

# **MESTRADO**

## **ECONOMIA INTERNACIONAL E ESTUDOS EUROPEUS**

### **TRABALHO FINAL DE MESTRADO**

#### **RELATÓRIO DE ESTÁGIO**

A Mobilidade dos Seguros Associados ao Crédito à Habitação

Dinis Matos Franco

**JULHO - 2024**

# **MESTRADO EM ECONOMIA INTERNACIONAL E ESTUDOS EUROPEUS**

## **TRABALHO FINAL DE MESTRADO ESTÁGIO**

A Mobilidade dos Seguros Associados ao Crédito à Habitação

Dinis Matos Franco

Orientadora do Trabalho de Projeto: Marta Rocha, Chefe Interina do Departamento de Estudos e Acompanhamento de Mercados da Autoridade da Concorrência

Professor Orientador: José Zorro Mendes

**JULHO - 2024**

Dinis Matos Franco

## AGRADECIMENTOS

Dedico este projeto ao Departamento de Estudos e Acompanhamento de Mercados da Autoridade da Concorrência, que tanto me apoiou ao longo de toda a realização do trabalho.

Foi um período de muita aprendizagem e crescimento pessoal que devo àqueles que me proporcionaram diretamente, nomeadamente a minha família nuclear e namorada, as quais tornaram-se num pilar, que me permitiram focar toda a minha atenção neste projeto final de mestrado.

Agradeço aos meus professores de mestrado e principalmente ao meu orientador Professor José Zorro Mendes. A sua disponibilidade, atenção e rigor durante todo o processo, foram fundamentais no meu progresso e no desenvolvimento do projeto.

## **Lista de acrónimos e siglas**

ASF– Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões

BcE– Banco Central Europeu

BP – Banco de Portugal

EIOPA – Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões Complementares de Reforma

EM – Estados-Membros

EU – União Europeia

SPC – Seguros de Proteção de Crédito

## Índice

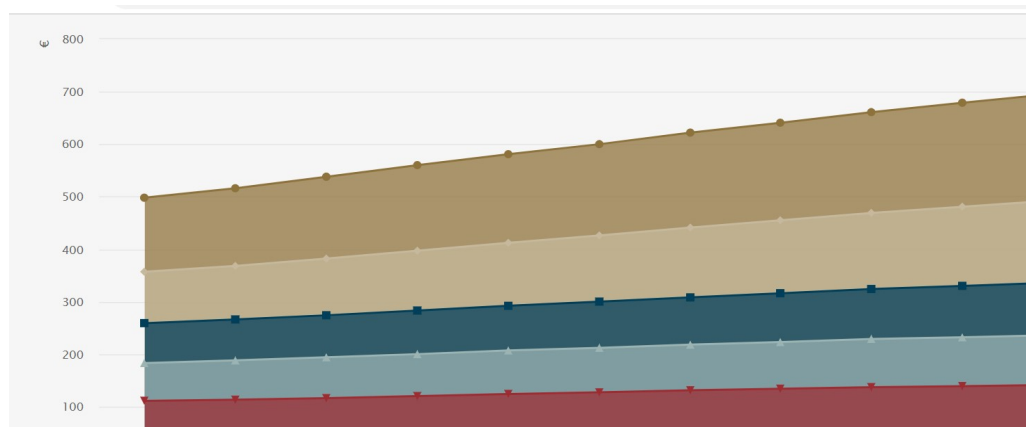
1. Introdução .....	6
2. Enquadramento Legal .....	7
2.1. Enquadramento europeu .....	9
2.2. Barreiras Legais .....	12
2.3. Barreiras Comerciais.....	12
2.3.1. Custos de transação/burocráticos.....	12
2.3.2. Custos associados a cross-selling e a ofertas agregadas.....	13
2.3.3. Custos relacionados com informação assimétrica .....	15
2.3.4. Custos contratuais.....	17
2.4. Barreiras Comportamentais .....	18
3. Análise de Mercado .....	19
3.1. <i>Bancassurance</i> .....	21
3.2. Acordos de Remuneração .....	23
4. Observações de <i>Stakeholders</i> .....	26
5. Recomendações propostas .....	27
6. Bibliografia .....	30

## 1. Introdução

Tendo em conta o contexto geopolítico e geoeconómico atual, que se traduziu na maior taxa de inflação dos últimos anos e, por consequência, do custo de vida, o aumento do serviço da dívida associado à variação dos indexantes de referência nos contratos de crédito à habitação (Euribor) revela-se significativo, afetando diretamente os rendimentos das famílias e no seu acesso à habitação<sup>1</sup>.

Em Portugal, a maioria dos créditos à habitação são contratados com taxa de juro variável<sup>2</sup>. Ao ponto de, só a partir de julho de 2023, segundo dados do Banco de Portugal,<sup>3</sup> é que o número de novos créditos à habitação indexados a uma taxa variável (contabilizados de janeiro de 2022 a setembro de 2023) foi inferior a 50% de todos os créditos à habitação. A nível europeu, no ano de 2022, o crédito hipotecário representava 79% do volume de empréstimos às famílias nos Estados-Membros (EM) da União Europeia (EU), registando um aumento constante face aos 75% verificados em 2015.

Como tal, tendo em conta o início da subida das taxas de juro Euribor por parte do Banco Central Europeu (BCE) em julho de 2022<sup>4</sup>, a maioria dos consumidores está a sofrer um aumento significativo da sua prestação mensal. Todos os consumidores com os seus créditos à habitação associados a uma taxa variável, realizados numa época caracterizada por taxas Euribor próximas de 0%, viriam a sentir, a partir de julho de 2022, uma subida do seu pagamento mensal. Esta subida é visível quando analisamos o período de setembro de 2022 a setembro de 2023, no seguinte gráfico do Banco de Portugal.



<sup>1</sup> Vide, (“Considerações”), do [Decreto-Lei n.º 20-B/2023](#) de 2023-03-22 (consolidada). Entrou em vigor em 2023-03-23.

<sup>2</sup> BdP, Séries estatísticas, “[Percentagem de créditos de habitação por taxa de juro contratada](#)”

<sup>3</sup> BdP, Séries estatísticas, “[Percentagem de créditos de habitação por taxa de juro contratada](#)”

<sup>4</sup> BdP, “[Taxas de juro oficiais do BCE](#)”

Com a subida gradual da prestação mensal dos créditos indexados às taxas Euribor, os consumidores, que não viam os seus rendimentos aumentar de forma semelhante, começaram a sentir uma taxa de esforço (rendimento mensal afeto ao pagamento da prestação) igual ou superior a 35%.

O crédito à habitação é um produto bancário que agrega outros produtos. Os Seguros de Proteção de Crédito (SPC), são os seguros de vida e multirrisco associados ao crédito. Os SPC são contratos de seguro que cobrem o devedor do risco de não conseguir pagar o crédito.

No nosso país, é generalizada a prática de as instituições de crédito, exigirem, como condição para a concessão de crédito à habitação, a contratação, em paralelo, por quem solicite este crédito, de um contrato de seguro de vida que garanta o pagamento das importâncias devidas, em caso de morte e ou invalidez do devedor<sup>5</sup>.

De forma a estimular a venda destes seguros, através das vendas agregadas associadas ao crédito à habitação, o chamado cross-selling, as instituições bancárias oferecem uma bonificação no spread do crédito. Esta bonificação, pode-se traduzir numa poupança significativa, no pagamento dos juros, ao longo do período do empréstimo.

Este estudo visa dar resposta a duas perguntas.

Em primeiro lugar, se na ótica da concorrência, o consumidor sente-se impedido de procurar melhores ofertas de SPC com receio de vir a pagar mais durante o restante período do crédito.

De seguida, a análise do modelo de negócio de bancassurance que, devido à sua natureza, pode gerar conflitos de interesses, resultando no risco de as instituições bancárias e de seguros procurarem maximizar os lucros, ao invés de agir de acordo com o melhor interesse do consumidor. O estudo será focado na realidade portuguesa sem nunca esquecer o enquadramento europeu.

## 2. Enquadramento Legal

A atividade de seguros e de fundos de pensões em Portugal é sujeita à regulação e supervisão prudencial da Autoridade de Supervisão de Seguros e Fundos de Pensões (ASF)<sup>6</sup>. A nível europeu, a supervisão é efetuada pela Autoridade Europeia dos Seguros e Pensões Complementares de Reforma (EIOPA).

---

<sup>5</sup> Vide, (“Considerações”), do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.

<sup>6</sup> Vide Art.º 6º, (“Missão”), do [Decreto-Lei n.º 1/2015](#) de 2015-01-06 (consolidada). Entrou em vigor em 01.02.2015.

