

Fenaprevi avalia que há uma maior conscientização na percepção dos brasileiros em relação à necessidade de proteção. Valor em prêmios cresceu mais de 12%, ultrapassando os R\$ 27 bi no período

Fenaprevi avalia que há uma maior conscientização na percepção dos brasileiros em relação à necessidade de proteção. Valor em prêmios cresceu mais de 12%, ultrapassando os R\$ 27 bi no período



O mercado segurador já pagou cerca de R\$ 7 bilhões em sinistros no 1º semestre de 2022. “Embora menor do que o apurado no mesmo período do ano anterior (houve queda de 26%), o patamar pago destes benefícios continua elevado, considerando os níveis de 2019 (pré-pandemia)”, informa a Federação Nacional de Previdência Privada e Vida – Fenaprevi na análise do relatório de agosto, elaborado com base nos números da Superintendência de Seguros Privados – Susep.

Os ramos que apresentaram maior volume de pagamento de sinistros no período foram os seguros de Vida, nas modalidades individual e coletiva, representando mais de 50% do montante registrado nos seis meses (de R\$ 7 bi), seguido pelo Prestamista, de Acidentes Pessoais e de Doenças Graves.

Ainda em relação aos benefícios que vêm sendo pagos pelas seguradoras, o levantamento informa que mais de 183 mil sinistros, apenas por mortes decorrentes da Covid-19, foram acertados de abril de 2020 até junho de 2022. Ou seja, cerca de R\$ 6,8 bilhões foram pagos às vítimas e suas famílias.

Para a Federação, “os seguros de pessoas, de proteção à renda, têm ajudado a resguardar a vida de milhares de famílias que teriam ficado sem a devida proteção no momento mais difícil da vida, caso não estivessem cobertas”, reforça na análise.

Adesão se mantém crescente

Os prêmios também obtiveram destaque, somando mais de R\$ 27 bilhões, de janeiro a junho de 2022, alta de 12,1% sobre o mesmo intervalo observado no ano prévio. Quanto ao volume arrecadado também se destaca a procura pelos ramos de Vida, Doenças Graves e pelo seguro Funeral, que continuam avançando: 17%, 22% e 16% sobre os valores registrados no 1º semestre de 2021, respectivamente.

Também de acordo com análise da Federação, os produtos vêm ganhando mais importância nos dois anos de crise sanitária pela mudança de percepção dos brasileiros que têm se mostrado mais preocupados com situações como “deixar a família sem condições de se manter” e “não ter como pagar tratamento médico”, revelada em pesquisa encomendada pela Fenaprevi ao Instituto Datafolha e apresentada em dezembro de 2021.

Fonte: Fenaprevi, em 23.08.2022