

# CORREIO ECONÔMICO

POR  
MARTHA IMENES

Dados apontam alta de 16,1% nas vendas do comércio

## Impulsionado pelas férias, comércio tem alta de 16,1%

As férias escolares contribuíram para movimentar o comércio de produtos e serviços no mês de janeiro em todo o país.

Dados apurados pelo Itaú Unibanco apontam um crescimento de 16,1% nas vendas realizadas entre os dias 1º e 31 de janeiro, quando comparado com o mesmo período do ano passado.

Os números levantados consideram as vendas realizadas via adquirência, pelas Laranjinhas (cartões de débito e crédito), Pix QR Code e Pix Transferência, feitas de pessoa física (PF) para pessoa jurídica (PJ), tanto no e-commerce quanto presencialmente. O setor que mais cresceu no período foi a venda de celulares, com 35,8%.

### Setor de viagens e alimentos em alta

Outro setor beneficiado foram as agências de viagem, com aumento de 34,9%, comércio atacadista de mercadorias em geral, com predominância de produtos alimentícios, que obteve reforço de 33,9%, e comércio varejista de livros, que se viu com acréscimo de 23,9%. Materiais de construção e viagens aéreas também registraram crescimento, alcançando 13,3% e 12,5%, respectivamente.

Divulgação



Plataforma de publicidade da Uber tem alta na receita

## Uber Advertising ultrapassa US\$ 2 bi

A Uber divulgou seus resultados financeiros do quarto trimestre e do ano fiscal de 2025. No anúncio, a companhia informa que a Uber Advertising – plataforma de publicidade digital da Uber que permite às marcas anunciar para os milhões de usuários da plataforma (apps de viagens e Uber Eats) – ultrapassou a marca de US\$ 2 bilhões em receita anualizada globalmente, registrando crescimento superior a 50% na comparação anual. Ao longo de 2025, a área expandiu seu portfólio de soluções estratégicas de marketing, conectando anunciantes a consumidores.

## 202 milhões de usuários mensais

De acordo com a Uber, que conta com 202 milhões de usuários ativos mensais globalmente, a plataforma faz parte da rotina diária das pessoas e permite que marcas se conectem a audiências em momentos relevantes da jornada. "A plataforma segue focada em transformar atenção em ação, conectando campanhas a resultados concretos de negócios", disse em nota.

## Investimentos

Os investimentos de instituições na Bolsa de Valores (B3) em 2025 foram de R\$ 1,7 trilhão no mercado à vista, sendo R\$ 997,4 em ações. Na comparação entre dezembro de 2024 e dezembro de 2025, o volume negociado no mercado à vista registrou crescimento de 15%. No segmento de ações, o avanço foi de 25%.

## Bom momento

O aumento reflete o bom momento do mercado de investimentos do país, com a bolsa atingindo a marca de 186 mil pontos, e foi obtido a partir da plataforma Datawise+, operada pela própria B3 e pela empresa Neoway. Investidores institucionais na bolsa são entidades jurídicas que gerenciam grandes volumes.

## Mais visadas

As ações mais visadas por investidores institucionais em 2025, foram as de empresas de energia, bancos e mineração. Entre as empresas com maior volume de aportes as ações da Vale atraíram R\$ 86 bilhões no período. As empresas de energia atraíram R\$ 130,4 bilhões, sendo R\$ 67,9 bilhões na Petrobras.

## Energia e bancos

Também entraram no ranking de energia: a Prio, com R\$ 21,8 bilhões, Axia Energia, com R\$ 20,7 bilhões na Axia Energia e Equatorial Energia (R\$ 20 bilhões).

