



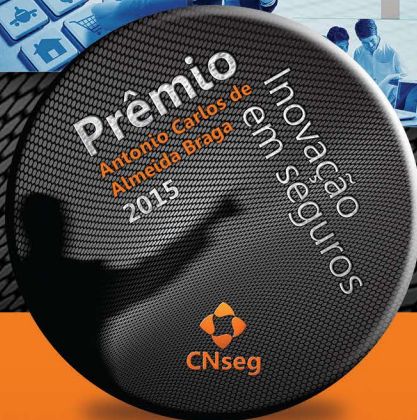
**PRODUTOS
e SERVIÇOS**



PROCESSOS

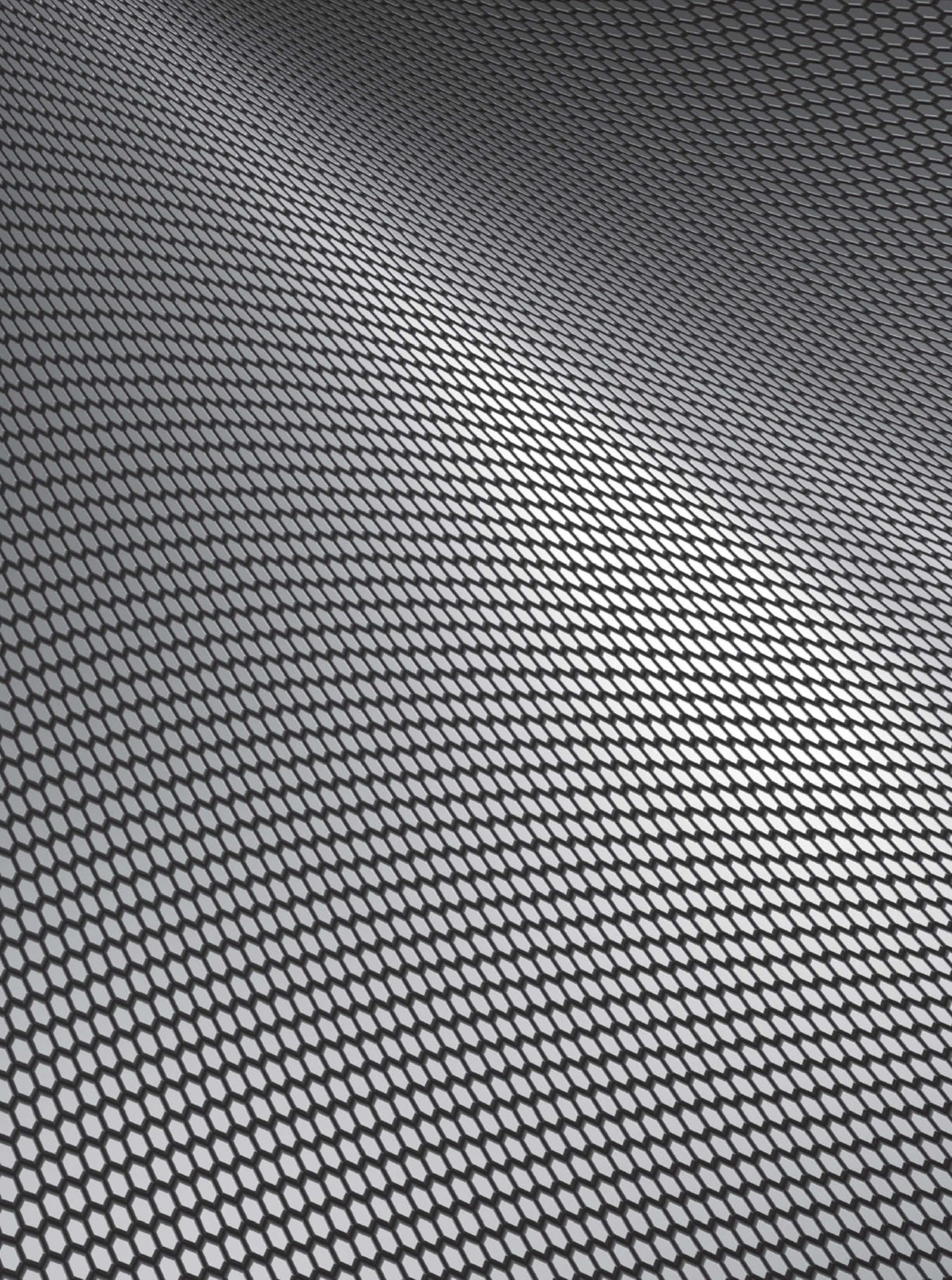


COMUNICAÇÃO



PROJETOS INSCRITOS

Concurso 2015 | Resumos





Prêmio

Antonio Carlos de
Almeida Braga

2015

Inovação
em seguros



CNseg

Os caminhos da inovação

Como diria o grande físico Albert Einstein, “nas crises acontecem os grandes avanços e são formuladas as grandes estratégias. Quem supera a crise supera a si mesmo”. Se aplicarmos esta sábia reflexão ao mundo dos negócios, percebemos que, muitas vezes, diante das adversidades, identificamos oportunidades para trilharmos caminhos nunca antes explorados. Nesses períodos, é preciso enxergar com olhos que buscam soluções diferenciadas.

O Prêmio Antônio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros contribui para transformar o ímpeto criativo e inovador dos colaboradores que atuam nos mercados de seguros, previdência privada, saúde suplementar e capitalização em um valor contínuo. Dessa forma, estimula a reflexão acerca da importância de não se contentar com o que já está dado, de buscar sempre um modo melhor de fazer as coisas.

Uma escolha especialmente acertada ao longo da história do Prêmio foi a homenagem a Antônio Carlos de Almeida Braga, um grande inovador que se destacou por investir em novas modalidades de seguros e na capacitação de seus colaboradores. Além disso, foi precursor em distribuir produtos de seguros por meio da rede bancária, uma contribuição decisiva para o crescimento do mercado.

Acredito que a existência de uma premiação que valoriza as melhores ideias, em diferentes áreas de atuação, e estimula seu compartilhamento, fortalece o conceito da inovação e ajuda a torná-lo um valor. Seguindo essa trilha de atuação, a CNseg vem aperfeiçoando o regulamento da premiação, ampliando o olhar para as práticas inovadoras e estimulando, cada vez mais, uma saudável concorrência entre os agentes que protagonizam o mercado segurador brasileiro.

Jayme Brasil Garfinkel
Presidente da CNseg

Inovar é preciso

Pelo quinto ano consecutivo, a CNseg tem a honra de apresentar os projetos que concorreram ao Prêmio Antonio Carlos de Almeida Braga de Inovação em Seguros. Com a participação de 54 cases inscritos, em 2015, nos orgulhamos em afirmar que esta iniciativa em muito contribuiu para o desenvolvimento do setor, consolidando-se, cada vez mais, como uma referência para o aperfeiçoamento das atividades da indústria seguradora no Brasil.

Neste livreto apresentamos um resumo de todos os projetos participantes, listados por ordem alfabética, por categoria, para que o público em geral conheça as iniciativas desenvolvidas pelos colaboradores do setor. As características dos projetos que participaram da disputa deste ano – que teve como novidade a inscrição de ações realizadas por fornecedores de serviços da indústria de seguros – comprovam o dinamismo, a integração e o compromisso com os melhores resultados.

O Prêmio traz benefícios para toda a cadeia de valor do setor: otimiza processos, desenvolve e aprimora produtos, gera maior aproximação com o consumidor e aumenta a rentabilidade das empresas, contribuindo para a sustentabilidade da atividade a longo prazo. O empenho dos agentes do mercado na busca por soluções transformadoras demonstra que o ciclo da inovação já está instalado no setor de seguros. Inovar é preciso.

Solange Beatriz Palheiro Mendes

Diretora Executiva da CNseg

Índice

Comunicação

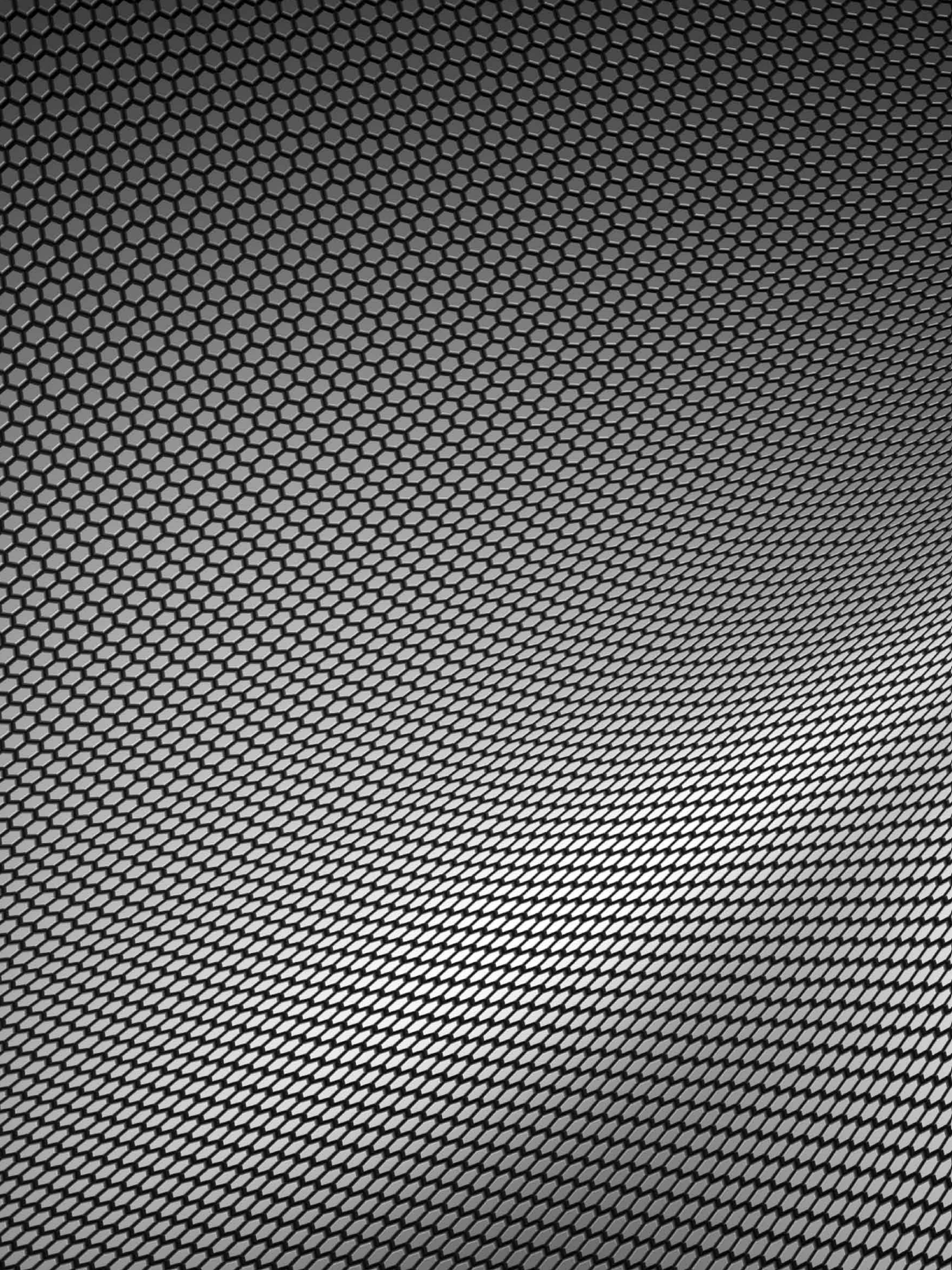
Campanha SulAmérica Saúde Ativa _____	10
Cartilha Eletrônica – Previdência Sem Mistério _____	11
Comunicação Expressa aos Corretores _____	12
De Olho no Seu Seguro _____	13
Descomplicando o "Previdiquês" _____	14
Disseminação da Cultura do Seguro – Gamificação _____	15
Espaço do Saber _____	16
Estratégia de Comunicação Interna e Endomarketing _____	17
Os Bebês da Virada _____	18
Peça Teatral "Na Contramão" _____	19
Plataforma Integrada de <i>Mobile Marketing</i> : o fortalecimento da cultura do seguro, da TV ao Facebook _____	20
Programa Participativo de Melhoria da Qualidade _____	21
Projeto Família Sempre Protegida _____	22
Projeto Social Lideranças Comunitárias _____	23
Relatório Anual SulAmérica _____	24
<i>Workshop</i> de Sustentabilidade _____	25

