

Levantamento do Serviço de Estudos da Fundación MAPFRE destaca relevância do mercado nacional

O comportamento do brasileiro, ao buscar mais proteção pessoal nos últimos anos, via seguro de Vida, começa a fazer a diferença nos negócios das seguradoras que operam neste nicho na América Latina. É o que demonstra o novo levantamento do Serviço de Estudos da Mapfre, divulgado anualmente. O mercado brasileiro é apontado como um motor para a expansão do segmento de Vida nesta região.

No ano passado, o seguro de Vida registrou crescimento de 17,7%, anota o estudo. A rigor, trata-se de um crescimento contínuo desde 2002, quando teve início a comercialização da modalidade VBGL (Vida Gerador de Benefícios Livres). Esse produto de Previdência Complementar alcançou um volume de prêmios superior a US\$ 30 bilhões em 2016, o que representa 45% do total de valores pagos ao segmento Vida do mercado latino-americano e 21% do mercado total de seguros da região.

“Com o aumento da expectativa de vida no País, os brasileiros têm começado a planejar e fazer investimentos pensando em complementar, no futuro, a previdência pública. Nesse cenário, o seguro de Vida privado é uma ótima oportunidade para garantir uma aposentadoria tranquila”, diz o CEO da MAPFRE no Brasil e Representante da Fundación MAPFRE, Wilson Toneto.

Já o segmento de “não vida”, que inclui seguros de carro e residencial, por exemplo, houve decréscimo de 11,3% no volume prêmios em toda América Latina, devido à desvalorização de boa parte das moedas latino-americanas em 2016, incluindo o real. Os 25 maiores grupos seguradores do setor Não Vida na América Latina acumularam 60% dos prêmios em 2016.

A versão completa do relatório, em espanhol, está disponível para consulta no site:

https://www.fundacionmapfre.org/documentacion/publico/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=1092839

Fonte: CNseg, em 28.06.2017.