

Modelo de gestão de uma empresa mediadora de seguros: o caso da Certeza - Sociedade Mediadora de Seguros Lda.

Relatório de Estágio

Liliana Borges Meneses

Mestrado em

Ciências Económicas e Empresariais



Modelo de gestão de uma empresa mediadora de Seguros: o caso da Certeza – Sociedade Mediadora de Seguros Lda.

Relatório de Estágio

Liliana Borges Meneses

Orientador

Prof. Doutor João Carlos Aguiar Teixeira

Relatório de estágio submetido como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças e Contabilidade.



RESUMO

O presente relatório é o resultado final do estágio realizado no âmbito do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais da Universidade dos Açores, que decorreu de 1 de outubro de 2018 a 1 de fevereiro de 2019, na CERTEZZA – Sociedade Mediadora de Seguros Lda., com sede em Angra do Heroísmo, na ilha Terceira. A principal atividade desta instituição é a mediação de seguros, através de quatro escritórios em pontos estratégicos.

Neste relatório, apresentam-se as atividades desenvolvidas ao longo do estágio na empresa, reputando os conceitos teóricos lecionados ao longo do percurso académico, na licenciatura em Gestão e no mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, aplicando-se alguns destes conceitos durante o estágio.

Inicialmente, é realizado um enquadramento do setor dos seguros em Portugal e na Europa, sucedendo-se a caracterização da empresa e do escritório de Angra do Heroísmo. Posteriormente, descrevem-se as atividades desenvolvidas no decorrer do período de estágio curricular, finalizando com a análise crítica à instituição de acolhimento e às atividades desenvolvidas.

Palavras-chave: seguros, clientes, estágio, gestão.

ABSTRACT

This report is the final result of the internship carried out under the Master's Degree in Economic and Business Sciences of the University of the Azores, which took place from 1 October 2018 to 1 February 2019, in CERTEZZA – Sociedade Mediadora de Seguros Lda., based in Angra do Heroísmo, in Terceira Island. The main activity of this institution is the mediation of insurance, through four offices in strategic points.

This report presents the activities developed during the internship in the company, recognizing the theoretical concepts taught along the academic course, in the degree in Management and in the master's degree in Economic and Business Sciences, applying some of these concepts during the stage.

Initially, a framework of the insurance sector is carried out in Portugal and Europe, following the characterization of the company and the office of Angra do Heroísmo. Subsequently, the activities developed during the course of the curriculum internship are described, concluding with the critical analysis of the host institution and the activities developed.

Keywords: insurance, customers, internship, management.

AGRADECIMENTOS

O alcançar desta etapa, surgiu fruto do um sonho de criança. Deste modo, agradeço com carinho a todas as pessoas que contribuíram, para o sucesso da minha caminhada.

Ao Prof. Doutor João Carlos Aguiar Teixeira, meu orientador, agradeço toda a disponibilidade demonstrada e orientação para a realização do presente relatório.

Gostaria de agradecer ao Dr. José Couto Gonçalves e ao Dr. José Manuel Pacheco de Sousa, por quem nutro um enorme respeito, por terem aprovado a realização do meu estágio na sua empresa.

Quero gratificar também os meus colegas de trabalho, por me terem acolhido e integrado na CERTEZZA – Sociedade Mediadora de Seguros Lda. e por me terem transmitido e partilhado imensos conhecimentos.

Um agradecimento especial aos meus pais, à minha irmã e ao meu namorado, por me incentivarem ao longo da licenciatura em Gestão e do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais. Espero, um dia, retribuir todo o apoio, paciência e compreensão ao longo do percurso académico.

Por último, uma palavra de agradecimento a todas as novas amigas que a Universidade dos Açores me trouxe, que hoje estimo e jamais esquecerei.

ÍNDICE

RESUMO	i
ABSTRACT	ii
AGRADECIMENTOS	iii
ÍNDICE.....	iv
LISTA DE TABELAS	v
LISTA DE FIGURAS	vi
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO.....	1
CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO DO SETOR DE SEGUROS EM PORTUGAL E NA EUROPA.....	3
2.1 Evolução do setor dos seguros em Portugal e na Europa.....	3
2.2 Entidade reguladora de seguros na Europa.....	6
2.3 Entidades reguladoras de seguros em Portugal	6
2.4 Ramos de seguros	7
2.5 Estatísticas de seguros	8
CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO DA CERTEZZA.....	14
3.1 Apresentação e história da CERTEZZA	14
3.2 Organograma da CERTEZZA	15
3.3 Produtos oferecidos pela CERTEZZA	15
3.4 Serviços prestados ao cliente pela CERTEZZA.....	16
3.5 Parceiros de negócio	16
3.6 Presença nas redes sociais	17
CAPÍTULO IV – CARACTERIZAÇÃO DO ESCRITÓRIO DE ANGRA DO HEROÍSMO	18
4.1 Caracterização do escritório de Angra do Heroísmo.....	18
4.2 Caracterização do departamento de apoio comercial	18
4.3 Caracterização do departamento de retenção de clientes	19
CAPÍTULO V – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO	20
5.1 Cobranças de clientes	20
5.2 Retenção de clientes	24
5.3 Atualização da base de dados Libax.....	26
5.4 Elaboração da <i>newsletter</i> da CERTEZZA.....	26
CAPÍTULO VI – ANÁLISE CRÍTICA AO ESTÁGIO	31
6.1 Análise crítica à instituição de acolhimento	31
6.2 Análise crítica às atividades realizadas	32
6.2.1 Cobranças de clientes	32
6.2.2 Retenção de clientes	33
6.2.3 Atualização da base de dados – Libax	33
6.2.4 Elaboração da <i>newsletter</i> da CERTEZZA	34
6.3 Aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e mestrado	35
CAPÍTULO VII – CONCLUSÃO	37
REFERÊNCIAS WEB	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40

LISTA DE TABELAS

Tabela 1. <i>Ranking</i> de quotas de mercado em 2018	9
Tabela 2. Número de apólices emitidas por ramo em 2017 e 2018.....	11
Tabela 3. Prémios emitidos no mercado e taxa de crescimento em 2017 e 2018	11
Tabela 4. Produção do mercado e taxa de sinistralidade em 2017 e 2018	12
Tabela 5. Parcerias da CERTEZZA nos ramos Vida e Não Vida	16

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Canais de distribuição do ramo Vida	10
Figura 2. Canais de distribuição do ramo Não Vida.....	10
Figura 3. Organograma da CERTEZZA.....	15
Figura 4. Portal “Libax”	21
Figura 5. Portal “Segurnet”	21
Figura 6. Portal “Zurich”	22
Figura 7. Portal “Tranquilidade”	22
Figura 8. Portal “Liberty”.....	22
Figura 9. Portal “Canvas”	27
Figura 10. Portal “Eco Seguros Sapo”.....	28

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

O corrente relatório de estágio é elaborado no âmbito do segundo ano do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais, com especialização em Finanças e Contabilidade, lecionado na Universidade dos Açores. O mesmo destina-se, não só a descrever as atividades desenvolvidas no decurso do estágio, mas também a apresentar um enquadramento das mesmas com os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura e do mestrado.

O estágio desenvolveu-se na CERTEZZA, sediada em Angra do Heroísmo, na ilha Terceira, entre 1 de outubro de 2018 e 1 de fevereiro de 2019, sob a orientação do Dr. José Manuel Pacheco de Sousa e teve como principal objetivo o contacto com o mercado segurador e com os clientes da empresa, de forma a aperfeiçoar e complementar as competências pessoais e profissionais adquiridas em todo o percurso académico.

O relatório está estruturado em sete capítulos. Para além do primeiro capítulo de introdução, segue-se, no segundo capítulo, um enquadramento do setor dos seguros em Portugal e na Europa bem como a sua evolução ao longo do tempo e as entidades responsáveis pela sua regulamentação. Concludentemente, são apresentadas algumas estatísticas do setor.

No terceiro capítulo, apresenta-se a CERTEZZA e o seu organograma. São referenciados os produtos oferecidos, serviços prestados ao cliente e os parceiros de negócio da empresa. Posteriormente, é abordada a sua presença nas redes sociais.

No quarto capítulo, é caracterizado o escritório de Angra do Heroísmo, onde decorreu o estágio, e os departamentos de apoio comercial e retenção de clientes que operam na sede da empresa.

No quinto capítulo, são descritas as atividades realizadas na instituição de acolhimento, especificamente, cobranças de clientes, retenção de clientes, atualização da base de dados da empresa e elaboração de uma *newsletter* interna.

No sexto capítulo, é produzida uma análise crítica à instituição de acolhimento e às atividades realizadas, relacionando os conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e o mestrado com as atividades desenvolvidas.

Por fim, no sétimo capítulo, apresentam-se as principais conclusões do relatório de estágio.

CAPÍTULO II – ENQUADRAMENTO DO SETOR DE SEGUROS EM PORTUGAL E NA EUROPA

Neste capítulo, é efetuado um enquadramento do setor dos seguros em Portugal e na Europa, minuciando a sua evolução ao longo do tempo e caracterizando as entidades reguladoras deste setor. São expostas ainda, algumas estatísticas relativamente ao progresso do setor nos últimos dois anos.

2.1 Evolução do setor dos seguros em Portugal e na Europa

Para que sejam perceptíveis alguns dos termos utilizados no relatório, tornou-se necessário definir, numa primeira fase, as palavras seguro e sinistro com base na informação disponível no portal da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (2019).

