



José de Sousa, CEO da Liberty Seguros, considera

“Escandaleira na banca seria impensável no setor segurador”

O CEO da Liberty Seguros, José de Sousa, não duvida que os produtos de investimento das seguradoras são mais seguros do que os bancários. “A escandaleira, que está a atingir proporções bíblicas, na banca a operar em Portugal seria impensável no setor segurador, muito graças à intervenção do regulador, a ASF, que felizmente se manteve independente das outras estruturas de regulação do mercado”, afirma, em entrevista à “Vida Económica”. “Hoje em dia, nem o argumento de uma melhor rentabilidade beneficia os bancos, pois a maioria das seguradoras remunera as poupanças dos clientes a taxas superiores àquelas que a banca anda a publicitar”, defende José de Sousa.

AQUILES PINTO
aquilespinto@vidaeconomica.pt

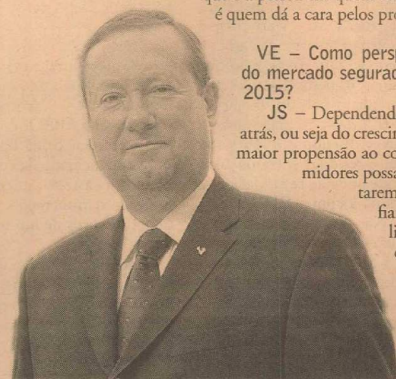
Vida Económica – Como foi 2014 para a Liberty Seguros Portugal?

José de Sousa – Foi mais um ano bom, com crescimento, embora mais modesto do que em anos anteriores, e com rentabilidade, embora se continue a notar uma pressão forte nas margens, sobretudo nos ramos obrigatórios de Automóvel e Acidentes de Trabalho. De momento ainda não posso revelar os números exatos de encerramento do exercício, uma vez que ainda há formalismos legais e de governação corporativa a seguir e respeitar, mas acredito que seremos das primeiras companhias a publicar oficialmente os números em Portugal, logo no início de março.

VE – Quais os objetivos para 2015?

JS – Há dois objetivos que nunca mudam de ano para ano. Crescimento com rentabilidade. Num ano tão difícil quanto o é 2015, os desafios são ainda maiores. O crescimento na área de Não Vida do setor segurador só se dá quando a economia cresce. Vida e Saúde têm padrões de crescimento diferentes. Se formos analisar os números da última década, veremos que o volume de prémios Não Vida em 2003 (3800 milhões de euros) era ligeiramente superior ao do ano 2014 (3780 milhões de euros). Uma década perdida pois, que denota o que aconteceu na economia do nosso país. As incógnitas em 2015 são muitas, por estarmos em ano eleitoral em muitos dos mercados que são nossos parceiros na União Europeia, por exemplo em Espanha, o mercado externo mais importante para a nossa economia, pois absorve mais de 50% daquilo que produzimos, e em Portugal também. Estamos a aproveitar para investir na eficiência operativa e para melhorar os standards de serviço e de resposta às solicitações dos nossos parceiros e dos mútuos clientes. E também para repensar a nossa estratégia a futuro, e melhorar muita da nossa oferta em termos de produtos.

“Os investidores têm carradas de razão para estar inseguros e receosos”, afirma, sem papas na língua, José de Sousa.



VE – Em que ramos prevê a companhia maior crescimento?

JS – Gostávamos de crescer mais em ramos que tradicionalmente não estiveram no nosso foco de atenção, como nos produtos de vida e de poupança.

VE – Em termos de canais, quais os privilegiados?

JS – Para nós, só há um canal. O dos nossos parceiros (agentes, corretores, sociedades de mediação), ou seja, intermediários registados formalmente na ASF (antigo ISP) para vender seguros. Por respeito a estes parceiros, não vendemos direto.

VE – Como veem o crescimento das seguradoras diretas?

JS – Um “não evento” ainda. A principal direta tem quase 20 anos de presença em Portugal, e apesar da publicidade maciça, nem ela nem as várias outras que se lhe seguiram conseguiram abocanhar uma parte significativa do mercado (a quota é inferior a 5%). Fora dos dois ou três maiores centros urbanos, mas particularmente Porto e Lisboa, é-lhes muito difícil convencer clientes sobre as vantagens que oferecem. O preço, que diziam ser o grande fator competitivo diferenciador, já nem o é, pois há companhias tradicionais a imitá-las em termos de pricing e, por vezes, até a batê-las. E os call center pura e simplesmente não substituem o serviço personalizado, humano, com rosto, prestável e eficiente prestado por um agente de seguros. Por via de regra, quem tem de passar por um sinistro numa direta rapidamente volta a uma seguradora tradicional. As diretas continuam a perder dinheiro, acredito mesmo que todas elas sem exceção (sobretudo se os subsídios intragrupo forem eliminados), a canibalizar as carteiras das seguradoras tradicionais do mesmo grupo, e da concorrência, a fazer rodar os mesmos clientes (os que são sensíveis apenas ao argumento preço) entre elas, e a contribuir para a erosão das margens nos ramos que decidem operar, sobretudo no automóvel, porque o grande foco publicitário continua a ser, pelo menos nalgumas, o preço.

