O auditório da Escola Nacional de Seguros (Funenseg) na Bela Vista foi pequeno para as mais de 130 pessoas que participaram do “Seminário Comercialização de Seguros e Previdência Complementar por Meios não Presenciais”, realizado na última quinta-feira, 10 de abril, em São Paulo (SP). A entrada foi gratuita aos participantes, que colaboraram com latas de leite em pó para doação ao abrigo “Lar Sonho Infantil”.

Promovido pelo CVG-SP em parceria com a Funenseg, o evento trouxe abordagens inéditas sobre o tema, que, como ficou provado nas discussões, ainda gera muitas dúvidas ao mercado. “Quisemos trazer um conjunto de informações, abrangendo tecnologias e suas possibilidades; experiência prática de mercado; ponto de vista jurídico; e, finalmente, a visão do órgão regulador”, disse o presidente do CVG-SP, Dilmo B. Moreira, que coordenou o seminário em conjunto com a gerente de Ensino Técnico da Funenseg, Sonia Regina G. Ribas da Costa.

Prestigiando o evento, Maria Helena Monteiro, diretora de Ensino Técnico da Funenseg, participou da abertura, agradecendo a presença maciça dos corretores e securitários, que lotaram o auditório. Além de representantes de seguradoras vindos de outros estados, o seminário também contou com a participação de um grupo de profissionais da CNseg - Alexandre Leal, Glauce Karine Carvalhal e Luciana Dall Agnol.

O primeiro palestrante, Marco Aurélio Damiani, diretor da Broker Serviços e Representações, apresentou a evolução dos meios tecnológicos, inclusive os que são necessários para a operacionalização da venda de seguros por meios remotos, encerrando com um panorama otimista. A seu ver, a expansão e melhoria da banda larga mais os investimentos em TI criarão as condições para a venda de seguros por meios não presenciais, que, entre outros benefícios, trará a redução de custos operacionais para seguradoras em médio prazo.

Na sequência, o fundador e sócio-diretor da Minuto Seguros, Marcelo Blay, contou sobre o motivos que o levaram a criar uma corretora que denomina de “multicanal”, já que opera tanto pela internet como pelo modelo tradicional, e os resultados alcançados. Para muitos da plateia, Blay conseguiu desmistificar o funcionamento de uma corretora online e até a mudar o conceito negativo, sobretudo na visão dos corretores, das empresas pontocom.

Blay revelou que desde a criação da corretora, em 2011, jamais realizou uma venda 100% online. “Tentamos, até porque isso traria redução de custos, mas não aconteceu. Em todo o processo de venda existe a interação humana”, disse. Apesar do depoimento surpreendente, o próprio Blay declarou que por sua experiência no mercado de seguros – ele foi executivo de grandes seguradoras e seu avô foi o fundador da Porto Seguro –, já esperava esse resultado.

Antes de iniciar o negócio, Blay teve o cuidado de encomendar uma pesquisa de mercado, apurando que 50% dos entrevistados comprariam pela internet, e também recorreu à ajuda de uma consultoria no planejamento, a qual estudou a experiência do mercado estrangeiro. Com base no modelo americano, ele observou que há espaço para todo o tipo de venda, inclusive a online feita por corretores. Do modelo inglês, a pior referência na atualidade por causa da guerra de preços e da perda de margem de seguradoras e corretores, concluiu que o erro foi a chegada de um elemento estranho ao seguro, o “agregador”, que são apenas sites comparadores de preços.

Apesar dos altos investimentos para colocar em funcionamento a Minuto Seguros, Blay gastou o ano de 2011 inteiro em estudos e testes pilotos com seguradoras, sem vender uma única apólice no período. O aporte de recursos de investidores estrangeiros, em 2012, foi essencial para suportar os gastos vultosos com pessoal – equipe de especialistas em TI e consultores em seguros, já que o atendimento não se encaixa no padrão de telemarketing comum –, e também no parque tecnológico.

O sucesso da corretora, ou o “pulo do gato”, como Blay classifica, foi entender “que o atendimento online só funciona com o atendimento humano, por mais paradoxal que seja”.

