

## Seminário Comercialização de Seguros e Previdência Complementar por Meios não Presenciais - Resolução CNSP n.º 294/2013

### Perguntas elaboradas e respondidas durante o evento, separadas de acordo com os painéis/palestrantes:

#### 1º painel – Marco Aurélio Damiani – Broker Serviços e Representações

**Pergunta de Marcelo de Freitas (American Life):** A resolução fala muito de um contato pós-venda entre segurado e companhia, com a disponibilização de informações, mudanças etc. Você tem visto as companhias desenvolvendo ferramentas para que o corretor participe disso ou corretoras estão se envolvendo nesse processo para participar do pós-venda?

**Resposta:** Vejo as seguradoras, como coloquei, incipientes no fornecimento de sites para segurados. Em relação ao corretor existem pequenos esforços em relação a fornecer isso para o segurado também. Já no e-commerce se veem mais informações, mas as seguradoras ainda têm bastante a percorrer para fornecer esses dados pós-venda. Existe movimento? Vejo pouco ainda, talvez aumente devido à Resolução.

**Pergunta de Henrique João Dias (Unimed):** O Brasil tem muitos contrastes, aeroportos, caos geral em infraestrutura. Lá na companhia temos alguns portais que os corretores acessam e temos preocupação em acompanhar a legislação e entregar aos nossos parceiros informações digitais. Assim como temos caos na infraestrutura, não adianta nada uma seguradora ou corretora montar uma plataforma tecnológica, um material agradável, se não tiver transmissão adequada, infraestrutura adequada, porque temos visto as pessoas convergindo para os meios digitais e não sabemos se a banda larga e a capacidade de transmissão de informações acompanhará o crescimento do desenvolvimento. O Brasil está preparado para receber tantas pessoas acessando dados? Preocupa-me montar uma coisa bacana e por falta de infraestrutura as pessoas se desinteressarem? Como você vê esse desenvolvimento tecnológico para suportar esse volume de conversão digital?

**Resposta:** A infraestrutura de comunicação brasileira está muito forte no Sul e Sudeste do país, mas tem de crescer em outras regiões. Praticamente, 77% da distribuição da banda larga está no Sul e Sudeste. Pode haver o caos? Talvez não, porque a telefonia evolui bastante, a internet evolui, então são vários canais de internet operando no país. Hoje, não existe apenas um canal, existe diversificação. Em São Paulo existem prédios totalmente fechados que são data centers, são meios de propagação. Eu vejo um investimento forte. Não é o adequado, ainda, porque o 4G ainda não emplacou no país e dizem que não vai operar. O 3G ainda é precário. Mas, a internet fixa banda larga acho que está suportando, inclusive a Copa que vem por aí.

**Pergunta de Pedro Barbato Filho (Camaracor):** Os corretores de seguros não estão preparados, e a curto espaço não vejo como se prepararem, para fazerem essa operação de venda não presencial. O corretor vai precisar contar com a seguradora, que deverá disponibilizar ferramentas para a comercialização de produtos. No caso de haver inadimplência, qual é o processo para evitar isso?

**Resposta:** A inadimplência está muito ligada à seguradora, porque ela é que faz a cobrança. A seguradora teria de passar essa informação para o corretor. Porém, no caso do e-commerce a maioria dos pagamentos é feito por meio de cartão de crédito, que tem menor inadimplência. No caso de boleto, depende de a seguradora passar essa informação para o corretor e, como a Resolução prevê, para o segurado, informando se ele pagou e quando o boleto vai vencer.

**Pergunta da platéia:** Quando você abordou a comunicação entre as partes, mencionou a comunicação por SMS e e-mails, com e sem certificado. Tem alguma tecnologia equivalente ao certificado do e-mail que possa ser utilizada na comunicação por SMS?