Processos

Aplicativo "Vertente" _____	28
Automação Pré-Análise Sinistro _____	29
Base Integrada Operacional de Auto/RE _____	30
Controles de Prevenção à Lavagem de Dinheiro e Combate ao	
Financiamento Terrorista _____	31
Dekra Check-in _____	32
Gestão Auto: um backoffice inteligente _____	33
Gestão de Serviços de TI com Visão de Dependências para o Negócio _____	34
HUB de Inovação _____	35
Integração de Processos com Planejamento Estratégico _____	36
Manual de Regulação de Sinistros em Ramos Elementares _____	37
Metodologia Simplesmente Ágil _____	38
Novo Modelo de Relacionamento e Remuneração em Reumatologia _____	39
Operação Calamidade _____	40
OUIDORIA: o Cliente é o Nosso Ponto de Partida _____	41
Processo de Vendas _____	42
Produção Interna de Cursos à Distância _____	43
Programa Sustentável de Gestão de Impressos: criatividade para superar	
os desafios da gestão _____	44
Rede de Saúde e Odonto: novo modelo de priorização das ações de melhorias _____	45
Robôs Virtuais _____	46
Senha web: integração de documento, fax, e-mail e web _____	47
SMS Dental: localização de rede de dentistas _____	48
Transformando Detratores em Promotores: percepção da experiência do cliente _____	49

Produtos e Serviços

A Plataforma de Bem-Estar do SulAmérica Saúde Ativa	52
Cartão Fidelidade	53
<i>Creative Day</i>	54
Franquia <i>Flex</i>	55
Gestão de Ações Judiciais do Sistema Financeiro da Habitação	56
Gestão de APIs	57
Jornada de Benefícios	58
MAPFRE Saúde – transparência e eficiência em investimentos de saúde corporativa	59
Modelo Reparação de bens	60
PIC e Instituto Ayrton Senna	61
Renova Ecopeças	62
Resseguro para Planos de Saúde: gestão de sinistro das operadoras de planos de saúde utilizando resseguro na modalidade <i>stop loss</i>	63
Roubo Auto 1.0 com Saúde: O Seguro do Futuro	64
Seguro Prestamista Guarda Compartilhada	65
Vistoria Remota Auto	66
XTerra	67





COMUNICAÇÃO

Campanha SulAmérica Saúde Ativa

Empresa | SulAmérica

Autores | Luciana Ribeiro Carqueijo Froehlich, Cristina Pazetti,
Ana Lobato e Zeca Vieira

O Programa SulAmérica Saúde Ativa existe há 13 anos e consiste em um conjunto de ações voltadas para a promoção de saúde e prevenção de doenças, contribuindo para a melhoria e manutenção do bem-estar dos segurados e atuando como impulsionador de mudanças sustentáveis.

Em parceria com a Healthways, a SulAmérica criou uma solução de gestão de saúde e bem-estar para fortalecer a relação com os seus clientes. Por meio desta parceria, a SulAmérica lançou ao mercado uma nova ferramenta, a Plataforma de Bem-Estar, que permite que seus segurados possam fazer uma avaliação para se conhecer melhor.

"Para divulgar e garantir ampla abrangência da Campanha do SulAmérica Saúde Ativa foram investidos cerca de R\$ 2,56 milhões de reais em mídia na TV paga, impactando mais de 16 milhões de pessoas, e na mídia digital, atingindo cerca de 168 milhões de impressões."

Luciana Ribeiro Carqueijo Froehlich

Nesta ocasião, também foi lançada uma campanha de comunicação que teve como objetivo principal apropriar-se exclusivamente do território de gestão de saúde, inovando por meio de uma estratégia de *marketing* de conteúdo que já presta serviço na própria comunicação.

Os vídeos produzidos, sobre seis importantes temas ligados à saúde, foram apresentados por uma dupla de celebridades, que contribuiu para alavancar a audiência e aumentar o alcance da campanha, e por um profissional da área médica, que validou as orientações de saúde compartilhadas.

Cartilha Eletrônica Previdência sem mistério

Empresa | Brasilprev Seguros e Previdência

Autor | Francisco José Molnar Casseb

O produto previdência privada ainda desperta dúvidas uma vez que envolve um processo complexo de venda e demanda um leque aprofundado de informações para um correto entendimento na hora da sua contratação. Pensando nisso, foi elaborada a cartilha eletrônica "Previdência sem mistério", com o intuito de disseminar conceitos e vantagens deste produto e ajudar na compreensão de seu funcionamento, além de difundir conceitos de Educação Financeira.

"O hotsite conta com informações aprofundadas sobre Previdência Privada e Social, possibilitando a qualquer um entender, de forma moderna, didática e atrativa o produto, seus conceitos e suas vantagens."

Francisco José Molnar Casseb

11

A cartilha está disponível em um *hotsite* e é disseminada pelas equipes de venda, consultores, corretores e colaboradores da seguradora. Desenvolvido em formato dinâmico para facilitar a leitura, o material conta com uma introdução ao conceito de previdência privada, passando pela história do produto, suas particularidades e modalidades. A cartilha também orienta o que o consumidor deve considerar antes de contratar o plano e também quais são as opções disponíveis para cada perfil.

Além da cartilha online, foram desenvolvidos um quiz para medir o nível de conhecimento sobre o produto e um simulador, que ajuda o usuário a calcular seus investimentos mensais com base em seus projetos de vida. Para aqueles que declaram imposto de renda, há uma ferramenta específica para simulação de investimentos no plano desejado.

Comunicação Expressa aos Corretores

Empresa | Bradesco Auto/Re

Autor | André Hirszberg

No ano de 2014, a Bradesco Auto/Re idealizou um programa de comunicação com foco no corretor de seguros. O objetivo é aproximar este profissional dos segurados em momentos específicos e importantes, durante e após a contratação de um seguro, seja em uma situação emergencial ou em momentos de conveniência. A ideia é que o corretor esteja a par do que acontece com o segurado em duas situações específicas: o acionamento de Assistência Dia e Noite em função de sinistro ou o recebimento de algum benefício financeiro em função da contratação do seguro, como descontos em estacionamentos conveniados.

A comunicação se desenvolve por meio de um programa de sistemas automatizados que enviam para cada corretor, por *e-mail* ou mensagem de texto, informações como as descritas acima. Dessa forma, a seguradora oferece condições para que os corretores conheçam mais a fundo o perfil de cada segurado e aprimorem o relacionamento, facilitando a venda de novos produtos ou a renovação dos serviços já adquiridos.

"A iniciativa surgiu com o objetivo de fornecer ao corretor uma visão abrangente e atualizada dos serviços que a Bradesco Auto/Re prestou aos seus segurados, fortalecendo o relacionamento do corretor."

André Hirszberg

As informações enviadas para os corretores seguem sempre o mesmo padrão. Em caso de acionamento de assistência técnica 24h, são indicados, por SMS, o nome do segurado, o tempo de atendimento, a placa do veículo, o sinistro e a data e a hora da ocorrência. Já em caso de obtenção de descontos em redes credenciadas, o corretor recebe um extrato mensal em seu *e-mail* com o período a que se refere, o número das apólices, placas, nomes dos segurados, valores recebidos de desconto e o total de descontos obtidos naquele período.

De Olho no Seu Seguro

Empresa | SulAmérica

Autores | Luciana Pinheiro Salles Gomes,
Ivanilde Lapone, Flavia Sotero, Lidia Correia, Artur Silva,
Denise Harumi, Francisco Lucas Lima e Carla Lima

No 2º semestre de 2012, a SulAmérica desenvolveu, em conjunto com a MJV Consultoria de Inovação em Negócios e Tecnologia, um trabalho para otimizar o uso de outros canais de atendimento, aliviando a sobrecarga no call center, por meio de uma experiência de atendimento para segurados, prestadores e corretores, com foco nos produtos Auto e Saúde.

"Os resultados alcançados foram excelentes. Alto índice de satisfação dos corretores com os novos serviços e redução de 25% nas ligações pós-reembolso."