No contexto da presente análise, importa rever a legislação em vigor relacionada com os seguros de vida associados ao crédito à habitação. A este respeito, destaca-se a Lei n.º 24/96, de 31 de julho, que estabelece o regime aplicável à defesa dos consumidores. Este regime proíbe, a um fornecedor ou prestador de serviços, de fazer depender o fornecimento de um bem ou a prestação de um serviço da aquisição ou da prestação de um ou outros bens ou serviços (cf. n.º 6 do artigo 9.º)<sup>7</sup>. Nesse sentido, uma instituição de crédito não poderá obrigar um consumidor a realizar um seguro de vida como pré-requisito ao fornecimento de um crédito à habitação (sujeito a exceções, conforme se explanará de seguida). O Decreto-Lei n.º 349/98, de 11 de novembro, estabelece o regime jurídico de concessão de crédito à habitação própria. Segundo os n.ºs 1 e 2 do artigo 23º deste regime, “*os empréstimos serão garantidos por hipoteca da habitação adquirida, incluindo o terreno*”, sendo prevista a possibilidade de um reforço desta garantia através de um seguro de vida do mutuário e cônjuge, de valor não inferior ao montante do empréstimo, ou outras garantias consideradas adequadas ao risco do empréstimo pela instituição de crédito mutuante<sup>8</sup>.

É uma prática comum as instituições de crédito exigirem, como condição para a concessão de crédito à habitação, a contratação de um seguro de vida que garanta o pagamento do valor das importâncias devidas em caso de morte ou invalidez do mutuário<sup>9</sup>. A legislação em vigor admite a possibilidade de as instituições de crédito imporem a contratação de um seguro de vida, com o objetivo de reforço da garantia hipotecária dos contratos de crédito à habitação (cf. n.º 1 do artigo 2º do Decreto-Lei n.º 222/2009)<sup>10</sup>.

Esta prática garante, ao mutuário, mediante a apólice, o pagamento do seu crédito à habitação em caso de morte ou incapacidade, garantindo a sua residência. Por sua vez, a instituição de crédito garantirá o pagamento do empréstimo que disponibilizou, independentemente do valor atual do imóvel em causa. De forma a assegurar a não imposição de condições que vão além do que justificaria o interesse legítimo das instituições de crédito, o artigo 5º do Decreto-Lei n.º 222/2009<sup>11</sup>, em acréscimo aos deveres de informação já estabelecidos, vem estabelecer o conteúdo mínimo das propostas de um contrato de seguro de vida associado ao crédito à habitação.

---

<sup>7</sup> Vide n.º 6, Art.º 9.º, (“Direito à proteção dos interesses económicos”), da [Lei n.º 24/96](#) de 1996-07-31 (consolidada). Entrou em vigor em 04.07.2023.

<sup>8</sup> Vide n.º 1 e 2 do Art.º 23.º, (“Garantia de empréstimo”), do [Decreto-Lei n.º 349/98](#) de 1998-11-11 (consolidada). Entrou em vigor em 10.12.2012.

<sup>9</sup> Vide Parágrafo n.º 2, (“Introdução”) do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.

<sup>10</sup> Vide Art.º 2º, (“Âmbito de aplicação”), do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.

<sup>11</sup> Vide al. d) do n.º 3 do Art.º 4º, (“Deveres de informação”) do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.



Caixa 1. **Pontos chave** – Conteúdo mínimo de contrato de seguro de vida associado ao crédito à habitação (**Artigo 5.º do Decreto-Lei n.º 222/2009**):

Período de vigência do contrato de seguro de vida associado ao crédito à habitação:

- Só produz efeitos após o início da vigência do contrato de crédito;
  - Salvo casos de sinistro o seguro deixa de estar em vigor, com amortização total do crédito;
- Mobilidade do seguro após transferência de crédito;
- Capital seguro igual ao capital em dívida;
- Amortização antecipada da dívida após sinistro, em casos de pluralidade de mutuários;
  - Em caso de pluralidade de mutuários, a instituição de crédito e a seguradora estão vedados de realizar um contrato de seguro para cada mutuário.

No entanto, as instituições de crédito não podem impor ao mutuário a contratação do seguro de proteção ao crédito numa pré-determinada empresa de seguros. Segundo o regime jurídico do contrato de seguro, o mutuário pode celebrar um novo contrato de seguro com outra seguradora, mantendo as condições iniciais, sem consentimento do credor (cf. n.º 1 do artigo 97.º do Decreto-Lei n.º 72/2008)<sup>12</sup>. O mutuário possui ainda a liberdade de optar por uma instituição seguradora da sua preferência, ou de dar em garantia um ou mais seguros de vida de que já sejam titulares, desde que cumpra com os requisitos da instituição de crédito (cf. alínea d), n.º 3, artigo 4º, do Decreto-Lei n.º 222/2009)<sup>13</sup>.

A instituição de crédito encontra-se vedada de fazer depender a celebração dos seus serviços da realização de vendas associadas obrigatórias. Não obstante, o regime dos contratos de crédito relativos a imóveis reconhece a *prática de vendas associadas facultativas* ao crédito à habitação, como forma de reduzir as comissões ou outros custos do contrato de crédito (cf. n.º 3 do artigo 11.º do Decreto-Lei n.º 74-A/2017)<sup>14</sup>.

---

<sup>12</sup> Vide Art.º 97º, (“Seguro em garantia”), do [Decreto-Lei n.º 72/2008](#) de 2008-04-16 (consolidada). Entrou em vigor em 01.01.2009.

<sup>13</sup> Vide Art.º 5º, (“Conteúdo mínimo das propostas de contrato de seguro de vida associadas ao crédito à habitação”), do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.

<sup>14</sup> Vide n.º 3 do Art.º 11º, (“Vendas associadas obrigatórias e vendas associadas facultativas”), do [Decreto-Lei n.º 74-A/2017](#). Entrou em vigor em 01.01.2018.

## 2.1. Enquadramento europeu

A nível europeu, importa destacar a **Diretiva 2014/17/UE**, transposta para a lei nacional através do Decreto-Lei n.º 74-A/2017, que vem estabelecer um quadro comum a nível dos Estados-Membros da EU, em matéria de contratos de crédito aos consumidores garantidos por uma hipoteca para imóveis de habitação<sup>15</sup>.

### Caixa 2. Pontos Chave— Diretiva 2014/17euE, de 4 de fevereiro de 2014<sup>16</sup>

- Introdução obrigatória da Ficha de Informação Normalizada Europeia (FINE), que permita a comparação de propostas (artigo 12.º);
- **Proibição de vendas associadas obrigatórias (“tying”)**, a menos que o serviço ou produto financeiro oferecido juntamente com o contrato de crédito não possa ser oferecido separadamente, embora permita o “Bundling” – vendas associadas facultativas (artigo 12.º);
- **Permitir aos mutuários o reembolso antecipado da hipoteca**, embora sujeito a determinadas condições impostas pelos Estados-Membros (artigo 25.º);
- **Possibilidade de introdução de um período de reflexão** que não pode exceder os primeiros 10 dias após receber a proposta inicial;
- Obrigação de os credores levarem a cabo uma análise da taxa de esforço dos mutuários para garantir que são capazes de cumprir as suas obrigações de reembolso.
- **Inclusão, dos piores cenários possíveis no que diz respeito aos juros variáveis**, a fim de alertar os consumidores para as possíveis variações da taxa de juro.

No decorrer do documento, são apresentadas as razões para as imposições relativas às vendas associadas ao crédito à habitação através dos pontos n.º 24 e 25 das “considerações”<sup>17</sup>. Em particular, é referido “[ser] importante *prevenir práticas como a associação obrigatória de determinados produtos suscetíveis de induzir os consumidores a celebrarem contratos de crédito que não acautelam os seus*

<sup>15</sup> Vide Art.º 1.º (“Objeto”), da [Diretiva 2014/17/EU](#), de 4 de fevereiro de 2014 (consolidada).

<sup>16</sup> [Síntese da Diretiva 2014/17/UE](#) – Regras relativas aos empréstimos à habitação

<sup>17</sup> Vide n.º 24 e 25 das “Considerações”, da [Diretiva 2014/17/EU](#), de 4 de fevereiro de 2014 (consolidada)

*interesses, sem, no entanto, restringir as vendas associadas facultativas de produtos que possam ser vantajosas para os consumidores.*<sup>18</sup> Para cumprir o objetivo estabelecido, é preciso assegurar a todos os Estados-Membros uma definição transversal dos mecanismos de vendas associadas obrigatórias (“*tying*”) e vendas associadas facultativas (“*bundling*”)<sup>19</sup>.

Em seguida, são apresentadas as práticas de vendas associadas, segundo as disposições do artigo 12.<sup>º</sup>, que, tal como foi transposto pela n.º 3 do artigo 11.º do Decreto-Lei nº 74-A/2017, reconhece a prática de vendas associadas ao crédito à habitação. A capacidade e a vontade dos consumidores de mudar de fornecedor são dois aspetos extremamente importantes para o bom funcionamento de qualquer mercado livre.

Neste capítulo procede-se a uma revisão da literatura, com o objetivo de identificar as barreiras à mudança e perceber as razões pelas quais os consumidores permanecem nas instituições de crédito e seguradoras (Colgate & Lang, 2001). Para tal, foi revista literatura sobre produtos e serviços financeiros, focando-se na mobilidade dos consumidores no setor da banca a retalho, com especial atenção para os créditos à habitação e aos seguros associados ao crédito, de forma a desenvolver uma compreensão abrangente do comportamento dos consumidores.

