

 BARÓMETRO 2026

Seguro Multiriscos Habitação

MAIO | 2026

mudey

O Seguro Multirrisco Habitação (doravante MRH) é um importante instrumento de proteção das famílias e do seu património, mas continua muitas vezes a ser subvalorizado no dia a dia.

Nos últimos anos — e de forma particularmente evidente nos primeiros meses de 2026 em Portugal — os fenómenos climáticos extremos vieram reforçar a importância deste tipo de seguro perante situações inesperadas e cada vez mais frequentes. Trouxeram também para debate várias questões estruturais ligadas à proteção das habitações e ao papel deste seguro, num contexto em que já foi anunciada a intenção de tornar o Seguro Multirrisco Habitação obrigatório, ainda que os seus contornos permaneçam por definir.

Este estudo não pretende fazer uma análise técnica do produto, mas sim perceber como os consumidores o encaram: o que sabem sobre o seguro, como o valorizam, qual o seu nível de satisfação e que importância lhe atribuem no contexto atual.

Ao identificar perceções, desafios e oportunidades, o estudo procura trazer uma visão centrada no consumidor e contribuir para o debate sobre as mudanças que se avizinham para o Seguro Multirrisco Habitação.



Índice

➤ Nota Introdutória	4	➤ Como Converter Quem Não Tem Seguro	22
➤ Contexto atual em Portugal	5	➤ Desafios e Oportunidades	24
➤ Caracterização da Amostra	6	➤ Conclusão	25
➤ Auto-avaliação de Conhecimento	11	➤ Sobre a MUDEY	28
➤ Existência de um Seguro de Multirrisco Habitação		➤ Sobre a MudeyPRO	29
Canal de contratação	14	➤ Ficha Técnica	30
Motivações para ter seguro	15		
Conhecimento da apólice	16		
Sentimento face ao preço	19		
Satisfação com o produto	20		

“Este estudo reforça que ainda existe um longo caminho a percorrer na forma como os consumidores encaram o Seguro Multiriscos Habitação e no conhecimento que têm sobre a proteção que este oferece. A satisfação com o produto está hoje muito ligada não apenas às coberturas, mas também à experiência de venda, acompanhamento e apoio ao cliente.

Os resultados mostram também uma necessidade clara de mais e melhor informação para o consumidor final — não só para combater a desinformação, mas também para reduzir a inércia que continua a existir. Persistem diferenças relevantes entre aquilo que os consumidores acham que sabem e o que realmente conhecem sobre o produto.

O momento que o setor atravessa traz também uma oportunidade importante: aproximar os consumidores de um produto que continua muitas vezes distante, pouco compreendido e apenas associado a uma obrigação — apesar da sua relevância crescente na proteção do património das famílias.

Mais do que um estudo sobre seguros, este é um contributo para repensar a forma como se constrói confiança, proteção e literacia junto dos portugueses.”

Ana Teixeira, Co-Founder @ Mudey



Contexto Seguro Multirrisco Habitação em Portugal


O Seguro Multirrisco Habitação atravessa atualmente um período de forte transformação em Portugal. As tempestades que afetaram Portugal Continental entre 27 de janeiro e 13 de fevereiro de 2026 provocaram danos em mais de 200 mil habitações, trazendo o tema da proteção das casas para o centro do debate público e reforçando a importância deste seguro enquanto instrumento de resiliência e proteção das famílias e do seu património.

Esta relevância torna-se ainda mais evidente num país onde a habitação concentra grande parte da riqueza das famílias. Dados do Instituto Nacional de Estatística apontam que mais de metade da riqueza dos portugueses está concentrada em imóveis residenciais. Ou seja, nas suas casas.

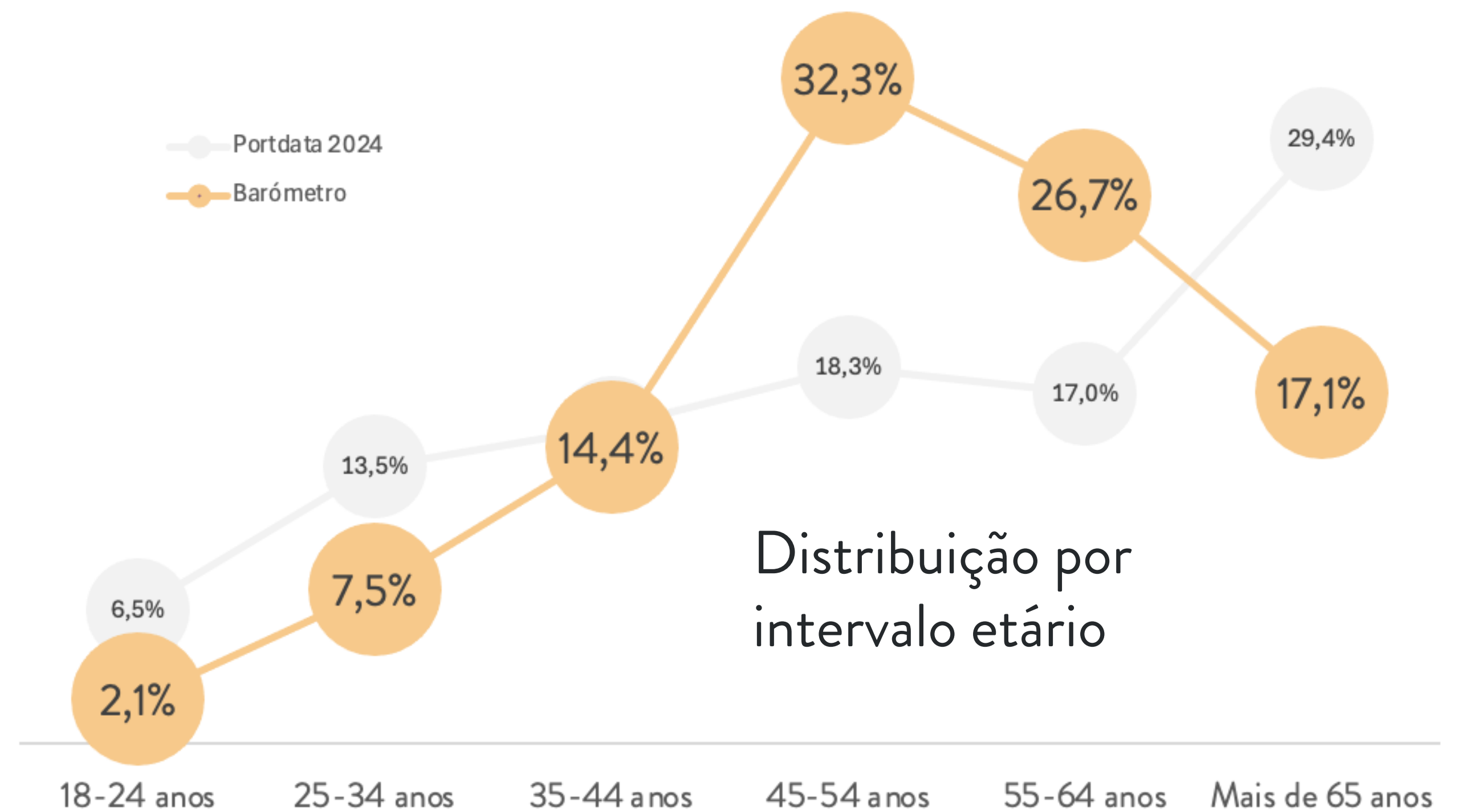
Apesar disso, os níveis de proteção continuam longe de ser generalizados e persistem desafios estruturais relevantes. 53% do parque habitacional tem Seguro Multirrisco Habitação e apenas 19% inclui cobertura para risco sísmico, de acordo com dados da Associação Portuguesa de Seguradores.

Em abril de 2026, o Governo anunciou, no âmbito do PTRR, a criação de um seguro obrigatório contra catástrofes naturais e riscos sísmicos para habitações, associado a um novo Fundo de Catástrofes Naturais e Sísmicas. Os contornos do regime aguardam ainda a publicação do respetivo decreto-lei, com entrada em vigor prevista para 2027.

Caracterização da Amostra

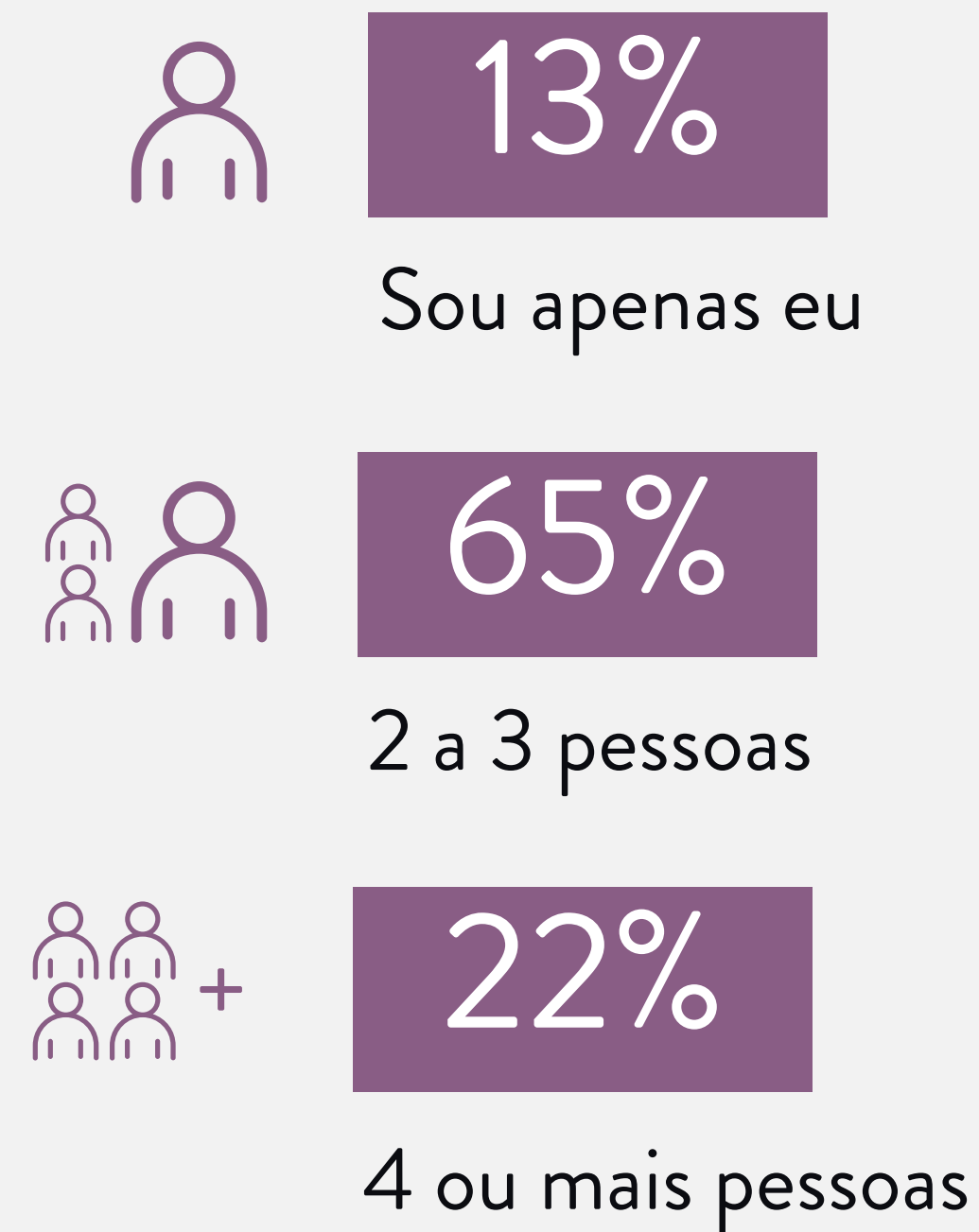
 **61%** dos participantes são do sexo masculino.