**Resposta:** Não conheço.

## 2º Painel – **Marcelo Blay** – Minuto Seguros

**Pergunta de Guilherme Contrucci (Webseguros TV):** Os corretores on-line são odiados por corretores que não são da internet. Há mercado para todos. O comportamento virtual deve ser o mesmo do comportamento do meio físico. Vemos muitos sites parecendo loja de departamentos, por isso as pessoas clicam e em menos de 5 segundos desistem. Quando o consumidor clica em seguro não vê as informações sobre o seguro, porque, às vezes, o site é confuso. Alguns sites divulgam seguro automóvel, mas no rodapé aparecem banners de seguradoras que não atuam nesse ramo. “Trabalhos com as melhores seguradoras”, e aí aparecem dez ou doze logos. Isso do ponto de vista de marketing é ruim. Podemos mudar para “trabalhamos com algumas das melhores seguradoras”. Outra crítica é o horário de atendimento: como mostrar ao cliente que é uma corretora on-line, mas tem horário de atendimento? Isso precisa ser bem posicionado. Nomes de produtos errados: por exemplo, “seguro de vida do seu automóvel”; “experimente nosso seguro auto”; um jornal já escreveu “experimente seu seguro”; “aproveite: promoção de seguro de vida”. O papel do corretor não é só vender seguro, mas disseminar a cultura do seguro. Fiquei curioso porque no seu site (Minuto Seguros) tem o logo da Susep, Sincor e Fenacor. Por quê? E qual Sincor? Seus colaboradores têm Susep ou certificação técnica ou curso de seguros?

**Resposta:** Sobre o horário de atendimento, tomamos o cuidado de não dizer que somos uma corretora on-line. Entendemos que o on-line é uma maneira para angariar clientes. Publicidade on-line é o que temos feito e off-line também. Tanto é que a gente escancara nosso telefone, porque a venda se dá na conversão por telefone. Com relação aos logos, estamos vinculados ao Sincor-SP, também temos contato com o Armando Vergílio da Fenacor, ajudando a mostrar que estas corretoras, como a nossa, têm entidades de classe que as defendem. Sabemos que no Brasil a imagem dos corretores não é das melhores. Não se imagina que existam entidades de classe dessa magnitude, dessa força, a ponto de ter representação no Congresso Nacional. Então, acho que cabe a nós ajudar a engrandecer a classe. Acreditamos no papel do corretor de seguros. Respondendo a outra pergunta, existe uma regulamentação da Susep sobre a certificação técnica, acho que ainda não está em vigor. Temos planos de passar todos eles pelos cursos necessários. Todos têm experiência em seguro, especialmente em corretoras. Fizemos um teste com pessoas de seguradoras, mas não deu certo, por causa da experiência específica. Muitos dos nossos funcionários têm autorização para operarem como corretores, fizeram todos os cursos na Funenseg. Vários tentaram voar solo, mas perceberam que não é tão fácil, mas operam sob a nossa Susep. Os demais da área de TI e backoffice não têm essa necessidade.

**Pergunta de Henrique João Dias (Unimed):** Algumas seguradoras estão montando plataforma de e-commerce e vão competir com você com o mesmo cliente. Como uma corretora que está no mundo digital vê essa investida? A ordem do dia na internet é a relevância. Como se gera relevância nesse mundo digital tão grande para converter em compras? Você tem algum processo de geração de leads (cadastros on-line) para trazer para dentro e converter em venda pelo call Center?

**Resposta:** Sobre a concorrência com os fabricantes, eu fico apavorado. Morro de medo, é meu grande pesadelo. Acho que temos de nos preocupar, a classe tem de unir porque esse é o grande risco da venda on-line, que qualquer um pode fazer. Mas a concorrência com o fabricante, esse sim é um grande problema. Mas a pesquisa da Mackinsey sobre os modelos internacionais chegou à conclusão que há espaço para tudo. O modelo americano mostra que seguradoras vendem direto, por meio de funcionários, corretores vendem pela internet e tem um ente, este o maior pesadelo, que são os agregadores, que são meramente comparadores de preços. Eles se conectam com seguradoras e estampam os melhores preços, porque o interesse deles é vender leads. Esses caras destruíram as margens do mercado de seguros. No mercado brasileiro isso é inexorável, vamos chegar a esse ponto e conviver com diversos canais. Sobrevirá quem prestar o melhor atendimento. As seguradoras não estão preparadas para dar atendimento ao corretor. Mas o caminho é inexorável. Mas é como shopping Center, as lojas são iguais, mas o atendimento é diferente.

