

7^a Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros contou com palestra do secretário da Senaçon

A diretora de Previdência da Caixa Seguradora, Rosana Techima Salsano; o presidente da CNseg, Márcio Coriolano; o desembargador do TJ-RJ, Werson Rêgo; e o secretário da Senaçon, Arthur Rollo

Transparéncia e confiança como pilares do desenvolvimento foi um dos temas debatidos no primeiro dia da 7^a Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, que ocorre em paralelo à 8^º CONSEGURO, no Rio de Janeiro. No caso do mercado segurador, destacou o secretário da Secretaria Nacional do Consumidor (Senaçon), Arthur Rollo, são elementos imprescindíveis para a criação de boa fé entre cliente e seguradora. “Muitos consumidores não têm conhecimento de como funciona o mercado e desconhecem as regras do negócio. Se o consumidor recebe informações pela metade, na hora do sinistro, ficará insatisfeito”, observou o secretário, durante sua palestra, que contou com a mediação do presidente da CNseg, Márcio Coriolano.

Rollo reforçou a importância de se manter um diálogo aberto entre as partes. Ao que compete as seguradoras, disse, explicar as regras de coberturas; excepcionalidades, restrições, deveres e obrigações. Durante sua apresentação, o secretário apresentou o que classificou de alguns desvios práticos em relação à cobertura, como atrasos nos pagamentos das indenizações; cláusulas de não indenizar quando o motorista está com a Carteira Nacional de Habilitação (CNH) vencida; falta de clareza em relação à diferença entre roubo e furto, entre outros. “Não havendo transparéncia não haverá confiança. A confiança vem com a realização da justa expectativa”, assinalou, encontrando apoio nas declarações do desembargador do Tribunal de Justiça do Estado do Rio de Janeiro, Werson Rêgo. “A transparéncia não é mais opcional. É necessária para reforçar a confiança, inclusive para se reconhecer erros”, frisou o desembargador.

Rosana Techima Salsano, diretora de Previdência da Caixa Seguradora, fez coro com o secretario da Senaçon ao que se refere à importância de haver essa relação mais saudável entre seguradora e segurado. “Nesses 27 anos de existência do Código de Defesa do Consumidor (CDC), muitas mudanças aconteceram. Os clientes não aceitam mais explicações mal dadas. Ele entra na rede social e fala”, enfatizou, destacando o empoderamento do consumidor.

Com esse novo status de consumidor, observou Rosana, o mercado segurador enfrenta alguns

desafios, como de estabelecer um relacionamento de longo prazo, tendo em vista que em securitização existem produtos intangíveis (seguro de vida). Ao que se refere à comunicação, aproximar a linguagem hermética do consumidor comum, substituindo a gama de termos técnicos utilizados, sobretudo, nos contratos; e reforçar e ampliar cada vez mais os canais diretos de comunicação com o consumidor.

Fonte: CNseg, em 20.09.2017.