

MANUAL DE BOAS PRÁTICAS PARA VENDA DE SEGURO EM ORGANIZAÇÕES VAREJISTAS

1. Introdução

A estabilização da economia nacional, a facilidade de acesso ao crédito e as ações do governo para incentivar o consumo aumentaram a comercialização de seguros em todo país.

As organizações varejistas brasileiras vêm se destacando e, em pouco tempo, se tornaram um dos principais meios de oferta e promoção de seguros voltados às necessidades de proteção de grande parte da população.

A comercialização dos seguros, como toda relação de consumo, deve estar baseada nos princípios de vulnerabilidade do consumidor, responsabilidade objetiva do fornecedor, boa-fé e equilíbrio nas relações, informação e transparência. Estas são as bases sobre as quais se assenta este Manual de Boas Práticas para Venda de Seguro em Organizações Varejistas, criado pelas seguradoras associadas à Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização – Cnseg, e atualizado constantemente pela Assurant Seguradora.

2. Objetivo

O objetivo deste Manual é apresentar recomendações e deveres de conduta que aprimorem a comercialização de seguros no âmbito das organizações varejistas com: Consumidores, Segurados, Corretores, Fornecedores, Órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, Órgãos de Supervisão e Controle, Meios de Comunicação e Meio Ambiente.

As recomendações estão fundamentadas na legislação em vigor e nas boas práticas de mercado. Visam aperfeiçoar as vendas e os serviços prestados nos seguros comercializados por organizações varejistas, contribuindo para construir relações de consumo transparentes e harmônicas.

O Manual contém informações que facilitarão a compreensão de vários temas. É importante lembrar, porém, que ele não substitui regulamentos e documentos referentes aos conceitos de seguro e aos produtos específicos.

3. O Seguro nas organizações varejistas

Os seguros desenvolvidos para comercialização no varejo se diferenciam dos tradicionais por serem produtos destinados à distribuição em massa, que possibilitam o acesso ao público em geral. A utilização de organizações varejistas como canais de distribuição de seguros é observada na maioria dos mercados internacionais, tratando-se de uma prática muito antiga e tradicional, que propicia acesso mais amplo ao seguro, ampliando a proteção oferecida ao consumidor.

4. Recomendações, boas práticas e deveres

As principais recomendações, boas práticas e deveres na distribuição de serviços de seguro e no trabalho de pós-venda, estão a seguir relacionadas:

4.1. Relação com Consumidores

É obrigação das organizações varejistas pautar-se, na relação com o consumidor, pelas seguintes diretrizes:

- **Qualidade e eficiência dos serviços:** o consumidor deverá receber serviços de qualidade e com eficiência, respeitando todos os aspectos da venda e administração do seguro.

- **Informação e transparência:** o consumidor deverá ser informado de forma prévia e clara sobre todas as condições do seguro (coberturas do contrato, preço a ser pago, valor da indenização a ser recebida na hipótese de ocorrência do sinistro, prazo de vigência, casos de exclusões de cobertura do seguro, o que fazer para comunicar a ocorrência do sinistro e receber o pagamento da indenização, entre outras).
- **O Seguro é opcional:** o consumidor deverá ser informado, de forma prévia e clara, que a contratação do seguro é opcional e não está condicionada à aquisição de produtos oferecidos pelas organizações varejistas. Não será admitida venda casada do seguro e nem a obrigatoriedade de contratação.
- **É proibido condicionar desconto no produto:** o seguro não poderá ser condicionante para a concessão de desconto ou condições mais vantajosas na aquisição do bem ou serviço.
- **É proibido condicionar desconto no seguro:** não poderão ser oferecidas condições mais vantajosas no seguro para aquisição de produtos ou serviços oferecidos pela organização varejista.
- **É necessária aceitação expressa pelo consumidor:** a contratação do seguro de qualquer modalidade, oferecido pela organização varejista, deverá ter aceitação expressa do consumidor.
- **Direito de arrependimento:** a comunicação prévia e clara de que o consumidor tem direito de arrepender-se da contratação do seguro, sem que seja necessário apresentar nenhuma justificativa e desde que o faça no prazo de 7 (sete) dias corridos, contados a partir da data da contratação do seguro. O consumidor poderá exercer o direito de arrependimento pessoalmente na loja, pelos meios disponibilizados pela sociedade seguradora ou pelo Representante de Seguros.

4.2. Material de Venda

Os seguros ofertados pelas organizações varejistas poderão ser contratados por meio de **bilhete** ou **apólice individual**, que são os documentos que comprovam a contratação do seguro. O bilhete ou a apólice individual deverão ser entregues ou disponibilizados aos segurados no ato da contratação.

Os consumidores devem ser estimulados a ler atentamente o bilhete ou a apólice individual, porque nesses documentos se encontram informações essenciais para a compreensão, tais como as coberturas, as exclusões, os valores de indenização, o período de vigência, entre outras.

O bilhete ou a apólice individual deverão ser emitidos em documento separado da nota fiscal da compra realizada junto à organização varejista.

As organizações varejistas também deverão manter à disposição do consumidor as **condições gerais do seguro**, que definem as obrigações e direitos de cada parte contratante.

4.3. Relação com os Segurados

Deverão ser fornecidos para os segurados serviços eficientes e de qualidade, observados todos os aspectos da venda e administração do seguro.