Deste modo, entende-se por seguro o acordo através do qual o segurador assume a cobertura de um determinado risco, comprometendo-se a pagar as indemnizações ou o capital seguro ao segurado, em caso de ocorrência de sinistro. O sinistro define-se como qualquer evento ou série de eventos resultantes de uma ocorrência que conduza o segurado a acionar as garantias do contrato de seguro.

Os contratos de seguro tiveram início há mais de 700 anos em Portugal e na Europa. O estudo de Navarro (2016) permite conhecer um pouco da história dos seguros e a sua evolução ao longo dos anos.

Assim sendo, a primeira forma de seguro estabelece-se em Portugal, no ano de 1293, no reinado de D. Diniz (Lavrador), através da celebração de acordos entre os mercadores de modo a segurar os riscos marítimos, isto é, perda de cargas durante o transporte marítimo, sendo que em 1300 em Inglaterra e Itália, já existiam

compensações financeiras por morte de pessoas devido a naufrágios das embarcações. No ano de 1347, foi subscrito em Itália o primeiro contrato de seguro que tinha como objeto seguro o transporte de mercadorias entre Génova e a ilha de Maiorca. No entanto, só alguns anos mais tarde, em 1370 sob o reinado de D. Fernando I, os seguros marítimos foram objeto de regulamentação específica, com a promulgação das primeiras leis sobre seguros.

Decorrido mais de um século, no ano de 1488, é assinada a primeira apólice de seguros terrestres conhecida, em Florença, que visava garantir o transporte de uma coroa preciosa enviada de Florença para Nápoles para o rei de Nápoles. Porém, só no ano de 1500 na cidade de Ruen (França), foi publicada a primeira edição do código de seguros: *Le Guidon des Merchants de la Mer* (Guia dos Comerciantes do Mar).

Apesar da grande evolução no mercado segurador nos últimos anos, só em 1529 foi criado em Portugal o primeiro cargo associado aos seguros através de Carta Real de 15 de outubro de 1529. O escrivão de seguros detinha os registos dos contratos de seguros e era responsável pela emissão das respetivas apólices. Alguns anos mais tarde, em 1578 foi criado o cargo de corretor de seguros, cuja função era a intermediação entre os interessados na contratação dos seguros e as seguradoras interessadas em assumir os riscos, sendo que nenhum seguro seria válido se não houvesse a participação do corretor.

A 18 de junho de 1583, a Inglaterra marca o percurso do mercado segurador, naquele que hoje é um dos ramos mais importantes para qualquer empresa, o Ramo Vida. Foi então emitida pela Real Bolsa de Londres a primeira apólice de seguro de vida para William Gybbons, proprietário de salinas, onde constava o pagamento de um prémio anual de 32 libras em troca de uma indemnização de 400 libras aos seus beneficiários, em caso de morte.

Decorridos mais de três séculos desde o início da história dos seguros, surgiu em 1629 na Bélgica, que na altura concentrava 40% de todo o comércio mundial, a primeira grande companhia a segurar o transporte marítimo, caravelas, mercadorias e armazéns contra infortúnios, designadamente, tempestades incêndios e pirataria. Esta companhia designava-se por companhia das Índias Orientais e propagou-se por todo o continente Europeu.

Alguns anos mais tarde, em 1648, foi criada a “Casa dos Seguros” que visava absorver as funções de Corretor de Seguros. Qualquer contrato que fosse realizado fora do âmbito da Casa de Seguros seria anulado e não teria qualquer efeito.

Na Inglaterra, um grande incêndio destrói a cidade de Londres, tornando-se numa das maiores catástrofes da capital Inglesa. O fogo começou na padaria de Thomas Farriner em Pudding Lane e rapidamente se alastrou ao coração da cidade. Segundo os registos da época, entre os dias 2 e 5 de setembro de 1666, foram consumidas pelas chamas 13.200 casas, 87 igrejas e 44 prédios. Os números apontam para 100 mil pessoas desalojadas e 9 óbitos, somando prejuízos no valor de 10 milhões de libras, pelo que logo após o incêndio foi incentivada a criação de companhias de seguros que cobrissem riscos de incêndio, mas só em 1680 foi criada a primeira companhia de seguros a cobrir exclusivamente o risco de incêndio, a “Phoenix Office”.

No ano de 1797 foi fundada a primeira companhia de seguros Portuguesa, conhecida como Bom Conceito, que mais tarde dá origem à Bonança.

Embora o mercado segurador tenha evoluído ao longo do tempo, o seu progresso foi bastante moroso, pois os riscos assumidos pelas seguradoras eram maioritariamente marítimos e de incêndio. Só em 1905 foi subscrita a primeira apólice de seguro automóvel e em 1911 a primeira apólice de seguro de viação. Nos dias de hoje, os riscos segurados estão entre automóvel, acidentes de trabalho, acidentes pessoais, multiriscos,

seguros de vida, entre outros, que posteriormente serão abordados com mais detalhe no presente relatório.

2.2 Entidade reguladora de seguros na Europa

Conforme se apurou no portal oficial da União Europeia (2019), a 1 de janeiro de 2011 foi constituída em Frankfurt na Alemanha, a EIOPA – *European Insurance and Occupational Pensions Authority* (Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões Complementares de Reforma). A EIOPA é um organismo independente que pode dar parecer sobre matéria de seguros ao Parlamento Europeu, Conselho da União Europeia e à Comissão Europeia, sempre que necessário.

Esta instituição foi formada com o objetivo de proteger o interesse público estabelecendo regras e normas de regulamentação e supervisão do mercado segurador, de modo a manter a estabilidade do sistema financeiro. A Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões Complementares de Reforma visa, nos próximos anos, preparar o novo regime de supervisão das empresas de seguros e assegurar o seu cumprimento para garantir que as autoridades seguem práticas coerentes.

2.3 Entidades reguladoras de seguros em Portugal

Em 1982, foi criado em Portugal o ISP – Instituto de Seguros de Portugal, que a partir de 2015 passou a ser conhecido como ASF – Autoridade de Supervisão de Seguros e de Fundos de Pensões. Segundo o portal da Global Seguros (2019), esta entidade é responsável pela regulação e supervisão da atividade seguradora em Portugal e controla todas as atividades que envolvem seguradoras, fundos de pensões, entidades gestoras e de mediação de seguros.

Este organismo tem como função garantir e assegurar o normal funcionamento do mercado segurador, protegendo os tomadores de seguros, pessoas seguras e os beneficiários, de modo a promover a estabilidade financeira das companhias de seguros que estão sob a sua supervisão. Todas as companhias devidamente registadas e creditadas são supervisionadas pela ASF.

A Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões gere ainda o fundo de garantia automóvel e o fundo de acidentes de trabalho. O fundo de garantia automóvel foi instituído com o intuito de assegurar a defesa de todos os cidadãos que estão devidamente segurados e circulam de automóvel na via pública. Então, se um cidadão sofrer um acidente provocado por um automóvel português que não esteja segurado, as despesas associadas ao acidente ficarão a cargo do fundo de garantia automóvel e serão pagas posteriormente a este fundo, pelo culpado do acidente.

O fundo de acidentes de trabalho por sua vez garante que, em caso de acidente de trabalho, e por algum motivo a entidade não possa pagar as prestações devidas pelo acidente, o fundo de acidentes de trabalho deverá responsabilizar-se pelo pagamento das mesmas.

2.4 Ramos de seguros

Existem apenas dois ramos de seguros, o ramo Vida e o ramo Não Vida. O ramo Vida é composto por duas modalidades, especificamente, os seguros de vida e os seguros de vida capitalização conhecidos como PPR - Planos Poupança Reforma. O seguro de vida cobre essencialmente o risco de morte, e como tal, em caso de morte da pessoa segura, a companhia de seguros deverá indemnizar os beneficiários, que poderão ser bancos em caso de seguro de vida associado ao crédito habitação ou os herdeiros legais com o capital acordado na apólice. No entanto, o seguro de vida engloba, na maioria das vezes,

uma das coberturas complementares que podem ser invalidez absoluta e definitiva, no caso da pessoa segura ficar de tal forma incapacitada que necessite de uma terceira pessoa para cuidar das suas necessidades básicas, ou invalidez total e permanente em que a pessoa segura é portadora de um grau de invalidez a partir de 60% (valor que pode oscilar consoante a seguradora), resultante de um acidente ou doença que a incapacite de exercer a sua profissão, mas que não se encontre totalmente inválida, não dependendo assim de terceiros. Porém, as coberturas de invalidez absoluta e definitiva e invalidez total e permanente não podem ser subscritas em simultâneo na mesma apólice. Por outro lado, os seguros de vida capitalização são produtos financeiros de poupança e investimento de médio e longo prazo que são procurados como alternativa aos produtos bancários, uma vez que conferem um rendimento adicional garantido, sem qualquer risco.

Os seguros do ramo Não Vida, como o próprio nome indica, abrangem todos os seguros que não cobrem o risco de morte ou invalidez da pessoa segura. O ramo Não Vida inclui seguros de responsabilidade civil automóvel, acidentes de trabalho, acidentes pessoais, multirriscos habitação e comércio entre outros que são procurados com menos frequência.

2.5 Estatísticas de seguros

Com fundamento nos dados constantes do relatório de Estatísticas de Seguros da ASF (2019), sabe-se que em 2018 operavam em Portugal 76 empresas no setor dos seguros, sendo 41 empresas de seguros de direito português e 35 sucursais de empresas de seguros estrangeiras com sede na União Europeia. Todavia, segundo o portal do jornal Expresso (2019) e o portal Credimédia Seguros (2019), só a Crédito Agrícola Seguros é detida a 100% por capitais portugueses, mas com uma pequena quota de mercado.

Na Tabela 1 pode verificar-se o *ranking* das cinco empresas que detém maior quota de mercado em 2018.