Não existe uma razão única para os consumidores não mudarem de fornecedor, mas sim uma combinação de razões.

Em primeiro lugar, o consumidor pode estar satisfeito com o seu fornecedor atual e não ter motivos para mudar. Por outro lado, os consumidores podem não ter conhecimento da possibilidade de mudar para uma outra alternativa, nomeadamente ao nível do seguro associado ao crédito. Contudo, apesar de um consumidor estar ciente da oportunidade, este não conhece a extensão dos potenciais benefícios da mudança. Porém, mesmo que estejam conscientes dos potenciais benefícios da mudança, os consumidores podem, mesmo assim, não mudar as rotinas diárias, e a falta de necessidade de realizar uma poupança aparentemente pequena pode levar ao esquecimento ou à opção de adiar a decisão para o futuro.

Todavia, apesar de um consumidor se sentir motivado para mudar, a quantidade de informação associada ao tema e, pela forma como esta é apresentada, leva a uma sobrecarga de informação e a uma potencial inércia.

Por último, procurar uma oferta melhor e passar por todas as complicações administrativas da mudança de prestadores de serviço exige tempo, esforço e dinheiro. Por vezes, a possibilidade de vir a pagar

---

<sup>18</sup> Vide n.º 24 das “Considerações”, da [Diretiva 2014/17/EU](#), de 4 de fevereiro de 2014 (consolidada)

<sup>19</sup> Vide n.º 26 e 27 do Art.º 4º, (“Definitions”), da [Diretiva 2014/17/UE](#), de 4 de fevereiro de 2014 (consolidada)

<sup>20</sup> Vide Art.º 12º, (“Tying and bundling practices”), da [Diretiva 2014/17/UE](#), de 4 de fevereiro de 2014 (consolidada)

possíveis compensações e/ou comissões por mudar de prestadores de serviços, pode influenciar um consumidor a não agir.

Independentemente disso, a mudança de prestadores de serviços em si não é intrinsecamente desejável. O consumidor, pode ver o seu interesse económico suprimido com o interesse de se realizar uma venda, podendo ser influenciado a mudar para uma oferta pior, levando a uma perda de bem-estar.

A tomada de decisão de mudança de instituição de crédito e de seguradora, por parte de um consumidor, apenas será ótima se a informação necessária para selecionar a melhor oferta disponível no mercado, esteja disponível e de fácil acesso<sup>21</sup>.

Na literatura é possível identificar um conjunto de características no sector da banca a retalho, que podem originar barreiras, à entrada e/ou à saída, e que podem ser desagregados em 3 categorias, em função da sua natureza, nomeadamente em (i) barreiras legais, (ii) barreiras comerciais e (iii) barreiras comportamentais.

## **2.2. Barreiras Legais**

Barreiras legais, representam as disposições jurídicas nacionais que podem funcionar como barreiras à mobilidade.

O enquadramento legal português, atual, foi analisado no capítulo 2 “Enquadramento Legal”. Ao longo da análise, podemos encontrar que, através da transposição de normas europeias em conjugação com a iniciativa nacional, a legislação foi evoluindo, de forma a proteger e garantir a liberdade de escolha do prestador de serviços ao consumidor.

## **2.3. Barreiras Comerciais**

As barreiras comerciais são as barreiras que resultam de elementos contratuais introduzidos pelo prestador de serviços, com o objetivo de reter clientes. Estes custos podem ser desagregados em quatro categorias, em função da sua natureza, nomeadamente em (i) custos de transação/burocráticos, (ii) custos associados a ofertas agregadas, (iii) custos relacionados com informação assimétrica e (iv) custos contratuais<sup>22</sup>.

---

<sup>21</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal AdC e BdP,](#)

<sup>22</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal AdC e BdP,](#)

### 2.3.1. Custos de transação/burocráticos

Ao procurar um novo prestador de serviços financeiros os consumidores são muitas vezes confrontados com custos não monetários, tais como o tempo exigido nos procedimentos de mudança e o esforço com a obtenção e preenchimento da documentação necessária (e.g. procedimentos de encerramento de conta e de abertura de conta junto da nova instituição, bem como a transferência de débitos e créditos)”<sup>23</sup>.

Segundo dados da EIOPA, “43% of insurers indicated that before cancelling their CPI policy, consumers have to get agreement from the bank and fulfil certain conditions.”<sup>24</sup> Fica pressuposto que, diferentes instituições de crédito, podem solicitar seguros de vida/multirrisco com coberturas diferentes<sup>25</sup>. Esta liberdade das instituições de crédito, obriga à aprovação prévia do novo contrato de seguro, por parte da instituição de crédito, para que o mutuário consiga mudar de seguro.

Desta forma, um consumidor pode sentir dificuldade em comparar produtos que cumprem com os requisitos mínimos, impostos por cada instituição de crédito, limitando a sua capacidade de fazer “shopping-around” e de mudar de fornecedor.

#### Caixa 3. Disposições dos Estados-Membros

*“Switching of mortgage insurance does not present significant issues. However, in some Member States this could be complicated by the practice of bundling insurance and mortgage products in a single complex contract. This is particularly the case when the mortgage insurance has been taken out in order to reduce the interest rate (bundling practices).”<sup>26</sup>*

Segundo o “*Study on switching of financial services and products*”:

- **França** - Seguro de proteção ao crédito à habitação é obrigatório, existe um quadro jurídico específico (**Loi Hamon**) para garantir a mobilidade de contratos de seguro.
- **Itália** - Maioria dos SPC à habitação são pagos numa única prestação, não é

<sup>23</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal AdC e BdP, Página nº5, subcapítulo 2.1.2.1](#)

<sup>24</sup> “[CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS](#)”, EIOPA Pág.4, ponto nº3 do [Sumário Executivo](#)

<sup>25</sup> *Vide* al. c) do n.º 3 do Art.º 4º, (“Deveres de informação”) do [Decreto-Lei n.º 222/2009](#) de 2009-09-11. Entrou em vigor em 10.12.2009.

<sup>26</sup> European Commission, Directorate-General for Financial Stability, Financial Services and Capital Markets Union, Andruszkiewicz, O., Herrera, F., Mathis, J. et al., [Study on switching of financial services and products – Final report](#), Publications Office, 2019,

possível mudar de seguradora sem, em primeiro lugar, reembolsar a hipoteca. Por este motivo, um consumidor, não mudará só de seguradora, como também mudará de mutuante.

- **Alemanha e outros** – Definem os SPC à habitação como um seguro pessoal, portanto, o mutuário pode mudar livremente de seguradora durante a vigência do crédito.

### 2.3.2. Custos associados a cross-selling e a ofertas agregadas

Segundo Gultinan, (1987, p. 74)<sup>27</sup>, as ofertas agregadas, “*bundling*”, consistem na venda associada de produtos e serviços num único pacote por um preço especial, mais baixo.

O *bundling* é comum no sector financeiro e propicia a concentração de diversos produtos financeiros numa só instituição de crédito. Os clientes de crédito à habitação, de uma forma racional, preferem muitas vezes esta opção à possibilidade de fazerem *shopping around*. Tal decorre da existência de custos associados à dispersão dos produtos por diversos fornecedores, resultantes, por um lado, do custo de monitorização de produtos em várias instituições e, por outro, dos eventuais benefícios financeiros da aquisição de produtos em pacote<sup>28</sup>.

No entanto, é preciso distinguir *bundling* de *tying*, segundo Buccirossi et al. (2011)<sup>29</sup>:

- **Pure Bundling** - 2 ou mais bens e/ou serviços são vendidos em conjunto, em proporções fixas, mas nenhum deles está disponível em separado,
- **Tying** - 2 ou mais bens e/ou serviços são vendidos em conjunto, dos quais, pelo menos um não pode ser adquirido separadamente,
- **Mixed bundling** - 2 ou mais bens e/ou serviços são vendidos em conjunto, mas cada um pode ser adquirido de forma separada.

No contexto do estudo, ***bundling* é a venda facultativa** de outros bens e/ou serviços associados ao crédito à habitação. Por outro lado, ***tying* é a venda obrigatória** de outros bens e/ou serviços associados ao crédito à habitação. Em ambos os casos, falamos de uma prática de *cross-selling*, que não terá,

---

<sup>27</sup> Gultinan, J. P. (1987). The Price Bundling of Services: A Normative Framework. *Journal of Marketing*, 51, 74–85

<sup>28</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal, AdC e BdP, Página nº5, subcapítulo 2.1.2.2](#)

<sup>29</sup> Buccirossi, P., Cerasi, V., Ciari, L., Spagnolo, G., & Tognoni, M. (2011). [Responsible Lending – Barriers to Competition](#), pág.33

necessariamente, preocupações concorrenciais. Com efeito, Buccirosi et al. (2011)<sup>30</sup> identifica três possíveis fontes de eficiência associadas a vendas cruzadas no contexto de crédito à habitação e respetivos seguros: (I) redução do risco do crédito ao credor, (II) criação de economias de gama na produção e distribuição dos bens e/ou serviços e (III) dificuldade técnica na separação dos serviços.

