



Proteção ao Consumidor no Seguro

Rodney Lester

SÉRIE DE MANUAIS SOBRE SEGUROS
EDIÇÃO 7, AGOSTO/2009

GRUPO DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS
NÃO-BANCÁRIAS

DEPARTAMENTO INTERNACIONAL DE
DESENVOLVIMENTO DE
MERCADOS DE CAPITALIS

VICE-PRESIDÊNCIA PARA O DESENVOLVIMENTO DOS
SETORES FINANCEIRO E PRIVADO



BANCO MUNDIAL

www.worldbank.org/nbf

Proteção ao Consumidor no Seguro

Rodney Lester

SÉRIE DE MANUAIS SOBRE SEGUROS
EDIÇÃO 7, AGOSTO/2009

GRUPO DE INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS
NÃO-BANCÁRIAS

DEPARTAMENTO INTERNACIONAL DE
DESENVOLVIMENTO DE
MERCADOS DE CAPITAIS

VICE-PRESIDÊNCIA PARA O
DESENVOLVIMENTO DOS
SETORES FINANCEIRO E PRIVADO



BANCO MUNDIAL

www.worldbank.org/nbfi

ESTA EDIÇÃO

O autor, **Rodney Lester**, é consultor sênior do Banco Mundial com experiência internacional em desenvolvimento e supervisão de seguros, e 30 anos de experiência nos mercados de seguros no setor privado e de gestão de fundos de pensão. Antes de ingressar no Banco Mundial foi Diretor Administrativo na AMP, a maior instituição financeira não-bancária da Austrália, responsável pelos negócios de seguro na Austrália, na Nova Zelândia e no Reino Unido. Durante este período atuou como Presidente do Conselho de Seguros na Austrália. Foi também Diretor Executivo de vários grupos de médio porte de diversos serviços financeiros, com operações em todas as áreas dos mercados de seguros e de gestão de fundos de pensão, e em leasing. No Banco Mundial suas atividades compreendem o trabalho de definição e reforma da indústria de seguros e de fundos de pensão, desenvolvimento de mecanismos de fundos de pensão privados, recursos financeiros para desastres naturais, governança corporativa e microsseguros.

O editor da série, **Rodolfo Wehrhahn**, é especialista sênior em seguros no Banco Mundial. Ele ingressou no Banco em 2008 após 15 anos no setor privado de resseguro e seguro e 10 anos de pesquisa acadêmica. Antes de ingressar no Banco Mundial, atuou como Presidente da Federação das Associações Interamericanas de Seguros, representando o Conselho Americano de Seguradores de Vida. Foi membro do conselho da AEGON Insurance and Pension Companies no México, e foi Diretor Executivo de operações de resseguro para a América Latina na Munich Re e na AEGON.

Para perguntas sobre este manual, ou para solicitar mais exemplares, favor entrar em contato pelo e-mail: insurancesector@worldbank.org.

A *Série de Manuais* sobre Seguros oferece uma visão geral concisa de como o mercado de seguros opera, os principais desafios de supervisão, e as áreas-chaves de produto. A série destina-se a seguradores, funcionários do governo, e pessoas com amplos conhecimentos sobre o setor financeiro que estejam envolvidas com o setor de seguros. A série de manuais mensal, lançada em fevereiro de 2009 pelo Programa de Seguros do Banco Mundial, é redigida em um estilo direto, não-técnico, para compartilhar conceitos e lições sobre seguros com uma comunidade extensa de não-especialistas.

O Grupo de Instituições Financeiras Não-Bancárias do Departamento Internacional de Desenvolvimento de Mercados de Capitais tem como objetivo promover a evolução sólida do seguro, o financiamento de moradia, e mercados de pensão, e aumentar o acesso a um espectro mais amplo de serviços financeiros entre a população de baixa renda. Estes mercados oferecem oportunidades para investimento e poupança de longo prazo de famílias, e podem proteger o pobre contra os riscos de doença, perda do chefe de família, eventos catastróficos, e outros infortúnios.

© 2009 The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank
1818 H Street, NW
Washington, DC 20433
Internet: www.worldbank.org/nbfj
E-mail: insurancesector@worldbank.org

Todos os direitos reservados
Primeira tiragem em Junho/2009

Este volume é um produto da equipe do Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento/Banco Mundial. Os pensamentos, as interpretações e conclusões expressas neste documento não refletem, necessariamente, os pontos de vista dos Diretores Executivos do Banco Mundial ou dos governos que eles representam.

O Banco Mundial não garante a exatidão dos dados incluídos neste trabalho. Limites, cores, denominações e outras informações apresentadas em qualquer mapa neste trabalho não implicam em qualquer julgamento por parte do Banco Mundial no que concerne à condição legal de qualquer território ou a endosso ou à aceitação de tais limites.

Capa e edição: James E. Quigley
Ilustração da capa: Imagezoo/Corbis

ÍNDICE

Mercados Financeiros e a necessidade de proteção ao consumidor	1
Questões específicas dos mercados de seguro de varejo (B a C)	2
Exemplo de Avaliação de Proteção ao Consumidor no Seguro	5
<i>Instituições de Proteção ao Consumidor</i>	5
<i>Regime de Proteção ao Consumidor</i>	5
<i>Contratos</i>	5
<i>Códigos de Conduta</i>	6
<i>Outras Soluções Institucionais</i>	7
<i>Cláusulas Agrupadas e Vinculativas</i>	8
<i>Práticas de Divulgação e Vendas</i>	9
<i>Divulgação Formal</i>	9
<i>Práticas de Vendas</i>	10
<i>O Papel de Terceiros</i>	12
<i>Privacidade e Proteção de Dados</i>	13
<i>Confidencialidade e Segurança de Informações dos Consumidores</i>	13
<i>Mecanismos de Resolução de Litígio</i>	14
<i>Resolução Interna de Litígio</i>	14
<i>Mecanismos Formais de Resolução de Litígio</i>	14
<i>Amparo ao Consumidor e Conhecimento Financeiro</i>	15
<i>Administração da conta seguro</i>	15
<i>Planos de Garantia e Insolvência</i>	16
Referências	17
Anexo 1 – Fontes do Legislativo	18

Quadros:

Quadro 1: Comparação das características de serviços financeiros no varejo	4
Quadro 2: Alguns códigos de conduta	7
Quadro A1: Visão geral da infraestrutura jurídica de proteção ao consumidor	18

Proteção ao Consumidor no Seguro

Rodney Lester

Mercados financeiros e a necessidade de proteção ao consumidor

Todo ano a economia internacional estima 150 milhões de novos consumidores de serviços financeiros. A maioria em países em desenvolvimento, onde proteção ao consumidor e conhecimento financeiro ainda estão engatinhando. Proteger os interesses de consumidores se tornou um importante componente de mercados financeiros fortes e competitivos, em particular nos países que passaram de planejamento estadual para economias de mercado. O público em muitos mercados emergentes carece de informações para usar produtos financeiros sofisticados. Mesmo em mercados muito desenvolvidos, proteção ao consumidor ruim e falta de conhecimento financeiro podem deixar famílias vulneráveis a práticas desonestas e abusivas por parte de instituições financeiras – assim como a fraudes e golpes financeiros por parte de intermediários.

Na verdade, a necessidade de proteção ao consumidor decorre de uma instabilidade de poder, informações e recursos entre consumidores e seus prestadores de serviços financeiros, que muitas vezes colocam os consumidores em desvantagem (embora informações assimétricas também possam pender para o lado oposto). O objetivo da proteção ao consumidor é identificar esta falha no mercado. Instituições financeiras conhecem bem seus produtos, porém, consumidores isolados do varejo podem achar difícil ou caro obter informações suficientes sobre suas aquisições financeiras. Além do mais, produtos financeiros complexos podem ser difíceis de avaliar, mesmo quando todas as informações pertinentes são fornecidas. Instabilidades são mais comuns nos casos em que:

- *Transações não são freqüentes* (por exemplo, em caso de hipoteca de uma residência particular),
- *Custos de entrada e saída são baixos* (como por exemplo, para intermediários financeiros), permitindo, dessa forma, que surjam empresas de má reputação, ou
- *O custo ou pagamento para o consumidor é adiado ou muito alto*. Para muitos produtos de investimentos de longo prazo, tais como seguro de vida e acumulação em vida para fundo de pensão, o desempenho não pode ser avaliado até que muitos anos tenham decorrido.

