

**RELATÓRIO  
SOBRE FUNCIONAMENTO E  
RESULTADOS DAS OUVIDORIAS  
DAS EMPRESAS ASSOCIADAS À  
FENASEG**

**1<sup>o</sup> SEMESTRE/2006**



Federação Nacional das Empresas de  
Seguros Privados e de Capitalização

# **ÍNDICE**

## **I - INTRODUÇÃO**

- |   |          |
|---|----------|
| <b>1. A origem das Ouvidorias</b>         | <b>3</b> |
| <b>2. Distinção entre Ouvidoria e SAC</b> | <b>4</b> |
| <b>3. A regulação das Ouvidorias</b>      | <b>4</b> |
| <b>4. As iniciativas da Fenaseg</b>       | <b>5</b> |

## **II – CARACTERÍSTICAS ESSENCIAIS DA OUVIDORIA**

- |   |           |
|---|-----------|
| <b>5. Estabelecimento voluntário da Ouvidoria</b> | <b>6</b>  |
| <b>6. Amplitude das reclamações nas empresas</b>  | <b>9</b>  |
| <b>7. Legitimidade para reclamar</b>              | <b>9</b>  |
| <b>8. Alçadas praticadas pelas Ouvidorias</b>     | <b>9</b>  |
| <b>9. Reclamações recebidas e processadas</b>     | <b>10</b> |
| <b>10. Motivos das reclamações</b>                | <b>12</b> |
| <b>11. Decisões do Ouvidor</b>                    | <b>13</b> |
| <b>12. Origem geográfica das reclamações</b>      | <b>14</b> |
| <b>13. Tempo de resposta às reclamações</b>       | <b>14</b> |

## **III – Conclusão** **15**

# I - INTRODUÇÃO

## 1. A origem das Ouvidorias

*A partir da edição do CDC – Código de Defesa do Consumidor, em 1990, o País entrou em nova era de conscientização da população e dos agentes econômicos, relativamente a direitos e obrigações no âmbito das relações contratuais de aquisição de bens ou de serviços.*

*Como decorrência, o consumidor mais bem informado passou a exigir maior transparência nos atos negociais, e solução mais rápida e menos onerosa de sua eventual insatisfação, relativamente aos produtos ou serviços contratados.*

*As ouvidorias são instrumentos facilitadores do exercício da cidadania, por atuarem na busca de solução racional, pacífica e produtiva, para os conflitos decorrentes das relações de consumo ou utilização de produtos e serviços públicos ou privados. Exatamente nesse sentido é que a utilização das Ouvidorias, na atividade seguradora, vem sendo estimulada pela Susep e assumida pelas empresas do setor.*

*As funções de uma Ouvidoria são explicitadas pelo Art. 2º da Resolução CNSP nº 110/2004, caput e incisos, que define como principal função desse mecanismo a atuação “na defesa dos direitos dos consumidores na sua relação contratual com a sociedade ou entidade, no esclarecimento quanto aos seus deveres e na prevenção e solução de conflitos...”*

*Os benefícios que decorrem da utilização dessa forma de mediação entre instituições e consumidores são evidentes. Para o consumidor, representa a possibilidade de uma solução mais rápida e menos onerosa de sua insatisfação em face de produto ou serviço contratado. Para as empresas, a ouvidoria é canal ágil e transparente, que permite auscultar, de modo imediato, o pensamento e as demandas do cliente sobre a qualidade dos serviços e produtos que coloca no mercado. Para os órgãos de fiscalização (Susep) e de jurisdição, a ouvidoria representa a possibilidade da efetivação de uma justiça administrativa ágil e eficiente, que desonera tribunais e colegiados. Para o país representa economia de meios técnicos e financeiros na aplicação da justiça: estima-se que cerca de 15% do PIB Brasileiro (cerca de US\$ 115 bilhões) são perdidos graças à morosidade dos tribunais.*

*Neste sentido é que a Circular Susep 274, de 3/11/2004, prevê que reclamações e pedidos de esclarecimento dirigidos à Susep, serão encaminhados às ouvidorias devidamente reconhecidas, “previamente à abertura de processo administrativo”.*

*Vale dizer: a Ouvidoria é vantajosa como instância que antecede – e conseqüentemente pode evitar – a recorrência aos procedimentos administrativos movidos pelos consumidores junto ao órgão fiscalizador.*

## **2. Distinção entre Ouvidoria e Serviços de Atendimento a Clientes – SAC**

*Por ser um órgão destinado à conciliação de conflitos, uma Ouvidoria tem que operar com elevado grau de eficiência, neutralidade, imparcialidade e credibilidade. O que faz e o que decide tem que ser espontaneamente aceito – e não imposto – por ambas as partes e, em especial, o consumidor que a ela recorre na esperança de ver atendida – administrativamente – sua pretensão.*