O pulo do gato é o atendimento. Sobre conseguir relevância, é difícil e caríssimo. Para conseguir precisa de muito dinheiro ou muito tráfego no site, daí o Google passa a ver também quanto tempo as pessoas ficam no site, quantas páginas visitam, e partir desses quesitos constrói algoritmos e passar a ranquear. Porque não é só clicar, precisa ficar. Mas os algoritmos são caixas pretas, existem sites fictícios. Se ganha relevância trabalhando direito, boca a boca, em eventos como esse ...

**Pergunta de Marcelo de Freitas (American Life):** Um debate atual é sobre a internet ser uma ferramenta ou canal de distribuição. Você utiliza como ferramenta de captação e tem um fechamento pós-negócio. Em algum momento você percebeu que haverá uma virada de chave, que vai haver uma tendência de o fechamento ocorrer de outro modo ou será sempre assim?

**Respostas:** Realmente, usamos mais como ferramenta. Mas imagino que só haverá fechamento 100% on-line se as entidades de classe, a Susep, seguradoras fizerem um trabalho de cultura. As pessoas não conhecem sobre seguro, não entendem. Gostaria que comprassem 100% on-line, minha folha de pagamento reduziria. Mas as pessoas não estão fechando porque não entendem a terminologia – prêmio, sinistros, danos materiais e corporais. Se não tiver um processo de cultura e as pessoas não tiverem o hábito de comprar seguro não sou eu que vou resolver ou a internet. A gente percebe que a maior parte das pessoas nos liga com dúvidas básicas, como o perfil no automóvel. Se não tiver um processo de disseminação e não houver consciência do brasileiro sobre a importância de proteção no futuro isso não mudará. Mas estamos preparados para virar a chave, porque é mais fácil comprar mais servidores do que contratar mais gente. Muitos dos nossos concorrentes que começaram apenas com máquinas, hoje estão montando estruturas de call center.

**Pergunta de Pedro Barbato Filho (Camaracor):** Como presidente da Camaracor, fui contestador da Minuto Seguros. Depois ao longo do tempo, em conversas com o Luiz Vantente, e hoje, pelo que você explicou, eu faço questão de pedir desculpas publicamente.

**Resposta:** Muito obrigado

**Pergunta de Marco Damiani (Broker):** Sou da mesma linha, como corretor, debato muito sobre as “pontocom” – hoje existem 16 -, e não conhecia detalhes da sua estrutura. Esse assunto de venda on-line foi discutido na campanha para o Sincor-SP e acabamos sendo eleitos. Um dos itens mais debatidos na campanha foi o autocálculo, um produto baseado em webservice, que não decolou por causa do problema da integração com as seguradoras. Como você vê o mercado de seguros, na ótica do corretor, a tendência e o que pode ser feito para um número maior de corretores explorarem o canal?

**Resposta:** Vou pegar bola de cristal. Mas usando a pesquisa de mercado, o que me deixa tranquilo é que haverá espaço para todos. Mas todos precisam se adaptar, precisam ter um site, que não precisa ser transacional, mas com informações relevantes. Com relação a integração com seguradoras, acredito que da mesma maneira que criaram os kits de cálculo no passado, isso virá. Se os 70 mil corretores tiverem agilidade e puderem processar as informações, vão acessar uma base muito grande e reduzir os custos das seguradoras. É uma questão de tempo para que os sistemas das seguradoras estejam aparelhados para esse tipo de conexão, que é complexo.

**Pergunta da plateia:** Estendo esta pergunta também para a Regina, da Susep. Por mais que você tenha a interferência de uma pessoa para concluir uma transação, usa o telemarketing, que, no meu entendimento é enquadrado como canal remoto. Então como você vê a necessidade de login e senha nesse processo? Porque a mudança é muito radical e afeta o mercado, já que se precisa que todo o processo transacional seja on-line.

