



Manual de Boas Práticas em Seguros para Organizações Varejistas

Válido a partir de **março de 2014**

Índice

1. Introdução	3
2. Objetivo	4
3. Conceito e finalidade do seguro	5
4. O seguro nas organizações varejistas	6
5. As organizações varejistas	6
6. Recomendações, boas práticas e deveres	7
6.1. Relação com consumidores	7
6.2. Material de venda	9
6.3. Relação com os segurados	10
6.4. Canais de atendimento	10
6.5. Sinistro e indenização	11
6.6. Capacitação dos funcionários das organizações varejistas	12
6.7. Preço do seguro	12
6.8. Comunicação no ponto de venda	13
6.9. Relação com corretores	14
6.10. Relação com órgãos do Sistema Nacional de Defesa do Consumidor	15
6.11. Relação com órgãos de supervisão e controle	16
6.12. Relação com o meio ambiente	17
6.13. Relação com os meios de comunicação	18
7. Oferta de seguros por meios remotos (ex.: internet, telefonia)	18
8. Considerações finais	19
9. Termos utilizados no mercado de seguros (Glossário)	20



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 o país.

As organizações varejistas brasileiras vêm se destacando e, em pouco tempo, tornaram-se 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. Essas 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.

2. Objetivo

O objetivo deste manual é apresentar recomendações e orientações de atuação 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.

Consta no final deste manual uma lista com a definição dos principais termos utilizados no mercado de seguros para auxiliar sua leitura e compreensão.



3. Conceito e finalidade do seguro

O seguro tem uma história muito antiga e acompanha a evolução do homem na luta contra os riscos e suas consequências. Com o passar do tempo, os homens concluíram que não havia como impedir que os riscos causassem prejuízos, mas seria possível organizar grupos de pessoas para contribuir com pequenos valores que, somados, permitiriam indenizar os prejuízos daqueles que fossem vítimas de riscos. Era a fórmula do “um por todos e todos por um”, que nos contratos de seguros é chamada de mutualismo.

O **mutualismo** é um dos princípios básicos do seguro. Pode ser definido como um sistema de proteção social que tem por objetivo criar grupos de pessoas com um interesse comum, a fim de constituir um fundo econômico do qual sairão os recursos necessários para suportar os prejuízos de um acontecimento futuro e não previsto.

Os seguros são contratos por meio dos quais as seguradoras se obrigam, mediante o pagamento de um valor por parte do segurado, a indenizar a este ou aos beneficiários indicados os prejuízos decorrentes de risco futuro e incerto.



Os seguros são, no mundo contemporâneo, uma excelente forma de planejamento para a vida. Já que não é possível impedir que os riscos aconteçam, é recomendável contratar seguros para diminuir o impacto das consequências dos riscos nos orçamentos pessoais e empresariais.

4. 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, expandindo a proteção oferecida ao consumidor.

5. As organizações varejistas

As organizações varejistas são qualquer pessoa jurídica que pratique as atividades de venda, revenda ou distribuição de mercadorias, novas ou usadas, em loja ou por outros meios, incluindo meios remotos (não presenciais), preponderantemente para o cliente final para consumo pessoal ou não comercial.

Para atuar como organizações varejistas, assumindo assim o papel de promover, em caráter não eventual e sem



vínculos de dependência, a realização de contratos de seguro em nome da seguradora, é indispensável a celebração de contrato com a seguradora antes do início das operações.

6. 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.

6.1. 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 sempre opcional:** o consumidor deverá ser informado, de forma prévia e clara, de que a contratação do seguro é opcional e não está condicionada à aquisição de quaisquer produtos oferecidos pelas organizações varejistas. Não será admitida venda casada do seguro nem a obrigatoriedade de sua contratação.





