

Com peças mais caras e tecnologia de ponta o seguro deixou de ser apenas proteção contra roubo e passou a ser um instrumento de planejamento financeiro

Quem comprou ou trocou de carro nos últimos anos provavelmente também percebeu outra mudança: fazer um seguro ficou mais caro. A valorização dos veículos, a alta no preço das autopeças e o avanço da tecnologia embarcada interferiram no custo das apólices. Mas, afinal, ainda vale a pena manter o veículo segurado?

Para especialistas do setor, a resposta é sim. Embora o investimento anual tenha aumentado, os custos de um acidente, furto, roubo ou mesmo de uma colisão simples cresceram em ritmo semelhante, em muitos casos, podem comprometer o orçamento de uma família.

"O seguro automotivo continua sendo uma das principais ferramentas de proteção financeira. Hoje, um pequeno acidente pode gerar um prejuízo muito superior ao valor pago pela apólice ao longo de um ano, principalmente por causa do aumento do custo das peças e da tecnologia presente nos veículos", explica Mayara Xavier, gerente da Saga Seguros.

O cenário ajuda a explicar por que o mercado continua em expansão. Dados do setor apontam que o Seguro Auto movimentou cerca de R\$ 61,6 bilhões em prêmios em 2025, com expectativa de crescimento de 7,7% em 2026. Ainda assim, a penetração do produto permanece baixa: aproximadamente 70% da frota brasileira circula sem seguro, deixando milhões de motoristas expostos a prejuízos financeiros.

Mais do que roubo, o maior risco está nas pequenas colisões

Durante muito tempo, o seguro era associado principalmente à proteção contra roubo e perda total. Hoje, porém, a realidade é diferente. Segundo o boletim anual de sinistros da Agência Nacional de Transporte Terrestre divulgado, 84.154 acidentes de trânsito foram registrados em rodovias brasileiras em 2025, evidenciando que situações inesperadas continuam fazendo parte da rotina dos motoristas.

Faróis em LED, sensores de estacionamento, câmeras, retrovisores elétricos e sistemas eletrônicos tornaram os veículos mais sofisticados — e também mais caros de reparar. "Antes o cliente pensava no seguro para se proteger contra roubo. Hoje ele contrata pensando na batida do dia a dia. Um farol full LED pode custar entre R\$ 3 mil e R\$ 7 mil, enquanto um para-choque equipado com sensores ultrapassa R\$ 5 mil. Uma colisão aparentemente simples pode gerar um prejuízo superior ao valor de um ano inteiro de seguro", afirma Mayara.

Além dos danos ao próprio veículo, existe outro fator que pesa na decisão: a responsabilidade civil. Quando há envolvimento de terceiros, os custos aumentam rapidamente. Além do reparo do outro veículo, podem existir despesas com danos corporais, carro reserva e até processos judiciais. Sem cobertura, o motorista precisa arcar sozinho com esses valores.

Consumidor busca alternativas para manter a proteção

Embora a inflação e os juros elevados tenham reduzido o orçamento das famílias, a tendência observada no mercado não é de abandono do seguro, mas de adaptação das coberturas. Segundo Mayara, muitos clientes passaram a optar por planos mais enxutos, retirando itens considerados secundários para preservar as proteções essenciais.

"Quem precisa reduzir despesas normalmente não deixa de fazer seguro. O que acontece é uma migração para coberturas mais básicas, com franquias maiores ou sem adicionais como carro reserva e proteção para vidros. Assim, o cliente continua protegido contra os principais riscos pagando menos."

Na Saga Seguros, esse movimento tem sido percebido nas contratações realizadas ao longo de 2026. A principal tendência hoje é a personalização. Muitos consumidores preferem manter coberturas para roubo, furto, perda total e danos a terceiros, abrindo mão apenas de alguns serviços adicionais. Em muitos casos, isso reduz significativamente o valor da apólice.

A gerente destaca que, mesmo para veículos mais antigos ou de menor valor, não é recomendável ficar totalmente desprotegido. "Quando o seguro compreensivo deixa de fazer sentido financeiro, orientamos a contratação de uma cobertura reduzida, voltada para roubo, furto, perda total, terceiros e assistência 24 horas. Dependendo do perfil, ela pode custar até 40% menos que uma apólice completa", destaca.

Quando o seguro realmente vale a pena?

A recomendação é avaliar o seguro considerando não apenas o preço da apólice, mas também a capacidade financeira do proprietário para absorver um prejuízo inesperado. Veículos financiados, carros de maior valor, motoristas que utilizam o automóvel diariamente para trabalhar ou famílias que dependem do veículo na rotina estão entre os perfis que mais se beneficiam da contratação.

"O seguro deve ser visto como proteção financeira e não como um gasto evitável. Você transforma um risco de dezenas ou até centenas de milhares de reais em um custo previsível, parcelado e planejado. Quem já precisou acionar o seguro normalmente entende esse valor com muita clareza", ressalta. Mayara acrescenta que o consumidor deve analisar outros fatores antes de fechar contrato.

Preço é importante, mas não pode ser o único critério. É fundamental avaliar a cobertura para terceiros, o valor da franquia, a assistência 24 horas, as exclusões da apólice e a qualidade do atendimento da corretora. "O seguro mais barato pode acabar sendo o mais caro quando ocorre um sinistro", alerta.

Mercado deve crescer com produtos mais flexíveis

Apesar do cenário econômico desafiador, a expectativa do setor é de aumento gradual da adesão ao seguro automotivo nos próximos anos. Segundo a gerente, a tendência é que as seguradoras invistam em produtos mais personalizados, contratação totalmente digital e modelos de cobertura adaptados ao perfil de cada motorista.

"O mercado está caminhando para soluções mais acessíveis e flexíveis. O consumidor quer contratar apenas o que faz sentido para sua realidade, sem abrir mão da proteção. A tendência é que o seguro se torne cada vez mais personalizado e alcance um número maior de brasileiros", conclui.

Sobre o Grupo Saga

Fundado em 1972 em Goiânia, o Grupo Saga consolidou-se como uma das principais referências do setor automotivo nacional e figura entre os três maiores grupos de concessionárias do país. Presente em cinco estados e no Distrito Federal, com mais de 110 operações e um portfólio de 20 marcas, a empresa mantém uma atuação pautada pela expansão, inovação e excelência no relacionamento com o cliente.

Fonte: Kasane, em 05.08.2026