**Resposta:** Existe toda uma discussão sobre o que é telemarketing. Quantos de vocês não fecham seguro por telefone? Isso é telemarketing? Difícilmente, alguém consegue visitar os clientes todos, então é por telefone. No nosso caso tomamos o cuidado de não cair no risco de ser um telemarketing: o regime de horas não é de 6 horas; os

móveis não são adaptados; não pago assim; não registro assim. Eles são consultores de seguros e não ficam o tempo todo na internet, é um processo tradicional. O que fazemos é angariar clientes pela mídia on-line. Sobre o login e senha, quero ouvir a Susep sobre até que ponto o corretor tem de ter isto. A resolução é mais voltada ao segurador, mas estamos nos antecipando e colocando login e senha, que é uma prática de muitos sites. Isso também nos ajuda a saber com quem estamos falando. Ataque de hackers é perigoso. Ter login e senha é uma boa prática.

**Pergunta da plateia:** É feito login e senha pelo telefone?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** A questão do login e senha, nós pensamos nas operações que são realizadas via computador. A definição de meios remotos da norma procurou ser bem ampla. Evitamos a expressão “meios eletrônicos”. É uma ferramenta e um canal de distribuição. Pensamos em viabilizar o máximo possível os meios remotos – não falamos em contratações, mas em operações vinculadas a seguros e previdência. Login e senha é para a contratação, que se for por telefone diria que existem duas possibilidades: uso de identificação biométrica por voz ou por Bilhete. O decreto 73 fala que o Bilhete não precisa de proposta e pode ser contratado mediante simples solicitação verbal do segurado. É tudo muito flexível.

### 3º Painel – Ivy Cassa (AIDA-Brasil)

**Pergunta da plateia:** Sobre a identificação das partes e a possibilidade de fazê-la pela voz da pessoa. Como faço para assegurar a identidade do dono da voz no momento do cadastro para uma conferência posterior, se isso acontecerá por meios remotos?

**Resposta Ivy:** Vou repassar a pergunta. No caso de banco, eu faço uma transferência usando login e senha.

**Resposta de Marco Aurélio Damiani (Broker):** Não tenho conhecimento dessa tecnologia.

**Pergunta da plateia:** A Susep deveria emitir uma resolução prevendo esses problemas tecnológicos. Esse pré-cadastro de login e senha pode ser feito por meios remotos ou seria necessária uma visita presencial da pessoa na seguradora?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Desculpe, mas não entendo de biometria. A nossa área de TI disse que é possível a identificação biométrica. O normativo é amplo e previu novas tecnologias. A norma não tem foco na contratação, mas nas operações. Os meios remotos podem ser usados como ferramentas ou como canal de distribuição. Tudo depende da estratégia. O objetivo do normativo foi dar essa flexibilidade ao mercado. Como vai utilizar? Daí depende da criatividade do mercado.

**Pergunta da plateia:** Em vez da identificação da voz, podemos perguntar ao cliente sobre os dados cadastrais?

**Resposta Ivy:** O Código Civil reconhece que não seja só o papel o meio de prova, existem também outros, como a voz. Mas, de acordo com o tipo de contrato, se exige uma formalidade diferente. Adquirir um iPhone é diferente de comprar um seguro.

### 4º Painel – Regina Simões e Maria Augusta Alves (Susep)

**Pergunta de Marcelo de Freitas (American Life):** O consumidor on-line é o mesmo do off-line. Por outro, não é contraditório ter de mandar informações sobre inadimplência de uma maneira diferente que fazemos para o off-line?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** O consumidor é o mesmo, mas uma coisa é ter uma proposta com todos os detalhes e outra é por meio de alguns cliques. São diferentes, formas de contratação diferentes, que requerem maior cuidado em relação à segurança. No físico, com todos os cuidados, como na previdência, o participante tem de assinar, mas quantos leem suas apólices? Tem de garantir o mínimo de informação para uma eventual disputa judicial. Não pode ficar só na palavra.