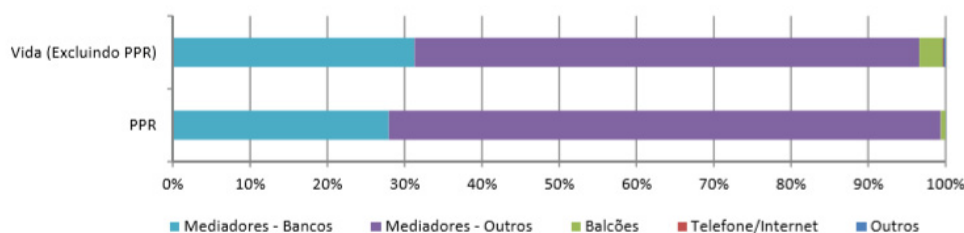
Tabela 1. *Ranking* de quotas de mercado em 2018

Companhia	Quota de Mercado
1º Fidelidade Mundial	35,30%
2º Ocidental Seguros	10,50%
3º Santander Totta	7,60%
4º Seguradoras Unidas	6,10%
5º Allianz	5,30%

Fonte: Portal da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões.

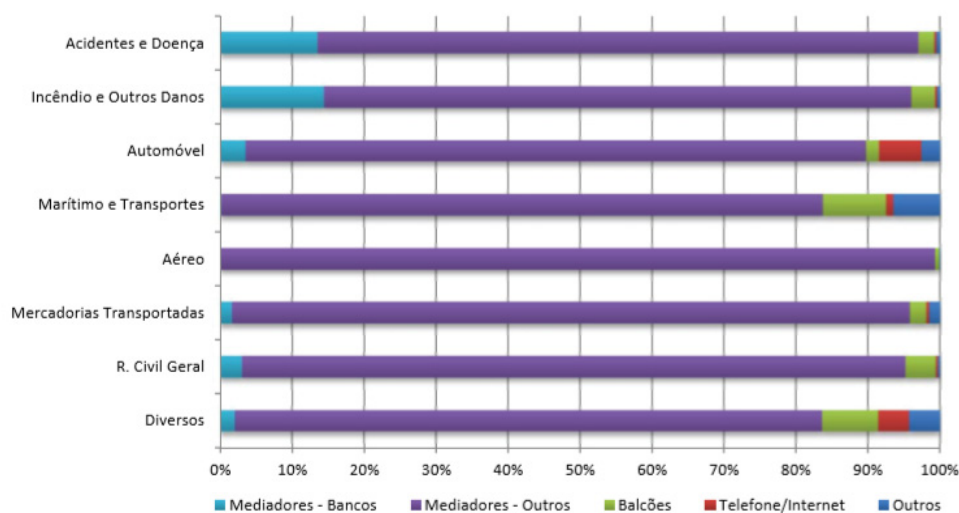
A companhia de seguros Fidelidade Mundial é líder no mercado, quer no ramo Vida quer no ramo Não Vida, com uma quota de mercado de 35,3%, deixando em segundo lugar no pódio a Ocidental Seguros com uma quota de mercado de 10,50%, pois está associada ao banco Millenium BCP. Por sua vez, o Santander Totta ocupa a terceira posição no *ranking* da quota de mercado com 7,60%, sendo atualmente o maior banco privado português. Apesar da queda do antigo Banif, cujos seguros comercializados faziam parte das Seguradoras Unidas, esta companhia conseguiu manter o quarto lugar com uma quota de 6,10%. Em último lugar está a companhia de seguros Alemã, Allianz com uma quota de 5,30%.

É fundamental ainda perceber que no mercado dos seguros existem vários canais de distribuição, isto é, a forma como o produto chega ao cliente final. São várias as hipóteses movimentando-se entre bancos, mediadores, balcões e telefone/internet. No ramo Vida, como mostra a Figura 1, o canal mais escolhido pelos consumidores é o mediador embora cerca de 30% ainda seja a favor dos bancos, devendo-se ao facto de na maioria das vezes os seguros de vida estarem associados ao crédito habitação.

Figura 1. Canais de distribuição do ramo Vida

Fonte: Relatório da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões: “Estatísticas de Seguros 2018”.

No ramo Não Vida, grande parte dos seguros são comercializados por meio dos mediadores. Contudo, os produtos de acidentes pessoais e incêndios ainda estão vinculados aos bancos em cerca de 15%, como se pode verificar na Figura 2. Isto deve-se ao facto de serem produtos de fácil apresentação e de criarem necessidade e curiosidade no cliente num pequeno período de atendimento.

Figura 2. Canais de distribuição do ramo Não Vida

Fonte: Relatório da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões: “Estatísticas de Seguros 2018”.

Na Tabela 2, são apresentados alguns dados recolhidos pela Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (2019), relativamente ao número de apólices emitidas em 2017 e 2018, por ramo, e a taxa de crescimento das mesmas.

Tabela 2. Número de apólices emitidas por ramo em 2017 e 2018

	2018	2017	Taxa de Crescimento
Ramo Vida	4 707 064	4 765 651	- 1,23%
Ramo Não Vida	23 568 298	27 443 815	- 14,12%

Fonte: Relatório da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões: “Estatísticas de Seguros 2018”.

O número de apólices emitidas no ramo Vida registou uma diminuição, em 2018, face a 2017. Em 2017 o número de apólices rondava os 4 765 651 milhões, marcando assim um crescimento negativo de 1,23%, pois em 2018 apenas foram emitidas 4 707 064 milhões de apólices. O ramo Não vida manteve as tendências do mercado, assinalando uma taxa de crescimento negativa de 14,12% devido aos 23 568 298 milhões de apólices emitidas em 2018, face aos 27 443 815 milhões emitidas em 2017.

Apesar do número de apólices emitidas ter minorado em 2018, a produção de seguro em Portugal, no que respeita aos prémios emitidos, contrariou a tendência do mercado como se pode observar na Tabela 3.

Tabela 3. Prémios emitidos no mercado e taxa de crescimento em 2017 e 2018

	2018	2017	Taxa de Crescimento
Ramo Vida	8 114	7 089	14,46%
Ramo não vida	4 827	4 494	7,41%
Total	12 941	11 583	11,72%

Fonte: Relatório da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões: “Estatísticas de Seguros 2018”.

u.m: milhões de euros

O ramo Vida verificou em 2018, um crescimento bastante significativo na ordem dos 14,46% face a 2017, pois os prémios emitidos aumentaram cerca de 1 025 milhões de euros em 2018. Quanto ao ramo Não vida, os prémios emitidos subiram avultadamente cerca de 333 milhões de euros, registando deste modo, uma taxa de crescimento de 7,41%. O ano de 2018 terminou com um balanço positivo devido ao

acréscimo total dos prémios emitidos em 1 358 milhões de euros, que resultou num acréscimo total de 11,72%.

No que concerne aos produtos do ramo Não Vida, desenvolve-se com mais detalhe, com base na Tabela 4, as estatísticas da ASF sobre a produção do mercado e a taxa de sinistralidade, nos últimos dois anos, dos produtos mais significativos para este ramo.

Tabela 4. Produção do mercado e taxa de sinistralidade em 2017 e 2018

	Produção 2018	Produção 2017	Sinistralidade 2018	Sinistralidade 2017
Automóvel	1 718 169 722,00€	1 610 168 606,00€	75,60%	76,10%
Acidentes Trabalho	800 618 419,00€	705 166 702,00€	84,40%	99,40%
Multirriscos	761 770 492,00€	721 631 934,00€	63,00%	82,50%
Acidentes Pessoais	181 967 595,00€	176 910 225,00€	32,30%	32,50%
Doença	807 088 837,00€	751 275 227,00€	72,50%	72,40%

Fonte: Relatório da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões: “Estatísticas de Seguros 2018”.

O produto automóvel é um dos produtos com mais influência nos números da produção do ramo Não vida e como tal, em 2018 não foi exceção, pois registou um incremento de produção de cerca de 1 718 milhões de euros comparativamente a 2017. Verificou-se ainda uma pequena diminuição da taxa de sinistralidade, que se traduz num aspeto favorável para o ramo automóvel.

No caso dos acidentes de trabalho o ano de 2018 ficou marcado por um aumento de produção para mais de 800 milhões de euros face aos 705 milhões apurados em 2017. Na ótica da sinistralidade, o balanço é bastante positivo dado o decréscimo significativo em 2018 da taxa de sinistralidade que em 2017 demarcava valores na ordem dos 99%.

No que respeita aos Multirriscos, estes englobam diversas vertentes, mais concretamente, habitação, comércio e indústria, pelo que não foi possível apurar detalhadamente cada uma destas vertentes. De uma forma geral este produto registou

também um acréscimo no número de apólices emitidas e por conseguinte uma redução considerável na taxa de sinistralidade para os 63% no último ano.

Relativamente aos acidentes pessoais, a tendência não foi diferente, pois a produção em 2018 subiu mais de 5 milhões de euros comparativamente à produção de 2017. No entanto, a taxa de sinistralidade permaneceu praticamente inalterada.

No que concerne aos produtos de Doença, registou-se uma grande melhoria na produção para 807 milhões de euros face aos 751 milhões apurados em 2017. Contudo, foi registada uma pequena subida da taxa de sinistralidade de 72,40% para 72,50% em 2018, sendo o único indicador negativo nos números de produção registados em 2018.

