

**Mercado mira novos avanços na seara das relações de consumo de seguros e desenvolvimento sustentável**

O presidente da Comissão de Relações de Consumo da CNseg (CRC), Vladimir Freneda Rodriguez, detalha, nesta entrevista, algumas das principais ações do mercado segurador para oferecer seguro de maneira cada vez mais transparente ao consumidor, transformando o ato de compra numa experiência que agrega valor. No Dia Internacional do Consumidor, comemorado neste dia 15 de março, ele também reafirma o compromisso de elevar a um novo patamar as relações de consumo de seguros. Nesse sentido, assinala que o ambiente institucional das federações e da CNseg oferece a oportunidade de troca de experiências e de benchmarking para aprimoramento dos produtos e processos no mercado como um todo. Acrescenta que as comissões técnicas trabalham em conjunto para a criação de manuais e cartilhas que sistematizam as melhores práticas do mercado, e possibilitam a disseminação do conhecimento não só dentro das empresas, mas também para parceiros comerciais e para o consumidor final. “Tudo isso expõe nosso compromisso com a transparência e eleva o patamar das relações de consumo de seguros, aprimorando a percepção que o Governo e a sociedade têm do setor”, assegura ele.

**Nos últimos anos, tornar o seguro mais bem entendido pelo consumidor é um esforço recorrente do mercado. O senhor identifica uma efetiva melhora nesse entendimento e o consumidor, afinal, já entende melhor seus direitos e deveres?**

O mercado vem empreendendo seus melhores esforços no sentido de disseminar os conceitos básicos do seguro e as particularidades de cada produto que é oferecido ao consumidor brasileiro. As empresas têm feito isso individualmente e em conjunto, por meio das federações e da CNseg.

Esses esforços, que sempre existiram, foram incrementados e ganharam mais fôlego a partir dos debates públicos para regulação de seguros massificados, incluindo as normas do microseguro, da venda de seguros por meios remotos, do seguro viagem, da venda de seguros por meio de representantes e do seguro de garantia estendida, e mais recentemente do seguro funeral. A cada vez que o mercado é chamado a discutir uma nova minuta de norma para venda de seguros massificados, as questões que se colocam são: como oferecer o seguro da maneira mais transparente ao consumidor, e como garantir que o consumidor esteja consciente do valor que o seguro agrega ao seu planejamento financeiro.

Essas questões também orientam o aprimoramento dos produtos e processos praticados pelas empresas, que revisam seus manuais e promovem auditorias (como mystery shopping) para garantir a observância da suitability (que cada consumidor adquira o produto apropriado para suas necessidades e expectativas).

Outro impulso importante para as ações de educação para o seguro foi o engajamento do setor na Estratégia Nacional de Educação Financeira, que mobiliza as empresas todos os anos a participarem da Semana Nacional de Educação Financeira, inscrevendo seus projetos e ações de educação do consumidor sobre os produtos de seguro, previdência e capitalização. A 3ª Semana Nacional de Educação Financeira está marcada para os dias 16 a 22 de maio de 2016.

**Que ações mais impactantes feitas, no plano institucional, o senhor identificaria? De que forma isso já impacta na forma das seguradoras oferecerem produtos e serviços?**

Além do já mencionado engajamento na Estratégia Nacional de Educação Financeira, o ambiente institucional das federações e da CNseg oferece a oportunidade de troca de experiências e de benchmarking para aprimoramento dos produtos e processos no mercado como um todo. As comissões técnicas trabalham em conjunto para a criação de manuais e cartilhas que sistematizam as melhores práticas do mercado, e possibilitam a disseminação do conhecimento não só dentro

das empresas, mas também para parceiros comerciais e para o consumidor final. Tudo isso expõe nosso compromisso com a transparência e eleva o patamar das relações de consumo de seguros, aprimorando a percepção que o Governo e a sociedade têm do setor.

