

Aristóbulo Bausela

CEO REGIONAL DA MAPFRE
AM. LAT. SUL

“

O lema com o qual começamos a trabalhar era que podíamos continuar sozinhos, mas que juntos iríamos mais rápido, melhor e mais longe

”



O início de 2014 também viu o início do caminho da MAPFRE América Latina Sul, uma das três Regionais que compõem a Área Territorial da América Latina. Composta por oito países (Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela), com graus de evolução dos mercados, dos seguros e de serviços muito diferentes, sua evolução “tem sido muito rápida” neste período, reconhece seu CEO, Aristóbulo Bausela, a quem cabe “definir a estratégia que nos permita crescer, ser lucrativos e ser sustentável”.

Gerência de Riscos e Seguros (doravante GRS): A criação desta área foi aprovada pelo Conselho de Administração da MAPFRE em outubro de 2013, dentro da nova estrutura global do Grupo vigente desde o início de 2014. Qual é o balanço deste período?

Aristóbulo Bausela (doravante AB): O saldo é muito positivo. Partiu-se de uma diretriz dada pelo Conselho de Administração da MAPFRE e hoje a nova estrutura corporativa e as Regionais são uma realidade e parece que estão operacionais há muito mais tempo.

Na América Latina Sul o grau de evolução tem sido muito rápido, e o apoio e as contribuições de todos os CEOs dos diferentes países para que o modelo funcionasse desde o primeiro dia foi, sem dúvida, a chave para o sucesso. O lema com o qual começamos a trabalhar era que podíamos continuar sozinhos, mas que juntos iríamos mais rápido, melhor e mais longe.

GRS: Quais são suas previsões para o ano de 2016?

AB: As previsões em todos os países são crescer em prêmios mais que o mercado e que a inflação, com porcentagens que variam entre 7% e 24% em euros, o que significa um esforço muito importante, se considerarmos a desvalorização que as moedas de cada área estão sofrendo e a desaceleração econômica pela qual a maioria dos países está passando.

Na Venezuela, o crescimento previsto em moeda local fica no mesmo nível que a inflação esperada, mas será muito afetado pela conversão em euros, dada a alta desvalorização do bolívar.

SEDE EM BOGOTÁ

GRS: A sede da Regional fica em Bogotá. Por que foi escolhida a Colômbia como base de operações?

AB: A escolha da Colômbia como sede da Regional foi motivada por vários fatores. O primeiro, a presença em Bogotá da Regional de Assistência para a América Latina, já que permitia contar com uma estrutura de profissionais que conhecia a região. Influenciaram não só o espaço físico, mas também a experiência e o conhecimento que se havia adquirido na relação com os diversos países.

Além disso, a situação de Bogotá e seu Aeroporto 'El Dorado', que é o terceiro da América Latina em tráfego aéreo: isso nos permite ter facilidade de comunicação com todos os países da região. E ainda é preciso acrescentar que para a MAPFRE as maiores operações se concentram na Colômbia, Venezuela e Peru, das quais podemos estar mais perto com esta localização.

GRS: A América Latina Sul é composta por oito países: Argentina, Chile, Colômbia, Equador, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela. Como vocês lidam com mercados e culturas tão diferentes?

AB: Certamente a Regional consiste de países que, embora tenham um eixo histórico e cultural comum, apresentam idiosincrasias e características diferentes, com graus muito distintos de evolução dos mercados, dos seguros e de serviços.

No entanto, a adaptação a cada um dos mercados está presente em cada uma das empresas locais, a pedra angular para oferecer produtos e serviços de acordo com as necessidades dos clientes.

Por pertencer à MAPFRE, todos temos em comum uma forma de gestão, uma filosofia de negócio, um rigor e uma cultura empresarial que é perfeitamente compatível com a diferença em serviços e produtos e que, além disso, ao longo destes anos, mostraram ser muito valorizados e exigidos pelos clientes, ao mesmo tempo em que geramos confiança nos distribuidores e consumidores em cada um dos mercados.

GRS: Quais planos de desenvolvimento vocês têm para cada um destes mercados em termos de negócios?

AB: A composição da carteira que temos nos mercados que fazem parte da Regional é diferente, e por esta razão o desenvolvimento de nossas empresas também deve ser. Há países onde temos companhias com mais carteira em riscos empresariais e temos de promover o crescimento em riscos individuais, enquanto que em outros mercados, é nas empresas que temos maior oportunidade de crescimento.

