



# i2S news 2015

09

- TOP EXPORTA SANTANDER 2015
- i2S FÓRUM 2015
- i2S NA CONVENCÓN ASEGURADORES DE MÉXICO 2015
- LATIN AMERICAN INSURANCE TECH SUMMIT
- 3<sup>RD</sup> ANNUAL LIFE INSURANCE FORUM 2015
- PELAS PALAVRAS DE LUÍS GOMES
- PREVER O FUTURO - O SEGURO DE VIDA
- MUNDO DOS SEGUROS
- NOVOS CLIENTES

**i2S**  
| INSURANCE KNOWLEDGE

## EDITORIAL 2015



Adriano Ribeiro  
adriano.ribeiro@i2s.pt

Sabemos como é importante a proximidade com os nossos clientes. Por isso, a i2S continua empenhada em alimentar essa proximidade. A realização do nosso fórum anual, que, mais do que uma reunião entre clientes e parceiros, é um encontro de novas propostas e desafios, é um bom exemplo disso. Nesta 3.ª edição do i2S Fórum, cujo tema central foi Reshaping Insurance, foi com orgulho que recebemos de braços abertos os participantes para mais um dia de debate e de convívio, tão importantes para essa proximidade entre verdadeiros parceiros de negócio.

Entretanto participámos no evento 3rd Annual Life Insurance Forum, em Roma, onde foram debatidas estratégias para o sucesso com os líderes da indústria seguradora italiana. Este foi um evento com elevado enfoque na inovação e na sua relação com uma eficaz gestão do negócio. Como empresa com uma cultura enraizada na inovação, não só marcámos presença no evento com dois oradores – Marco Perestrelo, nosso CPO, e Rui Monteiro, Head of Business Development South Europe, como fomos patrocinadores de destaque deste encontro.

No México, estivemos presentes, dias 6 e 7 de maio, no CAM - Convención Aseguradores de México, principal evento de seguros do mercado mexicano, local de debate do negócio segurador e de análise das principais tendências, tanto a nível nacional como internacional. Aproveitámos também para aprofundar o nosso conhecimento da realidade do setor nesta parte da América Latina.

António Pinto, Head of Business Development Africa, facultou uma entrevista ao portal Mundo dos Seguros, a qual aqui revelamos e que evidencia a crescente consolidação da i2S Angola.

É com orgulho também que vos comunico que o galardão Top Exporta, que tem por base a avaliação da contribuição, expansão e dinamismo das empresas exportadoras para a economia nacional, foi, uma vez mais, atribuído à i2S.

Finalmente, chamo a vossa atenção para o artigo do nosso colaborador Lapa Pereira sobre o tema Prever o futuro – O seguro de Vida, que constitui uma reflexão sobre o tema.

Boas leituras e bons negócios!

## Celebre connosco

### TOP EXPORTA SANTANDER 2015



A i2S foi distinguida com a chancela Top Exporta Santander 2015. Com a renovação desta distinção, é reconhecida a aposta estratégica da i2S como empresa com vocação exportadora, que contribui de forma ativa para o crescimento da economia portuguesa.

A lista das empresas exportadoras distinguidas pelo Santander Totta é constituída pelo “conjunto das grandes, médias e pequenas empresas portuguesas do setor privado e exportadoras”, cujo “perfil de exportação é definido pela dimensão do volume de

exportação ou pela representatividade das exportações no seu negócio.”

Esta distinção resulta de um processo de seleção baseado na avaliação da contribuição, expansão e dinamismo das empresas exportadoras para a economia nacional. Tem por base a atribuição de pontuações a indicadores económico-financeiros, como por exemplo o volume e a variação do crescimento das exportações, o valor acrescentado bruto e o volume de negócios.

### i2S FÓRUM 2015

Realizou-se no passado dia 4 de junho o i2S Fórum, no Hotel Lapa Palace, em Lisboa.

O evento, subordinado este ano ao tema Reshaping Insurance, contou com a presença de clientes, parceiros e analistas internacionais do mercado, registando mais uma vez uma elevada adesão por parte destes intervenientes do mercado segurador.

A sessão da manhã, dedicada aos clientes i2S, iniciou-se com a apresentação do Roadmap do GIS pelos business analysts da i2S Vítor Ribeiro e Manuel Ribeiro, que apresentaram as mais recentes evoluções da solução GIS e as novas funcionalidades a desenvolver no futuro.

