

Jesús Martínez Castellanos

CEO DA ÁREA REGIONAL
AMÉRICA LATINA NORTE
E CEO DA MAPFRE MÉXICO

“

Queremos liderar cada mercado não só do ponto de vista quantitativo, mas também criando tendência com a inovação em produtos, serviços, ferramentas e tratamento de clientes

”



Para o CEO da Área Regional América Latina Norte e da MAPFRE México, não resta dúvida de que “estamos na melhor posição corporativa para consegui-lo”. Seu principal ponto forte é o fato de que são as únicas seguradoras presentes em todos os países da região e, em alguns casos, há muitos anos, “o que nos proporciona um conhecimento e uma experiência muito profundos desses mercados”.



Gerência de Riscos e Seguros (doravante ‘GRS’): Quais são os principais pontos fortes da Área Regional América Latina Norte e qual o papel que ela desempenha dentro da Área Territorial da América Latina?

Jesús Martínez Castellanos (doravante ‘JMC’):

Nosso principal ponto forte é o fato de que somos as únicas seguradoras presentes em todos os países da região, América Central, República Dominicana e México; além disso, em alguns casos desenvolvemos nosso trabalho há muitos anos, o que nos proporciona um conhecimento e uma experiência muito profundos desses mercados.

É uma realidade que a penetração do seguro na região é baixa: os prêmios superam o PIB em apenas 2%, bem abaixo da média da América Latina, o que significa um importante potencial de desenvolvimento para os próximos anos.

GRS: Que metas bateram em cada um dos mercados que a compõem?

JMC.: Em primeiro lugar, queremos cumprir todos os desafios corporativos em cada um dos países e, em segundo, nossa aspiração é estar entre as três primeiras seguradoras nesses mercados, com o objetivo de alcançar uma participação de 10% no México.

“Queremos cumprir todos os desafios corporativos em cada um dos países e nossa aspiração é estar entre as três primeiras seguradoras em cada um dos mercados”

Além disso, queremos liderar cada mercado não só do ponto de vista quantitativo, mas também criando tendência com a inovação em produtos, serviços, ferramentas e tratamento de clientes. Estamos na melhor posição corporativa para consegui-lo.

GRS: Em geral, quais negócios têm maior potencial dentro de sua área?

JMC: Dado o baixo nível de asseguramento, todos os negócios apresentam um grande potencial de crescimento, mas em primeiro lugar eu citaria Automóveis, embora precisemos de apoio regulatório e de fiscalização por parte dos governos.

“Dado o baixo nível de asseguramento, todos os negócios apresentam um grande potencial de crescimento”

Em seguida eu destacaria os riscos associados ao cliente ‘empresa’, tanto da perspectiva das pequenas e médias empresas, com níveis muito baixos de asseguramento, quanto dos grandes riscos de grupos empresariais de certos setores estratégicos.

Por último, eu também mencionaria a indústria da aposentadoria, dado o fraco desenvolvimento e a necessidade futura que essas sociedades terão, como acontece nas economias mais desenvolvidas.

MODELO DE DISTRIBUIÇÃO: DIVERSIDADE

GRS: O sr. poderia descrever qual é o modelo atual de distribuição de seguros dentro desta área? Como estão se adaptando para capturar mais negócios e facilitar o relacionamento com os clientes?

JMC: Podemos dizer que existe diversidade no modelo atual de distribuição por países. No México, o modelo é multicanal, com maior peso do canal de agentes multicompanhia. Na América Central, a base da distribuição é feita por corretores e pelo canal de bancasseguros, enquanto na República Dominicana temos um acordo com o Banco BHD León, que nos posiciona de forma muito importante nesse mercado.

A principal estratégia para os próximos anos é desenvolver uma rede própria em cada um dos países sob o modelo MAPFRE. Além disso, estaremos muito atentos às oportunidades que possam surgir em acordos de bancasseguros e no desenvolvimento da distribuição de seguros massivos.

“A estratégia principal para os próximos anos é desenvolver uma rede própria em cada um dos países, sob o modelo MAPFRE”

GRS: Quais são os esforços de desenvolvimento da sua área em inovação em produtos e serviços?

JMC: A primeira coisa que estamos fazendo é ‘tropicalizar’ produtos, serviços e práticas de sucesso conhecidas dentro do Grupo. Eu também

destacaria a transformação digital como um elemento de diferenciação e de serviço ao cliente consumidor e distribuidor: um exemplo seria a ferramenta multiplataforma do México, pela qual fomos reconhecidos no mercado com prêmios pela inovação.

GRS: Como é a colaboração entre vocês e as outras duas regionais que compõem a Área Territorial da América Latina?

JMC: Além da relação e coordenação da Direção da Área Territorial da América Latina, mantemos contato com grandes clientes, parceiros estratégicos e corretores internacionais e compartilhamos projetos corporativos transversais.

MÉXICO, UM PAPEL PRIORITÁRIO

GRS: Como CEO da MAPFRE México, o que este país representa para o crescimento do Grupo nos próximos anos?

JMC: O México é um país cheio de oportunidades, mas que tem dificuldades na mesma proporção. No entanto, penso que, como país estratégico, tanto em prêmios como em resultados, ele deve ter um peso maior na estrutura do negócio da MAPFRE, e é por esta razão que o objetivo é consegui-lo nos próximos anos.

“A estratégia principal para os próximos anos é desenvolver uma rede própria em cada um dos países, sob o modelo MAPFRE”

GRS: Como anda o ‘Plano de Expansão Territorial’, lançado para reforçar sua posição neste mercado?