Em síntese, apurou-se que a história dos seguros em Portugal teve início em 1293 no reinado de D. Diniz (O lavrador), segurando riscos marítimos. Nos dias de hoje, os seguros são regulados por entidades competentes para o efeito quer a nível Nacional quer a nível Europeu. Com base nas estatísticas publicadas pela ASF, constatou-se que o mercado melhorou em 2018, face a 2017, devido ao aumento de apólices emitidas e prémios emitidos no mercado, nos ramos Vida e Não Vida. Verificou-se não só o incremento da produção do mercado nos diversos produtos do ramo Não Vida, como também melhorias significativas nas taxas de sinistralidade.

CAPÍTULO III – CARACTERIZAÇÃO DA CERTEZZA

Neste capítulo, são abordados alguns temas relacionados com a caracterização da CERTEZZA, nomeadamente a sua apresentação e história, o seu organograma, os produtos oferecidos e serviços prestados aos vários tipos de clientes, bem como as parcerias firmadas e a sua presença nas redes sociais.

3.1 Apresentação e história da CERTEZZA

A CERTEZZA foi fundada a 18 de julho de 2002 na ilha Terceira, a partir da união de quatro carteiras individuais de quadros do grupo Monjardino, no sentido de otimizar uma área de negócio desta empresa. Neste sentido, constitui-se desde logo como agente de seguros multimarca.

Segundo o Dr. José Couto Gonçalves, atuando inicialmente na ilha Terceira, nos concelhos de Angra do Heroísmo e Praia da Vitória, a 10 de julho de 2003 adquire a carteira do principal agente da ilha de São Jorge na freguesia da Calheta, passando a atuar pela primeira vez fora do seu espaço de origem. Subsequentemente, em Abril de 2007, a empresa direciona-se para Portugal Continental, com a criação de um novo escritório sito em Odivelas, operando nos ramos vida e não vida, mas sobretudo na rede especializada acidentes pessoais e saúde.

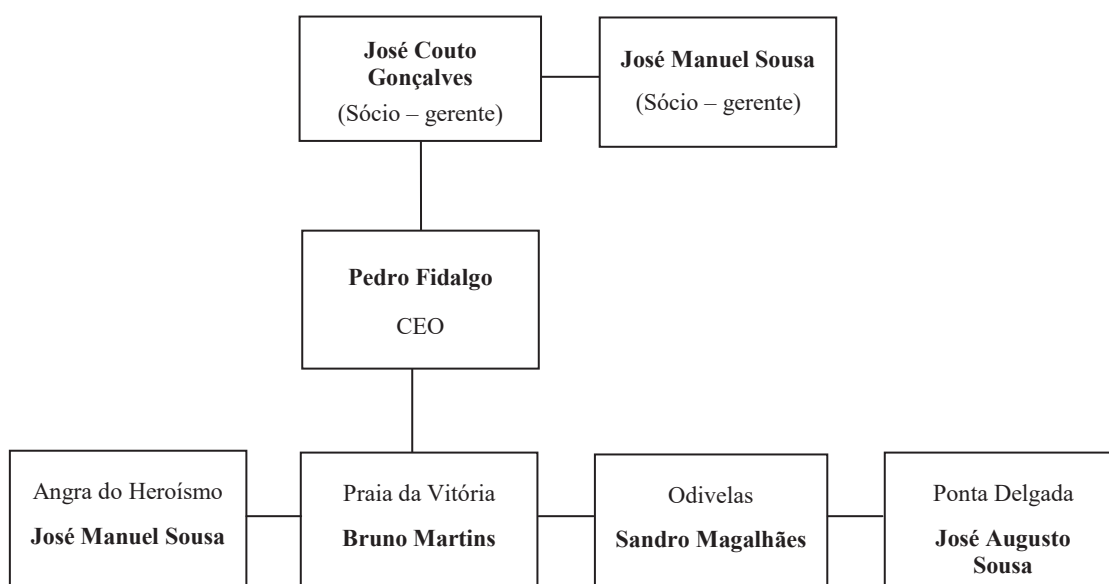
Em 2008 a empresa deixa de ser participada pelo grupo Monjardino, sendo adquirida pelo Dr. José Couto Gonçalves, um dos quatro fundadores da empresa, e ainda hoje sócio-gerente maioritário da mesma. Em 2014, por via da desertificação em termos estratégicos, a CERTEZZA desinveste na ilha de São Jorge, direcionando o seu investimento, em 2015, para a ilha de São Miguel onde opera nos dias de hoje.

3.2 Organograma da CERTEZZA

A CERTEZZA é hierarquicamente constituída por dois sócio-gerentes, o Dr. José Couto Gonçalves e o Dr. José Manuel Pacheco de Sousa. Recentemente foi contratado o *Chief Executive Officer* (CEO), Dr. Pedro Morais Fidalgo, com o objetivo de dinamizar a empresa e seguir as constantes evoluções do mercado.

Os colegas José Sousa, Bruno Martins, Sandro Magalhães e José Augusto Sousa são responsáveis pelas unidades de negócio de Angra do Heroísmo, Praia da Vitória, Odivelas e Ponta Delgada respetivamente, como ilustra a Figura 3. Em 2019, a CERTEZZA conta com um total de cerca de 30 funcionários.

Figura 3. Organograma da CERTEZZA



3.3 Produtos oferecidos pela CERTEZZA

A oferta da CERTEZZA destina-se aos particulares bem como às empresas, tendo em conta a constante evolução do mercado segurador. Neste sentido, oferece um leque de produtos de diversas companhias, sendo eles acidentes de trabalho por conta de outrem

ou independentes, acidentes pessoais, automóvel, responsabilidade civil, multirriscos habitação e comércio, seguros de saúde e seguros de vida.

3.4 Serviços prestados ao cliente pela CERTEZZA

O serviço proporcionado ao cliente pela empresa, não se esgota na venda de seguros, percorrendo um longo caminho desde o momento venda até ao sinistro, passando por alterações nas apólices, atendimento ao cliente, gestão e abertura de processos de sinistros e emissão de cartas verdes. Na CERTEZZA, a qualidade do serviço é uma vantagem competitiva em detrimento do preço.

3.5 Parceiros de negócio

A CERTEZZA tem vindo a firmar parcerias ao longo dos anos e como tal tem diversos parceiros de negócio no ramo Vida e Não Vida como se pode presenciar na Tabela 5. Apesar da diversidade de parcerias, esta organização, no seu dia-a-dia, conta com maior apoio das companhias de seguros Zurich, Liberty e Açoreana no ramo Não Vida e April no ramo Vida.

Tabela 5. Parcerias da CERTEZZA nos ramos Vida e Não Vida

Ramo Vida	Ramo Não Vida
Real Vida Seguros (2015)	Açoreana/Tranquilidade (1999)
Generali Vida (2017)	Generali (2011)
Zurich Vida (2000)	Zurich (2000)
Metlife (2013)	Liberty (2007)
Aisa (2018)	Lusitânia (2017)
April (2007)	Allianz (2018)

3.6 Presença nas redes sociais

A CERTEZZA está presente apenas no *facebook*. Contudo, o *facebook* tem um papel bastante ativo na empresa, pois é a plataforma utilizada para dar a conhecer a empresa e ainda publicar e partilhar artigos e notícias sobre seguros e a evolução do mercado segurador.

É publicado em média um artigo por semana abordando vários temas que incentivem e alertem os clientes para a importância de ter um seguro. Para além da presença no *facebook*, a entidade possui um portal na internet, onde se pode consultar algumas informações sobre a empresa.

Em suma, a CERTEZZA dedica-se à atividade seguradora, sendo que ao longo dos anos tem vindo a estabelecer parcerias com novas companhias de seguros existentes no mercado e a melhorar e aumentar a oferta de produtos, através do investimento na rede especializada e vida. A CERTEZZA também está presente no *facebook* com o objetivo de publicar e partilhar artigos sobre a temática já referida.

CAPÍTULO IV – CARACTERIZAÇÃO DO ESCRITÓRIO DE ANGRA DO HEROÍSMO

Neste capítulo, descreve-se o escritório de Angra do Heroísmo bem como os departamentos de apoio comercial e retenção de clientes, existentes nesta unidade de negócio.

4.1 Caracterização do escritório de Angra do Heroísmo

O escritório de Angra do Heroísmo é constituído por dez funcionários, dos quais três são responsáveis diariamente pelo *front office* e outro por resolução de sinistros, acompanhamento de clientes com elevada importância para a empresa, bem como orientação e acompanhamento dos objetivos definidos para esta unidade de negócio. Os restantes funcionários são responsáveis pelos departamentos de apoio comercial e retenção de clientes.

Ainda assim, sempre que seja necessário, devido ao elevado volume de trabalho, qualquer colega pode prestar auxílio aos demais colegas da empresa nas diversas funções que desempenham, para assegurar o normal funcionamento da atividade.

4.2 Caracterização do departamento de apoio comercial

O departamento de apoio comercial é um dos eixos fundamentais na unidade de Angra do Heroísmo, pois é composto por dois funcionários cuja intervenção está orientada para auxiliar os vários escritórios da CERTEZZA, de modo a garantir o normal funcionamento da atividade da empresa. Este departamento é responsável pela emissão de apólices do escritório da Praia da Vitória, simulações e emissões de apólices da rede especializada bem como gestão de sinistros da rede acidentes pessoais e saúde.

O departamento de apoio comercial é ainda responsável por monitorizar todas as movimentações na conta de clientes da CERTEZZA relacionadas com pagamentos de clientes e fornecer o apoio necessário a todas as unidades de negócio.

4.3 Caracterização do departamento de retenção de clientes

O departamento de retenção de clientes é uma aposta recente da CERTEZZA e é integrado por um funcionário, que tem como tarefa principal a retenção e fidelização dos clientes às companhias com que trabalham e ao serviço prestado pela empresa e angariação de novos clientes para os escritórios da Praia da Vitória e Angra do Heroísmo.

