RELATÓRIO DO EVENTO

SEGURO VIAGEM

regulação e consumo

DESTAQUES DO EVENTO

28 de outubro de 2026
Brasília


Josie Menezes


Alessandro Octaviani


Daniel Carnaúba


Marcelo Catania


César Mattos

Legal Wings *institute*

Legal Wings *institute*

Mapeando o futuro no encontro entre *Direito* e *Tecnologia*.

O Legal Wings Institute é um think tank independente dedicado à pesquisa, à análise regulatória e à promoção de debates públicos sobre direito, tecnologia, inovação, ética e regulação. Surge como continuidade da experiência do Legal Grounds Institute, fundado em 2019, com a vocação de conectar pesquisa acadêmica, consultoria institucional e impacto público.

Sua atuação se desenvolve com independência intelectual e metodológica, por meio de estudos, relatórios, eventos e iniciativas de interlocução com os setores público, privado, acadêmico e com a sociedade civil — com pesquisa voltada a orientar políticas públicas de forma ética, crítica e baseada em evidências.

NOSSA MISSÃO

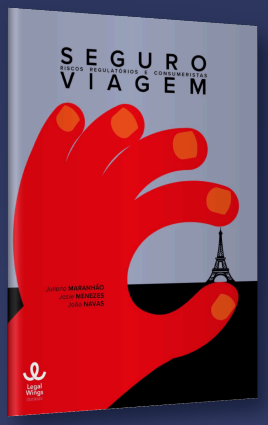
Ser referência nacional e internacional em pesquisa aplicada e pensamento estratégico sobre os impactos da tecnologia no direito, impulsionando inovação responsável e inclusão.

legalwings.com.br/sobre ↗

Encontro
“Seguro-viagem: regulação e consumo”

Em 28 de outubro de 2026, o Legal Wings Institute realizou, em Brasília, o encontro “Seguro-viagem: regulação e consumo”, dedicado aos desafios regulatórios e de proteção do consumidor nesse mercado. O evento reuniu representantes da regulação, da defesa do consumidor, da academia e da advocacia para discutir a comercialização de seguros-viagem, os incentivos presentes na cadeia de distribuição e os instrumentos de regulação, supervisão e fiscalização.

Este documento sintetiza as falas apresentadas no encontro. A íntegra do relatório “Seguro-viagem: riscos regulatórios e consumeristas”, que fundamentou o debate, está disponível no site do Legal Wings.



Acesse o relatório clicando aqui ↗

ABERTURA



Josie Menezes
Diretora do Legal Wings Institute e sócia do Maranhão & Menezes

EXPOSIÇÃO 1



Alessandro Octaviani
Superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep)

EXPOSIÇÃO 2



Daniel Carnaúba
Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (Senacon – MJSP)

EXPOSIÇÃO 3



Marcelo Catania
Advogado em seguros, resseguros e previdência · Machado Meyer

EXPOSIÇÃO 4



César Mattos
Consultor Econômico · Câmara dos Deputados

PERGUNTAS E RESPOSTAS

Debate sobre limites da regulação, representantes de seguros e penetração do seguro no Brasil.



Assista ao evento completo no YouTube ↗

ABERTURA

Abertura *e apresentação do encontro*



Assista à abertura no YouTube ↗



Josie Menezes

Diretora do Legal Wings Institute e sócia do escritório Maranhão & Menezes

48:06 – 51:59 · *assistir* ↗



Josie Menezes

Diretora do Legal Wings Institute e sócia do escritório Maranhão & Menezes.

MINUTAGEM

48:06 – 51:59

Assistir a esta fala ↗

Na abertura, Josie Menezes, diretora do Legal Wings Institute, apresentou o encontro como um desdobramento do relatório publicado alguns meses antes pela instituição sobre o mercado de seguro-viagem, com atenção especial à cadeia de comercialização e à figura do representante de seguros. Em vez de retomar o conteúdo integral do estudo, ela destacou três elementos que considerou centrais para orientar o debate.

O primeiro foi o crescimento do turismo no Brasil, especialmente do turismo doméstico, acompanhado pela expansão do mercado de seguro-viagem e pela entrada de um público cada vez maior e menos familiarizado com esse tipo de produto. O segundo foi a crescente relevância do representante de seguros na cadeia de distribuição, sobretudo após a intensificação de sua regulação a partir de 2021. Segundo ela, esse agente amplia a capilaridade e o acesso ao seguro-viagem, mas também interfere na configuração do produto e do preço que chega ao consumidor, ao agregar assistências e coberturas oferecidas pelas seguradoras.