Contudo, a concentração de vários produtos na mesma instituição tende a reduzir a mobilidade do cliente, na medida em que, quanto maior o seu grau de envolvimento com a instituição de crédito, maiores tenderão a ser os custos de mudança de fornecedor, podendo mitigar a dinâmica concorrencial no mercado<sup>31</sup>. O *bundling*, pode conduzir a custos de mudança mais elevados e uma mobilidade menor, uma vez que a mudança implica a compra de todos os produtos a um fornecedor diferente.

Por último, o *cross-selling* pode reduzir a transparência dos preços e a comparabilidade das ofertas, dificultando a identificação do preço de cada produto incluído no pacote e, por sua vez, restringindo a capacidade dos consumidores de comparar produtos vendidos isoladamente por fornecedores concorrentes<sup>32</sup>.

### 2.3.3. Custos relacionados com informação assimétrica

Um elemento crucial para competir por clientes e entrar em novos mercados hipotecários é a disponibilidade de informações sobre o historial dos mutuários. Considere-se o exemplo de um contrato de crédito à habitação. No contexto deste produto financeiro, o banco principal do cliente, detém informação privilegiada face às outras instituições de crédito sobre a capacidade de o cliente cumprir os seus compromissos financeiros, podendo desta forma oferecer spreads mais competitivos, sem aumentar o seu risco, comparativamente a outras instituições.

Segundo Buccirosi et al. (2011), o acesso limitado à informação tende a dar origem a efeitos de seleção adversa. A seleção adversa surge quando as instituições de crédito obtêm informações sobre os seus mutuários depois de lhes concederem empréstimos, podendo assim rejeitar os mutuários mais arriscados quando estes solicitam um refinanciamento. Por outro lado, os potenciais novos operadores não conseguem distinguir entre os novos mutuários e os antigos mutuários que foram rejeitados pelos seus anteriores mutuantes.

A mudança para outra instituição de crédito traduz-se, assim, num custo de oportunidade para o cliente, uma vez que é difícil transferir esta informação para a nova instituição, o que poderá resultar, por sua vez, no pagamento de spreads mais elevados<sup>33</sup>.

---

<sup>30</sup> Buccirosi, P., Cerasi, V., Ciari, L., Spagnolo, G., & Tognoni, M. (2011). [Responsible Lending – Barriers to Competition](#), 33

<sup>31</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal AdC e BdP, Página nº6, subcapítulo 2.1.2.2](#)

<sup>32</sup> Buccirosi, P., Cerasi, V., Ciari, L., Spagnolo, G., & Tognoni, M. (2011). [Responsible Lending – Barriers to Competition](#), 33

<sup>33</sup> [Mobilidade no Sector da Banca a Retalho em Portugal AdC e BdP, Página nº6, subcapítulo 2.1.2.4](#)

Outra dimensão, de informação assimétrica, acontece quando os fornecedores têm mais informações sobre um produto (riscos/benefícios) e sobre o comportamento dos consumidores do que os próprios consumidores, posicionando as instituições de crédito numa posição mais vantajosa em comparação com os consumidores (Lacko & Pappalardo, 2010)<sup>34</sup>. De forma a combater esta assimetria, os governos obrigam à divulgação de informação sobre os serviços contratados, que permita ao consumidor comparar as ofertas de diferentes fornecedores, possibilitando o *shopping-around* da melhor combinação de características e preço (Garrison et al. 2012)<sup>35</sup>.

Tendo em conta o estudo, é relevante rever a conjuntura atual relacionada com os SPC à habitação.

Neste mercado, os seguros são produtos associados ao crédito habitação, na medida que são considerados produtos secundários/auxiliares ao produto principal. Contudo, os produtos SPC são complexos e os consumidores podem não possuir conhecimentos para avaliar a qualidade do produto. A comparação de um SPC proposto pelo banco, no ponto de venda, com produtos alternativos, exige tempo. No caso dos SPC à habitação, estes requisitos mínimos, exigidos pela instituição de crédito, também incluem os riscos cobertos (vida/ não-vida) e as respetivas exclusões aplicáveis, o prémio, etc. O investimento adicional de tempo que é necessário, pode dar, neste caso, origem a inércia, em que os consumidores simplesmente aceitam a oferta recebida da instituição de crédito<sup>36</sup>.

As instituições de crédito, ao fornecerem uma "opção por defeito" e ao exigirem um esforço adicional para ultrapassar esta norma, levarão a que a maioria das pessoas limitar-se-á a aceitar a opção por defeito. Esta tendência para escolher a oferta padrão é motivada pelo preconceito do *status quo*, que leva os indivíduos a preferir escolhas que lhes permitam evitar mudanças e/ou esforços cognitivos (Samuelson & Zeckhauser, 1988)<sup>37</sup>.

---

<sup>34</sup> Lacko, J. M., & Pappalardo, J. K. (2010). The failure and promise of mandated consumer mortgage disclosures: Evidence from qualitative interviews and a controlled experiment with mortgage borrowers. *American Economic review*, 100(2), 516–521.

<sup>35</sup> Garrison, L., Hastak, M., Hogarth, J. M., Kleimann, S., & Levy, A. S. (2012). Designing Evidence-based Disclosures: A Case Study of Financial Privacy Notices. *Journal of Consumer Affairs*, 46(2), 204–234.

<sup>36</sup> [“CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS” EIOPA Página nº21, “CROSS-SELLING: CONSUMER BEHAVIOUR AND BIASES”](#)

<sup>37</sup> Samuelson, W., & Zeckhauser, R. J. (1988). [Status Quo Bias in Decision Making](#). *Journal of Risk & Uncertainty*, 1, 7-59.



#### Caixa 4. Obrigações legais de transparência de diferentes E-M da UE

Segundo o “*Study on switching of financial services and products*”:

- **Bélgica** - O segurador deve explicar as componentes do prémio quando envia a sua proposta a um potencial cliente. Além disso, a lei dos seguros prevê a intervenção de um mediador de seguros, no caso de não ser possível chegar a um acordo entre a seguradora e o potencial tomador de seguro, relativamente aos prémios propostos (Article 212 of the Insurance Act).
  
- **Itália** - Quando um banco propõe um seguro de vida juntamente com uma hipoteca, é obrigado a apresentar pelo menos mais duas propostas de duas seguradoras diferentes, ambas não atribuíveis a bancos ou a intermediários de crédito, sem que seja impossibilitado/rejeitado o acesso ao crédito.
  - IVASS (ISVAP) regulation n°. 40/2012 – Define os requisitos mínimos dos SPC à habitação, de forma a facilitar a comparação entre os diferentes produtos oferecidos no mercado e a identificação do mais vantajoso para o cliente.
  
- **Alemanha** – A seguradora, de acordo com a Seção 6 VVG, é obrigada a aconselhar o tomador do seguro. Em caso de incumprimento das obrigações de aconselhamento, o segurado poderá ter direito a reclamar uma indemnização.

#### 2.3.4. Custos contratuais

Os custos contratuais são os custos incorridos pelos consumidores para rescindir ou alterar um contrato de concessão de crédito ou de seguro.

Numa perspetiva de mudança, a literatura refere as comissões de saída, como por exemplo, comissões e/ou penalizações pelo pagamento antecipado do crédito. Os custos de transação incluem as

despesas para finalizar o processo de mudança, por exemplo, despesas notariais e jurídicas, impostos, custos de avaliação da nova propriedade, entre outros<sup>38</sup>.

A aplicação de comissões, por parte das instituições de crédito, pela cessação da relação negocial bancária tem como objetivo desincentivar a mudança por parte do cliente e, caso esta se efetive, compensar pelos custos administrativos e de exposição ao risco.

De acordo com o trabalho de Buccirosi et al. (2011) – “Os custos de mudança, sob a forma de restrições e/ou penalidades ao resgate antecipado, e os custos de transação são largamente percebidos pelos consumidores como um obstáculo relevante à sua mobilidade no mercado hipotecário”.

Contudo, segundo entrevistas com stakeholders, as instituições de crédito, como forma de angariação de clientes, muitas vezes, “oferecem” estes custos, com o objetivo de fidelizar um novo cliente.

#### 2.4. Barreiras Comportamentais

As barreiras comportamentais decorrem de enviesamentos dos consumidores que podem interferir com as escolhas dos mesmos. Estes enviesamentos podem, por sua vez, ser explorados pelos prestadores de serviços, com o objetivo de manter a fidelização e aumentar o rendimento de cada um dos seus clientes.

Em Portugal, a prática de vendas associadas por parte de instituições de crédito é generalizada e é facilitada através de enviesamentos comportamentais dos consumidores, nomeadamente a procrastinação, aversão ao risco e/ou arrependimento, a contabilidade mental, status quo *bias*, sobrecarga de informação e iliteracia financeira<sup>39</sup>.

Resultados do estudo da EIOPA de 2022<sup>40</sup> mostram que, “As instituições de crédito também tiram partido dos enviesamentos comportamentais dos consumidores para os encorajar a optar por um pacote de seguros, mesmo que isso possa não ser do seu interesse”. Por exemplo, muitas instituições de crédito oferecem descontos nas taxas de juro sobre o custo do empréstimo (TAEG), se o consumidor optar pelo pacote de seguros de proteção do crédito. Isto pode levar a situações em que os consumidores compram uma apólice de proteção de crédito apenas para obterem o desconto na taxa de juro (mesmo que não seja o produto mais adequado ou mais rentável), e tais incentivos impedem frequentemente os consumidores de procurarem e compararem ofertas de diferentes fornecedores (que podem ser mais adequadas ou rentáveis).