*Exatamente por isso, a Ouvidoria não pode ser estruturada nem funcionar como anexo dos departamentos de marketing ou de relações públicas das empresas. Ao contrário do que pode sugerir, seu trabalho não se destina prioritariamente a favorecer a imagem da instituição que a cria. Esse trabalho compete aos Serviços de Atendimento a Clientes (SAC), que procuram, sobretudo, informar o consumidor sobre seus direitos, e informar à empresa sobre as demandas do mercado. Seu objetivo imediato não é o caso apresentado: é a preservação da imagem da empresa.*

*Neste sentido, a especificação de campo de atuação da Ouvidoria, que nos termos do Inciso III do Art. 2º da Resolução CNSP 110/04, deverá:*

*“diferenciar suas atribuições dos demais serviços de atendimento ao consumidor existentes na sociedade ou entidade.”*

*A Ouvidoria opera com interesse eminentemente público. Destina-se, como é óbvio, ao processamento e solução amigável de conflitos. Seu objetivo imediato é o caso apresentado. Mas, na medida em que as soluções apresentadas atendem aos direitos pactuados nos contratos, a instituição hospedeira da Ouvidoria pode vir a ter sua imagem fortalecida.*

## **3. A regulação das Ouvidorias**

*Em seu planejamento estratégico de 2003, a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) havia prefigurado a implantação de Ouvidorias, dentro de uma perspectiva de auto-regulação, como forma de solução de problemas pertinentes à relação de consumo, dentro do ambiente empresarial. Em 2004, as empresas iniciaram o processo de implantação das Ouvidorias no Mercado Segurador Brasileiro.*

*Nesse cenário, foi editada a Resolução CNSP nº 110, de 7 de maio de 2004, que pode ser considerada um marco regulatório para o mercado segurador ao estimular, de forma simples e racional, as próprias empresas a se auto-fiscalizarem através das Ouvidorias.*

*Pela Resolução CNSP nº 110, a criação e o reconhecimento das Ouvidorias são condicionados à observância de determinados critérios, e sua manutenção dependerá de avaliação semestral a ser feita pela SUSEP, quanto a índices mínimos de eficiência e ou qualidade.*

*Complementarmente, a Circular SUSEP nº 292, de 18 de maio de 2005, disciplinou o procedimento de atendimento ao consumidor (PAC) e a transformação de suas denúncias em processos administrativos sancionadores (PAS) dos mercados supervisionados.*

*A empresa com Ouvidoria reconhecida deverá manter atualizada, e remeter à SUSEP, sempre que necessário, todas alterações cadastrais da Ouvidoria, tais como a substituição de Ouvidor ou mudanças nos canais de acesso, visando ao encaminhamento das demandas do consumidor. Já os consumidores são orientados a retornar à autarquia caso não tenham sido satisfatoriamente atendidos, no prazo máximo de 30 dias, para que seja procedida a abertura do referido processo administrativo visando à apuração de eventuais irregularidades.*

#### **4. As iniciativas da Fenaseg**

*Para mais amplo conhecimento das exigências normativas, e para permitir a troca de experiências entre os Ouvidores, bem como aprimorar e estreitar, ainda mais, o relacionamento cliente-empresa, em julho de 2005 a Fenaseg promoveu o 1º Encontro dos Ouvidores, na Cidade do Rio de Janeiro.*

*Além disso, repercutindo a iniciativa da Susep, a Fenaseg implantou, a partir do segundo semestre de 2005, a Ouvidoria Coletiva do Convênio DPVAT – Danos Pessoais Causados por Veículos Automotores Terrestres, reconhecida por ato do Colegiado do Órgão Regulador, no mês de agosto do mesmo ano.*

*Ainda em 2005, a Fenaseg criou a Comissão de Ouvidoria, que passou a atuar como foro de discussão e orientação quanto à atuação das ouvidorias das empresas do mercado segurador. A Comissão de Ouvidoria é constituída pelos Ouvidores das empresas associadas à Fenaseg.*

*No mesmo sentido, maio de 2006, a Fenaseg promoveu o seminário “Ouvidoria no Mercado Segurador – Transparência na relação com clientes”, com a participação do ex-Ministro do Governo da Espanha e atual Presidente da Comissão de Defesa do Segurado da Mapfre, Fernando Suarez, diretoria da Susep e jornalistas especializados em defesa do consumidor.*

## **II - CARACTERÍSTICAS ESSENCIAIS DA OUVIDORIA**

### **5. Estabelecimento voluntário da Ouvidoria**

*Nos termos definidos pela Resolução CNSP nº 110, de 7/5/2004, e normas decorrentes, as empresas seguradoras têm plena liberdade para implantar ouvidorias e definir*

regras de funcionamento, através de regulamento que é apresentado e submetido à aprovação da SUSEP, no ato de credenciamento.

