



Os privilégios de ser um cliente “private”

Se há casamento que os bancos desejam para a vida é com os clientes da “banca privada”. Em Portugal a fasquia para entrar no segmento começa nos 250 mil euros, mas “real private” só a partir dos 500 mil. Clientes mimados e com carteiras geridas ao milímetro, mas não imunes à volatilidade dos mercados.

TERESA GENS

Não há engano, o nome diz tudo: “private”. Discrição, mais discrição e, outra vez, discrição. Este é o adjectivo que anda na boca de toda a gente que trabalha neste segmento de clientes especiais da banca. “Ia há anos à mesma praia que um dos nossos clientes, um tipo riquíssimo, muito discreto. Durante aí uns seis anos nunca o cumprimentei até ao dia em que um conhecido comum nos apresentou”, comenta um “private banker”, justificando o estranho comportamento: “Se eu o cumprimentasse os amigos iam logo pensar que tinha dinheiro na Suíça e acho que, para ele, a discrição foi melhor do que uma valorização de 10% na carteira”. O relato é feito por António Luna Vaz, director do “private banking” do BPI, que divide a sua vida entre Portugal e a Suíça, onde o banco tem uma sociedade gestora de fortunas.

O cliente dá ao banco um mandato para a gestão do património.

Para ser cliente deste segmento no banco de Ulrich, eleito em 2014, pela revista do Financial Times como o melhor “private bank” nacional, “o montante mínimo são 500 mil euros”,

em activos financeiros, afirma António Luna Vaz. Mas mais do que liquidez disponível, o cliente “vale” pelo património e potencial futuro.

O “private” pode oferecer valor quando o cliente (por falta de tempo ou conhecimentos) dá um mandato ao banco para lhe gerir parte ou todo o património. A chamada gestão discricionária é a opção de cada vez mais clientes diz Vasco Rebello de Andrade, director do “private” do Millennium bcp - no top dos melhores em Portugal, em 2015, segundo o ranking da publicação Euromoney.

Ter um mandato do cliente pressupõe gerir-lhe a carteira ao milímetro, um serviço mesmo “tailor made” no Deutsche Bank, garante Francisco Machado. O verdadeiro “private banking”, é aquele em que, a cada dia, “se vira mais para a esquerda ou para a direita, se compra e se vende mais disto ou daquilo”, diz Luna Vaz. Aplicações em activos cujo histórico e expectativas dão confiança.

Não há, no entanto (na gestão discricionária), garantia de capital, nem de retorno. Não existe, regra geral, uma taxa de rentabilidade à cabeça para a carteira. Se a prometem, é melhor desconfiar.

As supressas, boas e más

“A melhor forma de valorizar o património dos clientes passa pela diversificação dos investimentos por classes de activos, diferentes geografias, sectores de actividade, moedas, etc”, diz Rebello de Andrade. Tipicamente, “uma carteira tem quatro classes de activos: ‘cash’, acções, obrigações e investimentos alternativos”, elenca Luna Vaz. Os últimos são “hedge funds”, puros e duros, desenhados para proporcionar aos clientes rentabilidades positivas mesmo na intempérie. O que, na prática, nem sempre acontece, apesar do nome: produtos de retorno absoluto. O que aconteceu, isso sim, foi que depois de 2008 - em que “pensámos que o mundo ia acabar, de nada valia estar bem exposto porque os activos desapareceram” -, as rentabilidades voltaram graças ao deus dos mercados: Draghi. E também à Fed lembra Luiz Santos, director do “private” do Santander Totta.

“A partir de 2011, com a intervenção do BCE, foi sempre a subir”. O BPI proporcionou em 2014 um retorno entre 5,2% e 9,63%. O Santander Totta - considerado pela Euromoney como o melhor “private bank” em Portugal já este ano - deu (em 2014),

entre 5% e 9%. A valorização das carteiras do Millennium bcp foi dos 5,4% aos 10% - nos perfis moderado e mais agressivo, respectivamente.