- **É proibido condicionar a contratação do seguro a desconto no produto:** a contratação do seguro não poderá, em hipótese alguma, ser condicionante para a concessão de desconto ou de opções mais vantajosas na aquisição do bem ou serviço comercializado pelas organizações varejistas.
- **É proibido condicionar a compra de produto a desconto no seguro:** não poderá ser imposta, em hipótese alguma, a aquisição de produtos ou serviços comercializados pela organização varejista como condicionante para a oferta de opções mais vantajosas na contratação do seguro.
- **É necessária aceitação expressa pelo consumidor:** a contratação do seguro de qualquer modalidade, oferecido pela organização varejista, deverá conter aceitação expressa do consumidor.
- **Disponibilização do extrato do contrato:** a organização varejista deverá disponibilizar ao consumidor, no local de venda do seguro ou, quando se tratar de venda por meios remotos, na internet, extrato do contrato que detalhe os poderes que lhe foram conferidos pela sociedade seguradora.
- **Direito de arrependimento:** a organização varejista deverá comunicar, de forma prévia e clara, que o consumidor tem o 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. O consumidor poderá exercer o direito de arrependimento pessoalmente na loja, por meio eletrônico (e-mail ou SMS) ou por telefone (SAC), à sua livre escolha.

- **Renovação automática:** é vedada a renovação automática de qualquer plano de seguro ofertado pela organização varejista.
- **Vigência:** os planos de seguro deverão ter vigência mínima de um ano.

6.2. 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 deverá ser entregue 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 as 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 deverá ser emitido 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.

6.3. 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.

6.4. 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, 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 na primeira página do portal/site da seguradora, como forma de facilitar a localização e a utilização do número pelo segurado e/ou organização varejista.

6.5. Sinistro e indenização

O processo de análise dos sinistros é de responsabilidade da seguradora, podendo também ser realizado pela organização varejista, desde que tal procedimento esteja previamente definido em contrato.

A relação de documentos necessários e o prazo para pagamento da indenização variam conforme os seguros contratados e deverão estar expressamente especificados no bilhete ou apólice individual, em local de fácil visualização e compreensão pelo consumidor.

As negativas de cobertura deverão ser comunicadas de maneira clara, por escrito, com termos que facilitem a compreensão pelo segurado e com a indicação da respectiva cláusula das condições do seguro que fundamente a exclusão do direito à indenização.



No caso de negativa de cobertura, o segurado deverá ser orientado a entrar em contato com o SAC da seguradora, caso tenha alguma dúvida. As informações de contato com o SAC deverão constar expressamente da carta de negativa de cobertura, de forma a facilitar o acesso pelo consumidor.

A organização varejista deverá informar à seguradora sobre a ocorrência de qualquer sinistro ou expectativa de sinistro, tão logo tenha conhecimento, quando a responsabilidade dessa comunicação estiver atribuída a ela por força do disposto no contrato.

6.6. Capacitação dos funcionários das organizações varejistas

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

6.7. 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 a contratação do seguro a desconto no produto:** a contratação do seguro não





poderá, em hipótese alguma, ser condicionante para a concessão de desconto ou de opções mais vantajosas na aquisição do bem ou serviço comercializado pelas organizações varejistas.

- **É proibido condicionar a compra de produto a desconto no seguro:** não poderá ser imposta, em hipótese alguma, a aquisição de produtos ou serviços comercializados pela organização varejista como condicionante para a oferta de opções mais vantajosas na contratação do seguro.
- **Deve-se disponibilizar as relações de preços:** as relações dos preços dos seguros ofertados devem ser disponibilizadas com a indicação do nome da seguradora responsável pelos seguros.
- **Deve-se divulgar o preço:** o preço do seguro deverá ser discriminado claramente no momento da oferta ao consumidor.

6.8. Comunicação no ponto de venda

As organizações varejistas deverão manter, em suas dependências, **local de referência devidamente sinalizado** para 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 comercialização de seguro é fiscalizada pela Susep", seguida do endereço de seu portal e do número de telefone de atendimento gratuito.
- d. "A organização varejista atua na condição de prestador de serviços da seguradora."
- e. Número de telefone dos SACs e ouvidorias e o endereço físico e eletrônico da(s) sociedade(s) seguradora(s).

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.

6.9. Relação com corretores

Quando houver a participação do corretor na operação de comercialização de seguros nas organizações varejistas, intermediando a relação com o segurado, é recomendado ao varejista, entre outras práticas:

- a. Fornecer informações claras, precisas e completas sobre os produtos disponibilizados aos corretores de seguros.
- b. Apresentar respostas objetivas, no menor tempo possível, aos questionamentos dos corretores de seguros.