Uma estrutura de proteção ao consumidor bem planejada pode ajudar a reduzir as instabilidades de poder e as informações entre consumidores e instituições financeiras.

Um setor financeiro deve garantir aos consumidores:

- **Transparência**, prestando informações completas, claras, corretas e comparáveis sobre preços, termos e condições (e riscos inerentes) de produtos e serviços financeiros;
- **Opção**, assegurando práticas honestas, não coercitivas e cabíveis na venda de produtos e serviços financeiros e na cobrança de pagamentos;
- **Reparação**, fornecendo mecanismos baratos e rápidos para tratar de reclamações e solucionar litígios; e
- **Privacidade**, assegurando controle sobre o acesso às informações financeiras pessoais.

Proteção ao consumidor e conhecimento financeiro também promovem a eficiência e a transparência de mercados financeiros no varejo. Consumidores que estão de posse das informações e direitos básicos – e que estão cientes de suas responsabilidades – são uma fonte importante de disciplina de mercado para o setor financeiro, estimulando instituições financeiras a competirem por meio da oferta de melhores produtos e serviços, e não tirando vantagem de consumidores mal informados ou cativos.

Além disto, proteção ao consumidor ajuda empresas financeiras a enfrentarem os riscos específicos que surgem no trato com clientes do varejo. Em seu relatório de abril de 2008, o Fórum Conjunto do Comitê da Basileia sobre Supervisão Bancária, a Organização Internacional da Comissão de Títulos e Valores Mobiliários e a Associação Internacional de Supervisores de Seguros, identificaram três riscos chave relacionados à possível “venda incorreta” de produtos financeiros para consumidores do varejo. São eles: (1) risco jurídico, caso os processos de ação coletiva por parte de consumidores ou ações coercitivas por parte de agências supervisoras resultem em obrigações para pagar indenização ou multa financeira; (2) risco de liquidez a curto prazo e risco de solvência a longo prazo, caso consumidores do varejo sejam tratados com desonestidade e, por conseguinte, se afastem da instituição financeira e retirem seus negócios; e (3) risco de difusão do medo, caso os problemas de uma instituição financeira (ou tipo de produto financeiro) se espalhem no setor financeiro. Proteção ao consumidor efetiva pode ajudar a garantir que as ações de empresas financeiras não as façam se sujeitar às críticas por venda incorreta.

Proteção ao consumidor também protege o setor financeiro do risco de reação política em relação à crise financeira. A resposta política para colapsos de partes do setor financeiro pode significar a compensação de uma regulamentação pesada. O impacto de proteção ao consumidor muito pequena fica evidente, por exemplo, durante os escândalos de seguro e aposentadoria no Reino Unido e na Austrália¹. Os resultados foram uma série de estudos caros e recomendações de longo prazo para reforma legal.

Questões específicas dos mercados de seguro de varejo (B a C)

Produtos ao consumidor podem ser divididos em três categorias: **procura de mercadorias** (pode ser avaliada antes da compra – por exemplo, uma peça de arte), **experiência com mercadorias** (pode ser avaliada relativamente rápido com o uso – por exemplo, sabão em pó), **crença na mercadoria** (atributo descoberto apenas depois de um longo tempo ou mediante a ocorrência de evento contingente ou nunca – por exemplo, fundo mútuo).

¹ Ver, por exemplo, <http://www.smh.com.au/news/business/thousands-more-snared-in-superannuation-scandal/2007/02/15/1171405369454.html>. A indústria em questão hoje recomenda a eliminação progressiva de comissões de intermediário sobre produtos de aposentadoria.

É evidente que seguro se encaixa na categoria de crença na mercadoria e o setor, portanto, conta maciçamente com a confiança do público que receberá o que foi prometido. Uma falha publicada amplamente sobre isto pode desestimular o desenvolvimento do setor por muitos anos. Tendo em vista que seguro é uma mercadoria social com grandes externalidades positivas potenciais, erros têm que ser evitados – sujeitos aos benefícios de custo de qualquer modificador de mercado sendo avaliado adequadamente.

Os mercados de seguro em muitos países emergentes e em desenvolvimento têm hoje componentes de consumidor crescendo com rapidez, guiados pela implantação de seguro compulsório de automóvel e seguro saúde, junto com provisão de crédito e crescimento da tecnologia de microsseguro. Há um número de práticas comuns indesejáveis na indústria que surgem em paralelo e que podem ser atenuadas, em grande parte, por meio do fortalecimento de direitos do consumidor. Práticas ruins incluem exemplos de benefício infundado, não divulgação dos verdadeiros custos dos produtos, propagandas enganosas, práticas desonestas de liquidação de sinistros, venda atrelada a outros produtos ou serviços (por exemplo, seguro de crédito e crédito ao consumidor de eletrodomésticos), e não-venda para necessidades identificadas. Seguro é uma indústria em que incentivos de agência podem ser o principal orientador de qual produto é vendido e quanto. Ademais, vendas de vários níveis por intermédio de família e amigos, vinculando e agrupando (em especial se os princípios de adesão são aplicados conforme a lei), podem limitar a opção e a mobilidade dos consumidores. O Quadro 1 mostra algumas das diferenças entre seguro e outros produtos financeiros de varejo.

De uma forma mais precoce, os EUA implantaram controles de preço sobre o seguro após uma enorme quantidade de erros durante e após a grande depressão, porém, há um consenso crescente no país de que estes não estão, necessariamente, em consonância com o bem-estar do consumidor. Contrariamente, uma nova abordagem baseada em teorias de competição e informação se desenvolveu rapidamente nas últimas duas décadas em jurisdições do direito consuetudinário que falam Inglês. Isto reflete, em grande parte, os impactos da mídia ativista, um número de casos muito conhecidos do público, como por exemplo, Equitable no Reino Unido, o qual envolveu interpretação judicial amigável do consumidor, e uma história de importantes erros (Confederation Life, no Canadá, Independent, no Reino Unido e HIH, na Austrália). Os EUA, mais recentemente, passaram a colaborar com a seção de Intervenção Diretiva e com um diálogo contínuo sobre como coordenar a ampla pauta de proteção ao consumidor.

Em mercados em desenvolvimento e emergentes, proteção ao consumidor tende a ser uma questão secundária em relação ao desenvolvimento setorial e supervisão prudencial, e reflete o desenvolvimento regular tardio do componente de varejo de mercados de seguro. Em muitos países em desenvolvimento a classe média se protege negociando com seguradores internacionais de reputação ou por meio de empreendimentos conjuntos com parceiros internacionais. Entretanto, o desenvolvimento rápido do microsseguro está forçando uma atenção primordial de legislação pertinente.

O setor de seguros, devido a um histórico de legislação fraca e a abuso nos propósitos de taxação e transferência de capital, ou mesmo fraude direta, por vezes tem atraído menos proprietários do que o esperado. Isto, combinado com a exigência quase universal, uma vez que os países revelam que determinadas classes de risco sejam obrigatórias, significa inevitavelmente a eventual implantação de leis e sistemas específicos de proteção ao consumidor (embora isto às vezes venha depois e não antes de escândalos politicamente delicados). O exemplo a seguir foi criado para mercados em transição e desenvolvidos, porém, as seções sobre contratos, o papel dos tribunais e as práticas de divulgação e de vendas têm aplicação universal.