O trabalho de Buccirosi et al (2011), refere as contribuições de Inderst e Ottaviani (2009, 2010a, 2010b)<sup>41 42 43</sup> e de Hacketal et al. (2010)<sup>44</sup>. A análise de Inderst e Ottaviani e de Hacketal parte do

---

<sup>38</sup> Buccirosi, P., Cerasi, V., Ciari, L., Spagnolo, G., & Tognoni, M. (2011). [Responsible Lending – Barriers to Competition](#), pág. 47

<sup>39</sup> FSA - Financial Services Authority: “Financial Capability: A Behavioural Economics Perspective,” *Consumer research* 69, 2008.

<sup>40</sup> “[CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS](#)” EIOPA Pág.79, “Key issues identified”

<sup>41</sup>Inderst R. and Ottaviani M. (2009), “Misselling through Agents,” *American Economic Review*, 2009/99, p. 883–908.

pressuposto de que, na ausência do conhecimento dos clientes e na existência de enviesamentos comportamentais nas suas decisões, o aconselhamento dos consumidores (e.g., via intermediários de créditos) é uma solução para combater a inércia e promover o melhor interesse financeiro do mesmo. Contudo, a prática comum no setor do crédito a retalho é a de não cobrar diretamente pelo aconselhamento - os clientes pagam indiretamente através de taxas e comissões que fluem das instituições de crédito e seguradoras para os mediadores de crédito e seguros, e isso pode não ser óbvio para clientes. Neste contexto, o valor do benefício do aconselhamento, por mediação, pode ser comprometido pelo interesse privado dos mediadores em garantir rendimentos<sup>45</sup>.

*“The lack of financial education and the existence of cognitive biases (i.e. irrational biases that affect judgement and the decision-making process), can lead to poor financial choices even in presence of transparent and comparable information.”* – Buccirosi, et al (2011).

### 3. Análise de Mercado

Ao analisar o mercado segurador, fica aparente a diversidade de seguros que atualmente existem no mercado. Logo, com o objetivo de nos aproximar o mais possível à realidade, iremos centrar a investigação, usando os Seguros de Vida (não ligados) e Seguros de Incêndio e Outros Danos.

Primeiramente, é necessário definir o conceito de “Produção Total”. Esta métrica representa, o total dos prémios pagos, pelos consumidores, durante o ano em análise. Por consequência, este indicador representa o valor monetário anual do mercado segurador em análise.

Considerando o Relatório do Setor Segurador e dos Fundos de Pensões (ASF) de 2022<sup>46</sup>, os seguros temporários, geralmente associados com o pagamento das prestações ao crédito à habitação têm vindo a aumentar.

---

<sup>42</sup> Inderst R. and Ottaviani M. (2010a), “How (Not) to Pay for Advice: A Framework for Consumer Financial Protection,” Working Paper Kellogg School of Management, 2010.

<sup>43</sup> Inderst R. and Ottaviani M. (2010b), “Consumer Protection in Market with Advice,” Competition Policy International, /20106 (1).

<sup>44</sup> Hackethal A., Inderst R. and Meyer S., “Trading on Financial Advice,” Mimeo 2010.

<sup>45</sup> Buccirosi, P., Cerasi, V., Ciari, L., Spagnolo, G., & Tognoni, M. (2011). [Responsible Lending – Barriers to Competition](#), pág. 41

<sup>46</sup> [Relatório do Setor Segurador e dos Fundos de Pensões \(ASF\) de 2022](#)

### Sinistralidade nos seguros temporários

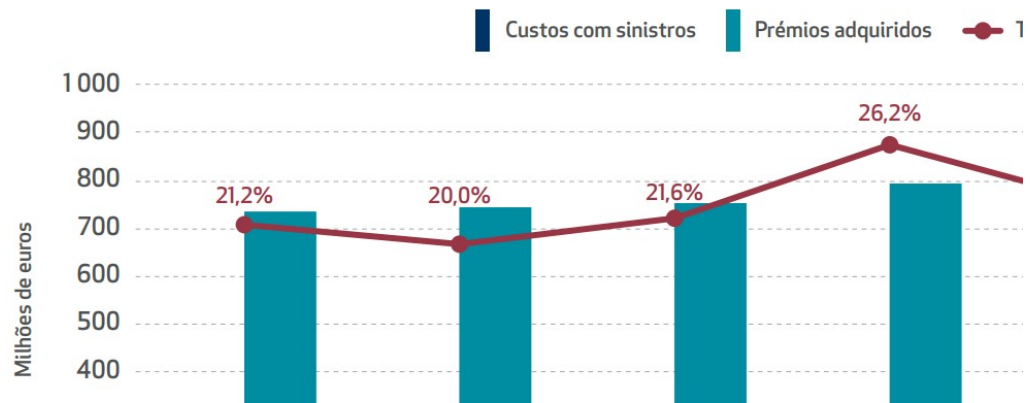


Gráfico 1, Fonte: ASF

Da mesma forma, segundo o Banco de Portugal<sup>47</sup>, as instituições de crédito, vêm a celebrar mais contratos de crédito à habitação, tendo, no final de 2022, cerca de 1,5 milhões de contratos de crédito à habitação em carteira.

### Crédito à habitação | Montante médio dos contratos celebrados

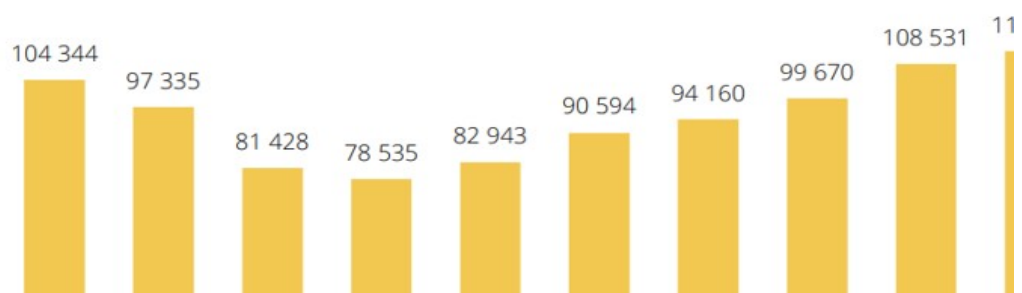


Gráfico 2, Fonte: BdP

<sup>47</sup> Comunicado do Banco de Portugal sobre o [Relatório de Acompanhamento dos Mercados de Crédito de 2022](#)

Ao dividir os prémios anuais adquiridos em 2022 (830 Milhões de €) pela totalidade de créditos à habitação (1,5 Milhões), vemos que cada contrato de crédito tem € 553.33(3) de prémios de seguro associados. Note-se que este número é possivelmente sobrestimado, por terem sido contabilizados todos os contratos, não sendo tido em conta os casos em que um indivíduo detém dois ou mais contratos.

Desta forma, também é possível visualizar, através dos gráficos 1 e 2, a evolução congruente dos créditos à habitação e dos seguros temporários. Esta evolução é esperada, sendo contratualmente obrigatória a associação de seguros de proteção ao crédito à habitação.

Com o gráfico 1, também conseguimos visualizar, através da taxa de sinistralidade média de 22.3% durante o período de 2018-2022, a lucratividade dos seguros de proteção ao crédito à habitação.

### 3.1. Bancassurance

Em 2022, cerca de 87% de todos os créditos à habitação em Portugal estavam concentrados em 5 bancos<sup>48</sup>. Tendo em conta os modelos de negócio de *bancassurance*, que resultam na consolidação das relações comerciais entre um banco e uma seguradora, em que os bancos, usando os seus balcões como meio de promoção e venda dos produtos das suas seguradoras parceiras, atuam como agentes e/ou mediadores de seguros junto dos seus clientes, é presumível que as percentagens dos seguros associados aos créditos à habitação estejam, na mesma medida, reunidas nas empresas seguradoras parceiras dos bancos. Se os seguros de proteção ao crédito à habitação são distribuídos pelos bancos, agindo como mediadores de seguros, os acordos de *bancassurance* em vigor podem representar uma barreira à entrada para as empresas seguradoras que pretendam participar neste mercado.

De acordo com um estudo da Autoridade Europeia para Seguros e Pensões Ocupacionais (EIOPA)<sup>49</sup>, há 4 modelos distintos de *bancassurance* de SPC a nível europeu:

- **Acordos de Distribuição**, não exclusivos, em que um banco distribui seguros de várias seguradoras;
- **Alianças Estratégicas**, acordos de distribuição exclusivos;
- **Joint Venture**, criação pelas instituições bancárias e seguradoras de uma terceira entidade com o objetivo de fornecer e/ou distribuir os SPC;

---

<sup>48</sup> Relatórios anuais de contas da CGD (24%), Santander (23%), Banco Comercial Português (17%), BPI (13,8%) e Novo Banco (9,1%).