De destacar nesta apresentação a demonstração de uma solução para a gestão de frotas, que pode ser utilizada em plataforma mobile; esta solução encontra-se em desenvolvimento e irá trazer um novo nível de automatização e eficiência a esta área.

“Serviços i2S – Agilizar a relação com os nossos clientes” foi o tema apresentado por Afonso Mota, COO da i2S, que descreveu os vários modelos de serviço que compõem a oferta da empresa e que resultam num conjunto de opções bastante alargado para os clientes da i2S. Foram também expostas várias ações desenvolvidas para prestar um serviço cada vez mais completo e ágil.



Os desafios que resultam em inovação no setor segurador protagonizaram a sessão da tarde, com temas que incluíram “Desafios de Fundos de Pensões”, por Paulo Padilha, responsável pela área de fundos de pensões da i2S, que apresentou algumas das tendências de evolução de fundos de pensões.



“Insurance, Digitization and Bubbles: an update on the latest technology trends facing the insurance industry”, por Jamie McGregor, vice-presidente da Celent, foi a intervenção seguinte, durante a qual o analista brindou os presentes com uma análise muito detalhada dos últimos desenvolvimentos, apresentando as tendências de futuro da atividade seguradora em torno do tema digital, como *social media* e *internet of things*; as novas áreas e os investimentos que as empresas de seguros estão a fazer foram também abordados, com casos e experiências de várias companhias de seguros em várias geografias.

A intervenção de encerramento ficou a cargo de Marco Perestrelo, CPO da i2S, que juntamente com Davide de Sanctis, da Octo Telematics, apresentou as tendências de evolução de *analytics* na atividade seguradora, assim como a sua ligação com a área da telemática, tendo igualmente apresentado a experiência da Octo e promovido uma reflexão sobre como poderá ser o futuro na ligação destas duas áreas com o desenvolvimento de projetos comuns entre as duas empresas.

O i2S Fórum afirma-se cada vez mais como ponto de referência do negócio segurador, constituindo um espaço de partilha de

tendências de mercado, de debate de temas atuais – não só da tecnologia, mas essencialmente do negócio de seguros – e de alinhamento de estratégia, para os clientes i2S e para todos aqueles que constituem a comunidade i2S, uma comunidade de profundo conhecimento de seguros.



#### CELEBRE CONNOSCO

*É muito útil conhecer o roadmap da i2S para os próximos anos, assim como as novas funcionalidades previstas. Por outro lado, a discussão aberta e direta com os clientes acerca dos novos desafios revela uma atitude certa e de compromisso da i2S, que demonstra assim estar empenhada em melhorar as suas tecnologias e serviços.*

*Queremos agradecer o vosso convite e dar-vos, mais uma vez, os parabéns pelo evento.*

**João Gonçalves**  
Prévoir



**Comentário de Adriano Ribeiro, CEO da i2S, sobre a 3.ª edição do i2S Fórum.**



Adriano Ribeiro  
adriano.ribeiro@i2s.pt

*Reunimos pelo terceiro ano consecutivo os nossos parceiros de negócio do mercado europeu, em Lisboa. A primeira impressão que retive tem a ver com o grau de aproximação entre a i2S e todos os participantes. Possuímos o nível de entendimento e interação que só se consegue quando existe um grande capital de conhecimento e confiança entre as partes. É este o tipo de parceria que a i2S cultiva há 30 anos e que irá continuar a orientar a nossa atividade. Porque acreditamos que essa atitude de verdadeira parceria é um dos nossos principais fatores de sucesso. Torna-nos, para além de profundos conhecedores do negócio dos seguros, conhecedores da forma como cada um dos nossos clientes aborda o negócio. Esse conhecimento, aliado à versatilidade dos nossos produtos, cria soluções vencedoras. É neste modelo de conhecimento, ao qual estamos a agregar também parceiros de serviço e de produto, que estamos a alavancar o nosso crescimento, acompanhando o crescimento dos nossos clientes. Para o sucesso de todos.*

## i2S no mundo

### i2S NA CONVENCIÓN ASEGURADORES DE MÉXICO 2015

A i2S participou, nos dias 6 e 7 de maio, no CAM - *Convención Aseguradores de México*. Considerado o evento de seguros mais importante do mercado mexicano, o CAM é um local de debate do negócio segurador e de análise das principais tendências, tanto ao nível nacional como internacional. O evento distingue-se pela riqueza dos conteúdos apresentados e pela elevada adesão das principais empresas de seguros, representadas pelos seus responsáveis e especialistas das diferentes áreas de negócio.