Este departamento trabalha listagens de clientes das unidades de negócio da Praia da Vitória e Angra do Heroísmo. Cada cliente é trabalhado individualmente e são exploradas todas as oportunidades de negócio que possam surgir. Na impossibilidade de fechar um novo contrato com o cliente, o contacto é utilizado para questiona-lo acerca da sua satisfação para com os serviços da empresa.

Sumariamente, a unidade de Angra do Heroísmo tem um papel fundamental na empresa como um todo, pois dá o seu contributo a todos os escritórios da empresa em determinadas atividades, através dos departamentos de apoio comercial e retenção de clientes.

CAPÍTULO V – ATIVIDADES DESENVOLVIDAS NO ESTÁGIO

Neste capítulo, serão expostas as atividades realizadas durante o estágio, designadamente, cobranças a clientes, retenção de clientes, atualização da base de dados da empresa e elaboração da *newsletter* interna da empresa.

5.1 Cobranças de clientes

Durante o meu período de estágio, tive a oportunidade de alargar os meus conhecimentos acerca da base de dados utilizada no mercado de seguros, evidenciada na Figura 4, denominada Libax.

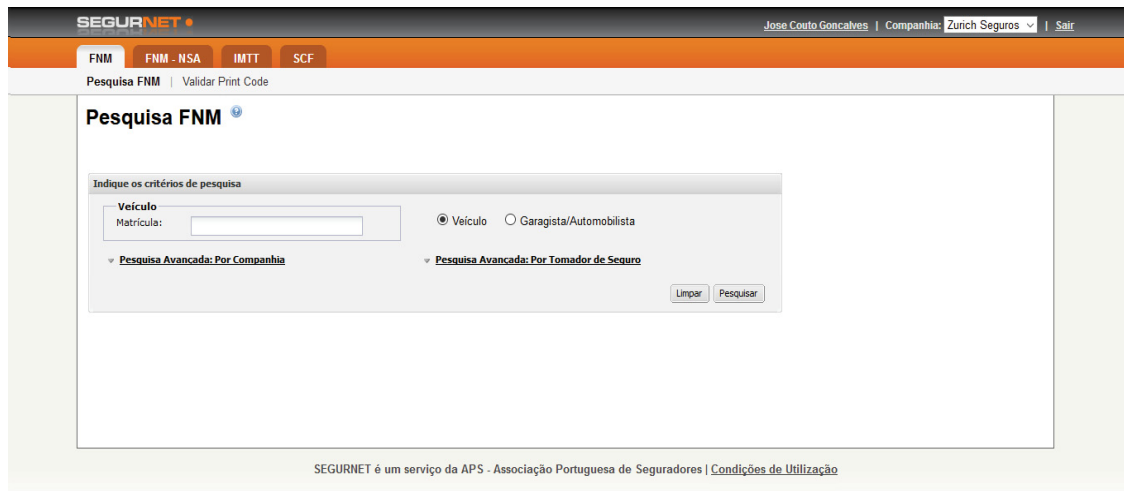
Figura 4. Portal “Libax”

O Libax, é o *software* utilizado diariamente pela CERTEZZA, onde estão registados todos os clientes da empresa bem como todas as apólices que subscreveram, quer estejam ativas ou anuladas. A ficha de cada cliente contém os dados pessoais mais importantes que são necessários para eventuais contactos com o cliente ou que sejam indispensáveis para a emissão de novas apólices e ainda observações que sejam

relevantes sobre o perfil do mesmo e questionem a permanência do cliente na CERTEZZA.

No processo de cobranças é imprescindível a utilização de outra plataforma designada por Segurnet, visível na Figura 5.

Figura 5. Portal “Segurnet”



The image shows a screenshot of the Segurnet portal. At the top, there is a navigation bar with the Segurnet logo on the left and user information on the right: 'Jose Couto Goncalves | Companhia: Zurich Seguros | Sair'. Below this is a secondary navigation bar with tabs for 'FNM', 'FNM - NSA', 'IMTT', and 'SCF'. The main content area is titled 'Pesquisa FNM' and includes a sub-header 'Indique os critérios de pesquisa'. Under this, there is a 'Veiculo' section with a 'Matricula:' input field and two radio buttons: 'Veiculo' (selected) and 'Garagista/Automobilista'. Below the input field, there are two expandable sections: 'Pesquisa Avancada: Por Companhia' and 'Pesquisa Avancada: Por Tomador de Seguro'. At the bottom right of the search form, there are 'Limpar' and 'Pesquisar' buttons. At the very bottom of the page, a footer states: 'SEGURNET é um serviço da APS - Associação Portuguesa de Seguradores | [Condições de Utilização](#)'.

Esta plataforma é um serviço da APS – Associação Portuguesa de Seguradores, a que todas as seguradoras têm acesso, e que permite a consulta de matrículas a nível nacional. É possível ainda averiguar a sinistralidade associada a cada matrícula, os dados e características de cada veículo e a companhia onde o veículo está seguro.

No procedimento de cobranças é necessária ainda, a consulta de três plataformas das companhias principais com que a CERTEZZA trabalha diariamente, nomeadamente a Zurich, evidenciada na Figura 6, Tranquilidade evidenciada na Figura 7, e Liberty evidenciada na Figura 8.

Figura 6. Portal “Zurich”

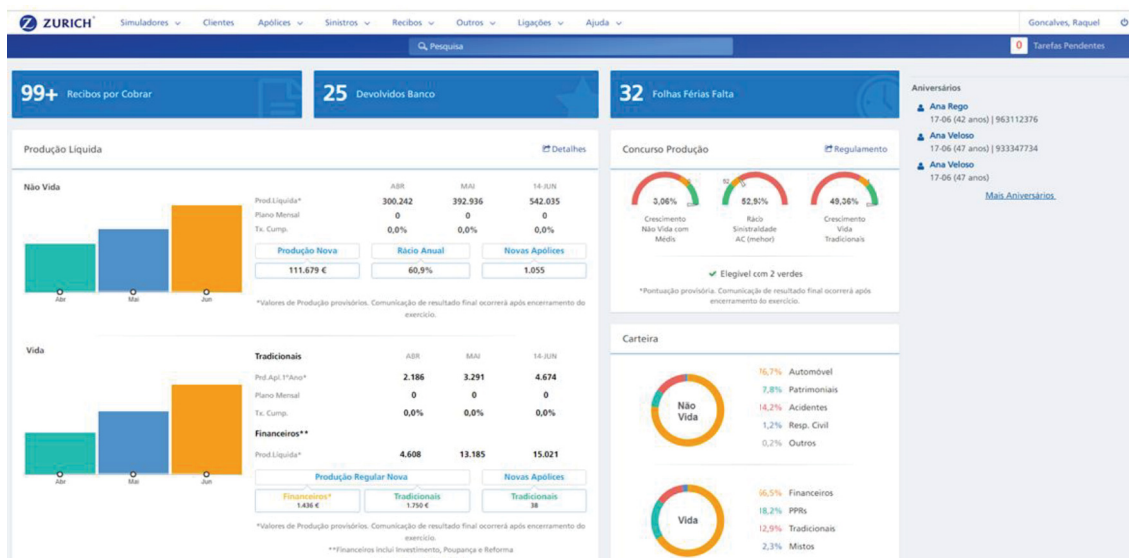


Figura 7. Portal “Tranquilidade”

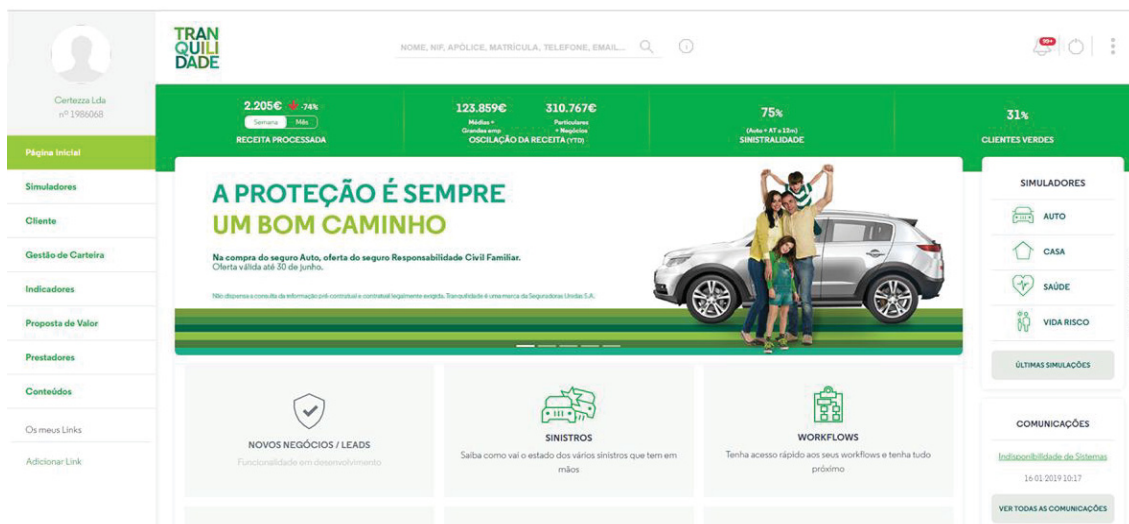
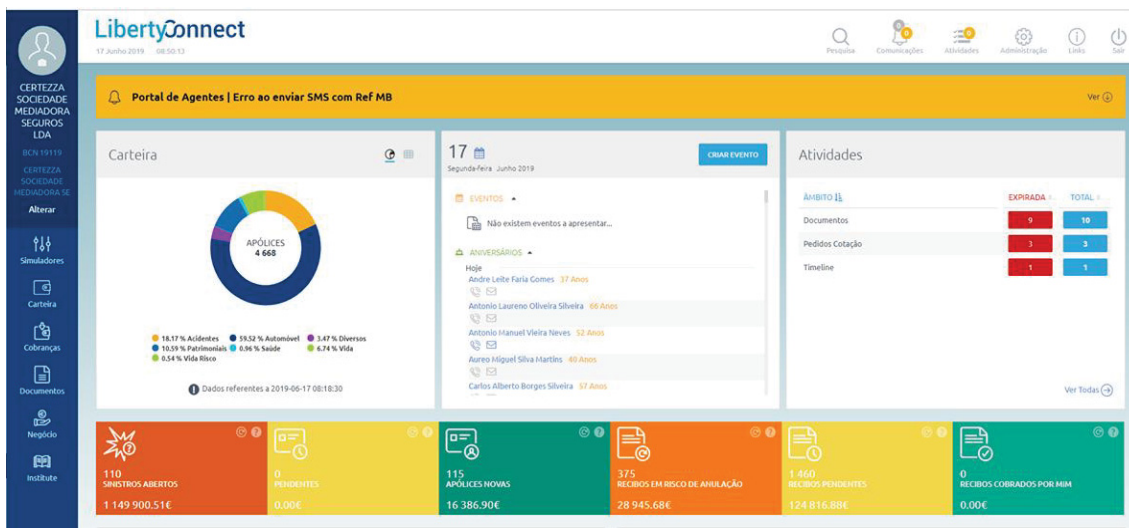


