

Durante evento realizado em São Paulo, a Confederação apresentou um conjunto de 21 ações de transformação, que visam ampliar a percepção sobre seguros e sua importância no âmbito pessoal, familiar e na sociedade

PROGRAMA EDUCAÇÃO EM SEGUROS



O Mutualismo
como princípio fundamental do Seguro

FUNDAMENTOS

Com o intuito de conscientizar a população brasileira sobre a importância do planejamento financeiro para a proteção do seu patrimônio e para tomadas de decisões acertadas sobre seguros, previdência privada, saúde suplementar e capitalização, a Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização (CNseg) realizou, nesta quarta-feira, 27/07, em São Paulo, o lançamento do seu **‘Programa de Educação em Seguros’**. A iniciativa, que tem como objetivo combater a desinformação em relação ao mercado segurador, visa reduzir, até 2020, o número de reclamações dos consumidores de seguros entre 15% a 25% em relação ao número de apólices.

O Programa é um desdobramento da mobilização multissetorial que compreende a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF) que a CNseg integra, desde 2010, ao lado de outras instituições como o Banco Central do Brasil, a Comissão de Valor Mobiliários (CVM), a Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc), a Superintendência de Seguros Privados (Susep), a Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), a BM&FBOvespa, a Federação Brasileira de Bancos (Febraban), além dos ministérios da Fazenda, da Educação, do Trabalho e Previdência Social e da Justiça. Neste sentido, no último dia 19 de maio, a CNseg, a Susep, a Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) e a Escola Nacional de Seguros assinaram um Protocolo de Intenções em prol do desenvolvimento e da execução conjunta de programas relacionados à Educação em Seguros.

No decorrer do triênio 2016-2019, a CNseg implantará 21 ações de transformação. Para o presidente da CNseg, Marcio Serôa de Araujo Coriolano, um dos principais desafios do Programa é fornecer informações relevantes aos consumidores e à sociedade em geral. “Nosso setor é, ainda, relativamente desconhecido. Não apenas da população, mas também das autoridades que têm a responsabilidade de comandar o Brasil, como os ministérios da Fazenda e do Planejamento, e de outros ministérios que têm a missão de desenhar a política econômica do País, para o qual o nosso setor tem muito a contribuir”, pontuou, ressaltando que o mercado segurador brasileiro responde por 6,2% do Produto Interno Bruto (PIB) nacional e compreende 45% dos prêmios de seguros da América Latina, ocupando a 13ª posição no ranking mundial, tendo arrecadado, em 2015, R\$ 350 bilhões, um montante maior do que os resultados das indústrias automobilística e farmacêutica.

Como base para esta iniciativa, a CNseg e suas quatro Federações (FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde e FenaCap) vêm desenvolvendo, nos últimos anos, uma série de pesquisas e estudos para compreender os hábitos e as atitudes dos consumidores e da sociedade de forma geral. Tomando como referência ações realizadas pela Federação Europeia de Seguros e Resseguros (Insurance Europe, em inglês), por exemplo, a CNseg considerou em seu Programa de Educação em Seguros objetivos específicos como:

- 1) Fortalecer a noção de prevenção de riscos junto à população;
- 2) Ajudar à população no sentido de encontrar a melhor informação quando esta necessitar tomar decisões de proteção contra riscos;
- 3) Ampliar as oportunidades de escolha do consumidor e a garantia de que ele possa tomar sempre a melhor decisão de compra possível;
- 4) Desenvolver a capacidade de decisão e a confiança da população diante de oportunidades de proteção; e
- 5) Prover os consumidores com o melhor entendimento possível sobre os fundamentos do seguro e as diferentes características dos produtos.

Entre as iniciativas estratégicas contempladas pelo Programa também foram consideradas dúvidas recorrentes da população relacionadas a temas como reajustes contratuais, coberturas do seguro, rede referenciada, mutualismo, resgates, rentabilidade e limites de coberturas. As 21 ações de transformação têm como destaque o desenvolvimento de livretos, guias e cartilhas, parcerias com instituições de ensino e órgãos de defesa do consumidor, a promoção de colóquios e seminários, a criação de simuladores de planejamento financeiro e jogos interativos, a implantação da rádio corporativa da CNseg (Radioweb), campanhas na mídia tradicional e nas mídias sociais digitais, um boletim mensal para jornalistas e a organização de workshops para imprensa, incentivo à certificação profissional do setor de seguros (CPC) e a elaboração de um documento de orientação

para Educação em Seguros nas escolas. A iniciativa contará com a parceria de diversos agentes do mercado segurador, entre eles, a Escola Nacional de Seguros, a Susep, a Fenacor e os sindicatos de seguros regionais.

Livreto:

Como ponto de partida do Programa de Educação em Seguros, a CNseg apresentou o primeiro livreto da série de 36 publicações previstas para os próximos três anos. '[O Mutualismo – como princípio fundamental do seguro](#)' tem como objetivo esclarecer uma das questões básicas sobre o mercado segurador brasileiro. Em cinco capítulos, o livreto aborda um pouco da história do mutualismo, suas aplicações aos contratos de seguro e questiona o que pode ferir o mutualismo e como ele pode ser protegido. Entre os temas que serão abordados pelos próximos livretos da CNseg estão “Função Social e Econômica do Seguro”, “Gerenciamento de Risco e Seguro”, “Contrato de Seguro” e “Proteção do Consumidor de Seguros”.

Fonte: CNseg, em 28.07.2016.