

Responsabilidade civil

## Gestores querem seguro para prevenir aumento da litigância

Em tempos de crise, a litigância envolvendo empresas tende a aumentar e justifica o acréscimo de subscrições de seguros de Responsabilidade Civil para diretores e administradores. O património pessoal dos gestores está em risco e a sua proteção constitui a principal preocupação dos gestores na hora de contratar o seguro

Págs. IV-V

II FÓRUM IBÉRICO DOS SEGUROS

**Desajustamento de preços é um dos grandes desafios do setor segurador**

Pág. II



ASSOCIADO EM DESTAQUE



**“Obrigar mediador a revelar remuneração é um desvario completo”**

Pág. VI

CONSULTÓRIO JURÍDICO

**Publicidade do mediador de seguros a produtos e serviços/dever de identificação do operador**

Pág. VIII

## Associado em destaque

RENATO AZEVEDO CONTESTA IDEIA DE PUBLICITAÇÃO DE COMISSÕES

# “Obrigado mediador a revelar remuneração é um desvario completo”

Pode ser considerada invasão de privacidade e embora não afete a atividade da empresa seria sempre uma medida infeliz. É assim que Renato Azevedo, diretor de Marketing da Diaza, encara a possibilidade de ser obrigado a revelar a remuneração auferida por cada serviço de mediação prestado. O responsável da Diaza sublinha ainda o papel incontestável do mediador na melhoria da imagem da companhia de seguros

**Vida Económica - Como a atual conjuntura económica tem afetado o distrito de Aveiro e a vossa atividade?**

**Renato Azevedo** - Tal como todos os distritos do país, o distrito de Aveiro tem sentido os efeitos negativos da atual conjuntura económica nacional e mundial. O tecido empresarial e os habitantes do distrito têm perdido poder de compra efetiva e a atividade seguradora, à imagem de todas as outras atividades económicas, sente “na pele” os efeitos colaterais dessa diminuição de poder de compra. Contudo, já Albert Einstein defendia que “no meio da dificuldade encontra-se a oportunidade” e a Diaza tem conseguido encontrar o caminho que a mantenha na senda do sucesso. Desta forma consegue crescer em volume e valor ano após ano.

**VE - A existência de um contrato de mediação entre a vossa empresa e as seguradoras com que colaboram é impeditivo da defesa dos interesses dos vossos clientes junto daquelas? Porquê?**

**RA** - De forma alguma nos sentimos inibidos em defender os direitos dos nossos clientes perante os nossos parceiros. O contrato existente entre a Diaza e os seus parceiros é efetuado com base na transparência e idoneidade. Somos isentos na defesa dos direitos, quer dos clientes, quer das companhias de seguros que representamos. Convém lembrar que nem só os clientes têm direitos. Pau-

**A mediação faz com que as companhias de seguros não estejam tão expostas ao erro como estavam há 15 anos**

tamo-nos pela transparência e rigor e, logo, quando surge um determinado problema analisamo-lo e lutamos para que se cumpra o que foi contratualmente estabelecido aquando da efetivação da apólice.

Se repararem, substituí a expressão “interesses” por “direitos”, porque, na nossa ótica, não existem interesses, mas sim direitos e deveres de ambas as partes. Trabalhamos com o intuito de os ver cumpridos.

**VE - A mesma defesa dos direitos dos vossos clientes poderá colocar-vos em situação de conflito de interesses com as seguradoras que representam? Porquê?**

**RA** - À imagem do que respondi anteriormente, os direitos dos clientes não deverão gerar qualquer tipo de conflito: se for um direito do cliente, apenas tem de ser cumprido.

Não obstante, reforço que os direitos dos clientes são a nossa principal preocupação e, desta forma, caso tivéssemos de entrar num conflito de interesses por esse motivo, entraríamos com toda a certeza. A questão aqui não é cliente-seguradora ou seguradora-cliente, os direitos são para ser respeitados e nós tudo fazemos para que isso aconteça.

Parece-me claro que muitos conflitos existem entre “cliente-fornecedor”, existem por falta de informação. Damos por nós a resolver sinistros que, numa primeira fase, a companhia declina para posteriormente os aceitar. Esta alteração de posição acontece porque não estavam a analisar a situação de forma correta, simplesmente porque havia alguma falta de informação. O oposto também acontece. Clientes que pretendem efetuar uma determinada participação e que os colaboradores da Diaza esclarecem que não é enquadrável e explicam o porquê. Desta forma evitamos muitos atritos desnecessários.