Valorizações e lacunas

As expectativas para este ano são de valorizações superiores nas carteiras graças a factores como a brutal valorização do dólar (inesperada), a desintervenção do banco central no franco suíço, a intervenção do BCE - 60 milhões por mês desde que Draghi falou -, a boa ‘interpretação’ dos mercados em relação à Grécia ou a desvalorização do petróleo. “As performances até ao momento são melhores que as do ano passado no período homólogo. Os clientes estão contentíssimos mas podem pensar que se estou a dar quatro agora, tenho que dar nove no final do ano”, comenta um gestor que pediu para não ser identificado. Daí que não façam previsões “para não criar expectativas erróneas”, diz Luiz Santos, que explica também que “a estabilização sistémica tem levado os clientes a aumentarem gradualmente a exposição a activos com maior risco”.

Taxas de rentabilidade desta monta não significam que o “private” de vários bancos nacionais não tenha

Os riscos da gestão discricionária

O serviço de gestão discricionária da “banca privada” implica dar um mandato ao “private banker”, que fica com carta branca para investir o dinheiro onde considera mais apropriado. É uma relação de confiança. Casos como o do BES lembram que o cliente deve, ainda assim, acompanhar os investimentos, conhecer os riscos e os seus direitos.

Como explica António Soares, advogado e membro da direcção do Instituto dos Valores Mobiliários, há duas opções na chamada gestão discricionária: ou o cliente tem já uma carteira de valores mobiliários (acções, obrigações, etc.) e pede ao gestor que maximize as rendibilidades ou, então, tem capital disponível para investir cabendo ao gestor que o aplique da forma mais adequada.

Em qualquer dos casos o Código de Valores Mobiliários (artigo 336º, nº 1) reconhece ao cliente o direito de dar ordens vinculativas ao gestor (mesmo que tal não esteja previsto no contrato entre o

O gestor tem a obrigação de conhecer o perfil de risco do cliente.

cliente e a entidade gestora) – o que, na prática, não costuma acontecer. O princípio anterior só não se aplica (lê-se no nº 2) aos contratos que garantam rentabilidades mínimas, ou seja, quando existe o compromisso (por parte da entidade gestora) de atingir uma valorização mínima. Nesse caso, “o cliente entrega-se de alma e coração e é o gestor que decide perdendo o cliente o poder de dar-lhe instruções”. No entanto, “estes compromissos de rentabilidade mínima não são comuns”.

O gestor tem ainda a obrigação de respeitar o princípio “know your customer”, ou seja, avaliar o grau de literacia financeira do cliente, o seu perfil de risco (fazendo opções conformes) e assegurar que o cliente entende os investimentos que lhe são propostos. “Admito que o próprio grau de literacia financeira crie (na gestão discricionária) algumas dificuldades”, diz António Soares. Até porque “estes investimentos pressupõem diversificar o risco indo além do mercado português,

sendo a informação menos acessível ao cidadão comum”.

Os riscos neste tipo de gestão são “os inerentes ao funcionamento dos mercados, muitas vezes voláteis”. Mas o maior risco é, porventura, “o que decorre da expectativa do cliente”. Os mercados “não se conseguem antecipar, mesmo para o gestor que os acompanha diariamente há surpresas”, diz António Soares. Os riscos destes investimentos variam em função do risco dos próprios produtos em que se investe. “Esta é a análise que os gestores têm de fazer para o investimento ir de encontro às expectativas dos clientes”, até porque há um alinhamento entre os interesses de ambos: “as remunerações da entidade gestora acabam por ter algum nível de indexação aos resultados da rentabilidade das carteiras, nomeadamente por via de success fees”. E quando corre mal como é? “A responsabilidade é sempre do gestor (que está a gerir a carteira) mas é o cliente que sofre as consequências da má gestão, não há volta a dar”, diz um “private banker”. ■

calcanhares de Aquiles. Do ponto de vista, por exemplo, de clientes empresários, com negócios lá fora, faltam apoios nalgumas matérias como “montagem de operações de crédito e financiamentos internacionais”, diz um deles com uma ponta de saudosismo: “aí o BES era mestre”.