 **39%** do sexo feminino.

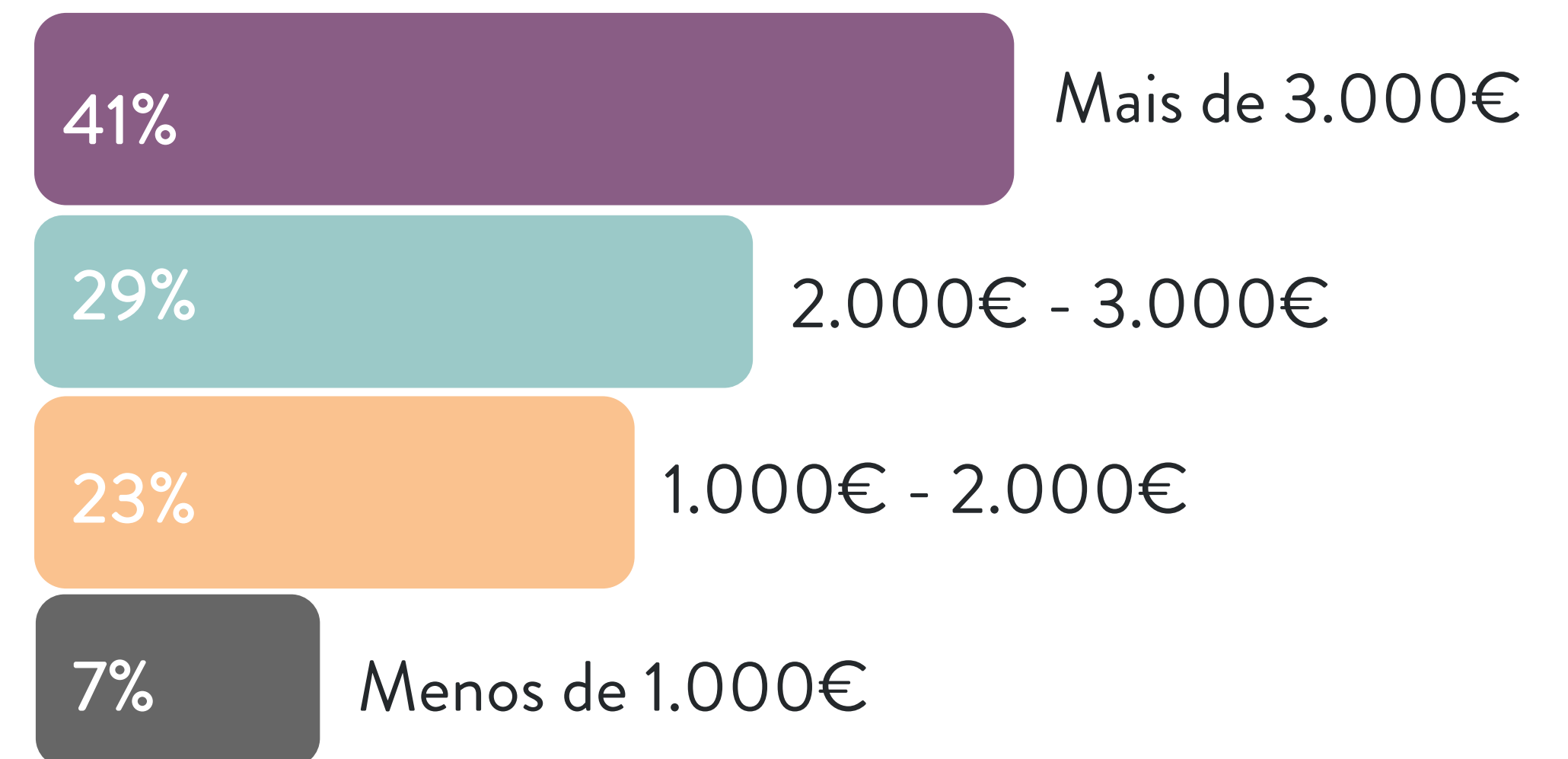


A amostra apresenta uma distribuição etária distinta da população portuguesa em 2024 (pordata) caracterizando-se por uma **média de idades inferior à média nacional**.

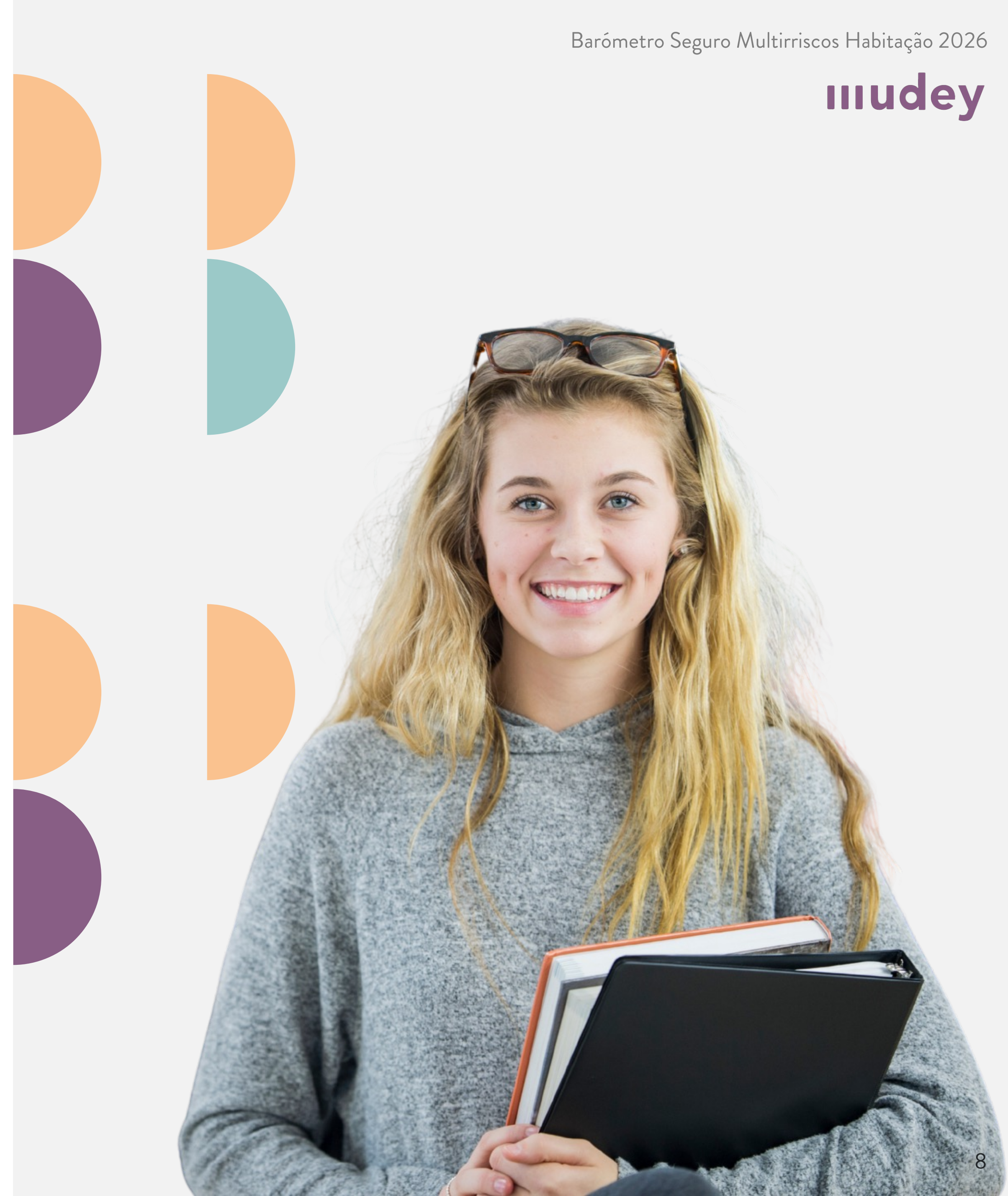
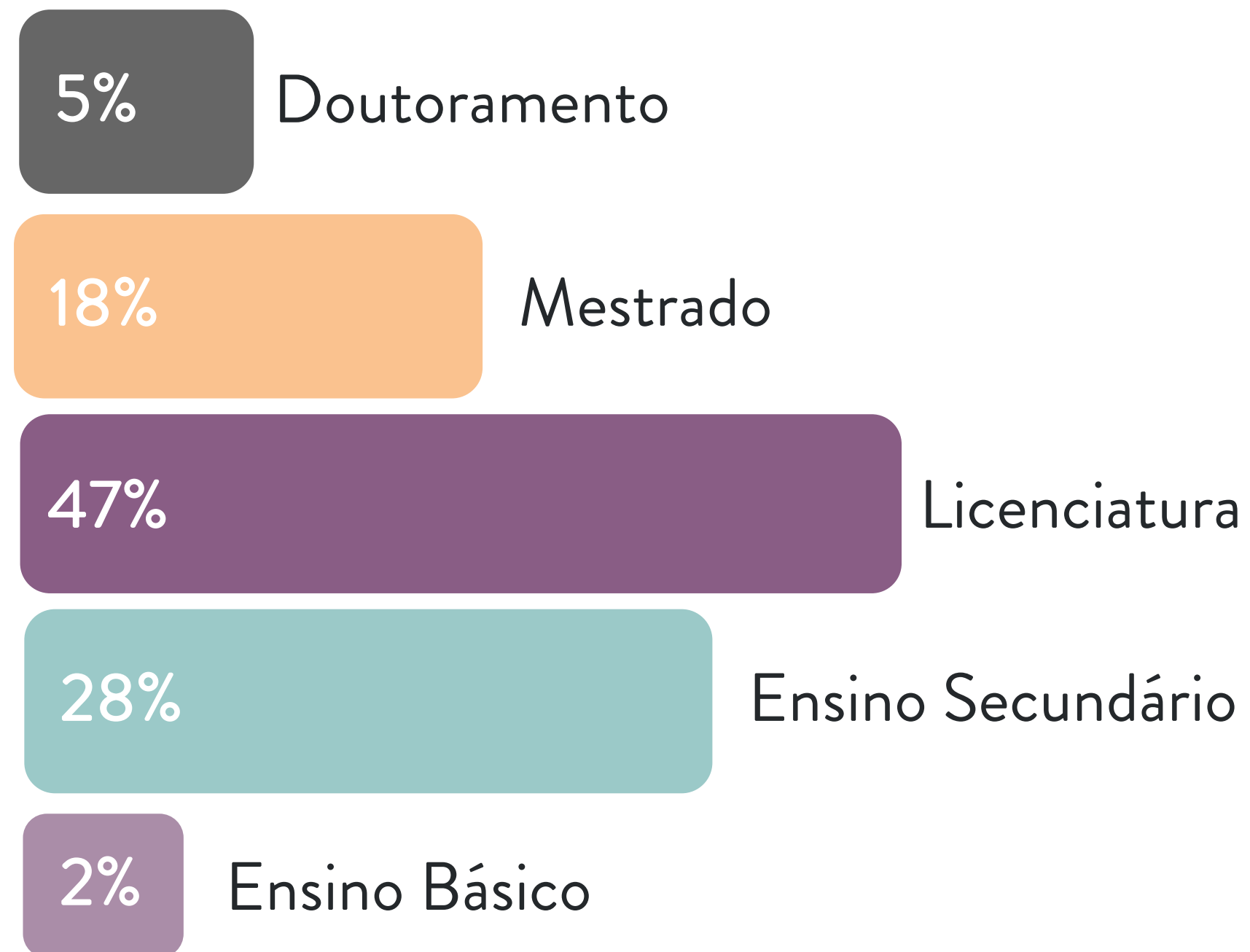
Composição do agregado familiar



