

Cerimônia aconteceu no Rio, reunindo órgãos reguladores e de defesa do consumidor

Confiança foi a palavra que permeou os pronunciamentos e debates realizados ontem, dia 16, durante o evento de celebração pelo Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor, organizado pela CNseg, no Rio de Janeiro.

Confiança, conceito que, de acordo com o professor de Direito do Consumidor e diretor de Pesquisa e Projetos do IDP, Ricardo Morishita, só pode ser totalmente compreendido quando relacionado a outro conceito, o de vulnerabilidade. “A confiança ocorre quando estamos em posição vulnerável e acreditamos que o outro não irá se aproveitar disso”, afirmou Morishita, um dos palestrantes do evento. Ele lembrou que isso é particularmente significativo para o setor de seguros, onde os clientes recorrem às empresas justamente no momento de maior vulnerabilidade, que é o da ocorrência de sinistro.



Da esquerda para a direita, o diretor-presidente da ANS, José Carlos Abrahão; o superintendente da Susep, Roberto Westenberger, a secretária da Senacon, Juliana Pereira, a consultora de Direito Regulatório e de Direitos Humanos, Maria Stella Gregori; a presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Palheiro Mendes e o diretor-executivo da FenSeg, Neival Freitas

Presidente da CNseg destaca a importância da conscientização dos consumidores sobre direitos e deveres

O encontro desta quarta-feira lotou o auditório da Escola Nacional de Seguros, reunindo não só ouvidores e outros profissionais do mercado segurador, mas também representantes do Ministério Público, de órgãos reguladores e de defesa dos consumidores. Na abertura da solenidade, o presidente da CNseg, Marcio Coriolano (foto), reforçou o compromisso do setor de ampliar a confiança dos seus consumidores e impulsionar a educação em seguros. Fazendo um balanço do processo de empoderamento dos consumidores nos últimos 12 ou 13 anos, Coriolano destacou que esse período coincidiu com o período em que se observou um crescimento muito forte do setor segurador em todos os ramos, com destaque para Saúde Suplementar.

Se o rápido processo de inclusão social observado no Brasil na última década contribuiu para o crescimento do mercado, a atuação das agências reguladoras, do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, das ouvidorias das empresas e até das mídias sociais favoreceram esse

empoderamento.

Atualmente, entretanto, quando vemos uma “brutal mudança de expectativas no País”, com os consumidores mais fragilizados, é preciso que eles tenham ainda mais poder de escolha. Para isso, prosseguiu o presidente da CNseg, é preciso dar informação sobre seus direitos, mas também sobre seus deveres. “Precisamos investir em educação financeira para o seguro, de modo a transformar o consumidor em um cidadão consciente e ativo nas escolhas, que saiba fazer bom uso dos serviços e combater as fraudes e o desperdício”, concluiu.

Na avaliação de Ricardo Morishita, para gerar esses consumidores mais bem informados e confiantes, é preciso que os clientes entendam bem os produtos comercializados, tendo acesso fácil às empresas, por meio de processos claros e rápidos.

Comissão de Ouvidoria da CNseg e as ações para empoderamento dos consumidores

Com o Dia do Ouvidor sendo comemorado neste 16 de março, o presidente da Comissão de Ouvidoria da CNseg, Silas Rivelle, listou algumas das ações desenvolvidas ao longo de 2015 que contribuem para esse processo de empoderamento dos consumidores. Como exemplo, o lançamento da Carta de Compromisso das Ouvidorias e a realização do workshop de Monitoramento das Reclamações dos Consumidores de Seguro e do 1º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguro. Outro importante projeto da Comissão foi o da implantação do sistema online de coleta de dados das Ouvidorias, que já conta com 45 seguradoras envolvidas.

[Confira aqui a apresentação de Silas Rivelle](#)

36 empresas associadas à CNseg já aderiram à plataforma Consumidor.gov

Outra importante ferramenta de fortalecimento dos consumidores é a plataforma Consumidor.gov, desenvolvida pela Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), que já conta com a adesão de 36 empresas associadas à CNseg, representando aproximadamente 50% do market share do setor. De acordo com a ouvidora da Icatu Seguros, Gabriela Asmar, que apresentou alguns números extraídos da plataforma, “o fato de optarmos por estar lá já traz uma mensagem que buscamos ser transparentes”.

