

Mercado de seguros deve movimentar R\$ 808 bilhões

Previsão é de crescimento de 5,7% para este ano

O setor de seguros deve registrar crescimento de 5,7% na arrecadação de 2026 sobre o ano passado. A se confirmar, isto equivale a uma movimentação de R\$ 808 bilhões. Os cálculos são da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg), revisados diante de um cenário macroeconômico, digamos, mais desafiador, considera os seguros de saúde suplementar, previdência aberta e capitalização e aponta saúde, automóvel e habitacional entre os segmentos de destaque.

A base de dados do primeiro semestre mostra avanço em parte relevante desse mercado. Os seguros de danos e pessoas, excluindo o VGBL, arrecadaram R\$ 113,86 bilhões de janeiro



a junho, com alta nominal de 6,51% sobre o mesmo período de 2025. O seguro auto movimentou R\$ 30,73 bilhões, crescimento de 6,29%, enquanto o seguro de vida avançou 10,29%, segundo a Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Na avaliação da Costa & Sampaio Seguros, maior

acesso à informação, preocupação com eventos climáticos e busca por proteção da renda e do patrimônio estão entre os fatores que ajudam a explicar a procura. “Houve uma transição clara do consumo reativo, de comprar seguro apenas porque o banco exige ou por medo de roubo de veículo, para o consumo proativo”, afirma Márcio Costa, dire-

tor de Seguros da Costa & Sampaio

Necessidade obriga a mudança

A mudança de comportamento amplia também uma questão prática: diante da variedade de produtos disponíveis, qual proteção faz sentido para cada consumidor? Não há uma resposta única. Renda, patrimônio, dependentes, dívidas e atividade profissional são alguns dos fatores que devem ser considerados antes da contratação.

Para um profissional autônomo ou liberal, por exemplo, um período sem trabalhar poderá comprometer diretamente a renda. Recomendação é que exista planejamento, desde o início da carreira, por exemplo, respeitando-se caso a caso.

El Niño aumenta risco de perdas e acende alerta

Mais de R\$300 bilhões em prejuízos foram provocados por eventos climáticos extremos na economia brasileira nos últimos dez anos, segundo a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg). A agricultura concentrou cerca de 90% desse impacto. Em 2026, a atuação do El Niño adiciona uma nova variável de risco para um setor em que produção, crédito e capacidade de investimento dependem diretamente das condições climáticas.

O fenômeno deve permanecer pelo menos até o início de 2027, segundo informações do Painel El Niño, elaborado por órgãos como Instituto Nacional de Meteorologia (INMET), Instituto Nacional de Pesquisas Espaciais (INPE) e Centro Nacional de Monitoramento e Alertas de Desastres Naturais (Cemaden). Os modelos apontam possibilidade de intensificação do fenômeno entre a primavera e o verão de 2026, deixando um pouco de previsibilidade.

Para o produtor, o problema vai além da redução da colheita. Uma quebra de safra pode diminuir a receita disponível para pagar financiamentos, fornecedores e despesas da propriedade, além de limitar os recursos para o ciclo seguinte. “O impacto não termina na porteira. Uma quebra de safra reduz a geração de caixa do produtor e pode comprometer o pagamento de financiamentos e fornecedores”, afirma Pedro Basso, CEO da WFlow Agro.

Dados apresentados pela Confederação da Agricultura e Pecuária do Brasil (CNA) mostram a real dimensão do problema. A inadimplência do crédito rural contratado a taxas de mercado chegou a 10% em setembro de 2025, ante 3,37% um ano antes. Segundo a entidade, a sequência de problemas climáticos e a baixa cobertura do seguro rural contribuíram para a deterioração financeira dos produtores. E, claro, todo esse quadro pode gerar um impacto inevitável nos preços.

Infra precisa do dobro de recursos

Dobrar os investimentos em infraestrutura para reduzir o déficit histórico do setor e se aproximar dos padrões internacionais. É o que precisa o Brasil, no momento, conforme o estudo Financiamento dos Investimentos em Infraestrutura no Brasil, da Confederação Nacional da Indústria (CNI), que propõe um novo regime de financiamento para ampliar a participação do capital privado e sustentar projetos de longo prazo.

Em 2024, foram investidos R\$ 266,8 bilhões em infraestrutura, equivalentes a 2,27% do PIB. Segundo a CNI, o país precisaria elevar esse patamar para 4,65% do Produto Interno Bruto (PIB), cerca de R\$ 550 bilhões por ano, e mantê-lo por pelo menos duas décadas.

Para a CNI, nenhuma fonte de recursos, isoladamente, é capaz de atender às necessidades do país. O novo regime deveria combinar recursos públicos e privados, ampliar o mercado de capitais e criar condições para investimentos de longo prazo (ABR).

