Proteção ainda é exceção para carros e casas no Brasil

Levantamento da CNseg mostra que apenas 29% dos automóveis e 17% das residências brasileiras possuem seguro e aponta caminhos para ampliar o acesso à proteção financeira

Apenas 29% dos automóveis em circulação e cerca de 17% das residências brasileiras possuem seguro. Os dados fazem parte de levantamento da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) que traça o perfil do consumidor pessoa física e dimensiona a lacuna de proteção patrimonial no país.

O estudo mostra que a maior parte dos carros e das casas permanece exposta aos impactos financeiros de roubos, colisões, incêndios, danos elétricos, eventos climáticos e outras ocorrências. Ao mesmo tempo, revela espaço para ampliar a inclusão securitária entre diferentes faixas de renda e regiões.

Como os índices de cobertura foram calculados?

Os percentuais nacionais foram obtidos por meio do cruzamento de informações do mercado segurador com bases externas. No Seguro Automóvel, a CNseg comparou aproximadamente 18,4 milhões de automóveis segurados com uma frota de 63,3 milhões de automóveis registrada pela Secretaria Nacional de Trânsito (Senatran).

O resultado indica que menos de um em cada três automóveis possui seguro. Outros 44,9 milhões circulam sem essa proteção. O cálculo considera especificamente automóveis e não inclui motocicletas, caminhões ou outras categorias.

No Seguro Residencial, a estimativa de 17% foi construída com informações da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg) e dados sobre os domicílios brasileiros do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE).

Já os indicadores sobre idade, renda, gênero e distribuição regional dos consumidores foram elaborados pela Comissão de Inteligência de Mercado da CNseg com informações fornecidas por empresas que representam aproximadamente 56% do mercado analisado. Na divulgação específica sobre Seguro Automóvel, esse alcance foi arredondado para cerca de 60%.

A distinção metodológica é importante: as taxas de cobertura de automóveis e residências são estimativas nacionais, enquanto os dados de perfil se referem à base das empresas participantes. As informações integram o **levantamento divulgado no Notícias do Seguro**.

Quem contrata Seguro Automóvel no Brasil?

A classe C lidera a contratação do Seguro Automóvel e representa 41% dos clientes da base analisada. Em seguida aparecem as classes B, com 24%, e D, com 23%.

A participação da classe C mostra que a proteção não está restrita aos proprietários de automóveis de alto valor. Entre os bens segurados, 46% valem até R$ 70 mil e 27% estão avaliados entre R$ 71 mil e R$ 100 mil.

A maior parte dos consumidores está em faixas etárias associadas à atividade econômica e à consolidação patrimonial: 29% têm entre 36 e 45 anos e 26% estão entre 46 e 55 anos.

Na distribuição regional, o Sudeste concentra 53% dos segurados, seguido pelo Sul, com 16%, e pelo Centro-Oeste, com 15%. Os números refletem diferenças de renda, urbanização, tamanho da frota e acesso aos canais de distribuição.

O que significa ter 71% dos automóveis sem seguro?

Para milhões de famílias, o automóvel é mais do que um bem de consumo. Ele pode ser utilizado para o trabalho, para o deslocamento da família e para o acesso a serviços essenciais.

Sem seguro, o proprietário precisa assumir integralmente os custos de reparação ou reposição diante de uma colisão, um roubo, uma enchente ou uma perda total. Dependendo da gravidade, o prejuízo pode consumir a reserva financeira, levar à contratação de crédito ou interromper uma fonte de renda.

O Seguro Automóvel pode reunir coberturas para colisão, incêndio, roubo e furto, além de responsabilidade civil por danos causados a terceiros e serviços de assistência. As proteções dependem das condições contratadas.

Quem possui Seguro Residencial?

O perfil do consumidor de Seguro Residencial é mais maduro. Entre os segurados da base pesquisada, 24% têm entre 56 e 65 anos e 17% possuem mais de 65 anos.

A classe C também é o principal grupo nesse segmento, com 31% dos clientes. As classes D e B aparecem em seguida, com 27% e 21%, respectivamente.

O Sudeste concentra 56% das contratações, seguido pelo Sul, com 15%, Nordeste, com 13%, Centro-Oeste, com 11%, e Norte, com 5%.

