Seguradoras oferecem até babá para atrair cliente

Disputa acirrada para obter fidelidade dos consumidores leva empresas a ampliar oferta de serviços atrelados ao 'simples seguro'

Edna Simão / *BRASÍLIA*

A disputa acirrada por conquista e fidelização de clientes faz com que as empresas de seguros ofereçam cada vez mais serviços agregados aos seus produtos. É o casamento do seguro do carro com serviços emergenciais para casa.

Hoje praticamente todas as seguradoras oferecem, mesmo em planos básicos do seguro do carro, serviços emergenciais para o imóvel como cobertura provisória de telhados e substituição de telhas, fixação de janelas, eletricista, desentupimento e chaveiro entre outros.

A criatividade para vencer a concorrência é tanta que já existem contratos de proteção do veículo – planos completos ou especiais – que incluem benefícios como suporte técnico para computadores, babá para os filhos, assistência para animais de estimação e o "disque bebum" - motorista disponível para o cliente que bebeu e não quer correr o risco de ser pego pela Lei Seca.

Ao mesmo tempo em que liberam serviços agregados, as companhias popularizam, por exemplo, o seguro residencial, que ainda não caiu nas graças da grande maioria dos brasileiros.

"São 21 empresas operando com seguros que estão fazendo de tudo para captar clientes. Uma forma é oferecer serviços agregados", disse o diretor executivo da Federação Nacional de Seguros Gerais (FenSeg), Neival Rodrigues Freitas.

O número de serviços adicionais, no entanto, depende do tipo de apólice contratada e do local onde o cliente se encontra. Ou seja, os planos mais completos ou os mais caros, têm mais serviços disponíveis.

Freitas explicou que quase todos os contratos que tem assistência 24 horas ao cliente (que tem um custo adicional), mesmo básicos, concedem alguns serviços para casa. O que muda conforme o tipo do seguro é a quantidade de vezes que o serviço pode ser solicitado.

O diretor executivo da FenSeg explicou que a disponibilização de mais serviços dentro de um contrato de seguro do carro não implica em elevação de preço para os clientes. Para ele, a competição das empresas é tamanha que não há espaço para reajuste. Até porque, o consumidor na hora de adquirir o produto costuma escolher o seguro mais barato, independente, dos serviços. Apesar disso, o consumidor precisa estar atento e verificar no contrato se não está sendo cobrado serviços adicionais que são vendidos como "gratuitos" pelas seguradoras.

Para o diretor-geral do Itaú Seguros de Auto e Residencial, Ney Ferraz Dias, a despesa acaba sendo diluída com o aumento da escala. Muitos dos clientes não usam os serviços oferecidos. "À medida que o mercado cresce você vê as companhias de posicionando para oferecer mais serviços ou tentar baratear, ao máximo, o preço", destacou Dias.

O vice-presidente da Marítima Seguros, Francisco Caiuby Vidigal Filho, concorda. Ele afirmou que, de cada 100 clientes, em média, 20 recorrem ao seguro por ano. Para fidelizar a clientela, além de oferecer serviços adicionais, a empresa tem investido em dar agilidade ao atendimento quando ocorre um acidente ou problema no carro.

A superintendente de Produtos de Auto e Demais Ramos Elementares da SulAmérica, Erika Medici, acrescenta que, além dos serviços adicionais, vários fatores podem influenciar no preço do seguro como é o caso do modelo do veículo (marca, tipo e ano), município de residência do segurado, perfil do condutor, uso do veículo, instalação de equipamento e etc.

"A demanda na realização de serviços compensa os custos da operação, já que com o aumento da oferta de benefícios e serviços é possível atender as necessidades de nossos clientes cada vez mais", afirmou Erika.

Fonte: O Estado de S.Paulo, São Paulo, 2 maio 2011, Economia & Negócios, p. B7.