



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

Instituto de Seguros de Portugal

21 de Abril de 2010



ÍNDICE

- 1. O INTERESSE DOS CONSUMIDORES NA ACTUAÇÃO DO ISP**
- 2. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NO PLANO INSTITUCIONAL**
- 3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA**
- 4. A SUPERVISÃO**
- 5. A PUBLICIDADE**
- 6. O *ENFORCEMENT***
- 7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES**
- 8. O PLANO ESTRATÉGICO DO ISP PARA 2010-2011**



1. O INTERESSE DOS CONSUMIDORES NA ACTUAÇÃO DO ISP



1. O INTERESSE DOS CONSUMIDORES NA ACTUAÇÃO DO ISP

A missão do Instituto de Seguros de Portugal é executada através do desenvolvimento de regras, princípios e boas práticas destinados a assegurar que as entidades supervisionadas

- (i) garantem o cumprimento dos compromissos assumidos perante os tomadores de seguros, segurados, participantes, beneficiários e terceiros lesados,
- (ii) observam elevados padrões de conduta na sua actividade e
- (iii) contribuem para a manutenção de um sistema financeiro estável, eficiente e competitivo.



1. O INTERESSE DOS CONSUMIDORES NA ACTUAÇÃO DO ISP

O interesse dos consumidores está presente nas seguintes áreas:

Plano Institucional

Actividade Regulatória

Supervisão e *Enforcement*

Relacionamento com os Consumidores



2. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NO PLANO INSTITUCIONAL



2. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NO PLANO INSTITUCIONAL

Os interesses dos consumidores encontram-se representados no seio do Conselho Consultivo do ISP, constituído nomeadamente por representantes da Direcção-Geral do Consumidor e de uma associação de defesa dos consumidores.

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

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



2. O INTERESSE DO CONSUMIDOR NO PLANO INSTITUCIONAL

Monitoriza permanentemente as questões relacionadas com os consumidores, nomeadamente através das reclamações analisadas, estudos efectuados, no âmbito das acções de supervisão específicas, respostas recebidas em sede de consulta pública, etc;

Está presente no grupo de trabalho do Comité de nível 3 no sector dos seguros e dos fundos de pensões (CEIOPS): *Comité de Protecção do Consumidor*;

Participa de forma activa nas iniciativas internacionais (sobretudo, comunitárias);

Desenvolve mecanismos internos de avaliação do cumprimento de objectivos e análise contínua no sentido da identificação de boas práticas de regulação e de supervisão.



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

PROCEDIMENTOS DE CONSULTA PÚBLICA

Com a finalidade de reforçar a transparência e enriquecer o processo de regulação da actividade seguradora, de mediação de seguros e de gestão de fundos de pensões, o ISP aprovou a Circular n.º 27/2004, de 26 de Outubro, através da qual foram difundidos os “Princípios orientadores dos procedimentos de Consulta Pública”.

AVALIAÇÃO DE IMPACTO

A avaliação de impacto *ex ante* e *ex post* no quadro dos processos legislativos e regulamentares concorre para a qualidade da sua produção (ferramenta indispensável no suporte à tomada de decisão, tanto no que se refere a novas iniciativas, como em relação à revisão eficaz das existentes).



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

ENTENDIMENTOS

Emissão de entendimentos (orientações e recomendações) no sentido de assegurar uma aplicação convergente dos preceitos legais e regulamentares por parte dos operadores, contribuindo para a consolidação da disciplina de mercado.



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

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

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

Conteúdo:

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



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

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.

A gestão das reclamações deve ser imparcial e não pode acarretar qualquer custo ou encargo para o reclamante.

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.



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

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.



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

NORMA REGULAMENTAR N.º 15/2008-R, DE 4 DE DEZEMBRO

Institui o sistema de divulgação de informação sobre PPR constituídos sob a forma de seguro de vida não ligado a fundos de investimento e residente no sítio da Internet do ISP. Inclui informação relativa:

- À comissão de subscrição mínima e máxima;
- À comissão de transferência mínima e máxima;
- À comissão de reembolso mínima e máxima;
- À taxa de custos de gestão anual;
- À existência de capital garantido;
- À existência de taxa de rendibilidade garantida;
- Ao valor da rendibilidade efectiva do último ano civil; e
- Ao valor da rendibilidade efectiva correspondente à média dos três últimos anos civis.