Quadro 1: Comparação das características de serviços financeiros no varejo

Comparação de produtos comuns

	Seguro	Hipoteca	Hardware	Automóveis
Custo no Atacado	Desconhecido na hora da venda.	Variável sobre o prazo do empréstimo.	Conhecido pelo fabricante.	Conhecido pelo fabricante.
Preço no Varejo	Quotas de preço específicas disponíveis. Difícil para o público em comparação com a loja.	Taxas de empréstimo publicadas e quotas específicas disponíveis.	Anunciado publicamente.	Anunciado publicamente.
Limitações	Algumas pessoas podem apenas ser elegíveis para tipos limitados de cobertura.	Algumas pessoas podem apenas ser elegíveis para empréstimos de taxas de juros mais altas.	Sem limitações.	Sem limitações.
Acesso	Disponível para todos que atendam as normas de subscrição.	Disponível para todos que atendam as normas de subscrição.	Disponível para todos que podem ter acesso a dinheiro ou crédito.	Disponível para todos que podem ter acesso a dinheiro ou crédito.
Transparência	Normas de subscrição geralmente indisponíveis para o público.	Normas de subscrição disponíveis para o público mediante solicitação.	Preços claramente indicados nos itens.	Preços indicados, porém, muitas vezes querendo negociar.
Compatibilidade	Consumidor em geral pode apenas determinar compatibilidade depois de ocorrer um sinistro.	Consumidor tem prazo limitado para reconsiderar decisão.	Pode voltar ao varejista caso algumas garantias aplicadas sejam inadequadas.	Garantia fornecida por um prazo determinado.
Finalidade da Transação	Um agente pode providenciar cobertura, porém, um segurador deve decidir se a pessoa é elegível e cancelar a apólice futuramente	A decisão de subscrição é tomada antes que uma hipoteca seja concedida.	O item de hardware pertence ao consumidor uma vez que ele é comprado, salvo se apresentar defeito e foi devolvido por opção do consumidor.	O automóvel pertence ao consumidor, uma vez que ele é comprado, salvo se uma Lemon Law ^{NT1} se aplica e o automóvel é devolvido por opção do consumidor.
Compulsão por Comprar	Alguns produtos de seguros pessoais são compulsórios. De automóvel porque os governos exigem. Compreensivo residencial porque os credores exigem.	Há opção para alugar ou pagar à vista por uma moradia.	Opcional.	Essencial, a menos que o transporte público esteja disponível. Não-compulsório.

Fonte: NAIC. Estrutura Reguladora de Ramos de Seguros Pessoais, Setembro de 2006.

NT1 Lemon Laws são leis dos estados dos EUA, que obrigam o conserto de carros de consumidores que apresentam defeito repetidamente, para atender certos padrões de qualidade e desempenho. Os carros deste nicho de mercado são chamados lemons. A lei lemon federal (the Magnuson-Moss Warranty Act) protege cidadãos de todos os estados. As leis lemon variam de estado para estado e não costumam cobrir carros usados ou alugados. Os direitos garantidos aos consumidores pelas leis lemon podem exceder as garantias expressas nos contratos de compra. A lei Lemom é o apelido para estas leis, porém, cada estado tem diferentes nomes para as leis.

Exemplo de Avaliação da Proteção ao Consumidor no Seguro

Instituições de Proteção ao Consumidor

REGIME DE PROTEÇÃO AO CONSUMIDOR

A lei deve garantir normas claras sobre proteção ao consumidor no campo do seguro, e deve haver acordos institucionais adequados para implementação e cumprimento de leis de proteção ao consumidor.

- **Deve haver cláusulas específicas na lei, as quais criem um regime efetivo para a proteção de consumidores de seguro no varejo.**
- **As leis devem priorizar um papel para um modelo para o setor privado, incluindo organizações voluntárias de proteção ao consumidor e organizações auto-reguladoras.**

Boas práticas exigem que seguradores que oferecem produtos e serviços de varejo estejam sob supervisão para fins de proteção ao consumidor devido à natureza essencialmente nebulosa dos contratos de seguro (eles oferecem um contingente intangível de serviço entregue às vezes bem depois que o contrato é firmado), o uso obrigatório de contratos padrão (às vezes sujeitos a regras de adesão), e a complexidade da lei pertinente (seja com base no código civil ou no direito consuetudinário). Princípios e Metodologia Básicos do IAIS (ICP 25) declaram isto conforme a seguir:

Proteção ao Consumidor:

A autoridade supervisora estabelece requisitos mínimos para seguradores e intermediários ao negociarem com consumidores em sua jurisdição, incluindo seguradores estrangeiros que vendem produtos em bases transnacionais. Os requisitos incluem cláusula de tempo hábil, informação completa e relevante para consumidores, tanto antes de um contrato ser firmado como até o ponto em que todas as obrigações de um contrato tenham sido cumpridas.

CONTRATOS

Deve haver uma seção específica sobre contratos de seguro na lei de seguros gerais ou de contratos, ou, na melhor das hipóteses, uma Lei separada para Contratos de Seguros. Esta lei deve especificar a troca de informações e exigências de divulgação específicas ao setor de seguros, os direitos básicos do segurador e do segurado de varejo, e permitir que quaisquer assimetrias de poder de negociação ou acesso a informações.

Devido a sua natureza altamente específica e história muito longa, o seguro permanece, em grande parte, sujeito a um corpo de leis e regulamentos específicos separados. No Código Civil os contratos de seguro nos países são quase sempre cobertos por uma seção separada do Código Civil, que muitas vezes faz referência a seções pertinentes em outras partes do Código. O Código Civil pode ser complementado por seções mais específicas na lei de seguro que trata de assuntos prudenciais e de supervisão. Alguns países do direito consuetudinário têm leis de contratos de seguro separadas que podem complementar um Código Civil em jurisdições de lei mista^{NT2} (por exemplo, a República Tcheca).

NT2 Prática política em que a legislatura de um país é dividida em duas câmaras (ou *casas*). Um *parlamento bicameral* ou *congresso bicameral* é uma herança da noção de "governo misto" que remonta à Antiguidade Clássica.

Pelo fato do seguro comercial e industrial em geral anteceder a evolução do consumidor nos mercados de seguro (varejo), o corpus da lei de seguro na maioria dos mercados em desenvolvimento e em muitas negociações não cobre adequadamente situações B2C (business to consumer) e estes países recorrem a modelos de um país industrial. Além de especificar o conteúdo mínimo de um contrato de seguro (de modo ideal diferenciado pela natureza fundamental da cobertura – longo prazo, responsabilidade, propriedade, etc.) leis boas de contrato B2C devem diferenciar entre não-divulgação importante e não-importante, especificar claramente quando o contrato entra em vigor (incluindo situações de nota de cobertura), quando seguro insuficiente justifica a aplicação de média, exigências de aviso quando um segurador deseja cancelar ou alterar um contrato, como os contratos serão interpretados em caso de litígio, requisitos mínimos com relação a uso de termos e fonte tipográfica claros, etc., e quais as cláusulas não podem ser incluídas (por exemplo, cláusulas de garantia, arbitragem compulsória sobre prazos do segurador, etc.). O quadro a seguir resume as possíveis abordagens:

- Países da Europa Oriental com leis de contratos separadas – Alemanha, República Tcheca, Áustria, Látvia
- Outros principais países com leis de contratos separadas – Reino Unido, Austrália
- Principais países com seção sobre Contratos de Seguro nas Leis de Seguro – China, Índia, Estados Unidos, Brasil, Rússia, Canadá
- Somente Código Civil/Lei de Obrigações – Itália, Turquia

CÓDIGOS DE CONDUTA

- **Deve haver um Código de Conduta baseado em princípios de seguradores que seja planejado após consulta prévia a indústrias e associações de proteção ao consumidor envolvidas, e que seja monitorado e cumprido em última instância por uma agência estatutária.**
- **O Código estatutário deve se limitar a princípios de boa conduta comercial. Deve ser aumentado por códigos voluntários sobre assuntos específicos em relação ao produto ou canal em questão.**
- **A operação de códigos voluntários deve ser monitorada por uma agência estatutária, e no Relatório Anual desta agência devem constar comentários sobre a operação destes códigos.**

Na legislação da Europa, não há demanda específica para estabelecer Códigos de Conduta no setor de seguros, nem cláusulas que demandem a cooperação da indústria e de associações de proteção ao consumidor. Os códigos são do conhecimento de órgãos supervisores e de consumidor estatutário em algumas outras jurisdições, como Austrália e Malásia.