Luciana Pinheiro Salles Gomes

Após a realização da primeira fase do projeto, que consistia em uma série de entrevistas e de *workshops*, a SulAmérica descobriu que se relacionava com os seus principais usuários sempre de forma receptiva. Para que o desafio fosse atingido, fazia-se necessária uma mudança no paradigma de comunicação e atendimento da SulAmérica, saindo de uma postura passiva (receptiva) para

uma postura mais ativa, usando a tecnologia para antecipar-se às necessidades de seus usuários e para atendê-los de uma forma muito mais proativa.

Na segunda fase do projeto foram realizados *workshops* para trabalhar nos principais *insights*, apoiados pela MJV, quando 65 ideias foram selecionadas para serem transformadas em Cartões de Ideias. Na terceira fase, a partir do uso de uma matriz de complexidade versus impacto, nove ideias foram selecionadas para serem prototipadas. Com base nos resultados dos protótipos, a SulAmérica começou a pôr em prática o Status Report do Corretor (De Olho nos Seus Negócios), assim como os SMS's de reembolso e a liberação de senha.

Descomplicando o Previdiquês

Empresa | Caixa Seguradora

Autores | Angela de Araújo Rosa e Marcos Mattos Baby

Buscando simplificar a linguagem dos seguros, fidelizar e atrair novos clientes, a Caixa Seguradora desenvolveu a cartilha “Vocabulário Fácil de Previdência”. O material visa conscientizar os leitores da importância de abrir uma previdência privada, explicando do que se trata o produto e quais são os benefícios. Tudo isso por meio de uma linguagem mais simples e explicativa.

"O projeto tem o propósito de ser uma primeira iniciativa a caminho de um entendimento melhor sobre previdência complementar, tendo como foco principal promover a compreensão de todos, de maneira a descomplicar o 'previdiquês', em favor da comunicação."

Angela de Araújo Rosa

Entre os objetivos da cartilha está a padronização desta linguagem para todos os meios de comunicação, como folhetos, regulamentos e condições gerais. Para isso, a projeção é que este material seja submetido à Superintendência de Seguros Privados – SUSEP, a fim de obter autorização para mudar o modo de interagir com os clientes e a sociedade como um todo.

O foco do trabalho são os clientes e os consumidores em potencial. O público secundário contempla os órgãos que influenciam diretamente o setor. Para acompanhar os resultados da “Vocabulário Fácil de Previdência”, a Caixa Seguradora lançou um plano de monitoramento que se dará por meio de pesquisas com o público. Serão apresentados para o público dois tipos de vocabulário, sendo um tradicional e o outro simples. O objetivo é identificar qual modelo atende melhor às necessidades dos consumidores. As pesquisas, qualitativa e quantitativa, serão aplicadas em cinco regiões diferentes do país, com pessoas das classes A, B e C.

Disseminação da Cultura do Seguro Gamificação

Empresa | Bradesco Seguros

Autores | Antonio Jose de Almeida,
Delma Nel Parada, Leandro Farinha Luz, Rafael Rodrigues
Monteiro, Simone Laska Colpas

A busca por propagar a cultura do seguro e estimular o conhecimento sobre o mercado motivou a Bradesco Seguros a investir em despertar a curiosidade das crianças e, conseqüentemente, dos pais e responsáveis, sobre a importância dos seguros para a população. Dentro do processo instituído pela governança de inovação da Bradesco Seguros, os projetos gerados devem ter claros os pontos de inovação incrementais e/ou disruptivos quanto a produtos e serviços, modelo de negócio, processos e/ou tecnologias, além de passar por um processo de maturação desde a ideia até a sua produção e distribuição aos usuários, executando fases de concepção, análise crítica, experimentação e desenvolvimento. Sob este aspecto, a ideia Disseminação da Cultura do Seguro – Gamificação foi avaliada pelos membros do Polo de Inovação com resultado positivo a favor da inovação.

"O projeto foi pensado para que as crianças evoluam à medida que executam ações de prevenção contra situações de risco para a cidade e tudo que faz parte dela. O jogo aborda questões do cotidiano, como manter a higiene, respeitar as leis de trânsito, cuidar das casas e conviver com as diferenças."

Antonio Jose de Almeida

Os testes para medir o nível de aprovação do jogo foram realizados com filhos dos funcionários da empresa. Após realizar o cadastro, a criança monta seu avatar e escolhe um nome. As etapas seguintes consistem em conhecer a cidade, construir casas e executar as missões estipuladas para cada nível. As brincadeiras reforçam questões básicas, como higiene, respeito às leis de trânsito, cuidados com as casas e importância de conviver com as diferenças.

O público-alvo definido foi de crianças entre 6 e 11 anos, devido à alta capacidade de aprendizagem. Ao final dos testes foi constatado que o produto mais assimilado pelas crianças foi o Bradesco Saúde, com 100% de aproveitamento.

Espaço do Saber

Empresa | Bradesco Seguros

Autora | Rosana Gonçalves de Rosa

Em abril de 2015, a Bradesco Seguros inaugurou o Espaço do Saber UniverSeg, com o objetivo de promover a qualidade de vida e o bem-estar dos colaboradores e estimular a mudança de hábitos e a adesão a uma vida mais saudável e longa. Para isso, foram organizados cinco ambientes com propostas diferentes. Todos oferecem tecnologia e conforto, aguçando a produtividade e tornando a empresa mais atrativa.

O Espaço da Convivência foi idealizado para estimular a interação e a comunicação entre colaboradores. O ambiente é composto por áreas para reuniões, telões de TV para a transmissão de vídeos institucionais, noticiário e filmes utilizados para o desenvolvimento de competências; jogos de tabuleiro; e *lan house*. Já o Espaço da Leitura é voltado para a produção e o compartilhamento do saber. Estimulando a busca por conhecimento, a área conta com acervos de publicações, jornais e livros técnicos e contempla uma área de estudo com computadores para a realização de cursos online e vídeo-aulas disponibilizadas na UniverSeg.

"O Espaço do Saber UniverSeg é um ambiente multiuso destinado ao acolhimento dos funcionários e parceiros do negócio, incorporando os conceitos de convivência, qualidade de vida, conhecimento e inovação, como uma expressão do ambiente da Bradesco Seguros."

Rosana Gonçalves de Rosa

O Espaço da Longevidade estimula a mudança de hábitos e a adesão a uma vida mais saudável. Outro ambiente, o Espaço da Memória, foi pensado para contar a história da empresa e do mercado segurador. Por fim, o Espaço da Inovação estimula a criatividade, por meio de um ambiente dinâmico e moderno.

Estratégia de Comunicação Interna e Endomarketing

Empresa | Mongeral Aegon

Autores | Ricardo Nardelli Malta,
Juliana Frota e Cecília Seabra

Nos últimos dez anos, o número de colaboradores da Mongeral Aegon saltou de 100 para 1.158. Nesse período, a empresa viveu importantes transformações estruturais para fazer frente ao crescimento e preparar-se para os desafios dos próximos anos. Em 2012, ao perceber que era necessário manter a unidade de discurso dentro da companhia e garantir que todos os colaboradores caminhassem alinhados à estratégia dos negócios, a companhia avaliou de que forma o mercado organizava áreas que até então não existiam no organograma da empresa: a comunicação e a consultoria interna.

"A integração vem se mostrando fundamental para a manutenção de um ambiente organizacional diferenciado, que colabora para o crescimento da companhia."

Ricardo Nardelli Malta

Nesse momento, a Mongeral Aegon identificou uma oportunidade: fazer diferente, estruturando as áreas de forma orientada à estratégia de negócio, para que contribuíssem para a manutenção do clima da companhia. Para isso, em paralelo à consolidação de ambas as estruturas, foram revisitadas ações voltadas para funcionários. Canais de comunicação para o público interno deixaram de existir e deram origem a outros, identificados como necessários.

Também foram implementadas ações de endomarketing e pesquisas que propiciaram não só a manutenção de um ambiente de colaboração entre as áreas e pessoas em meio ao crescimento acelerado da empresa, mas também a evolução no modelo de integração e relacionamento empresa-funcionário.

Os Bebês da Virada

Empresa | Icatu Seguros

Autores | Rodrigo Moreira Pádova, Aura Rebelo, Bruno Gélío,
Elisa Portugal e Humberto Sardenberg

Os Bebês da Virada é a ação institucional da Icatu Seguros que premiou bebês nascidos de parto normal, em todo o Brasil, na virada do ano, com um plano de previdência no valor de R\$ 2.015. O objetivo do projeto foi sensibilizar as pessoas sobre a importância de planejar o futuro e fazer o grande público falar espontaneamente sobre o produto (previdência complementar) e seus benefícios, alcançando a divulgação viral da marca.

O contexto que motivou a criação do projeto tem três aspectos básicos: 1) o brasileiro não está acostumado a pensar sobre o futuro; 2) os produtos de vida e previdência têm pouca penetração no mercado; e 3) a marca da Icatu Seguros e seus atributos são pouco conhecidos.

Tendo como maior desafio a criação de uma mensagem relevante e ao mesmo tempo simples, que despertasse o interesse das pessoas e que mostrasse a marca, a Icatu Seguros, a partir daí, associou uma série de mecanismos que, juntos, foram capazes de gerar notícia, interesse e ação. Assim, a estratégia se baseava na distribuição gratuita de produtos, na junção de duas datas em que as pessoas estão mais propensas a planejar o futuro: 1) o nascimento de um filho e 2) o réveillon, entre outros fatores.

"Sabíamos que o desafio era grande, afinal, gerar interesse sobre um tema tão árido requer uma estratégia elaborada. Foi a partir daí que associamos uma série de mecanismos que, juntos, foram capazes de gerar notícia, interesse e ação."

Rodrigo Moreira Pádova

Para a família de um bebê da virada, a mecânica era bem simples: entrar em contato com a Icatu Seguros e enviar os documentos da criança (declaração de nascido vivo e certidão de nascimento) e do responsável legal (RG, CPF e comprovante de residência). Depois era só aguardar que o especialista da Icatu Seguros entrasse em contato para formalizar a premiação e efetuar o pagamento.