O terceiro elemento foi o momento regulatório do setor. A abertura chamou atenção tanto para medidas recentes da Susep voltadas especificamente ao seguro-viagem e à atuação dos agentes envolvidos em sua comercialização quanto para a nova agenda regulatória da autarquia, que prevê discussões relacionadas aos representantes de seguros. Nesse contexto, o tema foi apresentado como relevante não apenas pelo crescimento econômico do mercado, mas também pelo aumento do número de consumidores que passam a contratar esse tipo de produto.

A questão central proposta para o encontro foi, assim, avaliar se o arranjo regulatório e comercial atualmente existente é capaz de oferecer ao consumidor um seguro-viagem de qualidade por um preço adequado ou se há espaço para ajustes. Para isso, o debate foi estruturado de forma a reunir diferentes perspectivas — regulatória, consumerista e dos agentes da cadeia de seguros — e identificar questões relevantes para o aperfeiçoamento futuro desse mercado.

EXPOSIÇÕES

Regulação, consumo e mercado: *perspectivas sobre o seguro-viagem*



Assista às exposições no YouTube ↗



Alessandro Octaviani

Superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep)

53:09 – 1:16:52 · *assistir* ↗



Daniel Carnaúba

Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (Senacon – MJSP)

1:17:03 – 1:38:54 · *assistir* ↗



Marcelo Catania

Advogado em seguros, resseguros e previdência · Machado Meyer (São Paulo)

1:39:04 – 2:01:02 · *assistir* ↗



César Mattos

Consultor Econômico · Câmara dos Deputados

2:01:50 – 2:25:32 · *assistir* ↗



Alessandro Octaviani

Superintendente da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

MINUTAGEM

53:09 – 1:16:52

Assistir a esta fala ↗

Alessandro Octaviani iniciou situando o seguro como uma infraestrutura de suporte a outras atividades econômicas e, no caso do seguro-viagem, à indústria do turismo. Segundo os dados apresentados, o turismo movimenta cerca de R$ 950 bilhões por ano no Brasil, enquanto os prêmios emitidos de seguro-viagem somavam aproximadamente R$ 800 milhões em 2026 e poderiam chegar ou ultrapassar R$ 1 bilhão até o fim do ano. Ele contrastou esse valor também com o mercado supervisionado pela Susep: em 2025, seguros, previdência, capitalização e resseguro arrecadaram cerca de R$ 415 bilhões, dos quais R$ 220 bilhões correspondiam especificamente a prêmios de seguros de danos e pessoas. No seguro-viagem, havia 26 seguradoras autorizadas a operar, mas apenas 21 haviam exercido essa autorização em 2025. Para Octaviani, essa diferença de escala está em linha com o diagnóstico da Susep sobre a lacuna securitária existente no país e mostra a necessidade de ampliar o acesso ao seguro. Para ilustrar esse problema, mencionou as enchentes no Rio Grande do Sul: diante de prejuízos econômicos estimados em R$ 100 bilhões, as seguradoras pagaram cerca de R$ 6 bilhões em indenizações. Ele traçou um paralelo com o turismo: embora a viagem seja apenas uma parte dessa indústria, é indispensável à sua atividade e permanece muito pouco segurada. O desafio, portanto, é identificar os gargalos e construir uma política capaz de expandir a contratação de seguros e, com isso, aumentar a resiliência da economia.

Na sequência, Octaviani afirmou que não há expansão do mercado de seguros sem confiança. Segundo ele, o seguro disputa com outras alternativas o uso da renda disponível de pessoas, famílias, empresas e entes públicos e, por isso, precisa ser percebido como necessário e confiável. Essa confiança deve alcançar toda a cadeia, da cláusula contratual e da solvência da seguradora à atuação da fiscalização, garantindo ao contratante que terá a proteção quando precisar. Mais do que segurança jurídica, defendeu um clima de confiança, no qual os mecanismos judiciais e extrajudiciais funcionem como uma segunda camada. É nesse contexto que situou a atuação da Susep no seguro-viagem e acrescentou que, por se tratar de uma indústria de massa relativamente recente, ainda está em construção o conhecimento institucional sobre o turismo e sobre o papel do seguro como infraestrutura de suporte a essa atividade.