O modelo de growth das startups entrou em colapso

Luciano Freitas (*)

Boa parte das startups confundiu – e ainda confunde – crescimento com construção de valor. Bastava acelerar aquisição, inflar base de usuários, comprar mídia em escala e sustentar uma narrativa suficientemente sedutora para a próxima rodada aparecer. Em algum momento, o mercado passou a tratar o alto custo de aquisição de cliente (CAC) como sinal de ambição e prejuízo operacional como prova de visão de longo prazo. Funcionou bem enquanto o dinheiro seguia barato.

O problema surge quando sobra pouco diferencial competitivo para negócios sustentados apenas por tráfego pago e expansão artificial. O mercado então volta aos pontos básicos de empresa relevante, que são a marca, o produto, a reputação, a comunidade e a capacidade real de gerar percepção de valor.

A ruptura mais simbólica desse ciclo talvez tenha surgido com a WeWork e o SoftBank. Bilhões financiaram uma expansão global baseada na crença de crescimento infinito. A lógica parecia irrefutável com a ocupação do mercado mais rápido do que a capacidade de análise dos investidores. Até o momento em que o mercado resolveu fazer uma pergunta inconveniente: “essa operação realmente fica em pé?”. A resposta apareceu da pior maneira possível.

O trauma espalhou um novo comportamento entre os VCs. Investidores voltaram a procurar eficiência, margem, retenção e previsibilidade. O mercado saiu da era da tese sedutora e entrou na era da comprovação, enquanto crescimento isolado perdeu glamour.

Mesmo assim, parte relevante das startups segue despejando recursos em mídia paga, pressionando equipes por escala contínua e tratando a cultura empresarial como um slide bonito da apresentação institucional. O colapso desse ecossistema pode ser resumido em uma frase quase cruel pela simplicidade: “As empresas descobriram que não só custava

dinheiro, também custava a saúde mental da galera.”

Durante anos, o mercado romantizou ambientes exaustivos como se desgaste humano representasse alta performance. Virou comum encontrar empresas sustentadas por aquisição cara, baixa retenção, times esgotados e uma crença quase religiosa de que a próxima rodada resolveria tudo. Em muitos casos, a conta chegou antes.

O ponto mais interessante da discussão aparece justamente na lógica quase oposta ao modelo clássico de growth desenfreado. Ou seja, marca forte nasce de produto, comunicação, liderança, experiência e cultura apontando para o mesmo lugar. Quando cada área vende uma empresa diferente, a credibilidade desaparece. Por outro lado, quando tudo comunica coerência, marca deixa de funcionar como campanha e passa a operar como percepção consolidada.

Por isso, empresas como Disney, Rolex, Apple, Nike e Airbnb continuam relevantes mesmo atravessando ciclos econômicos desafiadores. Nenhuma delas construiu valor apenas comprando tráfego. Todas criaram percepção consistente, com produto, experiência, narrativa, design, atendimento e posicionamento funcionando na mesma direção. Parece simples, mas o ecossistema tech só descobriu isso depois de gastar bilhões.

A ironia da situação mora justamente aí. IA amplia eficiência operacional, enquanto cultura sustenta execução. Marca gera diferenciação e comunidade cria recorrência. Produto resolve permanência e growth continua importante, desde que exista algo relevante crescendo junto.

Brian Chesky, fundador do Airbnb, costuma repetir uma frase que resume melhor esse novo ciclo do que boa parte dos playbooks de growth da última década: “It’s better to have 100 people love you than 1 million people who sort of like you”. Um dia, quem sabe, o mercado vai perceber o tamanho dessa diferença.

(*) Luciano Freitas é CEO e cofundador da Aftermoon.



Estatais de Infraestrutura

No próximo 16 de novembro acontecerá o Encontro Nacional de Estatais de Projetos e Infraestrutura. O evento, organizado pela Necta, reunirá gestores públicos, dirigentes de empresas estatais, investidores, financiadores, consultorias e escritórios de advocacia para debater os desafios e as oportunidades do setor no país. A programação acontece das 9h às 18h, na Rua Sumidouro, 580, em Pinheiros, e tem foco em governança, inovação, investimentos, parcerias público-privadas (PPPs) e concessões. O acesso é restrito a convidados, mas quem tiver interesse pode se inscrever em lista de espera pelo site <https://p3c.com.br/encontro-nacional-de-estatais/>