Das 2.276 reclamações de consumidores de seguro feitas ao Consumidor.gov, 83% foram solucionadas, sendo que a maioria (30%) foi motivada por falta de informação. Outro dado curioso é o que aponta que 93% dos consumidores já haviam procurado as empresas reclamadas antes de buscarem o Consumidor.gov.

[Confira aqui a apresentação de Gabriela Asmar](#)

Órgãos de defesa do consumidor buscam a harmonização das relações

Lembrando que o evento da CNseg contava com a presença de representantes de diversos órgãos como ANS, Susep, Idec e Procons, a secretária da Secretaria Nacional do Consumidor, Juliana Pereira, afirmou que isso só é possível devido à confiança existente nas lideranças do setor e da CNseg. E se, antes, as instituições de defesa dos consumidores precisavam agir com poder de polícia, hoje, o que se busca é, principalmente, a harmonização das relações. “E o Consumidor.gov é a prova cabal da possibilidade dessa harmonização”.

E essas mudanças de atitude das empresas e dos órgãos de proteção dos consumidores se dão também devido à mudança na atitude dos consumidores. Antes, prosseguiu Juliana, se uma empresa passava por alguma crise de confiança, bastava ela turbinar a publicidade e estava tudo resolvido. Hoje, o consumidor se baseia nas experiências vividas. Assim, ele pode ver uma propaganda belíssima e ficar tentado a interagir com a empresa. Se, entretanto, é mal tratado e

tem a expectativa frustrada, passa a ter raiva toda vez que vê a propaganda, por se sentir enganado.

Saúde Suplementar tem redução no número de reclamações na ANS



Tendo assumido recentemente a presidência da FenaSaúde com o objetivo de “prestar um bom serviço, mediando os interesses das empresas e dos consumidores, ouvindo as duas pontas e tentando construir”, Solange Beatriz Palheiro Mendes (foto) apontou alguns dos avanços conquistados pelo setor de Saúde Suplementar em relação aos consumidores, como é o caso da redução do número de reclamações feitas à ANS e o crescimento dos índices de resolutibilidade na agência reguladora.

Afirmado que o setor está sempre aberto a ouvir críticas, “que é a forma de progredirmos”, Solange também destacou, referindo-se às agências reguladoras, que não há lados opostos no setor quando todos agem com comprometimento.

E esse comprometimento era evidenciado no evento com a presença do superintendente da Susep, Roberto Westenberger, e do diretor-presidente da ANS, José Carlos Abrahão. O primeiro destacou a criação de uma nova diretoria na Superintendência para identificar irregularidades nos comportamentos desviantes das empresas antes que sejam perceptíveis nas demonstrações financeiras. O segundo, que sempre valorizou a figura do ouvidor e tudo que é trazido por ele.

Senacon e Susep assinam termo de cooperação



Juliana Pereira da Senaçon e Roberto Westenberger da Susep assinando o termo de cooperação

Ainda durante a celebração pelo Dia do Ouvidor e Dia Internacional do Consumidor, Juliana Pereira

e Westenberger assinaram um termo de cooperação entre Senacon e Susep que permitirá o compartilhamento de dados do Sistema Nacional de Informações do Consumidor (Sindec) e o fortalecimento do intercâmbio de informações entre as entidades.

Pesquisa LIMRA-FIDES faz radiografia do setor na América Latina

Finalizando o evento, o pesquisador chileno Hernán Poblete Miranda apresentou os resultados da pesquisa LIMRA-FIDES sobre a situação da indústria seguradora latino-americana em relação às novas diretrizes das Nações Unidas para o direito e proteção do consumidor acerca de serviços financeiros (confira dele entrevista ao Jornal O Globo). Com mais de 200 executivos de 129 seguradoras entrevistados, a pesquisa identificou que a maioria (60%) vê a regulação e a distribuição como os principais desafios de gestão. Em relação aos consumidores, o futuro é considerado promissor, com um aumento da conscientização da importância de se investir nesse relacionamento.

[Confira aqui a apresentação de Hernán Poblete Miranda](#)

Fonte: [CNseg](#), em 17.03.2016.