

# ASF

AUTORIDADE DE SUPERVISÃO  
DE SEGUROS E FUNDOS DE PENSÕES

# Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões:

A experiência portuguesa

---

**28.ª Conferência Anual da ASEL**

29 de outubro de 2024

# Agenda

---

01

Contexto

02

Comunicação com o consumidor

03

Principais projetos

04

Desafios

The background is a detailed architectural illustration of a city square, likely in Lisbon, Portugal. It features a central fountain with a statue on top, surrounded by a wide plaza. The square is bordered by multi-story buildings with classical architectural details. In the foreground, a tram is visible, along with various figures of people walking and sitting on benches. The entire scene is rendered in a light, sketch-like style with a blue-green color palette.

ASF

01

---

# Contexto

---

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa



## Digitalização

---

A digitalização está a transformar a forma como comunicamos com os consumidores. Este movimento exige uma comunicação mais rápida, ágil e adaptada a diferentes plataformas.



## Consciência financeira

---

O crescente interesse dos consumidores por temas financeiros requer uma comunicação mais centrada nas necessidades específicas dos consumidores.



## Desinformação

---

A desinformação é um desafio que afeta também as matérias financeiras. Há cada vez mais informação disponível para os consumidores de produtos e serviços financeiros, mas nem sempre isenta e credível.



02

---

# Comunicação com o consumidor

---

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa

# Comunicação com o consumidor



A ASF tem desenvolvido uma estratégia de comunicação com o consumidor progressivamente mais personalizada e adaptada às suas necessidades mais prementes.

No âmbito da comunicação com o consumidor intervêm as áreas de supervisão e de apoio ao consumidor (preparação de materiais) e o Departamento de Comunicação (grafismo).

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa

2009

Lançamento do Portal do Consumidor

2012

A ASF, juntamente com os outros supervisores financeiros, lança o Plano Nacional de Formação Financeira.

2014

A ASF individualiza as questões de Literacia Financeira numa área autónoma.

2015

A ASF torna-se membro efetivo da International Network on Financial Education (OECD/INFE)

ASF

2018

Criação da primeira página nas redes sociais com conteúdos para o consumidor.

2020

Integração no Departamento de Supervisão Comportamental e criação do Núcleo de Comunicação com o Consumidor e Literacia Financeira.

2023

Lançamento do novo Portal do Consumidor.

Lançamento do Portal e do Observatório dos Seguros de Saúde.

# Seleção de conteúdo dos projetos

ASF

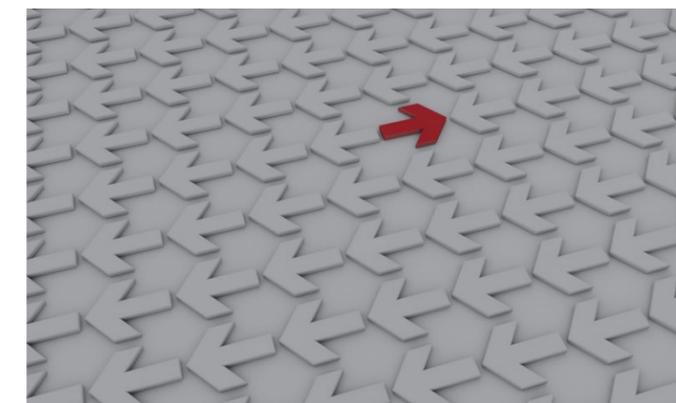
O processo de seleção de conteúdos para os nossos projetos começa com uma análise rigorosa, a diferentes fontes de informação. Adicionalmente, asseguramos uma complementaridade dos temas abordados em cada projeto de forma a evitar duplicação de conteúdos.