A partir de dois casos concretos analisados pela Susep, passou aos desafios identificados na prática do seguro-viagem. Ressaltou que o representante de seguros é uma figura relevante, por atuar como uma força de venda descentralizada e integrar, ao lado de corretores, agentes de seguros e canais digitais, o conjunto de mecanismos capazes de ampliar o acesso ao seguro e contribuir para reduzir a lacuna securitária. O problema, segundo ele, surge quando esse meio passa a comprometer a finalidade da própria proteção securitária. Nos dois casos examinados, a Susep verificou que uma parcela considerável da prestação do serviço havia sido deslocada da seguradora para o representante e que, por força dos incentivos estabelecidos nos contratos, a regulação ou a liquidação dos sinistros acabava atribuída a esse agente. Octaviani ressaltou que, segundo a Lei do Contrato de Seguro, cabe à seguradora afirmar se há ou não cobertura. Nos arranjos examinados pela Susep, porém, essa responsabilidade havia sido deslocada para outro ponto da cadeia, ao mesmo tempo em que a estrutura contratual criava um incentivo à negativa de sinistros, já que o representante tendia a ser remunerado pelo “sucesso” da operação. Afirmou ainda que esses casos levantam uma questão regulatória: verificar se as condutas identificadas foram favorecidas por falhas nas normas e, a partir da experiência concreta da supervisão, levar esse aprendizado para a regulação. Segundo ele, esse movimento integra um “ciclo virtuoso da política regulatória”. Além dos casos, mencionou provocações de outros atores, como o relatório do Legal Wings Institute e a atuação da Senacon, e informou que havia proposta para incluir o seguro-viagem no próximo plano de regulação da Susep, cuja definição estava prevista para dezembro.

Ao final, informou que, naquele mesmo dia, a Diretoria de Conduta e Supervisão de Mercado da Susep havia expedido um ofício circular ao mercado sobre a regulação de sinistros no seguro-viagem. Segundo sua explicação, diante da nova Lei do Contrato de Seguro, a Resolução CNSP nº 431 não poderia ser interpretada de forma a atribuir a regulação do sinistro a outro agente econômico que não a seguradora ou quem ela, nos termos da lei, contratasse para realizar esse serviço.



Daniel Carnaúba

Diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor (Senacon – MJSP).

MINUTAGEM

1:17:03 – 1:38:54

Assistir a esta fala ↗

Daniel Carnaúba iniciou destacando que a Senacon havia aberto um processo de monitoramento de mercado a partir do estudo do Legal Wings Institute sobre seguro-viagem, para analisar o problema sob a ótica do direito do consumidor. A partir desse caso, procurou afastar a ideia de que a proteção do consumidor seria necessariamente "antimercado". Segundo ele, como todos são consumidores, o direito do consumidor não tem apenas uma função protetiva: em muitos casos, atua justamente para garantir o bom funcionamento do mercado e favorecer a oferta de produtos mais eficientes.

No mercado de seguro-viagem, Carnaúba identificou como problema central uma assimetria de informação, especialmente quanto ao preço. Segundo ele, o consumidor não sabe com clareza quanto do valor desembolsado corresponde efetivamente ao seguro e quanto é destinado à remuneração de intermediários ou a serviços acessórios que podem estar incluídos no pacote. Relacionou essa questão ao direito à informação previsto no Código de Defesa do Consumidor e, retomando o argumento econômico de George Akerlof sobre assimetria informacional, sustentou que a falta de informação não prejudica apenas o consumidor: ela também compromete o funcionamento do sistema de preços, dificultando que os fornecedores mais eficientes sejam favorecidos pelas escolhas dos consumidores. No seguro-viagem, observou, a opacidade envolve principalmente a formação do preço, já que o consumidor não consegue identificar quanto paga pelo seguro propriamente dito e quanto corresponde aos demais componentes da oferta.

A essa opacidade, acrescentou um fator da economia comportamental: como o seguro costuma representar um valor pequeno em comparação com o preço da passagem ou do pacote de viagem, o consumidor tende a ser pouco sensível às variações de seu preço. Para Carnaúba, a combinação entre falta de clareza e esse viés de referência reduz a capacidade do preço de orientar as escolhas do consumidor. O problema é agravado pela remuneração dos intermediários: enquanto o consumidor desconhece a composição do preço, o intermediário sabe quanto receberá em cada venda e pode ter incentivo para oferecer o produto que lhe proporciona maior remuneração, e não necessariamente aquele que melhor atende ao consumidor. Ele comparou esse tipo de incentivo a problemas observados em outros mercados, como o dos correspondentes bancários.