Até o mês de agosto de 2006, a Susep havia reconhecido 56 Ouvidorias no mercado segurador, que estão representadas na Comissão de Ouvidoria da Fenaseg, conforme relação a seguir:

1. **GRUPO MAPFRE/ VERA CRUZ - Ouvidor: Mário Rossi . Aprovação em 24/8/2004**  
**Vera Cruz Seguradora S/A e Vera Cruz Vida e Previdência S/A**
2. **MARÍTIMA Seguros S/A, Armando Pasini Filho, 20/10/2004**
3. **PANAMERICANA SEGUROS S/A E DA LIDERANÇA CAPITALIZAÇÃO S/A ,**  
*Eduardo Aparecido de Moraes, 10/11/2004*
4. **GRUPO UNIBANCO AIG, Washington Luís Bezerra, 22/12/2004**  
**Unibanco Aig Seguros S/A, Unibanco AIG Vida e Previdência e AIG**  
**Brasil Cia. Seguros**
5. **GRUPO BRADESCO/BRADESCO Seguros S/A, Luiz Tavares Pereira**  
*Filho, 15/12/2004*  
**FINASA Seguradora S/A, BRADESCO AUTO-RE S/A, BRADESCO Vida e**  
**Previdência S/A, ALVORADA Vida S/A, BRADESCO Capitalização S/A e**  
**ATLÂNTICA Capitalização S/A**
6. **GBOEX Previdência Privada e CONFIANÇA Cia. de Seguros, Ricardo Alves do**  
*Nascimento, 22/12/2004*
7. **CAPEMI - Cx. Pecúlios, Pensões e Montepios – Beneficente, Jorge Campos**  
*Gonsales, 22/12/2004*
8. **GRUPO ALFA (Seguradora - Previdência e Vida), José Ferreira das Neves,**  
*27/12/2004*  
**Alfa Seguradora S/A e Alfa Vida e Previdência S/A**
9. **GRUPO SUL AMÉRICA, Oswaldo Mário Pego Amorim Azevedo, 19/1/2005**  
**Sul América Cia Nacional de Seguros, Sul América Seguros de Vida e**  
**Previdência e pela Gerling Sul América S/A Seguros Industriais**
10. **CONAPP - Cia Nacional Seguros, Jorge Campos Gonsales, 11/2/2005**
11. **Cia de Seguros MINAS BRASIL, José Geraldo Alves Leal, 7/4/2005**
12. **GRUPO ICATU HARTFORD, Maria Helena Darcy, 19/4/2005**  
**Icatu Hartford Seguros S/A - Icatu Hartford Capitalização S/A –**  
**Vanguarda Cia. Seguros Gerais - Motrin Capitalização S/A**

13. **BRASILVEÍCULOS** Companhia de Seguros, *Fernando Barbosa de Oliveira, 25/5/2005*
14. **GRUPO PORTO SEGURO**, *José Júlio Carvalho de Melo, 14/6/2005*  
**Porto Seguro Cia. Seguros Gerais, Porto Seguro Vida e Previdência**
15. **LIBERTY PAULISTA Seguros S/A**, *José Ferreira das Neves, 14/6/2005*
16. **GRUPO CAIXA**, *José Lopes Coelho, 13/7/2005*  
**Caixa Seguradora S/A, Caixa Vida e Previdência S/A, Caixa Capitalização S/A**
17. **FEDERAL Seguros S/A**, *Vania Fernandes Maia Schwartz, 13/7/2005*
18. **GRUPO HSBC**, *José Carlos de Almeida, 13/7/2005*  
**HSBC SEGUROS (Brasil)S.A; HSBC Vida e Previdência (Brasil) S.A;**  
**HSBC Empresa de Capitalização (Brasil) S.A; HSBC Capitalização**  
**(Brasil) S.A e HSBC Corretora de Seguros (Brasil) S/A**
19. **KYOEI DO BRASIL – Cia. de Seguros**, *DEFENSEG (Flávio Portugal/Manoel Póvoas), 13/7/2005*
20. **PREVIMIL Previdência Privada** , *SINDEPP-RJ (Suely Molina), 13/7/2005*
21. **ROYAL & SUNALLIANCE Seguros (BRASIL) S/A**, *Carlos Manuel Martins, 13/7/2005*
22. **PECÚLIO ABRAHAM LINCOLN**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina), 28/7/2005*
23. **GENERALI DO BRASIL Cia Nacional de Seguros**, *Paulo Roberto Santos, 28/7/2005*
24. **MBM Seguradora S/A**, *Marta Enisa Silva Dias, 5/8/2005*
25. **FENASEG - CONVÊNIO DPVAT**, *Paulo Roberto Amador Santos, 11/8/2005*
26. **BRASILPREV Seguros e Previdência S/A**, *Luciana Galvão, 11/8/2005*
27. **União Previdenciária Cometa do Brasil (COMPREV)- SINDEPP-RJ (Suely Molina)**, *17/8/2005*
28. **GRUPO ITAÚ (SEGUROS)**, *Francisco Calazans Araújo Júnior, 8/9/2005*  
**Itaú Seguros S.A., Companhia de Seguros Gralha Azul e Paraná Companhia de Seguros**
29. **GRUPO ITAÚ (PREVIDÊNCIA E CAPITALIZAÇÃO)**, *Francisco Calazans Araújo Júnior, 8/9/2005*  
**Itaú Vida e Previdência S.A., Cia. Itaú de Capitalização e ITAUPREV**  
**Vida e Previdência S.A**