Rendimento mensal do agregado familiar



70%
dos participantes possuem ensino superior





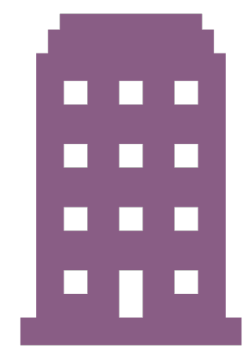
81%

dos participantes tem **casa própria**

48%

com casa própria tem um **crédito habitação ativo**

Tipologia das habitações



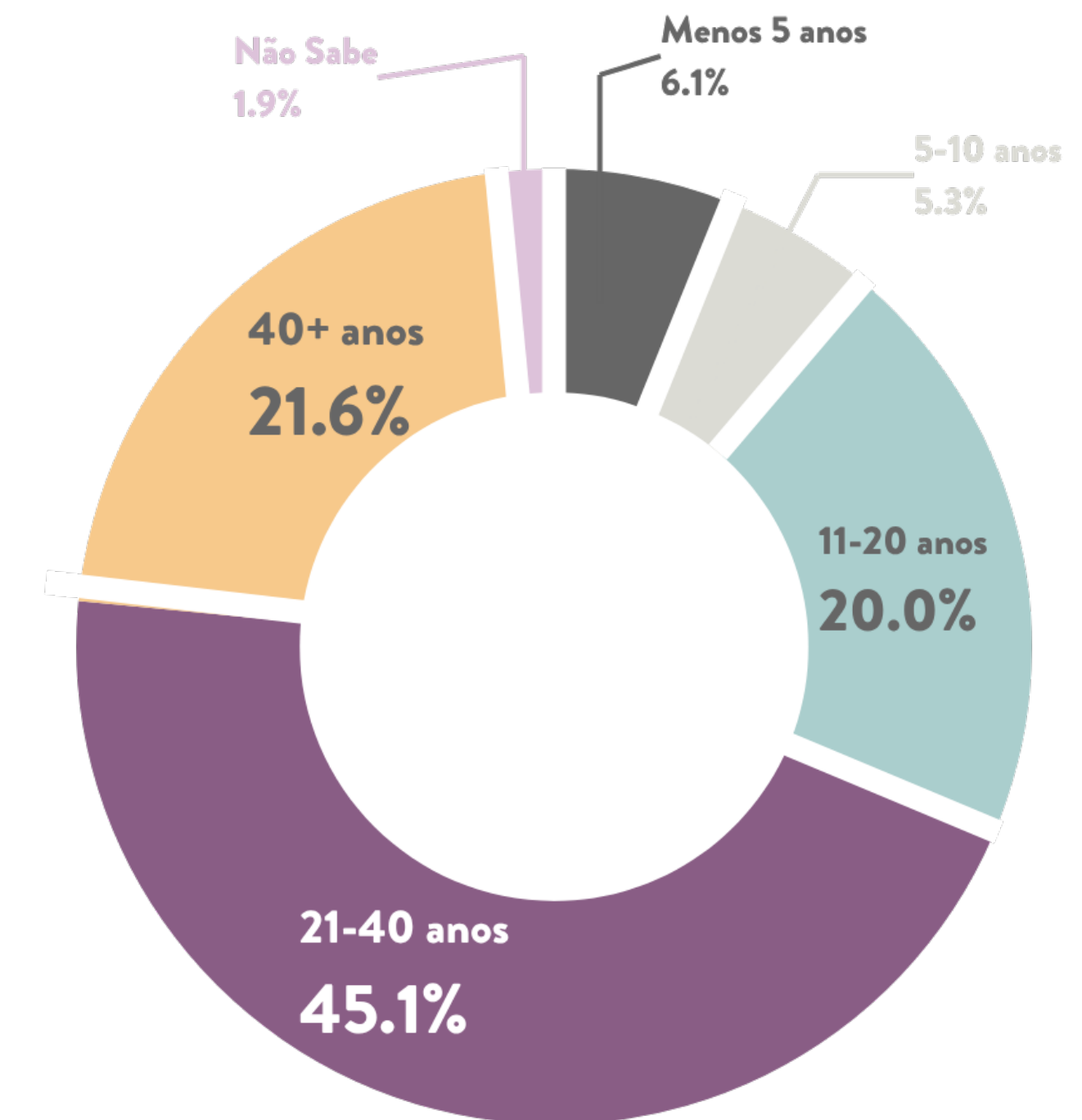
50%

dos participantes vive em apartamentos



Os restantes 50% em moradias

Antiguidade da habitação

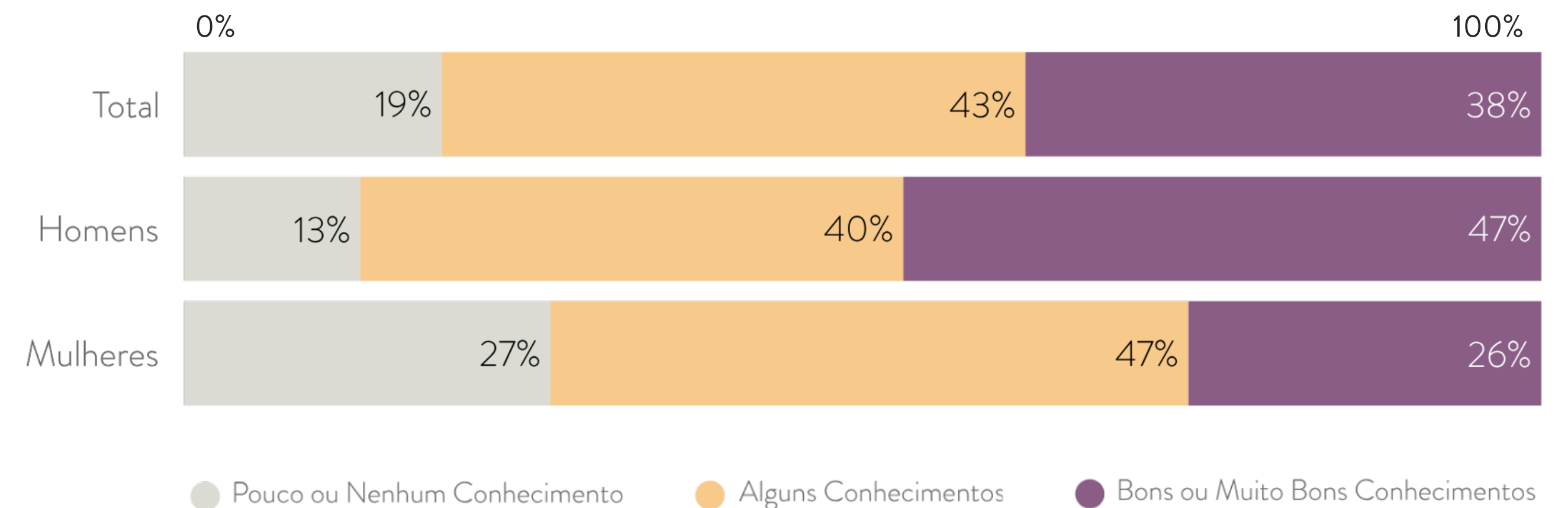


38%

dos inquiridos indica ter bons conhecimentos sobre o Seguro Multiriscos Habitação