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa



**Reclamações e pedidos de esclarecimento**

---



**Tendências de consumo**

---



**Feedback de iniciativas de formação financeira**

---

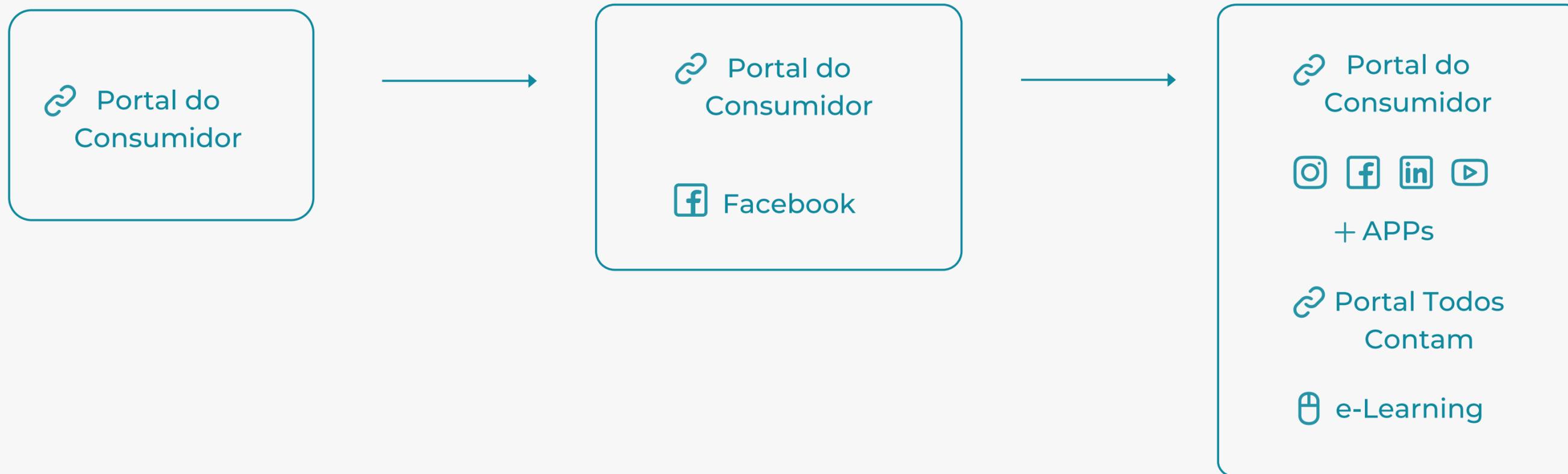


**Conjuntura financeira**

---

# Evolução das plataformas de comunicação

ASF



# Principais canais de comunicação

com o consumidor

ASF

Para garantir que a informação se encontra acessível recorreremos a uma estratégia omnicanal, que integra o Portal do Consumidor e as redes sociais. Esta abordagem permite que os conteúdos sejam desenvolvidos de uma forma integrada, adaptada aos vários formatos e às necessidades de cada público-alvo. Tem ainda a vantagem de fomentar o reconhecimento da marca ASF em todos os canais utilizados.

