Por Diego Maia (*)



O mercado de seguros brasileiro está passando por uma transformação silenciosa — mas profunda. Nos últimos anos, as chamadas *insurtechs* ganharam espaço aceleradamente, mudando a forma como seguros são vendidos, contratados e até percebidos pelos consumidores. Plataformas digitais, inteligência artificial, contratação online, análise automatizada de risco e atendimento instantâneo deixaram de ser tendência e passaram a fazer parte da realidade do setor.

E isso levanta uma pergunta inevitável: a permanência do corretor de seguros será ameaçada? A minha resposta é objetiva: não. Mas o corretor que insistir em trabalhar como há dez anos correrá risco, sim.

Os números ajudam a explicar por que o tema ganhou relevância. Segundo dados da **Distrito Insurtech Report**, o Brasil já ultrapassou a marca de **200 insurtechs em operação**, atuando em segmentos como: seguros automotivos; vida; saúde; proteção; residencial; seguros empresariais; e análise de dados e prevenção de riscos.

O avanço é impulsionado principalmente pelo novo perfil do consumidor: mais digital, mais imediatista e menos tolerante à burocracia. Uma pesquisa da **PwC** revelou que mais de **60% dos consumidores brasileiros preferem processos digitais simplificados na contratação de serviços financeiros**, incluindo seguros. E isso muda completamente o jogo.

Cotação rápida, contratação online, atendimento imediato e linguagem simples geram conveniência. Por outro lado, o mercado de seguros possui uma característica que nenhuma tecnologia conseguiu eliminar: a necessidade de confiança.

Seguro não é compra por impulso. É uma decisão emocional ligada à proteção, patrimônio, saúde,

família e futuro e é justamente nesse aspecto que o corretor continua sendo extremamente relevante.

O profissional que apenas “faz cotação” já é substituído, pois a tecnologia faz isso mais rápido. Já aquele que se posiciona como um consultor, que orienta, explica, educa e auxilia, emplaca melhores resultados. Um outro levantamento, da **Capgemini Research Institute**, aponta que mais de **70% dos clientes preferem a interação humana em decisões financeiras complexas,** onde o seguro se enquadra, inclusive.

As insurtechs também criaram oportunidades

Considerar as insurtechs apenas como concorrentes é um erro estratégico, pois na prática, elas também abriram portas. Simplificaram processos, reduziram burocracia, aceleraram emissão de apólices, facilitaram comparações e ampliaram o acesso do consumidor ao mercado de seguros, aquecendo o setor.

A diferença é que com a inovação, se antes o consumidor dependia exclusivamente do corretor para obter informação, hoje ele já chega mais informado, conectado e exigente. Por isso, o corretor que produzir conteúdo, esclarecer dúvidas, orientar clientes e construir presença digital nas redes sociais se transformará em referência.

Existe ainda muito o que ser conquistado no setor, pois o Brasil tem baixa penetração de seguros comparado a países desenvolvidos. Dados da **CNseg** mostram que o mercado segurador representa cerca de **6% do PIB.**

Diante de uma perspectiva de crescimento exponencial, o corretor bem sucedido será o que se adaptar à tecnologia, aproveitar a facilidade da automação na jornada de vendas e que paralelamente cultivar relações sólidas e duradouras com seus clientes. O profissional moderno não vende somente apólices, mas tranquilidade.

(*) **Diego Maia** é considerado o Especialista em vendas número 1 do Brasil, palestrante de vendas mais contratado do país, autor de 8 livros publicados (dentre eles o livro “O Corretor de Seguros e a Nova Forma de Vender”) e apresentador do Podcast de Vendas do Diego Maia. É fundador da CDPV — Companhia de Palestras.

(06.05.2026)