30. **UNIPREV - União Previdenciária** , *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 17/8/2005
31. **EQUATORIAL Previdência Privada**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 23/9/2005
32. **ARC Previdência Privada**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 11/10/2005
33. **RECÍPROCA Assistência**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 11/10/2005
34. **AZUL Cia de Seguros Gerais (Grupo Porto Seguro)**, *José Júlio Carvalho de Melo*, 3/11/2005
35. **MBM Previdência Privada**, *Marta Enisa Silva Dias*, 3/11/2005
36. **FAMÍLIA BANDEIRANTE Previdência Privada**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 3/11/2005
37. **GRUPO SANTANDER – BANESPA**, *Luiz Gustavo Bueno Lopes*, 3/11/2005  
**Santander Seguros S/A, Santander Banespa Seguros S/A e Santander Capitalização S/A**
38. **AMERICAN LIFE Seguradora S/A**, *RS Consultores e Ass. Seguros*, 17/11/2005
39. **TOKIO MARINE BRASIL Seguradora S/A**, *Luiz Pereira de Souza*, 8/12/2005
40. **REAL SEGUROS S/A**, *Luiz Pereira de Souza*, 8/12/2005
41. **SABEMI Seguradora S/A**, *Sylvia Liliana L. Urquieta*, 4/1/2006
42. **PECÚLIO UNIÃO Previdência Privada**, *Sylvia Liliana L. Urquieta*, 11/1/2006
43. **SUL AMÉRICA Capitalização S/A**, *Antonio Carlos Restum Gabriel*, 11/1/2006
44. **PREVICORP Previdência Privada**, *SINDEPP-RJ (Suely Molina)*, 8/2/2006
45. **SABEMI Previdência Privada**, *Sylvia Liliana L. Urquieta*, 9/3/2006
46. **REAL TOKIO MARINE Vida e Previdência S/A**, *Gizelda Giampietro Fiúza*, 18/5/2006
47. **SUDAMERIS Vida e Previdência S/A**, *Gizelda Giampietro Fiúza*, 18/5/2006
48. **BRASILCAP Capitalização S/A**, *José Alves da Silva*, 9/6/2006
49. **REAL Capitalização S/A**, *Gizelda Giampietro Fiúza*, 14/6/2006
50. **COSESP - Cia Seguros do Estado de São Paulo**, *Gustavo Kiyoshi Guedes Inumaru*, 21/6/2006



**51. MONGERAL S/A Seguros e Previdência, SINDEPP-RJ (Suely Molina), 21/6/2006**

**52. IH Cia. Seguros e Previdência (ex-Canadá Life) - Grupo Icatu, Maria Helena Darcy, 5/7/2006**

**53. UNIMED Seguradora S/A, Therezinha de Jesus Corrêa, 9/8/2006**

**54. HDI Seguros S/A, DEFENSEG (Flávio Portugal/Manoel Póvoas), 9/8/2006**

**55. ITAÚ SEGUROS CORPORATIVOS S/A, Francisco Calazans Araújo Júnior, 30/8/2006**

**56. GRUPO MAPFRE, Mário Rossi, 30/8/2006**

**MAPFRE NOSSA CAIXA Vida e Previdência S/A, MAPFRE Seguradora de Garantias e Crédito S/A e MARES – MAPFRE Riscos Especiais Seguradora S/A**

## **6. Amplitude das reclamações nas empresas**

*As empresas aceitam reclamações decorrentes de todos os segmentos em que estão autorizadas a operar: seguro, previdência privada e capitalização.*