<sup>49</sup>“[CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS](#)” By EIOPA pág.15 “BANCASSURANCE BUSINESS MODELS”

- **Holding Financeira**, acontece quando o banco e a seguradora pertencem ao mesmo grupo empresarial.

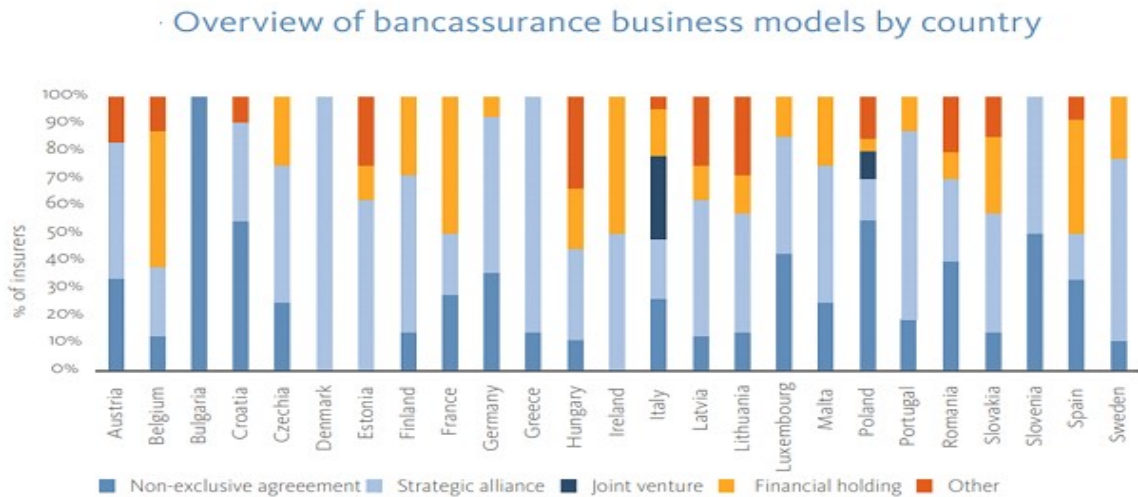


Gráfico 3, Fonte: EIOPA

Os modelos de *bancassurance*, podem trazer uma série de benefícios para os bancos, seguradoras e consumidores.

Em primeiro lugar, ao fornecer uma gama mais vasta de produtos, de forma a complementar o rendimento do produto principal/âncora de crédito à habitação, uma instituição bancária pode incorrer em economias de gama, podendo deste modo criar incentivos para praticar preços mais competitivos.

Por outro lado, também as seguradoras podem reduzir os seus custos de distribuição, uma vez que, a seguradora aproveita as relações previamente existentes entre um banco e os seus clientes, em vez de investir em marketing e publicidade para criar essas relações de confiança.

Os consumidores também beneficiam do facto de os produtos financeiros e de seguros serem oferecidos pelo mesmo conjunto de fornecedores, levando a uma redução dos custos de pesquisa e a um aumento da conveniência.

Contudo, estes modelos de negócio podem igualmente apresentar um certo número de riscos para os consumidores e para o funcionamento do mercado. Estes riscos incluem a possível exploração, por parte dos bancos, dos preconceitos comportamentais dos consumidores, em que os processos de venda e/ou os produtos podem incentivar a escolha de complementos, possivelmente desnecessários, do produto principal.

Da mesma forma, a venda de complementos sob pressão, em que um banco pode dar a entender que o seguro é necessário para aceder ao produto principal, ou mesmo oferecer um preço mais baixo para o

produto principal se o cliente comprar o seguro, cria o risco de os consumidores sentirem-se pressionados a adquirir seguros de vida e multirrisco não adaptados às suas necessidades reais.

De outra forma, os conflitos de interesses, em que os bancos, detendo uma alargada carteira de clientes e um elevado poder de mercado na distribuição dos produtos de seguro de proteção de crédito, negociam taxas de comissão mais elevadas que outros mediadores de seguros, recebendo mais pelos seus serviços de distribuição, que outras instituições.

O incentivo de maximizar o lucro, por parte das instituições de crédito e seguradoras, pode originar um conflito de interesses, através dos acordos de remuneração, que podem levar a perdas de bem-estar para o consumidor. No contexto do estudo, fica importante saber qual é o meio mais utilizado de distribuição e de remuneração destes seguros.

### 3.2. Acordos de Remuneração

Em 2018 a EIOPA publicou o estudo “*Evaluation of the structure of insurance intermediaries markets in europe*”<sup>50</sup>, onde são analisados dois dos modelos de remuneração, mais predominantes no espaço económico europeu: (I) remuneração fixa e (II) remuneração variável:

**Remuneração Fixa:** Os rendimentos dos trabalhadores são estabelecidos através de um contrato de trabalho, com pagamentos iguais ao longo do ano.

**Remuneração Variável:** Os rendimentos dos trabalhadores variam de acordo com a sua performance, na medida que, se certas métricas de *performance* forem cumpridas, o trabalhador, recebe mais. Caso um trabalhador não consiga cumprir com as quotas estabelecidas, estas comissões não serão pagas e o rendimento será menor.

Tais acordos, de remuneração variável, podem funcionar com modelos à base de comissões ou honorários, taxas ou encargos:

**Comissões:** O mediador de seguros recebe uma percentagem do prémio, pago indiretamente pelo consumidor, ao concluir a venda de um produto de seguro.

---

<sup>50</sup> [INSURANCE DISTRIBUTION DIRECTIVE - EVALUATION OF THE STRUCTURE OF INSURANCE INTERMEDIARIES MARKETS IN EUROPE](#)

**Honorários, taxas ou encargos:** Valores recebidos pelos mediadores de seguros após a prestação de certos serviços. Estes valores, pagos diretamente pelo consumidor, podem ser cobrados à hora, como uma percentagem do prémio ou como um valor fixo.

Com estes acordos, as instituições de crédito, agindo como mediadores de seguros, vendem, através do *cross-selling*, os SPC como complementos ao crédito à habitação, resultando em “apólices de grupo”. Segundo o estudo da EIOPA, cerca de 66% das apólices de SPC, no espaço europeu, são vendidas em conjunto com o crédito à habitação<sup>51</sup>.

No entanto, devido à sua natureza, estes acordos de *bancassurance* podem originar um conflito de interesses. O elevado grau de remuneração pago aos bancos pela distribuição dos SPC das suas seguradoras parceiras pode criar incentivos, que poderão originar práticas que não promovam o interesse dos consumidores. Especialmente, quando se observa que, desde 2018, em média, 77% de todos os seguros de vida foram intermediados por instituições bancárias<sup>52</sup>.

Ao analisar os relatórios de contas dos bancos que mais fornecem crédito à habitação, dá para verificar o total de renumerações referentes à prestação de serviços de mediação de seguros. No ano fiscal de 2022:

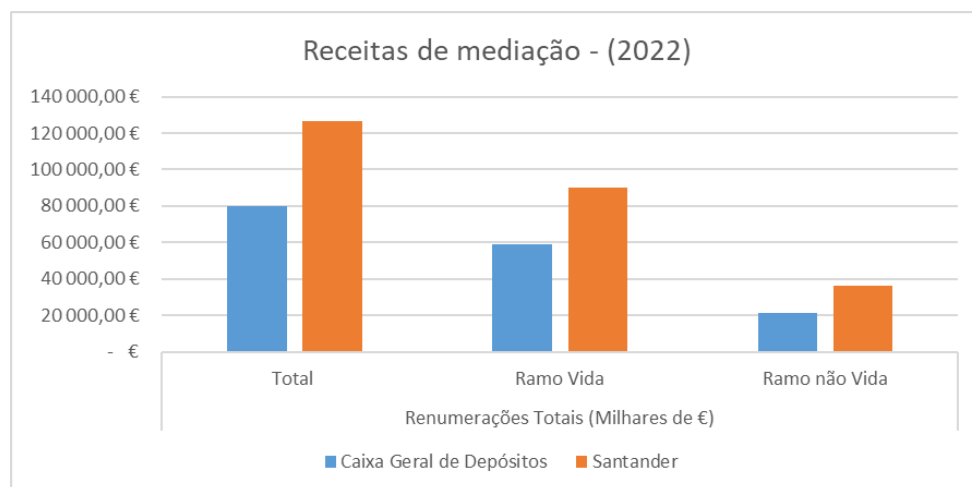


Gráfico 4, **Fonte:** Relatório anual de contas CGD e Santander 2022, Dados tratados: AdC

A Caixa Geral de Depósitos, mediando em regime de exclusividade para a seguradora Fidelidade, da qual detém 15%, no ano de 2022 recebeu € 80 175 000 em comissões de mediação de seguros dos quais

<sup>51</sup> “[CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS](#)” By EIOPA pág. “”

<sup>52</sup> [Seguros em Portugal](#) Associação Portuguesa de Seguradores (APS)



€58 823 000 associados à venda de seguros nos ramos vida e €21 353 000 à venda de seguros do ramo não vida<sup>53</sup>.

