

***Workshop promovido pela Susep destaca a importância das ouvidorias no relacionamento com os segurados***

A necessidade de melhor entender as demandas dos consumidores e aperfeiçoar os mecanismos para soluções de conflitos foram temas de um amplo debate promovido nesta segunda-feira, dia 10, pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), no Rio de Janeiro. O workshop “Monitoramento das Reclamações de Consumidores do Mercado Segurador” reuniu entidades da área econômica, como CNseg, Banco Central, Federação Brasileira de Bancos (Febraban) e Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS), além de advogados e especialistas.



*Da esquerda para a direita: A professora de Direito do Consumidor, Maria Stella Gregori; a superintendente da CNseg, Maria Elena Bidino; o presidente da comissão de Ouvidoria da CNseg, Silas Rivelle; a secretária geral da Susep, Natalie Hurtado, e o gerente de Prevenção e Combate à Fraude em Seguros da CNseg, Ricardo Tavares.*

Este ano, o mercado segurador completa 10 anos de investimentos no canal de atendimento de Ouvidoria. Trata-se de um marco histórico para o setor, que em 2005 estabeleceu a implementação das ouvidorias de forma facultativa e contou com a adesão de um grande número de empresas, que representavam mais de 90% do faturamento do setor. Há dois anos, a Susep tornou a ouvidoria obrigatória e, desde então, o papel do ouvidor tem sido cada dia mais presente no dia a dia das seguradoras.

Na abertura do seminário, o superintendente da Susep, Roberto Westenberger, destacou a importância de estreitar o diálogo com os segurados por meio de canais próprios de ouvidoria. Segundo ele, o próximo passo da autarquia será a criação de uma diretoria de Conduta para cuidar das relações entre as empresas e os consumidores. Também será assinado um convênio com a Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon) para facilitar o acesso às informações que tratam das demandas dos segurados.

“A diretoria de Conduta e o convênio com a Senacon serão fundamentais para ajudar na aproximação com o consumidor. Teremos um termômetro eficaz para a solução de conflitos e reclamações. Afinal, nossa missão não é apenas fiscalizar, mas também criar mecanismos que ajudem a fortalecer o setor de seguros”, explicou Westenberger.

**Diálogo com o consumidor deve ser permanente, afirma a diretora-executiva da CNseg**

As iniciativas do mercado para aprimoramento de suas relações com os consumidores foram destacadas pela diretora-executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, em sua palestra. Segundo ela, a Confederação sempre teve uma preocupação muito grande em ouvir o segurado, como forma de criar um ambiente de negócios saudável e positivo. Ela lembrou que o mercado reúne empresas de diferentes portes e governanças, cada uma com seu modo próprio de agir. Por isso, o diálogo deve ser permanente.

“O consumidor é a razão de ser do nosso negócio. Ele está empoderado, o que torna imprescindível compreender suas demandas e necessidades. A CNseg tem várias comissões temáticas para tratar dessa relação com o consumidor, dada a complexidade do tema. E o ouvidor tem sido cada vez mais presente no dia a dia das seguradoras, que usam as queixas dos clientes para aprimorar seus processos e produtos”, enfatizou.

Já a superintendente de Relações com o Mercado da CNseg, Maria Elena Bidino, fez questão de lembrar que o mercado segurador vem aperfeiçoando os métodos de resolução de conflitos com o consumidor. Daí o fortalecimento das ouvidorias nas empresas e a necessidade de monitorar de perto as reclamações.

“A boa fé e a confiança são as bases do negócio, desde a venda da apólice até o pagamento do sinistro. Um mercado que registra níveis muito altos de queixas não resolvidas fica insustentável. Já o setor de seguros não preocupa os órgãos de defesa do consumidor. Ele responde por apenas 1% das reclamações entre os segmentos econômicos”, destacou.

Maria Elena Bidino ressaltou a atuação da CNseg na abordagem das relações de consumo. A entidade possui quatro comissões que tratam diretamente do tema: Microseguros e Seguros Populares, Ouvidoria, Relações de Consumo e Sustentabilidade. Somente a Comissão de Ouvidoria é formada por 38 membros, representando 66 empresas, responsáveis por 92% dos prêmios no mercado segurador.