Peça Teatral "Na Contramão"

Empresa | FicDPVAT

Autores | Patricia Murat e Marcus Tardim

Uma reflexão sobre os perigos e a situação grave em que vivem todos aqueles que estão expostos ao trânsito nas cidades brasileiras, suas atitudes, consequências e responsabilidades. O quanto a imprudência, a irresponsabilidade, a falta de consciência, o individualismo e a falta de respeito ao próximo podem transformar profundamente a vida de um ser humano e de uma família para sempre.

"O espetáculo trabalha na linha Teatro/Educação buscando oferecer ao público, em todas as idades, a possibilidade de reflexão, conscientização e revisão de valores diante de uma triste realidade que é o trânsito em nosso país."

Patricia Murat

19

Usando a magia do teatro para transitar pelas palavras com todas as suas possibilidades de comunicação, com sua simbologia e potência de realização ao vivo, o projeto recria diálogos, imagens, referências e sons que permeiam a criação materializada no lúdico universo da ficção.

A partir daí, quatro personagens percebem o quanto suas histórias estão entrelaçadas dentro de uma realidade marcante e concreta que vivem diante do perigo do trânsito nas cidades brasileiras; descobrindo a responsabilidade que temos para mudar o quadro estabelecido e o quanto as melhores escolhas, a prudência e a sensatez podem ser determinantes neste caminho onde muitas tragédias podem ser evitadas. Trata-se de um espetáculo adolescente que tem como principal propósito se comunicar diretamente com as famílias, criado especialmente para despertar em todos os espectadores a tomada de consciência sobre o mundo e a realidade que nos cerca, um trabalho que se propõe ser entretenimento com reflexão, conscientização, educação e reeducação de nossos jovens e adultos em todas as idades.

Plataforma Integrada de *Mobile Marketing*: o fortalecimento da cultura do seguro, da TV ao Facebook

Empresa | SindsegNNE

Autora | Natália Tavares Ferreira

O objetivo do projeto foi criar um multicanal de comunicação com foco central de fortalecer a cultura do seguro, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. Com o passar dos anos, o digital ganhou relevância cada vez maior, saindo do modelo de periferia da comunicação e indo para o centro do processo.

As plataformas digitais são, cada vez mais, o centro de uma comunicação multicanal. Daí, surgiu o projeto *Mobile Marketing*, do SindsegNNE, que une a comunicação via TV Corporativa, página no Facebook, *site* e *newsletter* digital. O processo é indivisível, pois as estratégias se complementam. E o público-alvo da entidade, seja corretor de seguros, seguradores ou população em geral, está a apenas um toque de distância das informações que se passam, por meio de seus *smartphones* e *tablets*.

O uso integrado das ferramentas permite estreitar a relação do mercado com a população, para que as pessoas possam não apenas ouvir o SindsegNNE sobre assuntos do setor de seguros, mas, principalmente, interagir e receber, de formas direta e indireta, esclarecimentos para dúvidas e problemas do cotidiano, vinculados a esses assuntos.

"Em menos de nove meses de integração entre as ações de marketing mobile, a página do SindsegNNE dobrou o número de curtidores (passando de 1,2 mil para mais de 2,4 mil) e sua média de alcance nos posts passou de 300 pessoas para mais de 7 mil."

Natália Tavares Ferreira

Programa Participativo de Melhoria da Qualidade

Empresa | Bradesco Saúde
Autores | Rafael Guilhon Mattos e
Luciana Gonçalves

Em 2014 e 2015, a Bradesco Saúde recebeu o Selo de Acreditação homologado pela Agência Nacional de Saúde Suplementar – ANS. Desde então, a seguradora se viu diante do desafio de ampliar a participação dos funcionários na constante busca por melhoria de seus processos internos. Com este objetivo foi criado o Programa Participativo de Melhoria da Qualidade, reunindo ações de capacitação, comunicação e dinâmicas em formato de jogo.

A principal expectativa é que os colaboradores reconheçam sua relevância dentro da empresa e se esforcem para transformar as rotinas com qualidade e eficiência. A linguagem dinâmica estimulou o pensamento e o teste de novas maneiras de propor soluções para os problemas do dia a dia. Sendo assim, durante três meses, a seguradora investiu em espaços de convivência, cartazes, móveis e consultores com o intuito de estimular os colaboradores dentro de seu ambiente de trabalho juntamente com seus colegas.

"O programa tem como objetivo estimular os funcionários a buscarem continuamente melhorias em suas atividades diárias, promovendo assim, mais eficiência e qualidade. Diferente de um programa de ideias é um estímulo ao intraempreendedorismo, fornecendo ferramentas e oportunidades de atuação direta nas mudanças e melhorias dos processos."

Rafael Guilhon Mattos

Ao longo deste período, a empresa promoveu dinâmicas de compartilhamento de conhecimento entre áreas. Os jogos mediam a participação de colaboradores e áreas e a geração de soluções para simplificação e eficiência dos projetos internos da seguradora. Ao final do Programa Participativo de Melhoria da Qualidade, as equipes com melhor desempenho nas dinâmicas foram reconhecidas em um evento interno.

Projeto Família Sempre Protegida

Empresa | Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre
Autores | Paulo Eduardo Fernandes Rossi, Fernando Marcio Bettine e Rafael Toledo Rodrigues de Fatima

Em 2011, o Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre lançou o projeto Traduzindo o Segurês, baseado no conceito de *design thinking*. Focada em pós-venda, a iniciativa foi pensada a partir da constatação da dificuldade que muitos segurados têm de entender a linguagem utilizada em apólices de seguros. Contudo, o Grupo continuou sentindo a necessidade de pensar em um projeto voltado para a simplificação da contratação do seguro.

Assim foi criado o Projeto Família Sempre Protegida, produzido e pensado para atender a demanda de comunicação entre mercado segurador e população e, dessa forma, contribuir para a disseminação da cultura do seguro e para a melhoria da qualidade de vida da população. Buscando uma linguagem acessível e visual, o projeto consiste em uma série de iniciativas que propagam a ideia de que contratar um seguro não é complicado ou caro. A partir de um *design* já conhecido pelos consumidores e associado à venda de serviços básicos, foram desenvolvidas embalagens com informações sobre os produtos oferecidos pela seguradora.

"O projeto Família Sempre Protegida foi pensado para aproximar as pessoas da seguradora e tornar tangível o seguro."

Paulo Eduardo Fernandes Rossi

O *design* foi criado por especialistas em produtos de consumo e a comunicação foi pensada para locais de grande circulação de pessoas, como supermercados, postos de gasolina, padarias, rodoviárias e aeroportos. O Família Sempre Protegida também desenvolveu a primeira *vending machine* de seguros do mundo. O equipamento conta com um monitor LCD onde são projetados os aspectos dos seguros, trabalhando de forma interativa os produtos e particularidades de cada produto.

Projeto Social Lideranças Comunitárias

Empresa | SulAmérica

Autores | Jean Pauline Espinosa Martins e
Tainá Braga Fernández

O projeto “Lideranças Comunitárias SulAmérica” nasceu em 2010 e teve como objetivo principal capacitar pessoas atuantes das organizações sociais localizadas nas comunidades do entorno dos prédios da SulAmérica no Rio de Janeiro e em São Paulo. Desde seu início, foram desenvolvidas quase 80 instituições e capacitadas cerca de 100 pessoas.

Em 2014 foi identificada a necessidade de formar jovens para o desenvolvimento de competências para o mercado de trabalho e para identificar suas vocações profissionais, tendo como principal foco de atuação a prevenção do risco social, por se tratar de comunidades extremamente violentas, nas quais o tráfico ainda tem atuação.

"Consideramos o projeto uma inovação para o desenvolvimento do setor de seguros porque atua diretamente na prevenção do risco social da comunidade do entorno da empresa, trabalhando na formação de jovens que estão em estado de vulnerabilidade."

Jean Pauline Espinosa Martins

Durante o projeto foram realizadas visitas guiadas às dependências da SulAmérica, além de palestras com executivos da companhia. Também fez parte do projeto a mentoria voluntária de colaboradores que ajudaram os jovens a montarem seus planos de vida pessoais, após a fase da identificação de suas vocações profissionais. Ao final do projeto, a SulAmérica realizou uma “Feira de Talentos”, onde os jovens puderam “se vender”, mostrando que são capazes de alcançar seus sonhos profissionais. Várias empresas, universidades e organizações sociais estiveram presentes nesse evento, inclusive a Organização das Nações Unidas – ONU, o que gerou uma grande visibilidade para a população local e empresas vizinhas.

Relatório Anual SulAmérica

Empresa | SulAmérica

Autora | Tainá Braga Fernández

A publicação de relatórios anuais tem se tornando cada vez mais uma boa prática entre as empresas dos mais variados tamanhos e segmentos – principalmente as que possuem capital aberto na BM&FBovespa. Desde 2009, a SulAmérica publica seus relatórios anuais apenas na versão online - formato PDF e segue a metodologia *Global Reporting Initiative* – GRI, para reportar suas informações ambientais, sociais e de governança – ASG, além das econômico-financeiras.

Com o advento das redes sociais e da linguagem *web*, as empresas constroem sua reputação diariamente, por meio da interação com seus vários *stakeholders*. Na busca de uma forma inovadora para sua prestação de contas, a SulAmérica, que já não imprimia seu relatório anual desde 2009, decidiu, em 2013, deixar de publicar seu relatório em formato PDF e passou a reportar seus dados anuais ao longo do seu site institucional e de RI. Como resultado, em 2014, conseguiu publicar as informações de sustentabilidade na mesma data que suas demonstrações financeiras, algo que pouquíssimas empresas fazem no mundo.

"As atividades desenvolvidas por uma empresa geram nas pessoas os mais variados questionamentos quanto a questões econômicas, financeiras, sociais, de governança e até mesmo ambientais."

Tainá Braga Fernández

O Relatório Anual da SulAmérica de 2014 é uma inovação para o desenvolvimento do setor de seguros porque mostra que uma empresa de quase 120 anos é capaz de se reinventar e desenvolver uma nova forma, mais eficaz e criativa, para reportar seus dados anuais.

