

“AS DIFERENÇAS SÃO EVIDENTES”

Quais as diferenças entre seguradoras tradicionais e seguradoras telefônicas? O que fica a ganhar o consumidor com a entrada das seguradoras telefônicas no mercado? Para conhecer a realidade deste mercado, a Revista Pontos de Vista conversou com Renato Azevedo, Diretor Comercial e Marketing da Diaza Consultores de Seguros, Lda, que conhecedor do quotidiano deste universo revelou a sua opinião relativamente a este novo player, as seguradoras telefônicas.

A entrada das seguradoras telefônicas no mercado veio trazer maior concorrência ao setor segurador tradicional, mas até que ponto é que o consumidor ficou a ganhar?

Numa ótica de senso comum sempre que entra um novo player num determinado mercado a concorrência fica ligeiramente mais apertada. O caso das seguradoras telefônicas não foge à regra, no entanto a forma como operam é de tal forma limitada que na minha opinião concorrem apenas entre si. Poderiam criar dezenas de companhias diretas que a sua quota de mercado permaneceria semelhante, porque efetivamente são companhias impessoais que não se distinguem umas das outras, aliás muitos dos seus clientes nem sabem se são clientes da “SegurosOkay” ou da “Xseguros”. Isso quer dizer muito da sua filosofia, da sua postura no mercado... ou falta dela.

Das diversas comparações realizadas por órgãos de comunicação social e associações de consumidores, a única evidência é o preço mais baixo das seguradoras telefônicas, mas será que o consumidor percebe a restantes diferenças?

Os consumidores têm clara percepção sobre as inúmeras diferenças entre um serviço prestado por ambas, prova disso é a baixa penetração das companhias diretas no panorama segurador português. Infelizmente devido à atual conjuntura económica o consumidor vê-se obrigado a elevar o fator preço em detrimento do fator segurança, assumindo assim o risco próprio. Não obstante, os consumidores perceberam também que os órgãos de comunicação social mas principalmente as “associações de consumidores” deixaram os códigos de ética de lado optando por parcerias rentáveis, não só a nível de notoriedade mas principalmente a nível financeiro. É na minha opinião lastimável que as associações de consumidores percam a isenção metendo em causa a sua própria razão de existir, deixando assim os interesses da sociedade para segundo plano.

Que impacto é que esta entrada das seguradoras telefônicas no mercado aporta ao mesmo?

Conforme defendi anteriormente a entrada das seguradoras telefônicas vieram disponibilizar um novo serviço no mercado. No meu ponto de vista vieram também aumentar os graus de insatisfação e na minha ótica denegrir ligeiramente a imagem do setor segurador, que lentamente tem vindo a melhorar os seus níveis de reputação com um trabalho sério e de conti-

nuidade elaborado pelos mediadores e corretores.

Esta insatisfação acontece porque dos dois lados existem problemas e entretes a ser resolvidos seja nas companhias diretas como nas tradicionais, a grande diferença é que as tradicionais estão preparadas para escutar os clientes ou em último caso os mediadores enquanto as companhias diretas deixam por vezes pequenos atritos por resolver. Esses pequenos atritos quando não resolvidos criam bastante ruído.

Nesta dualidade entre seguradoras tradicionais e seguradoras telefônicas, existem evidências claras à primeira vista: as primeiras têm um leque alargado de coberturas e um atendimento personalizado e mais eficiente, e as últimas praticam preços mais baixos. Que comentário lhe merece esta realidade? Quais são realmente as principais mais-valias de cada uma?

A questão responde a grande parte das diferenças gerais. São duas realidades completamente distintas, as primeiras têm em mente uma prestação de serviço de qualidade, e para tal investem em formação, desenvolvimento de produtos, inovação, produtos tailor made, atendimento pessoal com único intuito de servir (e bem) o seu cliente. As segundas apostam num conceito tipificado, impessoal com call center's repletos de colaboradores que pouco ou nada percebem da atividade estando muitos deles lá para conseguir um part-time que lhes permita fazer face a despesas extra.

Há quem defenda que a diferença mais significativa prende-se com o atendimento personalizado. Se, por um lado, as seguradoras telefônicas, contactam os clientes por email ou telefone, as ditas tradicionais encaminham um corretor ou mediador que o assistirá pessoalmente. Dada a conjuntura económica atual, o tipo de atendimento continua a ser uma peça chave no momento da decisão?

Independentemente da conjuntura económica um atendimento pessoal e personalizado é sempre o que a generalidade dos consumidores procuram.

Não só porque um mediador poderá entender o problema e servir de elo de ligação com a companhia expondo-o de forma clara e, dessa forma, agilizar a resolução do mesmo, mas também por tornar algo intangível em algo tangível. Um serviço é um ato essencialmente intangível, existem sempre dois intervenientes e nunca será o mesmo mediante diferentes horas ou lo-



Renato Azevedo

13

cais. Por esse motivo a presença física de um mediador, assume uma importância fulcral para entender o problema, resolver e desta forma cuidar do cliente que está numa posição fragilizada. É certo que a diferença significativa entre os dois prestadores de serviço apenas se constata quando acontece o infortúnio, é nessa altura que tudo é colocado em questão desde a adequação da apólice ao risco, às expectativas do cliente e à obrigação legal. É nessa altura que dezenas de clientes entram nos escritórios da Diaza solicitando ajuda e pedindo que se resolva o sinistro a qualquer preço, no entanto nesse momento já nada há a fazer. Por isso entendo que a diferença significativa é o descanso.

Como descreve a evolução da mediação em Portugal? Face às exigências do panorama atual, qual o papel que acredita que as novas gerações terão de desempenhar para reforçar o nome do setor?

Tem existido uma enorme evolução de todos os aspetos relacionados com o setor segurador em Portugal, desde mediadores, companhias, riscos e até os próprios clientes.

No entanto e focando-me mais na mediação existe hoje uma maior preparação dos mediadores e pessoas diretamente envolvidas com a atividade de mediação. Numa primeira instância o aumento da

formação permitiu aos envolvidos uma constante evolução, paralelamente temos os sistemas de informação que permitiram à mediação uma maior autonomia, controlo, eficiência e eficácia na metodologia de trabalho.

As novas gerações vieram refrescar a atividade, munidos de formação académica nas mais diferentes áreas implementaram novas formas de trabalho, novos ideais e transformaram cada pequeno mediador num prestador de serviço de qualidade com presença no mercado.

Para aqueles que estão, neste momento, a optar por um seguro e que se deparam com numerosas questões, que mensagem é importante ser deixada?

Quando se opta por efetuar um seguro temos em mente transferir um determinado risco para uma companhia, quando o fazemos é porque não o queremos assumir e desta forma pagamos para que o façam por nós. Um seguro não pode ser adquirido de forma leviana sem esclarecimento e adequação, efetivamente existem muitas variáveis a ter em consideração para permitir uma correta tarifação do risco. Por esse motivo é de extrema importância consultar um profissional da área que esclareça, questione e constate as suas reais necessidades de forma a poder oferecer um serviço que vá de encontro ao que é espetável. 🍀