápido para decidir o plantio ou até mesmo sobre uma operação de crédito. Um processo que demora semanas pode chegar tarde demais, forçando o produtor a assumir riscos não cobertos.

É nesse panorama que a tecnologia se torna não apenas uma conveniência, mas uma necessidade urgente. A transformação digital da jornada de seguros agrícolas promete transformar um processo historicamente excludente em uma ferramenta acessível, rápida e eficiente. Mais do que modernizar, essa transformação digital democratiza o acesso ao seguro rural e fortalece toda a cadeia produtiva.

A tecnologia pode reduzir o tempo de cotação de semanas para minutos, personalizar apólices em nível de fazenda e eliminar burocracias, tornando o seguro rural uma ferramenta essencial para todos. Segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), entre 2005 e 2022, o seguro agrícola teve crescimento de 26.463% em arrecadação, saltando de R\$ 23,8 milhões para R\$ 6,3 bilhões. Ainda assim, ele continua representando apenas uma fração do mercado de seguros no país.

Os benefícios dessa transformação vão além da conveniência individual. Maior penetração do seguro agrícola contribui para a segurança alimentar nacional, a estabilidade econômica do setor e a resiliência da agricultura frente às mudanças climáticas. Eventos climáticos extremos causaram

R\$ 639 bilhões em prejuízos na última década, sendo 56% no setor agropecuário, segundo a FGV.

Esse cenário ocorre em meio ao crescimento contínuo do agronegócio brasileiro, cujo PIB aumentou 6,49% no primeiro trimestre de 2025, de acordo com a CNA. Agtechs já recebem aportes relevantes para explorar esse mercado, um exemplo é a startups seguro agrícola que captou R\$ 5 milhões, segundo a Insurtech Brasil, o que demonstra que o setor está pronto para a mudança.

Sendo assim, a revolução digital no seguro agrícola já começou. A questão não é se ela vai acontecer, mas quão rapidamente o setor conseguirá se adaptar para aproveitar as oportunidades. O futuro da agricultura brasileira e da segurança alimentar nacional depende das decisões tomadas hoje.

(*) **Denise Ozaki** é Head de Marketing e especialista em branding com mais de 10 anos de experiência em marketing, tendo atuado em grandes corporações como Itaú Unibanco e liderado transformações digitais do setor e projetos de marketing. Reconhecida com o Prêmio Nacional da RD Station em eficiência operacional e impacto em vendas por dois anos consecutivos e como Executiva de TI do ano pelo IT Mídia, possui MBA em Liderança e Gestão pela USP/Esalq.

Fonte: Mention, em 05.08.2025