Quadro 2: Alguns códigos de conduta

<i>País</i>	<i>Título Original</i>
Austrália	Código de Prática dos Corretores de Seguros Gerais, Código de Prática de Seguros Gerais, Código de Ética de Consultores Financeiros e Regras de Conduta Profissional.
Índia	Código de Melhor Prática dos Seguradores de Vida – Conselho de Seguro de Vida da Índia.
Malásia	Código de Ética e Conduta da Associação de Seguro de Vida da Malásia (aprovado pelo Banco Nagara).
Rússia	Associação Russa de Seguradores de Automóveis – vários códigos incluindo desenvolvimento de um registro de agentes de seguro e corretores de seguro contra quem as reclamações são apresentadas; regras de conduta profissional intituladas “Melhorar o nível de serviço no mercado de Responsabilidade Civil Contra Terceiros de Automóveis”; regras cobrindo a análise de reclamações apresentadas por vítimas e o pagamento de indenização.
África do Sul	Código da Associação das Agências de Vida – 24 capítulos cobrindo uma gama de produtos e atividades.
Reino Unido	Códigos da Associação de Seguradores Britânicos - ABI – Instrução de práticas de seguro de longo prazo, análises de Apólice “Mortgage endowment”; Instrução de Melhor Prática para Cobertura de seguro Crítico, com Títulos de Lucro, etc.

A solução institucional perfeita depende da legislação (por exemplo, se há condição para a instituição legal de um código estatutário). Em algumas leis da Europa, observa-se que a existência de códigos isolados não é suficiente para o total cumprimento (Conselho da Convenção da Europa).

OUTRAS SOLUÇÕES INSTITUCIONAIS

- **Deve haver um equilíbrio entre supervisão prudencial e proteção ao consumidor.**
- **O sistema judicial deve passar credibilidade em relação ao cumprimento das leis de proteção financeira ao consumidor.**
- **A mídia e as associações de consumidor devem desempenhar um papel ativo ao promoverem proteção financeira ao consumidor.**
- **Seguradores devem ser legalmente responsáveis por todas as declarações dadas na comercialização e vendas importantes relacionadas a seus produtos.**

Quando seguradores compõem a supervisão de um órgão, tanto com responsabilidades de conduta de mercado como prudenciais, há que se encontrar um equilíbrio. Por exemplo, no Reino Unido, a Autoridade de Serviços Financeiros (FSA) é responsável por exigências de capital e questões ligadas ao consumidor. Nos Estados Unidos, funções semelhantes ficam sob a responsabilidade dos departamentos de seguros do estado certificados pela NAIC. Inspectores são obrigados a verificar no local do cliente ambos os aspectos, prudencial e de conduta de mercado de suas responsabilidades. Tanto a FSA como muitos supervisores de estado nos Estados Unidos oferecem apoio baseado na web a consumidores de seguro (ver, por exemplo, o Departamento de Bancos e Seguros de Nova Jérsei, Divisão de Seguro – Serviços de Proteção ao Consumidor –

<http://www.nj.gov/dobi/enfcon.htm>). Em tese, é melhor separar estes papéis (ver, por exemplo, o Wallis Inquiry – Austrália), porém, a realidade institucional de muitos países é que o supervisor prudencial passe a ser o recurso padrão dos consumidores, até que os mercados financeiros tenham uma penetração relativamente maior no setor de família, e que serviços de ouvidoria ou equivalentes sejam criados (por exemplo, o Reino Unido e a Austrália – ver Serviço de Ouvidoria Financeiro Australiano: http://www.fos.org.au/centric/home_page.jsp).

A mídia e as associações de consumidores muitas vezes desempenham um papel bastante ativo oferecendo proteção financeira ao consumidor na maioria dos países industriais. Em todos os países da Europa, há associações de consumidor que também tratam de serviços financeiros, e um panorama é fornecido pela Comissão Europeia.² Se, sob o Artigo 7 da decisão N^o. 20/2004/EC, determinados critérios são cumpridos, a organização pode receber apoio financeiro da Comunidade (isto vale para duas organizações a partir de agosto de 2008, ANEC e BEUC).³

Ademais, a Comissão criou vários órgãos consultivos, como o Grupo de Consumidores de Serviços Financeiros, um subgrupo do já existente Grupo Consultor do Consumidor Europeu.⁴ Estes são comitês permanentes que abrangem representantes de organizações de consumidor de cada um dos Estados Membro. Eles são particularmente instados a assegurar que os interesses do consumidor sejam considerados de forma adequada na política de serviços financeiros dos Estados Unidos. Endereços de associações de consumidor do mundo inteiro podem ser encontrados no website Internacional do Consumidor.⁵

Várias diretivas na Europa mantêm instituições financeiras responsáveis pelo conteúdo de suas publicações públicas. São elas a Diretiva sobre Marketing à Distância de Serviços Financeiros 2002/65/EC e a Diretiva sobre Propaganda Comparativa, 1997/55/EEC.

O tratamento dado aos textos de materiais e contratos de vendas de seguro é mais desenvolvido em países de direito consuetudinário, onde uma jurisprudência apoia a apresentação de tais conceitos como interpretações de significado claro (consenso, conforme já mencionado), boa fé e negociação honesta (mala gestio) e proibições sobre cláusulas de garantia que possam permitir que seguradores evitem reclamações de sinistro legítimas.

CLÁUSULAS AGRUPADAS E VINCULATIVAS

Quando um segurador contrata um comerciante ou outorgante de crédito (incluindo bancos e companhias de leasing) como canal de distribuição para seus contratos, nenhum agrupamento (incluindo obrigação de adesão ao que legalmente é um contrato isolado), vinculação ou outras negociações de exclusão devem ocorrer sem que o consumidor seja avisado e tenha condições de fazer sua escolha.

2 Ver website: http://ec.europa.eu/consumers/cons_org/associations/index_en.htm

3 Bureau Européen des Unions des Consommateurs (BEUC); European Association for the Co-ordination of Consumer Representation in Standardisation (ANEC)

4 O website do subgrupo pode ser encontrado no endereço: http://ec.europa.eu/internal_market/finservices.retail/fscg/index_en.htm

5 Web: <http://www.consumersinternational.org/Templates/Internal.asp?NodeID=97533>

Proteção ao consumidor pode ser usada para evitar abuso de poder do mercado pelos participantes dominantes.⁶ Limitações verticais entre companhias de indústrias diferentes incluem vinculação e agrupamento anti-competitivo. Venda cruzada que constitua agrupamento ou vinculação pode ter demanda positiva e efeitos de oferta, porém, também pode dificultar a competição e a mobilidade do cliente. Agrupamento é a venda de duas mercadorias juntas em um pacote. Empresas praticam o agrupamento por várias razões (economias de espaço, discriminação de preço, gestão de demanda ou para alavancar o poder de mercado em outros segmentos de mercado). Agrupamento de produtos de seguro falsos tem sido utilizado para encobrir o preço real do crédito ou das mercadorias associadas, em particular em países com Código Civil em que se aplica a doutrina de adesão.

Agrupamento não é, *por si só*, *anti-competitivo*, porém, reduz a competição e limita a opção do consumidor, em especial se há a condição de comprar um produto B junto com um produto A (por exemplo, um contrato de hipoteca junto com pagamento do seguro).

Do lado da demanda existem efeitos positivos quando o preço de serviços agrupados/vinculados é menor para consumidores de produtos não-agrupados e se a conveniência é maior. Efeitos de oferta podem resultar de custos reduzidos do fornecimento de serviços agrupados. Agrupamento, portanto, pode aumentar a complexidade da precificação e reduzir a transparência de mercado – assim estratégias competitivas de empresas têm implicações na proteção ao consumidor.

