

A nova edição da Pesquisa de Percepção do Mercado Corretor (PMC), promovida pelo Sincor-SP, foi destaque no [programa Comentário Econômico](#), da GR TV, apresentado pelo especialista Francisco Galiza e pelo jornalista Paulo Alexandre. Nesta edição, que foi ao ar em 17 de junho, a 1ª vice-presidente do Sincor-SP, Simone Fávaro, e o 2º secretário e diretor de Comunicação da entidade, Rogério Freeman, participaram enviando perguntas ao programa sobre os desafios e as oportunidades do seguro residencial.

Durante o programa, Galiza apresentou os objetivos da pesquisa, que dá continuidade ao levantamento realizado em 2025 sobre o seguro de automóvel. A primeira edição reuniu quase mil corretores de seguros e aproximadamente seis mil avaliações sobre os serviços prestados por 35 seguradoras. Segundo o especialista, o estudo mostrou, de forma geral, uma percepção positiva dos corretores em relação ao atendimento das companhias, ao mesmo tempo em que apontou oportunidades de aprimoramento em aspectos específicos, como a rapidez na liquidação de sinistros. As avaliações individuais permaneceram confidenciais e foram compartilhadas exclusivamente com as respectivas seguradoras.

Agora, o foco da Pesquisa PMC passa a ser o seguro residencial. Galiza reforçou o convite para que os corretores paulistas participem do levantamento, destacando que a qualidade dos resultados depende diretamente do engajamento da categoria. “Quanto maior a quantidade de corretores participando, mais significativa será a amostra e mais precisas serão as conclusões sobre esse seguro tão importante para o mercado”, afirmou.

Ao participar do programa, Simone Fávaro perguntou quais estratégias podem ajudar os corretores a ampliar a comercialização do seguro residencial. Na resposta, Galiza destacou que o principal desafio é fortalecer a cultura da proteção, mostrando aos consumidores que o produto oferece ampla cobertura, diversos serviços agregados e um custo bastante acessível.

Segundo ele, o corretor também deve enxergar o seguro residencial como uma importante porta de entrada para construir um relacionamento de longo prazo com o cliente, criando oportunidades para a oferta de outros produtos no futuro.

“O corretor tem que falar da cultura da proteção, dos serviços e também do preço. É um seguro acessível e pode ser o primeiro passo para um relacionamento que trará novos negócios no futuro”, ressaltou.

Já Rogério Freeman abordou o baixo índice de penetração do seguro residencial no Brasil e questionou como esse cenário pode ser transformado. Galiza lembrou que apenas cerca de 15% das residências brasileiras possuem seguro, percentual que evidencia um amplo potencial de crescimento para o segmento.

“O seguro residencial deve ser visto como uma oportunidade enorme pelo seu potencial de crescimento e também como uma porta de entrada para ampliar o relacionamento com o cliente. Os ganhos no médio e longo prazo podem ser muito relevantes”, afirmou.

A Pesquisa PMC integra a estratégia do Sincor-SP de produzir inteligência de mercado a partir da percepção dos próprios corretores de seguros, oferecendo informações que contribuem para o aprimoramento dos serviços prestados pelas seguradoras e para o fortalecimento da atividade de corretagem. Após o encerramento da coleta de dados, os resultados serão consolidados e apresentados ao mercado, seguindo o modelo adotado na pesquisa sobre o seguro de automóvel.

Para participar da pesquisa, [clique aqui](#).

Fonte: Sincor-SP, em 22.06.2026