Outra ação que merece destaque é a realização dos Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros em parceria com Procons de todo o País. Tivemos a primeira edição em agosto de 2015, com Procons da região Centro-Oeste, a segunda edição aconteceu em março de 2016, com a presença de diversos Procons da região sul do Brasil. Esse projeto propicia uma aproximação saudável e frutífera entre as empresas e os órgãos de defesa do consumidor, possibilitando não só conhecer as principais demandas dos consumidores que chegam aos Procons, e buscar estratégias para reduzi-las, como também transmitir a essas entidades os fundamentos do nosso mercado e os conceitos técnicos que estão por detrás de cada produto vendido ao consumidor.

**Que novas ações estão em estudo na sua Comissão?**

A Comissão está preparando um projeto de consumidor oculto nos Serviços de Atendimento ao Consumidor - SACs do setor de seguros, para verificar a conformidade com o Decreto 6.523 e também com as boas práticas recomendadas por órgãos e entidades de defesa do consumidor. Esse projeto nasceu a partir de recomendações do Procon do Estado do Mato Grosso no 1º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros, realizado nos dias 13 e 14 de agosto de 2015. Outro projeto importante em fase de elaboração é o site do consumidor de seguros, que será hospedado no portal da CNseg.

**Quais os tópicos mais importantes discutidos na Comissão para aperfeiçoar o relacionamento com o consumidor de seguros?**

A Comissão discute o aprimoramento dos produtos e processos para garantir que o consumidor conheça todas as características do seguro que está adquirindo, no momento da compra, e que tenha uma experiência satisfatória no momento da "entrega" do seguro, que é o sinistro. Também é importante que o consumidor conheça os canais de acesso às empresas do setor de seguros (as Centrais de Atendimentos, SACs e Ouvidorias), e que quando acesse, tenha suas demandas solucionadas de maneira célere e efetiva.

**Como a educação para o seguro pode contribuir para alcançar o estado de arte na relação de consumo?**

A educação para o seguro possibilita que o consumidor participe de maneira mais qualificada do momento da compra do seguro, fazendo perguntas ao vendedor e buscando todas as informações pertinentes ao produto que está adquirindo. Nesse sentido, o consumidor se torna agente o seu próprio bem-estar e defensor do seu melhor interesse. Esse consumidor será mais capaz de compreender as vantagens efetivas do seguro como instrumento de planejamento financeiro, no contexto de outras ferramentas e produtos financeiros que também estão ao seu dispor. Com certeza mais consumidores vão incluir o seguro em suas aspirações quando conhecerem melhor os riscos aos quais estão expostos e os tipos de seguros que existem para mitigar os impactos financeiros desses riscos. No Brasil já estamos vivenciando essa virada em relação ao plano de saúde, que já foi constatado em pesquisas como um anseio da Nova Classe Média. Agora precisamos caminhar para consolidar essa tendência e ampliá-la para os demais segmentos.

**Que ações estarão sendo feitas em razão do Dia Internacional do Consumidor?**

A CNseg celebrará o Dia Internacional do Consumidor em conjunto com o Dia do Ouvidor, no dia 16 de março. Essa confluência de efemérides é muito oportuna, pois o ouvidor é o representante que o consumidor tem dentro das empresas do nosso setor. Nesse dia contaremos com a presença de importantes líderes do nosso setor e também de autoridades públicas, que vão debater sobre o cenário das relações de consumo de seguros na atualidade e a agenda para o futuro. E contaremos

ainda com a assinatura de um termo de cooperação entre a Senaçon e a Susep, que com certeza trará novos avanços na seara das relações de consumo de seguros e impulsionará o desenvolvimento sustentável do nosso mercado. Também vamos conhecer os resultados de uma pesquisa sobre as novas diretrizes de proteção do consumidor da ONU no contexto da indústria de seguros da América Latina. É importante conhecermos esse diagnóstico para alocarmos de maneira mais eficiente os esforços de melhoria.

**Fonte:** [CNseg](#), em 15.03.2016.