

Por Wanise Ferreira

Apesar de ter registrado crescimento em número de domicílios cobertos, o seguro residencial continua sendo um grande desafio para as seguradoras. O esforço para mudar a cultura do brasileiro em relação a esse produto é contínuo e pesado. São vários os obstáculos, como a ideia generalizada de que se trata de um produto caro, o que é contestado pelos executivos dessa área. Há ainda uma baixa percepção de riscos, mesmo os climáticos, e pouco conhecimento sobre o que pode ser coberto num contrato desse tipo. Para acelerar vendas, as empresas se desdobram em novos produtos que vão desde serviços de emergência 24 horas até pacotes Premium que englobam de joias a coleções de arte.

Leia [aqui](#) a matéria na íntegra.

Fonte: [Valor Econômico](#), em 21.03.2017.