Por Adriano Jesus (*)



Nos últimos anos, grandes eventos, como festivais, shows e viagens, passaram a fazer parte da rotina de muitos brasileiros. Ao mesmo tempo, aumentou a sensação de vulnerabilidade em situações que envolvem aglomerações, deslocamentos longos e uso intenso do celular para pagamentos, registros e comunicação. Surge então uma dúvida comum: vale a pena contratar seguro para momentos específicos?

Uma pesquisa realizada pela Opinion Box em agosto de 2025, com mil participantes, ajuda a entender melhor o cenário. O levantamento mostra que 69% das pessoas consideram as viagens como o momento de maior risco para o celular. Em seguida, aparecem os eventos, como shows e festas, mencionados por 58% dos entrevistados, e o uso de transporte por aplicativo ou carro alugado, lembrado por 45%. Esses dados revelam o que muitos já percebem: em grandes eventos, o celular se torna um item indispensável, mas também o mais vulnerável a imprevistos.

Mesmo assim, 62,6% dos respondentes afirmaram nunca ter contratado um seguro de celular. Isso significa que oito em cada dez brasileiros estão totalmente desprotegidos. Por outro lado, há um interesse crescente por modelos de proteção mais flexíveis. Entre os entrevistados, 74% disseram que contratariam um seguro temporário, válido apenas durante um evento ou viagem. Tal comportamento reflete uma mudança importante na forma como as pessoas consomem serviços de proteção, priorizando conveniência, preço acessível e soluções que se encaixem na rotina.

Os fatores que mais motivam a contratação de um seguro são a facilidade de adesão e a reposição rápida do aparelho. A maioria dos entrevistados considera justo pagar entre R$ 15 e R$ 25 por um seguro temporário que ofereça indenização de até metade do valor de mercado do celular. O dado mostra que o consumidor está disposto a investir em segurança, desde que o processo seja simples e sem burocracia.

Outro ponto relevante é que a disposição para contratar aumenta quando o seguro é oferecido com a experiência de compra. Para 59% das pessoas, a chance de aderir se o serviço estivesse disponível no momento de comprar um ingresso, pacote de viagem ou reserva de hospedagem seria alta. Isso demonstra que conveniência e contexto são determinantes na decisão de compra.

Entre os principais receios após a perda ou roubo de um celular estão a perda de dados, contatos e

fotos, mencionada por 72% dos entrevistados, e a interrupção da rotina, citada por 41%. O prejuízo financeiro aparece em segundo lugar, o que mostra que o impacto emocional e prático da perda do aparelho pode ser tão significativo quanto o valor do bem em si.

Diante dos números, fica claro que contratar seguro antes de um grande evento não é apenas uma medida de precaução financeira, mas uma forma de garantir tranquilidade e permitir que a experiência seja aproveitada sem preocupações. Quando a proteção é acessível, rápida e contextualizada, a resposta é simples: vale a pena se antecipar.

(*) **Adriano Jesus** é Head de Digital e Marketing da Pitzi, insurtech brasileira especializada na proteção de eletrônicos em parceria com varejistas e fabricantes.

Sobre a Pitzi

A Pitzi é uma insurtech brasileira especializada na proteção de eletrônicos em parceria com varejistas e fabricantes. Desde 2012, vem revolucionando o setor ao lançar novos produtos e iniciativas. Para mais informações, acesse: www.pitzi.com.br ou @pitzibrasil.

Fonte: NB Press, em 19.12.2025