Figura 8. Portal “Liberty”



Para que o processo de cobrança seja o mais eficiente possível e de forma a evitar que o cliente transfira o seguro, foi adotada uma metodologia de trabalho baseada numa sequência de procedimentos:

1º - Listagem: No início de cada mês é retirada das três companhias acima descritas, uma listagem de recibos em dívida, que é posteriormente tratada num ficheiro de *excel* de modo a eliminar informação com reduzida importância e a ordenar as apólices por data de vencimento.

2º - Confirmar pagamento: Em seguida, passados cerca de dois dias da data de vencimento do contrato, confirma-se na plataforma da companhia se, entretanto, o cliente efetuou o pagamento do seguro. Caso o pagamento já tenha sido efetuado passa-se à cobrança seguinte.

3º - Confirmar matrícula: Porém, se o seguro não tiver sido liquidado e no caso de ser um seguro automóvel, verifica-se a matrícula na base de dados da plataforma Segurnet, de modo a apurar se o cliente ainda pertence à carteira da CERTEZZA ou se transferiu o seguro para outra companhia. No caso de outros ramos, não existe forma de aferir sobre a permanência do contrato na nossa mediação.

4º - Transferência de seguro: Se se verificar a transferência do seguro, procede-se à devolução do recibo no sistema da companhia e solicita-se a anulação da apólice. Em seguida efetua-se o mesmo procedimento no Libax de modo a regularizar a situação no sistema da CERTEZZA.

5º - Contactar cliente: Caso o cliente não tenha transferido o seguro, estabelece-se contacto telefónico questionando-o acerca do seu interesse na renovação da apólice.

6º - Anular apólice: Muitas vezes, aquando do contacto telefónico, o cliente mostra-se interessado na renovação da apólice, mas, no entanto, não procede ao pagamento. O não pagamento da apólice, implica a anulação da mesma por falta de pagamento.

5.2 Retenção de clientes

Segundo o CEO da empresa, Dr. Pedro Morais Fidalgo, “Recuperar um cliente custa dez vezes mais do que mantê-lo”, pelo que é necessário retê-lo e fidelizá-lo.

A retenção de clientes é uma aposta recente, que faz parte do projeto de evolução da CERTEZZA, no qual tive oportunidade de participar, dando algum auxílio à colega Catarina Ferreira, responsável pelo departamento. Este projeto permitiu-me apurar alguns conhecimentos sobre os diversos tipos de clientes e para a forma como se deve lidar com cada um deles. Embora ainda seja um processo em fase experimental, optou-se por fazer um *script* de atendimento ao cliente de forma a construir uma empatia com o mesmo em detrimento de uma venda coagida ou forçosa.

Este *script* engloba os aspetos essenciais a ter em conta durante o contacto com cliente, particularmente:

- Linguagem clara, agradável, bem articulada e objetiva;
- Ter em atenção o tom de voz;
- Empatia para entender as necessidades do cliente;
- Transparência e eficiência;
- Proatividade para agir instantaneamente;
- Compromisso com o bem-estar do cliente;
- Despertar a curiosidade do cliente;
- Oferecer algum tipo de vantagem;
- Permitir a realização de questões;
- Criar sensibilidade e conhecer o cliente;
- Garantir segurança e solucionar as questões do cliente;
- Conhecer bem o produto;

- Agradecimento;
- *Keywords*: Economia de dinheiro, Economia de tempo, comodidade;

O processo de retenção passa, inicialmente, por estudar o cliente através da sua ficha na plataforma Libax de forma a perceber quais os produtos que já subscreveu e os que poderá subscrever no futuro de acordo com alguns aspetos como a idade ou profissão por exemplo. Em seguida, verifica-se junto das companhias a possibilidade de aplicar um desconto de retenção nas apólices existentes ou no caso de apólices mais antigas, é preparada uma nova simulação e pondera-se acerca dos produtos que poderemos oferecer ao cliente, no momento do contacto, fazendo *X-Sell*. Finalmente, é efetuado o contacto telefónico com o cliente e para facilitar o processo foi produzido um discurso a seguir no decorrer da conversa:

Exemplo: Bom dia, fala a Liliana da CERTEZZA – Sociedade Mediadora de Seguros. Estou a falar com o Sr. X? Como está? Tem disponibilidade para falar agora? Serei breve. Estive a analisar a sua ficha de cliente e a rever o prémio da sua apólice automóvel e verifiquei que é possível aplicar um desconto, pois sei que lhe é conveniente poupar. Por acaso, tem algum seguro de vida associado ao crédito habitação? Desde 2009 é possível transferir o seguro de vida, melhorando as condições e obtendo uma poupança anual até 60%. Podemos fazer uma simulação sem compromisso e analisar a solução que lhe seja mais vantajosa, pois trabalhamos com grandes companhias de seguros e somos a maior mediação dos Açores e faremos um estudo exaustivo da sua carteira na empresa.

A retenção de clientes é um processo em constante adaptação ao meio envolvente, isto é, todo o discurso aquando do contacto telefónico é influenciado por diversos fatores como a hora em que é efetuado o contacto, a carteira do cliente, a forma como reage ao nosso contacto mostrando ou não interesse noutros produtos.

5.3 Atualização da base de dados Libax

O Libax sofre diversas alterações diariamente, pois está automatizado para importar informação diretamente dos sistemas das companhias. Porém, isto não significa que a importação direta seja bem-sucedida, pelo que diariamente são efetuadas algumas atualizações e correções na base de dados, pois é um processo simples e rápido. Estas atualizações passam especificamente por:

- Unificar entidades duplicadas
- Unificar apólices duplicadas
- Unificar recibos duplicados
- Corrigir datas de emissão das apólices
- Carregar recibos em falta
- Atualizar fichas de clientes

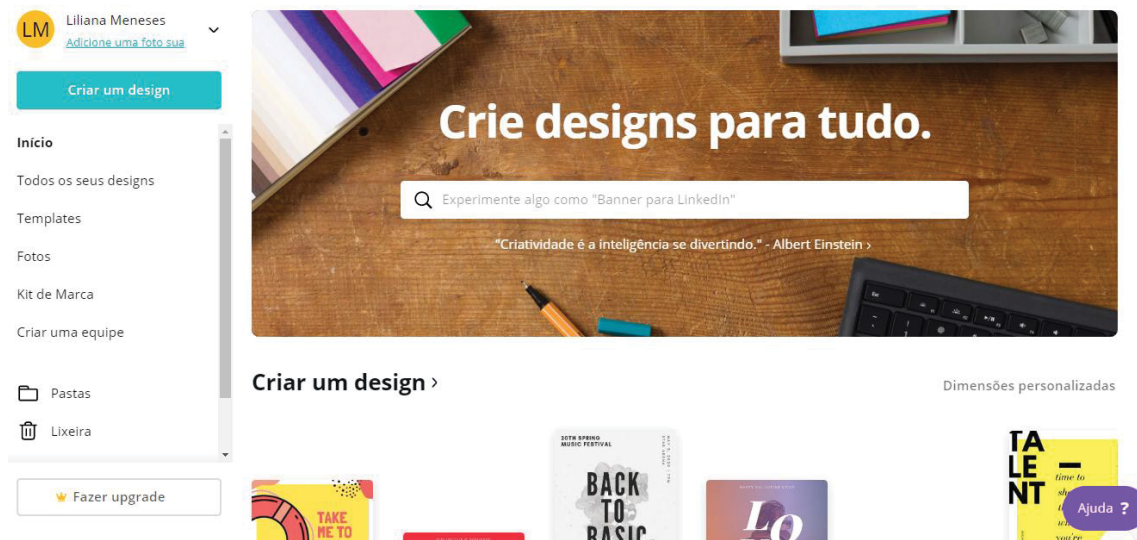
5.4 Elaboração da *newsletter* da CERTEZZA

Recentemente, foi criada na empresa uma *newsletter* interna com o objetivo de promover a comunicação entre os colaboradores e os escritórios da empresa. Esta *newsletter*, denominada CZZ NEWS, foi criada por iniciativa do Dr. Pedro Morais Fidalgo dando a conhecer, em cada edição, um dos colaboradores ou parceiros da empresa e apresentando os resultados obtidos em cada unidade de negócio e o grau de realização dos objetivos.