A presença das classes C e D reforça que o Seguro Residencial não é uma proteção destinada apenas a imóveis de alto padrão. Ainda assim, cerca de cinco em cada seis moradias brasileiras permanecem fora da cobertura.

Como o Seguro Residencial protege o patrimônio?

O Seguro Residencial oferece cobertura básica para riscos como incêndio, queda de raio dentro do terreno segurado e explosão. De acordo com a contratação, também pode incluir proteção contra danos elétricos, roubo ou furto qualificado, vendaval e responsabilidade civil, além de serviços de assistência.

As coberturas, os limites de indenização, as franquias e os serviços variam de acordo com cada apólice. Por isso, a contratação deve considerar as características do imóvel, os riscos da região e a capacidade financeira da família para enfrentar um prejuízo.

Quando uma residência sem seguro é atingida por um evento grave, os custos de reparação ou reconstrução recaem diretamente sobre o proprietário ou o morador. Em situações de maior impacto, a recuperação pode exigir endividamento, venda de outros bens ou apoio do poder público.

O que é a lacuna de proteção?

A lacuna de proteção é a diferença entre os prejuízos econômicos aos quais pessoas, empresas e governos estão expostos e a parcela dessas perdas que conta com cobertura de seguros ou outros mecanismos financeiros.

No caso das famílias brasileiras, essa diferença aparece de forma concreta nos baixos índices de proteção de automóveis e residências. A falta do seguro não elimina o prejuízo: determina apenas quem terá de absorver seus custos.

O cenário representa uma vulnerabilidade patrimonial, mas também evidencia o potencial de crescimento do setor e a oportunidade de aproximar o seguro de públicos que ainda não se sentem

atendidos.

Por que a classe C é estratégica para a expansão do seguro?

A classe C é o maior grupo de consumidores nos seguros Automóvel e Residencial analisados. São famílias que já possuem patrimônio, mas podem encontrar maior dificuldade para absorver uma perda elevada sem comprometer o orçamento.

Para esse público, preço, clareza das informações, flexibilidade e relevância das coberturas são fatores importantes para a decisão de compra. A ampliação da proteção também passa pela diversificação dos canais de distribuição, pelo uso de meios digitais e por iniciativas de educação financeira e securitária.

O desafio é ampliar continuamente a oferta de produtos simples, acessíveis e adequados a diferentes necessidades e capacidades financeiras.

Como escolher uma proteção adequada?

O preço é um dos fatores considerados na contratação, mas não deve ser o único. O consumidor precisa avaliar os riscos cobertos, as exclusões, os limites de indenização, as franquias e os serviços oferecidos.

No Seguro Automóvel, o valor da apólice varia conforme características como modelo e ano do automóvel, perfil dos condutores, região de circulação e coberturas escolhidas.

No Seguro Residencial, entram no cálculo a localização, o tipo de construção, a utilização do imóvel e os valores definidos para cada cobertura. A orientação de um corretor de seguros pode ajudar na comparação dos produtos e na identificação das necessidades de proteção.

O que os dados revelam sobre o futuro do setor?

O levantamento mostra que conhecer o consumidor é uma etapa central para reduzir a lacuna de proteção. A expansão não depende apenas do crescimento da arrecadação, mas da capacidade de alcançar famílias, faixas de renda e regiões ainda pouco atendidas.

Os dados também reforçam a importância de desenvolver produtos aderentes aos riscos de cada público, tornar a jornada de contratação mais simples e explicar com clareza o funcionamento do seguro.

Em um país onde menos de um terço dos automóveis e aproximadamente uma em cada seis residências possuem cobertura, ampliar o acesso ao seguro significa fortalecer a capacidade de recuperação das famílias diante de imprevistos.

Perguntas frequentes

O percentual de 29% inclui motocicletas e caminhões?

O percentual de 29% se refere exclusivamente aos automóveis. O cálculo compara aproximadamente 18,4 milhões de automóveis segurados com uma frota de 63,3 milhões. Motocicletas, caminhões e outras categorias não fazem parte desse universo.

Seguro Residencial é obrigatório?

Em geral, não. O Seguro Residencial contratado pelo morador é facultativo e não deve ser confundido com o Seguro Habitacional, normalmente vinculado aos contratos de financiamento imobiliário.

O seguro cobre qualquer prejuízo?

Não. A indenização depende das coberturas, dos limites, das franquias, dos riscos excluídos e das demais condições previstas na apólice.