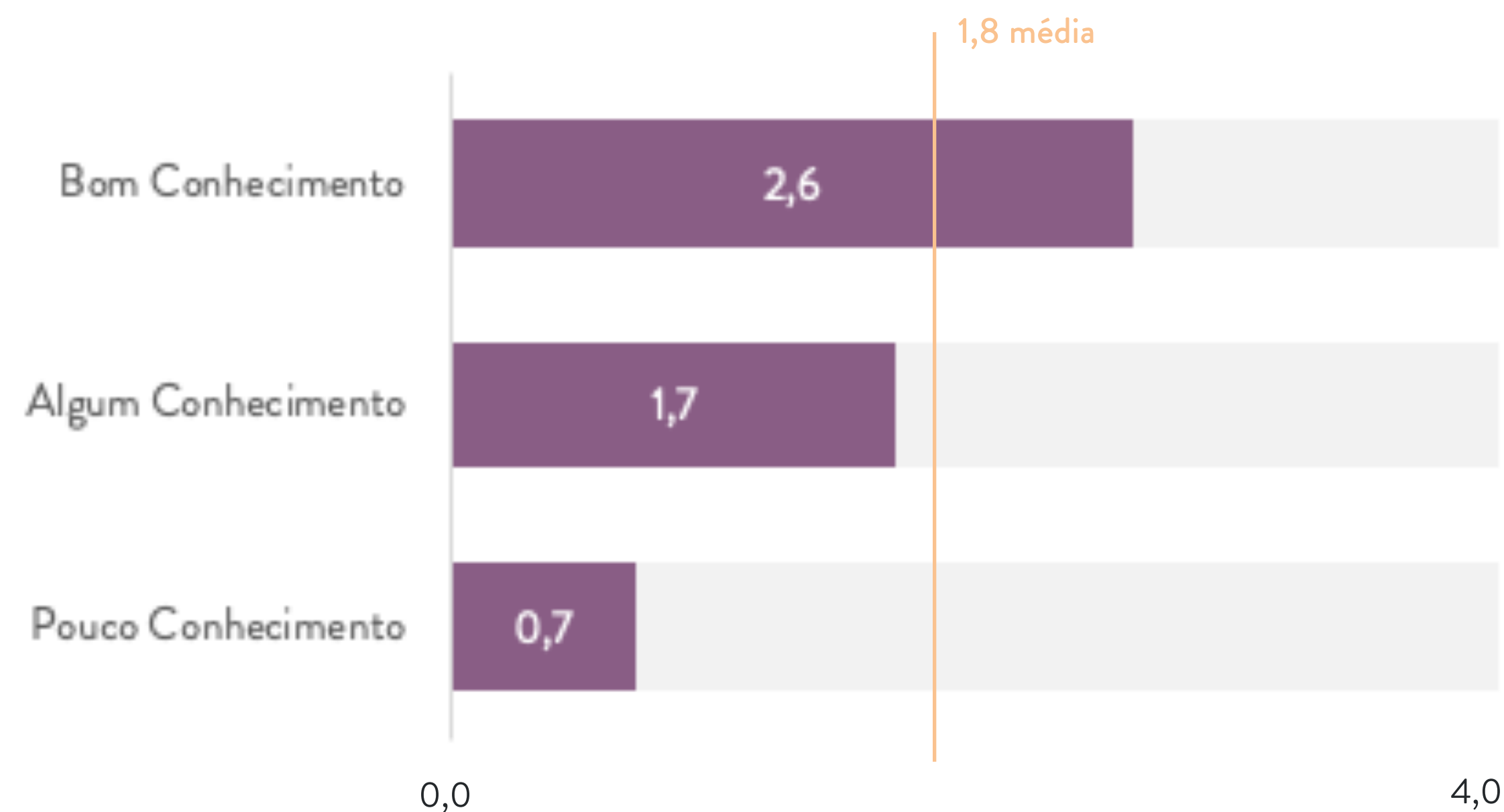
Os homens demonstram maior confiança no seu nível de conhecimento sobre o Seguro Multiriscos Habitação, com 47% a indicarem ter um bom conhecimento do produto.

Nível de Conhecimento indicado pelos participantes sobre o Seguro Multiriscos Habitação



Em média, os inquiridos acertaram em menos de 50% das questões colocadas sobre o funcionamento e obrigatoriedade legal do Seguro Multiriscos Habitação

Nr de respostas corretas por nível de conhecimento percebido



Existe um *gap* de conhecimento transversal a todos os grupos.

Quem reconhece não saber, tem consciência da sua lacuna — e está, por isso, mais receptivo a informação.

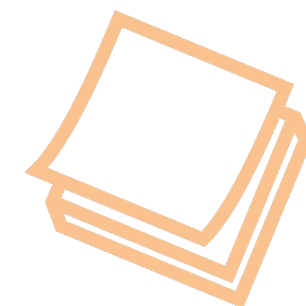
Quem diz saber, sabe menos do que pensa — mesmo entre os que se auto-avaliam com bons conhecimentos, a média não ultrapassa as 2,6 respostas corretas em 4 questões de controlo.

O problema não é apenas a falta de conhecimento — **é a falsa confiança de quem acredita já dominar o tema.**

Seguro Multirriscos Habitação?

88%

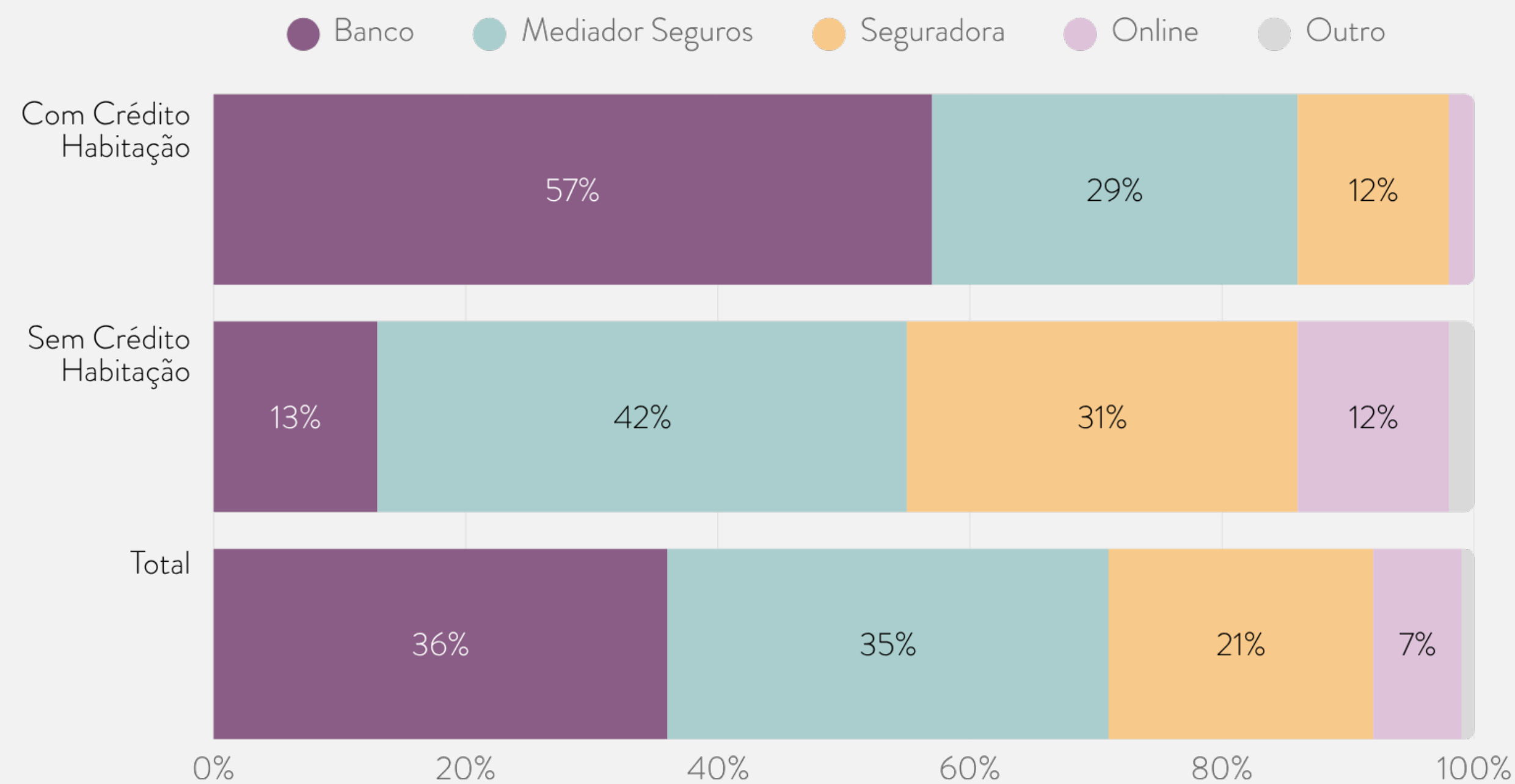
dos participantes com casa própria indicaram que **têm** atualmente um **Seguro Multirriscos Habitação**.



Não existe uma diferença significativa na taxa de contratação do seguro entre tipologias de habitação (apartamentos vs moradias)



Canal de contratação do Seguro MRH



O canal bancário é um importante ponto de entrada para o Seguro MRH, introduzindo novos clientes ao produto no momento da contratação do crédito habitação.

Nos proprietários com crédito habitação ativo, o banco domina como canal de subscrição.

