



# Crescer com rentabilidade

É uma das prioridades do Grupo Prévoir em Portugal. Um mercado, com crescimentos em termos de prémios, carteira de contratos e resultados financeiros

**A companhia de seguros Prévoir-Vie celebra 18 anos no mercado nacional. Qual o balanço?**

**Luiz Ferraz (LF):** O balanço é muito positivo. Temos muita satisfação e orgulho em representar uma empresa centenária, respeitada e reconhecida no mercado francês. Fomos capazes de criar de raiz uma sucursal que tem força, ambição e que respeita as suas origens e as do mercado português.

**Eugénia Branco (EB):** É hoje uma seguradora diferente, com um projecto bem identificado. É muito bom fazer parte de uma empresa em ascensão, onde existe espaço para a criatividade, a inovação e a progressão de todos os colaboradores.

**Qual o posicionamento actual?**

**LF:** Somos considerados, em muitas análises de mercado, como uma companhia seguradora de referência, cujos produtos são recomendados ou considerados de boa escolha. A Prévoir em Portugal opera exclusivamente no ramo Vida. Os nossos segurados são principalmente pessoas da classe média. Distinguimo-nos pelas nossas soluções tradicionais, com seguros simples.

**E qual a evolução da companhia?**

**LF:** Queremos alargar a nossa actividade a outras áreas como o ramo não-Vida, mas sempre com relação directa com as pessoas que são o coração da nossa actividade. Queremos aumentar a nossa presença no nosso País, nomeadamente abrindo outros espaços em algumas partes do Alentejo, no sul do País e nas ilhas. Somos criteriosos no nosso crescimento. Queremos crescer de forma razoável e inteligente e com rentabilidade.

**Qual o volume de negócios do ano passado? E a que se devem estes resultados?**

**LF:** O ano 2013 foi de excelência para a Prévoir Portugal em termos de prémios, carteira de contratos, ganhos financeiros e resultado final. Em 2013, o volume de prémios brutos registou um aumento de 10,3% em relação ao ano anterior, atingindo 7,79 milhões de euros. O resultado líquido da sucursal cresceu 58% face a 2012, com 118.413 euros. O activo da sucursal ascendeu a 38,1 milhões de euros, mais 9% do que em 2012. A nível da carteira de clientes, temos actualmente mais de 30 mil contratos em vigor que abraçam mais de 100 mil pessoas que, directa ou indirectamente, beneficiam da nossa oferta.

Os resultados devem-se às pessoas que

fazem parte da nossa rede comercial, à motivação e formação de todos os nossos colaboradores, à procura cuidada de novos clientes.

**EB:** Temos vindo a melhorar a nossa comunicação interna e externa. Por um lado, permite-nos estar mais próximos de quem vende; por outro lado, temos um melhor acompanhamento dos nossos clientes com contactos regulares via email e telefone no caso dos novos contratos. Tentamos, assim, fidelizar os nossos colaboradores para que se sintam integrados e também apoiar os nossos segurados para que permaneçam ligados à Prévoir.

#### **Qual a previsão para o ano e quanto tencionam crescer?**

**LF:** Para o ano 2015, a taxa de crescimento prevista de prémios brutos emitidos é de 12% (prémios periódicos); e a taxa de crescimento prevista da carteira de contratos em vigor é de 13%.

#### **Qual é a quota de mercado actual?**

**LF:** A presença da sucursal tem vindo a aumentar. Embora a quota de mercado da Prévoir em Portugal ainda seja pequena (48.º a nível global vida e não-Vida e 24.ª posição no ramo Vida), temos vindo a subir posições. O nosso volume de negócios cresce todos os anos (10% em 2013 face a 2012). Convém acrescentar que não temos uma relação bancassurance. A distribuição dos nossos produtos assenta na nossa rede de mediadores de seguros. Não propomos os nossos produtos aos balcões de qualquer instituição bancária.

#### **Qual é a estratégia geral a médio e longo prazo?**

**LF:** O Grupo Prévoir já definiu os eixos estratégicos para o seu próximo projecto de empresa de cinco anos (a iniciar em 2015). Serão os nossos também: o cliente no centro da acção da empresa; produtividade e competitividade; apostar nos produtos de previdência.

**EB:** A inovação é a nossa prioridade actual. Estamos a finalizar o nosso 2.º projecto de empresa 2012-2014, cujas cinco orientações são significativas para entender a nossa estratégia: inovar nas soluções clientes, aperfeiçoar o método e melhorar a eficácia comercial, crescer com rentabilidade, explorar o potencial das tecnologias de informação e reforçar a imagem de uma seguradora de referência. Estamos muito atentos a todos estes pontos e queremos reforçar o 1.º em especial, porque queremos conhecer melhor os nossos

clientes, oferecer-lhes produtos inovadores, dar-lhes uma boa assistência e aumentar os pontos de contacto com os nossos segurados.

#### **Que vantagens competitivas a distinguem da concorrência?**

**LF:** O modo de distribuição dos produtos da Prévoir é assente numa rede tradicional de mediadores, não bancária, que gere uma relação de proximidade com os segurados. Temos um método comercial que faz parte da identidade de todo o Grupo Prévoir, que se apoia num estudo personalizado com os nossos segurados. A relação é única, personalizada e os nossos segurados apreciam e valorizam essa atitude. São um elo forte e o primeiro da cadeia de confiança, fundamental para a manutenção do contrato.

