



SEMINÁRIO “CORPORATE GOVERNANCE: O IMPACTO DA  
REPUTAÇÃO E NO VALOR DO SECTOR SEGURADOR”

Lisboa, 28 de junho de 2017

- Auditório Victoria -

INTERVENÇÃO PRESIDENTE DA APS,

JOSÉ GALAMBA DE OLIVEIRA

“O que mudou no Sector Segurador”

Senhor Presidente, da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, José Figueiredo Almaça;

Senhor Presidente, da da Direção do IPCG, António Gomes Mota;

Minhas Senhoras e Meus Senhores,

Começo por agradecer o convite para estar hoje aqui presente, quando abordamos o tema de reputação e valor na atividade seguradora – uma atividade que contribui muito positivamente para a sociedade e que é definitivamente estruturante na economia portuguesa e no equilíbrio das finanças publicas.

Porém, e não obstante os progressos assinaláveis registados nos últimos anos, o setor continua a debater-se por alcançar uma imagem mais positiva junto da opinião pública.

Num estudo que analisou a reputação integrada do setor segurador, junto dos media e do público, realizado em 2013 por iniciativa da APS, o índice de reputação média do setor situou-se nos 3,29, numa escala de 0 a 5, sendo a opinião dos media mais favorável do que a do público.

Em geral, a maioria dos inquiridos (75%) considera que as companhias de seguro são necessárias ou muito necessárias à vida em sociedade.

Os eixos da integridade, da reputação financeira e gestão e organização foram aqueles que revelaram índices mais baixos junto da opinião pública, por contraponto aos eixos institucional e produtos e serviços que tiveram uma apreciação mais positiva.

A ocorrência de sinistros influenciou de forma positiva os reflexos comportamentais dos clientes, sendo a

apreciação do seguro mais favorável entre quem já sofreu sinistros.

Mas 37,4% dos inquiridos afirmou que nunca recomendaria ou provavelmente nunca recomendaria serviços de seguros além dos obrigatórios.

Minhas Senhoras e meus Senhores:

Estes resultados merecem cuidada reflexão!

Para um setor cheio de profissionais verdadeiramente empenhados em fazer a diferença junto dos cidadãos e das empresas, não deixa de ser dececionante que a confiança seja ainda um valor a conquistar.

E porquê a Confiança?

Existem vários fatores que os seguradores têm que enfrentar permanentemente, uns mais estruturais, outros conjunturais. Permitam-me referir 4:

1º - Na atividade seguradora, em geral, é frequente um cliente não precisar de utilizar as vantagens tangíveis que os produtos adquiridos proporcionam, simplesmente porque não tem sinistros. Ora, isso é positivo – para o cliente e para a seguradora – mas torna-se difícil construir um relacionamento de confiança e de proximidade quando há tão poucas interações significativas.

Em contrapartida, nos momentos de necessidade, de participação de um sinistro, o que é facto é que muitos clientes continuam a interrogar-se se o segurador estará lá para o ajudar a ultrapassar aquela dificuldade.

Interrogam-se se não haverá uma exclusão que vai deitar tudo a perder; se o sinistro estará coberto, se o capital seguro é suficiente ou, quando vão resgatar as suas poupanças ou investimentos, se as comissões e cargas de gestão não terão afetado relevantemente as suas economias.

Estas são questões que nunca deveriam preocupar os clientes, mas que estes continuam a colocar, e todos sabemos que uma boa experiência e a rápida resolução dos sinistros evitam reclamações e constituem a base da consolidação da reputação das seguradoras.

Um segundo fator é uma certa opacidade percebida pelos clientes relativamente à linguagem e ao estilo de comunicação utilizada pelos seguros. Há aqui seguramente um importante trabalho a desenvolver.

Ao ao longo dos últimos anos uma regulamentação e legislação que podemos apelidar de excessiva não tem ajudado e tem, aliás, contribuído para tornar a comunicação daquilo que é verdadeiramente importante, muito complexo, tal é a multiplicidade e o detalhe das divulgações obrigatórias que são impostas aos seguradores.