Quem mora de aluguel pode contratar Seguro Residencial?

Sim. O inquilino pode contratar coberturas para proteger os bens mantidos no imóvel e outras responsabilidades previstas no produto. Proprietário e morador devem avaliar quais interesses precisam ser protegidos.

Quatro institutos analisam as eleições de 2026 em evento do LIDE patrocinado pela CNseg

Quaest, AtlasIntel, Datafolha e Paraná Pesquisas destacam o peso da rejeição, a menor mobilização do eleitorado e as variáveis que mantêm a disputa presidencial aberta

- Quatro dos principais institutos de pesquisa do país apresentaram diferentes leituras sobre as eleições de 2026 durante o Almoço Empresarial LIDE de 27 de julho, realizado em São Paulo com patrocínio da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg).
- Quaest, AtlasIntel, Datafolha e Paraná Pesquisas afastam a ideia de que o resultado esteja definido.
- Rejeição elevada aos nomes que lideram as pesquisas, menor mobilização do eleitorado, mudanças na distribuição regional dos votos e acontecimentos ainda imprevisíveis da campanha estão entre os fatores que podem alterar a disputa até outubro.

As análises foram apresentadas por Felipe Nunes, CEO da Quaest; Andrei Roman, CEO da AtlasIntel; Luciana Chong, diretora do Datafolha; e Murilo Hidalgo, presidente do Paraná Pesquisas. O encontro também contou com a participação do cientista político Antonio Lavareda, presidente de honra da Associação Brasileira de Pesquisadores Eleitorais (ABRAPEL).

Embora partam de metodologias e perspectivas diferentes, os especialistas convergiram em um ponto: pesquisas registram as preferências do eleitorado no momento em que são realizadas, mas não permitem antecipar o resultado das urnas.

Lavareda lembrou que, em cinco das nove eleições presidenciais realizadas durante a Nova República, houve alteração significativa na colocação dos candidatos entre julho e o dia da votação. Campanhas, debates, alianças e fatos novos podem tanto modificar as opiniões quanto consolidar o cenário atual.

Quaest: quatro dimensões ajudam a compreender o cenário

Para Felipe Nunes, CEO da Quaest, quatro modelos ajudam a interpretar a disputa: fundamentos políticos, voto econômico, preocupações do eleitorado e calcificação política.

O primeiro modelo considera fatores como a aprovação do governo, o tempo de permanência de um grupo no poder e as condições disponíveis a um presidente que disputa a reeleição.

Nunes apresentou uma análise baseada em 140 eleições realizadas em 18 países latino-americanos ao longo de 30 anos. Segundo o modelo da Quaest, a probabilidade de reeleição de Lula avançou de aproximadamente 38% para perto de 60% com a melhora da aprovação do governo.

O percentual não representa uma projeção direta do resultado das urnas. Ele indica que os fundamentos políticos considerados pelo modelo se tornaram mais favoráveis ao presidente.

A segunda dimensão é o voto econômico. Inflação, emprego, renda e poder de compra podem

influenciar a avaliação do governo. Nesse processo, não importam apenas os indicadores objetivos, mas também a maneira como o eleitor percebe a situação econômica de sua família e do país.

A terceira dimensão envolve os assuntos que mais preocupam a população. Economia, saúde, segurança pública, violência e corrupção podem adquirir pesos diferentes durante a campanha. Na avaliação de Nunes, violência e corrupção oferecem oportunidades eleitorais à oposição, enquanto a percepção econômica passou a contribuir para uma situação mais favorável ao governo.

O quarto modelo é o da calcificação política. O conceito procura explicar a permanência de dois grandes campos que organizaram as últimas disputas presidenciais.

De acordo com os dados apresentados por Nunes, lulismo e antipetismo concentram aproximadamente 35% do eleitorado cada. Entre esses dois grupos está uma parcela de eleitores independentes, menos identificada com os polos e, portanto, mais suscetível à avaliação do governo, da economia, dos candidatos e dos acontecimentos da campanha.

Embora parte dos eleitores manifeste insatisfação com as opções disponíveis e interesse por um nome situado fora dos dois polos, Nunes considera mais provável, no cenário atual, uma disputa entre Lula e Flávio Bolsonaro.