Agrupamento também tem o potencial de criar comparações de preço impossíveis. Dois critérios são importantes: (i.) a limitação da escolha do consumidor, (ii.) se outros competidores são prejudicados. Na União Europeia, práticas de agrupamento e vinculação em política de competição estão previstas no Artigo 81 e no Artigo 82 do Tratado da Comunidade Europeia.

Agrupamento e vinculação que limita a escolha do consumidor é aceito em mercados com uma imposição fraca em relação à competição e deve, por conseguinte, ser um dos componentes a ser avaliados ao realizar diagnósticos de proteção ao consumidor.

Práticas de Divulgação e Vendas

DIVULGAÇÃO FORMAL

- **Seguradores devem assegurar que seus materiais e procedimentos de propaganda e vendas não iludem os clientes. Limites legais devem ser impostos aos lucros sobre investimentos utilizados nas projeções de seguro de vida.**
- **Seguradores devem ser legalmente responsáveis por todas as declarações dadas nos materiais de marketing e vendas que eles produzem relativos a seus produtos.**
- **A leitura de todos os materiais de marketing e vendas deve ser fácil e compreensível pelo público em geral.**
- **Um documento que sirva como fator chave deve ser anexado a todas as vendas e documentos contratuais, divulgando os fatores chave do produto ou dos serviços de seguro, em letras grandes.**

6 Bakker, M. R. e A. Gros (2004). Development of Non-bank Financial Institutions and Capital Markets in European Union Accession Countries, World Bank Working Paper No. 28.

Países do direito consuetudinário dispõem, por outro lado, de mais espaço para negociar com a enorme quantidade de tipos de transações potenciais que podem surgir sob a forma de acordos de seguro de propriedade, responsabilidade (ilícita) e crédito. Países que dispõem de Código Civil costumam contar com seções específicas de seus Códigos Cíveis ou Leis de Contrato em separado (Lei de Obrigações), e às vezes com vigilância reguladora/supervisora de transação e material de vendas. Assim, os tribunais de países do direito consuetudinário são capazes de apresentar todo material pertinente, inclusive documentos de vendas, para usar em caso de um julgamento. Isto, por sua vez, afeta eventualmente o ambiente regulador, embora apoiando um mercado inovador e competitivo.

As exigências de fatos chave (e aspectos caso o intermediário e o produto sejam diferentes) são mais desenvolvidas no Reino Unido e refletem a resposta política a um número de escândalos bastante públicos, incluindo Equidade (*ver* <http://www.moneymadeclear.fsa.gov.uk/home.html>). Documentos de fatos chave também são conhecidos como documentos de divulgação inicial ou IDD. Em outros países (por exemplo, Austrália) contratos de seguro B2C padronizados são estabelecidos por lei, com o direito de derrogação, na condição de que isto seja completamente divulgado. Alguns estados dos Estados Unidos proíbem especificamente determinados clausulados (por exemplo, cláusulas de garantia) que permitiriam a um segurador anular uma reclamação de sinistro legítima. Alguns estados dos Estados Unidos também lideram o caminho ao aplicar conceitos de negociação honestos.

PRÁTICAS DE VENDAS

- **Todos os intermediários de seguro devem ser licenciados e o comprovante da licença deve estar facilmente disponível para o público em geral, inclusive na internet.**
- **O pessoal de vendas e os intermediários que vendem e orientam sobre contratos de seguro devem ser qualificados o bastante, dependendo das complexidades dos produtos que eles vendem.**
- **As exigências educacionais para intermediários que vendem produtos de seguro de acumulação em vida e de investimento de longo prazo devem ser especificados ou, pelo menos, aprovados pelo Regulador ou Supervisor.**
- **O intermediário ou funcionário de vendas deve ser obrigado a obter informações suficientes sobre o consumidor, a fim de assegurar que um produto adequado está sendo oferecido. As 'circunstâncias' formais devem ser especificadas para produtos de seguro de acumulação em vida e de investimento de longo prazo e devem ser mantidas e ficar disponíveis para inspeção por no mínimo 7 anos.**
- **Os seguradores devem ser considerados responsáveis pelo produto relativo às informações prestadas aos consumidores por seus agentes (ou seja, os intermediários atuando para o segurador).**
- **O consumidor deve se dar conta que se o intermediário lhe vende um contrato de seguro (conhecido como uma apólice), ele está trabalhando por conta própria ou para o segurador (ou seja, no último caso, eles têm um acordo de agência com o segurador).**
- **Se o intermediário é um corretor (ou seja, trabalhando em favor do consumidor), então o consumidor deve ser orientado na hora do primeiro contato com o intermediário, se a comissão será paga pelo segurador que aceitou o risco. O consumidor deve ter o direito de exigir conhecer a comissão paga a um intermediário em contratos de seguro de acumulação em**

vida de longo prazo. O consumidor deve sempre ser avisado do valor da comissão paga sobre contratos de investimento de prêmio único.

- **Um intermediário não deve poder, da mesma forma, desempenhar funções de corretagem e agência em determinadas classes de seguros gerais (isto é, seguro de vida e invalidez, saúde, seguros gerais, seguro de crédito.**
- **Deve haver um prazo razoável associado a qualquer investimento tradicional ou contrato de seguro de acumulação em vida de longo prazo, depois que a informação da apólice é entregue, a fim de administrar a venda efetuada sob forte pressão e a venda errada.**
- **Sanções, inclusive multas significativas e, no caso de intermediários, perda de licença, devem ser aplicadas no caso de violação de qualquer uma das disposições acima.**

As fontes principais de orientação sobre práticas de vendas de seguros na União Europeia são diretivas de seguro de vida consolidadas (Capítulo 4 e Anexo III), um grande número de diretivas cobrindo seguro não-vida e seguro automóveis e a Diretiva de Mediação. O Anexo III da Diretiva de Vida requer, em particular, que os consumidores de seguro de vida sejam avisados sobre os mecanismos de recurso no momento da venda. Alguns membros da União Europeia, por exemplo, o Reino Unido possuem práticas de vendas e de divulgação que são, consideravelmente, mais fortes do que as Diretivas de Vida e de Mediação, incluindo a exigência de que sejam mantidos registros completos (às vezes incluindo gravação) das transações de vendas.

Também há a *Diretiva de Marketing à Distância de Serviços Financeiros, 2002/65/EC* e a *Diretiva sobre Propaganda Comparativa 1997/55/EE* e a *Diretiva 2005/29/EC sobre Práticas Comerciais Desonestas*, que especificam práticas enganosas (Artigo 6, 7) com 23 exemplos no Anexo e práticas agressivas (Artigo 8, 9) com 8 exemplos. No Artigo 10 está, explicitamente, declarado que práticas comerciais desonestas podem ser controladas por meio de códigos de conduta. Ademais, pode haver recurso para acordo extrajudicial, mas este não deve ser visto como equivalente ao recurso judicial ou administrativo.

Fora da União Europeia e suas afiliadas, as principais fontes de regulação são, novamente, os países industriais de direito consuetudinário, e os Estados Unidos, e a Austrália, em particular, embora pareça haver problemas nos Estados Unidos sobre 'seguro colocado à força' (ou seja, onde uma instituição de empréstimos é o segurador e beneficiário e repassa o custo para seu consumidor). O Canadá tem contado, em grande parte, com códigos de ética da indústria amplamente publicados e acessíveis e com um centro de investigações do consumidor criado há muito tempo (ver <http://www.seguro-canada.ca/index.php>).