Workshop de Sustentabilidade

Empresa | Brasilprev Seguros e Previdência

Autores | Natalia Moreira e Silva, Bruno Palhão,

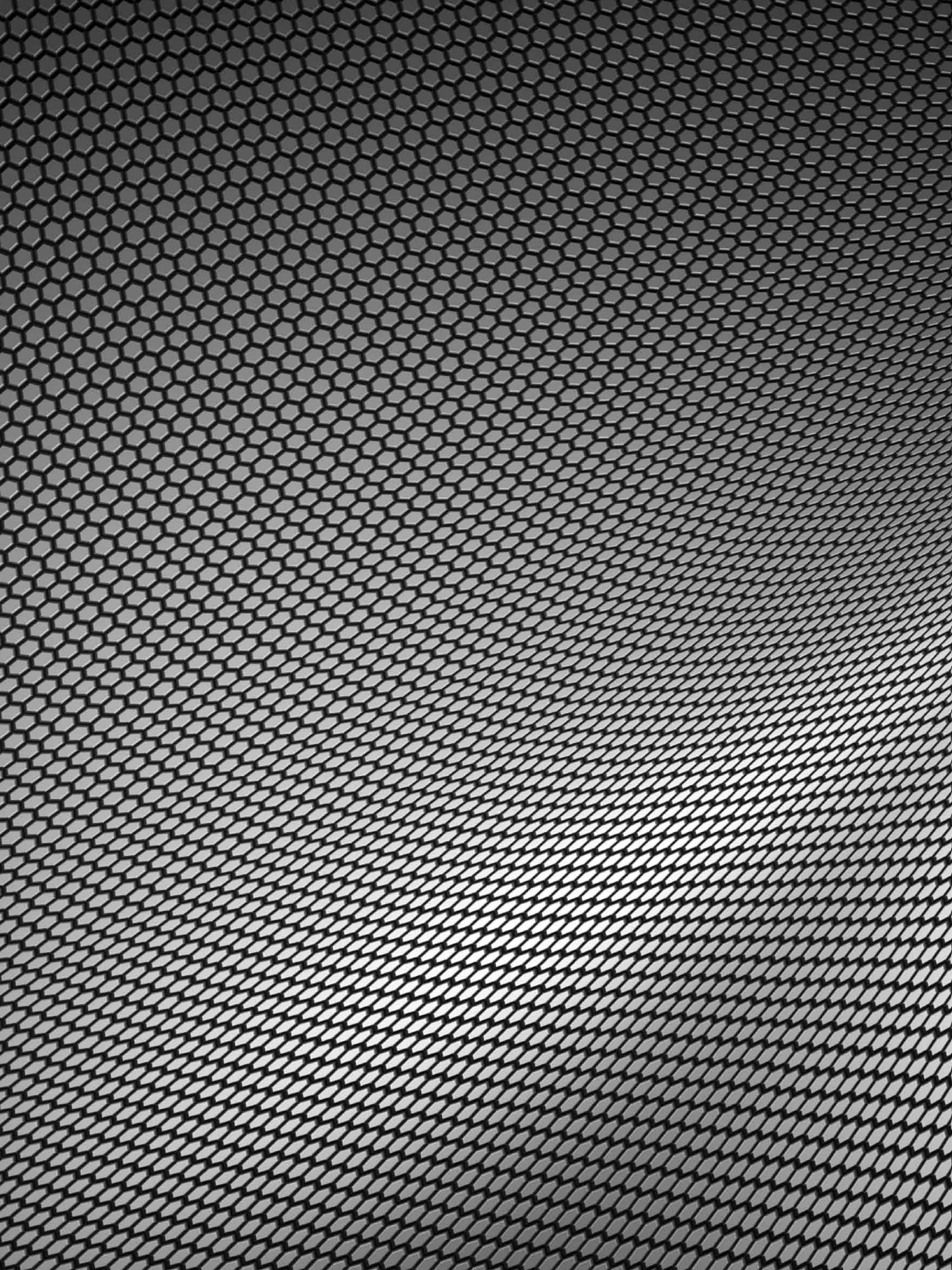
Cinthia Spanó, Evelyn Domingues e Liliane Sartorio

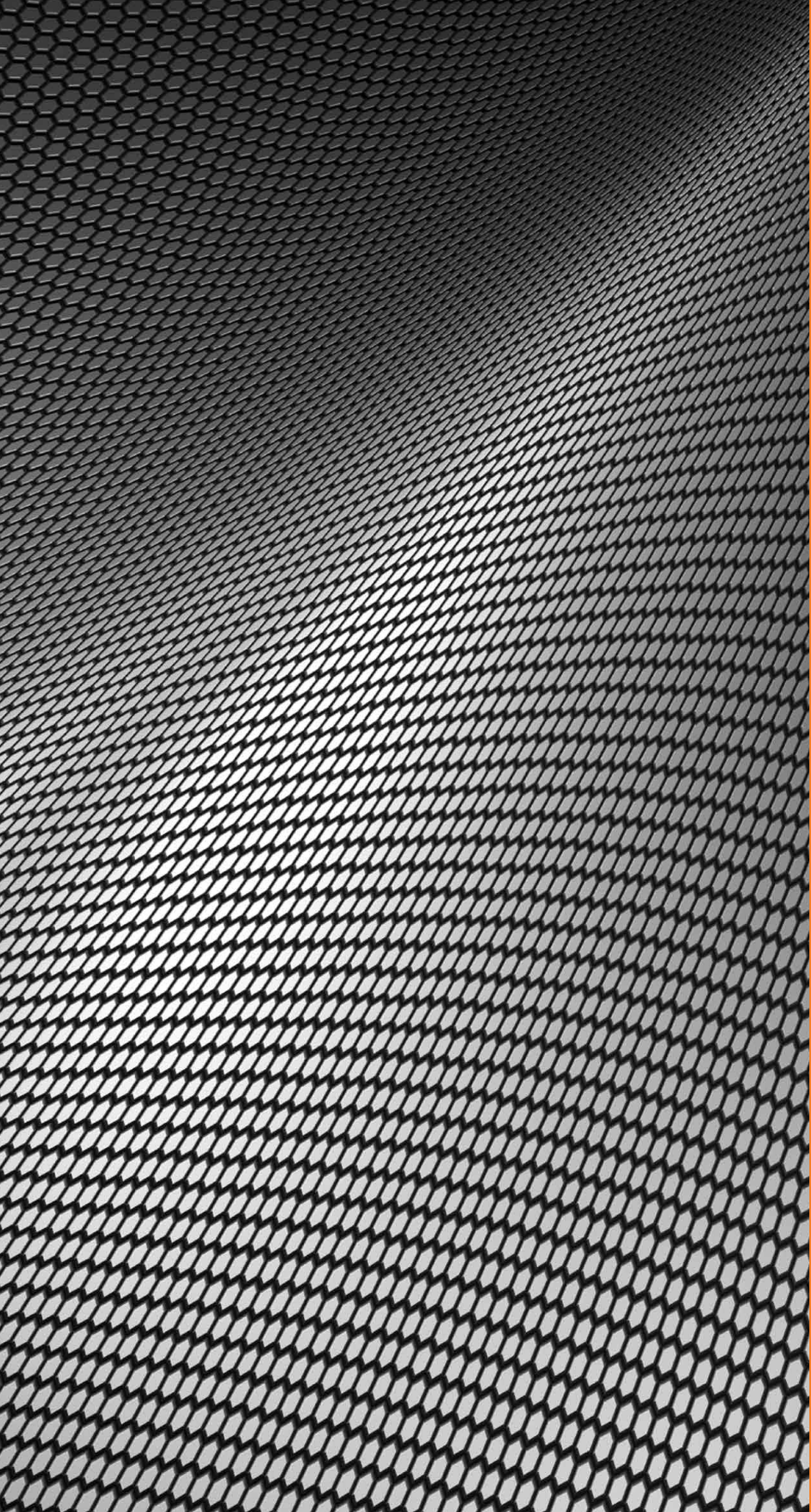
Buscando a disseminação do conceito de sustentabilidade entre seus colaboradores, a Brasilprev Seguros e Previdência trabalhou, entre fevereiro e junho de 2014, para o desenvolvimento de *workshops* internos, reforçando a necessidade de projetar a vida a longo prazo. Os eventos foram realizados por uma equipe multifuncional dedicada a buscar ferramentas inovadoras junto a diversos fornecedores, como consultorias e recreadores.

"O compromisso com a perenidade é inerente à atuação da Brasilprev, tendo em vista o mercado em que atua. Em 2014 a empresa avançou neste posicionamento inserindo a sustentabilidade em seu modelo de gestão e fortalecendo o alinhamento do tema com a sua estratégia de negócios. A disseminação deste conhecimento se deu por meio de um workshop que abrangeu todos os colaboradores da companhia e foi desenvolvido internamente."

Natalia Moreira e Silva

Os *workshops* foram alinhados com os gestores a fim de obter a maior adesão possível de participantes. Com agendas previamente definidas de forma a não atrapalhar o processo produtivo, foram realizados 18 *workshops*, cada um com quatro horas de duração, entre agosto e novembro de 2014. Ao final, cada turma realizou um teste individual para indicar o grau de satisfação e pontos de melhoria para o *workshops* seguinte.





PROCESSOS

Aplicativo **Vertente**

Empresa | Corretor PF

Autores | Antonio Augusto Martins Pereira e
Antonio Augusto Martins Pereira Júnior

O aplicativo Vertente, mais do que um programa de computador convencional, é um verdadeiro arsenal tecnológico na busca pela excelência em vendas de seguro (vida, imóvel e automóvel), aproximando as vertentes envolvidas: corretor, segurado e seguradora. É um conjunto integrado e dinâmico de funções que, além de preservar a segurança da informação, promove o acompanhamento real de dados, permitindo, desta forma, uma análise apurada auxiliando em uma tomada de decisão efetiva e de alto impacto.

"Ter um aplicativo dinâmico que facilite a vida e o cotidiano das pessoas tornou-se desafio principal de empresas de inovação e inteligência."

