CAIXA | SEGUROS

Segmentação, a arma do negócio

Crescer em faturamento e participação nos mercados nos quais está presente. Esses são os objetivos da Caixa Seguradora em 2005. Para atingir essa meta, a companhia pretende dar continuidade à estratégia de investir em novos produtos cada vez mais adequados às necessidades dos clientes, principalmente no segmento popular. Para este público — que vem ganhando relevância no planejamento das principais instituições financeiras do país — devem ser lançados dois produtos específicos. Ambos para o segmento Caixa Aqui (conta bancária para população de baixa renda da Caixa).

A Caixa Seguros almeja também conquistar mais espaço no meio empresarial com apólices de vida, patrimônio e planos de previdência, além de recuperar a histórica participação de mercado da Caixa Capitalização. O grupo aposta ainda nos produtos segmentados e na previdência para menores de 18 anos. No último mês de março, por exemplo, foi lançado o primeiro seguro feminino da empresa: o Caixa Vida Mulher.

Com tantos planos, não é de se admirar que a companhia tenha uma visão mais do que otimista sobre o setor em que atua. Para o presidente do Grupo Caixa Seguros, Thierry Claudon, o setor de seguros no Brasil é bastante promissor. Principalmente porque, segundo ele, o brasileiro ainda tem muito a aprender sobre esse serviço.

"Existe uma idéia equivocada de que o produto é voltado para quem tem dinheiro. No entanto, quem mais precisa dessa proteção é o cidadão que trabalhou a vida inteira para comprar um apartamento e não pode se dar ao luxo de perdê-lo num incêndio, por exemplo. É o profissional liberal que se esforça para dar qualidade de vida para sua família e passa noites sem dormir, com medo de algum imprevisto. Com os produtos populares, a situação começa a se reverter", aposta Claudon, para quem a população brasileira está descobrindo, aos poucos, a importância do seguro.

Contando com a tradição da marca Caixa, a companhia espera repetir esse ano o desempenho de 2004, quando as operações de previdência, capitalização, consórcio e seguros resultaram num lucro líquido de R$ 325 milhões, uma alta de 12,7% em relação a 2003. O grupo encerrou o ano com faturamento superior a R$ 2,6 bilhões, melhor desempenho desde 2001. O que levou a empresa a ser eleita a melhor no segmento Diversos do ano passado.

"Os resultados da companhia foram conseqüência de uma série de ações que, juntas, potencializaram o desempenho das nossas quatro empresas. Dentre elas, vale destacar o lançamento de produtos, a fidelização dos clientes, a redução dos custos, o controle da sinistralidade e o fortalecimento da parceria Caixa/Caixa Seguros. Além disso, investimos em tecnologia e profissionais capazes de refinar os cálculos atuariais, para medir com maior precisão os riscos de cada produto", revela Claudon.

Décima quinta seguradora do país por prêmios ganhos em 2004, com pouco mais de 6,7 milhões de clientes, a Caixa Seguros tem como carro-chefe o seguro habitacional. Em 2004, o produto fechou o ano em alta, com aumento de 12% em relação a 2003. O número de segurados subiu de 862,3 mil para 962 mil.

Claudon atribui a fidelização dos clientes à capacidade da Caixa Seguros de oferecer produtos para variados tipos de pessoas e necessidades. "Nosso portfólio atende a crianças, profissionais liberais, idosos, pessoas de baixa renda, empresários. A preocupação com o bem-estar do cliente é constante. Fomos a primeira seguradora do país a fazer pesquisa diária de satisfação. Apenas entre os meses de abril e dezembro de 2004, 22,8 mil clientes foram entrevistados", revela o executivo. (Carla Falcão)

Diversos

Colocação	Empresas	Classif. média*	Prêmios ganhos (em R$ mil)	Classif.	Rentabilidade do PL (em %)	Classif.	Margem operacional (em %)	Classif.	Sinistralidade (em pontos)	Classif.	Índice combinado (em pontos)	Classif.	Independência financeira (em pontos)	Classif.
1	Caixa Seguradora	8,4	591.741	3	33,12	1	67,32	9	0,53	20	0,76	7	0,41	21
2	HSBC Seguros	10,0	684.973	2	30,87	2	22,48	14	0,56	22	0,87	10	0,40	22
3	J. Malucelli	10,9	10.721	27	24,94	5	108,26	6	0,47	14	0,62	4	0,49	11

*Média ponderada. Total de empresas: 37