Portal do  
consumidor

Redes sociais

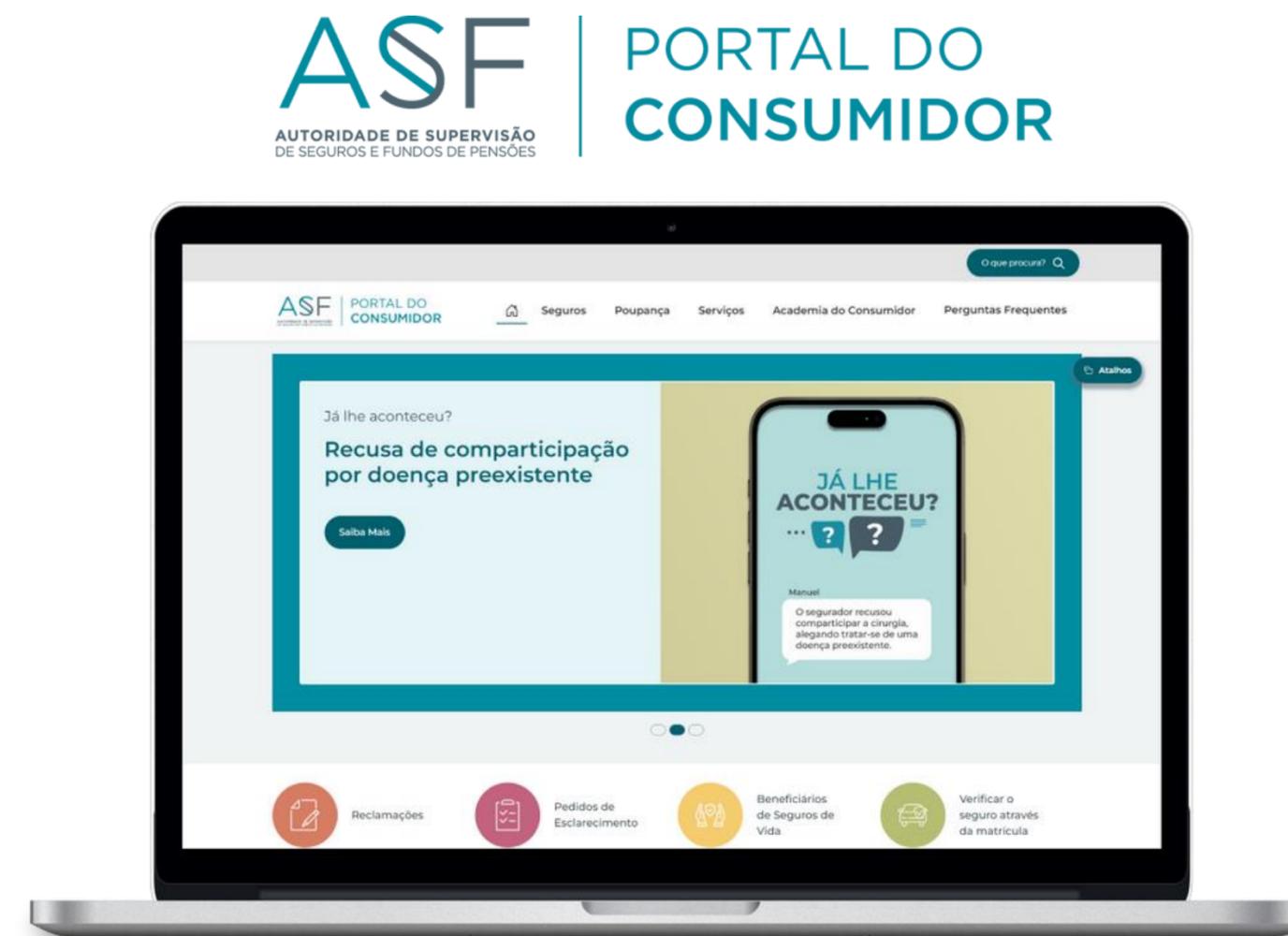
# Novo Portal do consumidor

ASF



O Portal do Consumidor da ASF foi criado com o objetivo de fortalecer a comunicação com o consumidor de seguros e com o consumidor de fundos de pensões, tornando-a mais próxima, fácil e rápida e acessível.

Recentemente foi objeto de uma profunda transformação, que passou por uma reorganização dos seus conteúdos e pela modernização do seu design, a que acresce a utilização de novas ferramentas tecnológicas.



# Novo Portal do consumidor



## Usabilidade e organização

---

Todos os conteúdos estão distribuídos por 5 áreas: Seguros, Poupança, Serviços, Academia do Consumidor e Perguntas Frequentes. A opção por menus organizados por área temática teve como prioridade a usabilidade e facilidade de navegação, com o objetivo de melhorar a experiência de navegação, tornando-a mais intuitiva, eficiente e rápida para o consumidor.

ASF



## Newsletter

---

Os subscritores da *newsletter* do Portal do Consumidor recebem diretamente no seu e-mail novidades, atualizações e conteúdos relevantes sobre seguros e fundos de pensões.

# Portal do consumidor

ASF



## Reclamações

---

Os consumidores podem apresentar a sua reclamação relativa à atuação de alguma das entidades supervisionadas pela ASF, nomeadamente seguradores, mediadores e sociedades gestoras de fundos de pensões, ou denunciar alguma situação que lhe pareça irregular.



## Serviços

---

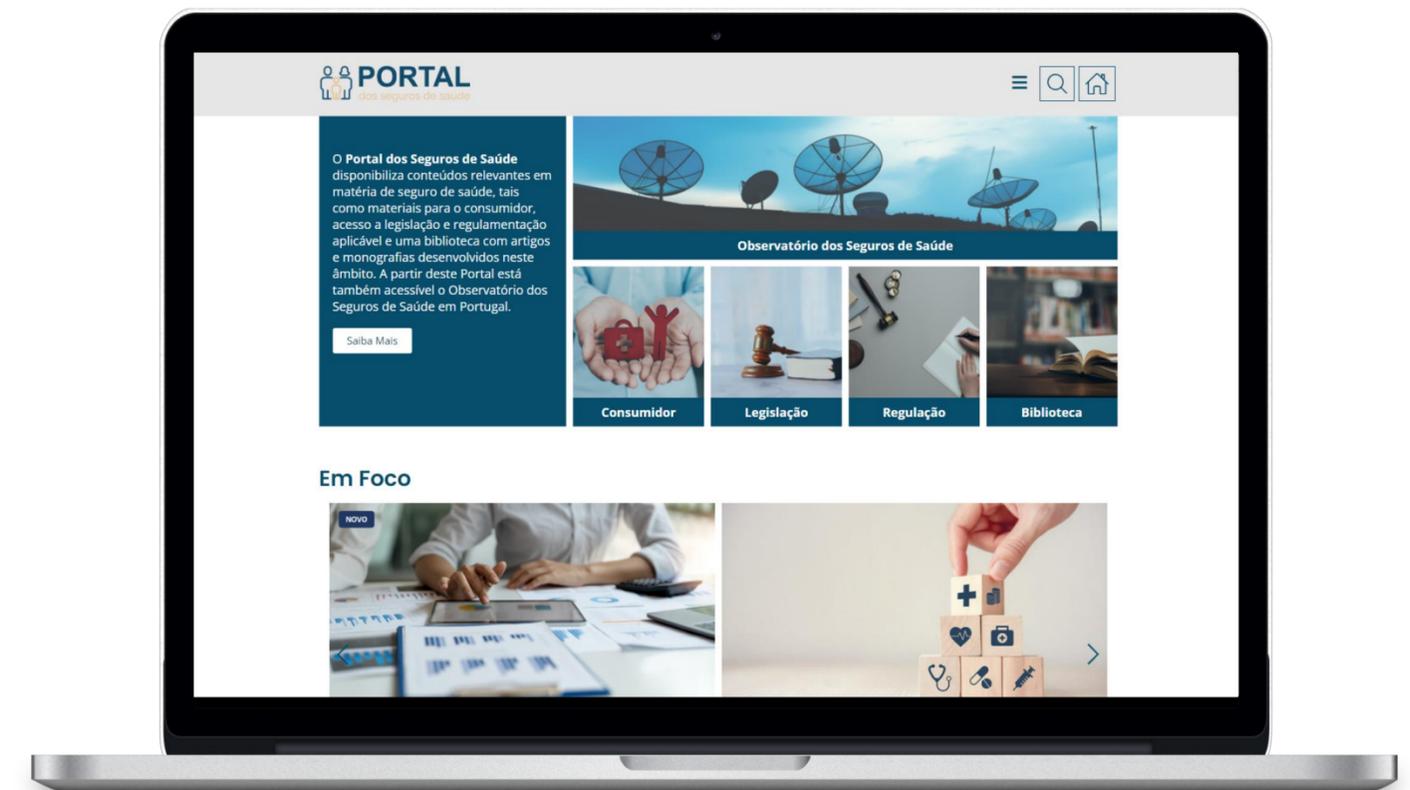
Agrega um conjunto de ferramentas de apoio ao consumidor, entre as quais se destacam: a base de dados de matrículas, que permite verificar se um determinado veículo automóvel tem seguro através da matrícula; o acesso a informação sobre beneficiários de seguros de vida; e a possibilidade de iniciar um procedimento de colocação de seguro automóvel.