Antonio Augusto Martins Pereira

O processo de venda de seguros sofreu uma verdadeira transformação nos últimos anos, passando do tradicional "porta a porta" para técnicas avançadas de venda. Por isso, o *software*/aplicativo Vertente possui diversas possibilidades e multifuncionalidades, entre as quais se destacam: planilha gerencial de dados pessoais e do serviço (atualizada periodicamente por meio do banco de dados da seguradora, ou por meio do corretor de seguros), acompanhamento virtual das transações e aplicações por parte do cliente, aparatos de segurança avançados que impedem a invasão de *sites* maliciosos, *cloud computing*, modelo avançado de armazenamento em nuvem de dados (evitando o montante de arquivos impressos e espaços físicos), reuniões e apresentações online entre clientes, corretores e seguradoras (minimizando desperdícios de tempo e do potencial humano envolvido).

Automação Pré-Análise de Sinistro

Empresa | Zurich Santander

Autores | José Carlos Silva e

Juliano Martins Dutra

A automação do processo de pré-análise do sinistro é utilizada para avaliar a elegibilidade do segurado ao sinistro solicitado. O foco deste projeto é a revisão de processos operacionais com a finalidade de: reduzir os custos envolvidos no processo; reduzir o tempo médio de regulação do sinistro; reduzir erros; criar *tracking* detalhado do processo.

"Após a implantação do projeto evidenciamos melhoria substancial da performance do processo, bem como redução acentuada dos custos envolvidos para realização das atividades."

José Carlos Silva

O projeto, que foi implantado em 2015 pela área de Operações da Zurich Santander Brasil Seguros e Previdência S.A., teve como premissas a otimização do processo operacional e a redução de custos envolvidos na realização das atividades. A pré-análise do sinistro consiste no levantamento de informações visando definir elegibilidade do segurado ao sinistro solicitado.

Por meio do levantamento de informações como vigência, pagamentos, cobertura, local de riscos (somente para residencial), entre outros, a empresa define a elegibilidade do segurado ao sinistro solicitado. No modelo AS IS (antigo), o processo era realizado pela verificação de informações em telas do sistema, confronto destas informações com as regras e padrões definidos e posteriormente a definição pela aprovação ou não da pré-análise. Após analisar as informações dos processos AS IS, foi identificado que o mesmo exibia sequências 100% manuais, com atividades focadas em comparar informações com padrões, envolvendo print de diversas telas e requeria muitos funcionários para sua realização.

Base Integrada Operacional de Auto/Re

Empresa | Bradesco Seguros

Autor | Gustavo Adolfo Araújo Fleischhauer

O uso crescente de aplicações online de alta performance, em todos os segmentos de negócio, torna iminente a necessidade do acompanhamento do fluxo operacional de forma precisa, ágil e ajustada às necessidades do negócio. A aceitação online de automóvel, ponto central dos processos de subscrição e cotação de seguros de automóvel, presente em todos os canais de comercialização, internos e externos à Companhia Bradesco Auto/Re, foi a aplicação motivadora à criação da Base Integrada Operacional de Auto/Re.

O projeto expõe como principal objetivo a automação dos processos de gestão operacional online da Companhia Bradesco Auto/Re, como forma de capacitá-la, devidamente, com mecanismos de monitoramento, rastreabilidade e apoio à decisão, garantindo os objetivos definidos no planejamento estratégico da companhia. A solução do projeto se divide em camadas especialistas, que, integradas, permitem atingir o objetivo especificado.

"A intensificação do uso de soluções online pelo mercado fez com que os diversos canais de venda passassem a requerer um nível de maturidade compatível às necessidades, tais como precisão e baixo tempo de resposta."

Gustavo Adolfo Araújo Fleischhauer

No decorrer do projeto, entendeu-se que a robustez da estrutura permitiria não somente a gestão integrada de aplicações de natureza online, com características mais "nervosas", mas também de qualquer aplicação e fontes de informação relevantes à Companhia Bradesco Auto/Re.

Controles de **Prevenção à Lavagem de Dinheiro** e **Combate ao Financiamento Terrorista** Baseados em Risco

Empresa | Generali

Autores | Erick Kluff Lopes Silva Oliveira,
Bruna Fontinhas Pacheco e Patricia Macedo Lobato Chaves

O projeto é parte de um conjunto de outros projetos, nascidos ao longo de 2014, que visam aumentar a eficiência do ambiente de controles internos da Generali, assim como alinhar as atividades diárias aos valores da instituição, após constatar que poucos clientes têm conhecimento de que as operações de seguros podem ser utilizadas para lavar dinheiro oriundo de atividades ilícitas, esse meio pode e é utilizado para estes fins.

Entidades criminosas e operações de financiamento ao terrorista, em grande parte, obtêm sucesso de acordo com a sua capacidade de “regularizar” e esconder os recursos provenientes de suas atividades ilícitas. Ao conseguirem fazer isso, seus negócios ilegais prosperam e se expandem. Isso significa mais fraudes, mais drogas e armas nas ruas, aumento de custos com segurança, aumento dos crimes relacionados com drogas, mas o principal impacto é sobre os negócios legítimos e legais, que não conseguem competir com este tipo de negócio.

"A intenção deste projeto é demonstrar a utilização de controles baseados em riscos adaptados à realidade do mercado de seguros brasileiro, demonstrando, assim, a possível redução de custos com a diminuição dos procedimentos de análise documental."

Erick Kluff Lopes Silva Oliveira

Por meio de iniciativas que, diretamente ou indiretamente, beneficiam a comunidade, participando ativamente da Prevenção e Combate à Lavagem de Dinheiro, a Generali tornou possível o controle, por meios eficientes, que auxiliam a evitar que a estrutura da empresa seja utilizada para fins ilícitos e, especialmente, no processo de lavagem de dinheiro.

DEKRA *Check-In*

Empresa | DEKRA

Autores | Mario Cassio Vieira Marques Mauricio e Felipe Souza

O posto de autoatendimento da DEKRA, criado sob o conceito de *make yourself*, é uma solução completa que engloba a capacidade de otimizar os processos de cada etapa de uma vistoria e, ao mesmo tempo, auxiliar na redução de impactos ambientais, por apresentar características intimamente ligadas à sustentabilidade.

Com o DEKRA *Check-In*, os ganhos em eficiência acontecem pela otimização de até cinco fases do modelo atual de vistorias. Do agendamento, distribuição, deslocamento do veículo ou do representante da seguradora, até a coleta de dados e análise, todas as etapas poderão ser realizadas de forma mais simplificada, além da flexibilidade de horário já que o posto de autoatendimento permite realizar a vistoria 24 horas por dia, sete dias por semana, sendo essa uma grande comodidade para os clientes. A solução também detém um avançado sistema tecnológico para a identificação eficiente dos dados do automóvel e do proprietário, evitando substancialmente fraudes.

"O DEKRA Check-in pretende proporcionar ao mercado uma solução de integração tecnológica, incentivando o conceito de autoatendimento."

Mario Cassio Vieira Marques Mauricio

No DEKRA *Check-In* a vistoria é realizada por meio de atendimento por voz, digitais, vídeos e imagens que são capturadas por câmeras de alta resolução. Toda a vistoria é enviada em tempo real diretamente à seguradora, após validações sistêmicas, compondo um único procedimento, sem que haja divergências na análise das informações. Com o sistema, o uso de papel também é reduzido. No fim do processo, o cliente recebe, apenas, um recibo que comprova a concretização da vistoria. Além disso, os pontos de autoatendimento serão instalados em locais acessíveis à população das grandes metrópoles, evitando congestionamentos e deslocamentos desnecessários.

Gestão Auto: um *backoffice* inteligente

Empresa | Bradesco Seguros

Autor | Luiz Antonio de Mendonça

O Gestão Auto, do ponto de vista técnico, é uma aplicação fortemente parametrizada e construída baseado nos conceitos de SOA (Service-Oriented Architecture – Arquitetura Orientada a Serviços). Foi utilizada a linguagem COBOL em ambiente CICS, para a construção da camada de negócios e acesso ao banco de dados DB2, e a linguagem JAVA para a camada de apresentação, somente com regras de interface.

Na visão de negócio, é uma aplicação que permite aos usuários navegar entre as diversas aplicações de vários sistemas, num único lugar de trabalho, buscando informações entre estas aplicações com um único passo ou clique. Com isso, a coleta de informações na análise de propostas efetivadas no sistema com pendências diversas ficou mais rápida e mais confiável. Outros pontos para o trabalho de análise de propostas também foram inseridas neste projeto: os comunicados internos e as comparações automáticas.

"Gestão Auto é um gerenciador de aplicativos com o objetivo de intermediar a troca de informações entre eles, tornando-os uma só ferramenta de controle de backoffice dando mais agilidade e rapidez na análise do produto."

Luiz Antonio de Mendonça

O módulo de comunicados internos permite aos gestores enviar, em tempo real, um comunicado a todos os usuários de duas formas: geral, ou seja, para todos os usuários que têm acesso ao Gestão Auto, ou apenas para usuários que têm acesso a uma determinada aplicação.

A comparação automática de propostas e também de cotações é uma das funcionalidades que mais fizeram sucesso, pois eliminou um trabalho que, até então, era feito de forma manual e que exigia um esforço de concentração muito grande por parte dos usuários com o risco de uma análise com erros.

Gestão de Serviços de TI com visão de dependências para o **negócio**

Empresa | Bradesco Seguros

Autor | Rodrigo de Freitas Sampaio de Melo

Com o objetivo de dar mais um passo e oferecer mais vantagens para seus clientes, a Bradesco Seguros investiu em acesso, 24 horas por dia e sete dias por semana, aos serviços e facilidades de seus diversos segmentos, direcionando aos clientes e corretores uma melhor experiência nas aplicações online.

Como parte fundamental desta estratégia, foi necessário aproximar as áreas de TI e as áreas de Negócio, e aumentar o entendimento entre as interdependências das funções do negócio, sistemas de informação e infraestrutura de TI. Para os sistemas de informação seguirem habilitados, no período proposto, e fornecerem para os clientes informações e serviços online e em tempo real, foi necessário que a TI fosse capaz de relacionar rapidamente quais os impactos gerados nos serviços de TI e no Negócio devido às falhas no ambiente tecnológico.

"Esse projeto é fundamental para o direcionamento dos investimentos e para reduzir o risco de parada das funções do Negócio suportadas por sistemas online."

