

Associado do Mês

ALEXANDRA CASINHAS (Gerente e Responsável Financeira) E MÁRIO SANTOS (Sócio e Responsável Comercial) DA M.L.R. SANTOS, UNIPESSOAL, LDA.

“A atividade seguradora é uma atividade de grande relacionamento humano que é levado em conta por nós quando escolhemos as seguradoras”

Em entrevista, Alexandra Casinhas e Mário Santos destacam que a preocupação do cliente com a sua proteção aumentou, a literacia financeira também, o que provoca uma necessidade de especialização e de conhecimento por parte da mediação de seguros para responder a estas diferenças.

Vida Económica (VE) – M.L.R. Santos, Unipessoal, Lda.?

Alexandra Casinhas (AC) & Mário Santos (MS) – A M.L.R. Santos, Unipessoal, Lda, que tem como denominação comercial “Casinhas Seguros”, iniciou a sua atividade em março de 2015. A fundação da empresa resulta da reestruturação de uma outra empresa, fundada em fevereiro de 1992 pelo meu pai, após décadas de atividade profissional numa seguradora. Também eu fiz o mesmo percurso, tendo exercido funções até ao ano 2000, na extinta Royal & Sun Alliance, adquirida nesse ano pela Lusitania, Companhia de Seguros, SA. Abracei nesse mesmo ano a mediação de seguros, com enormes expectativas e com muito foco na profissionalização e reconhecimento da atividade, tendo exercido em ambas as empresas a função de gerente e de responsável pela área financeira. Também o atual sócio da MLR Santos, Unipessoal, Lda, Mário Santos, iniciou o seu percurso profissional na mediação de seguros em 1993, sempre como gestor de clientes, acumulando também a responsabilidade de coordenação na gestão de sinistros, funções que exerce até hoje.

O nosso lema, desde início, é “sobre seguros, fale connosco”, precisamente porque sempre apostamos numa forte formação e profissionalização de todos os nossos colaboradores, levando à criação de laços de confiança e lealdade com os nossos clientes.

VE – Que balanço fazem de 2024 em termos de atividade da empresa e projeções para 2025?

AC & MS – O balanço de 2024 é positivo, tendo em conta que conseguimos manter a estabilidade na carteira de clientes, pilar fundamental na atividade, pois consideramos que o foco na fidelização do cliente é uma das nossas características mais importantes.

Abrimos um novo espaço na cidade de Barcelos, dando assim continuidade a uma parceria iniciada há cerca de dois anos com uma mediadora de seguros, que passou a integrar o nosso quadro de pessoal, melhorando a capacidade de atendimento e serviço prestado aos nossos clientes.

Para o ano de 2025, prevemos continuar com o foco no cliente, no melhor serviço, na rápida resposta e na apresentação das melhores soluções para cada caso. A



nível de crescimento, esperamos continuar a aumentar a nossa carteira, de forma sustentável, trabalhando principalmente com os clientes existentes, reforçando a sua proteção através de novos contratos de seguro, não descurando nunca as novas oportunidades de negócio e a captação de novos clientes.

VE – Como caracterizaria o mercado em que a vossa empresa atua?

AC & MS – A MLR Santos, atua principalmente no mercado particular, tendo este um peso de cerca de 60% da carteira. Esta opção diminui a volatilidade da carteira, permitindo um crescimento contínuo ao longo dos anos.

Com espaços abertos em Montelavar e Barcelos, atuamos em mercados distintos, mas com um denominador comum - exigência, transparência e profissionalismo.

Congratulamo-nos de termos ainda um pequeno nicho de mercado, onde somos procurados por indicação e referência dos nossos clientes mais antigos.

VE – Que critérios utilizam para seleção das seguradoras com que colaboram?

AC & MS – A atividade seguradora é uma atividade de grande relacionamento humano que é levado em conta por nós quando escolhemos as seguradoras com que trabalhamos, pois, todos os problemas se tornam de mais fácil resolução, quando a solução se encontra à distância de um simples telefonema.

Optámos por não colaborar com todas as seguradoras, pois consideramos não ser uma mais-valia a dispersão de carteira.