O banco Santander, ao trabalhar em parceria entre Santander Totta Seguros – Companhia de Seguros de Vida, S.A e a Aegon Spain Holding BV, recebeu cerca de €126 827 000 de comissões (€90 316 000 do ramo vida e € 36 511 000 do ramo não vida)<sup>54</sup>.

No entanto, estes valores incluem todos os rendimentos com a prestação de serviços de mediação de seguros, não havendo uma distinção entre os tipos de seguro. No decorrer da investigação, foram encontradas 2 instituições bancárias que, no seu relatório de contas, discriminavam a componente “habitação”.

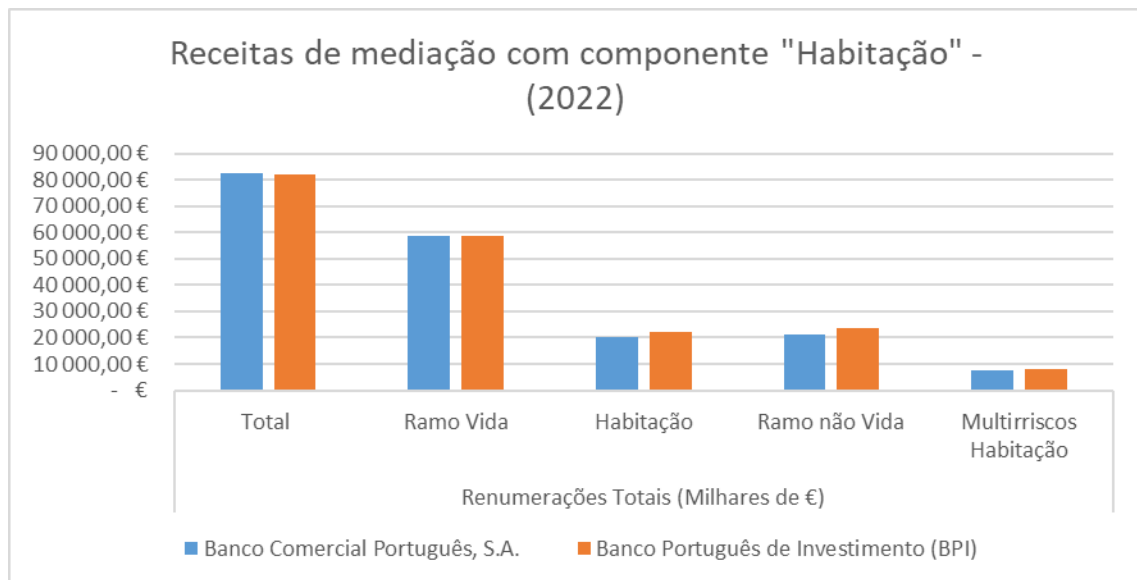


Gráfico 5, **Fonte:** Relatório anual de contas BCP e BPI 2022, Dados tratados: AdC

O Banco Comercial Português, S.A., conhecido como Millennium BCP, no seu relatório anual de contas de 2022, no âmbito das atividades de mediação de seguros reportou uma remuneração de €20 268 000 na categoria de crédito à habitação e consumo, na totalidade de €48 185 000 do ramo vida e €7 652 000 na categoria de Multirriscos Habitação e de €34 423 000 do ramo não vida<sup>55</sup>.

O Banco Português de Investimento mais conhecido por BPI, no âmbito das atividades de mediação de seguros reportou uma remuneração de €22 255 000 na categoria de crédito à habitação e consumo no

<sup>53</sup> [Relatório de Contas CGD 2022](#) pág. 412 “Prestação de serviço de mediação de seguros”

<sup>54</sup> [Relatório de Contas Santander Totta 2022](#) pág. 346 “Prestação de serviço de mediação de seguros”

<sup>55</sup> [Relatório de Contas Millennium BCP 2022](#) pág. 604 “Prestação de serviço de mediação de seguros”

total de €58 424 000 ramo vida e €7 957 000 na categoria de Multirriscos Habitação e de €23 404 000 do ramo não vida<sup>56</sup>.

Na perspetiva de uma seguradora, o balcão de uma agência bancária é a melhor plataforma de distribuição/venda para os seus seguros do ramo vida ligados (PPR<sup>57</sup>, Seguros de Capitalização<sup>58</sup>) e não ligados (seguros de vida temporários, ligados ao crédito à habitação), segundo a EIOPA, 73% das seguradoras a operar na União Europeia, vendem os seus produtos IPC exclusivamente através do canal de distribuição de *bancassurance*<sup>59</sup>.

Dependendo do tipo de modelo de negócio, existem vários tipos de acordos de remuneração em vigor entre seguradoras e bancos para a distribuição dos produtos. O tipo mais frequente de acordo de remuneração é a comissão fixa como uma percentagem do prémio, em que, parte do prémio pago pelo consumidor reverte para a instituição bancária. No entanto, é de notar que alguns bancos recebem outro tipo de remuneração, como por exemplo, uma percentagem dos lucros, com base em vários indicadores (rácio de sinistralidade, entre outros), o banco ainda pode receber uma remuneração adicional para além das comissões fixas da seguradora, tais como, bónus em função do volume de vendas, comissões adicionais por atingir o objetivo de volume de vendas estabelecido com a seguradora e comissões variáveis<sup>60</sup>.

#### 4. Observações de Stakeholders

Os bancos, fazendo uso do seu poder de mercado na cedência de crédito, ao agirem como mediadores de seguros tornaram-se um dos meios mais propícios para a venda de seguros. Acrescentando a existência de relações entre banco e seguradoras, através dos acordos de *bancassurance*, poderão surgir incentivos adicionais para o banco criar as condições para que, de facto, o cliente aceite a contratação destes seguros. Condições essas que passam por tornar a contratação de seguros obrigatórios e/ou oferecer uma bonificação do SPREAD, impossível de adquirir de outra forma. Estas condições são, em parte, promovidas pela procura dos bancos em cumprir as quotas de venda acordadas, de forma a garantir rendimentos, mas também pela capacidade negocial entre as seguradoras, de forma que cada uma consiga garantir o maior canal de distribuição (banco) possível.

---

<sup>56</sup> [Relatório de Contas Banco Português de Investimento 2022 pág. 325 “Receitas e Despesas de Taxas e Comissões”](#)

<sup>57</sup> [Planos de Poupança Reforma](#)

<sup>58</sup> [Seguros ligados a fundos de investimento](#)

<sup>59</sup> [“CREDIT PROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS”](#) By EIOPA pág.53 “BENCHMARKING - ACROSS MARKETS AND DISTRIBUTION CHANNELS ”

<sup>60</sup> [“CREDIT P ROTECTION INSURANCE \(CPI\) SOLD VIA BANKS”](#) By EIOPA pág.19 “REMUNERATION ARRANGEMENTS”

A posição, de base, das instituições de crédito no mercado de crédito, pode levar ao abuso de poder no mercado de mediação de seguros. Por um lado, uma seguradora pode ver vantagens em estabelecer um regime de mediação de exclusividade com um banco, levando a que esta remunere mais os bancos do que outros mediadores. Esta remuneração anormal também está, mas não só, associada ao princípio de que uma instituição bancária terá acesso a mais clientela e que estes criem as condições ideais para realizar a venda. Contudo, estas apólices tendem a ser mais caras (prémios mais elevados), que aquelas disponibilizadas fora das agências bancárias.

Como tal, os consumidores quando sentem que estão a pagar demasiado pelo serviço prestado, procuram alternativas. No decorrer das investigações, foram entrevistados 4 *stakeholders* ligados à mediação de seguros, 2 empresas e 2 associações empresariais.

Ambas as empresas afirmaram a necessidade de informar os consumidores sobre a sua capacidade de mudar de seguro e os benefícios que essa decisão possa trazer. Ambas as empresas afirmaram que, contratar os seguros fora da instituição bancária na qual é contratualizado o crédito à habitação é, em média, 50% mais barato do que os seguros propostos pelo banco. Acrescentando a ideia de que não existem razões, ao nível do aumento do risco e das garantias associadas, que justifiquem o aumento do *spread* do crédito à habitação.

Complementarmente, também foi referido, de forma transversal, os ganhos dos bancos com comissões provenientes das comissões de mediação acordadas com as suas seguradoras parceiras, na medida que, quem vende os produtos de crédito à habitação, ganha comissões e prémios ao vender produtos associados ao crédito. Objetivamente não faria sentido, ao nível do risco, um banco penalizar um consumidor só por este apresentar um seguro de uma seguradora terceira. Contudo a nível comercial, apesar de ter trabalho com a burocracia associada à comunicação/transferência da informação do cliente para a seguradora, a perda da comissão associada com a sua venda representa uma grande perda para as instituições de crédito.

## 5. Recomendações propostas

O mercado financeiro e os bancos representam um dos pilares de qualquer economia, a solvabilidade e “saúde” financeira destas instituições é essencial para garantir um forte nível de confiança na economia para que, por consequência, exista investimento e criação de valor. Como tal, qualquer intervenção que possa implicar uma alteração da receita destas instituições terá de ser analisada com seriedade e realidade. No entanto, não se pode deixar criar as condições para que os bancos abusem do seu poder, usando a sua posição como fornecedor de crédito de forma imprópria.