- c. Manter em sigilo os dados dos segurados, respeitando a carteira dos corretores de seguros.
- d. Orientar os corretores de seguros para que garantam aos consumidores o amplo esclarecimento sobre os seguros disponibilizados para contratação e como proceder em caso de sinistro.

6.10. 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 o 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.

6.11. Relação com órgãos de supervisão e controle

Além de observar os deveres e obrigações constantes da Resolução CNSP nº 297/13 e da Circular Susep nº 480/13, as organizações varejistas deverão:

- a. Trabalhar em conjunto com as seguradoras associadas à CNseg nos assuntos ligados ao desenvolvimento do mercado que necessitem de interação com a Susep e o Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP).
- b. 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.
- c. Exibir nos locais de oferta dos seguros a seguinte informação: “A comercialização de seguro é fiscalizada pela Susep”, seguida do número de telefone gratuito do setor de



atendimento ao público da Susep (Resolução CNSP nº 294/13 e Circular Susep nº 480/13), bem como do endereço eletrônico da Susep.

- d. Quando o contrato com a seguradora permitir a comercialização de seguros por meio remoto (não presencial) promovido pela organização varejista, esta fica obrigada a fornecer acesso às apólices individuais e/ou bilhetes relacionados mediante concessão de login e senha exclusivos para a Susep (Resolução CNSP nº 294/13).
- e. Manter à disposição da Susep, em sua sede, cópia autenticada do contrato de representação firmado com a seguradora (Resolução CNSP nº 297/13).

6.12. Relação com o meio ambiente

Cabe às organizações varejistas, no exercício de suas atividades, apoiar e incentivar todas as iniciativas que visem à melhor relação de preservação possível do meio ambiente, tais como:

- a. Fazer constar de seus contratos com prestadores de serviços (exemplo: compradores de salvados, sucatas e assistências técnicas) que estes devem estar comprometidos com a preservação do meio ambiente.
- b. Orientar os consumidores e segurados, por intermédio de campanhas ou mensagens nas centrais de atendimento, quanto à utilização do produto e, em caso de descarte do bem, o comportamento correto para melhor proteger o meio ambiente.



- c. Estabelecer parcerias com empresas que disponham de sistemas que facilitem e agilizem a identificação de um produto no caso de aproveitamento de peças.

6.13. 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 arrendimento, regulação de sinistros e mecanismos de acesso do consumidor para gestão de conflitos.

7. Oferta de seguros por meios remotos (ex.: internet, telefonia)

A oferta de seguros por organizações varejistas através da utilização de meios remotos deverá contemplar:

- Funcionários capacitados pela seguradora e pela própria organização varejista, na forma definida por regulamentação específica.
- A implantação das ações contidas no item 6.1 deste manual (relação com consumidores).
- A divulgação das informações contidas no item 6.9 deste manual (comunicação no ponto de venda).
- Serviço permanente de orientação ao consumidor, no mínimo pelos mesmos meios utilizados para a oferta.





8. 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 no que diz respeito à transparência, compromisso ético e ampla participação das partes interessadas, propiciará o desenvolvimento de um mercado de seguros responsável e consciente para os consumidores e a sociedade em geral.



9. Termos utilizados no mercado de seguros (Glossário)

- **Aceitação do risco:** Ato de aprovação de proposta submetida à seguradora para a contratação de seguro.
- **Apólice individual:** Documento que formaliza o contrato de seguro, estabelecendo os direitos e as obrigações da sociedade seguradora e do segurado e discriminando as garantias contratadas.
- **Beneficiário:** É a pessoa física ou jurídica para a qual é devida a indenização em caso de sinistro.
- **Bilhete:** Documento emitido pela sociedade seguradora que formaliza a aceitação da(s) cobertura(s) solicitada(s) pelo segurado. Substitui a apólice individual e dispensa o preenchimento de proposta, nos termos da legislação específica.
- **Conselho Nacional de Seguros Privados (CNSP):** Órgão normativo das atividades de seguros no Brasil, responsável por fixar as diretrizes e normas da política governamental para os segmentos de seguros, capitalização e previdência aberta.
- **Cobertura:** É a designação genérica dos riscos assumidos pela seguradora.



