Por Zeca Vieira *(LinkedIn e Instagram), sócio-fundador da ZVolution Consultoria. Profissional de marketing com atuação histórica no setor de seguros brasileiro, ex-presidente das Comissões de Marketing da CNseg e da FenSeg.*



Você sabia que o mercado de seguros brasileiro emprega, direta e indiretamente, o

equivalente à população inteira de um país europeu?

Se o mercado de seguros aparecesse nas manchetes com a mesma frequência que outros setores da economia, talvez a percepção da sociedade fosse bem diferente. O seguro raramente vira notícia positiva – aparece mais quando falha, atrasa ou entra em conflito com o consumidor. Quase nunca é lembrado quando funciona. E, no entanto, ele funciona todos os dias.

Funciona quando uma família consegue reconstruir sua vida depois de uma perda. Quando uma empresa retoma sua operação após um incêndio, uma enchente ou um acidente que poderia levá-la ao colapso. Quando um profissional mantém sua renda diante de um imprevisto. Funciona quando bilhões de reais são injetados continuamente na economia para reparar danos, garantir continuidade e reduzir incertezas. O seguro não faz barulho, não disputa holofotes e não busca protagonismo. Ainda assim, sustenta o país.

Um mercado que devolve à sociedade um país por ano

Poucos segmentos econômicos têm uma relação tão direta com a vida real quanto o mercado de seguros. Não se trata de promessas futuras ou benefícios abstratos, mas de recursos efetivamente devolvidos à sociedade. Somente em 2024, o setor segurador brasileiro arrecadou cerca de R$ 751 bilhões e devolveu mais de R$ 504 bilhões em indenizações, benefícios, resgates e sorteios. Na prática, isso representa mais de R$ 1,3 bilhão por dia retornando para famílias, empresas e prestadores de serviços.

Nos primeiros meses de 2025, esse movimento se manteve: entre janeiro e maio, o mercado já havia pago R$ 110,9 bilhões, excluindo saúde, com crescimento superior a 11% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Esse dinheiro não fica parado. Ele circula, paga hospitais, oficinas, clínicas, laboratórios, prestadores automotivos, fornecedores, financiamentos, salários e recomeços. O seguro atua como um verdadeiro amortecedor econômico, reduzindo impactos que, sem essa proteção, recairiam diretamente sobre pessoas, empresas e, em muitos casos, sobre o próprio Estado.

Para dimensionar melhor esse impacto, vale recorrer a uma comparação simples, mas reveladora. Os R$ 504 bilhões pagos pelo mercado de seguros brasileiro em 2024 equivalem, em valores nominais, ao Produto Interno Bruto anual de países inteiros, como Uruguai, Eslovênia ou Jordânia. Em outras palavras, em um único ano, o setor devolveu à sociedade brasileira um volume de recursos comparável à riqueza produzida por economias nacionais completas. É como se o seguro colocasse em circulação, silenciosamente, um “país” por ano – sem manchetes, sem discursos e sem alarde, apenas cumprindo seu papel econômico e social.

Empregos e poupança de longo prazo – o seguro não substitui o estado, mas o complementa e, em muitos casos, o sustenta

Quando se observa a geração de empregos, o impacto do mercado de seguros também costuma ser subestimado. Em 2023, o setor mantinha cerca de 185 mil empregos diretos formais no Brasil, com destaque para os corretores de seguros, que exercem papel central na relação com o consumidor.

Mas esse número revela apenas a superfície. Ao considerar os empregos indiretos e induzidos – em oficinas mecânicas, hospitais, clínicas, laboratórios, empresas de tecnologia, call centers, perícia, regulação, serviços financeiros e jurídicos – o mercado segurador brasileiro está relacionado a até 3 milhões de postos de trabalho. Em termos de escala, isso equivale à população inteira de um país europeu como a Lituânia. É como se o seguro, além de proteger vidas e patrimônios, fosse responsável por sustentar economicamente um país inteiro dentro do Brasil.

Há ainda um componente menos visível e talvez um dos mais estratégicos do setor: o volume de reservas técnicas das seguradoras e os recursos acumulados nos fundos de previdência. Esses

valores não existem apenas para garantir pagamentos futuros. Eles formam uma das maiores massas de poupança de longo prazo do país. Dados da SUSEP indicam que o estoque de provisões técnicas do mercado segurador brasileiro já supera R$ 2 trilhões.

