



AUDIÇÃO
GRUPO DE TRABALHO
“REGULAÇÃO DA CONCORRÊNCIA E DEFESA DO CONSUMIDOR”

Instituto de Seguros de Portugal

18 de Novembro de 2010



ÍNDICE

1. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NA ACTUAÇÃO DO ISP
2. INICIATIVAS REGULAMENTARES RECENTES
3. SUPERVISÃO DA CONDUTA DE MERCADO
4. MONITORIZAÇÃO DA PUBLICIDADE
5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES



1. O INTERESSE DOS CONSUMIDORES NA ACTUAÇÃO DO ISP

O interesse dos consumidores está presente nas seguintes áreas:

Plano Institucional

Actividade Regulatória

Supervisão

Relacionamento com os Consumidores



1. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NO PLANO INSTITUCIONAL

- O ISP promove regularmente reuniões de trabalho com associações de defesa dos consumidores;

Exemplo: dia 26 de Novembro a DECO realiza, em parceria com o ISP, uma acção de formação sobre “Os Direitos dos Consumidores” e um Workshop sobre “Os seguros – contratação e resolução de conflitos de consumo”.

- Mantém contactos institucionais regulares com a Direcção-Geral do Consumidor;

Exemplo: decorre hoje, dia 18 de Novembro, na sede do ISP uma acção de formação para colaboradores dos Centros de Informação Autárquico ao Consumidor (CIAC) de todo o país, realizada em parceria com a Direcção-Geral do Consumidor



2. INICIATIVAS REGULAMENTARES RECENTES



2. INICIATIVAS REGULAMENTARES RECENTES

NORMA REGULAMENTAR N.º 10/2009-R, DE 25 DE JUNHO

Estabelece princípios gerais a observar pelas empresas de seguros no seu relacionamento com os tomadores de seguros, segurados, beneficiários ou terceiros lesados, nomeadamente:

1. Política de Tratamento dos Consumidores
2. Gestão de Reclamações
3. Provedor do Cliente
4. Política Anti-fraude



Gestores de Reclamações das empresas de seguros

As empresas de seguros estão obrigadas a instituir uma função autónoma responsável pela gestão das reclamações, desempenhada por pessoas idóneas que detenham qualificação profissional adequada.

As empresas de seguros devem responder aos reclamantes de forma completa e fundamentada, transmitindo o resultado da apreciação da reclamação no prazo máximo de **20 dias** ou 30 dias, caso se trate de situações particularmente complexas.



Provedor dos clientes das empresas de seguros

As empresas de seguros devem designar, de entre entidades ou peritos de reconhecido prestígio e idoneidade, o Provedor dos Clientes, ao qual podem ser apresentadas as reclamações que não tenham tido respondidas atempadamente pelo “gestor de reclamações” ou não tenham tido o desfecho pretendido pelo reclamante.

O Provedor dos Clientes representa uma segunda instância de apreciação das reclamações e pode apresentar recomendações à empresa de seguros, sendo a sua intervenção gratuita para o reclamante.



2. INICIATIVAS REGULAMENTARES RECENTES

NORMA REGULAMENTAR N.º 3/2010-R, DE 18 DE MARÇO

Fixa princípios e regras a observar pelas empresas de seguros, pelos mediadores de seguros, pelas entidades gestoras de fundos de pensões na publicidade por estes efectuada.

Entre outros aspectos, introduziu restrições na utilização de determinadas expressões, tais como:

“sem custos”, “sem encargos”, “seguro contra todos os riscos”, “oferta”, “presente”, “as mais vantajosas do mercado” e “melhor do mercado”



3. SUPERVISÃO DA CONDUTA DE MERCADO



3. SUPERVISÃO DA CONDUTA DE MERCADO

O ISP tem vindo a efectuar um investimento cada vez maior na supervisão da conduta de mercado, com o objectivo de assegurar a implementação de elevados padrões de conduta por parte dos operadores e a protecção dos consumidores.

No primeiro semestre de 2010 foram realizadas **430** acções de supervisão da conduta de mercado nas modalidades *on-site* e *off-site*.



3. ACÇÕES DE SUPERVISÃO DA CONDOTA DE MERCADO

Algumas matérias objecto de supervisão:

- Publicações obrigatórias
- Qualidade dos conteúdos dos *sites* dos corretores de seguros
- Condições de acesso e exercício
- Informação durante a vigência dos contratos
- Celebração do contrato
- Informação contratual



4. MONITORIZAÇÃO DA PUBLICIDADE



5. A PUBLICIDADE

O ISP desenvolveu um sistema específico de monitorização e supervisão da publicidade efectuada no sector segurador e fundos de pensões.

O sistema de monitorização da publicidade implica a selecção diária de todo o material publicitário que se enquadra nos sectores supervisionados e que é divulgado designadamente através da imprensa escrita, rádio, televisão e *outdoors*.

Entre Janeiro e Setembro de 2010 foram analisados **489** anúncios publicitários e detectadas irregulares em **37** situações.



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

O ISP dispõe de uma área específica para receber, analisar e dar resposta adequada e atempada às reclamações que lhe são dirigidas, quer directamente, quer por intermédio do Livro de Reclamações.

Este serviço tem como objectivo a tentativa de conciliação dos interesses divergentes das partes envolvidas e a análise da conduta das entidades supervisionadas, de modo a avaliar a sua conformidade face ao quadro legal e regulamentar e a ponderar a eventual adopção de medidas no quadro das competências de supervisão e contra-ordenacionais.



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Tempos médios de resposta em 2009





5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Mecanismos de divulgação de informação

O ISP tem vindo a desenvolver instrumentos que visam um incremento da transparência e facilitam o contacto com o público, entre os quais se incluem:

- O *site* institucional
- O Portal do Consumidor de Seguros e Fundos de Pensões;



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Alguns dos conteúdos disponíveis no Portal do Consumidor:

- Recolher e comparar os dados sobre as comissões e rendibilidades dos planos poupança-reforma (PPR) constituídos sob a forma de contrato de seguro do ramo “Vida” não ligado a fundos de investimento;
- Obter informação sobre os contratos de seguro de vida, de acidentes pessoais e operações de capitalização com beneficiários em caso de morte do segurado ou do subscritor;
- Apresentar uma reclamação ou pedido de esclarecimento mediante formulário disponibilizado para esse efeito.



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Alguns dos conteúdos disponíveis no Portal do Consumidor:

- A consulta de uma secção de perguntas e respostas;
- Informações sobre os Provedores de clientes dos operadores;
- Informação relativa aos centros de informação automóvel e representantes para sinistros;
- Informação sobre o Fundo de Garantia Automóvel e o Fundo de Acidentes de Trabalho;
- Verificar se um veículo possui seguro válido



5. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Educação financeira

O ISP desenvolve frequentemente iniciativas que visam promover o acréscimo dos níveis de literacia financeira e a criação de uma cultura de percepção e mitigação dos riscos por parte dos consumidores, nomeadamente:

- Acções de informação sobre o sector segurador e fundos de pensões, designadamente, em colaboração com diversas instituições de ensino;
- Disponibiliza brochuras e folhetos informativos com conteúdo relevante para os consumidores;
- Lançamento, no próximo dia 9 de Dezembro, de um Guia de Seguros e Fundos de Pensões



GUIA DE SEGUROS E FUNDOS DE PENSÕES

Objectivo: esclarecer os consumidores em linguagem simples e acessível, acerca dos conceitos, tipos de contratos e procedimentos na área dos seguros e fundos de pensões