De qualquer forma, a ideia é conseguir equilibrar os portfólios das companhias para evitar concentrações, dispersar nossos riscos e poder suportar as mudanças no mercado da melhor forma possível.

“A ideia é ir conseguir equilibrar os portfólios das companhias, dispersar nossos riscos e suportar as mudanças no mercado da melhor forma possível”

DESENVOLVIMENTO MULTICANAL

GRS: Em meados de março realizava-se a Assembléia de Acionistas da MAPFRE, onde houve evidências de que a MAPFRE continuará promovendo a multicanalidade e avançando no desenvolvimento de sua rede comercial, abrindo escritórios e impulsionando novos acordos de distribuição, especialmente nos países da Área Regional América Latina Sul, entre outros. O que poderia antecipar sobre isso?

AB: A definição da MAPFRE como empresa multicanal implica o desafio de não só estar presente em todos os canais, mas também de tentar ser líder em cada um deles.



Pela própria composição dos mercados na região, o maior peso de distribuição em nossas empresas fica com as corretoras e os corretores. Queremos continuar a ter um forte relacionamento e interação com eles, melhorando nossos serviços e incorporando novas ferramentas que nos permitam ser mais ágeis na cotização, contratação e resolução dos sinistros.

Contudo, a evolução dos mercados tem feito com que outros canais não tradicionais como cadeias de distribuição, bancos, concessionárias de veículos, etc. estejam exigindo produtos e serviços para oferecer a outros segmentos de clientes que, em muitos casos, estão tendo acesso à contratação de um seguro pela primeira vez, e acreditamos que podemos e devemos oferecer nossa experiência e conhecimento para ajudá-los.

Por outro lado, nossa Rede de Escritórios tem sido um dos pilares do desenvolvimento da MAPFRE, já que permitiu que nos aproximássemos de clientes e distribuidores em todos os rincões dos países. Temos que fazer um esforço econômico, de equipamentos humanos e de infraestrutura, para que nossos escritórios estejam cada vez mais presentes em mais cidades do continente e que nossos segurados se sintam protegidos cada vez que

virem o cartaz vermelho com o logo da MAPFRE perto deles.

“Queremos continuar a ter um forte relacionamento e interação com as corretoras e os corretores, melhorando nossos serviços e incorporando novas ferramentas que nos permitam ser mais ágeis”

Finalmente, uma nova ferramenta que ainda não foi massificada na região no que tange a seguros, mas que certamente ocupará mais espaço nos próximos anos, será a internet e a possibilidade de que os clientes satisfaçam suas necessidades por este caminho. Por esta razão, estamos também trabalhando na busca de vias digitais de comunicação, mas que não sejam antagônicas, e sim complementares, aos canais atuais de distribuição atual.

GRS: Também na América Latina Sul o Grupo elaborará um plano comercial específico para empresas multilatinas. Que passos vocês deram até o momento?

AB: Estar presentes em todos os países da América Latina nos permite ser a única companhia que está posicionada para acompanhar nossos clientes em seus projetos empresariais, assegurando seus riscos e investimentos, prestando-lhes serviços, garantindo-lhes os pagamentos de suas vendas e, em última análise, dando-lhes confiança de que estão com uma empresa global como a MAPFRE.

Temos um longo caminho a percorrer. Um dos primeiros passos que demos foi melhorar a nossa imagem e presença na região. Vemos como algo normal estar presentes em todos os países e assumimos que as empresas saibam disso, mas nem sempre é o caso e ficamos surpresos de ver quantos

empresários ou corporações descobrem que também podemos lhes dar assessoria, coberturas e serviços fora de seus países de origem.

“Estar presentes em todos os países da América Latina nos permite ser a única companhia que está posicionada para acompanhar nossos clientes em seus projetos empresariais”

GRS: Qual é a conexão com as outras duas Regionais que compõem a Área Territorial da América Latina?

AB: A conexão entre as três Regionais que formam a América Latina é feita por intermédio do CEO Territorial, que em nosso caso, é o Rafael Casas, que tem grande parte de sua carreira ligada à América Latina e conhece profundamente as companhias, os mercados e sua evolução. Por seu intermédio podemos compartilhar e trocar experiências e ações que nos permitem avançar de forma coordenada e conjunta.