Os prazos para cancelar a compra do produto também são entendidos, antes de mais nada, como um mecanismo de proteção ao consumidor, porém, é preciso que se questione se eles são economicamente eficientes.⁷

O direito de desistir está garantido no Artigo 6 da Diretiva de Marketing à Distância de Serviços Financeiros. De acordo com as disposições, o consumidor tem o direito de desistir de um contrato sem penalidade e sem apresentar quaisquer motivos. Os prazos variam conforme o produto e não valem mais para contratos de seguro e produtos de pensão. O prazo de desistência inicia, normalmente, com o término do contrato e é, normalmente, em média de *duas semanas* (14 dias corridos, conforme especificado na diretiva supramencionada). A Diretiva Consolidada de Seguro de Vida da União Europeia determina um prazo para cancelar a compra do produto entre 14 e 30 dias após o 'contrato ter sido encerrado'.

⁷ Rekaiti, P. e Van den Bergh, R. 'Cooling-Off Periods in the Consumer Laws of the EC Member States. A Comparative Law and Economics Approach', *Journal de Política do Consumidor*, Nov. 2004.

Os prazos para cancelar a compra do produto não são incomuns para produtos de seguro de longo prazo (por exemplo, seguro de vida) em outros países industriais e alguns mercados emergentes, tais como Cingapura, e cobrem uma ampla gama de produtos de seguro em outros, tais como Austrália: (ver <http://www.asic.gov.au/fido/fido.nsf/byheadline/Cooling+off+rights?openDocument>).

Normalmente, eles são maiores do que para títulos e valores mobiliários (incluindo investimentos ligados a contratos vida), por causa das altas multas por término antes da data acordada aplicadas a muitos contratos de seguro de acumulação em vida tradicionais. Em outros países, por exemplo, Japão, determinados produtos, tais como pecúlios variáveis têm prazos para cancelamento da compra incorporados no desenho de seus produtos.

A FSA do Reino Unido foi pioneira em conhecer os conceitos KYC (Conheça Seu Consumidor) no setor de seguros (ver por exemplo http://www.fsa.gov.uk/pubs/cp/cp06_19.pdf Ch14). Ela define KYC (na proteção ao consumidor como conceito contrário ao sentido de lavagem de dinheiro), conforme a seguir:

Conheça seu consumidor. Ao informar os consumidores, KYC também é conhecido como 'levantamento dos fatos'. Quer dizer, obter informações suficientes sobre a situação pessoal e financeira de um consumidor antes de dar a informação.

Os padrões KYC no sentido de lavagem de dinheiro devem ser implementados pelas autoridades supervisoras nacionais, por meio das quais as instituições financeiras possuem diferentes graus de liberdade para desenvolver suas próprias políticas de aceitação do consumidor. Os elementos chaves da política, uma vez que eles têm relação com o setor de seguros, podem ser encontrados em IAIS ICP No. 28 – Anti Lavagem de Dinheiro, Combatendo o Financiamento de Terrorismo que, especificamente, conhece o papel da Força Tarefa de Ação Financeira sobre Lavagem de Dinheiro (FAFT). Na prática, e a despeito do enorme fluxo financeiro internacional que o setor de seguros gera (parte do qual sabe-se que envolve transferência de fundos), este setor tem sido relativamente intocável pela comunidade Anti Lavagem de Dinheiro e Financiamento Contra Terrorismo (AML / CFT, em Inglês).

O PAPEL DE TERCEIROS

- **O regulador ou supervisor deve publicar relatórios públicos anuais sobre o desenvolvimento, a saúde, a força e a penetração do setor de seguros, seja na forma de relatório especial ou como parte das exigências de divulgação e prestação de contas sob a lei que o governa.**
- **Seguradores devem ser obrigados a fornecer suas informações financeiras, a fim de permitir que o público em geral forme uma opinião quanto a viabilidade financeira da instituição.**
- **Caso as classificações confiáveis para pagamento de sinistros não estejam disponíveis, o Regulador ou Supervisor deve publicar, periodicamente, informações suficientes sobre cada segurador para um relator ou intermediário formar uma opinião sobre a saúde financeira do segurador.**

O Princípio Básico No. 26 da IAIS (Informação, Divulgação e Transparência para o Mercado) trata da divulgação e é resumida a seguir:

A autoridade supervisora exige que os seguradores divulguem informações importantes em tempo hábil e a fim de dar às partes interessadas uma visão clara de suas atividades comerciais e situação financeira, e para facilitar o entendimento dos riscos aos quais eles estão expostos.

De fato, todo país exige que os seguradores publiquem suas contas anuais (ou com maior frequência as apresente resumidamente) na imprensa, no mínimo, uma vez por ano.

Na maioria dos mercados industriais e emergentes, os seguradores líderes já têm web sites e incluem suas ofertas de produto e contas públicas periódicas, inclusive relatórios anuais. Infelizmente, as normas contábeis e atuariais ainda não atingiram níveis internacionais na maioria dos países emergentes e em desenvolvimento. Em países industriais as Normas Internacionais de Contabilidade (IFRS) permanecem envolvidas em controvérsia, particularmente, em contabilidade de valor justo de responsabilidades. Independentemente do contexto, é necessário um alto grau de sofisticação para interpretar as informações financeiras. Como um último recurso, países (como por exemplo, Paquistão), exigem que a capacidade de pagar sinistros seja autorizada por todos os seguradores, embora as normas aplicáveis nem sempre especifiquem que agências de classificação internacionais devem ser utilizadas.

Dados técnicos mais detalhados estão disponíveis em alguns países industriais, mais particularmente nos Estados Unidos, embora em outros países (Austrália, por exemplo), determinadas informações, como triângulos de run off de sinistros estejam sendo eliminados sob pressão da indústria.

Privacidade e Proteção de Dados

CONFIDENCIALIDADE E SEGURANÇA DE INFORMAÇÕES DOS CONSUMIDORES

Consumidores de instituições financeiras têm o direito de esperar que suas transações financeiras sejam mantidas em sigilo. A lei deve exigir que instituições financeiras assegurem que elas protegem a confidencialidade e a segurança dos dados pessoais, contra quaisquer ameaças percebidas ou riscos para a segurança ou a integridade de tais informações, e contra acesso não-autorizado.

A confidencialidade de informações passíveis de serem identificadas pessoalmente, ou seja, qualquer informação sobre uma pessoa identificada ou passível de ser identificada é protegida sob vários estatutos internacionais, como por exemplo, *Diretrizes que governam a proteção de privacidade e fluxo entre países de dados pessoais* (Artigo 2 'Âmbito de Diretrizes'); *Diretrizes das Nações Unidas relativas a arquivos digitais de dados pessoais adotadas pela Assembléia Geral Ordinária em 14 de dezembro de 1990* (Seção A, garantias mínimas que devem constar de leis nacionais);

Outros estatutos importantes são a *Diretiva sobre Proteção de Pessoas com relação ao Processamento de Dados Pessoais, 1995/46/Comissão Europeia* (Capítulo 1, Artigo 1-3) assim como a *Convenção para a proteção de pessoas com relação ao processamento automático de dados pessoais* (Convenção (ETS) No. 108, de 28 de janeiro de 1981, Capítulo 1 'Disposições Gerais') e no Sistema de Privacidade de Cooperação Econômica da Ásia e do Pacífico (APEC) (Parte ii, 'Âmbito').

Segurança técnica também é solicitada nas diretrizes e diretivas acima, uma diretriz mais detalhada sobre esta segurança consta das *Diretrizes para a Segurança de Sistemas e Redes de Informação: Em Prol de uma Cultura de Segurança, da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD)*.

Nos Estados Unidos, a Comissão Federal de Comércio criou diretrizes na forma de um documento intitulado *'Salvaguardar Informações Pessoais do Consumidor: Uma Exigência da Norma de Salvaguarda de Informações Financeiras de Instituições Financeiras'* (2002), que obriga instituições financeiras a manterem seguras e confidenciais as informações do consumidor.⁸

⁸ O download do documento pode ser feito no website da Comissão Federal de Comércio (FTC): <http://www.ftc.gov/opa/2002/05/bussafeguards.pdf>

O uso de informação médica e genética (biométrica) para aceitação/recusa e classificação de riscos relativos à vida é hoje uma importante área de debate, porém, não está dentro do âmbito deste trabalho de melhor prática.