Ao responder se o arcabouço regulatório atual é suficiente para enfrentar esses problemas, Carnaúba deu uma resposta "sim e não". Afirmou que já existem instrumentos capazes de enfrentar parte das distorções, especialmente as regras de transparência de preços previstas no CDC, na Lei nº 10.962/2004 e no Decreto nº 5.903/2006. Para ele, o desafio é fazer com que esses preceitos sejam efetivamente aplicados ao seguro-viagem. Como exemplo, mencionou iniciativa da Senacon no mercado de aplicativos de transporte e entrega, em que foi exigida maior transparência sobre a distribuição dos valores pagos pelo consumidor. O objetivo, segundo ele, não é apenas proteger o consumidor, mas permitir que o próprio mercado funcione de maneira mais adequada.

Por fim, tratou da venda casada e da forma de apresentação das ofertas. Carnaúba afirmou que serviços acessórios não podem ser incluídos no pacote sem que o consumidor tenha a possibilidade real de recusá-los, lembrando que a venda casada já é vedada pelo artigo 39 do CDC e, portanto, não exige necessariamente nova regulação. Chamou atenção também para ofertas estruturadas em modelo de opt-out ou para situações em que, mesmo havendo escolha formal, o desenho da interface favorece a contratação do seguro — por exemplo, quando a opção "com seguro" recebe muito mais destaque que a alternativa "sem seguro". Para ele, esse tipo de apresentação pode impulsionar uma contratação irrefletida e constitui mais um problema relacionado aos vieses cognitivos presentes na decisão do consumidor.



Marcelo Catania

Advogado em seguros, resseguros e previdência no Machado Meyer, em São Paulo.

MINUTAGEM

1:39:04 – 2:01:02

Assistir a esta fala ↗

Marcelo Catania iniciou destacando a função social do seguro-viagem, especialmente por proteger o viajante contra perdas financeiras decorrentes de imprevistos. Segundo ele, essa função vem sendo cumprida pelo mercado, que cresceu de forma significativa nos últimos anos: mencionou cerca de R$ 1 bilhão em prêmios emitidos no ano anterior e afirmou que, em 2024, ano que apontou como pico, foram pagos aproximadamente R$ 726 milhões em indenizações. Observou que a oferta de seguro-viagem se ampliou muito nos últimos anos e hoje aparece com frequência em sites de viagem, passagens aéreas e agências. Para ele, essa ampla disponibilidade intensificou a atuação dos diferentes agentes do mercado e pode vir acompanhada de situações de abuso de direito ou falta de informação, que devem ser coibidas. Situou esse movimento dentro da expansão do *embedded insurance*, em que o seguro é oferecido junto a outros produtos, como passagens e pacotes turísticos, destacando sua importância para ampliar a capilaridade, o conhecimento e a contratação do seguro. Ressaltou, porém, que a confiança é um pilar essencial para o crescimento da indústria, relacionando esse objetivo à nova Lei do Contrato de Seguro.

Ao tratar das coberturas, Catania observou que a regulamentação atual do seguro de pessoas, que inclui o seguro-viagem, é mais principiológica e menos exaustiva, mantendo como obrigatórias, no seguro internacional, as despesas hospitalares, médicas e odontológicas. Ressaltou, porém, que o mercado oferece diversas outras coberturas e assistências e que nem sempre essa extensão é clara para o consumidor. Citou, entre outros exemplos, translado de corpo, regresso sanitário, morte, invalidez, bagagem e custos de defesa. Acrescentou que produtos de assistência mais facilmente compreendidos pelo consumidor podem tornar a oferta mais palpável e ampliar seu interesse pela contratação.

Na sequência, destacou a importância dos intermediários e representantes de seguros para o crescimento do mercado. Diferenciou o corretor, o estipulante e o representante: enquanto o estipulante atua como mandatário dos segurados, o representante atua em nome da seguradora no canal de venda. Para Catania, essa figura pode trazer ganhos de distribuição, conhecimento do cliente, facilidade de contratação e automação, podendo assumir diversas funções operacionais. Observou, porém, que a Resolução CNSP nº 431 permitia ao representante exercer atribuições como subscrição e regulação de sinistros, enquanto a nova Lei do Contrato de Seguro atribui à seguradora a decisão sobre regulação e liquidação. Nesse contexto, considerou importante o ofício da Susep mencionado anteriormente, por oferecer maior clareza sobre essa compatibilidade normativa.