O fator remuneratório também é importante, no entanto, não é um dos principais. Se queremos manter o foco no cliente, temos que trabalhar com seguradoras que nos permitam “servir” o cliente; para isso é necessária uma assistência comercial dispo-

brança de um recibo, facilitava em muito, a retenção deste. Hoje, é um desafio diário, muitos clientes nunca interagiram conosco “cara a cara”, não nos conhecem, a retenção faz-se através da busca permanente pela satisfação.

Felizmente, a grande maioria dos nossos clientes conhece-nos, há muitos anos, vantagens de termos espaços abertos ao público, em localidades onde ainda se privilegia o contacto pessoal.

VE – O que os preocupa mais em termos de futuro da atividade?

AC & MS – Futuramente a atividade irá enfrentar diversas preocupações que irão ter impacto tanto a nível individual dos mediadores como no setor como um todo. Entre estas destacam-se a digitalização e tecnologia, as mudanças de necessidades dos consumidores, a concorrência, a sustentabilidade e responsabilidade social e as alterações climáticas.

Para responder a estes desafios, será necessário que nos mantenhamos proativos e adaptáveis, procurando sempre a atualização e inovação de modo a continuarmos a ser relevantes neste mercado em constante mudança.

Para que a atividade da mediação de seguros consiga ultrapassar todas as preocupações mencionadas é fundamental a saudável relação com as seguradoras, que se espera justa a nível económico, fácil a nível de relacionamento e de reconhecimento pela nossa função, quer profissional, quer social.

VE – A digitalização constitui uma ameaça ou um desafio?

AC & MS – Não consideramos a digitalização como uma ameaça. A digitalização apresenta desafios e oportunidades para a mediação de seguros.

Desafia-nos com o aumento da nova concorrência, através de ofertas de serviço online; com a mudança de expectativas do cliente que esperam que as nossas respostas sejam mais rápidas e eficientes; com a complexidade tecnológica que obriga à adoção de novas tecnologias; com toda a regulamentação que traz mais exigência à atividade.

Dá-nos novas oportunidades: maior e melhor análise de dados o que permite uma melhor adequação da oferta aos clientes; maior eficiência operacional, libertando tempo e recursos para o que é importante; expansão do mercado com acesso global a áreas geográficas distintas.

A digitalização apresenta-nos o desafio de transformar as ameaças em oportunidades. No cenário atual, a capacidade de inovação é fundamental para o crescimento.

No entanto, nunca nos podemos esquecer que o negócio dos seguros, é um negócio “de pessoas para pessoas” e que a presença de alguém que diz: “vamos resolver, vai correr bem, estamos aqui para ajudar” nunca será substituído por uma página Web ou por um aconselhamento robotizado. ●

nível, uma rápida e competente gestão de sinistros, plataformas informáticas que nos permitam rapidez e autonomia na emissão e gestão dos contratos.

.....
“Esperamos continuar a aumentar a nossa carteira, de forma sustentável, trabalhando principalmente com os clientes existentes, reforçando a sua proteção através de novos contratos de seguro”.

VE – Que diferenças apontam aos clientes de hoje quando comparados com os do passado?

AC & MS – Há diferenças substanciais nos clientes de hoje, comparativamente com os do passado.

Não podemos dizer que hoje são mais exigentes, têm sim, exigências diferentes. Hoje interagem connosco preferencialmente através de e-mail ou aplicativos informáticos, no passado dava-se preferência à presença física. Hoje exigem-se soluções fáceis, flexíveis, rápidas, adaptadas caso a caso; há uns anos o cliente aceitava facilmente um produto padrão e de bom grado aguardava alguns dias pela emissão de uma apólice.

A preocupação do cliente com a sua proteção aumentou, a literacia financeira também, o que provoca uma necessidade de especialização e de conhecimento por parte da mediação de seguros para responder a estas diferenças.

A retenção do cliente também se tornou mais difícil ao longo do tempo. Num passado recente, o contacto e a relação pessoal, nem que fosse na visita ao cliente para a co-