

Horizonte de Cosas Buenas | La caminata de búsqueda por la satisfacción de los clientes

Escrito por: Horiens - 14/07/2023

Tener clientes satisfechos es una meta importante para cualquier empresa, pero en Horiens pocas cosas están más entrelazadas con nuestra cultura que eso.

Fundada en 1978 como una corredora cautiva, o sea, enfocada en atender a empresas de un mismo grupo empresarial, Horiens está desde entonces vistiendo la camisa de los clientes en busca de las mejores soluciones de gestión de riesgos con un objetivo muy claro: proteger el patrimonio de las empresas, o sea, sus operaciones y personas, un requisito fundamental para que ellas puedan crecer de forma sostenible.

Hoy, después de más de cuatro décadas de trayectoria, Horiens ya no actúa solamente como cautiva, sino lleva ese modo de trabajo verdaderamente personalizado para cada cliente.

“Está en el ADN de Horiens ser una empresa que intenta observar bajo la óptica del cliente”, destaca Bianca Luggeri Gomes, analista del área de riesgos y seguros para el mercado de energía, petróleo y gas. “Estoy en la empresa desde el 2019 y esto quedó evidente para mí desde el inicio”, completa.

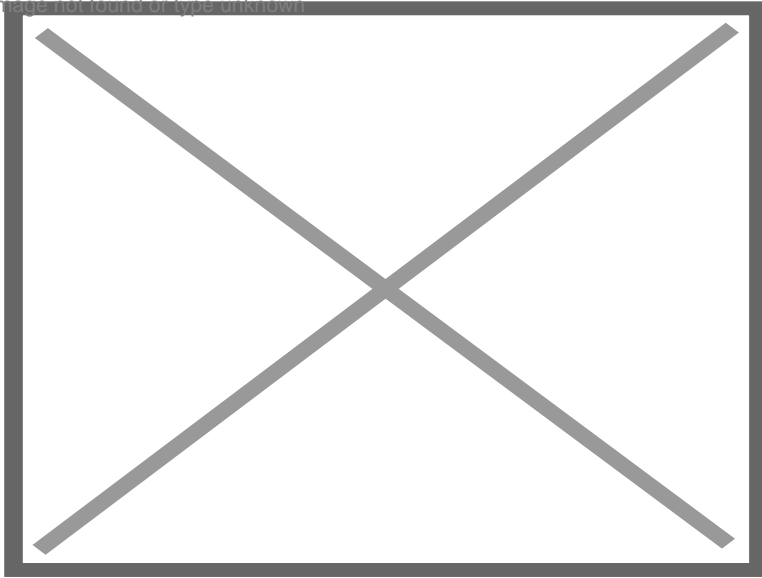
Ricardo Celestino, gerente de riesgos y seguros para el mercado de infraestructura, suma cerca de 10 años en la empresa e insiste en destacar que este es el gran diferencial de Horiens. “Vender pólizas de seguros no es nuestro enfoque, sino entender el desafío del cliente en lo que se refiere a los riesgos de su negocio, ayudándolo a mitigar o transferirlos de la mejor forma posible”, puntúa.

Bianca y Ricardo compartieron en esta edición de nuestra serie “Horizonte de Cosas Buenas” lo que este enfoque orientado al cliente abrió de perspectivas en sus vidas y carreras. ¡Véalo!

Un intercambio muy rico

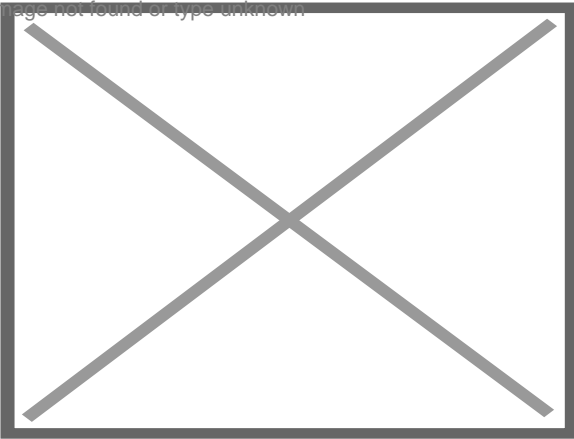
Por Bianca Luggeri Gomes, analista del área de riesgos y seguros de Horiens para el mercado de energía, petróleo y gas

Image not found or type unknown



Bianca en visita a las sondas de perforación del cliente, en Río de Janeiro

Image not found or type unknown

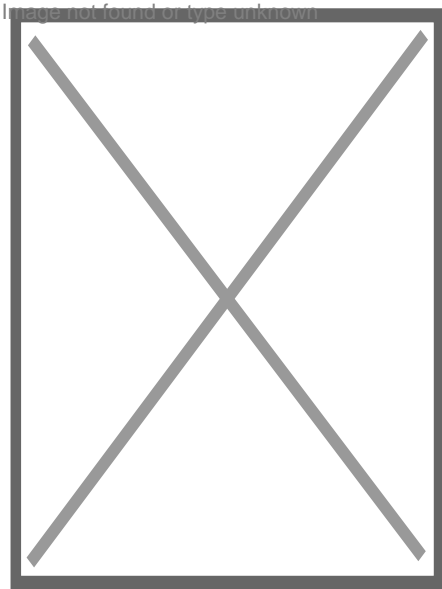


En la operación del cliente, en visita de una aseguradora

“Ingresé en Horiens en el 2019 y ya en las primeras conversaciones con mi líder el tema que más me llamó la atención fue ese enfoque tan dirigido para el cliente. No estábamos hablando solamente de atender con excelencia, sino de desarrollar un enfoque preciso para el negocio del cliente y actuar como parte de su equipo.