Catania também ressaltou que seguro não é apenas preço: olhar somente para o prêmio significa considerar apenas uma parte do que está sendo contratado. Por isso, defendeu maior compreensão das coberturas e destacou o papel do corretor na redução da assimetria de informação. Nas vendas por plataformas digitais, afirmou ser necessário deixar claro quanto do valor corresponde ao prêmio, à remuneração dos intermediários e às assistências. Mencionou a Resolução CNSP nº 382/2020, que exige a divulgação da remuneração do intermediário, e reconheceu que sua aplicação pode ser complexa quando essa remuneração varia conforme desempenho, sinistralidade ou metas. Para ele, esse é um ponto que exige amadurecimento do mercado e orientação regulatória.

Por fim, afirmou que o percentual do preço destinado ao representante não constitui, por si só, um problema, especialmente quando esse agente desempenha diversas funções de distribuição e operação. O essencial, segundo ele, é que a seguradora acompanhe a atuação de seus representantes e verifique o cumprimento dos contratos, da regulação e das normas de proteção do consumidor, com sanções quando houver violações. Catania concluiu que uma comercialização mais ética contribui para fortalecer a confiança e ampliar a capilaridade do seguro. Também ressaltou que a expansão da distribuição veio acompanhada de produtos mais adaptados a riscos antes excluídos, como determinadas atividades esportivas e, posteriormente, a Covid-19, mostrando que o crescimento do mercado também permitiu ampliar as possibilidades de cobertura oferecidas aos consumidores.



César Mattos

Consultor Econômico da Câmara dos Deputados.

MINUTAGEM

2:01:50 – 2:25:32

Assistir a esta fala ↗

César Mattos iniciou sua exposição a partir de uma perspectiva econômica, em convergência com pontos levantados anteriormente por Daniel Carnaúba. Explicou que o mercado pode gerar ganhos de bem-estar, mas isso depende de determinadas condições, entre elas a existência de informação adequada sobre o produto que está sendo negociado. Quando comprador e vendedor dispõem de informações diferentes, surge uma falha de mercado por assimetria de informação. Retomando o exemplo de Akerlof sobre o mercado de carros usados, afirmou que essa falta de informação pode prejudicar o próprio funcionamento do mercado e relacionou essa lógica ao seguro-viagem. Para Mattos, boa parte das regras do Código de Defesa do Consumidor voltadas à informação atua justamente sobre esse tipo de falha de mercado: para que o consumidor possa escolher adequadamente, precisa saber o que está comprando.

Ao comentar os problemas identificados no estudo do Legal Wings Institute, Mattos chamou atenção para o que descreveu como uma possível evasão da regulação decorrente da redistribuição de responsabilidades entre agentes econômicos. Segundo ele, quando funções sujeitas a uma regulação mais intensa são transferidas para outro agente submetido a uma fiscalização mais fraca, os incentivos também se alteram e o agente formalmente regulado pode deixar de ser aquele que efetivamente desempenha determinadas funções. Destacou ainda a falta de transparência sobre serviços complementares e a dificuldade de distinguir coberturas securitárias de serviços de assistência. Para ele, essa opacidade amplia a assimetria de informação e reduz a capacidade do consumidor de avaliar se o preço cobrado corresponde ao produto que efetivamente deseja adquirir.

Mattos também tratou do viés de compressão de magnitude discutido no relatório. Segundo ele, como o seguro-viagem é contratado junto a despesas maiores — como passagem e hospedagem —, o consumidor tende a perceber seu preço como relativamente pequeno e a analisá-lo com menor atenção. Relacionou esse comportamento à economia comportamental e afirmou que sua consequência aparece na sensibilidade do consumidor ao preço do seguro: quando o produto está inserido em uma compra mais ampla, ele deixa de ser avaliado de forma isolada.

