

Análise conduzida pelo estrategista Genival de Souza e Silva mostra que os indicadores revelam diferenças na lógica de retenção de clientes e apontam a necessidade de estratégias específicas para cada carteira



Imagem Magnific; Foto: Genival de Souza e Silva, estrategista e cofundador da DHOMO INS

A DHOMO INS, empresa especializada em educação estratégica para o mercado de seguros, analisou os dados de maio do Índice de Preços do Seguro de Automóvel e Moto (IPSA), desenvolvido pela TEx em parceria com a Serasa Experian, e identificou comportamentos distintos entre as renovações de seguros de automóveis e motocicletas. Na avaliação da empresa, as diferenças observadas vão além da variação de preços e oferecem indicativos importantes sobre a forma como as corretoras conduzem seus processos de retenção de clientes.

Os números mostram que, no seguro de automóvel, a renovação realizada na própria corretora fechou maio em 3,9%, enquanto a renovação vinda de outra corretora ficou em 3,1% e o seguro novo em 5,9%. Quem permaneceu pagou mais do que quem trocou. A renovação interna saiu 25,8% mais cara do que a realizada por outra corretora. Já no seguro de motocicleta ocorre o inverso: a renovação interna, em 6,9%, é a mais econômica das três, abaixo da renovação de outra corretora, em 8,0%, e do seguro novo, em 9,6%.

Segundo Genival de Souza e Silva, estrategista e cofundador da DHOMO INS, é justamente nessa diferença que o índice deixa de ser apenas um indicador de preços e passa a revelar como cada corretora conduz seus processos de renovação. "Auto e moto se comportam em direções opostas na renovação, e a maioria das corretoras processa os dois na mesma esteira. Quando o processo é único, o dado que o mercado oferece deixa de ser usado", diz.

Para ele, a diferença observada no seguro de automóvel não nasce da cotação. "O multicálculo já entrega as opções. O que falta não é cálculo, é consideração. Quando a corretora disputa o cliente de outra, o time cota em mais seguradoras, testa combinações de cobertura e franquia e monta a proposta mais competitiva que consegue. Na renovação de quem já é da casa, esse esforço raramente se repete. Renova-se na mesma seguradora, muitas vezes sem recotar, na confiança de que a classe de bônus e a relação já garantem um bom preço."

A análise também aponta uma mudança no comportamento do consumidor. "O cliente que hoje encontra condição melhor fecha direto. Ele não volta para avisar e dar à corretora a chance de cobrir. Operar esperando essa segunda chance é uma retenção passiva que não corresponde mais ao que o mercado faz."

No seguro de motocicleta, a interpretação é diferente. Há menos seguradoras com apetite para esse segmento, o que limita as possibilidades de quem busca conquistar clientes de outras corretoras. Soma-se a isso o perfil dos segurados que migram entre empresas. "Quem permanece na moto é a carteira mais antiga, com classe de bônus consolidada e uso menos exposto. É esse perfil que sustenta o índice mais baixo. O número de quem chega reflete outro perfil, não uma cobrança maior de quem o recebe."

Para a DHOMO INS, os números revelam uma questão operacional importante. "Renovação de auto e renovação de moto não deveriam seguir o mesmo processo. No auto, recotar, comparar e apresentar o resultado ao cliente gera retenção e justifica o tempo do time. Na moto, o perfil que troca responde a preço, e dedicar a mesma presença humana é uso ineficiente de um recurso que é finito."

Segundo Genival, a discussão não é sobre atender menos, mas sobre distribuir melhor os esforços da equipe. Há uma leitura mais ampla por trás desse cenário. Na avaliação da DHOMO INS, o preço dos seguros de automóveis e motocicletas convergiu para um novo piso ao longo de 2025 e, quando o preço deixa de ser o principal diferencial competitivo, passam a ganhar importância os

processos internos e a capacidade de interpretar corretamente os dados disponíveis. "A transformação do mercado não é previsão para 2030. Já começou. O feeling de sempre já não dá conta do que mudou, e o IPSA é uma das evidências disso ao alcance de qualquer corretora, atualizada todos os meses."

Para o estrategista, os números de maio provocam uma reflexão importante para as lideranças das corretoras. "A pergunta que o índice devolve é simples: sua operação está lendo o que os dados mostram para se diferenciar ou continua renovando tudo da mesma forma, independentemente do que o próprio mercado está sinalizando?"

Fonte: DHOMO INS/Ruco Assessoria e Comunicação, em 06.07.2026.