Questionado pelo debatedor Marcelo de Freitas, diretor adjunto da American Life Companhia de Seguros, sobre o futuro da venda de seguro online, Blay respondeu que a internet ainda será por muito tempo apenas ferramenta – e não canal. “Imagino que somente haverá venda 100% online quando houver cultura do seguro e as pessoas entenderem o que estão comprando”, disse.

Muitas dúvidas

A advogada Ivy Cassa, presidente do Grupo Nacional de Trabalho da AIDA-Brasil, trouxe à reflexão muitos questionamentos sobre a norma. Um deles foi sobre “como identificar as partes?”, considerando que o consumidor pode duvidar se está comprando de uma seguradora que realmente existe, e esta, por sua vez, também pode duvidar se está tratando com a pessoa que é quem diz ser.

Segundo Ivy, alguns advogados consumeristas consideram que a internet torna o consumidor vulnerável na medida em que o volume de informação prejudica a escolha do produto adequado. “Excesso de informação não significa informação útil”, disse. Ela expôs outras questões, como a relacionada à prova da autoria e integridade do contrato na compra por meio remoto. “Se a compra for por SMS e o meu celular for roubado?”. Já sobre o direito de arrependimento, disse que uma corrente jurídica questiona a aplicação somente para a internet, justificando que a compra por esse meio deveria equivaler à compra por meio presencial.

Segurança do processo

Na parte final do evento dedicada à visão do órgão regulador, Regina Simões, da área de coordenação de produtos da Susep, explicou que o espaço aberto pela regulamentação do microsseguro para a venda pela internet foi estendido para todos os ramos pela Resolução CNSP 294/13, que, a seu ver, “chegou bem perto do ideal”. Segundo ela, no objetivo de ampliar os canais, a norma preferiu o termo “meios remotos” em vez de “meios eletrônicos” e “operações vinculadas” no lugar de “contratações”.

Para Regina Simões, as novas regras possibilitam reduzir o tempo de regulação de sinistros, agregando valor aos produtos. Uma novidade foi a inclusão da previdência privada, a partir das sugestões colhidas no período de consulta pública da minuta. Sobre os casos em que são necessários o uso de login e senha, bastante questionado pela plateia, ela orientou que na venda por telefone a confirmação exigida poderá ser feita por reconhecimento de voz (biometria). No ambiente virtual, outra opção é a certificação digital. “No entanto, a única forma de venda de seguro que dispensa a assinatura do segurado é o bilhete”, disse.

Maria Augusta Alves, que também atua na área de produtos da Susep, esclareceu que a opção de certificação digital para a formalização da proposta de contratação segue o mesmo princípio usado pelos bancos. “O correntista não precisa de certificação digital individual, porque utiliza a do ambiente virtual”, disse.

Segundo Regina Simões, antes da norma a Susep havia recebido vários produtos para comercialização por SMS, que não previam o envio de informações aos clientes. Daí porque foi necessária a regulamentação, estabelecendo a exigência de login e senha, entre outros, para garantir a segurança do processo. “A ideia foi facilitar para o consumidor, estimulando a educação financeira, e não criar novos requerimentos”, disse.

Outras diversas perguntas surgiram na plateia, caso de “como realizar a confirmação de voz em venda por telefone” ou “como confirmar a venda por celular”, mas não houve tempo para discussão. No encerramento do evento, que extrapolou em duas horas o horário definido para o término, Dilmo B. Moreira prometeu juntar todas as perguntas que não puderam ser respondidas e encaminhá-las à Susep para posterior resposta, além de divulgá-las no site do CVG-SP.

Participaram do evento como debatedores, além de Marcelo de Freitas, Pedro Barbato Filho, presidente da CâmaraCor-SP e âncora do programa de rádio A Grande Jornada pelo Mundo do

Seguro, Henrique João Dias, superintendente da Seguros Unimed e Guilherme Contrucci, âncora do programa Webseguros TV.

Veja as Apresentações sobre a Resolução CNSP nº 294, de 06.09.2013.

- Apresentação - Susep
- Apresentação - Ivy Cassa
- Apresentação - Marco Aurelio Damiani

Fonte: CVG-SP
Texto: Márcia Alves