Entre os projetos de destaque da CNseg nessa área, Maria Elena citou o Guia de Acesso às Ouvidorias, os Relatórios das Atividades das Ouvidorias, o Projeto Estou Seguro (para consumidores de baixa renda) e a cartilha “Família Estou Seguro”. Ela lembrou também que o curso de Analista de Ouvidoria, elaborado pela Comissão de Ouvidoria da CNseg, já registra 110 inscritos. O projeto seguinte é um curso para os ouvidores das empresas.

Outro projeto relevante destacado pela superintendente é o 1º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros, que será realizado nos dias 13 e 14 de agosto, em Cuiabá. Trata-se de uma iniciativa da CNseg em parceria com o Procon de Mato Grosso, reunindo representantes do mercado segurador e de diversos Procons da região. O objetivo é reforçar o diálogo com as entidades de defesa do consumidor para conhecer melhor a realidade do acesso e do atendimento aos consumidores de seguros.

Maria Elena informou, ainda, que, em setembro, durante a 7ª Conseguero, evento promovido pela CNseg, será apresentada oficialmente a Carta de Compromisso dos Ouvidores de Seguros, Previdência Privada, Saúde Suplementar e Capitalização. O documento reconhece, entre outros pontos, a importância da preservação do acesso e da qualidade do atendimento ao consumidor como mecanismo de prevenção e solução de conflitos no mercado de seguros.

A principal iniciativa da CNseg, no entanto, é o Sistema Coletor de Dados, um banco eletrônico de reclamações dos segurados. A ideia original surgiu em 2005. Naquele ano, ainda sem a participação das operadoras de saúde suplementar, a Comissão de Ouvidoria passou a contar com relatórios quantitativos periódicos que indicavam as principais demandas dos consumidores dos diferentes segmentos do mercado segurador.

As ouvidorias das empresas coletavam os dados e enviavam à CNseg. Eram planilhas pré-formatadas que eram analisadas e posteriormente compiladas nos relatórios anuais. Em 2013, para atender aos novos padrões de exigência do mercado, a Comissão entendeu ser conveniente que se incorporassem novos dados ao relatório, ampliando a base de dados dos seguros massificados.

A proposta evoluiu para a criação do Sistema Coletor de Dados (SCD), projeto que ganhou forma há cerca de um ano e meio. De acordo com o presidente da Comissão de Ouvidoria da entidade, Silas Rivelle Junior, foi feito um levantamento de motivos, por meio de planilhas, tendo início, então, a estruturação tecnológica do sistema.

Em maio, o projeto piloto reuniu sete empresas de cada segmento, que se dispuseram a enviar seus dados à CNseg. Até outubro, o sistema será aberto às demais empresas para lançamento dos dados referentes a 2015. A ideia é colocar o SCD em plena operação em janeiro do ano que vem. “O sistema vai permitir cruzamento de dados por empresa, segmento, data e motivo de reclamação, permitindo diagnóstico completo das demandas”, explica Silas, que apresentou o sistema ao lado de Ricardo Tavares, gerente de Prevenção e Combate à Fraude em Seguros da CNseg.

### **Ouvidorias das seguradoras ajudam a reduzir os conflitos no setor**

O aprimoramento das relações entre consumidores e o mercado segurador também foi destaque do painel apresentado pela secretária geral da Susep, Natalie Hurtado. Os números apresentados pela Susep comprovam que o setor tem evoluído a passos largos. Em 2003, antes das ouvidorias serem obrigatórias, a Susep catalogou 3.302 reclamações, das quais 591 resultaram na abertura de Procedimento de Atendimento ao Consumidor (PAC). A relação PAC/reclamações foi de 17,89% naquele exercício.

Em 2012, tendo em vista o crescimento do mercado, foram 479 PACs e 23.773 queixas, sendo que o índice PAC/reclamações foi de apenas 2%. Em 2014, já com as ouvidorias obrigatórias, houve 756 PACs e 26.471 queixas, com um índice de apenas 3%. A redução foi possível graças à atuação da CNseg no estímulo à implementação das ouvidorias nas empresas. “Isso torna claro o investimento das seguradoras em resolver conflitos. Nosso principal foco é o cidadão. Para que tenhamos um mercado saudável e consistente, temos que trabalhar no fortalecimento desses canais de diálogo”, destacou Natalie Hurtado.