JMC: O Plano de Expansão Territorial é o desenvolvimento de uma Rede de Agências com atenção direta aos agentes, ou seja, sem a figura predominante no mercado mexicano do promotor ou do aglutinador de agentes. O projeto começou em maio de 2015 e até agora tem evoluído de acordo com o calendário previsto. Atualmente temos 12 escritórios diretos novos e 586 novos agentes.

O plano se ampliou com um novo projeto de captação de agentes sem experiência ligados a uma rede específica de pessoas cujo desenvolvimento e resultados serão obtidos nos próximos anos.

GRS: Recentemente a MAPFRE lançou sua oferta de seguros online e um dos países escolhidos foi o México. Quais foram os objetivos definidos nesta área?

JMC: No México estamos distribuindo Seguros de Automóvel digitalmente desde 2012. A experiência está sendo muito positiva, embora uma alta porcentagem dos contatos novos gerados por esta via sejam concluídos por telefone. Em termos anuais, o volume de matérias-primas cresceu 52% com relação ao mesmo período do ano passado.

GRS: Outra das iniciativas foi o programa “Recompensas Cor Mapfre”, com a qual vocês pretendem chegar a um maior número de clientes. Qual é o balanço até o momento?

JMC: Trata-se de um programa de fidelização para o cliente distribuidor, neste caso dirigido a agentes. É o primeiro programa de fidelização com estas características no mercado mexicano. O balanço após quase um ano é muito positivo, especialmente pelo ambiente de agentes multicompanhia, onde todos os elementos de fidelização que utilizarmos são fundamentais para a manutenção da atividade comercial.

GRS: Outra das suas propostas é aproveitar a presença da MAPFRE nos EUA e oferecer seguros que tenham validade em ambos os lados da fronteira. Que passos vocês deram nesse sentido?

JMC: Existe um importante mercado de seguros para mexicanos que atravessam a fronteira dos EUA e para norte-americanos que entram no território do México. Dispomos de mediadores especializados perto da fronteira que contratam apólices de automóvel para americanos que entram no México, e também facilitamos a contratação desses seguros pela internet. Além disso, nós incorporamos algumas coberturas nas apólices contratadas no México e de aplicação nos EUA.

“Há um importante mercado de seguros para os mexicanos que atravessam a fronteira dos EUA e para os norte-americanos que entram no território do México”

GRS: Quais os planos para o asseguramento de grandes riscos no mercado mexicano? Como a MAPFRE México vê a reestruturação do setor energético?

JMC: Os Grandes Riscos são um dos negócios mais relevantes dentro do mercado segurador do México e especialmente para a MAPFRE. Primeiro pelo tipo de cliente, segundo pelo potencial de asseguramento e, acima de tudo, pelas vantagens competitivas das quais dispomos por termos no Grupo uma unidade especializada como a Global Risks.

A liberação do mercado energético ainda não teve o efeito esperado na economia do México, mas estou convencido de que nos próximos anos será um dos motores do desenvolvimento econômico do país.

RESULTADOS POSITIVOS

GRS: Em seu conjunto, como avalia a evolução da MAPFRE na América Latina? Suas expectativas estão se cumprindo?

JMC: Atualmente a América Latina está sofrendo a volatilidade dos mercados e algumas incertezas internacionais, especialmente pelo declínio nos preços das matérias-primas e o conseqüente impacto nas taxas de câmbio.

“Embora economicamente não seja o melhor momento, a MAPFRE está tendo resultados positivos, sendo a primeira multinacional seguradora da América Latina”

No entanto, penso que, embora economicamente não seja o melhor momento para este território do mundo, a MAPFRE está obtendo resultados positivos, com crescimentos em termos reais em moeda local e sendo a primeira multinacional seguradora da América Latina.

“Estamos na melhor situação para sermos a primeira seguradora em Global Risks em cada um dos países da área”

GRS: Em sua opinião, qual é o potencial da gerência de riscos e dos Global Risks na América Latina? Qual é o papel que cabe à MAPFRE nessas áreas na América Latina?

JMC: Estamos na melhor situação para sermos a primeira seguradora neste tipo de grandes riscos em cada um dos países. Em primeiro lugar, por nossa implantação territorial e conhecimento dos clientes e do mercado. Em segundo lugar, por dispormos da especialização e apoio da Unidade Global Risks. Por fim, eu destacaria o plano previsto de aproximar o cliente da decisão, à medida que dispusermos das equipes locais com a preparação adequada.

UM TRABALHO EMOCIONANTE



Bacharel em Ciências Econômicas e Empresariais e Atuário de Seguros, Jesús Martínez passou a fazer parte do quadro da MAPFRE em 1989 e desde então ocupou diferentes cargos de responsabilidade: Diretor Geral de Negócio da MAPFRE Vida, Conselheiro Delegado da MAPFRE Empresas e Vice-presidente Terceiro da Divisão de Seguros Espanha e Portugal, entre outros.

Em 2014, foi nomeado Diretor Geral de Negócio e Clientes da MAPFRE Espanha e, em 2015, CEO da MAPFRE México. Além disso, desde janeiro de 2016 ocupa o cargo de CEO da Área Regional América Latina Norte, uma nomeação que recebeu “com grande alegria”. “É emocionante liderar oito países, conhecer a realidade e poder influir em tantos mercados de seguros diferentes”, acrescenta.

Em sua opinião, ambas as responsabilidades são muito compatíveis. “Um número significativo de iniciativas e planos de ação válidos para o México também são válidos para os demais países”, destaca. ■