

Dificuldades em estabelecer custos é o maior impedimento para expansão do setor

Da esquerda para a direita: Claudio Costa, diretor executivo do grupo Ecovias; Marco Barros, presidente da FenaCap; Murilo Setti Riedel, vice-presidente da HDI Seguros, e José Otávio, CEO da Willis

O caso ocorreu em novembro de 2014: Claudio Costa, diretor executivo de Gestão de Pessoas do grupo Ecovias, que administra 12 empresas de concessão de estradas, precisava explicar ao Conselho de Administração, formado por dois banqueiros, alguns advogados e uma equipe de engenheiros, porque os custos com pessoal, majoritariamente representados pela utilização de seguros saúde, subiram 65%, contra uma reposição de contratos, regida por índices de inflação, que mal chegariam a 7%. Detalhe: sem que houvesse recomendações para medidas restritivas, por parte do Conselho, que pudessem colocar em risco a capacidade de atração de talentos da companhia, seduzidos muitas vezes por um pacote de benefícios que inclui um belo plano de saúde.

Foi apenas um exemplo, apesar de drástico, da necessidade de um trabalho mais sinérgico entre as empresas, seguradoras e corretoras de seguro, cujos representantes foram alocados estrategicamente na mesa “Corporativo”, que ocorreu no “Seminários de Distribuição de Seguros”, realizado simultaneamente à 7ª. Conseguro, dia 17, em São Paulo. De um lado, Claudio Costa, da Ecovias. De outro, Murilo Setti Riedel, vice-presidente da HDI Seguros e José Otávio, CEO da Willis, corretora de seguros. Entre os dois, fazendo a mediação e controlando os eventuais conflitos entre as duas partes, Marco Barros, presidente da FenaCap.

Para Costa, um bom programa de seguros corporativos precisa entender o dinamismo e a complexidade da companhia que, no caso da Ecovias, provoca sucessivas modificações no programa corporativo de seguros. E o caso da utilização do Seguro Saúde é um bom exemplo. Ao lado da composição do programa, é necessário um intenso gerenciamento de custos. “Tanto as corretoras quanto as seguradoras precisam apoiar essa constante revisão, sem deixar de tornar o plano atrativo para o colaborador”, explica o executivo.

Murilo Riedel respondeu à demanda de Costa afirmando que as seguradoras possuem toda a capacidade de responder às necessidades de seguros corporativos das empresas porque passaram por um intenso processo de segmentação. Desta forma, oferecem as mais variadas gamas de produtos e programas, completamente digitalizados. “Essa foi, inclusive, uma das causas de crescimento do mercado.”

Para Riedel, as seguradoras interferem cada vez mais de forma positiva no processo de comercialização do seguro, trabalhando para que o programa comercializado seja entregue de forma adequada ao cliente.

O executivo da HDI apontou, no entanto, a dificuldade de precificação dos programas corporativos como um impedimento para o maior crescimento do setor. “A constante busca das empresas por custos menores, além de prejudicar um relacionamento estável de longo prazo entre empresas e seguradores, pode tornar este segmento menos atrativo para as seguradoras do que, por exemplo, o de varejo, que tem uma dinâmica de precificação mais previsível”.

José Otávio, da Willis, concordou com Riedel ao apontar a imensa novidade de riscos e os que surgiram nos últimos anos, assim como o aumento de sua complexidade e sofisticação, ao ponto de nenhuma pessoa isolada dar conta do atendimento a um único cliente. “Para estreitar ainda mais a relação entre cliente e seguradora, é necessário investir constantemente na capacitação de recursos humanos, na melhoria de processos e de sistemas. A interação entre brokers e clientes tem que ser mais automatizadas para que as respostas às demandas dos clientes tenham respostas mais rápidas”.

Fonte: [CNseg](#), em 21.09.2015.