No decorrer do estágio, o Dr. José Sousa achou que seria uma mais-valia tanto para mim como para a organização, a minha participação neste projeto, dado que poderia aprender muito mais sobre a empresa e a sua envolvente e também poderia aplicar os meus conhecimentos nas diversas vertentes que a *newsletter* versa, tornando-a mais dinâmica. De modo a explicitar a metodologia utilizada na elaboração desta revista,

tem-se por base a CZZ NEWS do mês de janeiro de 2019. Todo o *design* é feito na plataforma Canvas, como demonstra a Figura 9.

Figura 9. Portal “Canvas”



Todas as edições publicadas em 2019 fazem parte do volume 1 da revista, sendo o mês de janeiro a primeira edição da *newsletter* CZZ NEWS. Esta edição tem como título “FOCO nas pessoas, no crescimento e na expansão”, pois reflete os resultados do último semestre de 2018 bem como o grau de realização dos objetivos.

Inicialmente, é pedido aos responsáveis de cada unidade de negócio e ao CEO da empresa um pequeno texto de reflexão acerca do desempenho de cada unidade de negócio no mês decorrido. Estes textos serão as primeiras páginas da revista, alinhados com a reflexão do CEO Dr. Pedro Morais Fidalgo e do Dr. José Couto Gonçalves, sócio gerente maioritário da CERTEZZA.

De seguida, é retirada da plataforma Libax, uma listagem de todas as apólices emitidas no mês de janeiro nas unidades de negócio de Angra do Heroísmo, Praia da Vitória, Ponta Delgada e Odivelas, em que são contabilizados os prémios comerciais por cada colaborador em produção nova e produtos estratégicos. Toda a informação é consolidada na revista, dando relevância aos três primeiros lugares do pódio.

Posteriormente, é retirada uma nova listagem da plataforma Libax, mas que apenas consolida os prémios comerciais emitidos nos produtos de acidentes pessoais/saúde e vida por colaborador.

Sendo o mês de dezembro o mês em que termina o segundo semestre de 2018, é necessário quantificar os objetivos atingidos. Assim sendo, a edição do mês de janeiro contempla uma rúbrica adicional denominada por objetivos/resultados por seguradoras. No início do ano, cada uma das seguradoras com que a CERTEZZA trabalha, define os objetivos a atingir em cada semestre do ano. Toda essa informação é compilada num *dashboard*, que contempla os indicadores mais relevantes acerca da realização dos objetivos, nomeadamente, os objetivos a atingir, o que falta para atingir, objetivos mensais e semanais e o grau de realização dos objetivos mensal. Este *dashboard* é fornecido pelo Dr. Pedro Morais Fidalgo e sendo o seu conteúdo de carácter confidencial, não pode ser evidenciado no presente relatório.

Subsequentemente, apresenta-se a rúbrica “*Breaking news – Mundo Segurador*”. Nesta rúbrica são publicadas algumas notícias relevantes do mercado segurador, retiradas do portal Eco Seguros Sapo, como indica a Figura 10.

Figura 10. Portal “Eco Seguros Sapo”



Em seguida, a *newsletter* deixa de parte os números e dá a conhecer um pouco do mundo da organização a todos os colaboradores. Deste modo, a rúbrica CZZ Pergunta, mostra a pessoa por detrás do profissional, sendo a entrevistada do mês de janeiro a colega Ana Alves, coordenadora/supervisora da rede de acidentes pessoais e saúde. As perguntas realizadas foram:

- Nome completo
- Idade
- Data de entrada na empresa
- Função na empresa
- Último livro lido
- Comida preferida
- Se fosse para o deserto levava...
- Última música que escutou
- Valor que mais preza
- Desejo para 2019

Para a rúbrica CZZ Parcerias, tive oportunidade de entrevistar a colega Alexandra Quintans, comercial da companhia de seguros de vida April, com que trabalhamos diariamente, realizando as seguintes perguntas:

- Nome completo
- Idade
- Cargo
- Como descreve a sua relação com a CERTEZZA?
- O que representa a CERTEZZA para a April?
- Quais as maiores expectativas futuras para a relação April/CERTEZZA?

Por fim, são compartilhadas algumas fotografias dos eventos promovidos pela CERTEZZA, especialmente a quarta reunião trimestral de 2018, que teve lugar no escritório de Odivelas e na qual participaram os responsáveis pelas unidades de negócio e o décimo sétimo aniversário da CERTEZZA nos quatro escritórios da empresa.

Em suma, neste capítulo são detalhadas todas as atividades realizadas ao longo do estágio, sendo elas, cobranças de clientes, retenção de clientes, atualização da base de dados da empresa e elaboração de uma *newsletter* interna, bem como a metodologia utilizada em cada uma delas e fazendo referência a todas as fases do processo de retenção de clientes.

CAPÍTULO VI – ANÁLISE CRÍTICA AO ESTÁGIO

Neste capítulo, é elaborada uma análise crítica à instituição de acolhimento e às atividades realizadas. Além disso, descreve-se a aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e o mestrado nas tarefas realizadas.

6.1 Análise crítica à instituição de acolhimento

O estágio realizado na CERTEZZA foi, de certa forma, um pouco diferente, pois apesar de ser uma área ligada também à gestão, permitiu-me desenvolver outros conceitos na área dos seguros. No decorrer do estágio, ocorriam reuniões semanais com o responsável pelo estágio na instituição de acolhimento, de modo a avaliar o meu desempenho e delegar tarefas.

No decurso do estágio curricular interagi com todos os colaboradores da empresa, de todas as unidades de negócio, sob supervisão do Dr. José Manuel Pacheco de Sousa, responsável pela unidade de negócio de Angra do Heroísmo. Durante este período, verifiquei que o Dr. José Sousa é um profissional muito motivado pelo trabalho que desenvolve diariamente e no que toca a resolução de problemas, quer na empresa, quer com clientes. Ao Dr. José Sousa, compete-lhe o desenvolvimento de todos os projetos da unidade de negócio de Angra do Heroísmo, organização/delegação das tarefas e definição dos objetivos bem como da forma como podem ser atingidos por todos os colaboradores.

Posso afirmar que trabalhar num escritório com 10 colaboradores teve alguns pontos favoráveis e desfavoráveis. Foi recompensador trabalhar com todos os colaboradores, pois permitiu-me perceber como se deve trabalhar em equipa para atingir os objetivos e como o espírito de equipa e de entre ajuda fez com que me sentisse integrada na empresa. Em contrapartida, trabalhar com muitos colaboradores leva a erros de

comunicação, pois nem sempre a informação fornecida pelos clientes é fidedigna e pode ser interceptada por várias pessoas e levar à duplicação desnecessária de esforços para resolução dos problemas, embora seja um obstáculo que tem vindo a ser ultrapassado nos últimos tempos.

6.2 Análise crítica às atividades realizadas

6.2.1 Cobranças de clientes

A cobrança de clientes foi uma atividade muito importante no estágio, pois foi a primeira interação que tive com clientes e que me permitiu adquirir conhecimentos na utilização do Libax e de todos os sistemas das companhias com que a empresa trabalha diariamente.

Através desta tarefa, tive oportunidade de perceber quem são os clientes importantes da CERTEZZA e a forma como se deve lidar com os mesmos, dado que muitas vezes preferem ser contactados por alguém com maior proximidade, pois transmite-lhes alguma confiança.

No que respeita às dificuldades desta atividade, a mais relevante foi não saber o que esperar do cliente, isto é, a forma como vai interpretar o nosso discurso porque não é fácil dizer ao cliente que deve um seguro à companhia. Apesar de ter sido uma dificuldade no início, obtive um *feedback* muito bom da parte do cliente, dado que na maioria das vezes agradeciam imenso a atenção, pois esqueciam-se de efetuar o pagamento, ou o aviso de pagamento não chegava à morada do cliente. Foi ainda através desta tarefa que consegui aprender todas as funcionalidades dos sistemas das companhias, pois muitas vezes os clientes pediam revisões de preços ou até mesmo simulações para novos produtos.

6.2.2 Retenção de clientes

Esta tarefa ajudou-me a melhorar a minha relação com os clientes bem como o meu poder de argumentação e negociação. Permitiu-me aperfeiçoar o meu discurso e criar uma relação de empatia e proximidade com o cliente na medida que a forma de interação nunca é igual em cada contacto efetuado.

Uma das dificuldades sentidas foi o facto de trabalhar *leads* frias. Trabalhar este tipo de *leads* implica não saber qual é a pré-disposição do cliente no momento do contacto, dado que existem muitos fatores que podem influenciar o sucesso ou insucesso da tarefa e muitas vezes o discurso era alterado no decorrer da conversa de modo a adaptar-se ao tipo de cliente com que estamos a lidar.

Passados cerca de dois meses do início do estágio, já conhecia alguns clientes, por ter lidado com eles ou até mesmo pelo *feedback* dos colegas, o que depois foi facilitando a interação e me fez ganhar mais confiança e estar mais convicta do meu discurso.

6.2.3 Atualização da base de dados – Libax

O processo de atualização da base de dados Libax foi bastante simples e impulsionou o conhecimento mais profundo desta ferramenta. O Libax inicialmente foi um pouco confuso porque tem várias funções como o fecho de caixa diário por exemplo e possui muitas ferramentas que servem de auxílio no dia-a-dia da empresa, o que se tornou uma dificuldade no início do processo, mas que rapidamente deixou de existir, uma vez que na maioria das vezes existia a possibilidade de reverter situações em caso de erro humano ou até mesmo do próprio sistema.