Mecanismos de Resolução de Litígio

RESOLUÇÃO INTERNA DE LITÍGIO

- **Seguradores devem fornecer um caminho para resolução de sinistro e de litígio com segurados.**
- **Seguradores devem designar empregados para administrar reclamações de segurados.**
- **O segurador deve informar a seus consumidores sobre os procedimentos internos de resolução de litígio.**
- **O regulador ou supervisor deve supervisionar se os seguradores cumprem com seus procedimentos internos sobre normas de proteção ao consumidor.**

Os seguradores devem ter apólices emitidas na jurisdição do litígio. Uma apólice emitida deve responsabilizar o segurador pela apólice anunciada. Esta apólice deve oferecer pontos de contato para o consumidor que sejam acessíveis durante o horário comercial, sem tempo de espera excessivo, declarar em linguagem clara as principais etapas da resolução do litígio, fornecer cronologia consistente, razoável, garantir a lisura ao tratar do litígio do consumidor, declarar a coordenação com qualquer serviço de ouvidoria e/ou autoridade supervisora, explicar em linguagem clara os direitos do consumidor no processo. A resolução de litígio do consumidor não deve levar a custos descabíveis em termos de tempo e dinheiro para o consumidor.

A Diretiva da União Europeia exige que o segurado seja avisado sobre seu direito de apelação; entretanto, disposições específicas deste tipo são incomuns na lei de seguro. A lei de proteção ao consumidor às vezes não garante a notificação de direitos, embora transações de seguro possam ser excluídas em determinadas circunstâncias (por exemplo, a última versão da Lei de Proteção ao Consumidor da Croácia).

MECANISMOS FORMAIS DE RESOLUÇÃO DE LITÍGIO

- **Um sistema deve estar localizado aonde seja permitido aos consumidores buscar recursos com terceiros a preço acessível e eficiente, caso eles não possam resolver uma questão com a instituição de crédito não-bancária, que pode ser um serviço de ouvidoria ou tribunal.**
- **O serviço de ouvidoria ou instituição equivalente em relação às reclamações do consumidor deve ser prestado no local e levado ao conhecimento do público.**
- **A imparcialidade e independência do serviço de ouvidoria de indicar autoridade e indústria devem ser assegurados.**
- **O mecanismo de execução das decisões do serviço de ouvidoria ou instituição equivalente e a natureza vinculativa da decisão sobre bandos devem ser no local e publicado.**

Poucos consumidores dispõem de conhecimento para entender que seus direitos foram infringidos, e mesmo se tivessem ciência disto, normalmente teriam poucos caminhos para prosseguir com suas reclamações. Desta forma, os seguradores devem ser obrigados a ter um mecanismo de resolução de litígio ou administração de reclamação que garanta um mecanismo de resolução de litígio de primeiro nível. A menos que haja associações voluntárias de proteção ao consumidor que disponham dos recursos e das habilidades para auxiliar os consumidores em suas reclamações ou ações judiciais contra os seguradores, os consumidores não dispõem de muitos caminhos para buscar consolo. A falta de tribunais de pequenas causas, como é o caso em muitos países, impede meios financeiramente acessíveis para a média de consumidores entrarem com uma ação contra vendedores, prestadores de serviço e corporações. Portanto, não surpreende que um Serviço de Ouvidoria especializado em seguro ou reclamações de seguro e serviços de informações (às vezes como parte de um serviço geral de Ouvidoria, como no Reino Unido) seja altamente considerado como um requisito fundamental para proteção do consumidor segura.

Pode ser difícil para um Serviço de Ouvidoria mediar e melhorar efetivamente os problemas enfrentados pelos segurados sem códigos claros de práticas de seguro e contratos padronizados. Um dos sistemas integrados mais avançados atualmente é o da Austrália, aonde um sistema de informações sobre seguro e de solução de reclamações baseado no Escritório da Receita Estadual (SRO) incluiu um serviço de ouvidoria completo para o setor financeiro (http://www.fos.org.au/centric/home_page.jsp).

Amparo ao Consumidor e Conhecimento Financeiro

- **Seguradores, indústria e advogados devem entender a habilidade de vários segmentos de mercado, em particular os mais vulneráveis a abuso.**
- **Consumidores, em especial os mais vulneráveis, devem ter acesso a recursos suficientes para poderem entender produtos e serviços financeiros disponíveis para eles.**

O papel e o impacto da mídia não podem ser exagerados. Entretanto, muitas vezes, a coordenação e a cooperação entre a mídia e os reguladores e/ou associações da indústria não acontece de forma forte, com as informações pertinentes para educar os consumidores.

As associações da indústria em mercados mais desenvolvidos devem garantir um serviço de informações centralizado que seja bem anunciado, entendido e facilmente acessível.

Administração da conta seguro

- **O consumidor deve receber demonstrações periódicas do valor de sua apólice no caso dos contratos de seguro de acumulação em vida e de investimento. Para contratos tradicionais de seguro de acumulação em vida, isto deve ocorrer, pelo menos, uma vez por ano. Entretanto, demonstrações mais freqüentes devem ser elaboradas para contratos ligados a investimento.**
- **Os consumidores devem dispor de meios para discutir a exatidão das transações registradas nas demonstrações dentro de um prazo estipulado.**
- **Os seguradores devem ser obrigados a divulgar o valor pecuniário de um contrato tradicional de seguro de acumulação em vida ou de investimento, mediante solicitação e dentro de um prazo razoável. Além disto, uma tabela demonstrando valores pecuniários projetados deve ser fornecida no**

momento da venda do contrato inicial e no momento de quaisquer ajustamentos posteriores.

- **Os consumidores devem receber avisos de renovação, no mínimo 30 dias antes da data de renovação das apólices não-vida. Caso um segurador não queira renovar um contrato, ele deve avisar com, no mínimo, 30 dias de antecedência.**
- **Os sinistros não devem ser negados ou ajustados caso seja descoberta a não-revelação na hora da reclamação, porém, isto é irrelevante para a próxima causa do sinistro. Nestes casos, o sinistro pode ser ajustado por qualquer déficit ou impropriedade de prêmio para recuperar resseguro.**
- **Os seguradores devem ter o direito de cancelar uma apólice a qualquer momento (exceto após a ocorrência de um sinistro – ver acima), caso a não-revelação relevante possa ser determinada.**

A lei de seguro raramente trata de administração de conta de consumidor em todos os detalhes – em parte refletindo a enorme variação nos acordos de seguro que são possíveis. A Diretiva de Vida da União Europeia não exige que os segurados sejam avisados sobre bônus, porém, isto não parece significar que segurados individuais sejam avisados regularmente sobre o valor pecuniário de seus contratos. Os pesados custos de vendas associados aos produtos tradicionais de seguro de vida, muitas vezes significam que um contrato não tem valor por alguns anos e que há incentivos para o setor de seguro de vida resistir à revelação do valor pecuniário pelos 5 primeiros anos ou mais de um contrato em vigor. À medida que os mercados se desenvolvem, os seguradores tendem a desvincular o risco puro de componentes de seguro de acumulação em vida/investimento de contratos de longo prazo, e a revelar padrões muitas vezes melhores.

Planos de Garantia e Insolvência

Com a exceção de planos que cobrem seguros compulsórios, planos de garantia não são estimulados para seguro, em virtude da natureza nebulosa da indústria e o âmbito do risco moral. Caso estes planos sejam desejados com fins político-econômicos, eles devem ser feitos por meio de forte governança e regimes de supervisão.

Acordos com réu nominal devem ocorrer em lugar de seguros compulsórios, como por exemplo, seguro de responsabilidade civil de automóvel.

Ativos que cobrem reservas matemáticas do seguro de vida e responsabilidades da apólice de contrato de investimento devem ser separados ou, quando muito, assinalados, e segurados de longo prazo devem ter acesso preferencial a tais ativos no caso de uma liquidação.