O tema desta edição do CAM foi "Saúde e Poupança", áreas de seguros com baixo índice de penetração no mercado segurador mexicano. Ficou patente, nas várias intervenções

realizadas, que existe um forte potencial de crescimento relativamente a estas duas áreas de seguros. Na área da Saúde, o potencial de crescimento deve-se à cada vez maior consciencialização da necessidade de acesso a serviços de saúde em redes clínicas especializadas. Relativamente à Poupança, este potencial está associado à estabilidade económica que o país atravessa e ao facto de ter aumentado o número de interessados em melhorar o seu índice de poupança através da subscrição da oferta disponibilizada pelas companhias de seguros.

Os especialistas da i2S deram a conhecer aos participantes do CAM as diferentes soluções que compõem a oferta da i2S para a atividade seguradora. Dada a abrangência funcional e a flexibilidade que a solução i2S oferece, permitindo um *time-to-market* incomparavelmente reduzido no lançamento de novos produtos de seguros, assistiu-se a um grande interesse no âmbito dos diversos contactos realizados, antevendo-se um conjunto de oportunidades para a solução i2S no mercado mexicano.



### LATIN AMERICAN INSURANCE TECH SUMMIT

A i2S irá participar na edição de 2015 do *Latin American Insurance Tech Summit*, a decorrer nos dias 24-27 de agosto em São Paulo, Brasil, como patrocinador de destaque no evento, na modalidade *Platinum Exhibitor*.



### 3RD ANNUAL LIFE INSURANCE FORUM

A i2S foi *Gold Sponsor* do *3rd Annual Life Insurance Forum*.

A i2S participou na edição de 2015 do evento *3rd Annual Life Insurance Forum*, que decorreu nos dias 15 e 16 de abril em Roma, Itália. Este evento constitui uma conferência *benchmarking* da área, com a participação de entidades como

a Swiss Life, Generali, Friends First, Swedbank e Axa.

Com efeito, a i2S não poderia deixar de assinalar a sua presença no *Life Insurance Forum*, tendo por isso sido um dos principais patrocinadores deste prestigiado evento.

Marco Perestrelo, Chief Product Officer e Rui Monteiro, Head of Business Development South Europe, fizeram parte do painel de profissionais desta edição, com uma apresentação subordinada ao tema "Life Insurance – Sold, Not Bought ?".





## Life Insurance – Sold, Not Bought?

### Seguro de Vida – Comprado ou Vendido?

O tema levanta uma importante questão – é difícil a um consumidor **comprar** seguros? Dito de outra forma, o assunto dos seguros é tão complexo, os consumidores tão desinteressados ou incapazes de se auto-ajudarem que é necessário que o seguro lhes seja vendido?

Em muitos países europeus o canal de venda dominante, no que diz respeito ao seguro de Vida, é ainda o canal de Bancasseguros; em Itália, por exemplo, os canais de “venda assistida” representam mais de 80% do mercado (European Insurance, 2014).

Aqui na i2S fizemos uma pequena experiência, levando a cabo um inquérito sobre os hábitos de seguros “self-service”, tendo o resultado dominante sido que, no que respeita ao seguro de Vida, os bancos e os agentes são ainda os principais canais de venda.

### Mas, por quanto tempo é que esta realidade se irá manter?

Hoje vivemos num mundo eletrónico. As crianças nascem com iPods como amas e os “nativos do digital” têm maior probabilidade de se relacionar com alguém no outro extremo do país do que de falar com quem se senta ao seu lado no auto-carro. As pessoas acreditam cada vez mais naquilo que leem na Internet quando dispõem de avaliações de outros utilizadores (BrightLocal: em 2014, 88% dos consumidores confiavam tanto em avaliações disponíveis *online* como em recomendações feitas pessoalmente – um aumento de 16 pontos percentuais em relação aos 72% em 2012). Assim, à semelhança do balcão do banco, que

visitamos uma vez por ano, irá o agente de seguros transfigurar-se e ser substituído pela Internet, deixando de estar ligado a uma pessoa, a um lugar ou a um tempo específico?

Existem alguns indícios de que isto está de facto a acontecer. Várias companhias de seguros de Vida estão presentes *online*, os agregadores do seguro de Vida perguntam-se se “é mesmo necessário falar com alguém para pedir conselhos” e sugerem que os seguros são “bastante simples” e oferecem aconselhamento gratuito por telefone se precisar de ajuda para completar a compra. Os consumidores são empurrados para o “consultor Internet” graças ao suporte 24 horas por dia, 7 dias por semana, à possibilidade de comparar preços, à ubiquidade dos dispositivos com ligação à Internet e às toneladas de informação e aconselhamento gratuitos.