**VE - De que forma afetaria a atividade da vossa empresa a obrigação de indicar, sem ser a pedido do cliente, o montante de remuneração que recebem pela prestação do serviço de mediação de seguros? Que importância atribuiriam a tal divulgação?**

**RA** - Não afetaria de forma alguma, contudo, pessoalmente, acho um desvario



“Somos isentos na defesa dos direitos dos clientes e das seguradoras”, asseguram Renato e Marcela Azevedo, respetivamente diretor de Marketing e diretora comercial da Diaza.

completo uma medida desse tipo. Para tal acontecer, a medida teria de ser transversal a todos os setores de atividade. Mesmo assim, parece-me uma metodologia bastante infeliz, porque a liberdade de um termina quando começa a do outro. Seria justo exigir que os agregados familiares tivessem de tornar público os seus rendimentos ou revelar quais as suas despesas? Estaríamos, por certo, a invadir a sua privacidade, logo o oposto também acontece.

**VE - A prestação de um serviço de excelência por parte do mediador é suscetível de melhorar a imagem menos boa que uma seguradora possa ter junto dos clientes mútuos? De que modo?**

**RA** - Sem dúvida, um mediador de seguros profissional é uma incontestável mais-valia para uma boa imagem da companhia de seguros. O mediador pode e deve filtrar possíveis erros que possam existir de uma determinada companhia para que o cliente não seja penalizado. Esse serviço faz com que as companhias de seguros não estejam tão expostas ao erro como estavam há 15 anos.

A má imagem que existia das companhias de seguros deveu-se à falta de pessoas especializadas para servir de elo de ligação entre o cliente e a companhia, pessoas essas que não vendem um seguro, mas sim um serviço que vá de encontro às necessidades do cliente. Só

assim poderá existir a satisfação e adequação do custo/benefício.

É certamente por este motivo que as companhias de seguros apostam cada vez mais na sua rede de mediação e, por outro lado, será também por este motivo que as companhias de seguros diretas têm quotas de mercado “irrisórias”, que rondarão os 5%. Os clientes sentem a necessidade de entregar a sua carteira de seguros a entidades/pessoas que garantam o funcionamento da apólice quando acontece o infortúnio.

**VE - Qual a melhor virtude de uma seguradora na ótica do mediador de seguros? Porquê?**

**RA** - A melhor virtude é, sem dúvida, dar a possibilidade ao cliente de transferir o seu risco para a companhia, mediante uma compensação monetária. Desta forma liberta o cliente de uma responsabilidade que não é controlável, salvaguardando-o.

**VE - E o pior defeito? Por que razão?**

**RA** - O pior defeito será a oferta. Não existem ainda no mercado produtos que vão de encontro à total necessidade dos clientes. As companhias estão a trabalhar nesse sentido, contudo, ainda não se conseguem desligar dos produtos-tipo. Perdem bastante tempo a melhorá-los, em vez de criar valor para os seus clientes como novas possibilidades.

### Saber e experiência acumulados em 25 anos

O início da Diaza e do seu “know-how” na atividade seguradora remonta ao ano de 1986 quando, em nome individual, Diamantino Sá Azevedo iniciou a sua atividade como mediador de seguros. Devido à dimensão de carteira conseguida entretanto, sentiu necessidade de criar uma sociedade de mediação, tendo nascido a Diaza em 1998. Numa fase inicial, a sede da empresa funcionava na habitação do sócio-gerente, mas rapidamente houve a necessidade de se transferir para novas instalações. “Com o intuito de criar uma oferta de valor no mercado onde se inseriu, houve a preocupação de escolher parceiros de qualidade, parceiros esses que permitissem à empresa diferenciar-se da demais concorrência a nível de oferta, mas principalmente na de qualidade de serviço”, conta Renato Azevedo, para quem “esta é a principal preocupação da Diaza – prestar um serviço de qualidade focado nas necessidades dos seus clientes”. Atualmente, a empresa está sediada em Santa Maria da Feira, tem uma filial em Arrifana e conta com seis pessoas no seu quadro de pessoal.