Por Tatiany Martins (*)



O mercado global de smartphones premium cresceu 8% no primeiro semestre de 2025, segundo a Counterpoint Research. É o maior volume já registrado para o período e supera com folga o avanço de 4% do mercado de smartphones como um todo. A popularização dos modelos mais caros deixou de ser tendência restrita a nichos e passou a refletir uma escolha consciente do consumidor. Em busca de câmeras melhores, telas superiores, performance robusta e maior durabilidade, milhões de pessoas estão migrando para aparelhos premium. Como resultado, os aparelhos premium já respondem por mais de 60% de toda a receita global de smartphones.

A tendência de celulares premium ganha impulso à medida que a tecnologia se torna mais acessível. O que era antes luxo passa a ser padrão mínimo para quem trabalha remotamente, para quem cria conteúdo, para quem usa inteligência artificial embarcada, para quem quer simplesmente resolver tudo pelo celular.

A partir do momento em que celulares de alto valor deixam de ser objeto aspiracional e se tornam padrão de consumo, muda também a percepção sobre proteção. Comprar um smartphone premium não é apenas uma decisão de status, mas uma decisão funcional. Ele passa a ser extensão da vida profissional, financeira e social. E quando um bem se torna caro no bolso e insubstituível na rotina, a preocupação com ele deixa de ser algo acessório.

É assim que ganha força a busca por mecanismos de proteção. O consumidor que investe milhares de reais num aparelho entende racionalmente que perdas, furtos, quedas, danos de tela e até falhas internas deixam de ser imprevistos remotos e se tornam riscos do dia a dia. A inevitabilidade dos riscos da vida moderna — e não o marketing — cria a demanda por seguros. E essa demanda cresceu não porque as pessoas ficaram mais temerosas, mas porque ficaram mais conscientes do valor real que carregam no bolso.

Todo esse avanço traz um dilema, pois quanto mais sofisticado o aparelho, mais cara a substituição em caso de perda, dano ou roubo. O custo de não proteger o celular, portanto, se torna muito maior do que o de protegê-lo.

A demanda por seguro de smartphone não nasce de uma cultura de cuidado exagerado, mas de uma economia baseada em dispositivos que concentram funções essenciais. Em outras palavras,

proteger o celular não é proteger o aparelho, é proteger o fluxo da vida. É evitar perder dados, trabalho, dias de produtividade, acesso a serviços básicos e recursos financeiros. No mundo premium, o seguro deixa de ser luxo e se torna racionalidade econômica.

O movimento global mostra que o valor do smartphone continuará a subir, tanto no bolso quanto no papel que desempenha na vida das pessoas. E, nesse cenário, a busca por proteção será cada vez mais natural, previsível e estratégica.

(*) **Tatiany Martins** é vice-presidente 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 19.01.2026