

SulAmérica

associada ao **ING** 

MERCADO

A SulAmérica Seguros e Previdência mantém uma notável posição de liderança no acirrado mercado brasileiro de seguros. Tal conquista se fundamenta numa história de mais de um século de estreito relacionamento da marca com seus clientes, baseado na confiança e na qualidade de serviços. Um relacionamento pautado sempre por uma postura de inovação, com a qual a companhia consolidou-se como a maior seguradora independente do país e um dos principais grupos empresariais do Brasil.

Através de uma rede composta por quinze sucursais, 5,5 mil funcionários e uma força de vendas com 27 mil corretores ativos - sempre prontos para atender os seis milhões de clientes e muitos outros potenciais consumidores de seguros - a SulAmérica está presente em todo o território nacional. Além de atuar em vários segmentos do mercado de seguros, a empresa oferece produtos de previdência e investimentos.

CONQUISTAS

A qualidade dos produtos e do atendimento da SulAmérica é atestada por premiações frequentes. Este ano, a empresa destacou-se pelos cases vencedores de três categorias do Prêmio Mercado de Seguros: 'Excelência em Crescimento e Produtividade na Carteira de Automóvel', 'Excelência na Carteira de Seguro Saúde' e 'Excelência em Ação de Marketing Integrado - Rádio SulAmérica Trânsito'.

Recebeu também, pelo terceiro ano consecutivo, o Prêmio Consumidor Moderno de Excelência em Serviços ao Cliente. Além disso, a SulAmérica Investimentos obteve, o Top Gestão Renda Fixa da renomada agência classificadora de riscos Standard & Poor's.

HISTÓRIA

Fundada no dia 05 de dezembro de 1895, a SulAmérica alia tradição e modernidade a uma atuação pioneira e inovadora nas áreas de seguros, previdência e gestão de ativos. Sua mar-

ca é reconhecida como sinônimo de seguros e o conglomerado aparece entre as empresas mais sólidas e de maior credibilidade do mercado brasileiro.

Ousadia, pioneirismo, criatividade, capacidade de renovação contínua e eficiência são características básicas da SulAmérica, que prima ainda por estabelecer parcerias capazes de potencializar sua relevante participação no mercado, além de agregar soluções diferenciadas a seus serviços e produtos. Entre elas, destaca-se a parceria estabelecida em 2002 com o ING, grupo de origem holandesa presente em mais de 50 países, e detentor de uma carteira de aproximadamente 60 milhões de clientes.

Em outubro de 2007, a SulAmérica iniciou um novo capítulo de sua história: abriu capital. Na ocasião captou R\$ 775 milhões, fato que fez deste evento a maior operação de abertura de capital de uma seguradora da América Latina.

PRODUTOS E SERVIÇOS

A atuação da SulAmérica ramifica-se em cinco unidades de negócios: Saúde; Auto e Massificados; Riscos Industriais e Comerciais; Vida e Previdência e Gestão de Ativos.

A empresa também desenvolve serviços com os quais enfatiza sua preocupação por manter relacionamentos benéficos não apenas para ela, mas também para seus clientes. É o caso do 'Saúde Ativa' - programa de promoção da saúde e qualidade de vida dos segurados por meio do monitoramento de fatores de risco. Outro exemplo é a contínua inauguração de C.A.S.A.s (Centro Automotivo de Super Atendimento). Nesses locais, o segurado pode deixar seu automóvel danificado, sair com um carro reserva e retornar apenas quando estiverem concluídos os serviços em seu veículo.



Faça um Plano de Previdência SulAmérica. E no futuro ele não vai precisar de superpoderes para entrar na faculdade.



EVOLUÇÕES RECENTES

Adequar-se de forma atualizada e precisa às demandas de seus clientes é objetivo prioritário da SulAmérica, que continuamente fortalece o mercado brasileiro de seguros com produtos formatados para necessidades cada dia mais específicas. Entre alguns dos exemplos estão:

- Auto Mulher: seguro de automóvel voltado para o público feminino que oferece serviços exclusivos para as mulheres;

- Solução PME: primeiro e único pacote de seguros desenhado exclusivamente para pequenas e médias empresas, engloba os seguros de vida e acidentes pessoais, de automóvel, de incêndio, empresarial, saúde e planos de previdência;

- Educaprevi e segmentação dos produtos de previdência privada: a SulAmérica diversificou seu portfólio com a inclusão de novos planos de previdência individuais desenhados para atender aos diferentes perfis de tributação e renda. Além disso, agregou serviços exclusivos para o Educaprevi, produto de previdência para menores;

- SulAmérica Usinas de Açúcar, Álcool e Biodiesel: produto da área de Riscos Industriais e Comerciais com coberturas personalizadas, especialmente projetado para um segmento hoje muito relevante na economia nacional;

- Seguro Odontológico: destinado ao segmento corporativo, nasceu de pesquisas de mercado que apontaram esse gênero de seguro como terceiro benefício mais desejado pelo trabalhador;

- Auto Caminhão: próprio para atender às necessidades dos proprietários de veículos de carga.

COMUNICAÇÃO

Após o processo de abertura de seu capital, finalizado em 5 de outubro de 2007, a SulAmérica tornou sua comunicação ainda mais transparente e

adotou um discurso único no relacionamento com os diversos públicos: corretores, consumidores, investidores, parceiros, funcionários, clientes, comunidade e imprensa.

Esses públicos são impactados por um mix de marketing que considera as principais ferramentas de comunicação: publicidade em TV, rádio, jornais, revistas, e internet, além de eventos e patrocínios. Há ainda marketing direto, fundamentado em ferramentas de CRM (Customer Relationship Management) capazes de agregar valor pelo relacionamento mais individualizado com cada cliente.

Recentemente, a marca SulAmérica foi responsável por duas iniciativas inéditas e diferenciadas na comunicação nacional. Em São Paulo, lançou no início de 2007 a Rádio SulAmérica Trânsito, com conteúdo exclusivamente dedicado aos motoristas que precisam enfrentar o complicado trânsito da capital paulista. No Rio de Janeiro, iniciou neste ano uma campanha de incentivo ao uso da bicicleta como transporte alternativo, além de investir na revitalização e implantação de novos bicicletários.

VALORES DA MARCA

Todos os dias, a equipe da SulAmérica inicia suas atividades com a meta de assegurar proteção financeira e tranquilidade aos clientes que depositaram sua confiança na força de sua marca.

Os valores da companhia expressam simultânea preocupação da SulAmérica com o retorno proporcionado a seus clientes e com a performance da empresa. São eles:

- Buscamos sempre os melhores resultados
- Cumprimos o que prometemos
- Somos acessíveis e dinâmicos
- Temos vocação para servir
- Valorizamos o trabalho em equipe
- Trabalhamos com ética e responsabilidade social

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A SULAMÉRICA

- A Rádio SulAmérica Trânsito tornou-se uma verdadeira rede de solidariedade: recebe diariamente mais de 3.000 ligações de ouvintes interessados em ajudar outras pessoas a evitarem os problemas do trânsito paulistano.

- Desde 2000, a SulAmérica disponibiliza para seus clientes de seguros automobilísticos o serviço Motorista Amigo. Com ele, o cliente pode ter um motorista para levá-lo para casa se ele não estiver em condições de dirigir.

- Em parceria com o Instituto Sou da Paz, a empresa mantém projeto Praças da Paz SulAmérica, que por meio da revitalização de áreas públicas e da realização de atividades culturais e esportivas, promove a participação e a cidadania dos moradores de áreas vulneráveis de São Paulo.