## **7. Legitimidade para reclamar**

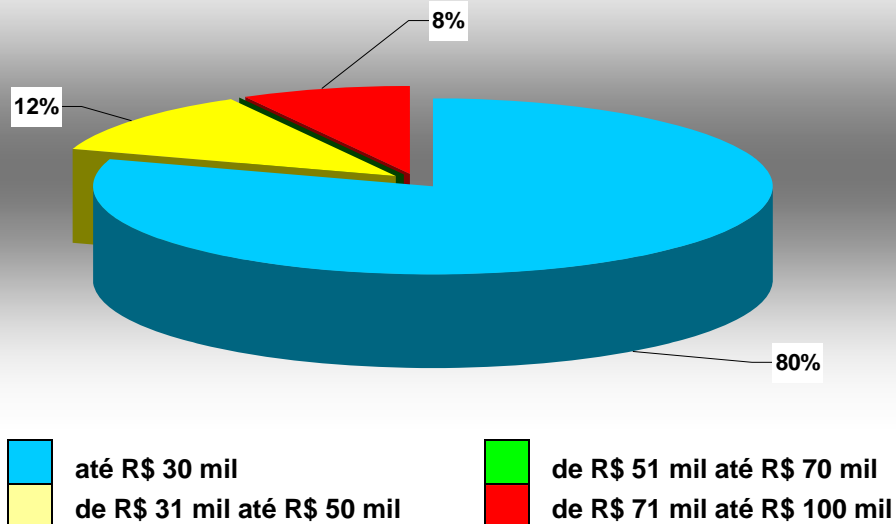
*Todos os segurados, estipulantes, beneficiários, e terceiros estão legitimados a reclamar, com exceção dos fornecedores no contrato de seguro.*

## **8. Alçadas praticadas pelas Ouvidorias**

*Conforme disposto na Resolução CNSP nº 110/2004, caberá ao Conselho de Administração ou ao Presidente da empresa fixar obrigatoriamente a alçada financeira de decisão do Ouvidor, a qual deve respeitar o valor mínimo de R\$ 30.000,00 (trinta mil reais) por sinistro.*

*A alçada mínima é praticada por 80% das empresas, existindo Ouvidorias com limites que chegam a R\$ 100.000,00 (cem mil reais).*

### Alçadas praticadas pelo Mercado Segurador

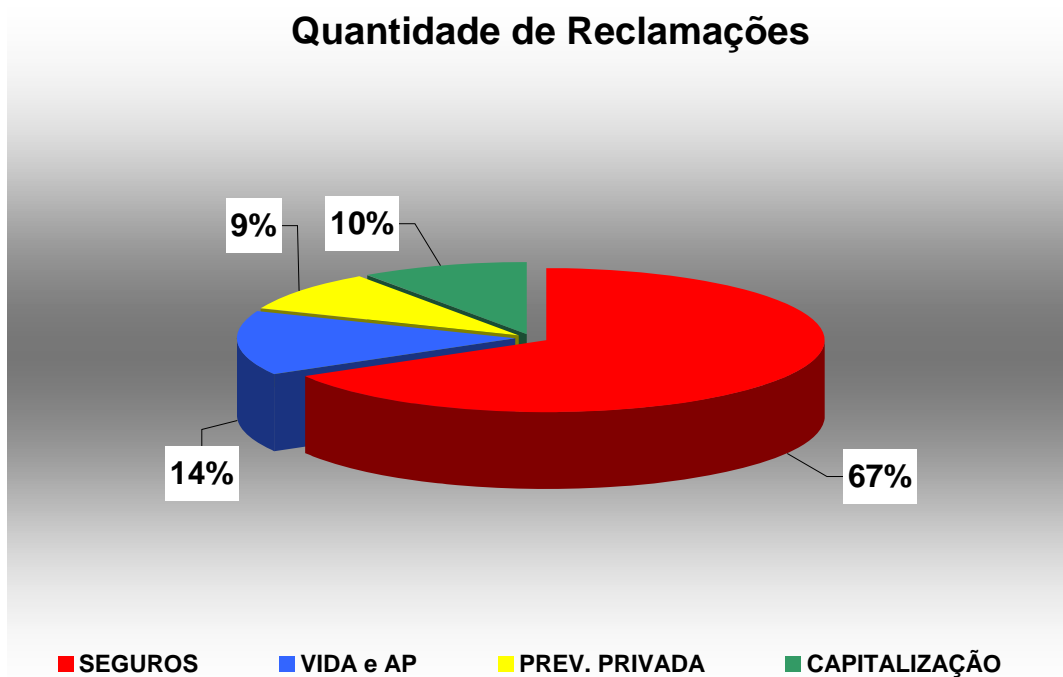


### 9. Reclamações recebidas e processadas

Até o dia 30 de Junho de 2006, as Ouvidorias do mercado segurador haviam recebido para processamento 25.971 reclamações, das quais 7.124 apenas nos seis primeiros meses deste ano, conforme quadro a seguir:

MERCADOS	QUANTIDADE		Reclamações %
	Apólices	Reclamações	
<b>1.1- SEGUROS</b>	<b>14.446.896</b>	<b>4.740</b>	<b>67%</b>
<i>DPVAT</i>		340	5%
<i>Automóveis/RCFV</i>	5.775.461	3.995	56%
<i>Bens</i>	8.671.435	405	6%
<b>1.2 - PREV. PRIVADA</b>	<b>5.784.891</b>	<b>668</b>	<b>9%</b>
<b>1.3 - VIDA e AP</b>	<b>30.799.434</b>	<b>1.032</b>	<b>14%</b>
<b>1.4 - CAPITALIZAÇÃO</b>	<b>82.861.321</b>	<b>684</b>	<b>10%</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>133.892.542</b>	<b>7.124</b>	<b>100%</b>

O gráfico abaixo ilustra a distribuição das reclamações decorrentes de Seguro, Previdência Privada, Vida/Acidentes Pessoais e Capitalização:



## 10. Motivos das reclamações

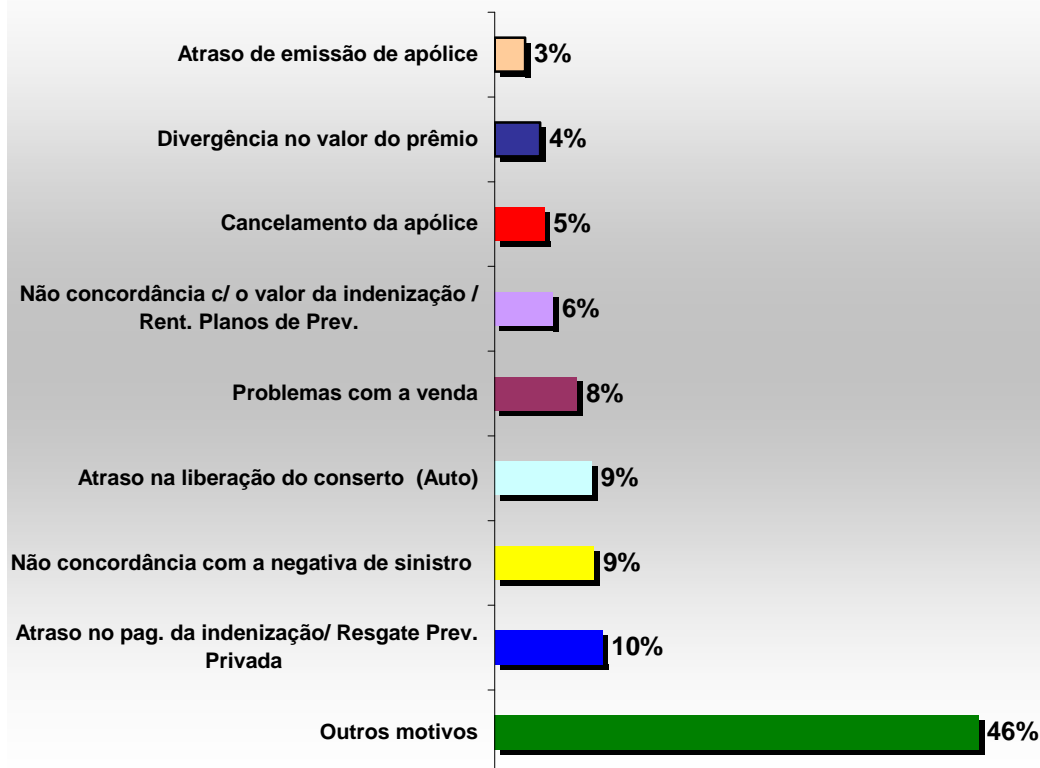
Destacamos, abaixo, os principais motivos das reclamações, segmentados entre as áreas de sinistro e operacional:

ÁREA DE SINISTRO	QUANTIDADE	%
Atraso na liberação do conserto	656	9%
Atraso no pag. Indenização/ Resgate Prev. Privada	727	10%
Não concordância c/ a negativa de sinistro	672	9%
Não concordância c/ o valor da indenização/ Rentabilidade Planos de Previdência	396	6%
Outros motivos	2.131	30%
<b>TOTAL SINISTRO</b>	<b>4.582</b>	<b>64%</b>

ÁREA OPERACIONAL	QUANTIDADE	%
Cancelamento da apólice	336	5%
Atraso de emissão de apólice	206	3%
Divergência no valor do prêmio	306	4%
Problemas com a venda	557	8%
Outros motivos	1.137	16%
<b>TOTAL OPERACIONAL</b>	<b>2.542</b>	<b>36%</b>

<b>TOTAL GERAL</b>	<b>7.124</b>	<b>100,00</b>
--------------------	--------------	---------------