Em seguida, comparou o seguro-viagem a outros mercados nos quais o consumidor tem dificuldade de avaliar a qualidade do serviço. Recordou uma análise que havia feito sobre telefonia e planos de saúde para mostrar que a necessidade de intervenção regulatória varia conforme a capacidade do consumidor de conhecer a qualidade do produto. No seguro-viagem, embora considerasse o produto mais simples do que um plano de saúde, observou que o sinistro é pouco frequente: o consumidor pode contratar repetidamente o seguro sem jamais utilizá-lo e, quando finalmente precisar, descobrir que não conhecia suficientemente aquilo que havia contratado. Para Mattos, essa característica também produz um problema de informação.

Por fim, Mattos manifestou cautela em relação à criação de tetos para as comissões dos intermediários. Embora reconhecesse a possibilidade de consumidores se importarem com a divisão dos valores entre intermediários e prestadores, considerou que ainda seriam necessárias evidências empíricas mais robustas antes de transformar essa hipótese em instrumento regulatório. Também alertou para os riscos de uma regulação excessivamente pesada e de controles de preço. Em sua avaliação, a principal falha de mercado enfrentada nesse contexto é a assimetria de informação, e a regulação deveria concentrar seus esforços em garantir transparência e informação adequada. Para Mattos, avançar para o controle da distribuição dos valores ou para tetos de remuneração poderia levar a uma intervenção mais arriscada e afastada do problema central identificado.



Perguntas e respostas

Com Alessandro Octaviani, Daniel Carnaúba, Marcelo Catania e César Mattos.

MINUTAGEM

2:25:40 – 3:09:17

Assistir ao debate ↗

Na sessão de perguntas, Renata questionou quais seriam os limites da atuação regulatória da Susep, especialmente diante do risco de uma regulação mais pesada desestimular agentes a permanecer no mercado, e perguntou também se as medidas recentes poderiam levar a mudanças no papel dos representantes de seguros. Alessandro Octaviani respondeu que, para a Susep, o limite da atuação do regulador é dado pela Constituição e pelas leis que regem o setor. Segundo ele, empresas que operam em um mercado regulado precisam observar os patamares mínimos de solvência e de conduta estabelecidos pelo regulador; caso contrário, não têm condições de permanecer naquele mercado. Ressaltou que a finalidade dessa atuação é preservar a confiança na cadeia e a proteção do segurado.

Daniel Carnaúba acrescentou que o regulador possui limites formais e finalísticos previstos na legislação, mas também exerce escolhas dentro desse espaço, definindo prioridades e os meios para alcançá-las. Octaviani complementou que, diante da baixa contratação de seguros no Brasil, uma das prioridades da Susep é justamente ampliar o mercado e fortalecer a resiliência securitária, mencionando a construção de uma política nacional de acesso ao seguro. César Mattos, por sua vez, advertiu que a intervenção deve permanecer vinculada à falha de mercado que se pretende corrigir. Para ele, no seguro-viagem, o principal problema é a assimetria de informação, e há risco de a regulação se tornar excessivamente pesada se avançar para controles de preço ou outras medidas que não estejam diretamente relacionadas a essa falha.

Em suas considerações finais, Octaviani retomou a relação entre regulação securitária e proteção do consumidor, defendendo maior articulação entre Susep e Senacon. Também afirmou que a nova Lei do Contrato de Seguro atribui à seguradora a responsabilidade pelos atos praticados em seu nome e que a regulamentação dos representantes deve ser ajustada à nova lei, inclusive para deixar clara a titularidade da regulação dos sinistros. Marcelo Catania concordou com a importância dessa sinalização e observou que o mercado segurador, historicamente muito dependente de regras detalhadas da Susep, passa por uma mudança em direção a normas mais gerais e principiológicas, o que também exige adaptação cultural dos agentes.

O debate terminou com uma discussão sobre as razões para a baixa penetração do seguro no Brasil. Questionado por César Mattos sobre o peso relativo da cultura e da confiança, Octaviani apontou três fatores: renda, cultura e confiança institucional. Segundo ele, sem renda não há possibilidade de contratar seguro; mesmo havendo renda, fatores culturais influenciam a escolha do consumidor; e, sem confiança nas instituições e no produto, a contratação também é prejudicada. Daniel Carnaúba encerrou destacando que o monitoramento aberto pela Senacon sobre o seguro-viagem busca justamente construir um diagnóstico em diálogo com a Susep, o mercado e outros atores, considerando que a solução pode envolver aprimoramentos regulatórios e informacionais, e não apenas medidas sancionatórias.

SAIBA MAIS



legalwings.com.br ↗