Para o CEO da Quaest, os fundamentos políticos colocam Lula em situação mais favorável, enquanto alguns dos temas que preocupam a população podem beneficiar a oposição. O comportamento dos independentes e o desempenho dos nomes apresentados ao eleitorado serão decisivos para o resultado.

Datafolha: três grupos podem desempenhar papel decisivo

Luciana Chong, diretora do Datafolha, concentrou sua apresentação nos grupos que poderão influenciar o resultado. Segundo os dados apresentados, a disputa permanece polarizada, mas o eleitorado está menos mobilizado do que no mesmo período de 2022.

Um dos indicadores dessa diferença é a intenção espontânea. Nessa modalidade de pesquisa, o entrevistador não apresenta uma lista de candidatos. A resposta ajuda a indicar quais preferências já estão mais consolidadas.

No fim de julho de 2022, 25% dos entrevistados não indicavam espontaneamente um candidato. No levantamento apresentado por Chong, o percentual chegava a 37%. A indefinição era maior entre mulheres, jovens, moradores da Região Sul e eleitores não identificados com o lulismo ou o bolsonarismo.

A diretora do Datafolha também destacou a semelhança entre as rejeições dos dois nomes mais bem posicionados. Nos dados apresentados, 46% dos entrevistados rejeitavam Lula e 48%, Flávio Bolsonaro.

Essa proximidade pode favorecer uma eleição marcada não apenas pela adesão, mas também pelo voto destinado a impedir a vitória do adversário. Na avaliação de Chong, a rejeição poderá ter peso semelhante ao observado em 2022.

Mulheres, pessoas com 60 anos ou mais e eleitores não alinhados aos dois principais campos merecem atenção especial.

Mulheres representam 53% do eleitorado

As mulheres demonstravam, de maneira geral, maior inclinação por Lula, mas estavam menos mobilizadas do que em 2022.

Na intenção espontânea, as menções a Lula entre as eleitoras passaram de 37%, em 2022, para

28% no levantamento apresentado. O nome do campo bolsonarista, que alcançava 22% com Jair Bolsonaro em 2022, registrava 14% com Flávio Bolsonaro. Ao mesmo tempo, 45% das mulheres não citavam espontaneamente nenhum candidato.

Os resultados também variavam dentro do próprio eleitorado feminino. Lula apresentava melhor desempenho entre as mulheres mais jovens e as mais velhas, enquanto Flávio Bolsonaro obtinha resultados mais fortes nas faixas intermediárias.

Entre as mulheres evangélicas, grupo que corresponde a aproximadamente 15% do eleitorado brasileiro, Flávio aparecia à frente. A rejeição a Lula nesse segmento chegava a 62%.

Pessoas idosas ganham participação

As pessoas com 60 anos ou mais representam cerca de 23% do eleitorado. O número de eleitores nessa faixa etária cresceu 74% desde 2010.

Esse aumento ocorre ao mesmo tempo que se observa uma mudança na participação eleitoral. Enquanto a abstenção cresce entre os mais jovens, diminui entre as pessoas idosas.

Nos dados apresentados pelo Datafolha, Lula mantinha vantagem de 11 pontos sobre Flávio Bolsonaro nesse grupo. Crescimento demográfico, maior comparecimento e preferência relativamente mais definida ampliam a influência desse segmento.

Não alinhados concentram a maior indefinição

Os eleitores não identificados nem com o lulismo nem com o bolsonarismo correspondem a aproximadamente 24% do total e apresentam menor engajamento na disputa.

Entre eles, 53% não citavam espontaneamente nenhum candidato. Na pesquisa estimulada de primeiro turno apresentada por Chong, Lula aparecia com 25% e Flávio Bolsonaro, com 15%. Romeu Zema, Ronaldo Caiado e Renan Santos somavam 21%, enquanto 25% permaneciam sem candidato.

Em um cenário de segundo turno, 40% dos não alinhados preferiam Lula, 31% escolhiam Flávio e 26% afirmavam que votariam em branco ou anulariam. Flávio havia perdido sete pontos nesse grupo desde o levantamento anterior.

Os números indicam uma vantagem de Lula entre os não alinhados, mas também mostram que nenhum dos dois nomes havia conquistado a maioria do segmento. A proporção de indefinidos, brancos e nulos mantém aberto um espaço relevante para mudanças durante a campanha.

