

Compliance na divulgação de material publicitário das Seguradoras

Nas decisões proferidas em primeira instância pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) no [mês de março](#), no âmbito dos processos administrativos sancionadores, quatro empresas receberam advertência por “divulgar material publicitário/informativo em desacordo com as normas”.

Os dispositivos legais infringidos foram o parágrafo 2º, do artigo 13, da [Resolução CNSP 296/2013](#), que diz: “Na apresentação do plano de seguro de garantia estendida ao consumidor por representante de seguros, deverá constar, obrigatoriamente e de forma clara e ostensiva, o termo ‘opcional’, bem como a seguinte informação: ‘É proibido condicionar desconto no preço de bem à aquisição do seguro’”, e os incisos III e IV, do artigo 5º, da [Circular Susep 480/2013](#), conforme esta redação:

III – manter, em local de ampla visibilidade, os telefones dos serviços de atendimento e de ouvidoria e o endereço físico e eletrônico da(s) sociedade(s) seguradora(s), por meio de painel instalado onde sejam ofertados os planos de seguro, e por outras formas, caso necessário, para atendimento ao público; e

IV – exibir, nos locais de oferta de seguros, a seguinte informação: “A comercialização de seguro é fiscalizada pela SUSEP”, seguida da informação sobre o portal na rede mundial de computadores da Autarquia e do número de telefone de atendimento gratuito.

As organizações varejistas foram autorizadas a ofertar planos de seguro, conforme a [Circular Susep 480/2013](#), devendo as seguradoras seguir os requisitos da [Resolução CNSP 297/2013](#) para poderem operar por meio dos seus representantes. A partir daí as seguradoras passaram

a ter de verificar não apenas seu material de propaganda, mas também o de parceiros varejistas que disponibilizam o conteúdo de comercialização.

Outros normativos dispõem sobre as conformidades que devem constar em peças publicitárias, como a [Circular Susep 256/2004](#), segundo a qual deverá ser inserida a seguinte frase nos materiais de comercialização e propaganda utilizados pelas seguradoras: “O registro deste plano na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização”. No art. 6 da [Circular Susep nº 438/2012](#) também consta a necessidade de incluir o número do registro eletrônico de produto (REP):

Art. 6º – O número de processo correspondente ao registro eletrônico de produto deverá ser incluído nas apólices, nos certificados individuais, nas propostas, nos cartões-proposta, nos certificados de participante, nas propostas de inscrição, nos contratos de adesão, nos títulos de capitalização, regulamentos, bem como em todo material informativo e de comercialização e peças promocionais referentes a cada produto comercializado.

No caso dos seguros de pessoas e planos de previdência há vedações de inclusão de conteúdo sobre promessa de rentabilidade e/ou resultados financeiros, nas propagandas e materiais informativos. Por fim, vale lembrar que para todo material publicitário, os planos de seguros, previdência ou capitalização devem seguir as regras do Código de Defesa do Consumidor.

A área de compliance das supervisionadas, bem como a comercial e de marketing, devem ficar atentas sobre o cumprimento das regras impostas pelas normas da Susep, evitando, dessa forma, as advertências ou outras sanções pecuniárias.

Pedro Roncarati, em 22.05.2018.