3. A ACTIVIDADE REGULATÓRIA

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.



4. A SUPERVISÃO



4. A SUPERVISÃO

No contexto da supervisão das empresas de seguros, mediadores de seguros e sociedades gestoras de fundos de pensões e com o objectivo de assegurar a implementação de elevados padrões de conduta por parte dos operadores e a protecção dos consumidores, o ISP tem vindo a efectuar um cada vez maior investimento na supervisão da conduta de mercado.

Em 2009, foram realizadas 728 acções de supervisão da conduta de mercado nas modalidades *on-site* e *off-site*, equivalendo a um acréscimo de 87% face ao ano anterior.



4. A SUPERVISÃO

Algumas matérias objecto de supervisão:

- Deveres previstos em matéria de conduta de mercado;
- Discriminação em razão da deficiência e da existência de riscos agravados de saúde;
- Discriminação em função do género;
- Documentos probatórios no âmbito do seguro automóvel;
- Controlo dos prazos de regularização de sinistros no ramo automóvel;
- Condições de acesso e exercício à actividade de mediação de seguros.



5. A 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*.

Em 2009, foram analisados 428 anúncios publicitários e detectadas 6 situações irregulares.



6. O *ENFORCEMENT*



6. O *ENFORCEMENT*

Como consequência da actividade de supervisão desenvolvida no domínio da conduta de mercado, o ISP pode:

Emitir recomendações e determinações específicas

Exercer as suas competências administrativas por via da suspensão ou cancelamento do registo dos mediadores de seguros

Instaurar e instruir processos contra-ordenacionais



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

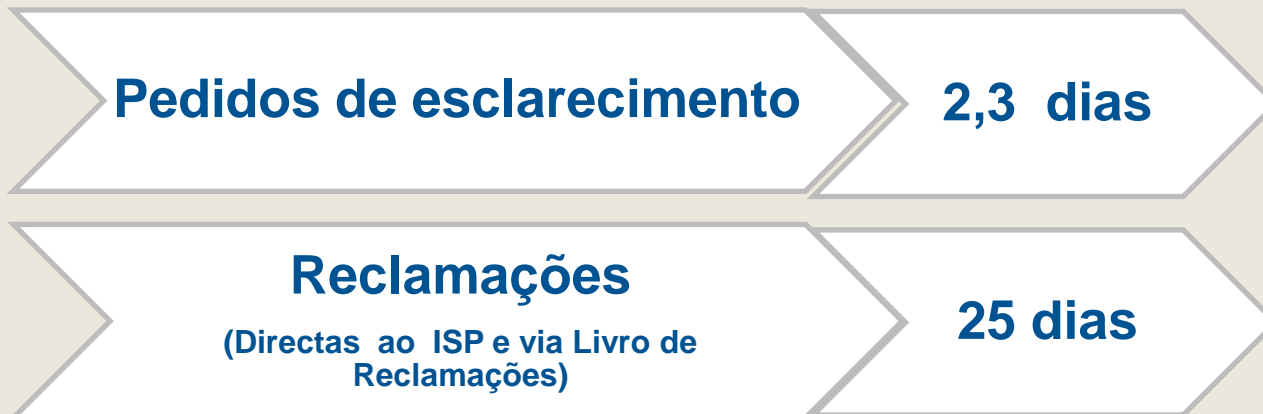
O ISP dispõe de uma área específica para receber, analisar e dar resposta adequada e atempada às reclamações que lhe são dirigidas, quer directamente, quer por intermédio do Livro de Reclamações.

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.



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Tempos médios de resposta em 2009



Objectivos para 2010





7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

O ISP tem impulsionado o desenvolvimento de mecanismos que contribuem para melhorar a utilização do sistema de gestão de reclamações:

- A possibilidade de acesso do reclamante ao estado do seu processo de reclamação mediante consulta no sítio da Internet do ISP;
- A implementação de uma aplicação informática que permite a interactividade com os operadores através de uma plataforma electrónica, diminuindo o tempo de resposta e eliminando a utilização de papel na partilha de informação .