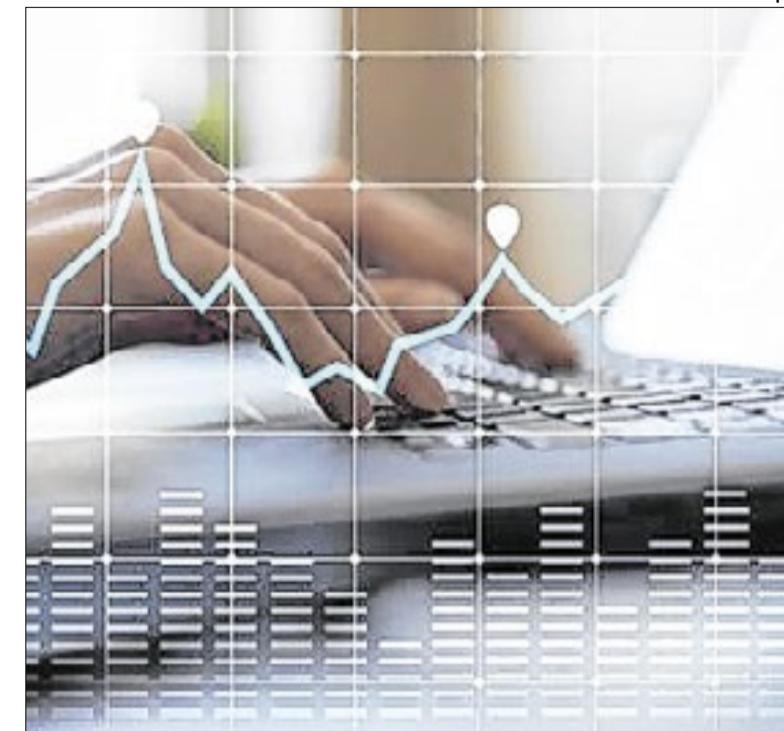
Entre os bancos o total foi de R\$ 114,5 bilhões, com o Itaú Unibanco atraíndo R\$ 45 bilhões, o Banco do Brasil R\$ 37,8 bilhões e o Bradesco R\$ 31,7 bilhões.

## Dólar e bolsa

O dólar norte-americano fechou em estabilidade. A moeda abriu o dia em queda que chegou a 0,55% às 10h12 no comercial para venda. No fim do dia, a divisa fechou em estabilidade, vendido a R\$ 5,250. O Ibovespa, principal índice de ações da bolsa brasileira, fechou em 181.708,23 pontos, queda de 2,13%.

## Análise

"O movimento de alta do dólar é explicado, em grande medida, pelo fortalecimento da moeda americana no exterior, que pressiona divisas de países emergentes. Esse quadro se reforça com a piora do desempenho do Ibovespa, que recua quase 3%, sinalizando provável saída de recursos", avalia Bruno Shahini, especialista da Nomad.



Crescimento nominal do setor de seguros chegou a 7%

# Setor de seguros movimentou R\$ 313 bilhões

Apólices de pessoas e de vida impulsionaram o mercado

Por Martha Imenes

como ponte entre risco, proteção e planejamento financeiro.

O mercado segurador brasileiro em 2025 manteve ritmo de expansão, acelerando uma mudança estrutural na forma como o consumidor se relaciona com proteção financeira. Dados da Superintendência de Seguros Privados (Susep) mostraram que o setor supervisionado movimentou aproximadamente R\$ 313 bilhões entre janeiro e setembro, com crescimento nominal acima de 7% na comparação anual, impulsionado por seguros de pessoas.

Já, segundo informações da Federação Nacional de Previdência Privada e Vida (Fenaprevi), o seguro de vida registrou avanço de dois dígitos no acumulado de 2025, refletindo uma demanda mais qualificada por proteção diante de riscos financeiros, sucessórios e de saúde.

A expansão ocorre em paralelo à mudança no perfil do consumidor, que passou a priorizar clareza contratual, personalização de coberturas e orientação técnica contínua, reduzindo o peso do preço como fator decisivo na contratação.

Para Leandro Lago, proprietário do Grupo Futuro e especialista em proteção de riscos financeiros, o setor vive uma transição estrutural. "O consumidor está mais informado e mais exigente. Ele não quer apenas contratar um seguro, quer entender o impacto daquela decisão no orçamento, na família e no patrimônio ao longo do tempo", afirma. Segundo ele, a corretora deixa de ser um canal de venda e passa a atuar

A educação financeira do cliente virou parte central dessa equação. Pesquisas do IBGE indicam que mais de 70% dos brasileiros não possuem reserva financeira suficiente para lidar com imprevistos prolongados. Esse dado ajuda a explicar a expansão de produtos como seguros de vida com cobertura em vida, previdência privada e seguros patrimoniais customizados, que ganham espaço à medida que o consumidor entende a função da proteção antes do investimento. "Planejamento começa pela proteção. Sem isso, qualquer estratégia financeira fica vulnerável", diz Lago.

A personalização, por sua vez, se consolidou como diferencial competitivo. Com apoio de tecnologia, análise de dados e segmentação mais refinada, seguradoras e corretoras passaram a desenhar soluções sob medida para diferentes perfis de renda, fase de vida e atividade econômica.

A lógica de produtos padronizados perde força diante de um consumidor que espera contratos ajustados à sua realidade. "Não existe mais seguro genérico. Existe proteção adequada ou inadequada", afirma o executivo.

"A tecnologia organiza o processo, mas a decisão continua sendo humana. O corretor que souber usar dados sem perder a capacidade de escuta vai liderar esse novo ciclo do mercado", conclui Lago.