Por outro lado, as Áreas Corporativas e de Negócio definem e transmitem diretrizes estratégicas globais que fazem com que todas as Regionais mantenham uma mesma linha de ação.

SOLUÇÕES GLOBAIS

GRS: A MAPFRE quer ser a Seguradora Global de Confiança. Qual você diria que tem sido a contribuição da América Latina Sul para este objetivo?

AB: Querer ser a Seguradora Global de Confiança não é apenas uma declaração de intenções: tornou-se uma filosofia empresarial que nos obriga a trabalhar no fornecimento de benefícios para nossos

clientes globalmente e nos permite oferecer todo tipo de soluções tanto no campo privado como no empresarial por meio de produtos de seguros e serviços e por todos os canais de distribuição e em qualquer parte do mundo onde haja necessidade de asseguramento ou de serviços.

Neste sentido, A América Latina Sul é parte dessa globalidade que a MAPFRE está construindo, tanto do ponto de vista geográfico como na prestação de soluções e serviços de Seguros, Assistência ou Crédito, na abertura de canais de distribuição e comunicação com os clientes, fornecedores e, naturalmente, com os parceiros e acionistas que temos nos países onde estamos presentes.

“Querer ser a Seguradora Global de Confiança tornou-se uma filosofia empresarial que nos obriga a trabalhar no fornecimento de soluções para nossos clientes globalmente”

GRS: Na sua opinião, qual é o atual desenvolvimento da gerência de riscos e os Global Risks na América Latina? Qual é o papel da MAPFRE neste assunto na América Latina?

AB: O desenvolvimento do negócio de Global Risks tem uma importância vital em alguns países da região como Chile, Peru e Colômbia, onde nossas empresas possuem uma área especializada na proteção de grandes riscos e das grandes empresas.

Ao longo dos últimos anos nossa posição neste nicho de mercado vem aumentando, em muito graças às equipes da central de Global Risks, que têm apoiado significativamente as equipes locais. Com certeza é uma combinação que funciona



e que temos de continuar desenvolvendo em outros países onde ainda temos a mesma quota de penetração.

“O desenvolvimento do negócio de Global Risks tem uma importância vital em alguns países da região, como Chile, Peru e Colômbia”

A nova perspectiva do Global Risks como Unidade dentro das companhias locais e a proximidade ao cliente nas decisões de avaliação, assessoria e contratação sem dúvida ajudará significativamente a MAPFRE a continuar crescendo neste negócio. ■

UM NOVO DESAFIO, UMA NOVA ETAPA DA MAPFRE



Depois de uma longa trajetória dentro do grupo, Aristóbulo Bausela assumia, em 1º de janeiro de 2014, um novo desafio profissional: ocupar o cargo de CEO da América Latina Sul, o que lhe permitiu participar desde o início de um projeto que “representa uma nova etapa da MAPFRE”.

Em sua opinião, “a criação das Áreas Regionais significa uma maior descentralização na gestão e uma maior aproximação da MAPFRE do negócio e das necessidades das nossas empresas. É a oportunidade de criar uma estrutura e uma equipe Regional para dar um suporte maior e mais próximo a cada um dos países que compõem a Regional, além de contribuir com a nossa experiência para a formação de um modelo de relacionamento entre Áreas Corporativas, a Regional e os países”.

Sua missão dentro desta Área Regional vem evoluindo à medida que as etapas vão sendo cumpridas. “No início se partia de algo tão

básico como decidir onde a Regional ficaria fisicamente, montar a equipe que a compõe, estabelecer a integração com a equipe regional que tinha assistência nesta área, constituir o Comitê de Direção Regional e definir os campos de relacionamento entre os países e as Direções Regionais de Negócios e Clientes, TI e Processos, Financeiro e Mídia, e de Operações”.

“Progressivamente – acrescenta –, também temos avançado rumo à coordenação e aproveitamento de sinergias entre as diferentes empresas da MAPFRE nos países e ao estabelecimento de políticas e medidas que proporcionem crescimento rentável, aumentando a eficiência e reduzindo os custos com uma clara orientação para o cliente distribuidor e consumidor. “Se eu tivesse que resumir em uma frase, minha missão seria a de definir a estratégia na Região que nos permita crescer, ser lucrativos e ser sustentável”.