O rumo de “COMPRA” é incontestável, mas os riscos mantêm-se. O seguro de Vida não é como o seguro Não vida/Automóvel, em que mudamos o seguro todos os anos, e pode correr terrivelmente mal se não lermos nas entrelinhas, se interpretarmos mal um termo específico que é juridicamente vinculativo, ou se assumirmos como garantida determinada cobertura que não é incluída. Há companhias de seguros que anunciam que pagam 98% dos sinistros, uma clara tática para influenciar o consumidor – mas quem é que quer acabar nos 2% que não são pagos?

### Então em que ficamos – comprado ou vendido?

Por tentarmos encontrar uma resposta única, podemos estar a pensar da forma errada. Vamos pensar de forma diferente.

Pensem nos mercados, nos seus segmentos e na forma como o *marketing* funciona. Existem diferentes segmentos. A Forrester identificou em 2009 que existem pelo menos quatro segmentos que se comportam de maneira diferente na recolha de informação e na procura de aconselhamento: os “evitadores” (que não compram seguros, nem que estes sejam gratuitos, e evitam o vendedor de seguros como se este fosse uma praga), os “delegadores” (que querem ter quem os informe e lhes venda), os “confirmadores” (que reúnem informação mas depois a validam com um consultor) e os “auto-dirigidos” (que reúnem informação e

querem ser eles a comprar, sem ter de falar com outras pessoas).

### Como comprador, como se classificaria nesta escala?

Este conceito de segmento é “senso comum” e utilizá-lo na sua relação com os clientes abre um importante e crescente segmento do mercado. Já alguma vez pensou em permitir a um cliente indicar no seu *website*: “Tenho 100 € por mês, o que é que têm para me oferecer?” ou permitir que ele faça uma “contra-oferta” após lhe ter dado uma cotação? Uma relação digital deve ser ágil e semelhante a uma relação do mundo real.

Pensando nas fases de vida de um cliente e olhando para o nosso próprio percurso, é evidente que as pessoas mudam ao longo da vida. Quando somos jovens não pensamos nos seguros, e podemos muito bem precisar de alguém que nos diga o que fazer e como o fazer. Quando somos mais maduros, com dependentes e pessoas que poderão sofrer com a nossa perda, podemos perceber que precisamos de seguros, mas pode ser já demasiado tarde para obtermos o que queremos.

Assim, existem situações de “venda” na nossa vida, em que precisamos que tomem a iniciativa por nós. Contudo, há também momentos em que queremos comprar. Ficamos desempregados ou doentes e percebemos a importância de determinadas coberturas, temos o nosso primeiro filho e percebemos o quão frágil ele será com nós.

Por isso, mesmo no nosso percurso de vida, em diferentes momentos, precisamos que um seguro “nos seja vendido” e noutros somos “compradores”.

Pensem nos produtos de seguros. Alguns são mais fáceis de vender na Internet, como o seguro temporário. Produtos simplificados contribuem para um percurso de compra simples e produtos padronizados permitem às pessoas comparar e tomar decisões. Os produtos de Vida temporários foram bem sucedidos na Internet e a chegada da Internet afetou o valor do prémio médio, como demonstraram diversos estudos. Mas é também claro que alguns produtos requerem explicação, precisam de ser adaptados às condições de vida das pessoas e um bom consultor ajuda-nos a compreender e a fazer corresponder os nossos riscos à cobertura mais adequada.



decidiu-se também implementar um sistema de controlo de cobranças, cuja extração tem origem nos dados das tabelas do GIS da i2S e proporciona o envio de SMS para os cooperadores.

Para além deste projeto, foram ainda implementados alguns processos de envio de informação para a rede comercial, os quais, através de um motor de extração e envio de informação, fazem chegar à rede comercial e aos seus coordenadores um conjunto de informações relativas à situação de cobrança dos recibos de prémio, em formato Excel. Mais uma vez, foi

extremamente simples extrair a informação do GIS, transformá-la e enviá-la, retirando assim muitas tarefas manuais ao departamento de cobranças.