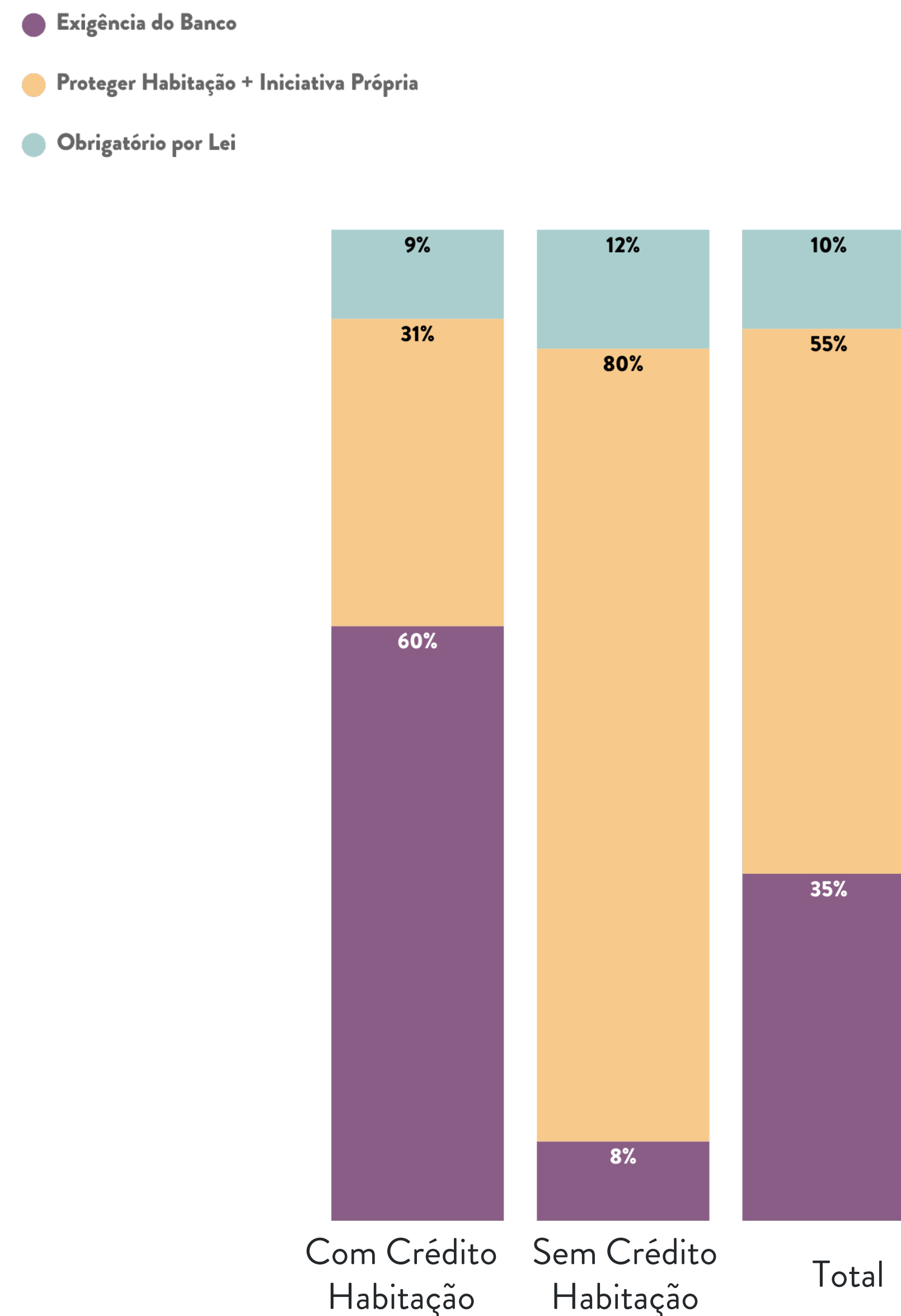
Por contraste, quem já liquidou o crédito migrou para a seguradora ou para o mediador de seguros — canais que prevalecem entre quem mantém o seguro por escolha própria e não por obrigação bancária.

Motivações para ter o Seguro MRH

60% dos proprietários contratam o Seguro Multirriscos Habitação **por exigência bancária** associada ao crédito habitação.

No entanto, entre os consumidores que **não têm crédito habitação**, o principal motivo para manter o seguro passa a ser a **proteção da habitação e do património**, referido por 80% dos inquiridos.

Os dados sugerem que, à medida que o crédito é liquidado, o seguro **deixa de ser percecionado apenas como uma obrigação** associada ao financiamento e passa a assumir um valor próprio enquanto **instrumento de proteção do património familiar**.





Conhecimento da apólice em vigor



3 em cada 10
proprietários indica
desconhecer o capital
seguro da sua apólice





28%

dos participantes indicam que foram eles que definiram o valor do capital seguro



26%

O capital foi definido pelo Banco



22% pela seguradora



14% pelo mediador de seguros



Os restantes **10%** não sabe ou nunca pensou nisso

Importância da venda consultiva

62% dos proprietários com seguro delega num terceiro — banco, seguradora ou mediador — a definição do capital seguro, transferindo para um profissional a responsabilidade por uma decisão determinante.

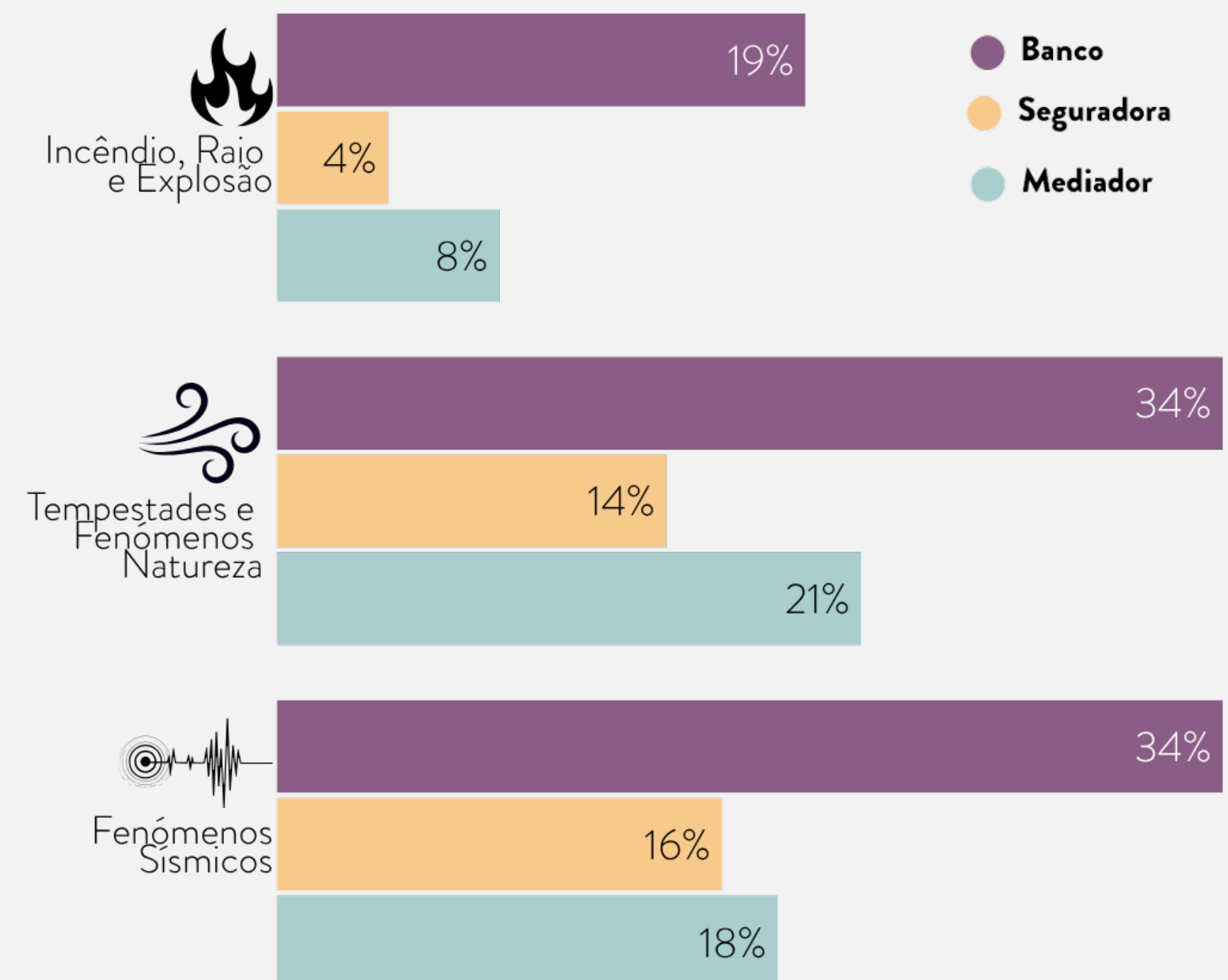
Isto reduz o risco de infrasseguro mas aumenta a responsabilidade dos profissionais de seguros na correta definição do valor no momento da contratação.

Existe desconhecimento das coberturas incluídas na apólice

Quando o MRH é contratado no banco, surge normalmente associado ao crédito habitação. Aqui o foco do consumidor está nas condições do financiamento e, nesse contexto, o seguro é aceite, e não escolhido.

Quando é subscrito através de um mediador ou diretamente com uma seguradora, o processo tende a ser mais ativo, envolvendo comparação, perguntas e uma busca de informação mais aprofundada sobre o produto.

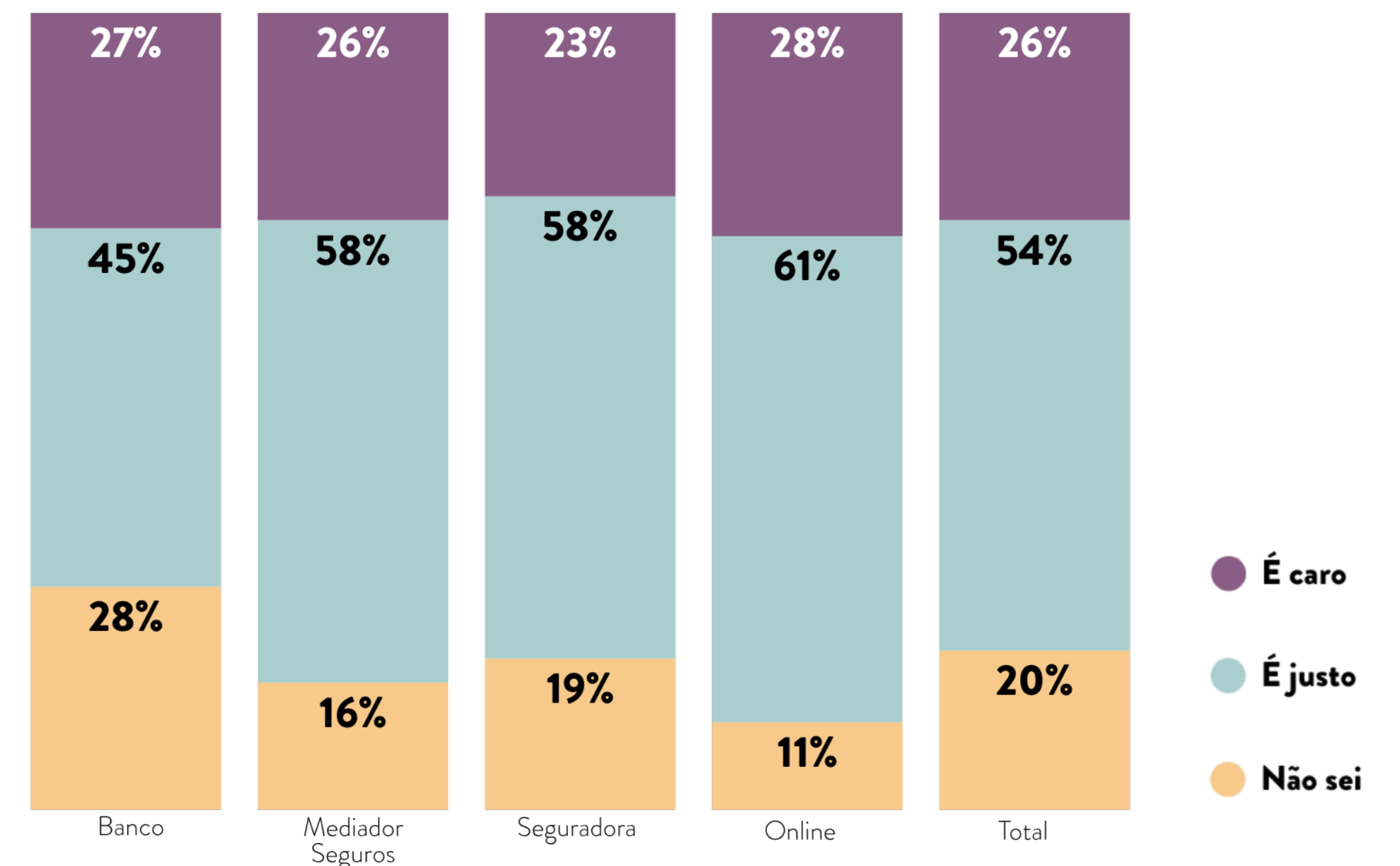
Mais do que um simples canal de distribuição, a forma como o seguro é contratado parece influenciar a maneira como o consumidor compreende a proteção que está a adquirir.



