

MARCO ROOVERS, DIRETOR EXECUTIVO DO GRUPO ROOVERS, CONSIDERA

“Mais preocupante é a iliteracia, as más práticas de alguns agentes e o protecionismo de que a banca goza”

A não exclusividade dos agentes não é, de per si, o principal fator responsável pelos problemas e distorções a que se assiste no mercado, nem tão-pouco constitui uma ameaça aos interesses dos consumidores, considera, em entrevista, Marco Roovers.

Vida Económica (VE) - Como classifica o ano 2018 e que projetos tem para 2019?

Marco Roovers (MR) - O ano 2018 foi um ano positivo para nós. Registámos novamente um crescimento sustentado, à semelhança do que vem acontecendo ininterruptamente desde o ano 2010. Demos continuidade ao aprofundamento dos nossos conhecimentos em ramos mais específicos, como é o caso dos transportes, perdas de exploração e responsabilidades. Por outro lado, abraçámos um novo projeto que irá mudar o paradigma da composição da nossa carteira, passando esta a estar cada vez mais alicerçada em ramos não obrigatórios. Em relação a projetos futuros, existem algumas ideias que estão a ser equacionadas e que em breve verão a luz do dia. É ponto assente que manteremos o investimento na aquisição de competências técnicas.

VE - Como se tem desenvolvido a atividade seguradora e de mediação de seguros na Madeira?

MR - Ao nível dos players do mercado regional, infelizmente, temos assistido a diversas situações que não contribuem para o desenvolvimento da nossa atividade. Por um lado, deparamo-nos com algumas seguradoras que, por força da manifesta necessidade de aumento rápido de sua carteira, não respeitam os prémios minimamente aceitáveis na concretização de alguns negócios. Por outro, e no que diz respeito aos agentes de seguros, notamos um baixo nível técnico, muito por culpa de a oferta formativa ser praticamente nula na região. Tendo em conta este panorama, muitos resignam-se a não ser mais que vendedores de descontos, fazendo valer a expressão “eu consigo mais barato”. Como consequência destas atitudes, a atividade sai prejudicada. Os agentes veem as suas remunerações diminuídas e a receita das seguradoras decresce, prejudicando a assistência prestada e fazendo com que, mais tarde, os próprios clientes sofram com a diminuição da qualidade do serviço.

VE - Que diferenças aponta entre a atividade na ilha e no continente?

MR - Num mercado onde a matéria segurável é escassa e o número de agentes é elevado, penso que uma das diferenças que pode ser apontada é a elevada concorrência. Outra diferença tem a ver com a fraca apetência dos consumidores para a aquisição de seguros não obrigatórios. No entanto, este cenário tem vindo a alterar-se fruto de uma população cada vez mais esclarecida e preocupada e da melhoria na transmissão, por parte dos operadores, dos benefícios que a subscrição dos seguros traz para o caso particular de cada consumidor.



No caso concreto da saúde, começam a surgir novas unidades hospitalares privadas que vão contribuir para o melhoramento e ampliação das redes de prestadores. Nota-se igualmente um crescente interesse dos consumidores na procura de soluções de saúde. Ao nível das empresas, tal como já acontece no Continente, verifica-se uma maior apetência dos responsáveis para a utilização de seguros como “employee benefits”, de forma a salvaguardar o bem-estar e a segurança dos colaboradores.

VE - Concorda ou não com a obrigatoriedade de exclusividade no exercício da atividade de mediação de seguros?

MR - Considero que a mediação de

seguros e as más práticas de alguns agentes e o evidente protecionismo de que a banca goza, condicionando determinadamente a vontade e o poder de decisão do consumidor. Com o novo Regime Jurídico da Distribuição de Seguros e de Resseguros, aprovado há poucos dias, perdeu-se uma grande oportunidade de profissionalizar efetivamente o setor e de defender os direitos dos consumidores, através do reforço da livre concorrência e da garantia da defesa do poder de escolha destes. A Diretiva (UE) 2016/97 (DDS), agora transposta, tinha como um dos seus propósitos reforçar a defesa dos direitos dos consumidores. A meu ver, é evidente que este objetivo não foi alcançado, na medida em que,



Com o novo Regime Jurídico da Distribuição de Seguros e de Resseguros, aprovado há poucos dias, perdeu-se uma grande oportunidade de profissionalizar efetivamente o sector e de defender os direitos dos consumidores

seguros deveria ser exercida somente por verdadeiros profissionais, tecnicamente capazes, e não por entidades que veem na mediação uma forma de aumentar as margens financeiras das suas atividades principais. No entanto, entendo que a não exclusividade dos agentes não é, de per si, o principal fator responsável pelos problemas e distorções a que se assiste no mercado, nem tão-pouco constitui uma ameaça aos interesses dos consumidores. Mais preocupantes e lesivos dos interesses das pessoas são a iliteracia em matéria de

por exemplo, se continua a permitir que a banca condicione a decisão dos consumidores, vinculando-os, durante toda a vida dos contratos de crédito, aos contratos de seguro que comercializa.

VE - A venda cruzada de produtos beneficia ou não o consumidor?

MR - No que diz respeito aos produtos de seguros, a venda cruzada é tipicamente encorajada pelas seguradoras. Há um interesse óbvio destas em comercializar produtos que teoricamente são mais difíceis

“Queremos distinguir-nos como consultores e não como simples vendedores”

De acordo com Marco Roovers, este projeto de mediação de seguros teve início em 2004. Inicialmente, como mediador individual e, alguns anos depois, como pessoa coletiva, integrando e beneficiando das sinergias das empresas do grupo.

“Em todas as fases destes cerca de 14 anos de atividade considerei sempre que a nossa evolução só faria sentido se fosse acompanhada de um constante investimento no crescimento da capacidade técnica e do nosso know-how”, destaca.

O diretor-geral alerta que o grupo quer distinguir-se como consultor de seguros, merecedor da confiança dos seus clientes, e não como simples vendedor de seguros. “O nosso objetivo é sentirmos que somos uma mais-valia e uma segurança para os nossos clientes”, refere.

Esta aposta começa a dar os seus frutos com o cada vez maior reconhecimento e fidelização destes. Acrescenta que “é notório o aumento da procura de aconselhamento por parte dos consumidores, preocupados com a sua proteção pessoal e do seu património”.

de colocar isoladamente. As entidades bancárias utilizam igualmente esta técnica de venda tendo como único objetivo angariar as comissões dos seguros de forma a compensar outras perdas financeiras. Um exemplo é o caso da comercialização de “spreads” inferiores aos que tecnicamente deveriam praticar, indo buscar a margem às comissões. A venda cruzada, a meu ver, é benéfica para o cliente desde que seja acompanhada de um correto diagnóstico das necessidades e da realidade deste. Entendo e apoio este tipo de técnica numa ótica de serviço e não de simples venda. Nós, profissionais do setor, devemos dar a conhecer aos clientes as soluções, novidades e alternativas disponíveis e adequadas a estes. Não estamos a prestar um bom serviço se não o fizermos. É a este serviço que eu chamo consultoria e que noto que os clientes cada vez mais valorizam.

VE - Que opinião tem sobre os denominados “produtos fechados”?

MR - Os “produtos fechados” são prática corrente entre as seguradoras, com o objetivo de responder às necessidades específicas de um mediador, das suas estratégias e dos seus clientes.

Desde que os mesmos não condicionem o poder de decisão do consumidor, não contrariando o estipulado no regime jurídico de acesso e exercício da atividade seguradora e resseguradora, não vejo qualquer inconveniente na sua construção e disponibilização.