Os comerciais que recrutamos são formados à medida das nossas exigências, merecendo um acompanhamento regular de modo a dar resposta às mais variadas necessidades do mercado. Somos capazes de formar mediadores na nossa própria academia de formação certificada.

Experiência centenária da nossa casa-mãe, pois temos equipas francesas e portuguesas que trabalham em conjunto nas diversas áreas (no actuariado, financeira, informática, marketing e comunicação), o que permite criar sinergias e inovação.

Temos produtos que estão avaliados como sendo dos melhores do mercado como, por exemplo, o nosso seguro de vida associado ao contrato de crédito à habitação Prévoir Vida Domus e o nosso plano de poupança reforma Prévoir PPR.

**EB:** Somos uma seguradora com poucos colaboradores de back-office, conseguimos ser flexíveis e adaptarmo-nos rapidamente ao mercado. Somos capazes de lançar produtos inovadores de forma relativamente rápida. É tudo muito fluido entre as direcções de gestão da carteira, informática, actuariado, comunicação e marketing. Temos pouca burocracia interna. É uma grande força.

#### **Desde 1910 que são um grupo francês são e sólido, que autofinancia o seu desenvolvimento em França e a nível internacional. Porquê a escolha da entrada no mercado português?**

**LF:** Consciente de que o crescimento do grupo, em França, estaria limitado, o presidente do Grupo Prévoir, Bertrand Voyer, com uma visão empreendedora, apostou na internacionalização. Aproveitando os fluxos

### **Sobre a Prévoir**

É um grupo francês especializado em seguros pessoais. Fundado em 1910 em Paris, é uma empresa patrimonial cujo capital é detido em 70% pelos descendentes das famílias fundadoras e em 30% pelos colaboradores e reformados, com um volume de negócios de 501,4 milhões de euros em 2013. Em Portugal, a Prévoir segue a tradição e opera exclusivamente nas áreas de previdência, poupança e reforma.



migratórios de Portugal para França, lançou a primeira pedra em 1996 em Portugal. Temos a proximidade geográfica e uma relação muito próxima entre os dois países. Portugal foi a primeira aposta do Grupo Prévoir a nível da internacionalização. Sendo bem-sucedida a experiência alargou-se à Polónia, Vietname e Camboja.

**Que imagem passa a seguradora Prévoir-Vie para o mercado?**

**LF:** Conservadora em evolução permanente, rigorosa e à altura das suas responsabilidades com os clientes.

**EB:** A Prévoir ainda não tem uma grande notoriedade à escala nacional, mas tem-na a nível local e regional. A nossa presença mais regular na imprensa tem ajudado a alterar a imagem da companhia. Somos cada vez mais reconhecidos. É um processo demorado que se constrói ao longo dos anos através de um trabalho de proximidade, estabilidade financeira e capacidade de evolução. Aliás, este é um dos pontos prioritários do nosso 2.º projecto de empresa: “Reforçar a imagem de uma seguradora de referência.”

**Que produtos tencionam apresentar ao mercado, no espaço de um ano?**

**EB:** Temos neste momento uma vasta gama de produtos que nos permite responder a grande parte do percurso de vida das pessoas. No entanto, os seguros têm um ciclo de vida à semelhança do que acontece com os produtos mais físicos. Vamos renovar alguns deles e reforçar a resposta para os seniores. Temos uma forte presença a nível nacional com o nosso seguro de vida associado ao cré-

dito à habitação Prévoir Vida Domus. Queremos estar ainda mais presentes nessa área.

**Em que áreas haverá maior investimento a curto e médio prazo?**

**LF:** Nas pessoas, nos produtos, na evolução informática.

**EB:** A nível de marketing. Temos duas acções que irão decorrer até ao final do ano. Desenvolvemos uma campanha enquadrada no tema “Outubro – Mês internacional e prevenção do cancro da mama” que irá prolongar-se até final de Novembro. Incentivamos a subscrição do seguro Prévoir Solução Mulher, que propõe um apoio nas doenças graves femininas e oferecemos a 1.ª mensalidade.

**No actual contexto económico, quais são os principais desafios que se colocam à companhia de seguros?**

**LF:** Encontrar soluções mais adaptadas à vida das pessoas e compatíveis nos orçamentos cada vez mais restritos com que estão confrontadas. As famílias nesta altura dão uma particular importância à protecção e à prevenção. Os seguros de risco com garantias de morte, invalidez, incapacidade, têm boa receptividade. As pessoas sentem-se fragilizadas e os seguros de vida são uma espécie de antídoto.

**EB:** Várias análises demonstram que as famílias portuguesas têm vindo a reforçar as suas poupanças. Estamos prontos também para responder a este tipo de necessidade com produtos com excelente rentabilidade.

**Quais os objectivos definidos em termos de angariação de clientes e fecho de exercício fiscal?**

**LF:** Prevemos concluir o ano de 2014 com várias taxas de crescimento, nomeadamente nos prémios brutos emitidos (18,65%) e na carteira de contratos em vigor (8%).