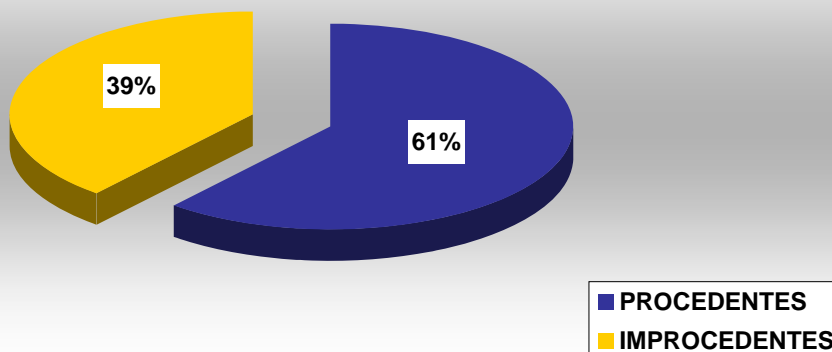
### Principais Motivos



## 11. Decisões do Ouvidor

Das 7.124 (sete mil cento e vinte e quatro e quatro) reclamações recebidas no primeiro semestre de 2006, cerca de 61% foram consideradas procedentes e 39% foram consideradas improcedentes, conforme ilustrado abaixo:

### Deliberação das Ouvidorias

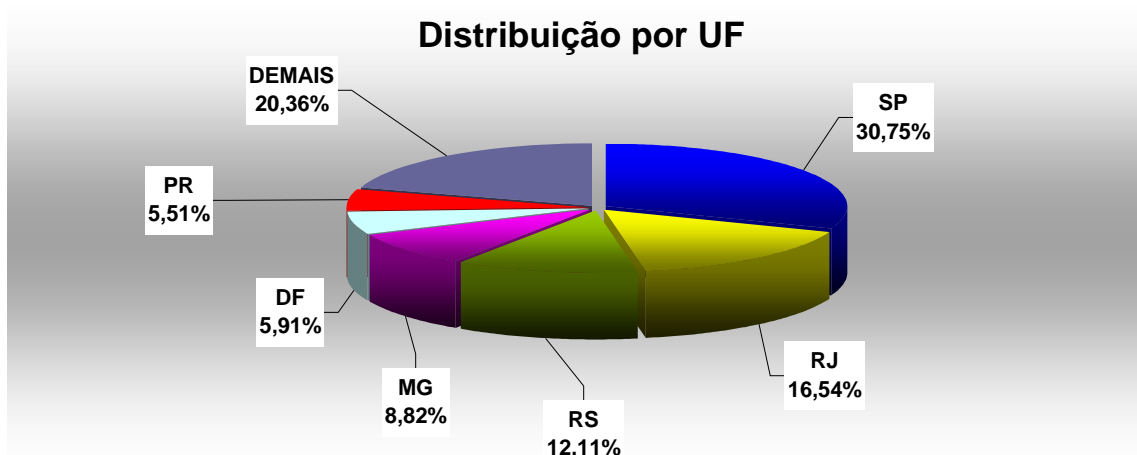


O quadro abaixo distribui as reclamações procedentes e improcedentes pelos segmentos do Mercado Segurador:

MERCADOS	TOTAL	PROCEDENTES	%	IMPROCEDENTES	%
<b>3.1- SEGUROS</b>	<b>4.317</b>	<b>2.460</b>	<b>57%</b>	<b>1.857</b>	<b>43%</b>
<i>DPVAT</i>	340	323	95%	17	5%
<i>Automóveis/RCF</i>	3.926	2.210	56%	1.716	44%
<i>Bens</i>	391	250	64%	141	36%
<b>3.2 - PREV. PRIVADA</b>	<b>666</b>	<b>377</b>	<b>57%</b>	<b>289</b>	<b>43%</b>
<b>3.3 - VIDA e AP</b>	<b>1.117</b>	<b>718</b>	<b>64%</b>	<b>399</b>	<b>36%</b>
<b>4 - CAPITALIZAÇÃO</b>	<b>684</b>	<b>483</b>	<b>71%</b>	<b>201</b>	<b>29%</b>
<b>TOTAL GERAL</b>	<b>7.124</b>	<b>4.361</b>	<b>61%</b>	<b>2.763</b>	<b>39%</b>