AtlasIntel: desgaste da base de Lula contrasta com vantagem nas pesquisas

Andrei Roman, CEO da AtlasIntel, chamou a atenção para um dos principais paradoxos da eleição. Pesquisas de diferentes institutos identificam sinais de perda de força do lulismo em segmentos importantes, mas Lula permanece à frente nos cenários eleitorais apresentados.

Segundo Roman, esse desgaste aparece no Nordeste, entre os jovens e na classe C. Em alguns estados nordestinos, a votação de Lula no primeiro turno poderá, em sua avaliação, ficar até dez pontos abaixo do resultado alcançado no ciclo eleitoral anterior.

Isoladamente, essas mudanças poderiam sugerir uma situação amplamente favorável à oposição. Não era isso, entretanto, que mostravam os levantamentos apresentados pela AtlasIntel. Nos cenários mencionados por Roman, Lula registrava vantagem de aproximadamente dez pontos no primeiro turno e de cerca de sete pontos no segundo.

Para o CEO da AtlasIntel, a explicação está na diferença entre os fatores estruturais da eleição e as

características específicas de cada candidatura.

Aprovação do governo, identificação política e percepção da economia integram a estrutura da disputa. Durante a campanha, porém, também entram em cena a imagem dos candidatos, sua capacidade de comunicação, os temas aos quais conseguem se associar e a maneira como respondem aos questionamentos públicos.

Flávio Bolsonaro chegou a aparecer à frente de Lula em cenários de segundo turno medidos anteriormente pela AtlasIntel, mas posteriormente perdeu terreno. Na interpretação de Roman, esse movimento mostra que o desgaste do governo não se converte automaticamente em apoio a um nome da oposição.

A corrupção, apontada nas pesquisas como uma preocupação do eleitorado, poderia oferecer um campo favorável ao discurso oposicionista. A capacidade de explorar o tema, porém, dependerá da credibilidade que cada candidatura conseguir construir durante a campanha.

Roman também observou que, na aproximação do primeiro turno, uma parcela maior da população passa a acompanhar o processo eleitoral. Com isso, características e questionamentos antes conhecidos principalmente pelos eleitores mais atentos à política podem alcançar novos segmentos.

O primeiro turno ainda pode oferecer espaço para candidaturas alternativas. Roman mencionou o desempenho de Renan Santos e a presença de Ronaldo Caiado entre os sinais de que outros nomes poderão ganhar relevância.

A dinâmica tende a mudar em um eventual segundo turno. Diante de apenas duas opções, identificação política, rejeição e voto contrário a um dos campos adquirem maior peso.

Roman recordou que, em 2022, a distância entre Lula e Jair Bolsonaro diminuiu entre os dois turnos, apesar de pesquisas indicarem que uma parcela expressiva dos eleitores de Simone Tebet e Ciro Gomes preferia Lula. Na avaliação do executivo, parte do sentimento contrário ao candidato petista não encontrou uma única forma de expressão no primeiro turno, mas se concentrou em Bolsonaro na etapa final.

Quando as condições estruturais e os fatores específicos da campanha apontam em direções diferentes, forma-se, segundo Roman, uma “receita de volatilidade eleitoral”. Essa diferença entre o desgaste da base governista e a dificuldade da oposição para convertê-lo em votos torna a eleição especialmente desafiadora para pesquisas e análises.

Paraná Pesquisas: acontecimentos da campanha e mudanças regionais exigem cautela

Para Murilo Hidalgo, presidente do Paraná Pesquisas, qualquer leitura precisa começar pelo reconhecimento de que a eleição ainda está em sua fase inicial.

No momento da apresentação, candidaturas, nomes para vice, alianças partidárias e composições das chapas ainda não estavam completamente definidos. A campanha também passará por entrevistas, sabatinas, erros, denúncias e outros acontecimentos capazes de influenciar o eleitorado.

Com base no quadro disponível, Hidalgo considera provável a realização de um segundo turno. Ressalva, porém, que pesquisas devem ser entendidas como retratos do momento, e não como antecipações do resultado.

O presidente do Paraná Pesquisas recordou acontecimentos imprevistos que interferiram nas três disputas presidenciais anteriores.

Em 2014, a morte de Eduardo Campos em um acidente aéreo levou Marina Silva a assumir a

candidatura e reorganizou temporariamente a eleição. Em 2018, o atentado contra Jair Bolsonaro alterou a dinâmica da campanha. Em 2022, episódios envolvendo Roberto Jefferson e Carla Zambelli produziram repercussão nos últimos dias antes da votação.

