

Confira a matéria do Centro de Documentação e Memória do Mercado Segurador (CEDOM)

Considerado o mais importante conjunto de leis concernente às relações de consumo no Brasil, o Código de Defesa do Consumidor – CDC entrou em vigor há 30 anos e se consagrou como uma das legislações mais avançadas do mundo. Zelando pelo respeito à dignidade, saúde e segurança do cidadão, o Código contribui fortemente para a ampliação do exercício da cidadania no país. O equilíbrio nas relações de consumo, uma das suas maiores conquistas, é um importante vetor para o mercado segurador brasileiro e integra a “Missão, Visão e Valores” da Confederação Nacional das Seguradoras – CNseg.

“O setor segurador foi o primeiro setor a declarar o seu apoio ao CDC e a se mobilizar para a adequação às novas regras e, principalmente, a adaptar os seus produtos e contratos, adotando letras maiores, mais visíveis, em negrito, dando destaque, prestigiando e perseguindo a transparência e a melhor informação”, apontou a diretora executiva da CNseg, Solange Beatriz Palheiro Mendes, em entrevista à Rádio CNseg (MENDES, 2020).

O compromisso histórico do mercado de seguros com a transparência está expresso na edição especial da Revista de Seguros de março de 1991, um registro valioso da entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor:

“(...) as companhias de seguros sempre estiveram dispostas a tornar cada vez mais transparentes os textos dos seus contratos, promovendo alterações sempre que a experiência lhes revelasse alguma dificuldade de compreensão dos segurados (...) E assim continuarão elas procedendo depois da vigência do Código” (REVISTA DE SEGUROS, ano 72, nº 793, março/abril de 1991).

Tendo a boa-fé como o principal ponto de convergência com o Código de Defesa do Consumidor, as seguradoras ofereceram ampla capacitação aos seus funcionários a fim de prepará-los para a nova etapa da importante empreitada de conscientização do consumidor sobre os seus direitos, e para a construção de respostas inovadoras frente às demandas do mercado. “O bom atendimento aos clientes, que sempre foi uma preocupação do mercado, parece ter assumido importância ainda maior com a nova Lei”, afirmou a mesma matéria da Revista de Seguros (REVISTA DE SEGUROS, ano 72, nº 793, março/abril de 1991).

A entrada em vigor do CDC também fomentou debates sobre o marketing do seguro, na medida em que a nova conjuntura apontava para o desenvolvimento de trabalhos cada vez mais sinérgicos entre a indústria de seguros e as agências de marketing. Era preciso criar campanhas publicitárias que fossem facilitadoras da elucidação do consumidor. Foi nesse contexto que, visando estimular a geração de ideias e as melhores práticas de marketing no setor, a Federação Nacional das Empresas de Seguros Privados e Capitalização – Fenaseg promoveu a primeira edição do concurso Os Melhores do Marketing de Seguros. Instituído no mesmo ano da entrada em vigor do CDC, o prêmio foi entregue aos autores dos nove projetos vencedores, no dia 26 de novembro, no Golden Room do Copacabana Palace.

O 15º aniversário do Código de Defesa do Consumidor foi marcado por uma importante conquista em 2005: a criação das Ouvidorias, uma iniciativa que contou com a adesão ampla e voluntária das empresas de seguros, muito antes da obrigatoriedade instituída em 2013 (Resolução CNSP nº 279/13). Em 2006 o mercado segurador já registrava a impressionante soma de 56 Ouvidorias reconhecidas pela Susep. Essas Ouvidorias contavam com a representação da Comissão de Ouvidoria – COV, instituída pela Fenaseg em 2005, no mesmo ano em que a entidade celebrou o 1º Encontro dos Ouvidores, na cidade do Rio de Janeiro.

Este era apenas o princípio de uma longa trajetória dedicada à evolução dos debates sobre o aperfeiçoamento das relações de consumo no Brasil. Em maio de 2006, o Seminário Ouvidoria no Mercado Segurador: Transparência na relação com os clientes reuniu jornalistas especializados e

contou com a presença do ex-Ministro do Governo da Espanha e então presidente da Comissão de Defesa do Segurado da Mapfre, Fernando Suarez. No ano seguinte foi publicado o 1º Relatório de Atividades das Ouvidorias, que teve como referência o ano de 2006.

O ciclo de comemorações do 20º aniversário do Código de Defesa do Consumidor foi aberto pela 1ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros, ocorrida em 03 de março de 2010. Na ocasião o mercado segurador já contava com o modelo de representação institucional espelhado em que a Fenaseg concentra o exercício de sua função de entidade sindical superior, filiada à Confederação Nacional do Sistema Financeiro – CONSIF, e a CNseg desenvolve a coordenação e suporte técnico, organizacional e institucional a projetos e atividades de interesse comum das Federações associadas.

Em setembro de 2010, seis meses após a conferência de abertura, a 2ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros sediou o lançamento do Guia de Boas Práticas – Seguro de Automóvel. “Um dos objetivos da publicação é ampliar a informação do consumidor que adquire seguros sobre seus direitos e sobre a responsabilidade das empresas”, afirmou o então presidente da Federação Nacional de Seguros Gerais – Fenseg, Jayme Garfinkel (CQCS, 2010).