Em conclusão, ao fim de um ano, a Mútua dos Pescadores tinha conseguido reduzir o tempo de intervalo entre a subscrição/alteração de apólices e a sua emissão em 78%, reduzir o tempo de regulação de sinistros em 75% e aumentar os seus prémios em 13%.

Em 2010, o Sistema de Apoio à Decisão da Mútua dos Pescadores foi nomeado para o *CIO Awards da IDC*, devido ao sucesso da sua utilização refletido nos resultados alcançados.

**Luis Miguel Gomes**

*IT Manager*

*Departamento de Sistemas de Informação,  
Mútua dos Pescadores*

## PREVER O FUTURO – O SEGURO DE VIDA



Lapa Pereira  
lapa.pereira@i2s.pt

### Introdução

O seguro de vida desempenha um papel fundamental no planeamento económico e financeiro das pessoas (famílias) ao longo da sua vida. Basicamente, consiste numa garantia contra dois tipos de riscos com os quais as pessoas são confrontadas no seu dia a dia, e que não conseguem evitar:

- por um lado, a possibilidade de a pessoa falecer demasiado cedo, colocando em risco a sobrevivência do restante agregado familiar, que assim se vê privado dos recursos financeiros necessários para desenvolver a sua vida normal;
- por outro, o facto de a tendência de aumento da longevidade (esperança de vida) dos cidadãos implicar que, na velhice, cada pessoa necessite de ter disponível uma poupança acumulada durante a vida ativa, que lhe assegure uma qualidade mínima de subsistência.

Assim, o seguro de vida não é mais do que uma forma de prevenção relativamente às consequências financeiras resultantes da morte prematura da pessoa segura (seguro em caso de morte) ou da sua sobrevivência a partir de determinada idade (seguro em caso de vida). Torna-se assim evidente a existência de uma relação muito estreita entre o seguro de vida e o



futuro das pessoas, em que estas pretendem transferir para a seguradora, através do contrato de seguro, os riscos que enfrentam no seu quotidiano.

Por parte da seguradora existe uma oferta bastante alargada de produtos, em constante evolução para responder às necessidades dos clientes na planificação do seu futuro, tendo em conta as suas responsabilidades, tanto no plano afetivo como no plano financeiro.

### Seguros em caso de morte

Em caso de falecimento da pessoa segura, a seguradora paga, nos termos contratuais, um capital ou uma renda. Para além desta cobertura, o contrato permite normalmente a existência de outras (complementares) que permitem à pessoa segura fazer face a outro tipo de riscos, como invalidez, doença e morte por acidente de viação, entre outros.

### Temos assim seguros de vida com diferentes objetivos e destinatários:

- os elementos que compõem o agregado fami-

liar, com inclusão ou não de complementares, que, em caso de falecimento da pessoa segura, recebem o capital contratado;

- garantia de hipoteca, no caso de o agregado recorrer ao empréstimo para habitação, substituindo-se neste caso a seguradora à pessoa segura no pagamento das rendas em dívida, após o falecimento desta;
- pagamento de uma renda destinada a financiar, por exemplo, as despesas de educação dos filhos até estes atingirem determinada idade, em caso de falecimento da pessoa segura;
- liquidação dos saldos em dívida afetos aos cartões de crédito ou ao crédito ao consumo, no caso de falecimento do seu titular.

Importa referir que o seguro de vida, ao proteger o cônjuge sobrevivente e os filhos do casal relativamente à perda do rendimento financeiro, permite ao mesmo tempo a transferência de um património para os seus beneficiários, isento da carga fiscal normalmente associada aos direitos de sucessão.



### Seguros em caso de vida

Incluem-se neste grupo todos os seguros de vida associados à vertente de poupança e investimento. Num mercado financeiro cada vez mais dinâmico e competitivo, as seguradoras de vida têm vindo a assumir uma posição cada vez mais relevante como investidores institucionais. Para tal, tem sem dúvida contribuído uma oferta de produtos cada vez mais diversificada, assente na capacidade de gerir financeiramente os ativos disponíveis.

Constituindo a imagem de marca do seguro de vida, a possibilidade de este oferecer aos seus clientes uma taxa de juro garantida acrescida de uma eventual participação de resultados (obtidos com o investimento) representa um compromisso inteligente entre segurança e rendimento, que faz do seguro de vida um produto financeiro bastante atrativo.

A gestão financeira a longo prazo é uma das características mais importantes dos seguros de vida. Para além de contribuir para o financiamento da economia, o seguro de vida a longo prazo garante a constituição de um capital acumulado, que ao ser transformado, por exemplo, num complemento de reforma, vai atenuar ou mesmo eliminar as perdas inerentes à cessação da atividade profissional no

momento da reforma, que, como sabemos, a Segurança Social não consegue resolver.