Sentimento face ao preço

Os dados indicam que os canais associados a maior comparação, autonomia e envolvimento no processo de escolha tendem a gerar uma perceção de preço mais positiva.

No total, 1 em cada 4 segurados considera o preço do Seguro Multirriscos Habitação caro e 20% simplesmente não sabe quanto paga.



Uma oportunidade clara para o setor reforçar a comunicação do valor do produto, em particular no momento da contratação, e aproximar o consumidor da proteção que tem e daquilo que está efetivamente a pagar.

Satisfação com o Produto



O nível de satisfação com o seguro atual é de 6.9 em 10.

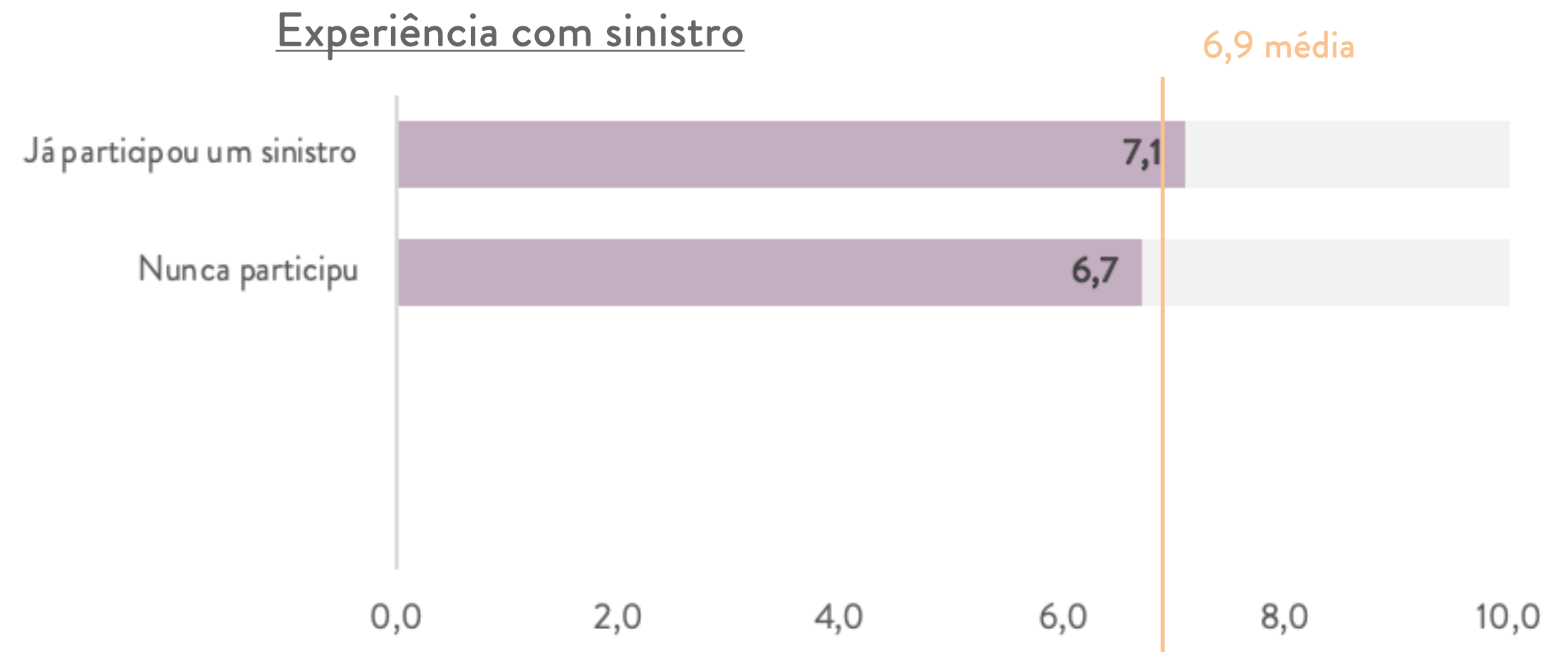
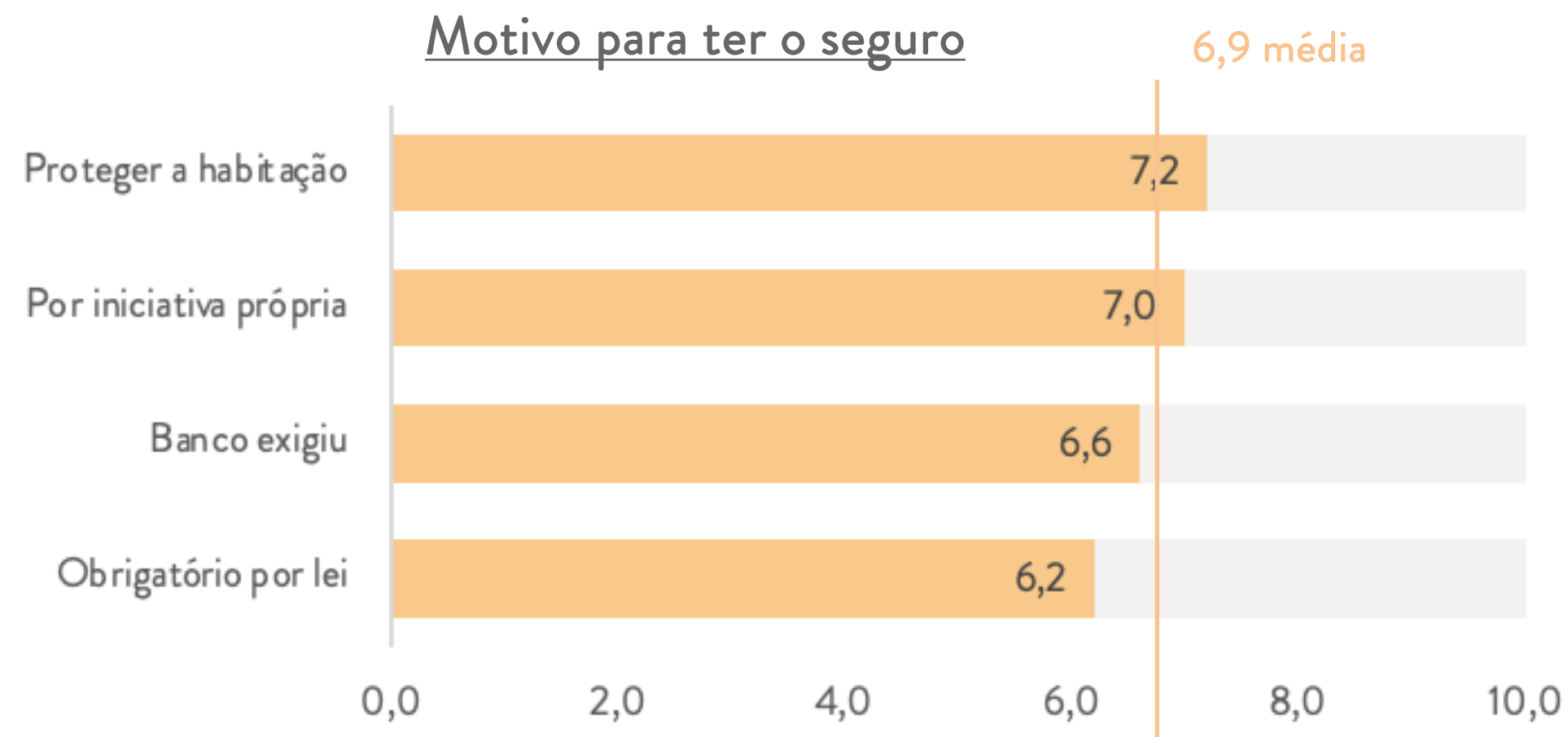
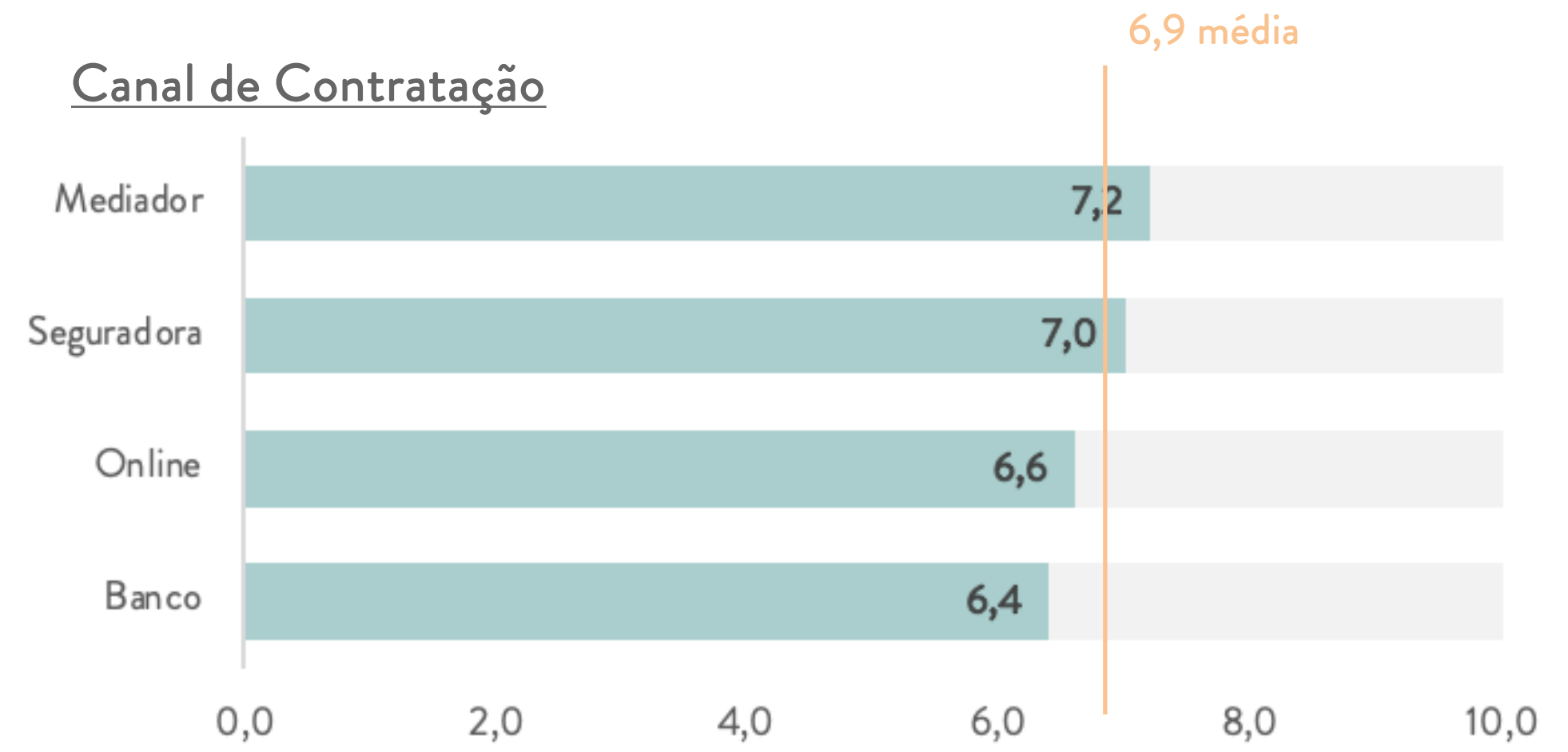
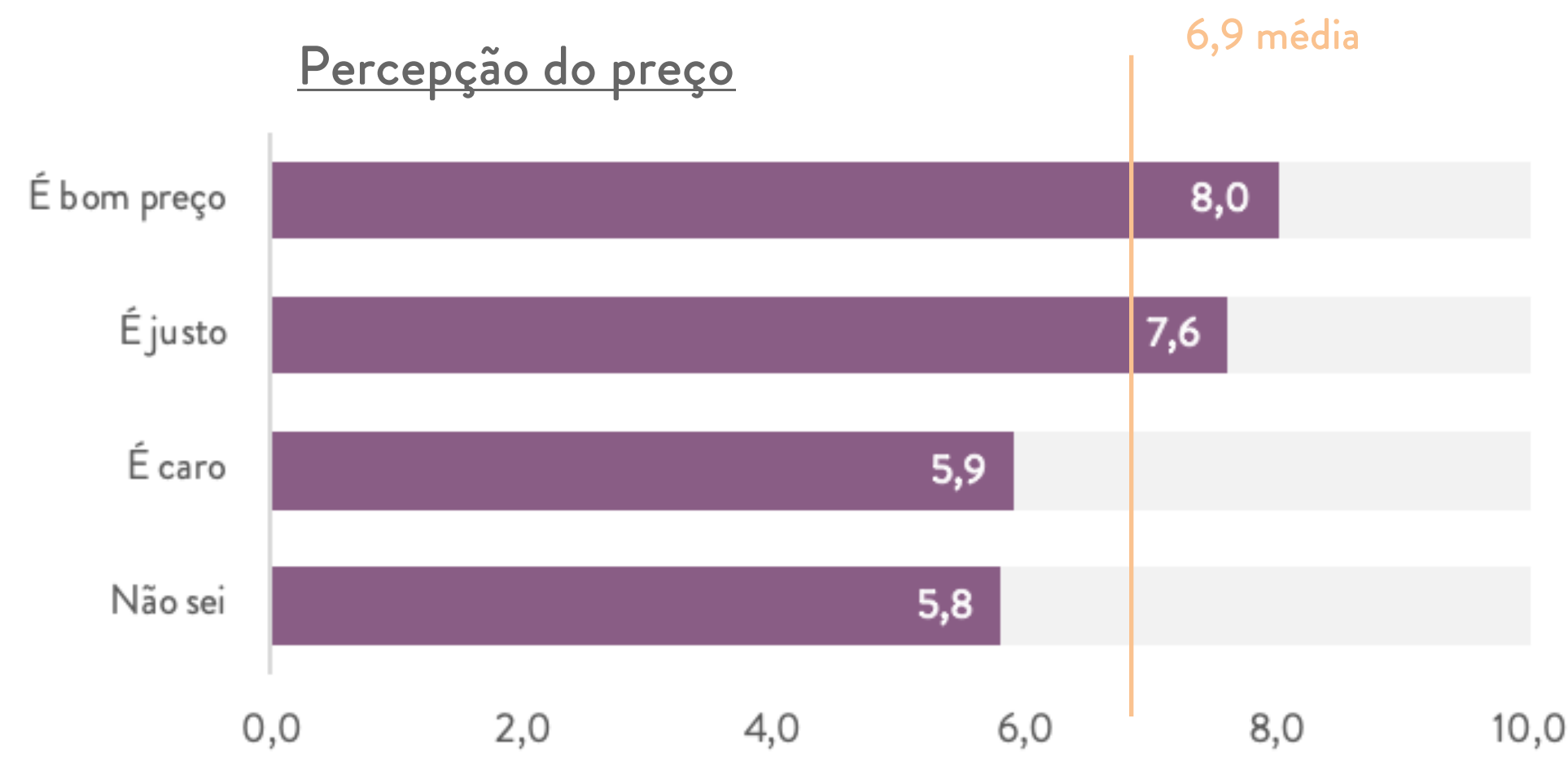