# Portal dos Seguros de Saúde

ASF



O Portal dos Seguros de Saúde disponibiliza conteúdos relevantes em matéria de seguro de saúde, tais como materiais para o consumidor, acesso a legislação e regulamentação aplicável e uma biblioteca com artigos e monografias desenvolvidos neste âmbito.



# Observatório dos Seguros de Saúde

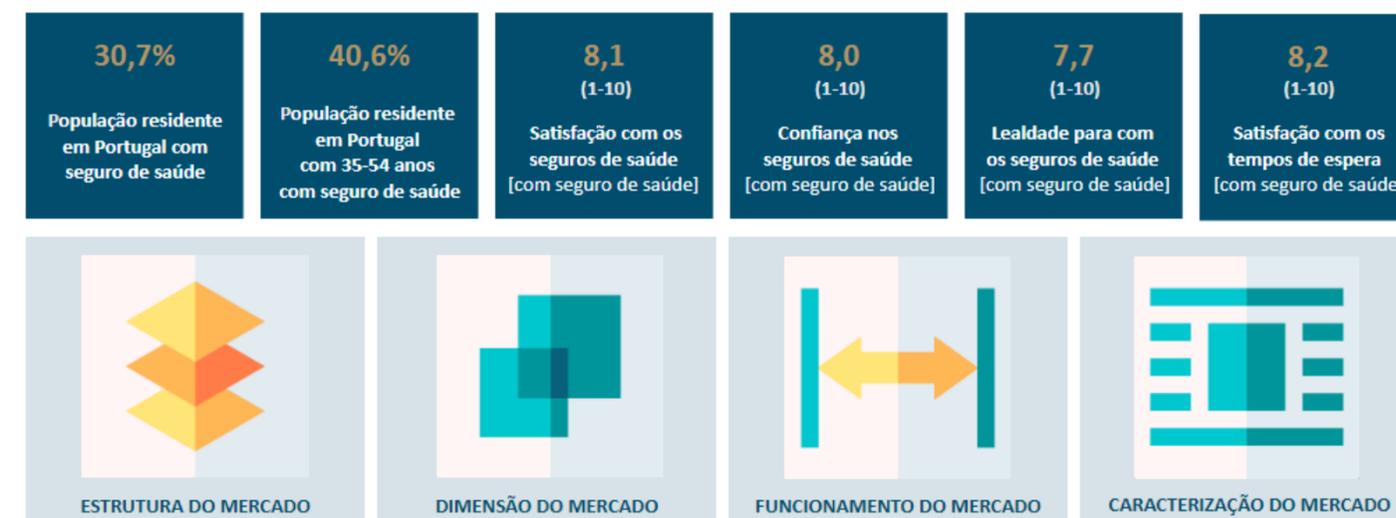
ASF



O Observatório dos Seguros de Saúde é um espaço dedicado em permanência ao conhecimento detalhado e ao acompanhamento do mercado dos seguros de saúde, apresentando um conjunto de indicadores e métricas atualizados periodicamente.



