

BRASILPREV

MERCADO

O mercado de previdência complementar está diretamente ligado ao mercado de investimentos. Nos últimos anos, ambos passaram por transformações principalmente no que se refere ao perfil do consumidor, que passou a compreender os benefícios de investir a longo prazo, estimulando o crescimento do setor. Neste cenário, a Brasilprev, uma das empresas mais importantes do segmento obteve expressivo crescimento. Seu faturamento saltou de R\$ 2,1 bilhões em 2005 para aproximadamente R\$ 7 bilhões em 2009, com crescimento muito superior ao mercado. Conseqüentemente, os ativos aumentaram 2,5 vezes, de R\$ 9,7 bilhões para R\$ 26,8 bilhões no mesmo período. Isso porque a empresa conta com a ampla rede de distribuição do Banco do Brasil, e oferece produtos com uma série de vantagens, como flexibilidade, taxas competitivas e serviços diferenciados, sendo uma excelente opção para aqueles clientes que buscam realizar seus projetos de vida. Além disso, foi a empresa com o melhor índice de retenção de clientes, e líder no indicador captação líquida (arrecadação menos resgates).

HISTÓRIA

A Brasilprev Seguros e Previdência S.A. é uma sociedade anônima de capital fechado que atua na área de previdência complementar aberta para pessoas físicas e jurídicas. Criada em 1993, figura hoje como uma das três maiores companhias do setor no País, reflexo da expertise, solidez e tradição de seus atuais acionistas: Banco do Brasil, uma das principais instituições financeiras da América Latina, possui mais de

50 milhões de clientes e administra carteira de ativos superiores a R\$ 600 bilhões, e o Principal Financial Group faz parte da lista das 500 Maiores Empresas da revista Fortune e é reconhecida mundialmente como uma das empresas mais éticas pela Ethisphere Magazine.

Com a missão de proporcionar aos clientes soluções de segurança financeira e serviços de alta qualidade para viabilizar projetos de vida, a companhia tem alcançado resultados expressivos a cada ano e garantido o seu posicionamento.

PRODUTOS

Para manter sua posição de destaque no mercado, a Brasilprev oferece uma gama de planos de previdência complementar para pessoas físicas e jurídicas, elaborados para atender às necessidades de planejamento financeiro de longo prazo de cada cliente, com destaque para o PGBL (Plano Gerador de Benefícios Livres) e VGBL (Vida Gerador de Benefícios Livre), que são in-

dicados de acordo com o tipo de declaração de imposto de renda que o cliente utiliza (completa ou simplificada).

Junto com o Banco do Brasil, seu principal canal de vendas, foi a primeira a lançar, em 1997, um plano de previdência para menores, o Brasilprev Júnior, um dos produtos de maior sucesso no mercado.

Em 2007 a Brasilprev mais uma vez saiu na frente: antecipou-se às tendências e trouxe para o mercado

brasileiro os fundos com conceito Ciclo de Vida. Estes modernos fundos, têm como principal característica acompanhar cada fase da vida do cliente, ajustando automaticamente os percentuais de renda fixa e variável ao longo do tempo, buscando a melhor rentabilidade. Em novembro de 2009, esses fundos atingiram a marca de R\$ 1 bilhão em ativos.

Em 2009, continuando sua trajetória de sucesso e reforçando seu posicionamento inovador na oferta de produtos diferenciados, a empresa lançou o Brasilprev Estilo Júnior, plano voltado para clientes de alta renda do Banco do Brasil,

VALORES DA MARCA

Tendo em vista sua missão, a empresa busca ser reconhecida pelos clientes como a que oferece a melhor solução de previdência para ajudá-los a realizar seus projetos de vida.



COMUNICAÇÃO

O mercado de previdência vem nos últimos anos tornando-se mais competitivo. Este fato levou a Brasilprev a intensificar suas ações mercadológicas, com lançamento de produtos, promoções, investimento crescente em mídia, eventos de relacionamento com clientes, entre outras ações.

Neste cenário, o ano de 2009 foi marcado por duas importantes iniciativas, que colaboraram para o fortalecimento da Brasilprev como empresa inovadora e diferenciada, voltada para a viabilização de projetos de vida

Com o objetivo de fortalecer o seu posicionamento, desmistificar a categoria e esclarecer os aspectos mais relevantes sobre os planos de previdência, a empresa desenvolveu o programa Projeto de Vida Brasilprev, uma ação inédita no mercado, que contempla programas de 60" sobre previdência complementar. Cada programa aborda um tema específico, de forma simples e didática. No total serão mais de 624 inserções, apresentados duas vezes por semana no canal Band News e pela rádio Bandeirantes.

Outra importante ação foi realizada em outubro de 2009 para apoiar o Banco do Brasil na venda de planos para menores. A campanha



Brasilprev Jr. contemplava um comercial de 30" com mídia em TV aberta e por assinatura, bem como anúncios em jornais e revistas. Além disso, os clientes do plano Júnior receberam mala direta segmentada pela faixa etária do beneficiário, convidando os reponsáveis financeiros a refletirem sobre os projetos de vida que uma criança possa vir a ter. As malas diretas também traziam dicas de educação financeira sobre como inserir esse assunto no ambiente familiar e como ensinar a criança a poupar desde cedo.

No dia 9 de outubro a Brasilprev fez uma ação direcionada ao dia das crianças e, para in-



teragir com esse público e com o leitor, foram desenvolvidas três modelos de sobrecapas, com imagens de projeto de vida, para o Jornal Metro.

Além disso, a empresa patrocinou o guia especial para o dia das crianças. Este trazia dicas de lugar para os pais levarem seus filhos e também sobre as atividades que as crianças poderiam fazer no dia 12 de outubro. Esta ação foi realizada de forma pontual, seguindo os roteiros de escolas, além dos pontos tradicionais de distribuição.

PRINCIPAIS CONQUISTAS

Em 2009 a Brasilprev foi eleita entre as 25 empresas mais inovadoras do Brasil na pesquisa "As Empresas Mais Inovadoras do Brasil 2009", uma parceria entre a Época Negócios, o Fórum



de Inovação da Fundação Getúlio Vargas e o Great Place to Work, com apoio técnico da Fundação Nacional da Qualidade. Foi também classificada em primeiro lugar na categoria Previdência Complementar na pesquisa "Marcas de Confiança 2009", realizada pelo quinto ano consecutivo pelo Ibope Inteligência para a revista Seleções Reader's Digest. Foi ainda considerada a 2ª Empresa Mais Admirada do Brasil no ranking elaborado pela revista Carta Capital.

A Brasilprev foi, pela sétima vez consecutiva, a marca mais lembrada e preferida do segmento Previdência Complementar na pesquisa Marcas de Quem Decide, que classifica as marcas mais importantes do Rio Grande do Sul.

A empresa foi reconhecida pelo prêmio ABE-MD, da Associação Brasileira de Marketing Direto, pela mala direta "Eu Tenho um Plano".

O QUE VOCÊ NÃO SABIA SOBRE A BRASILPREV

- A empresa foi a primeira do mercado a lançar os planos Júnior e também os fundos Ciclo de Vida.
- O índice de recomendação dos seus clientes é superior a 90%*
- É líder em captação líquida, indicador que melhor reflete a qualidade de atuação das empresas do setor.
- As mulheres estão cada vez mais presentes na previdência complementar. Na Brasilprev elas representam:
 - 480 mil planos Brasilprev
 - 45% dos planos VGBL.
 - 43,9% têm até 30 anos de idade
 - 45,2% são solteiras, das quais 9,7% possuem o plano Júnior.

*Pesquisa TNS Research International 2008.