Sem olhar a preço

Muitos “mimos” e vantagens várias (depósitos, créditos, seguros, etc) estão garantidas a estes clientes “premium”. Futebolistas, presidentes executivos de empresas, actores, ex-políticos, cidadãos anónimos, há de tudo no “private” em Portugal, onde “10 milhões é já ser muito rico”. Uns só falam com o presidente do banco, outros dispensam-no. Todos, e voltamos à casa da partida, “mesmo os espalhafatosos”, valorizam o activo dos activos: confiança. “Estas pessoas, sejam homens de negócios ou donas de casa, entregam-nos mais do que um valor, é a sua existência. O verdadeiro ‘private banker’ está presente na sua vida, é um confessorário de histórias: dos filhos, da herança, da amante, dos amigos, das invejas, dos estados de espírito. Este é o negócio da banca que é só relação”, diz um gestor. ■

500 MONTANTE MÍNIMO

Para se ser cliente do segmento de “banca privada” é preciso ter 500 mil euros em património financeiro.

5 a 10% RETORNO

Intervalo de rendibilidades proporcionadas em 2014 pelo BPI, Santander Totta e Millennium BCP.

Da bailarina russa ao copo no ‘buraco 19’

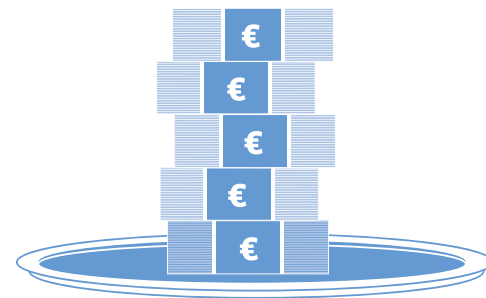
Como palco o real Palácio de Queluz, como ‘instrutora’ a bailarina russa Nina Ananiashvili, como alunos os clientes private do Santander Totta, convidados para uma masterclass com o mito do ballet Bolshoi. Quais embrulhos de fitas douradas no Natal (há já demasiado ruído nessa época para ser especial), o que vale mesmo é exclusividade nos mimos com que a banca brinda os seus clientes do private.

No “private” há mimos exclusivos para os clientes.

Eventos culturais na Casa da Música e na Gulbenkian, conferências com gurus, jogos de bola dos três grandes em camarote com “catering” à altura, são outros programas a que a banca gosta de ‘levar’ estes clientes. Com uma ligação de anos ao golf, o BPI põe muitas fichas nos torneios que organiza. “No golf há tempo para falar (e não é de negócios) e dá para conhecer as pessoas porque é um jogo em que tem de se ser ‘clean’

de esquemas e penaliza quem não é humilde”, comenta o director do private do BPI. Por isso, com os torneios de um dia ou de um fim-de-semana “os clientes sentem-se um bocado em família”. Almoços com os clientes ou um copo no final do dia “o mais possível, sem extractos à frente, calcifica-se a relação e desbloqueia-se a reunião formal”. E presentes, sim claro, muitos (objectos úteis para casa, vinho, edições especiais de livros, etc.) nos aniversários: quando o cliente faz anos e quando comemora anos de ligação ao banco. ■

O que oferecem os bancos no “private”



Todos os bancos prometem um aconselhamento financeiro personalizado na gestão do património. É possível optar entre ter o dinheiro no país ou na Suíça. A disponibilidade é total: o gestor visita o cliente onde ele estiver.

TERESA GENS

1

BPI ATENTO AO RISCO

O montante mínimo para ser cliente, 500 mil euros, é referencial, no que foi, em 2014, o “private banking” número um em Portugal segundo a The Banker. Há três linhas de negócio. Doméstico: residentes em Portugal que querem ter os seus activos depositados cá. “Private internacional”, para portugueses que residem lá fora mas querem ter dinheiro em Portugal. E BPI Suisse, sociedade que se relaciona com bancos locais para os clientes anteriores que preferiram ter dinheiro naquele país. O director garante “um serviço com grande capacidade de aconselhamento financeiro” e “private bankers” em formação permanente nas questões técnicas. Lembra ainda que o BPI tem uma postura “mais conservadora na forma como encara o risco (na gestão discricionária) do que a generalidade das casas.” ■

2

UM MILHÃO PARA ENTRAR NO CREDIT SUISSE

Está no top (Euromoney) dos melhores do “private banking” em Portugal e a nível mundial. Sem rede de balcões, por cá o Credit Suisse tem escritório na Av. da Liberdade. Mas, dizem ao Negó-

cios, a partir dos escritórios de Londres é fácil os portugueses que estão fora contactarem a equipa em Portugal. “O cliente entra em contacto connosco e encontrarmo-nos com ele em qualquer parte de Portugal”. O Credit Suisse não trabalha outro segmento senão o “private”, exigindo como valor mínimo para se ser cliente um milhão de euros em activos. Tem para cada cliente um “relationship manager” que está em “contacto com os vários especialistas financeiros de todo o Credit Suisse”. ■