Esses recursos são administrados sob critérios rigorosos de solvência, governança e fiscalização e acabam direcionados majoritariamente para títulos públicos, projetos de infraestrutura, crédito estruturado e investimentos de longo prazo. Enquanto muitos setores dependem diretamente do orçamento público, o mercado de seguros forma poupança interna, financia o futuro e contribui para a estabilidade do sistema econômico de maneira contínua e disciplinada.

Esse papel estrutural se torna ainda mais evidente quando observamos a relação do seguro com o poder público. Cada indenização paga reduz a necessidade de socorro estatal. Cada seguro empresarial que permite a retomada rápida de uma operação preserva empregos e arrecadação tributária. Cada plano de saúde privado que absorve bilhões em despesas assistenciais alivia a pressão sobre o SUS. Hoje, mais de 51 milhões de brasileiros possuem planos de saúde, e sem a saúde suplementar o sistema público teria que absorver imediatamente dezenas de milhões de usuários adicionais, com impacto direto sobre custos, filas e capacidade de atendimento. O seguro não substitui o Estado, mas o complementa e, em muitos momentos, o sustenta.

Além do impacto econômico e institucional, existe uma dimensão do setor que muitas vezes passa despercebida: sua presença ativa na cultura, no esporte e nas iniciativas sociais que ajudam a construir a identidade do país. Ao longo das últimas décadas, seguradoras e operadoras de saúde tornaram-se patrocinadoras relevantes de projetos culturais, eventos esportivos, programas educacionais e ações sociais que alcançam milhões de brasileiros.

São iniciativas que viabilizam exposições, festivais, projetos de inclusão, ações comunitárias e investimentos em educação e bem-estar, reforçando o papel do seguro como agente de desenvolvimento humano e social. Esse apoio não é apenas institucional, mas uma forma concreta de devolver à sociedade parte do valor que o próprio setor ajuda a proteger e a gerar, fortalecendo vínculos com comunidades, ampliando acesso à cultura e incentivando práticas que tornam o país mais resiliente, diverso e preparado para o futuro.

Vamos fazer barulho e mostrar a importância do setor — afinal, hoje, todos somos mídia

Ao longo dos meus anos em comunicação, publicidade e propaganda — incluindo as passagens pelas presidências das Comissões de Marketing da CNseg e da Fenseg — acompanhei diversas iniciativas relevantes para fortalecer a imagem institucional do setor. Algumas foram emblemáticas, como campanhas que convidavam a sociedade a refletir sobre como seria o país se passássemos um único dia sem seguro. Ainda assim, essas informações continuam circulando, em grande parte, dentro do próprio mercado, raramente alcançando a sociedade de forma massificada, clara e emocionalmente relevante.

Conteúdo existe. Dados existem. Verdade também. O que falta é organização, alinhamento e escala. Hoje, mais do que nunca, todos nós somos mídia. Uma narrativa consistente, compartilhada por seguradoras, operadoras de saúde, corretores, entidades reguladoras e associativas, pode alcançar famílias, empresas, redes sociais e os grandes veículos de comunicação. Uma boa campanha, com mensagem clara e apelo emocional, continua funcionando.

Você já imaginou o impacto de milhares de colaboradores de seguradoras e operadoras de saúde, corretores de seguros, funcionários das entidades do setor e seus familiares compartilhando, com orgulho, essa narrativa? A força simbólica e o alcance de um movimento coordenado podem ser transformadores.

Na minha percepção, falta pouco. É alinhar, organizar e fazer acontecer. Porque o seguro pode ainda não aparecer nas manchetes, mas está no coração de quem trabalha no setor. Diante de um país cada vez mais exposto a eventos climáticos extremos, é legítimo provocar uma pergunta incômoda e necessária: se o setor que mais entende de risco está presente em todos os territórios

do Brasil, por que não mobilizar essa inteligência e capilaridade para apoiar, de forma organizada e responsável, a prevenção, a orientação e a reconstrução das comunidades?

A ideia de corretores de seguros atuando como voluntários civis, integrados ao poder público e sob coordenação institucional, não é marketing nem heroísmo. É coerência. Coloco-me à disposição das lideranças institucionais do mercado para que, juntos, possamos unir forças e encontrar os caminhos para estruturar essas ideias e colocar o mercado de seguros na posição de destaque que ele merece – no centro do debate público e no coração de milhões de brasileiros.

Fonte: RUCO, em 25.02.2026