



Por Samuel de Jesus Monteiro de Barros (\*)



O mercado de seguros é um dos pilares mais relevantes e silenciosos da economia moderna. Ele existe não apenas para proteger indivíduos e empresas contra riscos diversos, mas também atua como um estabilizador financeiro em momentos de crise. Desta forma, ao observarmos o desempenho de diferentes países, é possível entender como o seguro se insere na cultura econômica de cada sociedade e, mais importante, como o Brasil pode acelerar sua trajetória de crescimento nesse setor.

No Brasil, o mercado de seguros movimentou cerca de R\$ 435 bilhões em 2024, o equivalente a 4,2% do PIB, de acordo com a SUSEP. Embora esse número represente um avanço significativo, ele ainda está distante dos padrões de países mais desenvolvidos. Nos Estados Unidos, por exemplo, o setor arrecadou US\$ 1,89 trilhão em prêmios em 2023, com projeções que apontam para US\$ 3,71 trilhões até 2033, segundo o relatório da consultoria Spherical Insights, que analisa o mercado americano com base em dados da indústria e projeções de crescimento. Isso representa cerca de 11% do PIB americano, evidenciando o papel central que o seguro ocupa na economia e na vida cotidiana dos cidadãos. Já o México, país com características socioeconômicas mais próximas do Brasil, registrou US\$ 33,8 bilhões em prêmios emitidos até setembro de 2024, com uma penetração de aproximadamente 2,3% do PIB, segundo a plataforma RankingsLatam, com base em estatísticas oficiais do setor mexicano de seguros.

A diferença entre esses números revela mais do que disparidades econômicas: ela expõe o grau de maturidade e a cultura de gestão de riscos de cada país. Nos Estados Unidos, o seguro é parte integrante do planejamento financeiro, empresarial e familiar. No México, embora o mercado ainda seja incipiente, há sinais de crescimento e inovação, especialmente com o avanço das insurtechs. O Brasil, por sua vez, ocupa uma posição intermediária, com estrutura consolidada, mas ainda enfrentando barreiras culturais e educacionais que limitam sua expansão.

Ao analisar os segmentos que compõem o mercado brasileiro de seguros, é possível perceber nuances importantes que ajudam a entender sua estrutura e dinâmica. Os seguros de vida, que incluem coberturas para morte, invalidez e acidentes pessoais, representam uma parcela significativa da arrecadação e têm ganhado relevância à medida que cresce a conscientização sobre proteção familiar e sucessória. Separadamente, os produtos de previdência, como os planos VGBL e PGBL, também ocupam espaço estratégico, especialmente entre os consumidores que buscam alternativas à previdência pública e formas de planejamento de longo prazo. Juntos, esses dois grupos — embora distintos em finalidade e estrutura — respondem por cerca de 40% da

arrecadação do setor. Já os seguros de danos e responsabilidades, que englobam automóveis, seguros patrimoniais, transportes e responsabilidade civil, representam aproximadamente 24% do mercado. A capitalização e a previdência complementar fechada também têm participação relevante, enquanto a saúde suplementar, ainda que regulada separadamente pela ANS, continua sendo um dos motores do setor, especialmente em função da crescente demanda por serviços privados de saúde. Nos Estados Unidos, o mercado é dividido entre seguros de vida e saúde, que têm forte presença, e os chamados “property & casualty”, que incluem automóveis, residências, responsabilidade civil e seguros empresariais. Este último segmento é o mais dinâmico, impulsionado por tecnologias como internet das coisas, análise preditiva e inteligência artificial.

Já no México, os seguros de vida lideram com 39,6% dos prêmios, seguidos pelos seguros de danos (37,2%), sendo que os automóveis representam quase 20% desse total. Acidentes e doenças somam 17,8%, enquanto pensões e fianças têm participação marginal. No México, o mercado de seguros, ainda é um mercado tentando se consolidar e entender sua posição naquela economia.

O ritmo de crescimento também varia entre os países. O Brasil teve um avanço de 12,2% em 2024, puxado pelos seguros de pessoas e previdência. Nos Estados Unidos, o crescimento médio anual projetado é de 6,98% até 2033, com forte impulso da digitalização e da personalização de produtos. O México, embora com menor penetração, apresentou crescimento nominal de 5,8%, com destaque para os seguros de vida e automóveis.

Esses dados mostram que o Brasil tem potencial para se aproximar dos padrões norte-americanos, afinal, se dobrar o tamanho do mercado brasileiro ainda não chega no tamanho do mercado dos EUA, mas para isso, precisa superar obstáculos estruturais já conhecidos. A baixa educação financeira, a desconfiança em relação aos produtos de seguro e a percepção de que o seguro é um gasto, e não um investimento, ainda limitam a adesão. Cerca de 80% da população brasileira não possui seguro de vida, o que revela um espaço imenso para expansão.

Para que o Brasil alcance os níveis de penetração dos Estados Unidos, será necessário investir em educação, inovação regulatória e ampliação dos canais de distribuição, e não espere que o governo ou o agente regulador vá se responsabilizar por isso. A digitalização, por meio das insurtechs e parcerias com fintechs, pode ser um catalisador importante. Além disso, é preciso desmistificar o seguro de vida e posicioná-lo como um instrumento de proteção e planejamento, especialmente em um país onde a imprevisibilidade é regra.

Comparar o Brasil com os Estados Unidos e o México não é apenas um exercício estatístico, é uma forma de entender onde estamos e para onde podemos ir. O seguro, quando bem compreendido e acessível, transforma-se em um aliado poderoso da estabilidade econômica e da segurança social. E, nesse sentido, o Brasil tem tudo para se tornar um protagonista global no setor.

(\*) **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://linkedin.com/in/samuel-barros-2a846935)

(30.10.2025)