## INDICADORES EM FOCO | 2023



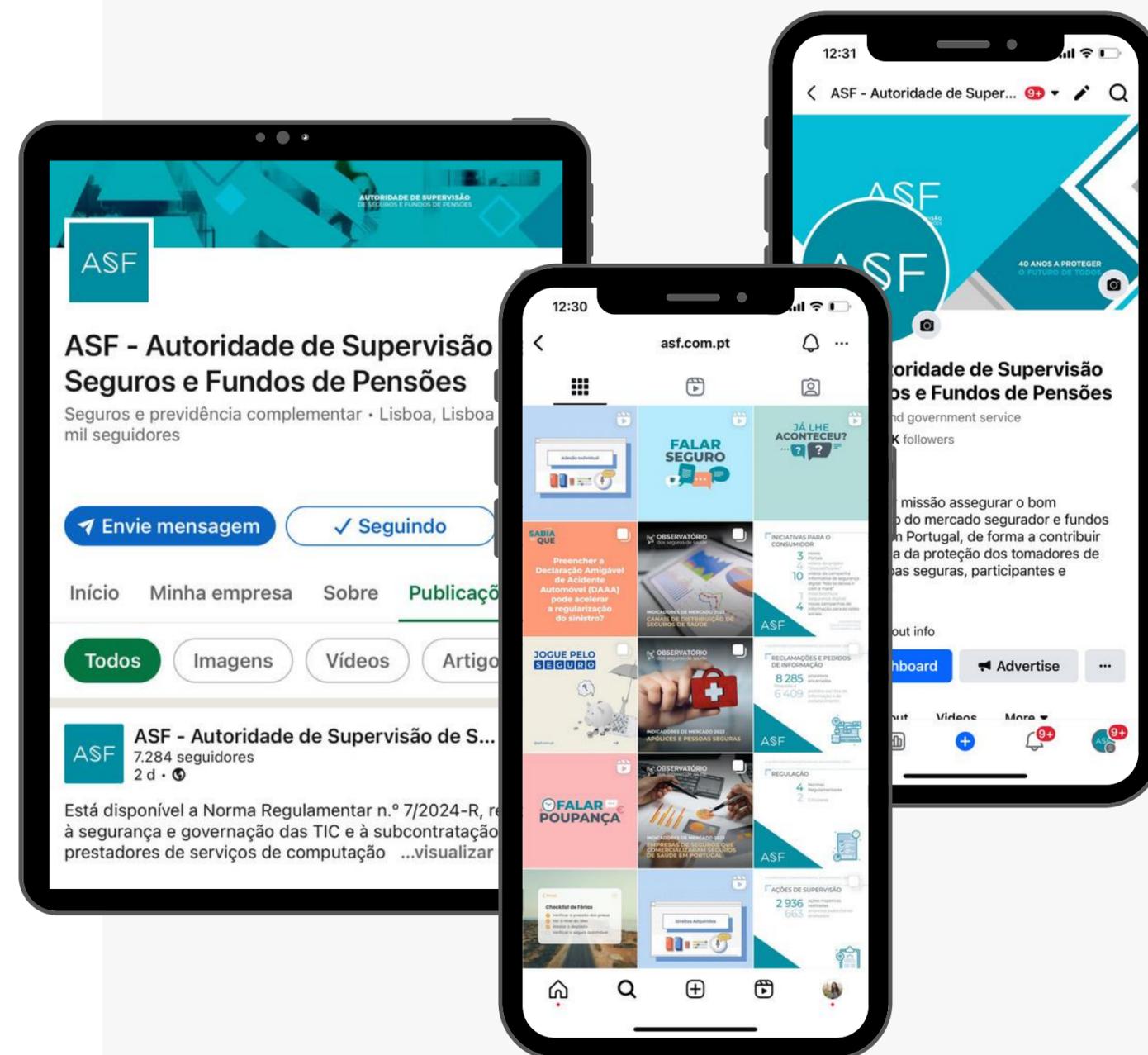
# Redes sociais

ASF



A estratégia de redes sociais da ASF está focada no Facebook, Instagram e LinkedIn, as plataformas onde mantemos uma presença digital ativa. Para cada uma destas redes, definimos estratégias específicas, procurando atingir diferentes objetivos e públicos-alvo. Desta forma, maximizamos o impacto da comunicação e alcançamos diferentes segmentos de consumidores.

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa



# Redes sociais

## Facebook

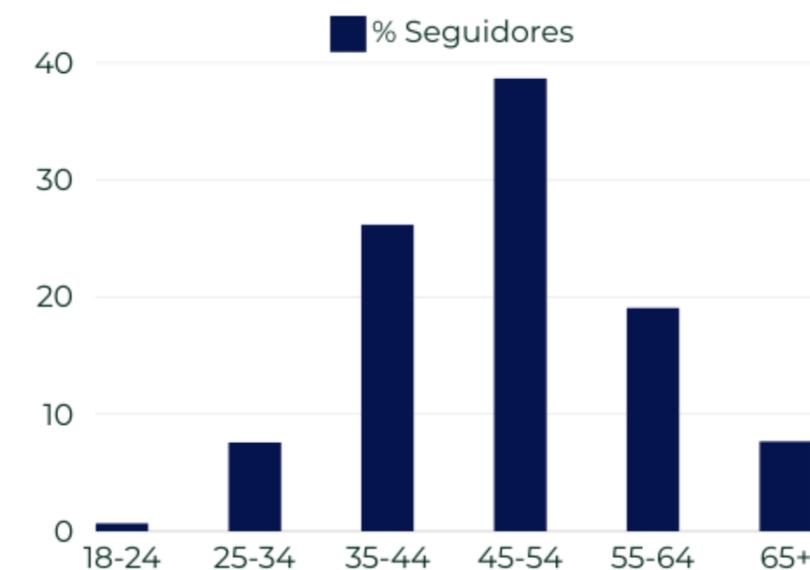
ASF

### Conteúdos

A plataforma Facebook é utilizada preferencialmente para a divulgação de conteúdos direcionados para o consumidor de produtos de seguros e de fundos de pensões.

