

**CNseg, Susep, Fenacor e Funenseg assinaram o Protocolo de Intenções que visa à promoção do Programa de Educação em Seguros**

Ampliar os canais de acesso ao consumidor e aperfeiçoar a comunicação com a sociedade está entre os principais requisitos da jornada do setor de seguros brasileiro, neste momento em que a nação recupera a sua confiança, a ética e a vontade de ver um novo país. A frase é do presidente da Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg), Marcio Serôa de Araujo Coriolano, durante a abertura do 1º Seminário Susep de Educação Financeira, que aconteceu ontem, no Rio de Janeiro. O evento, organizado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep), integra a 3ª Semana Nacional de Educação Financeira (ENEF), e tem como principal objetivo tratar de temas que farão parte das diretrizes a serem divulgadas pelo setor, por meio do Programa de Educação em Seguros.

Coriolano reconhece que o mercado ainda é desconhecido por muitas camadas da população brasileira, e disse ainda que a Confederação, no âmbito institucional, vem desenvolvendo e incentivando uma série de ações para melhorar a forma de comunicação com a sociedade, sempre com o objetivo de facilitar o entendimento das operações das empresas, dos produtos e serviços contratados, além da aproximação com órgãos do governo como a Senacon e os Procons do país, mostrando à população o importante papel do setor em relação à proteção e à segurança. “Em um momento em que o consumidor perdeu renda, emprego, e precisa fazer difíceis escolhas, é necessário que todos os agentes envolvidos promovam investimentos contínuos em educação em seguros”, finalizou.

Entusiasta do tema que confere a educação e o conhecimento acredita que, “somente com o conhecimento e a educação, o homem pode ser protagonista da sua própria história”, disse em uma citação a Paulo Freire. Coriolano ainda explicou que o tema Educação em Seguros ficará sob o guarda-chuva do programa ENEF, pois o setor tem particularidades que o diferenciam das finanças em geral, como proteção e prevenção contra riscos. “Trata-se de conceitos e fundamentos muito antigos, mas que, infelizmente, não são de amplo domínio da população brasileira. O Programa de Educação em Seguros tem como objetivo garantir o empoderamento do consumidor, que ele necessita e merece”, finalizou.

Assinado durante o evento, o Protocolo de Intenções, que visa à promoção do Programa de Educação Financeira, selou o compromisso entre Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor), a Escola Nacional de Seguros (Funenseg), a CNseg e a Susep. “Nós do mercado segurador vamos nos preocupar com a educação em seguros e garantir os direitos do consumidor”, disse o superintendente da Susep, Roberto Westenberger, considerando o momento importante para dar início a ações concretas que o mercado de seguros empreenderá. “Quem entende e vivenciou o Brasil sabe que o nosso maior problema é a educação. Mas, nós do mercado segurador vamos nos preocupar com a educação em seguros e garantir os direitos do consumidor”. Westenberger enfatizou que a educação em seguros deve ter uma visão holística para toda a sociedade, começando na infância e atravessando a terceira idade.

O presidente da Fenacor, Armando Vergílio, lembrou-se dos vários programas e projetos que foram desenvolvidos pela CNseg, pela Funenseg e pela Fenacor ao longo dos anos, com o intuito de informar e educar o consumidor de seguros, como o ‘Projeto Cultura de Seguros’ e o ‘Viver

Seguro'. "Essa iniciativa é de extrema importância e integra os agentes do setor em um único projeto e objetivo", pontuou, dizendo que o papel do corretor de seguros é de vital importância, pois confere capilaridade ao mercado. "Somos mais de 80 mil corretores, importantes agentes disseminadores na ponta do mercado", finalizou. "Queremos educar, temos a vocação", disse o presidente da Escola Nacional de Seguros, Robert Bittar, que considera importante a definição do público-alvo para as ações de Educação em Seguros. "Em 2015 realizamos 272 palestras abordando o tema, grande parte delas foi voltada para o consumidor", complementou.

A maior parte da população brasileira não sabe sequer reconhecer a chegada da crise. Não sabe o que fazer quando chegar nela, muito menos encontrar caminhos para sair dela. A afirmação é da superintendente da Associação de Educação Financeira do Brasil (AEF-Brasil), Claudia Forte, durante o painel 'Estratégia Nacional de Educação Financeira - Programas Transversais e Selo ENEF'. Ela ainda pontuou que o Brasil, mesmo com um forte potencial e oportunidade para promover a educação financeira no país, precisa enfrentar o desafio de fazer o Programa de Educação Financeira alcançar as 160 mil escolas do país, entre municipais e estaduais. "A educação não é apenas um desejo ideológico, mas uma necessidade que precisa ser encarada em todos os âmbitos: na escola, na universidade, por nós, cientistas e pesquisadores", finalizou Claudia Forte.

Fonte: CNseg, em 20.05.2016.