Rodrigo de Freitas Sampaio de Melo

Um dos grandes desafios para atingir estes objetivos foi o mapeamento das dependências entre infraestrutura, sistemas e funções do negócio. As informações mapeadas também precisavam estar cadastradas em um banco de dados e acessíveis por um sistema que permitisse a consulta em tempo real e integrado nas ferramentas de monitoria e aos diversos processos de Gestão de Serviços de TI, como Gestão de Mudanças, Gestão de Incidentes e Gestão de Problemas.

HUB de Inovação

Empresa | Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre

Autores | Fernando Marcio Bettine, Juliane Gonçalves Serni, Paulo Eduardo Fernandes Rossi e Rafael Toledo Rodrigues de Fatima

O HUB de Inovação é um processo de inovação aberta criado para os colaboradores, que, por meio de uma ferramenta de *software* e ações presenciais, venceu estes desafios e auxilia na implantação de uma cultura de inovação. Em um processo de construção de cultura de inovação, a parte mais importante são as pessoas e seus conhecimentos adquiridos. Entretanto, este conhecimento muitas vezes se perde ou não é disseminado. Entre outros, esse é um dos desafios que uma organização de seguros enfrenta.

"Essa plataforma possui uma funcionalidade em que colaboradores podem compartilhar ideias com o grupo segurador."

Fernando Marcio Bettine

35

Construído com base nos pilares: Estratégico; Colaborativo; Potencializador e Contemporâneo, o HUB de Inovação é um ambiente composto por um aplicativo de *software* que, por meio de um processo estruturado, auxilia a disseminação da cultura de inovação.

Com o desafio de identificar novas oportunidades e compartilhar conhecimento entre seus colaboradores, o processo de inovação aberta veio com a proposta de estimular a inovação em todos os departamentos e níveis hierárquicos da organização. Contudo, este desafio não é simples, por ser uma inovação no mercado de seguros brasileiro, pois as empresas brasileiras do setor não possuem um processo estruturado e sistemático de inovação aberta entre colaboradores. Isto fez com que o Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre buscasse conhecimento fora do país e com empresas de mercados análogos.

Integração de **Processos** com **Planejamento Estratégico**

Empresa | Unimed Seguradora

Autores | Ronaldo Lucco Jr., Daniela Santos Nascimento e
Fabiola Azevedo Grijó

Os processos de negócios devem ser geridos e otimizados continuamente, pois entre outros benefícios, é por meio de seus processos de negócios que uma empresa executa sua estratégia.

A empresa se deparou com exemplos de atrasos, retrabalhos, desperdícios, serviços de baixa qualidade e outros problemas. A gestão por processos deve agregar valor para a organização ao promover melhorias que busquem resolver tais problemas, tornando os processos de negócio mais eficientes e eficazes. Com isso, o Escritório de Processos deve ser estabelecido desde um primeiro momento, de forma a coordenar os esforços e orientar os benefícios a serem alcançados com a gestão por processos.

"A gestão por Processos integrada ao Planejamento Estratégico é um dos fatores que favorece o alcance das metas estratégicas."

Ronaldo Lucco Jr.

A Seguros Unimed iniciou o trabalho com processos, em 2009, trabalhando no estabelecimento do Escritório de Processos e, desde então, visando a melhoria contínua e a maturidade na gestão por processos. Como aprimoramento e de forma a melhor atender aos negócios e a estratégia da companhia, em 2012, na revisão do planejamento estratégico a camada de processos de negócios da Cadeia de Valor, foi integrada ao Mapa Estratégico, contribuindo ainda mais para a gestão do desempenho organizacional.

A missão da Unidade de Processos e Qualidade é contribuir para a excelência dos processos organizacionais para o atendimento às demandas estratégicas da Seguros Unimed.

Manual de Regulação de Sinistros em Ramos Elementares

Empresa | Selecta

Autor | Antonio Mario Bestetti

O manual foi elaborado com o objetivo de representar um conteúdo teórico e prático, que atenda as necessidades dos que buscam familiaridade com a regulação de sinistros em ramos elementares, nas suas principais coberturas de seguro oferecidas pelo mercado, assim como instruir aos que buscam elaborar relatórios de regulação em relação a sua construção e adequada apresentação.

A busca pela qualificação dos profissionais ocorre nos mais diversos setores. No mercado segurador não é diferente, e seus colaboradores estão em constante aprimoramento. O manual de regulação busca estar presente neste processo mais precisamente aos reguladores e peritos em sinistro dos ramos elementares que lidam com sinistro de pequena e média monta, mas não deixando de fora os que militam no Poder Judiciário como os peritos judiciais e assistentes técnicos, bem como os corretores de seguro que buscam seu aprimoramento.

"O profissional atual necessita encontrar de forma rápida, em um único manual, as informações necessárias à prática de sua regulação."

Antonio Mario Bestetti

O conteúdo aborda as principais coberturas de seguro dos ramos hoje conhecidos como massificados, sempre apresentando um embasamento teórico sobre o conteúdo para, posteriormente, abordar a prática da regulação/perícia. Foi elaborado para auxiliar o pessoal envolvido na busca de uma justa indenização, quando esta for pleiteada pelo segurado, visando minimizar o contencioso entre seguradoras, corretores e segurados.

Metodologia Simplesmente Ágil

Empresa | Bradesco Seguros

Autor | Rodrigo Leal Gonçalves

Em um cenário com múltiplos desenvolvimentos, necessidade de entregas mais rápidas e mercado consumidor em constante evolução, demandando agilidade nos produtos de TI, ter um processo de desenvolvimento capaz de satisfazer as necessidades do negócio, diminuindo o retrabalho e aumentando a satisfação dos usuários, foi o grande desafio encontrado.

Quando foi iniciado o projeto, o objetivo era ter um conjunto de processos de desenvolvimento de sistemas capaz de atender a todas as verticais de negócio da Bradesco Seguros, interligando etapas de negócio, arquitetura, implementação, qualidade e infraestrutura. A metodologia ágil desenvolvida pela Bradesco Seguros engloba os principais conceitos de mercado e está dividida em duas fases: iniciação e construção.

"O projeto teve o objetivo de criar uma metodologia de desenvolvimento de sistemas de ponta a ponta, a fim de agilizar e inovar no processo de construção de softwares."

Rodrigo Leal Gonçalves

Na fase de iniciação, é encontrada a macro atividade de Planejamento, responsável pelo planejamento do *release*; identificação e descrição dos requisitos; dimensionamento das histórias dos usuários; levantamento das alternativas de solução propostas para a área de negócio; registro da infraestrutura necessária; e o planejamento das interações, já na fase de construção, onde o foco é o desenvolvimento do produto, são encontradas três macro atividades: Projeto, Construção e Implantação.

Novo modelo de **relacionamento e remuneração** em reumatologia

Empresa | SulAmérica

Autores | Aimar Tarrufi de Paula e
Paula Mesquita Abuchala

O projeto se baseia no envolvimento de quatro importantes *players* no mercado de saúde, sendo estes: a indústria farmacêutica, os distribuidores de medicamentos, os médicos e as operadoras de saúde que, trabalhando em cooperação, geram para o paciente o melhor desfecho no tratamento, visando oferecer um serviço diferenciado para os beneficiários, melhorar o relacionamento com a rede referenciada e ainda reduzindo os custos com medicamentos ambulatoriais para o tratamento de doenças reumáticas.

Dividida em duas frentes, a elaboração de um protocolo de tratamento e a compra direta de medicamentos, a iniciativa visa a atuação com os gestores de saúde e não apenas com a fonte pagadora, bem como a necessidade de interferir na cadeia e fazer a diferença.

"O projeto iniciou em janeiro de 2015 e tem trazido resultados positivos para a companhia, reduzindo o custo em 28,3% além da satisfação dos segurados e da rede referenciada."

AIMAR TARRUFI DE PAULA

Levando em conta a satisfação dos beneficiários e a necessidade de atenção especial devido à patologia e às características do tratamento sugerido, o novo modelo de remuneração dos reumatologistas, busca melhorar a qualidade e o tempo das consultas médicas, sendo vantajoso para todas as partes envolvidas. O conhecimento e o acompanhamento da efetividade dos medicamentos, possíveis eventos adversos, trocas de protocolo e a satisfação do cliente com o tratamento oferecido são pontos de extrema importância que geralmente não são conhecidos pelas operadoras de saúde. A partir do conhecimento destes pontos do tratamento, tornou-se possível a elaboração de protocolos cada vez mais especializados.

Operação Calamidade

Empresa | Bradesco Auto/Re

Autores | José Roberto Bezerra de Lima e

Ana Lucia da Costa Ramos

Quando ocorrem tragédias e o cliente aciona o seguro, os processos são tratados como uma regulação normal seguindo as mesmas condições dos demais processos. Com o intuito de mudar esse cenário, a Bradesco Auto/Re idealizou um novo processo que identifica, analisa, diferencia e prioriza esses sinistros oriundos de catástrofes, concentrando seus esforços para quantificar, valorar e indenizar os segurados envolvidos em tragédias naturais no menor prazo possível.

O projeto foi iniciado no primeiro semestre de 2015 na Bradesco Auto/Re, a partir da necessidade identificada de diferenciar sinistros de segurados em condições de calamidade dos demais sinistros, pois necessitam de tratamento simplificado e diferenciado.

"Podemos afirmar com convicção que estamos 100% presentes no momento em que o segurado mais precisa, desenvolvendo assim uma ação social."

José Roberto Bezerra de Lima

A Bradesco Auto/Re executou, pela primeira vez, o projeto Operação Calamidade com o tornado que assolou a cidade de Xanxerê no Estado de Santa Catarina, onde o sofrimento dos moradores foi amplamente divulgado pela mídia. Os segurados Bradesco que sofreram com essa catástrofe, tiveram tratamento diferenciado, simplificação de documentos e procedimentos, bem como prioridade na conclusão dos processos de sinistro.

OUVIDORIA

O Cliente é o Nosso Ponto de Partida

Empresa | Caixa Seguradora

Autores | Fabiana da Silva Rocha,
Bárbara Sado e Helder Mercês

Por representar os interesses dos clientes e ter uma atuação estratégica, a Ouvidoria detém informações de suma importância para que a Caixa Seguradora conheça a opinião dos seus clientes acerca dos processos e serviços disponíveis no mercado. O projeto OUVIDORIA concentra ações que possibilitam ao profissional da área realizar uma comunicação segura, eficaz, direta, clara e com excelência, oferecendo um atendimento diferenciado e personalizado ao cliente.