De qualquer forma, quando iniciei o estágio a CERTEZZA passava por um processo de reestruturação interna, o que impedia o normal funcionamento da base de dados, dada

a falta de tempo dos colaboradores. A dificuldade foi mesmo conciliar todas as tarefas que desenvolvia com a atualização do Libax, visto que muitas vezes trabalhava listagens com mais de mil apólices.

6.2.4 Elaboração da *newsletter* da CERTEZZA

A elaboração da *newsletter* foi uma tarefa indispensável para o desenvolvimento de competências de organização e responsabilidade. Esta tarefa toma muito tempo, principalmente na parte do *design* e é necessário organizar as restantes tarefas de modo a que ainda haja tempo para a *newsletter*. É fundamental planear cada edição com algum detalhe e organizar todos os conteúdos e pesquisas efetuadas de modo a que o resultado final seja o pretendido. Foi também uma grande responsabilidade para mim pois tive oportunidade de entrevistar colegas que não conhecia e tinha prazos a cumprir.

A maior dificuldade foi mesmo entender o *dashboard*, porque são inúmeros indicadores e variam de companhia para companhia. Além disso, senti alguma dificuldade nos ficheiros de *excel*, pois apesar de estar à vontade com esta ferramenta, existiam inúmeras fórmulas e formas de facilitar o trabalho que desconhecia. No entanto, o Dr. Pedro Morais Fidalgo mostrou-se sempre disposto a ajudar o que me possibilitou ultrapassar rapidamente esta dificuldade.

Todo o *design* do relatório é feito na plataforma Canvas, o que para mim se tornou numa mais-valia facilitando todo o processo, na medida em que já conhecia o programa porque o utilizei diversas vezes noutros trabalhos.

6.3 Aplicação de conhecimentos adquiridos durante a licenciatura e mestrado

Durante o estágio na CERTEZZA tive oportunidade de aplicar alguns conhecimentos adquiridos na licenciatura em Gestão bem como no primeiro ano do mestrado em Ciências Económicas e Empresariais.

Aplicaram-se alguns conhecimentos adquiridos no capítulo – Análise do Mercado da unidade curricular de Marketing I. A análise do mercado fez-me perceber quais as forças que rodeiam a organização e afetam a sua capacidade de servir os clientes, designadamente o mercado segurador, a concorrência e os consumidores cujo comportamento de compra é influenciado pela idade, rendimento, fase do ciclo de vida.

Além disso, no processo de retenção de clientes pude contar com o auxílio do Capítulo – Segmentação e Targeting, também da unidade curricular de Marketing I, pois foi necessário dividir o mercado em grupos etários distintos, que apresentavam diferentes necessidades e características que careceram de abordagens diferentes. Foi importante avaliar a atratividade de cada um desses segmentos de mercado de modo a selecionar aqueles que trariam mais benefícios para a empresa.

Em qualquer mercado é necessário criar uma vantagem competitiva em relação à concorrência. Assim sendo, com o apoio do Capítulo – Diferenciação e Posicionamento da unidade curricular de Marketing I, consegui perceber qual a vantagem competitiva que estava a oferecer ao cliente, aquando da venda de um produto, em detrimento da oferta da concorrência. Neste caso a vantagem competitiva da CERTEZZA não é o preço, mas sim o serviço prestado ao cliente na hora do sinistro, pois o benefício obtido justifica o preço.

No momento do contacto com o cliente, a maior dificuldade é interpretar as suas emoções e reações ao nosso discurso. Com o contributo do Capítulo – Personalidade e

Emoções da unidade curricular de Comportamento Organizacional do mestrado tive oportunidade de comprovar que a pré-disposição do cliente para adquirir um produto é influenciada por diversos fatores, mais concretamente, a personalidade do indivíduo, dia e momento da semana, nível de stress, idade e género, o que se tornou uma mais-valia para o sucesso da minha tarefa.

No período de estágio, tive ainda oportunidade de aplicar conhecimentos do programa *excel*, adquiridos nas unidades curriculares de Matemática Aplicada e Finanças Empresariais I, produzindo tabelas dinâmicas, para mensurar o sucesso ou insucesso das tarefas que me foram atribuídas. Além do mais, produzi mapas de produção semanais com o intuito de medir o esforço dos colegas para atingir as metas e objetivos propostos e dar a conhecer os níveis de produção de cada unidade de negócio a todos os colegas.

Em síntese, neste capítulo efetuou-se uma análise crítica à instituição de acolhimento, onde se expôs os pontos favoráveis e desfavoráveis de trabalhar com muitos colaboradores. Em seguida, realizou-se uma análise crítica às atividades desenvolvidas ao longo do estágio, mencionando os conhecimentos adquiridos e as dificuldades enfrentadas em cada atividade. Por fim, faz-se referência aos conhecimentos adquiridos na licenciatura e no mestrado que contribuíram para as tarefas desenvolvidas no estágio.

CAPÍTULO VII – CONCLUSÃO

A realização do estágio na CERTEZZA e a elaboração do presente relatório superaram as minhas expectativas, pois foi muito importante para a minha formação quer pessoal, quer profissional, na medida em que me permitiu aprofundar os meus conhecimentos, superando desafios diários, numa perspetiva de autoformação e autoconhecimento.

No segundo capítulo, deu-se a conhecer um pouco da história dos seguros em Portugal e na Europa e as entidades reguladoras do setor quer a nível nacional, quer a nível europeu. Por último foram ostentadas algumas estatísticas do mercado com base em números publicados pela Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões.

No terceiro capítulo, apresenta-se a história da CERTEZZA e o seu organograma seguindo-se a abordagem de alguns tópicos como os produtos oferecidos, serviços prestados pela empresa e parcerias firmadas ao longo dos anos, terminando com a presença da instituição nas redes sociais.

No quarto capítulo, caracterizou-se o escritório de Angra do Heroísmo bem como os departamentos nele existentes, sendo eles, o departamento de apoio comercial e o departamento de retenção de clientes, referenciando as suas funções.

No quinto capítulo, descreveram-se as atividades realizadas no estágio, concretamente, retenção e cobranças de clientes, atualização da base de dados da empresa e elaboração da *newsletter* interna, explicitando os métodos de trabalho utilizados em cada uma delas e identificando as plataformas com que a CERTEZZA interage e que são essenciais no seu dia-a-dia.

No sexto capítulo, efetuou-se uma análise crítica à instituição de acolhimento e às atividades realizadas, reconhecendo que a maior dificuldade foi a comunicação com os clientes na medida em que não sabia com que tipo de cliente estava a lidar. Foram

referenciados os pontos favoráveis e desfavoráveis de trabalhar com 10 colaboradores no mesmo escritório. Por último, relacionaram-se alguns conhecimentos adquiridos na licenciatura e mestrado com as tarefas realizadas no estágio, particularmente, conhecimentos adquiridos nas unidades curriculares de Marketing I, Comportamento Organizacional, Matemática Aplicada e Finanças Empresariais I.

REFERÊNCIAS WEB

Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões. *Ranking* de quotas de Mercado. Disponível no portal:

https://www.asf.com.pt/ISP/Estatisticas/seguros/estatisticas_anuais/premios/ranking_mercado/ranking_mercado.htm. Acesso a 20 de julho de 2019

Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, Definição de seguro. Disponível no portal: <https://www.asf.com.pt/NR/exeres/E527B387-8D5D-4701-8143-EF1EF088CC56.htm>. Acesso a 20 de julho de 2019.

Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, Definição de sinistro. Disponível no portal: <https://www.asf.com.pt/NR/exeres/2C86501F-8840-4968-9C3F-FCB10D0AD37C.htm>. Acesso a 20 de julho de 2019.

Portal Oficial da União Europeia. Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões complementares de Reforma. Disponível no portal: https://europa.eu/european-union/about-eu/agencies/eiopa_pt. Acesso a 20 de julho de 2019.

Jornal Expresso, Economia. Disponível no portal: <https://expresso.pt/economia/2017-12-10-So-ha-uma-seguradora-100-nacional>. Acesso a 25 de julho de 2019.

Credimédia Seguros, Notícias. Disponível no portal: <https://www.credimedia.pt/so-ha-seguradora-portugal-100-nacional-quota-mercado-marginal/>. Acesso a 25 de julho de 2019.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões, Relatório de Estatísticas de Seguros (2019). Relatório de Estatísticas de Seguros. Disponível no portal: https://www.asf.com.pt/ISP/Estatisticas/seguros/estatisticas_anuais/historico/ES2018/EstatSeguros2018.pdf

Navarro, A. F. (2016). Notas de aula da disciplina. Estudo sobre a Evolução do Mercado de Seguros. Universidade Federal Fluminense. Disponível no portal: <https://pt.slideshare.net/antoniofernandonavarro1/estudo-cronolgico-sobre-a-evolu-do-mercado-de-seguros-rev1>

Godinho, Teresa. (2019) Instituto de Seguros de Portugal. Disponível no portal: <https://www.asf.com.pt/NR/exeres/2C86501F-8840-4968-9C3F-FCB10D0AD37C.htm>.

UNIVERSIDADE DOS AÇORES
Faculdade de Economia e Gestão

Rua da Mãe de Deus
9500-321 Ponta Delgada
Açores, Portugal

**Modelo de gestão de uma empresa mediadora de seguros: o caso da Certeza –
Sociedade Mediadora de Seguros Lda.**

Liliana Borges Meneses



RE