Esta função de longo prazo do seguro de vida é fundamental, uma vez que contribui para a eliminação do risco financeiro associado ao aumento de longevidade das pessoas, e que estas pretendem mitigar o mais possível. No entanto, o seguro de vida não se encontra apenas vocacionado para o longo prazo. A grande flexibilidade do seguro de vida, caracterizado por uma total liberdade de entregas e de levantamentos (resgates), permite uma fácil adaptação às necessidades financeiras de cada pessoa, de acordo com o seu plano de curto, médio ou longo prazo. De facto, o seguro de vida pode funcionar, por exemplo, como um instrumento de:

- pura previdência, para fazer face a uma doença imprevista que possa surgir;
- otimização financeira e fiscal;
- financiamento de um complemento de reforma a longo prazo.

### Conclusão

Através da gestão adequada do seguro de vida, cada pessoa, tendo em conta as suas necessidades de segurança individuais e familiares, pode elaborar um plano que lhe permita encarar o futuro sem sobressaltos financeiros.

A garantia de um rendimento a longo prazo traduz-se numa segurança acrescida, que diferencia o seguro de vida dos outros produtos financeiros normais. As dificuldades económicas e financeiras do mundo de hoje, a par dos problemas que colocam em causa a sobrevivência dos atuais regimes de Segurança Social, contribuem decisivamente para a nossa

consciencialização coletiva, fazendo do seguro de vida um veículo privilegiado para garantir o equilíbrio financeiro das famílias no futuro.

A crescente inovação financeira dos produtos, associada a um elevado nível de serviço exigido por parte dos clientes junto das seguradoras, só é possível se estas possuírem uma plataforma informática que lhes permita gerir em tempo real e de forma integrada toda a complexidade associada às operações. A plataforma GIS Vida, amplamente reconhecida e testada no mercado nacional e internacional, permite a gestão discricionária de qualquer tipo de produto, com base numa grande flexibilidade e reduzido *time-to-market* no lançamento de novos produtos de vida, o que constitui claramente um fator diferenciador na antecipação das necessidades do mercado segurador.

## Sabia que...

### MUNDO DOS SEGUROS



A convite do portal “Mundo dos Seguros”, no passado dia 22 de junho, António Pinto, Head of Business Development Africa – i2S, deu uma entrevista, que teve como tema central as operações da i2S em Angola.

#### P: Quando e onde nasceu a i2S?

R: A i2S foi fundada em 1984, no Porto, por cinco professores universitários. A base do produto GIS® – Gestão Integrada de Seguros, que é o sistema *core* para companhias de seguros, foi desenvolvida em 1988, momento em que a i2S abraçou o desafio de informatizar uma nova seguradora em Portugal. Desde então temos crescido consistentemente, com

cerca de cinquenta implementações em companhias de seguros distribuídas por Portugal, Espanha, França, Polónia, Cabo Verde, Angola, Moçambique e Brasil.

A nossa sede é no Porto e temos escritórios em Lisboa, Madrid, Luanda, Maputo e São Paulo. Somos mais de 250 colaboradores.

#### P: As vossas operações em Angola começaram quando? Com que seguradoras e quais as atuais?

R: A i2S iniciou a operação em Angola em 2004 com a informatização da Nossa Seguros. No ano seguinte, 2005, registámos o importante



marco da emissão da primeira apólice de seguros pelo GIS® em terras angolanas.

Em 2006 seguiram-se as implementações da Global Seguros e da Mundial Seguros. No ano 2011 iniciámos o projeto de arranque da Universal Seguros. No ano 2013 conquistámos a BIC Seguros e em 2014 a Bonws Seguros.

Em 2015 contamos, até à data, com um novo cliente: a Fortaleza Seguros, do Banco Privado Atlântico. A probabilidade de conquistarmos mais clientes, ainda este ano, é grande.

Somos hoje responsáveis pelo sistema de gestão core de seguros de oito seguradoras em Angola e orgulhamo-nos de nunca termos perdido qualquer cliente. Procuramos ser parceiros estratégicos dos nossos clientes, apostando numa relação de longa duração.