Até o fim do século passado, boa parte das empresas pouco se importava com as queixas e reclamações dos clientes. Conflitos eram permanentes e não havia uma política efetiva de atendimento. Somente em 2008, o Governo baixou o Decreto 6523, que regulamentou a atividade dos SACs. Hoje há mais diálogo e as relações melhoraram muito, lembra Maria Stella.

“Mas ainda há muito por avançar. Para o futuro, proponho a Era da Educação, que visa à solidariedade entre as pessoas. A educação é o fio condutor das relações humanas e também das relações de consumo. E as ouvidorias têm papel fundamental neste processo, pois são uma vertente da cidadania. Elas representam a voz do consumidor dentro da empresa e, por isso, devem harmonizar as relações de consumo”, define a professora e consultora.

### **Atendimento aos cidadãos contribui para o aprimoramento dos serviços**

Essa harmonia também foi defendida por Fernando Dutra, chefe do Departamento de Atendimento Institucional (Deati) do Banco Central. Segundo ele, o BC não tem competência legal para atuar em questões de consumo. No entanto, suas ações no atendimento aos cidadãos têm sido fundamentais para aprimorar os serviços dos bancos e outras instituições financeiras. “A ouvidoria é um grande agente de promoção de melhorias nos processos de trabalho dos agentes do mercado financeiro”, avalia.

Em 1992, o BC implantou pela primeira vez uma estrutura formal de atendimento ao público. Dez anos depois, foi criada a Área de Relacionamento Institucional e Cidadania, que envolveu não apenas serviços de atendimento, mas também educação financeira e canais de comunicação. O cidadão pode registrar sua queixa de forma presencial, por carta, telefone ou Internet. O BC também divulga mensalmente um ranking dos bancos com maior número de reclamações.

Já o diretor de Autorregulação da Febraban, Gustavo Marrone, disse que a entidade atua para que os direitos do consumidor sejam cada vez mais respeitados pelas instituições financeiras. Segundo ele, o cliente é hoje o ponto focal nas relações bancárias. “Visitamos cerca de 2.100 agências bancárias por ano. É preciso melhorar a conduta dos bancos e, se for o caso, aplicar a sanção cabível”, afirmou ele.

No primeiro trimestre de 2015, a Febraban registrou 78,7 milhões de atendimentos ao público, contra 82,3 milhões no mesmo período do ano passado. Segundo Marrone, é preciso olhar para cada um dos consumidores de forma diferente – e não somente para suas reclamações. Esse é basicamente o papel da ouvidoria, o que acaba distinguindo-a de outros canais da instituição. Há também outro papel importante que é o da atuação das ouvidorias como agentes de prevenção de conflitos.

“Se estamos em uma empresa que vende seguros, é preciso entender por que canais serão vendidos, se a forma de comunicação será adequada e quais as políticas praticadas em caso de conflito. A ouvidoria pode contribuir ainda mais com essa visão preventiva, para sanar as necessidades do consumidor”.

No encerramento do workshop, o gerente Operacional de Articulação Interinstitucional da ANS, Felipe Umeda Valle, apresentou os resultados do trabalho de atendimento ao cidadão feito pela agência reguladora. Em 2008, o órgão lançou o projeto piloto do NIP (Notificação de Intermediação Preliminar), sistema eletrônico que processa queixas e denúncias dos clientes das operadoras de planos de saúde. Segundo Felipe, o objetivo é resolver extrajudicialmente os conflitos entre clientes e empresas.

“Entre 2009 e 2015, a taxa de resolução dos problemas subiu de 49% para 87%, o que é considerado altamente satisfatório. Este ano, esse índice alcançou 89,25%, o que é um recorde”, comemora o gerente da ANS. A maioria das demandas refere-se à cobertura dos planos de saúde (75%), seguida de contratos e regulamentos (18,69%) e mensalidades e reajustes (5,78%).

**Fonte:** [CNseg](#), em 11.08.2015.