### Público

Os seguidores da ASF nesta rede social têm um enquadramento social e demográfico transversal à sociedade portuguesa. A média etária destes utilizadores é, tendencialmente, mais elevada do que no Instagram.



# Redes sociais

## Instagram

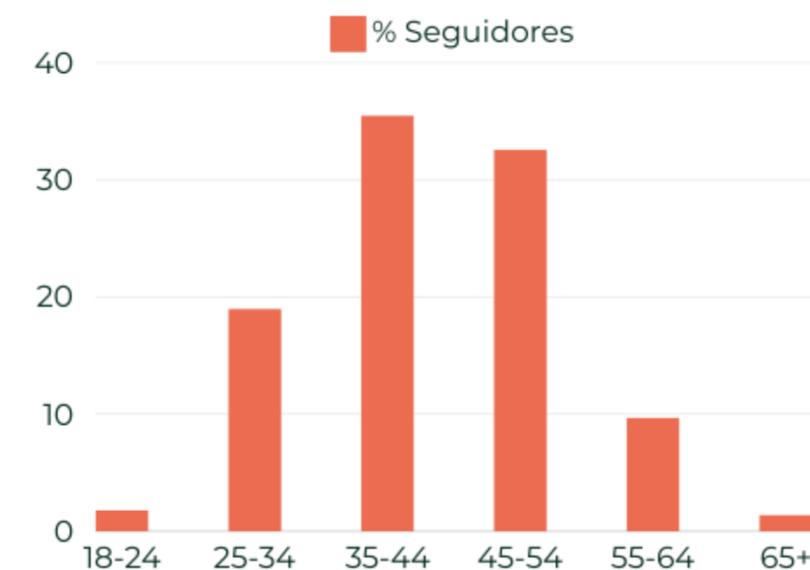
ASF

### Conteúdos

O Instagram é utilizado preferencialmente para a divulgação de conteúdos mais dinâmicos e com uma maior aposta na componente gráfica. Com esta presença, pretendemos estar mais próximos dos consumidores mais jovens.

### Público

É possível observar que a maioria dos que acompanham a ASF nesta plataforma situam-se nas faixas etárias mais jovens.



# Outros canais de comunicação

Aplicações móveis

ASF



## Tem seguro?

Através da câmara do dispositivo ou de uma fotografia preexistente, permite identificar a matrícula de um veículo e informar o utilizador sobre a existência e validade do seguro automóvel, número da apólice, entidade seguradora e a data de início do seguro.



## Os meus seguros

Permite aos utilizadores uma gestão cómoda e prática de todos os seus seguros numa única plataforma. Atualmente encontra-se em processo de atualização e reestruturação, para disponibilizar novas funcionalidades úteis ao consumidor.

# Diversificação de formatos

Considerando que cada público-alvo tem preferências específicas quando acede à informação, os nossos conteúdos são desenvolvidos em diferentes formatos. Sempre que é necessário ajustamos a nossa abordagem, de forma a garantir que captamos a atenção do maior número possível de pessoas.

## Planeamento multicanal

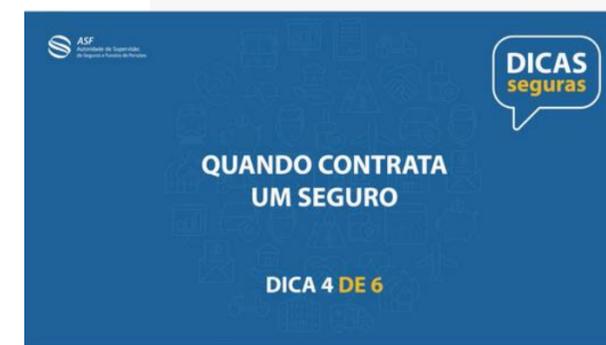
Antes do lançamento de um projeto, planeamos a forma como o conteúdo pode ser utilizado nos diferentes canais que temos disponíveis para o consumidor. Esta forma de atuar permite-nos aumentar o alcance da mensagem e reforçar a estratégia multicanal, garantindo uma atuação integrada junto dos diferentes públicos.

# ASF



### ASF Podcast

A ASF está presente no universo dos podcasts



### Dicas seguras

Os vídeos da ferramenta interativa da Academia do Consumidor foram divididos em dicas, para publicação nas redes sociais.



### Formação Financeira ao minuto

Spots de rádio curtos com conceitos de seguros.

03

# Principais projetos

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa



# Vamos Falar Seguro

ASF

## Descrição

Vídeos em formato entrevista numa linguagem simples e direta.  
Duração: 6 a 8 minutos

## Objetivo

Ajudar os consumidores a aceder a informação atual e relevante sobre os seus direitos e deveres no que diz respeito aos produtos de seguros e de fundos de pensões.

## Público-alvo

População em geral

## Canais de comunicação

Portal do Consumidor  
YouTube



# Ferramenta interativa

Academia do Consumidor

## Descrição

Plataforma com vídeos curtos e *quizzes* que permitem aos utilizadores testar os seus conhecimentos.

## Objetivo

Maior interatividade na disponibilização de informação ao consumidor.