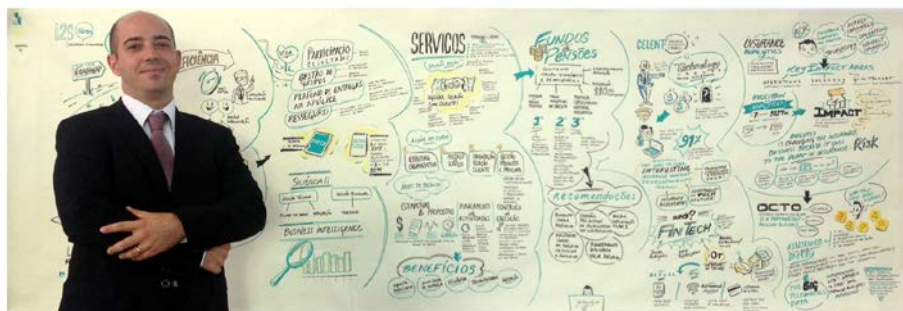
**P: Que tipo de clientes têm além das seguradoras?**

R: A i2S tem uma solução que procura cobrir toda a cadeia de valor da atividade seguradora. O grande enfoque é a solução core para companhias de seguros, que cobre todas as áreas de subscrição, produção, sinistros, cobranças, resseguro, cosseguro, canais de comercialização (*bancassurance*, agentes, delegações, *home insurance*), financeira (contabilidade para seguros, tesouraria, pagamentos), *Business Intelligence*, *workflow*/ processos de negócio e gestão documental.

A i2S dispõe ainda de uma solução integrada para sociedades gestoras de fundos de pensões, contando com os clientes BESACTIF, Fénix Pensões e Sonangol, e de uma solução para corretores e agentes, que conta com os clientes Portoseguro, Angorisk, Nacional Brokers, Media Seguros e Interbroker. Isto no mercado angolano.

**P: Quais as principais diferenças que encontram entre o mercado português e o mercado angolano?**

R: O mercado angolano encontra-se num estágio de evolução anterior em relação ao português. Se analisarmos os indicadores de penetração e densidade dos seguros, temos que Portugal apresenta uma penetração que ronda os 9% com uma densidade próxima dos 2.000 USD, enquanto para Angola a penetração não chega a 1%, com densidade inferior a 100 USD. Uma outra particularidade é que em Portugal o negócio Vida é muito forte (mais de 70% de quota) enquanto em Angola é o Não vida que domina (mais de 90% de quota). Tudo isto nos permite concluir, em contraponto ao estado de desenvolvimento do setor, que temos Angola como um mercado com forte



potencial de crescimento, algo que não ocorre em Portugal atualmente.

Sendo notório que muitas normativas são similares às aplicadas em Portugal, o mercado angolano apresenta desafios próprios. A escassez de recursos humanos com competências de seguros leva a que os processos de negócio sejam ainda pouco maduros e a sua implementação mais desafiante para as companhias de seguros. Destacaria também alguns problemas que ainda subsistem e com impacto negativo para os negócios, como os problemas recorrentes no fornecimento de energia e água, as vias de comunicação ainda deficitárias e a instabilidade das comunicações – fatores que se ampliam com a dimensão territorial. Acrescem outros desafios como a existência de múltiplas moedas (atenuado com a tendência para ‘kwanzalização’ da economia) e os problemas conhecidos em garantir a boa cobrança dos prémios de seguros.

**P: Qual a faturação que obtiveram em 2014, global e no mercado angolano?**

R: A i2S encerrou o ano 2014 com uma faturação acima dos 13 milhões de euros, sendo que Angola contribuiu com cerca de 31% deste valor.

**P: Qual a importância do mesmo na vossa estratégia global?**

R: A estratégia da i2S assenta numa forte política de internacionalização, apostando nos mercados de África, Europa do Sul e América Latina. No mercado africano estamos presentes em Angola, Moçambique e Cabo Verde. Neste continente, Angola é claramente o país que se destaca, quer em termos de valor de mercado para a i2S, quer em termos do posicionamento, como uma das grandes potências

económicas de África, sem desmerecer as restantes.

**P: A questão dos recursos humanos é sempre uma questão problemática neste tipo de operação. Como têm gerido a mesma? O que é que valorizam em termos de competências ao nível do recrutamento?**

R: A i2S está presente no mercado angolano através da empresa participada i2S Angola. Sabíamos que a componente de recursos humanos seria um dos grandes desafios. Para colmatá-la desenvolvemos protocolos com universidades locais para captação de jovens valores, ao mesmo tempo que mantemos uma prospeção constante sobre os profissionais no mercado. Valorizamos competências técnicas nas áreas de Tecnologia da Informação e de Gestão, associadas a *soft skills* que permitam uma gestão adequada das relações com os nossos clientes. Investimos bastante na formação contínua específica para a nossa atividade.