VE – Do ponto de vista da acessibilidade do cliente à seguradora (via telefone e meios eletrónicos), não estará a haver uma fusão entre ambos os canais?

JS – Não, cada canal continua a ter as suas especificidades próprias, não estou a ver nenhuma convergência notável ou assinalável entre ambos. No nosso caso, como privilegiamos os agentes, os clientes têm acesso a nós através do seu agente, que é a pessoa em quem realmente confiam, pois é quem dá a cara pelos produtos que vende.

VE – Como perspetivam a evolução do mercado segurador em Portugal em 2015?

JS – Dependendo do que dizíamos lá atrás, ou seja do crescimento económico e da maior propensão ao consumo que os consumidores possam demonstrar, por estarem um pouco mais confiantes, poderá haver um ligeiro, modestíssimo crescimento durante o ano.

VE – Do ponto de vista dos seguros como investi-

mento, como antecipa o novo ano?

JS – Desde a crise financeira internacional de 2008, a tal que, segundo um famoso banqueiro português, entretanto caído em desgraça completa, não iria afetar Portugal, pela fortaleza das suas instituições bancárias, vários bancos desapareceram do mapa (BES, BPN, BPP), e muitos outros estiveram muito perto de “ir à glória”, tendo sido salvos “in extremis” pelos seus acionistas (Caixa, BPI, Millennium bcp, Banif e as operações locais do Popular, Barclays, BBVA), que os recapitalizaram. Os prejuízos da banca, mesmo daquela que sobreviveu, foram colossais nestes últimos seis anos. Os escândalos em que uma certa banca se viu envolvida, por falta de ética (e de vergonha) na condução dos negócios, são inenarráveis, e ainda hoje vemos um banco a divulgar nos “media”, de forma maciça os aforradores a canalizar para eles as suas poupanças, quando não devolvem as poupanças que vários clientes fizeram na instituição, mesmo nos casos em que esses clientes têm mensagens escritas a dizer que essas poupanças tinham capital e juros garantidos! Ou seja, a banca trucidou aquilo que é o mais importante pilar da sua atividade económica: a credibilidade, a seriedade, a discrição. Uma oportunidade única para o setor segurador, bem capitalizado, bem regulado, que passou por todo esta hecatombe impulsionado e isento, se afirmar como uma alternativa séria, credível e rentável. A escandaleira, que está a atingir proporções bíblicas, na banca a operar em Portugal, seria impensável no setor segurador. Muito graças à intervenção do regulador, a ASF, que felizmente se manteve independente das outras estruturas de regulação do mercado.

VE – Nos últimos anos, houve casos de perda de confiança dos clientes de produtos bancários. Os pequenos e médios investidores perderam a confiança na hora de investir, sentem esses receios hoje em dia?

JS – Os investidores têm carradas de razão para estarem inseguros e receosos. Os reguladores permitiram que, ao longo de meses, senão mesmo anos, aos balcões bancários fossem vendidos produtos com argumentos falaciosos de garantia de capital e juros, que hoje não estão a ser honrados. Isto é uma aberração e espero que a Justiça prevaleça para repor a legalidade nestes casos. Isto seria impensável no setor segurador.

VE – Os produtos de investimento das seguradoras podem ser considerados mais seguros do que os bancários?

JS – Mas é que não tenha mesmo a menor dúvida quanto a isso. Tirando os casos em que houve fraudes, já viu alguma queixa de um segurado por a sua seguradora não ter cumprido as promessas de pagamento das poupanças feitas em PPR da capital garantido ou em seguros de capitalização? As seguradoras vendem produtos seguros, regulados, sem subterfúgios na venda. Vendem aquilo que uma análise da situação financeira do cliente aconselha, e não, como muitos bancos fizeram, aproveitando-se da brutal iliteracia financeira dos clientes, produtos obscuros, pouco transparentes, com argumentos e garantias que se vieram a demonstrar ser falsos. Hoje em dia, nem o argumento de uma melhor rentabilidade beneficia os bancos, pois a maioria das seguradoras remunera as poupanças dos clientes a taxas superiores àquelas que a banca anda a publicitar.