Seguro de vida é normalmente sujeito a regras comerciais de liquidação no caso de insolvência do segurador, e o processo subsequente de liquidação de sinistros é geralmente administrado por fundos de garantia ou companhias especializadas em run off. Segurados normalmente contratam nova cobertura com os seguradores solventes remanescentes no mercado em questão. Entretanto, a maioria dos países tem acordos de garantia de sinistros para classes de consumidor compulsório, como o seguro de responsabilidade civil automóvel. Estes sinistros cobertos que não podem ser liquidados devido à falência do segurador ou porque o motorista/veículo culpado não pode ser identificado (exemplo, as leis de fundo de garantia como 'réu nominal').

Muitas vezes considera-se que o seguro de vida exige acordos complementares, porque ele pode representar um ativo importante para a pessoa ou a família, e pode também servir como uma garantia subsidiária do empréstimo. Neste caso, a proteção usual é concedida de início com a separação de seguradores de vida e não-vida e forte

supervisão prudencial. Entretanto, composições (seguradores aceitando tanto vida como não-vida) é direito adquirido em inúmeros países e outros acordos especiais são exigidos nesta situação. Isto pode alcançar desde diretivas da União Europeia relativamente fracas (Diretiva 2001/17/CE Reorganização e cancelamento de obrigações do seguro), que exige que os ativos que cobrem as responsabilidades definidas de seguro de vida sejam assinalados, de acordo com a exigência de que os fundos estatutários completamente separados sejam mantidos, como na África do Sul, Paquistão e Austrália. Ademais, segurados de vida ocupam, normalmente, uma posição alta em termos de prioridade de credor. Muitos países também especificam limites de investimento para os ativos que cobrem reservas matemáticas de seguro de vida, ou quando a supervisão baseada no risco já ocorre, exigem que o capital alocado reflita as características do risco da carteira do ativo.

Referências

- Boas Práticas de Proteção ao Consumidor e Conhecimento Financeiro na Europa e Ásia Central:
- Uma Ferramenta de Diagnóstico, Documento para Consultoria do Banco Mundial, Agosto 2008
- Senado Canadense – Relatório do Comitê Permanente sobre Transações Bancárias e Comércio – Proteção ao Consumidor no Setor Financeiro – A Agenda Inacabada, junho de 2006
- Hadfield, G. e outros, Princípios para Repensar a Política de Proteção ao Consumidor Com Base na Informação, *Jornal de Política do Consumidor*, 1998
- Herring, R. e Santomero, M. Qual é a Melhor Regulamentação Financeira? *The Wharton School*, maio de 1999
- Associação Nacional de Supervisores de Seguros dos Estados Unidos (NAIC) – Estrutura reguladora de Ramos Pessoais – setembro de 2006
- Monti, A Lei de Contratos de Seguro na República Popular da China: Uma Análise Comparativa dos Direitos da População, *Global Jurists Topic*, Volume 1, Edição 3, 2001
- FSA do Reino Unido – Reformulando a regulamentação sobre Conduta de Negócios, outubro de 2006
- Parlamento do Reino Unido e Serviços de Ouvidoria sobre Saúde – Vida Justa: Uma Década de Erros na Legislação, julho de 2008
- Apresentações pela Comissão de Reforma da Lei da Austrália ao Departamento do Tesouro – Revisão da Lei de Contratos de Seguro de 1984 (Cth)
- Tarr, A. Lei de Seguro e o Consumidor, Revisão da Lei pela Universidade Bond, Vol. 1, 1989

Anexo 1 – Fontes do Legislativo

Quadro A1: Visão geral da infraestrutura jurídica de proteção ao consumidor

<i>Instituição</i>	<i>Diretiva, Leis Implementadas, Diretrizes, Estudos</i>
União Europeia	<p>UE: Diretiva 77/92/EEC, agentes e corretores de Seguro e Diretiva 2002/92/CE sobre mediação de seguro</p> <p>UE: Diretiva 2002/83/CE sobre Seguro de Vida Capítulo 4 e Anexo III</p> <p>UE: Diretivas sobre Seguro Não-Vida e Seguro Automóvel</p> <p>UE: Diretiva 2001/17/CE Reorganização e cancelamento das responsabilidades inerentes ao seguro</p> <p>Livro Verde sobre Serviços Financeiros no Varejo na União Europeia: Com (2007) 226 Final</p> <p>Recomendação da Comissão Europeia sobre os princípios aplicáveis aos órgãos responsáveis pelos acordos extrajudiciais de litígios com o consumidor (98/257/CE) e sobre os princípios dos órgãos extrajudiciais envolvidos na solução consensual de litígios extrajudiciais (2001/310/CE)</p> <p>Documentos sobre a Revisão da Lei dos Contratos de Seguro das Comissões Legais da Escócia e da Inglaterra: http://www.scotlawcom.gov.uk/downloads/cp_insurance.pdf</p> <p>O Grupo do Projeto – Apresentação da Redefinição da Lei dos Contratos de Seguro Europeia à Comissão Europeia – Minuta do Sistema de Referência Comum (CFR): “Contrato de Seguro”: http://www.restatement.info/</p> <p>Lei dos Contratos de Seguro de Látvia, setembro de 1998 conforme aditado</p> <p>Lei dos Contratos de Seguro da República Tcheca, dezembro de 2003 e Lei sobre Intermediários de Seguro e Reguladores de Sinistro da República Tcheca, dezembro de 2003</p> <p>Diretiva Relativa ao Processamento de Dados Pessoais e Proteção da Privacidade no Setor de Comunicação Eletrônica, 2002/58/CE</p> <p>Diretiva sobre Proteção ao Consumidor com Relação aos Contratos à Distância, 1997/7/CEE</p> <p>Diretiva sobre Marketing à Distância de Serviços Financeiros, 2002/65/CE</p> <p>Diretiva sobre Propaganda Comparativa, 1997/55/CEE</p> <p>Recomendação da Comissão Europeia sobre os princípios aplicáveis aos órgãos responsáveis por acordo extrajudicial de litígios com o consumidor (98/257/CE) e sobre os princípios dos órgãos envolvidos na solução consensual de litígios extrajudiciais (2001/310/CE)</p>

	<p>Declaração política: Natureza e consequências de atividades comerciais no seguro de vida e acidentes: Comissão sobre Serviços Financeiros e Seguro, 30 de maio de 1997</p>
Conselho da Europa	<p>Convenção para a proteção de pessoas com relação ao processamento automático de dados pessoais (ETS No. 108, de 28 de janeiro de 1981, Entrada em vigor: 1.10.1985) e Relatório Explicativo</p>
Associação Internacional de Supervisores de Seguro	<p>Princípio Básico de Seguro No. 25 – Proteção ao Consumidor</p> <p>Diretriz No. 4 sobre Revelação Pública pelos Seguradores, 2002</p>
Nações Unidas	<p>Diretrizes das Nações Unidas no que concerne aos arquivos digitais de dados pessoais adotados pela Assembléia Geral Ordinária em 14 de dezembro de 1990</p>
OECD	<p>OECD: Boas Práticas para Melhorar a Conscientização e a Educação do Risco em Questões de Seguro: 2008</p> <p>Diretrizes da OECD de Boas Práticas para Gestão de Reclamações de Sinistro no Seguro: novembro de 2004</p>
APEC	<p>Diretrizes que governam a proteção da privacidade e o fluxo entre países de dados pessoais</p>
Outras jurisdições líderes	<p>Estrutura de Privacidade da APEC</p> <p>Lei dos Contratos de Seguro da Austrália, 1984</p> <p>Associação Nacional de Supervisores de Seguros dos Estados Unidos – Lei Estadual sobre Modelo de Conduta de Mercado</p> <p>Alberta, Canadá – Regulamentação de Práticas Honestas sob a Lei de Seguro – 128/2001</p>



BANCO MUNDIAL

www.worldbank.org/nbf