**Resposta Ivy:** Do ponto de vista jurídico, existe o princípio da equivalência: então tudo que faço no meio físico deveria fazer no meio remoto. Mas, por outro lado, temos o Judiciário e a linha de Consumeristas ainda vê o consumidor como hipervulnerável, talvez daí venha a preocupação do órgão regulador de colocar um dever adicional. Mas por outro lado estaríamos entramos em outra seara.

**Resposta de Regina Simões (Susep):** O próprio Ministério da Justiça e a Senacom (Secretaria Nacional de Defesa do Consumidor) participou ativamente da norma. A internet, embora seja considerada uma ferramenta, pode ser utilizada como canal. Na distribuição, seria venda do produto fora do meio em que foi elaborado. É necessário em qualquer ramo de seguro o período de arrependimento.

**Pergunta de Alexandre Leal (CNseg):** Lá na CNseg a maior parte do nosso tempo estamos tentando entender melhor essa resolução de meios remotos. Acho que pode estar havendo uma confusão, porque no passado tínhamos um mundo físico, com proposta assinada. A norma está mirando tanto na questão da segurança no mundo on-line, mas no meio do caminho, de acordo com a interpretação de alguns trabalhos, as operações físicas estão abrangidas pela norma. No seguro de automóvel, eu ligo para o corretor, ele manda para mim proposta, eu telefono e confirmo, ele manda a proposta e eu assino e mando de volta. Isso não está abrangido pela norma. Mas, hoje em dia eu não tenho login e senha para me relacionar com corretores e seguradoras, não recebo aviso de que minha fatura está vencendo. Ou seja, a norma, aparentemente, trata de outro tipo de contratação, mas para algumas coisas que vêm funcionando bem ela alterou completamente o modus operandi. Agora, nessa contratação por meios remotos, teria de enviar essa série de mensagens. É isso mesmo ou não era essa a questão que a norma queria atacar ou, eventualmente, a gente tem que reavaliar alguns pontos em relação a esse funcionamento?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Nesse caso diria que você está usando os meios remotos como ferramenta. Não é uma contratação por meios remotos. É diferente de receber uma proposta por SMS, não tem contato físico com ninguém. Se contratar no site de uma empresa será totalmente por meio remoto, é diferente. Em algumas partes posso usar o meio remoto, mas tem o corretor. Nossa preocupação foi com essa contratação que não tem nada e nem ninguém. Estavam chegando produtos na Susep dessa forma, que seriam comercializados integralmente por SMS. Qual a segurança que esse segurado teria? A ideia desse tipo de educação financeira, do envio de informações, surgem daí. A norma fala da contratação exclusivamente por meios remotos.

**Pergunta de Alexandre Leal (CNseg):** Acho que tem de aprofundar essa discussão. Essa operação, pelo que conversei com outras pessoas, já não poderia ser mais assim desde a publicação da norma.

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Toda norma gera muita discussão. Não foi o objetivo complicar.

**Pergunta da plateia:** Na contratação por telemarketing também não faz sentido login e senha, já que a operação não foi pela internet. É correta essa interpretação?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** A contratação por telemarketing pode ser ferramenta ou canal de distribuição, a menos que venda por Bilhete ou encaminhe antes um login e senha para a pessoa. Os bancos enviam antes login e senha para o atendimento telefônico. Mas depende da sua estratégia, se for bilhete é por simples solicitação do segurado. Por muito tempo a Procuradoria da Susep entendeu que a assinatura teria de ser física. Mas com o tempo entendeu que poderia ser uma assinatura eletrônica e que outros tipos de manifestação poderiam ser entendidos como assinatura. Se você vai vender uma apólice e quer essa contratação individual, ou terá login e senha ou terá a confirmação por voz, enfim a sua área tecnológica estabelecerá a melhor estratégia. Você também pode chegar à conclusão que prefere bilhete, que é mais simples, não é aceite do segurado que vai definir, mas se ele pagou. O normativo quis viabilizar diferentes formas de contratação, com a utilização de meios remotos, que podem ser os mais variados. A ideia foi facilitar e em nenhum momento criar novos requerimentos, mas dar segurança e proteção ao consumidor.

**Pergunta da plateia:** A norma fala em certificação digital, mas ela pode ser substituída por ambiente seguro e dados cadastrais? Diminuiria o custo.