## Público-alvo

População em geral, professores e formadores.

## Canais de comunicação

Portal do Consumidor

ASF



# Descodificador

de seguros e de  
fundos de pensões

## Descrição

Vídeos ilustrados de curta duração.

## Objetivo

Esclarecer o consumidor relativamente a conceitos básicos de seguros e de fundos de pensões.

## Público-alvo

População em geral,  
com enfoque nos mais  
jovens.

## Canais de comunicação

Portal do Consumidor  
Redes sociais  
YouTube

ASF



# Já lhe aconteceu?

ASF

## Descrição

Campanha que surge da adaptação das situações retratadas nos casos práticos disponíveis no Portal do Consumidor para um formato mais apelativo e dinâmico, adequado às redes sociais.

## Objetivo

Responder a situações frequentemente objeto de reclamações ou pedidos de esclarecimento dirigidos à ASF.

## Público-alvo

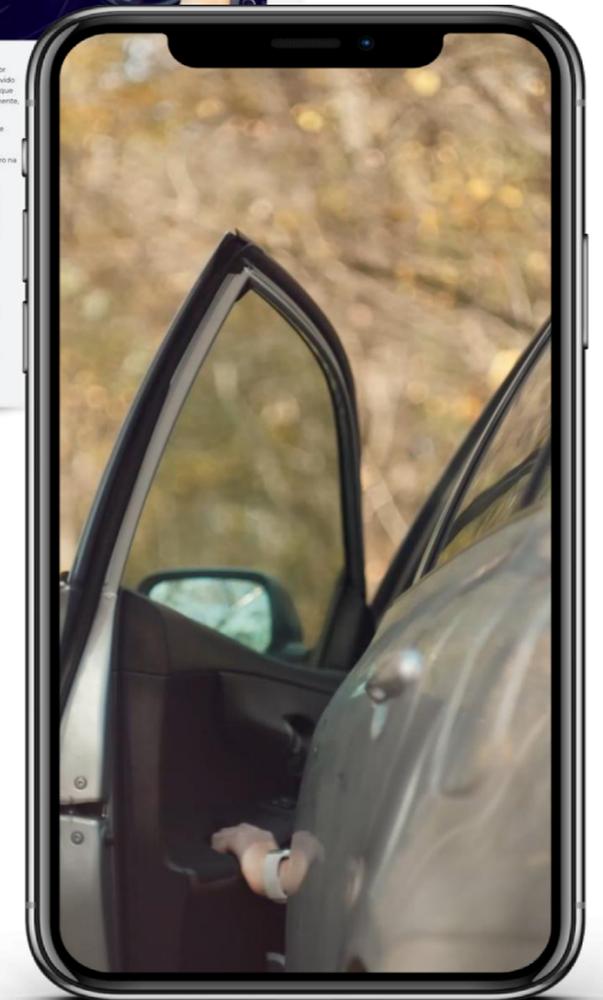
População em geral

## Canais de comunicação

Portal do Consumidor

Redes Sociais

YouTube



# Não te deixes ir com a maré!

ASF

## Descrição

Campanha de sensibilização sobre segurança digital. No âmbito desta campanha foi publicada uma brochura e produzidos 10 vídeos informativos.

## Objetivo

Sensibilizar os mais jovens para os cuidados a ter na utilização de canais digitais, através de recomendações específicas sobre a adoção de comportamentos que podem ajudar a mitigar os riscos inerentes à navegação online.

