

RISKFEATURES

Responsabilidade civil de produto: 15 – Vendas e Marketing
Março 2013

VENDAS E MARKETING

Vendas e marketing possuem o maior impacto sobre a forma como os produtos são representados para os clientes. Garantias implícitas/expressas indesejadas, declarações do folheto de produtos, conteúdos de página da internet, materiais publicitários são exposições potenciais que podem aumentar significativamente o risco de responsabilidade civil de um produto. As vendas efetivas e disposições de marketing (como a seleção, monitoramento e concessionários/distribuidores, prestação de apoio técnico ou legal, etc.) para gerenciar a cadeia de suprimentos a jusante e qualquer tipo de publicidade, podem ajudar a minimizar os riscos para os clientes e usuários finais.

O QUE PROCURAMOS?

Exposições

- Complexas ou estendidas redes de atacado e de venda a varejo, inclusive no exterior, ou
- Difícil acesso ou contato com os clientes e usuários finais
- Alto nível de atividade de marketing e publicidade com múltiplos canais de comunicação

Controles

- Canais de distribuição claramente definidos (manuseio do produto, consultoria)
- Existem planos de gestão de crises
- Análises jurídicas de todos os folhetos impressos e eletrônicos, anúncios e quaisquer outros materiais envolvendo qualquer um dos produtos
- Treinamento em vendas e distribuição

IDEIAS PARA MELHORIA DO RISCO

- A equipe de vendas deve passar por um treinamento para que estejam completamente familiarizados com o produto, seus usos e limitações.
- O treinamento de vendas também deve incluir a orientação jurídica adequada no controle de perdas de responsabilidade civil do produto.

FONTES

Risk Topics

- Elements of Product Liability Program (PDF)

Zurich Insurance Group Ltd.
Mythenquai 2 CH-8022 Zurich – Switzerland
www.zurich.com

A informação constante do presente documento foi recolhida e compilada a partir de fontes tidas como credíveis e fidedignas. Não obstante, o Zurich Insurance Group Ltd. ou as suas subsidiárias (doravante designados de “Zurich”) não assumem, explícita ou implicitamente, qualquer tipo de responsabilidade relativamente à sua precisão, rigor e completude.

Alguma da informação constante no presente poderá, no momento da consulta, estar desatualizada pelo que não dispensa a consulta da literatura mais recente sobre a matéria.

A informação constante deste documento encontra-se relacionada com serviços de avaliação de risco / análise de risco e pretende dar uma visão geral do tipo de serviços disponíveis para determinados Clientes. Este documento não pretende resumir coberturas, serviços ou programas de seguros, tal como não procede à revisão ou alteração de qualquer contrato, oferta, cotação ou qualquer outra documentação relativa a contrato pré-existent.

A Zurich e os seus Colaboradores não assumem qualquer tipo de responsabilidade decorrente da utilização ou confiança depositada na informação ou procedimentos contidos no presente documento. A Zurich e os seus Colaboradores não garantem qualquer tipo de resultado porquanto podem existir circunstâncias nas instalações ou organização do Cliente a que a Zurich não tenha tido acesso. O Cliente detém o poder de decisão no que toca à mitigação do risco do seu negócio, porquanto conhece melhor do que ninguém o seu negócio e a sua organização. A Zurich pretende assisti-lo disponibilizando informação e instrumentos aptos a avaliar o seu ambiente de risco, que se encontra em constante evolução.

Nos Estados Unidos da América, os serviços de avaliação de riscos são disponibilizados pela Zurich Services Corporation e no Canadá pela Zurich Risk Services, noutros países do mundo os serviços de avaliação de risco são prestados pela respetiva subsidiária do Zurich Insurance Group, nos termos da respetiva autorização para o exercício da atividade.