IA Generativa

A **FM2S Educação e Consultoria, startup sediada no Parque Científico e Tecnológico da Unicamp**, está com inscrições abertas para um curso gratuito e online de **Inteligência Artificial Generativa**. As inscrições podem ser realizadas até **30 de setembro**. Com 16 horas de duração, a formação aborda o funcionamento de modelos de inteligência artificial, construção de prompts, refinamento de respostas e aplicações práticas da tecnologia em diferentes atividades profissionais. Inscrições pelo link <https://www.fm2s.com.br/cursos/inteligencia-artificial-generativa>

Cyber Security

Inteligência artificial, agentes autônomos, fraudes digitais, ataques à cadeia de fornecedores e proteção de infraestruturas críticas estarão entre os principais temas do Cyber Security Summit Brasil 2026, que acontece nos dias 5 e 6 de outubro, no Grand Hyatt São Paulo. O evento, que comemora 10 anos nesta edição, contará com uma programação que reunirá líderes de cibersegurança de organizações como Santander, Banco do Brasil, Itaú Unibanco, Bradesco, B3, Mercado Livre, Rede D’Or, Dasa, Hospital Sírio-Libanês, Braskem, Aegea Saneamento, LATAM Airlines, GOL, Klabin, Livelio, Banco Toyota e Credicorp, além de especialistas internacionais.

Cyber – II

Entre as principais atrações internacionais do Cyber Security Summit Brasil está David A. Cass, referência global em cibersegurança, governança de IA e riscos de ativos digitais. Atual Head of Security e CISO da Keyrock, Cass já liderou áreas de segurança em organizações como IBM, JPMorgan Chase e PwC e foi vice-presidente de Cyber and IT Risk do Federal Reserve Bank of New York. O setor financeiro também terá espaço de destaque. Líderes de Santander, Dock, Banco BV e Banco do Brasil estarão no painel “Redesenhando a confiança: o novo modelo de segurança no sistema financeiro”, que discutirá identidades digitais, agentes de IA, novas fraudes, riscos de terceiros e resiliência operacional. Inscrições: <https://cybersecuritysummit.com.br/>



Artistas/Sangue

Purple Pulse reúne fãs de diferentes artistas em campanha nacional de doação de sangue. A mobilização acontece até 30 de setembro. No Rio, ação no Hemorio também arrecada brinquedos e materiais escolares para pacientes da ala pediátrica. Proposta é de uma grande **campanha nacional**. A campanha nasceu dentro da comunidade ARMY, fã do BTS, e faz parte do Projeto Brasil Roxo. Abraçam a causa fãs de artistas como Olivia Rodrigo, Luan Santana, Justin Bieber, Ariana Grande, Coldplay, Anitta, Dua Lipa, RAYE, Shawn Mendes, TWICE, Adele, Camila Cabello, Harry Styles e Zayn, entre outros. As datas e os procedimentos podem variar de acordo com cada hemocentro. As informações sobre os locais participantes e as orientações para doação estão sendo divulgadas e atualizadas pelo Projeto Brasil Roxo, no perfil @brasilroxo_bts. Email: brasilroxoobs7@gmail.com

Reserva Indígena

A Topema Innovations e o Canal Restaurante fazem doação de fogão industrial para a Reserva Indígena Guarani na Aldeia de Arandú Vera, localizada no município de Erebangó/RS e liderada pelo Cacique Joel Kuaray Pereira. A comunidade necessitava do fogão para preparo de refeições da escola infantil indígena, e alimentação comunitária. Área fica na Terra Indígena Mato Preto, na região do Alto Uruguai gaúcho.

Golpe do pescado

A Associação de Bares e Restaurantes (Abrasel) orienta associados a comprar pescado corretamente e evitar golpes. Cartilha recém-lançada da associação traz dicas práticas de compra, conservação e identificação de fraudes, além de ajudar empresários a resolver problemas como troca de espécies e excesso de gelo no peso do produto. O material tem como objetivo reduzir riscos sanitários e evitar que os estabelecimentos caiam em golpes na hora da compra. Entre os problemas mais comuns estão a venda de espécies baratas como se fossem nobres – como o caso do camarão cinza apresentado como camarão rosa. A cartilha completa está disponível gratuitamente no <https://conexao.abrasel.com.br/>

Expo Frutas

A organização da The Brazil Conference & Expo divulgou balanço da sua 10ª edição, consolidando posição como a feira de negócios especialista da cadeia de frutas, flores, legumes, verduras e ovos (FFLVO) na América Latina. Realizada no mês que passou, registrou crescimento da visitação de profissionais de segmentos estratégicos, como o varejo (30%), produtores (41%) e importadores e exportadores (44%). Este avanço acompanha o crescimento da própria feira, que nesta edição ampliou em 56% sua área de exposição e recebeu 67 novas marcas. O espaço apresentou soluções e tecnologias para diferentes etapas da cadeia, da produção e rastreabilidade à logística, processamento, embalagens e comercialização.