

Especialistas da Lojacorr Seguros apontam que conscientização do consumidor é fator central para ampliar acesso da população aos seguros



Atualmente, apenas 28,5% da frota nacional possui seguro e somente 17% dos domicílios brasileiros contam com Seguro Residencial, segundo informações do setor segurador, a partir de levantamento de dados da CNseg (Confederação Nacional das Seguradoras) e do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Os números evidenciam um cenário de baixa penetração dos seguros patrimoniais no Brasil e, ao mesmo tempo, revelam oportunidades para corretores ampliarem sua atuação por meio de uma abordagem mais consultiva e educativa junto aos consumidores.

Para André Moreno, diretor regional Sul da Lojacorr Seguros, o mercado ainda é fortemente impactado por fatores culturais e pela falta de informação da população sobre proteção patrimonial. “Os dados revelam um mercado com baixa penetração, moldado por fatores culturais, mas com imenso potencial de crescimento”, afirma.

Segundo Moreno, existe uma percepção equivocada sobre o custo dos seguros, especialmente no segmento residencial. “Apenas 17% das residências são protegidas porque o consumidor desconhece que o seguro residencial é, proporcionalmente, muito mais barato que o seguro auto”, destaca.

O diretor também avalia que o crescimento do setor depende diretamente do fortalecimento da educação financeira da população. “Esses números indicam que o mercado tem um vasto espaço para crescimento, dependendo diretamente da conscientização e educação financeira do consumidor”, diz.

No Seguro Auto, fatores econômicos, perfil de risco e dificuldades de acesso ainda afastam parte da

população da contratação da proteção. Antônio Carlos Fois, diretor regional Centro Sudeste da Lojacorr Seguros ressalta que o custo da apólice ainda pesa no orçamento de muitas famílias. “Os principais motivos são a percepção de que o preço do seguro é elevado, especialmente para as classes média e baixa, já que o valor anual do seguro ainda pesa no orçamento”, afirma.

O diretor também chama atenção para questões estruturais do mercado brasileiro, como o envelhecimento da frota nacional e a falta de conhecimento sobre os benefícios da proteção securitária. “É importante ressaltar que a maioria da população tem baixa educação financeira e securitária, e por isso muitos entendem o seguro como despesa, e não como proteção patrimonial”, completa.

Diante desse cenário, a atuação consultiva dos corretores ganha ainda mais relevância. Para Moreno, o crescimento das corretoras parceiras da Lojacorr Seguros passa não apenas pela conquista de novos clientes, mas também pela ampliação das soluções oferecidas à base já atendida. “Em vez de necessariamente concentrar seu crescimento em buscar novos clientes, o corretor deve oferecer novas soluções, como o Seguro Residencial, para quem já confia no seu trabalho”, explica.

O diretor destaca ainda que o momento atual, marcado pelo aumento de eventos climáticos extremos e pela insegurança patrimonial, exige uma comunicação mais próxima da realidade das famílias brasileiras. “É importante utilizar o contexto atual de eventos climáticos e insegurança não para vender pelo medo, sob uma perspectiva alarmista, mas para mostrar que o seguro é a ferramenta mais acessível de planejamento financeiro e proteção familiar existente hoje”, afirma.

Na avaliação da Lojacorr Seguros, o corretor tem papel central na ampliação da cultura do seguro no país. Ao traduzir coberturas, assistências e benefícios para a realidade do consumidor, o profissional contribui para tornar a proteção patrimonial mais compreensível e acessível, fortalecendo o mercado e ampliando a segurança financeira das famílias brasileiras.

Fonte: Lide Multimídia, em 22.05.2026