**Resposta de Maria Augusta Alves (Susep):** São três opções: login e senha; certificação digital e biometria.

**Pergunta da plateia:** Cada documento deve ser emitido com certificação?

**Resposta de Maria Augusta Alves (Susep):** Não. É como no banco, pode usar a certificação do ambiente, não é uma para cada cliente, é do ambiente, do site.

**Pergunta da plateia:** Se o corretor usa o sistema virtual da seguradora, mas atende fisicamente o segurado, a seguradora estaria incluída nessa venda? É uma venda normal ou se enquadra na obrigação de notificação? As corretoras não passam a comunicação com o segurado para a seguradora. A seguradora pode se digitalizar ou aplicar meios remotos com o corretor, e este também usa meios remotos para se comunicar com o seu cliente. Esta é uma venda por meios remotos?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** No meu entendimento, tudo depende de como chega ao segurado. Se tudo chega de forma virtual, por meio da seguradora, e ele tem de preencher uma proposta virtualmente, tudo o que está na norma tem de ser respeitado. Ele está intermediando a venda, mas está repassando, sem instruir o segurado, a norma tem de ser respeitada. Mas se a comunicação com o corretor e a segurador é feita por meios remotos e com o segurado de forma física, é outro tipo de contratação. Existem corretoras que atuam na intermediação, mas só repassam, como canais de massa, então é uma venda que deve seguir a norma.

**Pergunta da plateia:** O telefone é meio remoto. E o call center estaria fora da norma?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Está dentro, independentemente, se tem ou não corretor.

**Pergunta da plateia:** E se o corretor tem contato com o cliente por telefone ?

**Pergunta de Maria Augusta Alves (Susep):** Foi fechada a proposta por login e senha?

**Resposta da plateia:** Por telefone.

**Resposta de Maria Augusta Alves (Susep):** Por biometria?

**Resposta da plateia:** Eu ligo para minha corretora e ela me manda o contrato. Eu contratei via telefone, por meio remoto. E o corretor tem uma procuração minha.

**Pergunta de Maria Augusta Alves (Susep):** Ele assinou ou fez login e senha?

**Resposta da plateia:** Tanto faz.

**Resposta de Maria Augusta Alves (Susep):** Está fora. Se fez login e senha, entrou.

**Pergunta da plateia:** A contratação foi pela internet, mas depois a seguradora me mandou um pdf para imprimir, então simboliza uma emissão física e não preciso mandar os alertas. Está certo?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Pelo que entendi, sim. Sua pergunta está confusa.

**Pergunta da plateia:** Nem toda a venda por telefone é de bilhete. A biometria tem de confirmar a voz, porque numa prospecção não tem como confirmar, porque não tem no banco de dados.

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Existe uma identificação biométrica, mas como ela é feita eu desconheço a tecnologia. Até então vinha sendo feito pelo mercado, na qual era comum a apólice aberta que se vendia indiscriminadamente para qualquer um por meio de telemarketing. Isso é inadequado pelo normativo, porque é impossível o vínculo do estipulante, a menos que ele consiga a assinatura de todo mundo por voz ou física ou login e senha, é obrigatória a proposta. Tem muita seguradora atuando por affinity, mas quando a fiscalização chega, o segurado reclama do débito em conta. Essas contratações estão vinculadas a uma apólice aberta irregular, porque não tem proposta. Para continuar vendendo dessa forma a seguradora precisa adotar uma dessas formas, porque o call center é meio remoto, ou vender via bilhete. A apólice coletiva exige assinatura de proposta prévia e emissão de certificado “a posteriori”. Não tem outra possibilidade.

**Pergunta da plateia:** Se validar dados cadastrais e mais a gravação de voz, vale?

**Resposta de Regina Simões (Susep):** Não sei se isso é válido.

**Resposta Dilmo B. Moreira (CVG-SP):** Proposta de adesão se caracteriza pelo documento físico ou pelo equivalente tecnológico.

**Resposta Ivy:** O direito permite outras formas de identificação, mas o nosso regulador quer login e senha.