É irrealista pensar que, se for implementada uma proibição aos bancos de fazer mediação de seguros, não haveria uma resposta, na forma de aumento geral do SPREAD, levando ao aumento dos juros, de forma a compensar a perda dos rendimentos proveniente das comissões de mediação. Fica, por isso, importante apresentar propostas de cariz não pecuniário, como forma de complemento das medidas pecuniárias.

Em primeiro lugar, e em alinhamento com as opiniões recebidas dos *stakeholders* entrevistados, fica evidente que, em acréscimo com as medidas em vigor, é preciso:

- **Simplificação da FINE**<sup>61</sup> - Nos modelos atuais, a ficha de Informação normalizada elaborada (FINE), entregue no momento da simulação não permite, no prazo estabelecido de 30 dias<sup>62</sup>, devido ao seu volume, fazer a comparação de propostas. Como tal, é sugerido que, no momento da simulação do crédito, seja fornecida uma “folha resumo normalizada”, no máximo de 1 página. Esta folha terá, de uma forma explícita, objetiva e transversal, de discriminar todas as componentes financeiras do crédito, a remuneração direta e indireta que o banco recebe pela sua venda e o impacto que a contratação de cada componente tem no SPREAD. Com esta “folha resumo”, um consumidor conseguirá, de forma mais simples e objetiva, analisar as diferentes propostas, com uma visão ampla de todos os componentes que influenciam diretamente o SPREAD.
- **“Folha Resumo” anual** - Após assinatura e contratação do crédito, o banco terá de fornecer, por carta e correio eletrónico, o resumo dos custos anuais que o seu cliente teve com o seu crédito à habitação. Este documento terá as bases da “folha resumo normalizada” entregue no início do crédito. A “folha de resumo anual” terá de descrever, de forma simples e objetiva, os pagamentos/rendimentos recebidos, totais e anuais, de todas as componentes contratadas conjuntamente com o crédito à habitação. Com este documento, um consumidor será lembrado anualmente do total pago à instituição bancária e incentivado a ir procurar opções.
- **Aumentar Oferta** - Criação de legislação que incentive os bancos a oferecer mais do que só 1 opção de seguro, sem prejudicar o acesso à bonificação do spread (MODELO ITALIANO)<sup>63</sup>. Mesmo que

---

<sup>61</sup> Vide n.º 1 do Art.º 13º, (“ Informação pré-contratual personalizada”), do [Decreto-Lei n.º 74-A/2017](#). Entrou em vigor em 01.01.2018.

<sup>62</sup> Vide n.º 4 do Art.º 13º, (“ Informação pré-contratual personalizada”), do [Decreto-Lei n.º 74-A/2017](#). Entrou em vigor em 01.01.2018.

<sup>63</sup> Vide caixa n.º 4

todas as opções venham da mesma instituição, um consumidor sente que tem possibilidade de escolher e que não está “forçado” a optar por algo que não vá de encontro com as suas necessidades. Esta sensação, poderá levar o consumidor a procurar seguros fora do banco. Por outro lado, um banco, ao oferecer mais do que uma opção, estará a agir mais como um mediador, ao invés de um agente.

- **Mediadores de crédito** - Criar medidas que relembram o consumidor, sobre a sua possibilidade de se dirigir a um mediador de seguro, em vez de fazer o processo sozinho. Os mediadores de seguros e/ou crédito, são profissionais que procuram o melhor seguro e/ou crédito, desenhando uma solução personalizada para cada cliente.

De outra forma, também existem medidas mais agressivas, que podem passar pela intervenção direta das instituições regulatórias:

- **Não penalização** - Na medida que um banco não deve prejudicar o mutuário em caso de mudança de seguro, uma vez que este (seguro) terá de cumprir com os mesmos requisitos já previamente acordados, não havendo motivos relativamente ao grau de risco que justifiquem esta penalização (perda da bonificação).
- **Uniformização** - Em que as instituições regulatórias uniformizam as comissões pagas aos bancos, com o restante do mercado de mediação de seguros.
- **Abolição** - Em que as instituições regulatórias deixam de permitir as parcerias de bancassurance, de forma que as instituições bancárias deixem de ter incentivo em oferecer estes produtos de seguro.

## 6. Bibliografia

- Decreto-Lei n.º 1/2015, de 6 de janeiro (Versão Consolidada), 18 (2015).  
<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2015-66756775>
- Decreto-Lei n.º 20-B/2023, de 22 de março (Versão Consolidada), 32 (2023).  
<https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/20-b-2023-210543863>
- Decreto-Lei n.º 72/2008, de 16 de abril (Versão Consolidada), 2228 (2008).  
<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2008-34457275>
- Decreto-Lei n.º 74-A/2017, de 23 de junho (Versão Consolidada), 2 (2017).  
<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/2017-107572846>
- Decreto-Lei n.º 222\_2009, de 11 de setembro (Versão Consolidada), n.º 177\_2009 Diário da República 6225 (2009). <https://diariodarepublica.pt/dr/detalhe/decreto-lei/222-2009-489726>
- Decreto-Lei n.º 349/98, de 11 de novembro (Versão Consolidada), 6135 (1998).  
<https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/decreto-lei/1998-34448075>
- Diretiva 2014/17/UE Do Parlamento Europeu e Do Conselho, de 4 de fevereiro de 2014 (Versão Consolidada) (2014). <http://data.europa.eu/eli/dir/2014/17/oj>
- Edição. (2022). *Relatório do Setor Segurador e dos Fundos de Pensões*. [www.asf.com.pt](http://www.asf.com.pt)
- EIOPA. (2018). INSURANCE DISTRIBUTION DIRECTIVE - EVALUATION OF THE STRUCTURE OF INSURANCE INTERMEDIARIES MARKETS IN EUROPE. *Publications Office of the European Union*. <https://doi.org/10.2854/571250>
- EIOPA. (2022). Credit Protection Insurance (CPI) Sold via Banks. In *Publications Office of the European Union, 2022*. <https://doi.org/10.2854/33871>
- Garrison, L., Hastak, M., Hogarth, J. M., Kleimann, S., & Levy, A. S. (2012). Designing Evidence-based Disclosures: A Case Study of Financial Privacy Notices. *Journal of Consumer Affairs*, 46(2), 204–234. <https://doi.org/10.1111/j.1745-6606.2012.01226.x>
- Guiltinan, J. P. (1987). The Price Bundling of Services: A Normative Framework. *Source: Journal of Marketing*, 51(2), 74–85. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/1251130>
- Inderst, R., & Ottaviani, M. (2009). Misselling through agents. *American Economic Review*, 99(3), 883–908. <https://doi.org/10.1257/aer.99.3.883>
- Inderst, R., & Ottaviani, M. (2010). Consumer Protection in Markets with Advice. *Competition Policy International*, 6(1). [https://www.wiwi.uni-](https://www.wiwi.uni-Dinis Matos Franco)

frankfurt.de/fileadmin/user\_upload/dateien\_abteilungen/abt\_fin/Dokumente/PDFs/Allgemeine\_Dokumente/Inderst\_Downloads/Microeconomic\_Theory/Consumer\_Protection\_in\_Markets\_with\_Advice\_.pdf

- Inderst, R., & Ottaviani, M. (2012). How (not) to pay for advice: A framework for consumer financial protection. *Journal of Financial Economics*, 105(2), 393–411. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2012.01.006>
- Lacko, J. M., & Pappalardo, J. K. (2010). The failure and promise of mandated consumer mortgage disclosures: Evidence from qualitative interviews and a controlled experiment with mortgage borrowers. *American Economic Review*, 100(2), 516–521. <https://doi.org/10.1257/aer.100.2.516>
- Lei n.º 24/96, de 31 de julho (Versão Consolidada), 2184 (1996). <https://diariodarepublica.pt/dr/legislacao-consolidada/lei/1996-34491075>
- Millennium BCP. (2023). *Relatório Anual de Contas Millennium BCP - 2022*. <https://ind.millenniumbcp.pt/pt/Institucional/investidores/Documents/RelatorioContas/2022/Relatorio-Grupo-BCP-2022.pdf>
- Relatório de Acompanhamento dos Mercado de Crédito*. (2023). <https://www.bportugal.pt/sites/default/files/anexos/pdf-boletim/ram2022.pdf>
- Samuelson, W., & Zeckhauser, R. (1988). Status Quo Bias in Decision Making. In *Journal of Risk and Uncertainty* (Vol. 1).
- Santander Totta. (2023). *Relatório Anual de Contas Santander Totta - 2022*. [https://www.santander.pt/pdfs/investor-relations/santander-totta-sa/relatorio-e-contas/2022/RAnual\\_BST\\_2022\\_Versao\\_Nao\\_Oficial\\_Nao\\_auditada.pdf](https://www.santander.pt/pdfs/investor-relations/santander-totta-sa/relatorio-e-contas/2022/RAnual_BST_2022_Versao_Nao_Oficial_Nao_auditada.pdf)
- Seguros em Portugal*. (2023). [www.apseguradores.pt](http://www.apseguradores.pt)