Refira-se, a título de exemplo, que em consequência de legislação comunitária muito recente (PRIIP's e Distribuição), quando combinada com as regras de conduta de mercado resultantes do Solvência II, os consumidores deverão receber 161 tipos de informação, algumas duplicadas, sempre que quiserem adquirir um produto novo!

Em terceiro lugar, nos anos mais recentes as seguradoras sofreram danos colaterais infligidos pela crise bancária, que aparece quase sempre referenciada como uma crise do setor financeiro.

E foi, de facto, uma crise que afetou as seguradoras, tanto enquanto investidores institucionais, como, nalguns casos, pela ligação acionista que tinham a algumas entidades que colapsaram.

Mas a crise não nasceu no setor segurador!

As seguradoras foram aliás essenciais no processo pós-crise, através de uma adequada gestão de ativos, provando uma enorme resiliência marcando assim uma diferenciação pela positiva aos olhos dos principais stakeholders.

O que é facto, todavia, é que para o cliente comum, esta associação entre a crise bancária e o setor financeiro não é positiva e não se dissipará até que a economia recupere.

Finalmente, a impopularidade do produto “seguro”, num mundo cada vez mais inundado pelas oportunidades emocionantes de entretenimento e de lazer proporcionados pelas inovações tecnológicas. É uma concorrência verdadeiramente desleal – ninguém parece hesitar quando tem que optar entre comprar um seguro ou o último gadget das tecnologias, recaindo obviamente a preferência por este último. A tendência dos seres humanos será cada vez mais a de preferirem o que lhes dá prazer no curto prazo, tornando-se um desafio cada vez maior defender a importância e o valor do seguro, dos acontecimentos futuros, em comparação com os bens de consumo imediato cuja aquisição está acessível na palma da mão.

Minhas Senhoras e meus Senhores,

Combater os problemas de imagem, reputação, e de confiança do setor de seguros é, por isso, uma prioridade permanente e fundamental para a gestão de topo das principais seguradoras.

O que pode e deve o sector segurador fazer, para alterar a perceção de um valor tão relevante na vida de todos nós e tão intimamente ligado com esta atividade?

Não existe uma resposta única para conseguir alcançar esse objetivo, mas várias mudanças têm vindo a ser implementadas, e algumas estão ainda em curso:

- Por um lado, o reforço dos requisitos de governação. É o próprio legislador comunitário que, no preâmbulo da diretiva Solvência II, reconhece que “Em relação a alguns riscos, a única abordagem adequada pode consistir na imposição de requisitos em matéria de sistema de governação das empresas, e não nos requisitos quantitativos refletidos no requisito de capital de solvência”. E acrescenta: “Um sistema de governação eficaz é, por conseguinte, fundamental para a gestão adequada das empresas de seguros e para o dispositivo regulamentar.”

E, se de início, e no que respeita ao governo das sociedades, as preocupações incidiam essencialmente sobre os dirigentes máximos das entidades supervisionadas, ou seja, os membros dos órgãos de administração e fiscalização e se circunscreviam a matérias como a competência, a idoneidade e a prevenção de conflitos de interesses, atualmente vão muito mais longe.

Hoje, falar da governação de uma empresa de seguros significa falar de sistemas de gestão de riscos e de controlo interno, do alargamento das exigências de competência e idoneidade a um vastíssimo número de responsáveis de topo das empresas designadamente, os que exercem as chamadas funções-chave, que apoiam diariamente as tomadas de decisão na empresa.

- Por outro lado, há uma preocupação em afirmar e demonstrar a credibilidade do setor reforçando os sistemas de avaliação dos riscos.

Com efeito, ao abrigo do novo regime prudencial as companhias estão obrigadas a ativamente, identificar, medir e gerir os riscos por si suportados bem como efetuar uma análise prospetiva dos mesmo tendo em consideração quaisquer perspetivas de desenvolvimentos futuros nomeadamente em termos de planos de negócio e dos impactos que um evento catastrófico possa ter na posição financeira da companhia.