40% dos inquiridos mostram insatisfação face ao seu produto atual, e apenas 28% estão muito satisfeitos.

A **perceção do preço, o canal de contratação e o motivo pelo qual se tem o seguro** assumem um papel determinante no nível de satisfação.

Quem acha que o preço é bom, contratou através de um mediador ou seguradora, e fê-lo por iniciativa própria apresenta níveis de satisfação superiores à média.

Nenhum fator demográfico como rendimento, idade ou escolaridade apresenta impacto significativo. **A diferença está na forma como se chegou ao produto.**

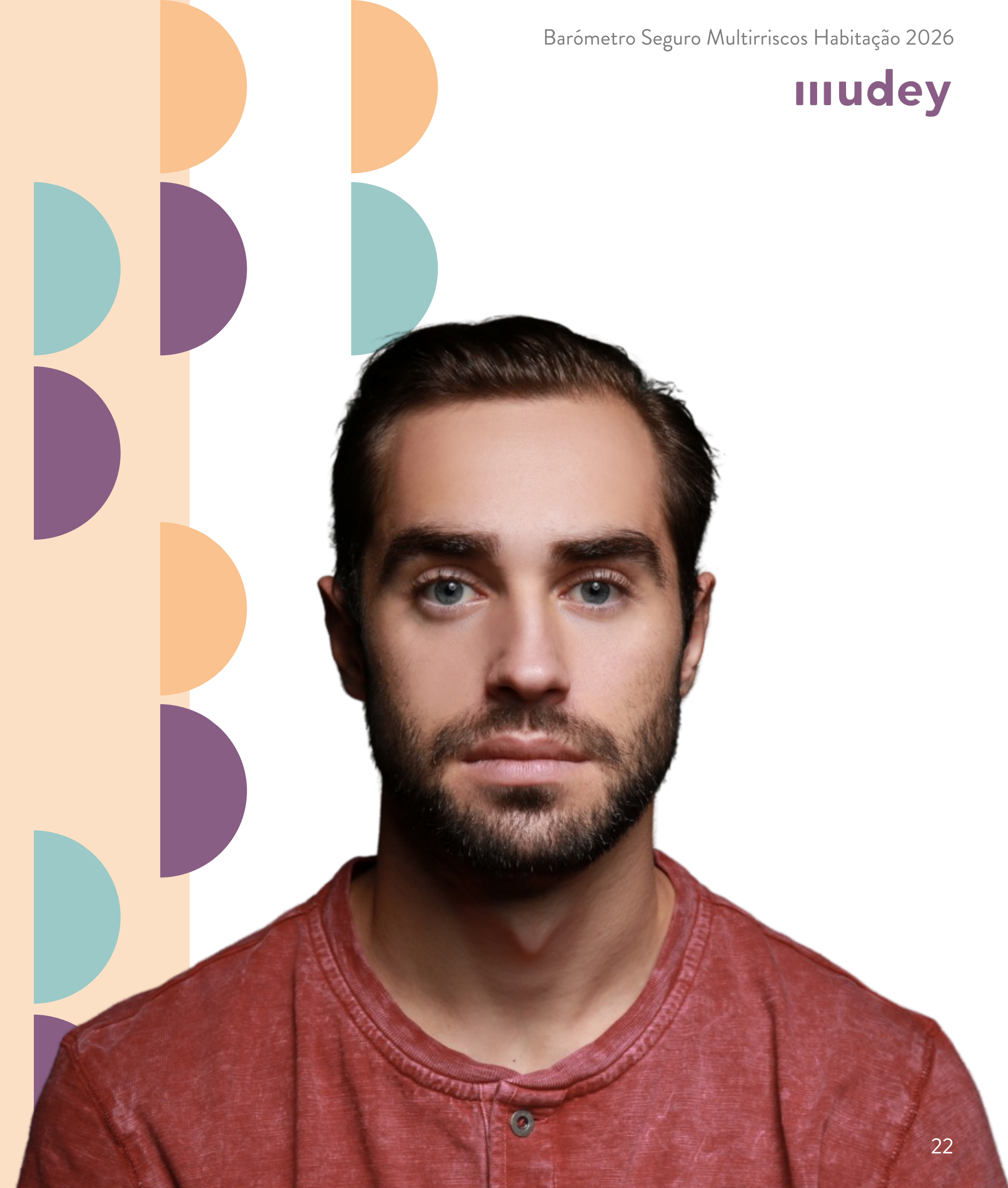


Como converter quem não tem Seguro?