**P: Quantas pessoas trabalham atualmente na vossa operação em Angola?**

R: Atualmente contamos com uma equipa local com mais de dez elementos, em constante crescimento.

**P: Que tendências e desafios/dificuldades encontra?**

R: Angola percorreu três longas décadas de conflitos armados, que deixaram marcas profundas no país. Encontra-se em franca recuperação, mas temos de ter a noção que é algo que leva o seu tempo. Este contexto, associado a uma política de forte desenvolvimento, cria um ambiente altamente concorrencial associado a um ritmo de negócios muito forte e continuado.

A atividade seguradora não é exceção. Atualmente, o site da ARSEG – Agência Angolana de Regulação e Supervisão de Seguros – lista 17 seguradoras licenciadas até 2014, percebendo-se pelo mercado que poderão estar em processo de emissão pelo menos mais cinco licenças. O mercado ficará ao nível do número de seguradoras antes da nacionalização do setor, no pós-independência. Se a este panorama adicionarmos o facto de um número considerável de seguradoras licenciadas ainda não operarem, concluímos facilmente que é um setor que apresenta e continuará a apresentar uma dinâmica muito forte. Penso que os próximos anos se pautarão pela implementação e consolidação das seguradoras licenciadas até 2015, num ambiente de forte concorrência, e não tanto pelo aparecimento de novas seguradoras. As seguradoras que melhor funcionarem em rede – com agentes, bancos e outros parceiros como prestadores de saúde – serão provavelmente as que terão mais sucesso. É possível que, num estágio mais avançado de desenvolvimento do setor, se verifiquem movimentos de consolidação (M&A).

Neste capítulo, como disse anteriormente, a i2S procura ser um parceiro estratégico das seguradoras, na medida em que, juntamente com os nossos clientes, ajudamos a implementar novas companhias de raiz num horizonte temporal curto face à complexidade do tema. O facto de conhecermos muito bem o mercado, suportarmos os requisitos legais e dispormos de ferramentas que permitem um *time-to-market* muito reduzido, em multicanal, no lançamento de novos produtos faz da parceria seguradoras-i2S uma relação diferenciadora para ambas as partes.

Em contraponto à grande dinâmica do mercado, a principal dificuldade que se vive hoje em Angola é a transferência de moedas para o exterior, associada à forte quebra do preço do petróleo e à grande dependência que a economia angolana tem em relação ao ouro negro. Este facto levou a um arrefecimento da economia e à retração de muitos fornecedores estrangeiros no fornecimento de bens e serviços. Trata-se de facto de uma situação complexa, que na minha opinião poderá servir para Angola intensificar a diversificação da sua

economia. Os parceiros deste mercado devem gerir o tema com o maior cuidado, mas sem abandonar o mercado!

#### P: Quais as expectativas para 2015?

R: Pela tendência de forte crescimento do setor segurador em Angola, e pela proposta de valor i2S que é reconhecida por este mercado, prevejo que 2015 será o nosso melhor ano em termos de crescimento pela aquisição de novos clientes. Procuramos reforçar cada vez mais o nosso papel de parceiros estratégicos dos nossos clientes e, de forma mais abrangente, do setor segurador angolano.

António Pinto (i2S)  
Pedro Luiz Gomes (Mundo dos Seguros)

## NOVOS CLIENTES



António Pinto  
antonio.pinto@i2s.pt

A i2S conquistou no passado mês de abril um novo cliente companhia de seguros em Angola: a Fortaleza Seguros, nova companhia do Banco Privado Atlântico.

O Banco Privado Atlântico, num processo de RFP gerido pela Deloitte, escolheu a i2S como parceiro para fornecer a solução *core* e financeira para a nova companhia Fortaleza Seguros. O processo de implementação da solução GIS® iniciou-se no primeiro trimestre deste ano, com os módulos Não vida, Vida e SIG/Financeiro. Serão disponibilizados os canais *bancassurance* e agentes. A companhia terá como principal força de vendas os balcões do Banco Privado Atlântico.

A i2S reforça assim a sua posição de liderança como parceiro estratégico do mercado de seguros angolano, contando com sete clientes companhias de seguros e duas sociedades gestoras de fundos de pensões neste mercado.