Isto deverá ser assegurado por uma avaliação interna das necessidades de capital e dos riscos suportados pela Seguradora através do designado processo de Own Risk and Solvency Assessment (ORSA). Esta avaliação deverá ser efetuada, pelo menos, uma vez por ano.

Uma das novidades do nosso regime é, aliás, a possibilidade do supervisor poder vir a exigir às companhias de seguros a detenção de capital adicional (através do chamado *Capital Add-on*) caso entenda que o perfil de risco de uma dada empresa seja superior ao que é considerado “normal”. Embora de caráter excecional, tal medida poderá ser aplicada caso sejam identificadas fragilidades

financeiras, operacionais ou outras. Ou seja, um Sistema de Governança deficiente poderá, entre outras, ter implicações diretas nos requisitos de capital exigidos para efeitos prudenciais.

- A reputação do setor também se constrói com as empresas de seguro a incorporarem cada vez mais nas suas políticas de “governance” as preocupações ambientais e de responsabilidade social.

Várias seguradoras de referência já anunciaram que deixaram de investir em indústrias ou atividades pouco amigas do ambiente e muitas têm políticas de investimento socialmente responsáveis. Sendo investidores institucionais de referência, a atividade seguradora consegue desta forma dar um contributo relevante e bastante apreciado para condicionar positivamente o comportamento de outros setores.

- Finalmente, também é inegável que as empresas de seguros têm vindo a aprofundar o relacionamento de dia-a-dia com os seus clientes. Não só têm vindo a melhorar permanentemente a transparência em todas as fases dessa relação - desde a subscrição do seguro, ao acompanhamento da vida do contrato, à tramitação de um sinistro ou à gestão de uma reclamação, como – como se antevê que venham a aproveitar 'a internet das coisas' para se tornarem uma espécie de “tutores de vida”.

A tecnologia oferecerá cada vez mais oportunidades neste domínio :carros conectados, comunicações à distância, a casa conectada, monitores de saúde, aplicativos móveis, plataformas de investimento on-line 24/7/365... Todos oferecem a oportunidade para as empresas adaptarem os seus modelos de negócios e se tornarem mais relevantes para os clientes numa base contínua.

As estatísticas são surpreendentes!  
Onde hoje há cerca de 8 biliões de dispositivos conectados, este valor vai chegar a 50 biliões até 2020 e 1 trilião em 2030!

Minhas Senhoras e meus Senhores,

Estamos a assistir a uma mudança de paradigma:

Os conhecimentos proporcionados por todos estes dispositivos, ou a "internet das coisas", permitirão mudar o posicionamento das empresas de seguros – de um reativo 'estamos lá quando precisar de nós' para um proactivo 'estamos convosco todos os dias para ajudá-lo a atingir os seus objetivos'. Ou seja, não só estamos aqui para ajudá-lo quando as coisas correm mal, mas também fornecemos conselhos e sugestões para ajudar a reduzir o risco de acontecerem problemas.

A internet das coisas está por isso a criar uma oportunidade para reposicionar a relevância do setor junto dos clientes, através de pontos de contacto mais frequentes e, portanto, uma mais imediata e efetiva relação entre segurador e cliente.

Neste processo, o crucial será a forma como se acede, recolhe, gere, protege e usa os dados do cliente. Se algo não correr bem nestas etapas, isso pode ser dramático para a reputação do setor, afetando irreversivelmente a confiança conquistada.

Daí a importância que tem vindo a ser dedicada em todo o setor ao tema da proteção dos dados pessoais, sendo hoje talvez o setor de atividade mais consciente da necessidade de ser extremamente rigoroso neste domínio.

Eis o nosso grande desafio, para que amanhã possamos ser um sector de confiança junto de Portugal e dos Portugueses, transformando dessa forma as mudanças numa oportunidade que beneficie os cidadãos, as empresas e as seguradoras num melhor desempenho da sua missão.

Muito obrigado!

José Galamba de Oliveira

Presidente da APS