A maioria dos inquiridos, com casa própria mas sem seguro, não rejeitam ter um MRH.

73%

indica ser provável ou muito provável contratar nos próximos 12 meses.

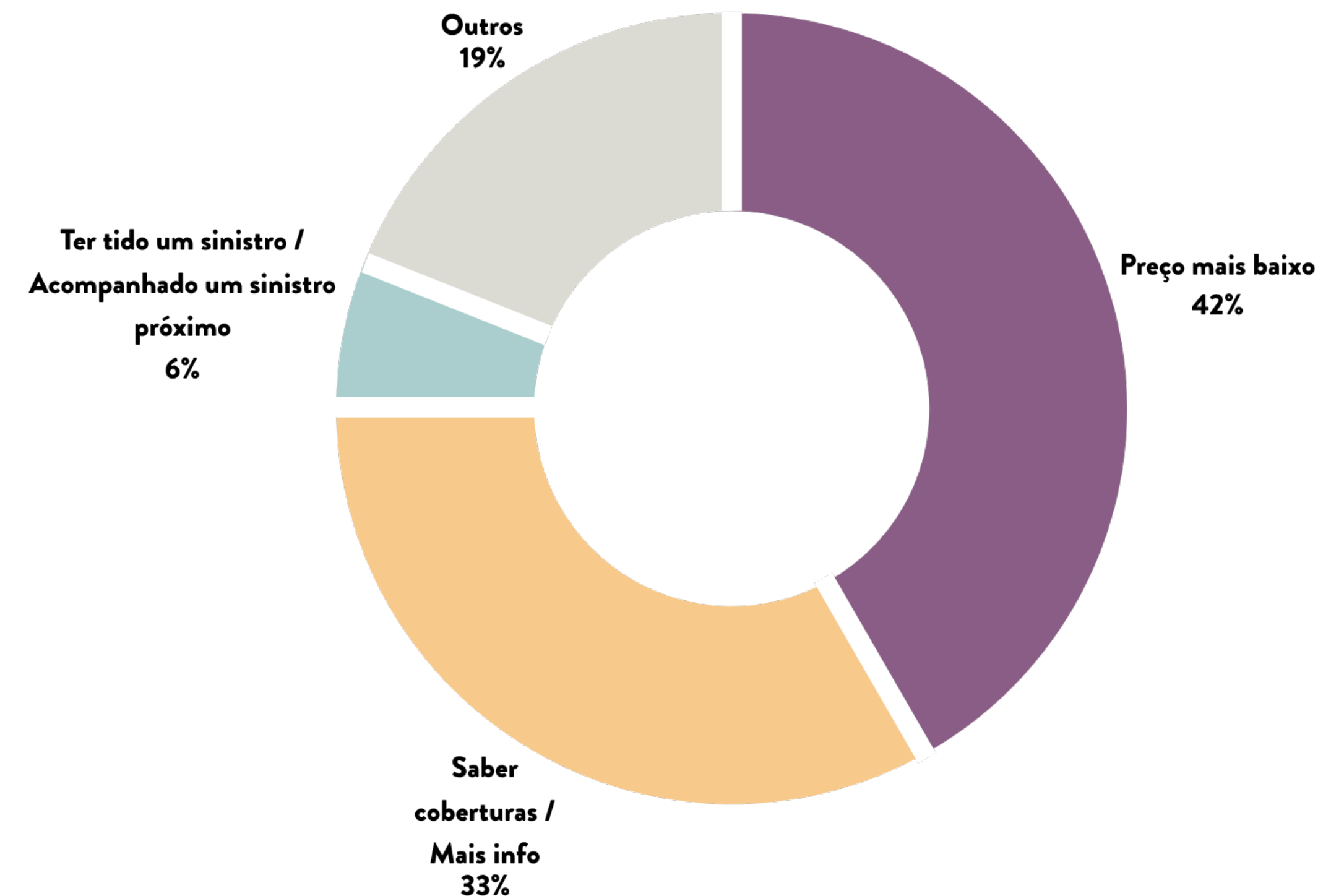


As principais barreiras para não terem seguro são a **desinformação** e a **sensibilidade ao preço** – não uma recusa deliberada.

A estratégia de conversão passa por dois eixos principais:

- **tangibilizar a proteção**, comunicando o seu valor de forma mais clara, concreta e relevante para as situações do dia-a-dia das famílias;
- **trabalhar o equilíbrio preço-valor**, ajudando o consumidor a compreender melhor o produto que está a adquirir e o valor efetivo que o seguro pode ter perante cenários inesperados.

O que os levaria a contratar um Seguro Multirriscos Habitação



Desafios e oportunidades

Com base na análise de sentimento dos comentários livres deixados pelos participantes, identificam-se os seguintes desafios e oportunidades.

Os principais desafios centram-se:

- na **perceção de preço elevado** face ao valor percebido,
- na **desconfiança estrutural** relativamente ao comportamento das seguradoras no momento do sinistro,
- e na **complexidade da linguagem contratual** que afasta o cliente do produto que tem.

O sentimento dominante é o de um produto aceite por obrigação — e temido quando efetivamente necessário.

A **principal oportunidade** reside num cliente que quer envolver-se mas não encontra as condições para o fazer. A procura de mais informação, mais clareza e mais capacidade de comparação é recorrente nos comentários.

São sinais de recetividade — um cliente que, quando encontrado no momento certo e com a linguagem certa, está disponível para uma relação mais ativa com o produto.

Conclusão

O Barómetro Seguro Multirrisco Habitação 2026 revela um produto com elevada penetração entre inquiridos, mas com desafios estruturais relevantes ao nível do conhecimento, da satisfação e da relação do consumidor com a proteção que tem.

A principal conclusão é que o conhecimento sobre o Seguro MRH é **experiential, não académico**. Quem tem seguro, quem passou por um sinistro e quem esteve envolvido ativamente no processo de contratação sabe mais — independentemente da idade, escolaridade ou rendimento. O canal por onde se contrata não é um detalhe operacional: molda o envolvimento do cliente com o produto e determina o que sabe.

Existe um **gap de confiança** que os dados tornam evidente. 40% dos segurados estão insatisfeitos, quase 1 em cada 4 acha o produto caro, 20% não sabe quanto paga e 3 em cada 10 desconhece o capital seguro da sua apólice. O sentimento que emerge dos comentários livres é o de um produto muitas vezes aceite por obrigação — e temido quando efetivamente necessário.

Conclusão

Mas os dados revelam também **motivos para otimismo**. A maioria dos proprietários que liquidou o crédito habitação mantém o seguro por escolha própria, reconhecendo o valor real de proteger o seu ativo. Entre quem não tem seguro, a barreira dominante é a inércia e o preço — não a rejeição do produto. 73% dos proprietários sem seguro indica ser provável ou muito provável contratar nos próximos 12 meses.

O momento é propício para agir. O debate sobre a obrigatoriedade do Seguro MRH, os fenómenos climáticos extremos de 2026 e a crescente digitalização do setor criam uma janela de oportunidade para reposicionar o produto — não como uma formalidade associada ao crédito, mas como um instrumento genuíno de proteção do património familiar.

A estratégia passa por três eixos: **comunicar o valor** de forma clara e tangível no momento da contratação; **simplificar a linguagem** para aproximar o consumidor do que tem e do que paga; e **reforçar a experiência** em momentos chave como o sinistro, onde o produto prova o seu valor e transforma clientes neutros em promotores.

Mais do que um estudo sobre seguros, este barómetro é um convite a repensar a forma como se constrói confiança, proteção e literacia junto dos portugueses.



SOBRE A MUDEY

A MUDEY é um mediador de seguros digital, registado na ASF com o n.º 420558967, para o ramo vida e não vida.

Criamos a primeira plataforma 100% online de mediação de seguros em Portugal. Já ajudamos mais de 60.000 pessoas com os seus seguros.

Juntamos o melhor do digital com um apoio de qualidade dos nossos consultores inteligentes, mas 100% humanos.

Tudo acontece em mudey.pt.

A larger version of the Mudey logo, consisting of three vertical bars followed by the word "mudey" in a lowercase, sans-serif font.

Seguros para tudo, para todos e para qualquer ocasião!

SOBRE A MUDEY PRO

A MudeyPRO é uma rede de mediadores de seguros independentes, assente numa plataforma tecnológica e numa comunidade de profissionais que partilham conhecimento, ferramentas e oportunidades de crescimento.

Enquanto Co-Piloto Tecnológico para Profissionais de Seguros, a MudeyPRO visa simplificar e automatizar as tarefas administrativas e operacionais do dia a dia, permitindo que os profissionais se concentrem na relação com os clientes e no crescimento do seu negócio.

Sabe mais em mudey.pt/mudeypro



A plataforma multi-seguros
para profissionais.

Ficha técnica

O **Barómetro Seguro Multirrisco Habitação 2026** é um estudo quantitativo desenvolvido pela Mudey com o objetivo de compreender a relação dos portugueses com o Seguro Multirrisco Habitação, avaliando níveis de contratação, conhecimento, satisfação, perceção de valor e principais barreiras à proteção da habitação.

A recolha de informação foi realizada entre os dias 24/03/2026 e 30/04/2026 através de um questionário online de autopreenchimento, aberto a residentes em Portugal com idade igual ou superior a 18 anos.

Os resultados apresentados neste estudo têm por base uma amostra de 375 participantes, correspondendo a uma margem de erro estimada de 5%, para um intervalo de confiança de 95%.

Obrigada

Obrigada

