

Por Solange Beatriz Palheiro Mendes (*)



Desde 2015, a Confederação Nacional das Seguradoras - CNseg promove o “Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros”, realizado em todas as regiões do País. Oito edições do evento já foram promovidas, reunindo representantes de seguradoras e dos Procons de diversos estados, com o objetivo de discutir problemas e soluções para as queixas mais frequentes dos consumidores referentes ao setor segurador nacional. As questões mais críticas apontadas nos colóquios são posteriormente tratadas nas Comissões Técnicas da CNseg, compostas por representantes de diversas áreas de seguradoras, a fim de que o legado do Colóquio gere entregas efetivas para harmonizar a relação entre consumidor e empresa.

O empoderamento do consumidor é uma prioridade no campo institucional. Assume, na verdade, ares ainda mais estratégicos em um quadro de enormes dificuldades. A educação securitária promovida pela Confederação Nacional das Seguradoras – por meio das iniciativas que integram o seu Programa de Educação em Seguros, como livretos, estudos, podcasts, publicações e parceria com instituições de ensino – e o diálogo transparente com os órgãos de defesa do consumidor contribuem para disseminar a cultura do seguro. Ao mesmo tempo, delimitam os direitos e deveres das partes que participam de um modelo de negócio regido pelo mutualismo.

O conceito do mutualismo é basilar e caro para o setor segurador e significa que seus produtos cobrem o que foi acordado contratualmente. Toda vez que o interesse individual se sobrepõe ao coletivo, como ocorre em ações que pleiteiam riscos não contratados, acarreta aos participantes – consumidores e seguradoras – o ônus de suportarem os prejuízos.

O setor segurador nacional está de portas abertas para incorporar novos consumidores e reduzir vulnerabilidades e enfrentar os riscos, que nos desafiam com uma frequência acima do imaginado nos últimos tempos, comprometendo, às vezes, patrimônios, bem-estar e qualidade de vida tão arduamente conquistados.

Estar entre as escolhas do consumidor é motivo de enorme honra e responsabilidade, sobretudo em um ano de pandemia e seus danos prolongados, mas não nos deixa na zona de conforto. O Dia do Consumidor é, sem dúvida, um importante incentivo à realização de um balanço do relacionamento entre empresa e cliente. Relação que pode ser sempre aprimorada, em benefício de todos na construção de uma sociedade livre, justa e também mais solidária.

(*) **Solange Beatriz Palheiro Mendes** é Diretora-Executiva da Confederação Nacional das Seguradoras – CNseg.

Fonte: CNseg, em 15.03.2021