

***E informação é o que esse consumidor mais precisa, concordaram os participantes do evento realizado no Rio***



*O presidente da CNseg, Marcio Coriolano, na abertura do evento*

Informação foi a palavra presente na fala de todos os palestrantes do evento de lançamento do [Relatório de Atividades das Ouvidorias 2016](#), da Comissão de Ouvidoria da CNseg, ocorrida na manhã da quinta-feira, dia 27, no auditório da Confederação, no Rio de Janeiro. Informação que deve ser dada pelas empresas aos consumidores em todos os momentos do relacionamento das partes mas, principalmente, segundo o secretário da Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor (Senacon), Arthur Luis Mendonça Rollo, no momento da venda do seguro, evitando que o consumidor se frustre com expectativas que não podem ser realizadas.

“O consumidor já tem vontade e poder, faltando apenas mais informação”, concordou o presidente da CNseg, Marcio Coriolano, na abertura do evento, não fugindo ao tema e lembrando, ainda, que o Relatório das Ouvidorias se insere no compromisso da CNseg de promover os valores de informação, transparência e boa-fé, que constituem a base das modernas relações de consumo.

E falando em nome do Conselho Diretor da CNseg, reconheceu “o notável empenho da Comissão de Ouvidoria para atuar em sintonia com os Procons e órgãos reguladores”. Empenho também reconhecido pelo secretário da Senacon, já que, segundo ele, que nem todos os setores têm ouvidos para ouvir os consumidores como tem o segurador.

### **Explicando o Relatório**

O painel seguinte foi dedicado a apresentar o Relatório de Atividades das Ouvidorias 2016, propriamente, sendo aberto pelo presidente da Comissão de Ouvidoria, o ouvidor da Seguros Unimed, Silas Rivelli, para quem “a informação é a maior moeda que existe na face da Terra e, sem ela, o consumidor não consegue buscar seus direitos”.

Silas informou que em 2016 foram abertas mais de 127 mil demandas nas ouvidorias das empresas seguradoras com representação na Comissão, que correspondem a 94% da arrecadação do mercado. Comissão que já tem 11 anos de existência e testemunhou, ao longo desse período, a

realização de alguns marcos do setor, como o ocorrido em 2013, quando da obrigatoriedade, tanto por parte da Susep, como da ANS, de constituição de ouvidorias nas empresas do setor, apesar de 95% destas já possuírem a sua, evidenciando o compromisso com os consumidores.

O setor de Saúde Suplementar, que contempla 28% de todas as demandas que chegam às ouvidorias, foi representado no painel pelo gerente de Ouvidoria da Amil, Rodrigo Machado, que destacou o delicado papel dos ouvidores, que lidam com consumidores que estão, quase sempre, vivenciando, naquele momento, situação delicada, como é o caso de uma reclamação por uma questão médica, por exemplo.

Já o ouvidor do Grupo Porto Seguro, Julio Mello, lembrou que, além de tentar resolver as demandas dos consumidores, os ouvidores devem também propor melhorias de processo nas empresas e, ainda mais que isso, devem atuar para que essas propostas sejam efetivamente implantadas. Julio Mello também informou que as demandas envolvendo seguro de automóveis, principal ramo de atuação de sua empresa, corresponderam a 57% das que chegaram às ouvidorias em 2016.

Amanda Biscaro, ouvidora da Virginia Surety, seguradora com foco em garantia estendida, lembrou dos desafios de trabalhar nesse ramo, visto que abrange uma infinidade de produtos e fornecedores, além de clientes espalhados por todos os cantos do Brasil, já que trata-se de um produto massificado. Entretanto, segundo ela, recebendo a informação qualificada, o consumidor fica muito mais predisposto a negociar.

Moderador do painel, o professor de direito do consumidor e presidente do Instituto Brasileiro de Direito Público (IDP), Ricardo Morishita Wada, expôs a relevância do Relatório para o aprimoramento contínuo do mercado. “Estamos (com o relatório) dando uma régua e uma dimensão não só pelo que a gente acerta, mas também por aquilo que a gente erra. E temos a possibilidade de contribuir com as políticas públicas”, afirmou.

### **A visão dos reguladores**

Susep e ANS também estiveram presentes no evento, representadas pela coordenadora-geral de Fiscalização de Conduta da Susep, Cidice Hasselmann, e o ouvidor da ANS, Luis Gustavo Homrich.

Em sua fala, Cidici afirmou que o processo de regulação é muito mais eficaz quando conta com a parceria dos ouvidores das empresas reguladas, como ocorre nesse setor. Parceria, tal, que possibilitou que a autarquia elaborasse um novo modelo de regulação de conduta, com foco mais na melhoria dos processos que no atendimento das reclamações individuais dos consumidores. Trabalho que, reconhece, vem sendo feito eficientemente pelas ouvidorias das seguradoras. Assim, todas as reclamações que chegarem à Susep (que correspondem pouco mais de 2% de todas as reclamações feitas às ouvidorias) não gerarão mais processo administrativo, mas serão analisadas na identificação de algum problema estrutural do setor e repassadas à ouvidoria da empresa correspondente.

Para a vice-presidente da CNseg e presidente da FenaSaúde, Solange Beatriz Palheiro Mendes, mediadora do painel, o mercado recebeu muito bem esse novo posicionamento da Susep, evidenciando um amadurecimento do regulador, mais focado no avanço das boas práticas.