Desde entonces he visto en la práctica cuánto esto es real. Trabajo muy cerca del cliente, en su oficina, en Macaé, en Río de Janeiro, y eso ha sido un gran aprendizaje.

Busco todo el tiempo entender lo que el cliente necesita, tener insights de lo que debe ser realizado o cubierto para mitigar riesgos. Del lado del cliente, veo cuánto esa relación de colaboración hace crear la cultura del seguro, de pensar en la protección.

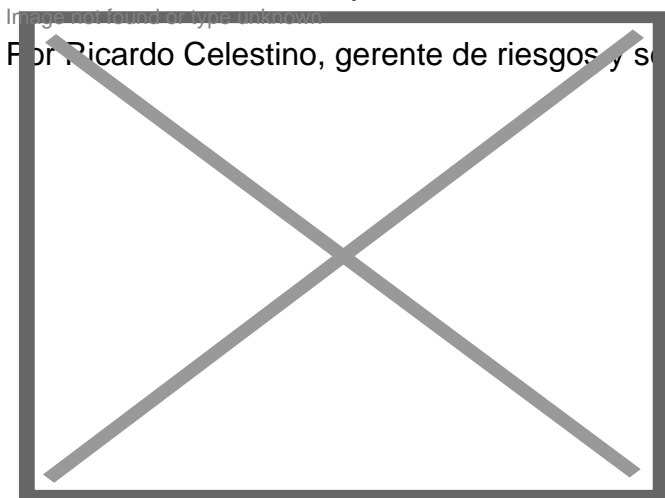


Montando bicicleta en Macaé con su prometido, Raphael

Tenemos un intercambio muy rico, que se refleja en un proceso de gestión de riesgos totalmente a medida. No pensamos en productos 'de estante', vamos siempre a buscar construir una póliza totalmente adherente a las necesidades.

Lo mejor es que acabé trayendo ese enfoque para mi vida de una forma general. Sin duda, soy una persona más presente a la hora de analizar o negociar un contrato y valorizo ser atendida con real interés”.

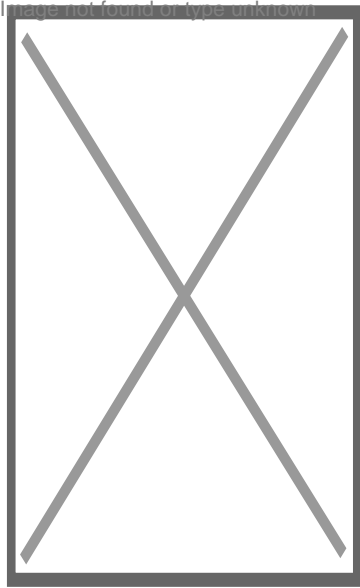
Pensando fuera de la caja



Por Ricardo Celestino, gerente de riesgos y seguros de Horiens para el mercado de infraestructura

Visita a la Planta Termoeléctrica de Santa Cruz,

RJ, en el 2022

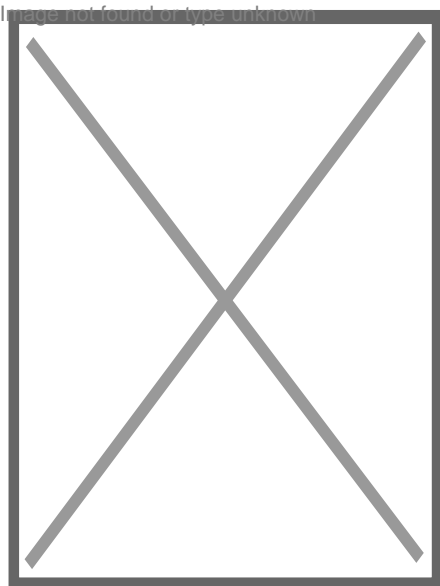


Visita a la Planta Hidroeléctrica de Santo Antonio, RO, en el 2015, con su equipo de trabajo en esa época

“Mi trayectoria aquí en Horiens comenzó como trainee. Recuerdo bien los entrenamientos de los cuales participé, en que siempre oíamos hablar con atención y expectativa de la relevancia de ‘soñar el sueño del cliente’.

Quien es integrante de la empresa sabe: esa es una especie de dicho interno, un conocimiento pasado de generación en generación. En la práctica, a lo largo de esta década de trabajo aquí en la empresa, ¿cuántas veces pude constatar cuán lejos de vender pólizas de seguros está nuestro trabajo? Muchas y muchas veces. Creo que eso defina bien la esencia de la empresa.

El seguro, claro, es una herramienta imprescindible dentro del contexto de gestión de riesgos. Pero para que el seguro sea bien colocado, es necesario tener una visión detallada del escenario y desafíos del cliente y eso solo se logra con tiempo, dedicación y deseo de realmente encontrar un camino viable que genere valor.



Ricardo e integrantes de su área en Horiens