

Não basta o seguro, tem que consertar

Beth Koike

O mercado de prestação de serviços domésticos e suporte técnico, visto há pouco tempo como patinho feio, tem atraído cada vez mais as grandes companhias, em especial do setor de seguros. Elas passaram a enxergar a prestação de serviços como uma ferramenta para atrair e reter a clientela.

A francesa Mondial Assistance, que possui uma rede com 40 mil prestadores em todo o país, encerrou o ano passado com 1,3 milhão de atendimentos no Brasil, o que representa 100 mil serviços a mais do que o realizado em 2006. "A demanda tem crescido muito desde que chegamos no Brasil em 1991. Hoje, o faturamento da unidade brasileira está entre os dez maiores do grupo", explicou Katia Auada, gerente-executiva da Mondial, com escritórios em mais de 25 países.

Entre os diversos setores, o das seguradoras é o que mais oferece serviços voltados para usuários domésticos. "Nossos clientes são bancos, montadoras e principalmente as seguradoras, temos algo entre 25 e 30 empresas de seguro", disse Emmanuelle Prevost, gerente de marketing da Mondial. As seguradoras oferecem dentro da apólice, tanto de automóvel quanto de residências, mimos extras como conserto de eletrodomésticos, encanador, eletricista, chaveiro, serviços de babá e até motorista particular para mulheres que têm receio de guiar após a meia-noite.

"As pessoas só lembram que têm um seguro quando acontece um acidente. Para que as seguradoras estivessem mais presentes no cotidiano das pessoas, elas passaram a oferecer esses outros serviços de caráter doméstico, que gera um vínculo maior", disse Francisco Galiza, consultor da área de seguros.

Neste modelo, o caso bem mais sucedido é o da Porto Seguro, que neste ano assumiu a liderança do setor de seguros de automóveis. Somente no ano passado, a empresa contabilizou mais de 378 mil atendimentos entre seguro de carro e casa, um aumento de 12% quando comparado a 2006. "Da nossa carteira de 1,5 milhão de apólices de automóvel, 600 mil usam o serviço de assistência residencial", explicou Luiz Pomarole, vice-presidente de produtos da Porto Seguro. Os seguros patrimoniais (residências e prédios comerciais) há mais 398 mil clientes.

Com os cães e gatos ocupando destaque cada vez maior nos lares, a Porto Seguro não perdeu tempo. Acabou de criar um serviço de "assistência pet" em que os bichinhos de estimação dos segurados têm direito a consultas veterinárias e desconto em banho e tosa. Outra novidade, lançada no mês passado, é um atendimento voltado aos segurados com problemas no computador.

Na Porto Seguro, a grande maioria dos serviços é feita por uma equipe própria composta de 500 técnicos - um diferencial em relação às demais seguradoras que terceirizam o serviço com empresas como a Mondial.

Terceira maior seguradora de veículos, a Sul América também conta com um rol de mais de 30 tipos de serviços domésticos, desde os mais comuns até aqueles mais complexos, como guarda-móveis, transporte escolar, orientação para emissão de segunda via de documentos para os clientes de apólices de automóveis e residências. Somente entre os segurados de carro, cuja carteira é de 1,7 milhão, a Sul América realizou no ano passado quase 5 mil atendimentos, praticamente o dobro do verificado em 2006, segundo Carlos Alberto Trindade, vice-presidente de auto da Sul América.

No público classe A, a demanda também é grande. A seguradora Liberty oferece para carros com valor acima de R\$ 120 mil serviços exclusivos aos seus clientes. "Apenas no primeiro ano de atendimento, tivemos cerca de 3,5 mil pedidos de consertos, principalmente de chaveiro e reparo de telhados", conta Paulo Umeki, vice-presidente da Liberty, responsável por uma carteira de 900 mil seguros de carro e 120 mil de casa.

Na Mapfre, são realizados cerca de 1 mil serviços por mês - aumento de 25% em relação a 2007, de acordo com Sergio Barros, Superintendente Técnico de Automóvel da Mapfre, que conta com 1 milhão de segurados de carro.

As seguradoras Allianz e Marítima também investem em serviços extras como desconto em escolas de idiomas, hotel e locação de carro.

Fonte: Valor Econômico, São Paulo, 20 maio 2008, Empresas/Serviços, p. B4

A utilização deste artigo é exclusivo para fins educacionais.