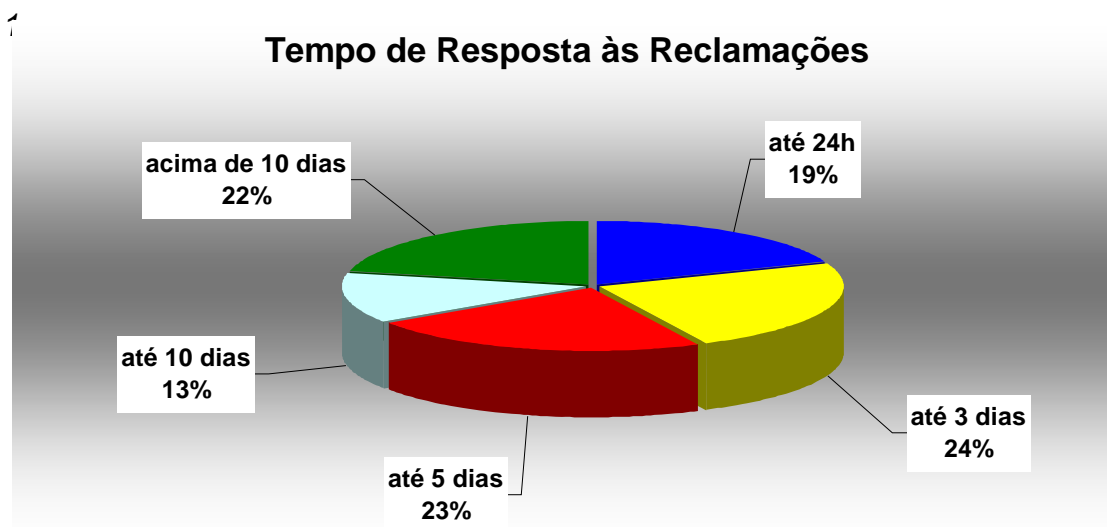
## 12. Origem geográfica das reclamações

As reclamações têm mantido uma correlação com o volume de prêmios emitidos em cada Estado. Assim, São Paulo, Rio de Janeiro, Rio Grande do Sul, Minas Gerais, Distrito Federal e Paraná, que representam 82% do total de prêmios arrecadados no mercado segurador no primeiro semestre de 2006, receberam cerca de 79,64% do total das reclamações, conforme ilustrado abaixo:



## 13. Tempo de resposta às reclamações

Até o primeiro semestre de 2006, manteve-se um prazo médio de 6 (seis) dias para a resposta às reclamações processadas. Também é relevante anotar que as Ouvidorias responderam 79% das reclamações dentro do prazo de 10 (dez) dias, conforme demonstrado no gráfico abaixo:



### **III – CONCLUSÃO**

*A regulamentação da atividade das Ouvidorias no Mercado Segurador, expedida em 2004, com caráter facultativo, motivou as empresas a implantarem esse canal de resolução de conflitos, e tem desonerado a SUSEP na fiscalização da relação seguradora/segurado.*

*Quanto ao acesso dos consumidores, o modelo de Ouvidorias adotado pelo mercado segurador no Brasil não estabelece restrição a qualquer ramo ou tipo de produto. Diferentemente do que é praticado no exterior, também não há distinção ou restrição a reclamantes, sejam pessoas físicas ou jurídicas, estipulantes, beneficiários ou terceiros, com a única exceção de fornecedores, alheios à relação contratual direta entre empresas e segurados.*

*Relativamente à quantidade de reclamações registradas, em no primeiro semestre de 2006 o ramo Automóvel/RCFV acolheu 55% do total do total de 7.125 reclamações processadas, sendo que 68% foram consideradas procedentes pelos Ouvidores. Comparado com o volume de mais de 133 milhões de contratos em vigência no mercado segurador brasileiro em 2005, o número de reclamações apresentadas é favoravelmente compatível com o grau de satisfação do consumidor.*

*De qualquer modo, é relevante destacar que a já bem sucedida experiência das Ouvidorias comprova o acerto da decisão do Órgão Regulador, de estimular a adoção de mecanismos voltados à satisfação do consumidor. Acima de tudo, a aceitação da idéia pelo mercado segurador e a criação e consolidação das Ouvidorias como instrumento de controle e melhoria de qualidade, demonstra o interesse das empresas pelo aperfeiçoamento permanente de suas relações com seus milhões de clientes.*

*Ao reconhecer a procedência de 61% das reclamações apresentadas, no primeiro semestre de 2006, as Ouvidorias motivaram o aperfeiçoamento das áreas operacionais das empresas, viabilizaram a solução de conflitos entre cliente-empresa e contribuíram para a melhoria da imagem do mercado segurador. Acima de tudo, fortaleceram os laços de confiança e credibilidade firmados com o consumidor através dos contratos de seguros, previdência e capitalização.*

*Por todos esses motivos, a Comissão de Ouvidoria da Fenaseg sente-se gratificada por participar do esforço de busca da resolução de conflitos entre cliente-empresa. E esta é, sem dúvida, uma contribuição inestimável para o desenvolvimento do próprio mercado.*

**Rio de Janeiro, 14 de novembro de 2006**