O crescimento acelerado do Seguro Garantia Estendida no Brasil foi o fio condutor da edição seguinte. Realizada em São Paulo, entre 11 e 12 de setembro de 2012, a 3ª edição do evento foi palco do lançamento do Guia de Boas Práticas de Seguro de Garantia Estendida, que ratificou as boas práticas de venda do seguro garantia e a conscientização do consumidor na contratação de um serviço de proteção financeira de longo prazo. A iniciativa teve como alvo a distribuição de 37 mil exemplares em 12,5 mil pontos de vendas em todo o Brasil (CQCS, 2012).

O mercado segurador vivenciava um momento singular da sua trajetória, demarcado por elevados níveis de expansão em todos os segmentos, quando a CNseg realizou em parceria com a Escola de Negócios e Seguros – ENS, o Instituto Nacional de Educação do Consumidor – INEC, e a Revista Consumidor Teste, o 1º Seminário Direitos e Deveres do Consumidor de Seguros, em 27 de março de 2013, em Porto Alegre.

O debate que reuniu advogados, seguradores, juristas e representantes dos órgãos de defesa do consumidor e do Ministério Público, ressaltou o impacto direto da expansão da informação na queda do número de conflitos entre seguradoras e segurados. Era imprescindível levar informação à sociedade e estreitar o contato com o público consumidor. “Nossos esforços estão em levar mais conhecimento sobre o funcionamento do nosso mercado para cativar o consumidor”, destacou Solange Mendes em sua fala (REVISTA DE SEGUROS, ano 89 nº 884, janeiro/fevereiro/março de 2013).

A 5ª edição da Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros foi realizada paralelamente à Conferência Brasileira de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização – Conseguo, em setembro de 2015. A partir deste momento, a cada biênio o debate promovido desde 2010 passaria a integrar os “Eventos Reunidos” da CNseg. Tanto a 7ª como a 9ª edição da Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros aconteceram no contexto da Conseguo, respectivamente, em 2017 e 2019.

Outros importantes marcos do ano de 2015 foram o Dia do Ouvidor e o lançamento do 1º Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros. Realizado em parceria com os Procons, o Colóquio alcançou a sua 8ª edição em 2020 e integra os esforços contínuos do setor em aperfeiçoar os seus produtos e práticas de vendas, em prol da maior qualidade dos serviços oferecidos e do aumento da satisfação dos consumidores.

Em 2016, ano da 2ª celebração do Dia do Ouvidor e do Dia Internacional do Consumidor, a desjudicialização esteve no cerne da 6ª Conferência de Proteção do Consumidor de Seguros. O presidente da CNseg, Marcio Coriolano, abriu o evento com um convite à uma reflexão coletiva sobre a prevenção dos delitos do consumo. Já a relevância do trabalho conjunto entre Procons e Seguradoras esteve entre as principais pautas debatidas durante a 8ª edição do evento, em

setembro de 2018. Na ocasião foram distribuídos o Folder do Colóquio de Proteção do Consumidor de Seguros, o Relatório de Atividades das Ouvidorias 2017 e o Livreto Canais de Atendimento, que integra o Programa de Educação em Seguros.

Através do Programa de Educação em Seguros, que neste ano completa cinco anos, a CNseg tem levado informações qualificadas a consumidores de todo o Brasil, com o objetivo de fortalecer a noção de prevenção de riscos e de tornar a compra de coberturas mais consciente. Lançado em 2016, o Programa integra a Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF e engloba a Rádio CNseg, guias, cartilhas, livretos, ações nas mídias sociais, entre outras iniciativas. Entre as diversas publicações desenvolvidas pela CNseg, o Glossário do Seguro também merece destaque especial por trazer em linguagem acessível informações sobre todos os produtos ofertados pelos diversos ramos que compõem o setor segurador: Danos e Responsabilidades, Vida, Previdência Privada, Saúde Suplementar e Capitalização, conforme aponta o diretor executivo da CNseg, Alexandre Leal, em artigo divulgado no portal da CNseg em 22 de março último: “Glossário do Seguro da CNseg auxilia o consumidor em suas escolhas”.

Desde 2014, a CNseg também apoia a iniciativa e acompanha a evolução da plataforma Consumidor.gov.br, uma política pública que permite a interlocução direta entre consumidores e empresas para solução de conflitos através da internet. Monitorada pela Secretaria Nacional do Consumidor – Senacon – do Ministério da Justiça, Procons, Defensorias, Ministérios Públicos e também por toda a sociedade, esta ferramenta possibilita a resolução de conflitos de consumo de forma rápida e desburocratizada. Em 2020, quando a plataforma completava 6 anos de existência, o setor de seguros já apresentava uma adesão de 83% do mercado.

Esta longa trajetória repleta de ações em prol do consumidor foi destaque na edição de 30 de outubro de 2020 do SeguroCast, da Rádio CNseg, que trouxe uma entrevista com Solange Mendes, diretora executiva da CNseg. Para ela, o empoderamento do consumidor é pauta prioritária para o setor de seguros, que encontra no mês de março, quando são celebrados a entrada em vigor do Código de Defesa do Consumidor, o Dia do Ouvidor e o Dia Internacional do Consumidor, um período especialmente convidativo ao aprofundamento da reflexão sobre as relações de consumo. Este convite é estendido a toda sociedade no artigo “Dia do Consumidor: Uma data para reflexão de todos”, publicado no último dia 15 de março no portal institucional da CNSeg.

Confira: <https://cnseg.org.br/publicacoes/dia-do-consumidor-uma-data-para-reflexao-de-todos.html>

[Matéria publicada originalmente no site do Centro de Documentação e Memória do Mercado Segurador \(CEDOM\)](#)

Fonte: CNseg, em 01.04.2021