- **Cobertura Básica:** Corresponde aos riscos básicos contra os quais é automaticamente oferecida a cobertura do ramo de seguro.
- **Cobertura Adicional:** Corresponde aos riscos que não estão abrangidos pela cobertura básica ou que representam riscos excluídos pelas condições gerais da apólice.
- **Cobertura Particular:** Conjunto de cláusulas que alteram as condições gerais e/ou especiais de um plano de seguro, modificando ou cancelando disposições já existentes ou, ainda, introduzindo novas disposições e eventualmente ampliando ou restringindo a cobertura.
- **Condições gerais:** Conjunto das cláusulas, comuns a todas as modalidades e/ou coberturas de um plano de seguro, que estabelecem as obrigações e os direitos das partes contratantes.
- **Consumidor:** Consumidor é toda pessoa física ou jurídica que adquire ou utiliza produto ou serviço como destinatário final.
- **Corretor de seguros:** Profissional habilitado e autorizado a angariar e promover contratos de seguros, remunerado mediante comissões estabelecidas nas tarifas.
- **Contratante:** Segurado, participante, assistido ou beneficiário do plano de seguro/previdência ou seu respectivo representante legal.





- **Franquia:** É um valor inicial da importância segurada pelo qual o segurado fica responsável, podendo ser simples ou dedutível.
- **Franquia dedutível:** É a modalidade de franquia que obriga o segurador a indenizar tão somente os prejuízos que excedem o valor da franquia, que sempre será deduzido da indenização total.
- **Franquia simples:** É a modalidade de franquia que desobriga o segurador de indenizar, quando os prejuízos forem inferiores a ela, e o faz indenizar integralmente os prejuízos, se estes excederem a importância estabelecida para a franquia.
- **Indenização:** Valor que a sociedade seguradora deve pagar ao segurado ou beneficiário em caso de sinistro coberto pelo contrato de seguro.
- **Limite Máximo de Indenização:** Representa o valor máximo a ser indenizado pela seguradora em decorrência de um ou mais sinistros ocorridos durante a vigência da cobertura de risco.
- **Meios remotos:** Aqueles que permitam a troca de e/ou o acesso a informações e/ou todo tipo de transferência de dados por meio de redes de comunicação envolvendo o uso de tecnologia, tais como rede mundial de computadores, telefonia, televisão a cabo ou digital, sistemas de comunicação por satélite, entre outras.



- **Plano de Seguro:** Documento elaborado pelas seguradoras com a finalidade de estabelecer as normas operacionais de um determinado ramo de seguro. É subdividido em: condições gerais do ramo, Coberturas Básicas oferecidas (condições especiais), Coberturas Adicionais e Cláusulas Específicas disponíveis (condições particulares), e Nota Técnica Atuarial. O Plano de Seguro é submetido à Susep, que pode determinar às seguradoras que nele promovam alterações para a sua adequação à legislação.
- **Prêmio:** Valor pago pelo segurado à seguradora para que esta assumo o risco a que o segurado está exposto.
- **Pro rata:** É o cálculo do prêmio do seguro, proporcional aos dias de vigência do contrato.
- **Proponente:** Pessoa física ou jurídica interessada em contratar ou aderir ao plano de seguro ou plano de previdência complementar aberta, preenchendo e assinando (eletronicamente) uma proposta.
- **Proposta de Adesão:** Documento com declaração dos elementos essenciais do interesse a ser garantido e do risco, em que o proponente, pessoa física, expressa a intenção de aderir à contratação coletiva, manifestando pleno conhecimento das condições contratuais.
- **Salvados:** São objetos resgatados de um sinistro que ainda possuem valor econômico.



- **Segurado:** Pessoa física ou jurídica que, tendo interesse segurável, contrata o seguro em seu benefício pessoal ou de terceiro.
- **Seguradora:** Empresa autorizada pela Susep a funcionar no Brasil, que, recebendo o prêmio, assume os riscos descritos no contrato de seguro.
- **Sinistro:** É o acontecimento do evento previsto e coberto no contrato de seguro.
- **Superintendência de Seguros Privados (Susep):** Autarquia responsável pela autorização, controle e fiscalização dos mercados de seguros, previdência aberta e capitalização.
- **Vigência:** Intervalo contínuo de tempo durante o qual está em vigor o contrato de seguro.







www.garantec.com.br