## Público-alvo

Jovens

## Canais de comunicação

Portal do Consumidor  
Redes Sociais  
YouTube



# Plano Nacional de Formação Financeira

Todos Contam

ASF

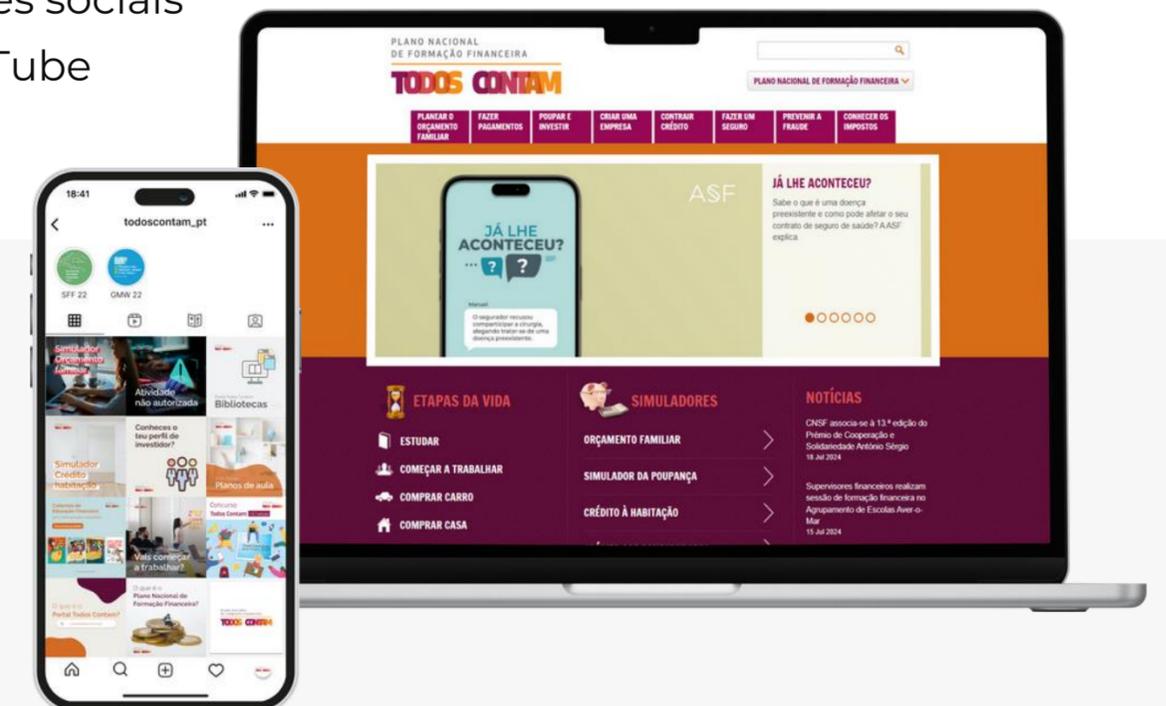
O PNFF é a estratégia nacional de educação financeira, criada pelos três supervisores financeiros (Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, Banco de Portugal e Comissão do Mercado de Valores Mobiliários) e apoiada por diversas entidades dos setores público e privado.

## Seguros e Fundos de Pensões

Os temas dos seguros e dos fundos de pensões foram integrados em todos os projetos desenvolvidos no âmbito da estratégia nacional.

## Canais de comunicação

Portal Todos Contam  
Plataforma de e-Learning  
Redes sociais  
YouTube



04

---

# Desafios

---

Comunicação com o consumidor de seguros e fundos de pensões: a experiência portuguesa

# Desafios

ASF

*O consumidor como agente disciplinador do mercado*

Como respondemos a este desafio?



Adequação da  
linguagem

Nem sempre é fácil assegurar o equilíbrio entre a simplificação da linguagem e o rigor da informação.

Os nossos conteúdos passam por diferentes níveis de análise e validação. Em alguns casos, criámos um “consumidor sombra”, que nos permite testar a adequação da mensagem num ambiente controlado.



Combater a  
desinformação

A proliferação de diferentes projetos de “literacia financeira” e de novas formas de influenciar a decisão do consumidor (ex.: influencers) pode contribuir para a divulgação de informação incorreta.

Aumentámos a presença da ASF em diferentes plataformas, com enfoque nas redes sociais, posicionando-a como fonte de informação isenta.



Comunicar  
para públicos  
vulneráveis

Estes públicos muitas vezes enfrentam algumas limitações que exigem abordagens mais inclusivas, formatos acessíveis e canais de comunicação diversificados.

Estabelecemos parcerias que nos permitem trabalhar junto destes públicos e recorrendo, em alguns casos, a órgãos de comunicação tradicionais.

# Coming soon

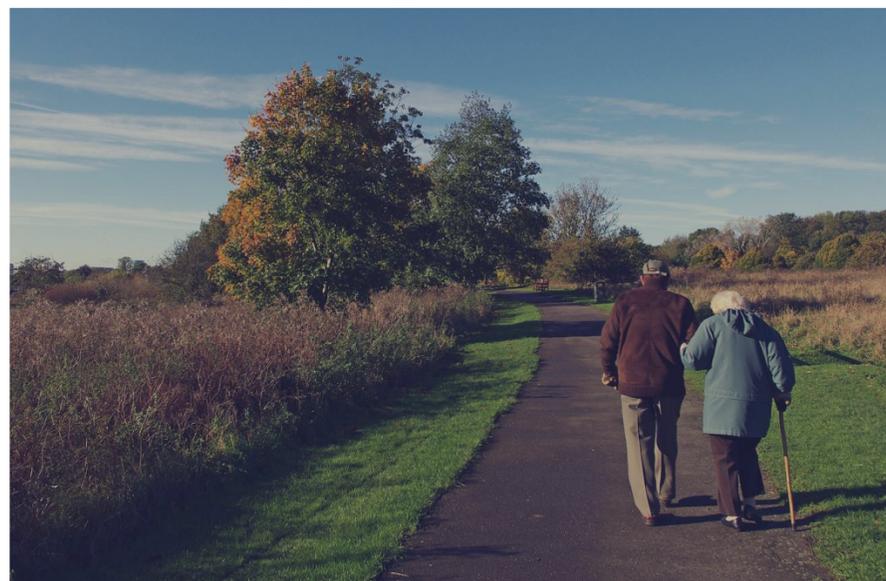
Próximos projetos

ASF

**Finanças  
sustentáveis**



**Projeto para o  
público sénior**



**Observatório  
da poupança**



# ASF

---

# Obrigado

---

 @asf.com.pt

 @AutoridadeSupervisaoSegurosFundosdePensos

 literacia.financeira@asf.com.pt