À semelhança da Susep, a ANS também busca uma aproximação com as ouvidorias do setor, como afirmou seu ouvidor, elogiando a celeridade dos profissionais dessa área, que conseguem resolver 92% das demandas que chegam em até uma semana. Aproximação particularmente importante em um momento de perda de clientes na Saúde Suplementar devido à crise financeira, quando, mais que nunca, esses clientes precisam ser fidelizados.

E para reforçar ainda mais o papel dos ouvidores dentro das empresas, a Agência Nacional de Saúde Suplementar exige que os relatórios de ouvidoria enviados ao órgão regulador sejam

enviados também à alta direção das respectivas empresas.

### **Sobre os Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguro**

Desde 2015, a CNseg realiza encontros regionais entre ouvidores do setor e representantes de Procons e outros órgãos de defesa do consumidor, os chamados Colóquios de Proteção do Consumidor de Seguros, já tendo ocorrido o evento no Mato Grosso, Paraná, Amazonas e Paraíba.

E, de acordo com a ouvidora do Grupo Segurador BBMapfre e mediadora do painel, Claudia Wharton, o mais contagiante desses encontros é constatar a paixão colocada por todos os envolvidos na defesa dos consumidores.

Já Amauri Artimos da Matta, promotor de Justiça do Procons do MP de Minas Gerais, estado onde acontecerá o próximo Colóquio, ressaltou mais uma vez a importância da informação na venda do seguro. “Se muitas vezes o próprio executivo da área não sabe tudo, imagina um vendedor de loja de departamento?”, disse Amauri, referindo-se à venda de garantia estendida pelas lojas de varejo. O promotor, disse ele próprio, já é conhecido por muitos como Senhor garantia estendida, visto o tanto que já se debruçou sobre esse tema, afirmando também que está empenhado em fazer com que o contrato de seguro padrão adote expressões mais claras, de mais fácil entendimento por parte dos consumidores, ainda que esse desafio esbarre nas limitações impostas pelo órgão regulador.

E para superar qualquer falha de comunicação, disse o secretário da Senacon, capacitação é fundamental, tanto para preparar o atendente para esclarecer qualquer dúvida do consumidor, como para que saiba lidar e acolher esse consumidor em um momento de dor.

Quanto aos Colóquios, ressaltou sua importância por mostrar a sensibilidade e o desejo do setor em tentar evoluir, diferentemente de outros setores, onde não se vê essa predisposição. Opinião compartilhada pela presidente da Procons Brasil, Claudia Silvano, que é constantemente procurada por representantes de outros segmentos, mas não percebe nestes a mesma boa intenção identificada nos representantes das seguradoras.

“Esse setor (segurador) é muito complexo, chegando aos Procons questões não compreendidas por nós em um primeiro momento”, afirmou, ressaltando a importância dos Colóquios, onde “ouvimos coisas que não saíamos e, por outro lado, os ouvidores podem ouvir também coisas que não sabiam”.

### **O papel das ouvidorias na redução da judicialização dos conflitos**

A judicialização dos conflitos é uma questão que preocupa diversos segmentos da economia, além do segurador. E para falar sobre o tema, foi convidado o juiz titular do II Juizado Especial Cível da Capital, Flávio Citro, que expôs um quadro não muito otimista. Segundo ele, a trajetória de judicialização no Brasil é relativamente recente, tendo se iniciado em 1996, com a criação dos Juizados Especiais.

Mas, apesar de toda a boa intenção, um erro grave cometido nesse processo, afirmou, foi a permissão para que as empresas acionadas utilizem representantes sem nenhum vínculo empregatício com elas. Profissionais que muitas vezes estão muito pouco informados sobre o caso, servindo apenas como “reportadores”.

“Vocês ouvidores, que têm investimento e acesso à alta gerência são uns privilegiados, pois as grandes empresas não investem nas áreas jurídicas como investem em vocês”, afirmou, já não se referindo especificamente às empresas seguradoras. Assim, havendo um litígio, a empresa, buscando reduzir os custos, contrata um escritório de advocacia, a quem paga pouco, e este contrata um advogado pouco preparado, mal informado, mal remunerado e com nenhum poder

decisório, para participar das audiências. Com isso, muitas causas são perdidas quando, em outras circunstâncias, poderiam ser facilmente ganhas.

Mas as críticas do juiz não se dirigiram apenas às grandes empresas, mas também aos consumidores, que, em alguns casos, agem de má fé, ocorrendo casos em que um mesmo cidadão tem processos contra quarenta empresas diferentes, ainda que ilegítimos, apostando nas falhas da defesa.

Outra crítica feita aos consumidores que buscam a justiça é que 75% destes não buscam entrar em contato com a empresa para tentar solucionar o problema antes de entrar com uma ação na justiça. Nesses casos, afirmou Flávio, sua postura é de até dar ganho de causa ao consumidor, quando legítimo, mas não dar ganhos morais.

Para ele, os Procons e ouvidorias das empresas têm acesso a muito mais informação que a Justiça para lidar com os litígios nas relações de consumo. E, ainda que esse consumidor recorra à Justiça após passar por esses outros canais, chegará muito mais bem informado e qualificado.

A palestra de Flávio Citro contou ainda com a moderação da professora de Direito do Consumidor da PUC-SP, Maria Stella Gregori, para quem as ouvidorias exercem, hoje, papel crucial na resolução de conflitos e devem assumir, cada vez mais, uma posição estratégica no planejamento das empresas de seguros.

**Fonte:** CNseg, em 28.07.2017.