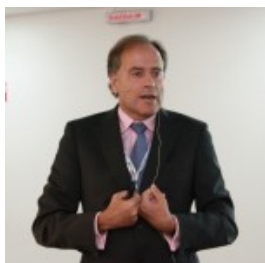


Multis brasileiras ainda ignoram programas globais de seguros



Alfredo Arán,
CEO da Mapfre
Global Risks
(Foto:
Divulgação)

O número de empresas multinacionais brasileiras cresceu 321% entre 2010 e 2014, de 95 para mais de 400. A forte internacionalização do período não foi acompanhada na mesma proporção pela implementação de programas internacionais de seguros, segundo especialistas reunidos no XI Seminário Internacional de Gerência de Riscos promovido pela ABGR, a associação do setor.

Este gap gera riscos para as empresas, além de oportunidades e desafios para os gestores, avaliaram. “Algumas grandes multilatinas têm programas muito bons, mas empresas emergentes têm um campo importante para desenvolver – e aproveitar assim os ganhos de escala da internacionalização”, disse Alejandro Solorzano, da corretora Marsh.



Vanderlei
Pires
Moreira,
vice-
presidente da
ABGR (Foto:
Divulgação)

Segundo ele, um programa global bem estruturado pode resultar em economia de custos com seguro da ordem de 20%, podendo chegar em alguns casos a 40%.

Além do custo extra, a empresa pode ter de enfrentar sinistros que eventualmente não tenham sido bem monitorados no país onde foi atuar.

Por outro lado, os especialistas afirmaram que já existem programas globais cujas apólices master estão baseadas no Brasil, um desenvolvimento que pode facilitar a gestão de tais programas pelas empresas multinacionais sediadas no país.

Esforço

A tarefa de montar um programa internacional de seguros pede um esforço considerável. “Não é nada fácil, é duro. Existem muitas barreiras”, disse Vanderlei Moreira, gerente global de seguros da Weg, empresa catarinense de produtos de automação com fábricas em 13 países, cujo programa internacional começou a ser desenvolvido em 2010.

Se a atuação no país de origem soma uma série de obrigações que devem ser cumpridas, o programa internacional as

multiplica de forma exponencial, fator agravado pelo fato de que cada país tem suas várias particularidades – cada um com suas regras, impostos e cultura que pedem um trabalho bastante complexo.

“Isso tudo representa novas oportunidades para o gestor de risco”, disse Caio Petroucic, da corretora Willis. Oportunidade que tende a exigir mais mão de obra: “As questões locais já ocupam todo o tempo do gestor atualmente.”

Desafios

A partir da decisão de montar um programa internacional surge para a empresa uma série de desafios aos quais é preciso estar atento, diz Petroucic.

Ele elenca os principais: a escala da operação cresce; há barreiras de idioma e fuso horário; substituição de funcionários atravança o processo; a terminologia do “segurês” nem sempre bate entre as partes; a cultura corporativa pode “brigar” com as particularidades locais; é preciso metodologia de alocação de prêmios, bem como mapear bem os riscos locais e entender a legislação do país. E ainda há os riscos cibernéticos, que são uma grande ameaça emergente que não se inibe com fronteiras geográficas.

As questões regulatórias fazem parte de um capítulo especial do processo. Segundo Alfredo Arán Iglesias, diretor geral para América Latina e Ibéria da Mapfre, pode haver conflito entre a apólice máster e local, além do que cada país tem seus seguros obrigatórios e tarifas específicas, além das questões relativas a impostos.

Ele também destaca a necessidade de implementar uma boa gestão de sinistros, com protocolo claro e responsabilidades bem atribuídas, caso contrário o processo de internacionalização terá dificuldades extras.

Segundo Arán, uma grande preocupação dos clientes quando

começam a montar um programa internacional é o receio de sinistros em cadeia. “Os clientes pode ter 1.500 ou 500 mil riscos”, disse ele. Precisamos saber onde estão esses riscos”, afirmou. “Conhecer bem o mercado [local] é fator chave para o sucesso.”

Para o executivo espanhol, encarar essas dificuldades, no entanto, não é opção, mas obrigação das empresas. “O segurador precisa apresentar as soluções para elas.”

Na Weg, Moreira ressaltou que uma das preocupações foi deixar claro dentro da empresa que o programa internacional é uma atribuição de todos.

Nesse processo é fundamental para o programa dar certo ter uma comunicação muito bem afinada, ressaltou Petroucic, da Willis. “É preciso combinar muito bem o jogo”, disse, lembrando da importância de uma estrutura de acompanhamento das informações entre os países.

Segundo ele, isso inclui protocolos de comunicação, como modelo de atas de reunião, estabelecer a frequência das reuniões, hierarquia de decisão e sistema para acompanhamento das apólices – itens considerados fundamentais num bom programa. “Mas não existe receita única”, afirmou. “Cada cliente vai ter as demandas específicas.

Com a experiência acumulada na Weg, Moreira dá um conselho a quem vai começar seu programa internacional: “Não crie conflitos”.