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Em 2009, o ISP analisou 6.968 reclamações, o que representa um acréscimo de 33% face ao ano anterior.

Este aumento pode, em parte, justificar-se pelo desenvolvimento de instrumentos, procedimentos e mecanismos que visam facilitar a formalização de reclamações.

Apesar deste valor absoluto, verifica-se que o número de reclamações por cada cem milhões de euros de prémios é relativamente reduzido (totalizando aproximadamente 47 reclamações).



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Segundo informação estatística divulgada pela Direcção-Geral do Consumidor, as reclamações recebidas pelo ISP mediante a utilização do Livro de Reclamações no período de 2006-2009 constituíram apenas 1,7% do total de reclamações formalizadas com recurso a este instrumento.

A maior parte das reclamações recepcionadas enquadram-se no ramo automóvel.

Quanto aos motivos subjacentes às reclamações apresentadas: 54% prendem-se com a matéria de sinistros e 23% com o conteúdo e vigência do contrato.



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Pedidos de esclarecimento

Para além das reclamações que lhe são remetidas, o ISP responde aos pedidos de esclarecimento que lhe são dirigidos por qualquer interessado.

Em 2009, o ISP deu resposta a 11.705 pedidos de esclarecimento que lhe foram dirigidos por via postal, e-mail, ou através do Portal do Consumidor.



7. O RELACIONAMENTO COM OS CONSUMIDORES

Atendimento ao público

O ISP dispõe ainda de um serviço de atendimento que visa assistir o público na obtenção de esclarecimentos sobre o sector segurador e fundos de pensões.

É possível aceder a este serviço presencialmente ou telefonicamente através de Linha Verde (gratuita) disponibilizada para o efeito.

Em 2009, o serviço de atendimento ao público deu seguimento a 66.765 contactos.

Cerca de 79% dos utilizadores deste serviço são particulares, seguidos dos mediadores de seguros.



7. 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 Portal do Consumidor de Seguros e Fundos de Pensões;
- Várias publicações periódicas entre as quais o Relatório do Sector Segurador e Fundos de Pensões, o Relatório de Regulação e Supervisão da Conduta de Mercado, a revista *Forum* ou a *Newsletter* da Actividade Regulatória.



7. 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.



7. 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



7. 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;
- Utiliza o seu sítio da Internet e o Portal do Consumidor como instrumentos privilegiados de divulgação de informação.



8. O PLANO ESTRATÉGICO DO ISP PARA 2010-2011



8. O PLANO ESTRATÉGICO DO ISP PARA 2010-2011

- **Estabelece um conjunto exigente de objectivos, estratégias e acções**
- **Instrumento que serve de base à planificação das actividades do ISP**
- **Carácter flexível: revisão face à evolução da realidade envolvente**
- **Avaliação contínua do respectivo grau de implementação e reporte**



8. O PLANO ESTRATÉGICO DO ISP PARA 2010-2011

Supervisão

- Monitorização da aplicação da Norma Regulamentar n.º 10/2009-R, de 25 de Junho, que criou a figura do provedor do cliente e da função autónoma responsável pela gestão de reclamações;
- Monitorização da publicidade, à luz dos princípios e regras fixados na Norma Regulamentar n.º 3/2010-R, de 18 de Março;
- Intensificação da supervisão do cumprimento do regime da não discriminação em função do género.



8. O PLANO ESTRATÉGICO DO ISP PARA 2010-2011

Regulação

- Estabelecimento de uma ficha informativa padronizada para efeitos de informação pré-contratual.
- Proposta de um enquadramento adequado à exploração de seguros de saúde vitalícios.
- Avaliação do impacto *ex post* de um conjunto de diplomas, recomendações e orientações, nomeadamente:
 - O Decreto-Lei n.º 291/2007, de 21 de Agosto, relativo ao sistema de protecção dos lesados por acidentes de viação; e
 - O Decreto-Lei n.º 12/2006, de 20 de Janeiro, que consagra o regime jurídico dos fundos de pensões.