3

MILLENNIUM BCP AVALIA “CICLO DE VIDA”

Além de liquidez, património, perfil de risco e nível de literacia financeira, na avaliação de um potencial cliente Vasco Rebello de Andrade, director do private, diz ter em conta “o ciclo de vida” em que ele se encontra. Na fase inicial da relação comercial o cliente pode começar com um património de 350 mil euros que, posteriormente, vai incrementando. Mas, como referência, o capital mínimo para se ser cliente “private” do Millennium bcp - que também está no top da Euromoney - é de 500 mil euros de património para investimento. O que garante? “Uma relação fortemente personalizada, aconselhamento financeiro profissional e independente” (não investem em activos emitidos pelo próprio banco). ■

4

POPULAR COM MÍNIMO DE 250 MIL EUROS

O mínimo para ter acesso à Banca Privada, nome do serviço “private” do Popular, é 250 mil euros, explica o seu coordenador Carlos Santos Lima. Quem for cliente conta com “um gestor dedicado” e a gestão discricionária é feita “de acordo com o perfil seleccionado, em regime de arquitectura aberta, com acompanhamento e reporte regular”. O private do Popular gere uma carteira de mil milhões de euros com cerca de 1500 clientes. ■

5

SANTANDER TOTTA COM ESPECIALISTAS GLOBAIS

Para ser cliente do melhor “private banking” em Portugal, em 2015 (segundo a Euromoney), está definido um património mínimo de 500 mil euros. Luiz Santos explica que, actualmente, a maior fatia do património dos clientes está repartida entre depósitos, fundos e obrigações. Mas “tem crescido o nominal investido no serviço de gestão de carteiras”, serviço prestado pela Santander Asset Management, com uma equipa estabelecida em Portugal, mas integrada na Global Multi Asset Solutions sediada no Reino Unido. ■

6

BARCLAYS COBRE TODAS AS NECESSIDADES

O “private banking” do Barclays gere relações comerciais com um envolvimento de pelo menos um milhão de euros. Apesar da banca privada do Barclays ter escritório nas duas maiores cidades do país, Lisboa e Porto, a cobertura geográfica é total de modo a que o serviço de Banking & Investment chegue ao cliente de Faro como ao de Bragança. O banco britânico aposta em “cobrir todo o espectro de necessidades” que o cliente possa ter: “tesouraria, gestão de património, “global dealing & sales trading”, fundos de investimento em arquitectura aberta, crédito, seguros.” ■

7

DEUTSCHE BANK TEM PRODUTOS ÚNICOS

O montante indicativo para ser cliente do Deutsche Bank (DB) é de 500 mil euros, mas a adesão ao “private banking” é possível a partir de 250 mil a 300 mil euros. “É algo que não é estanque”, explica Francisco Machado. “A grande distinção e mais-valia do serviço”, diz,

“Não é pelas condições de preço, mas sim pelo aconselhamento financeiro, pela exclusividade dos produtos únicos que o DB oferece”, à medida para um cliente. Lembrando tratar-se de “um dos maiores bancos de investimento do mundo, com acesso aos maiores mercados internacionais”, Francisco Machado diz que o DB “apenas recomenda produtos cujo ‘rating’ do activo subjacente seja sempre igual ou superior ao ‘rating’ do próprio banco”. ■

8

BANCO BIC, UM BRAÇO DIREITO

Para ser cliente da banca privada do BIC são precisos 350 mil euros de património financeiro. Em troca recebe, diz Nuno Ribeiro da Cunha, director do “private banking”: “Disponibilidade, confidencialidade e serviço”. E quando diz serviço fala de apoio em questões da vida quotidiana como ajudar o cliente na compra de casa ou carro ou, mesmo, nas questões ligadas às escolas dos filhos. O private do BIC engloba vertentes como a gestão de activos mobiliários e imobiliários, aconselhamento fiscal, apoio e gestão de uma empresa, planeamento da reforma e “quando não existe cá dentro o ‘know-how’, subcontratamos”. ■