É recomendável que sejam utilizados termos de fácil compreensão na relação com os consumidores segurados, para viabilizar a integral compreensão dos aspectos essenciais na oferta do seguro e no cumprimento do contrato.

A seguradora e as organizações varejistas devem manter o sigilo e a integridade das informações dos segurados, bem como a segurança dos bancos de dados em que esses dados estiverem arquivados.

4.4. Canais de Atendimento

A seguradora e/ou a organização varejista disponibilizarão canal de relacionamento aos segurados, via Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC).

Também poderão oferecer ao segurado mecanismos de atendimento eletrônico e acompanhamento através de redes sociais na *internet*.

Os segurados terão à sua disposição, ainda, a Ouvidoria das seguradoras, órgão independente e cujo funcionamento é regulado pelos órgãos de supervisão e controle.

É obrigatória a criação de canais exclusivos e adaptados às pessoas com deficiência.

O número do telefone de acesso ao Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) deverá ser disponibilizado no portal/site da Seguradora, de forma que a localização e a utilização do número pelo segurado e/ou organização varejista seja de fácil acesso.

4.5. Capacitação dos funcionários das organizações varejistas

A Seguradora e a organização varejista devem promover treinamento para capacitação dos colaboradores ligados à oferta de seguros, conforme estabelecido nas regulamentações específicas do setor, garantindo qualidade na oferta efetuada aos consumidores.

4.6. Preço do Seguro

As organizações varejistas devem observar as seguintes diretrizes:

- **Não sejam cobrados valores superiores aos estabelecidos:** a organização varejista não deve cobrar valores maiores do que os acordados com a seguradora.
- **É proibido condicionar desconto no produto:** não se deve oferecer desconto ou termos mais vantajosos na aquisição compulsória do bem ou serviço sob a condição de que o seguro seja contratado (prática qualificada como venda casada).
- **É proibido condicionar desconto no seguro:** não se deve oferecer desconto ou termos mais vantajosos na aquisição compulsória do seguro sob a condição de aquisição de produtos ou serviços oferecidos pelas organizações varejistas.

- **Deve-se divulgar o preço:** o preço do seguro deverá ser discriminado claramente no momento da oferta ao consumidor.

4.7. Comunicação no ponto de venda

As organizações varejistas dar orientação ao consumidor, com estrutura compatível à complexidade e à operação. Deverão manter, também, em **local de ampla visibilidade**, na área de vendas e, quando for o caso, junto ao caixa, avisos com as seguintes informações:

- a. “A contratação de seguro é opcional, sendo possível a desistência do contrato em até 7 (sete) dias corridos, com a devolução integral do valor pago”.
- b. “É proibido condicionar desconto no preço do bem à aquisição do seguro”.
- c. “A organização varejista atua na condição de prestador de serviços da Seguradora.”
- d. Número de telefone do SACs da(s) sociedade(s) seguradora(s).
- e. É obrigatório para a organização varejista obter a autorização prévia da Seguradora para veiculação de qualquer documento ou material de publicidade que mencione o produto de seguro.

4.8. Relação com Órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor

Recomenda-se às organizações varejistas:

- a) Manter um relacionamento constante com os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, fornecendo todas as informações técnicas necessárias sobre os contratos de seguros e sinistros reclamados.
- b) Atuar em parceria com os órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor para fornecer informações aos segurados e ao público em geral sobre os diferentes contratos de seguro existentes no mercado nacional.
- c) Criar mecanismos de pronto atendimento aos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor para fornecimento de informações técnicas.
- d) Encaminhar, com presteza e objetividade, aos órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, as informações por eles solicitadas, sempre com objetivo de prestar esclarecimentos que facilitem a compreensão das atividades das seguradoras e de suas políticas de ação.
- e) Atuar de forma proativa em relação a todo o Sistema Nacional de Defesa do Consumidor, participando de reuniões, encontros e seminários organizados pelo Sistema, com o objetivo de

difundir as peculiaridades das atividades de comercialização de seguro.

- f) Promover a cooperação, comunicação e a facilidade de acesso a informações entre seguradoras e seus representantes de seguros.

4.9. Relação com Órgãos de Supervisão e Controle

Além de observar os deveres e obrigações constantes da Resolução CNSP nº 431/21, as organizações varejistas deverão facilitar o acesso, manter práticas de colaboração, ser ágil nas respostas e prover ao órgão de supervisão e controle todas as informações requisitadas e necessárias para o pleno desenvolvimento do mercado de seguros;

4.10. Relação com os meios de comunicação

A relação com os meios de comunicação deve ser construída de forma a priorizar os esclarecimentos gerais sobre os produtos de seguros, facilitando a compreensão do setor sobre coberturas, prazo de vigência, exclusões de cobertura, direito de arrependimento, regulação de sinistros e mecanismos de acesso do consumidor para gestão de conflitos.

5. Considerações Finais

O presente Manual está pautado pelos princípios constitucionais e pelas boas práticas de governança corporativa.

As seguradoras e organizações varejistas deverão priorizar o desenvolvimento e a oferta de produtos e serviços de seguros que sejam simples, eficientes e de fácil compreensão para os segurados.

O correto atendimento das diretrizes deste Manual, especialmente quanto às diretrizes de transparência, compromisso ético e ampla participação das partes interessadas, propiciarão o desenvolvimento de um mercado de seguros responsável e consciente para os consumidores e a sociedade em geral.