

III Celebração do Dia do Ouvidor e do Dia Internacional do Consumidor reuniu na sede da CNseg ouvidores e representantes de seguradoras, de órgãos federais e da área de defesa do consumidor

As ouvidorias são fundamentais não só no atendimento às demandas específicas dos clientes como na própria comunicação das empresas com os consumidores e a sociedade. Essa foi a visão predominante nos debates da **III Celebração do Dia do Ouvidor e do Dia Internacional do Consumidor**, promovida nesta terça-feira (14) pela CNseg (Confederação Nacional das Seguradoras). O evento, realizado na sede da Confederação, no Rio, contou com a presença de 25 ouvidores e de representantes de seguradoras, de órgãos federais e da área de defesa do consumidor, aproveitando a celebração do Dia Internacional do Consumidor, nesta quarta-feira (15), e do Dia do Ouvidor, nesta quinta (16).

Já na **abertura**, o presidente da CNseg, Marcio Serôa de Araujo Coriolano, enfatizou a importância cada vez maior dos ouvidores para o mercado segurador: “É fato que as ouvidorias do setor de seguros vêm se destacando não apenas como instância final de atendimento quanto como centros privilegiados de informação, contribuindo para corrigir e aprimorar produtos, serviços e procedimentos”.

No **painel** “O consumidor e as ouvidorias sob a perspectiva dos reguladores”, o diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor e secretário substituto da Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon), André Luiz Lopes, afirmou que, de modo geral, as ouvidorias “ainda têm um papel subaproveitado, muito reativo” e precisam ser “um canal de melhoria da comunicação”. “Estamos falando de ação, prática, mais do que de retórica. Quando consigo estabelecer uma melhor interação, sou capaz de gerar transformação”, afirmou. O coordenador de Atendimento ao Público da Susep, Gabriel Melo da Costa, disse que, com a obrigatoriedade da constituição de ouvidorias pelas sociedades seguradoras, a partir de 2013, elas se tornaram um mecanismo de solução muito mais eficiente, dando maior espaço para a Susep tratar de questões regulatórias. Já a diretora de Fiscalização da ANS (Agência Nacional de Saúde Suplementar), Simone Sanches Freire, disse que mais de 90% do mercado regulado pelo órgão conta com ouvidores atualmente. Em 2015, afirmou, foram encaminhadas às ouvidorias dessas empresas 508 mil manifestações de consumidores, enquanto a agência recebeu apenas 102 mil, o que revela a importância do trabalho dos ouvidores. “Quem entra em contato com a ouvidoria tende a não registrar reclamação na ANS, porque já foi atendido no que estava procurando”, afirmou. O painel teve como moderador Alexandre Leal, superintendente-executivo técnico da CNseg.

No **segundo painel**, “Conquistas e desafios das ouvidorias”, o ouvidor da Seguros Unimed e presidente da Comissão de Ouvidoria da CNseg, Silas Rivelle Junior, disse que a ouvidoria “é o real representante do cliente dentro da corporação, defende seus direitos e interesses”. “Somos educadores, esclarecedores. Nem sempre o cliente faz jus ao direito pleiteado, então cabe ao ouvidor fazer o esclarecimento”, afirmou. O painel, mediado pela presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Palheiro Mendes, teve ainda a participação de Gisele Garuzi, ouvidora da Bradesco Seguros, e Márcia Lagrotta, ouvidora da Mongeral AEGON Seguros e Previdência, ambas integrantes da Comissão de Ouvidoria da CNseg. Solange Beatriz destacou a importância das ouvidorias: “Buscamos essa interação, no afã do aperfeiçoamento, do diálogo, da confiança, para que os ouvidores nos digam quais são os problemas e possamos externar o posicionamento do mercado”.

No **último painel**, “As expectativas da Defesa do Consumidor”, o diretor de Pesquisas e Projetos do Instituto Brasileiro de Direito Público (IDP), Ricardo Morishita Wada, propôs que, em vez de focar a questão nos números de atendimento das ouvidorias, as empresas se voltem para o planejamento do futuro na relação com o consumidor: “Por que não conseguimos planejar os próximos dez anos? O que queremos entregar para o consumidor? E como nós, como sociedade, chegaremos lá?”. Para Morishita, é preciso “pensar numa defesa do consumidor que construa valores, e a ouvidoria deve lutar para que o mundo seja um lugar melhor para todos”. Participaram

também do painel Maria Stella Gregori, professora de Direito do Consumidor da PUC-SP, e Claudia Francisca Silvano, presidente da Associação Brasileira dos Procons, que reconheceu o esforço das empresas em melhorar sua relação com os consumidores: “Está provado que é possível dialogar. Acho que estamos no caminho certo”.

No **encerramento**, o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, abraçou com entusiasmo a proposta de planejar para o consumidor do futuro e lembrou o Programa de Educação em Seguros, lançado pela entidade em 2016. “Tudo que queremos com o programa é empoderar de verdade o consumidor, dar informação, conhecimento. O consumidor só pode escolher quando tem educação, no sentido cidadão do termo, que é o de ter conhecimento suficiente para tomar melhores decisões.”

Fonte: CNseg, em 15.03.2017.