Esses acontecimentos não explicam isoladamente os resultados eleitorais. Para Hidalgo, demonstram, contudo, que fatos impossíveis de incorporar antecipadamente às pesquisas podem influenciar o rumo da campanha.

Corrupção volta ao centro das preocupações

Segurança pública, saúde e endividamento apareciam anteriormente nas pesquisas do instituto entre os problemas que mais afetavam os eleitores e suas famílias. Nos levantamentos mais recentes mencionados por Hidalgo, a corrupção voltou ao primeiro lugar.

A expectativa inicial era que segurança, saúde e economia dominassem o debate. Na avaliação do presidente do Paraná Pesquisas, esses assuntos agora deverão dividir espaço com a corrupção.

Hidalgo estima que denúncias relacionadas ao tema possam provocar oscilações de cinco ou seis pontos. Trata-se de uma avaliação do especialista, e não de uma medida aplicável indistintamente a qualquer episódio ou candidatura. Para ele, o impacto da corrupção já não é tão amplo quanto em eleições anteriores, mas ainda pode alterar uma disputa equilibrada.

São Paulo pode ocupar posição decisiva

O Paraná Pesquisas também identifica mudanças na distribuição regional dos votos. Na avaliação de Hidalgo, Lula não deverá repetir no Nordeste o desempenho alcançado em 2022. Ao mesmo tempo, apresenta evolução no Sudeste, inclusive em São Paulo.

Esse deslocamento levou o presidente do instituto a apontar o estado como um possível definidor da eleição, função frequentemente associada a Minas Gerais em disputas anteriores.

“Dessa vez, ao nosso ver, a eleição vai ser decidida no estado de São Paulo”, afirmou Hidalgo.

Na interpretação do especialista, o desempenho de Lula entre os paulistas ajuda a explicar sua vantagem nacional no momento. O comportamento do maior colégio eleitoral do país poderá compensar parte das perdas previstas em regiões nas quais o presidente historicamente apresenta resultados mais fortes.

Hidalgo projeta uma disputa apertada. Sem fatos novos, até mesmo uma vitória mais ampla tenderia, em sua estimativa, a ficar em torno de 53% a 47%. A proximidade entre os índices de rejeição de Lula e Flávio Bolsonaro reforça a avaliação de equilíbrio.

Outro aspecto levantado foi a possibilidade de menor participação dos governadores nas campanhas presidenciais. Se eleições estaduais importantes terminarem no primeiro turno, a ausência de disputas locais na segunda etapa poderá afetar a mobilização regional na votação para presidente.

Hidalgo mencionou particularmente estados do Nordeste e São Paulo. A hipótese dependerá, porém, da configuração efetiva das disputas estaduais e do comportamento do eleitorado no segundo turno.

Quatro leituras para uma eleição ainda aberta

- As apresentações convergiram na avaliação de que Lula ocupa, no momento, a posição mais favorável, mas chegaram a essa conclusão por caminhos diferentes e com ressalvas importantes.
- A Quaest identifica fundamentos políticos que elevaram a probabilidade de reeleição, mas

mostra que os independentes ainda não definiram completamente seu voto. A AtlasIntel aponta uma perda estrutural de força do lulismo e, ao mesmo tempo, dificuldades da oposição para transformar esse desgaste em vantagem. O Datafolha localiza a maior incerteza entre mulheres e não alinhados, além de destacar o peso crescente das pessoas idosas. O Paraná Pesquisas chama a atenção para fatos de campanha, alterações no mapa regional e o possível papel decisivo de São Paulo.

- Observada apenas pelas posições atuais dos nomes testados, a disputa pode transmitir uma imagem de estabilidade. Quando entram na análise a baixa consolidação do voto espontâneo, a rejeição, as diferenças entre primeiro e segundo turnos e a possibilidade de acontecimentos novos, o cenário se mostra mais volátil.
- Mais do que antecipar um vencedor, as avaliações dos quatro institutos identificam as variáveis que deverão ser acompanhadas até outubro.

Importante considerar que o mercado segurador e a CNseg não endossam a opinião ou análise de qualquer instituto de pesquisa.

Fonte: CNseg em 28.07.2026