"Não é segredo para ninguém que produtividade e qualidade são fatores de sucesso em qualquer empresa. Por isso, é necessário ter atenção especial a estes aspectos."

Fabiana da Silva Rocha

41

A competitividade do mundo atual rege a necessidade do aprimoramento constante da qualidade na prestação de serviços. As empresas precisam perceber que, diante de tamanha concorrência, o foco principal tem que ser sempre o atendimento às necessidades do cliente. A qualidade dos serviços é de extrema importância para o atendimento deste objetivo, pois produtos e serviços têm a mesma finalidade, que é satisfazer um desejo ou uma necessidade do consumidor, gerando satisfação e valor.

No caso dos serviços, diferentemente dos produtos, a mão de obra é a matéria-prima para a sua produção. Portanto, a preocupação com as pessoas envolvidas é de fundamental importância. É preciso pensar sempre em treinar e capacitar os funcionários, cultivando neles a ideia de que os clientes precisam ser muito bem tratados. Estas medidas garantem um impacto positivo direto na qualidade do atendimento.

Processo de **Vendas**

Empresa | Mongeral Aegon

Autoras | Patricia Barbosa de Campos Lima e Luciana Rosa

Para preparar adequadamente os corretores na realização de vendas, a Mongeral Aegon demandou a estruturação de um modelo transferível e padronizado, baseado no compartilhamento de técnicas e conteúdos para abordar, sondar necessidades, contornar objeções e fechar a venda.

Ao identificar os *gaps* que estavam associados à habilidade em vendas e, neste contexto, explicitar a necessidade de definir um processo de vendas único que extrapolasse as técnicas e reunisse as melhores práticas, o Processo de Vendas Mongeral Aegon transferiu o protagonismo de quem vende para quem toma a decisão de compra, tirando o foco do produto e colocando-o nas necessidades reais e distintas dos clientes.

"Um processo de vendas se torna ainda mais necessário quando as seguradoras têm, em sua estratégia, a formação de equipes de vendas."

Patricia Barbosa de Campos Lima

O processo reuniu 60 líderes comerciais com o objetivo de discutir, definir e estruturar o projeto, onde os líderes foram incentivados a pensar e definir o passo a passo da preparação e da condução de uma entrevista de vendas que refletisse um modelo simples, aplicável e efetivo no sentido de identificar a real necessidade do cliente, e que pudesse ser replicado na formação de novos profissionais, em sala de aula e com total aderência ao campo (atuação prática). Além disso, o Processo de Vendas foi atrás de formas de continuar o relacionamento iniciado na pré-venda, mantendo-se presente na vida do cliente.

Produção Interna de **Cursos à Distância**

Empresa | SulAmérica

Autores | Alessandro Vicente Cogliatti,
Monique Bianchine e Alessandra Teixeira

A Educação à Distância – EAD vem ganhando espaço, quebrando paradigmas, propiciando conhecimento a qualquer hora, em qualquer lugar, para qualquer pessoa. Sua flexibilidade vem permitindo maior desenvolvimento nas corporações, com um custo bem menor que os treinamentos presenciais, e interferindo muito menos na produtividade. Com foco na adaptação de parte do treinamento do *call center* para educação à distância, objetivando, inicialmente, reduzir o tempo dos analistas de treinamento em sala de aula, reduzir a carga horária dos treinamentos, melhorar a logística (sala de treinamento X demandas), fornecer mais oportunidades de desenvolvimento e padronizar as informações, a estratégia de utilização inaugural desta plataforma foi de disponibilizar cursos em três categorias: Capacitação de Novos; Aperfeiçoamentos e Reciclagens.

"Propiciar com a EAD, pequenas e frequentes pílulas de conhecimento, pode ser a chave para o alcance de atendimentos de excelência."

Alessandro Vicente Cogliatti

Para uma equipe de *call center*, as vantagens podem ser ainda maiores, pois, garantir um excelente nível de serviço (percentual de clientes que são atendidos em um menor tempo possível) requer que os atendentes estejam 100% disponíveis para seus clientes, o que dificulta ainda mais manter a equipe capacitada. Porém, como o *call center* de atendimento é um gerador de despesas, o orçamento para os projetos de treinamento é sempre baixo ou inexistente, o que gera outro grande desafio para a área, que é criar os cursos em EAD, mas, sem a utilização de fornecedor externo, fabricando e publicando dentro de casa.

Programa sustentável de gestão de impressos: **criatividade** para superar os **desafios da gestão**

Empresa | Bradesco Seguros

Autor | Eugenio Trigueiro Rodrigues

A forte regulamentação do setor associado ao portfólio de produtos comercializados pelas diversas empresas do Grupo desafia os gestores, principalmente dos segmentos corporativos, a equilibrar diversos requisitos (regulamentares, de custos, lucratividade, sustentabilidade etc.). Um grande desafio que vem sendo superado ao longo dos últimos anos, baseado em uma estratégia de sustentabilidade e contando com o engajamento, a criatividade e a determinação de um grupo de colaboradores e prestadores de serviço.

"O propósito da plataforma de gestão é a quebra destes padrões de operação presentes na maioria das empresas."

Eugenio Trigueiro Rodrigues

Este trabalho é um programa de gestão composto de diversos projetos realizados nos últimos três anos que busca atender as regulamentações, modernizar, diminuir o impacto ambiental e agregar redução de custo na área de gestão de impressos da Bradesco Seguros. Nele, foram expostos projetos que reduzem o volume de documentos impressos, alteram a forma de comunicação com o cliente final, produzem kits digitais, consolidam correspondências por meio de auto envelopamento de tamanho 63 mm x 29,7 mm pioneiro no mercado segurador.

As pessoas que não vivenciam diariamente as implicações ambientais da utilização de papel acabam encarando este tema de forma simplista e pouco significativa, acreditando ser similar a uma impressão que fazemos eventualmente em nossas casas. Mesmo emitindo uma quantidade menor de papel por habitante, o número de habitantes cresce exponencialmente, e os recursos naturais são consumidos muitas vezes de forma desenfreada. Este conjunto de circunstância dificulta que seja, no curto prazo, abolida a utilização da comunicação por meio de papel com os clientes das grandes organizações.

Rede de Saúde e Odonto: novo modelo de **priorização das ações de melhorias**

Empresa | SulAmérica

Autores | Layla Machado e
João Francisco Resende

Entre setembro de 2014 e março de 2015, a SulAmérica desenvolveu um Plano de Priorização de Ações de Melhoria de Rede de Prestadores Serviços de Saúde e Odontologia, com o objetivo de racionalizar os esforços de credenciamento de novos prestadores de serviços médico-hospitalares e odontológicos (consultórios, clínicas, hospitais, laboratórios de diagnósticos etc.) e aprimorar o relacionamento com os parceiros já existentes.

O Plano de Priorização foi elaborado pela área de Estratégia e Inteligência Corporativa da SulAmérica, a partir da análise de dados públicos e proprietários (adquiridos) sobre o potencial de mercado dos municípios brasileiros, tanto em termos de potencial econômico-comercial, quanto do cenário competitivo de Saúde Suplementar. Essa análise foi validada e complementada por especialistas das áreas Técnica, Médica e de Relacionamento com Prestadores, bem como por executivos da Diretoria Comercial da companhia.

"O projeto desenhou uma nova estratégia para a melhoria da rede de prestadores de serviços médico-hospitalares."

Layla Machado

O desenvolvimento deste Plano de Priorização de Melhoria de Rede resultou em um documento final com indicação precisa e justificada das localidades a serem priorizadas pela empresa, em cada região do Brasil, em seu esforço de expansão e melhoria da rede de prestadores de serviços médico-hospitalares integrados às ações comerciais e de *marketing* na comunicação, prospecção e vendas de produtos de Saúde e Odonto da SulAmérica.

Robôs Virtuais

Empresa | Techmail

Autores | Marcello Brancacci e Bruno Giordano

Os robôs são feitos sob medida para cada cliente e executam as tarefas repetitivas com velocidade e total isenção de erros permitindo atender a prazos e volumes diferenciados, produzindo a maximização da produtividade operacional e redução dos custos relativos às atividades repetitivas que serão eliminadas.

O desenvolvimento ocorre em visão *on-demand* para a execução de tarefas com alta velocidade e redução de erros, utilizando softwares como ECM – Enterprise Content Management, *workflow* para otimização de processos e ERP – Enterprise Resource Planing de seguros, e é aplicado a todas as operações que envolvam tramitação de processos em larga escala: seguradoras, bancos, financeiras, operadoras e seguradoras de saúde, locadoras de veículos e corretoras de seguros. A aplicabilidade é viável em toda a cadeia de valor, desde as ações de vendas e serviços de pós-vendas, maximizando a produtividade, satisfação dos clientes, redução de prazos e custos.

"Atualmente, os robôs integram as operações internas da nossa empresa, representando essencial vantagem competitiva e são importantes componentes em nosso portfólio de soluções oferecidas."

Marcello Brancacci

O início das primeiras versões do projeto ocorreu em 2011 e continua em processo de expansão para novas versões. Atualmente, a empresa possui portfólio de 130 robôs aplicáveis para as mais diferentes etapas da cadeia produtiva. O desenvolvimento com as áreas de negócios incorpora diferenciais e vantagens não tradicionais em caso de construção em ambiente não especialista em nosso mercado de atuação.

Senha Web - Integração de documento, fax, e-mail e web

Empresa | Bradesco Seguros

Autores | Simone Taveira Kokkinovrachos,
Alessandro Ramos Rebello, Maurício Trindade Quintella e
Thais Jorge de Oliveira

O mercado, em cenário de forte concorrência, exige que as empresas se especializem e se reinventem, obtendo um diferencial frente a outras companhias. O preço do produto – assim como o suporte técnico e a inclusão de garantias – é, de fato, um ponto decisivo para que uma corporação assuma um lugar de destaque. Ao mesmo tempo, ouvir o consumidor, cada vez mais exigente e influente nas redes sociais, por exemplo, é uma questão crucial para a análise dos caminhos de uma empresa líder no mercado e que pretende se manter nesta posição.

"O projeto foi desenvolvido para estreitar o relacionamento com o segurado, respondendo às suas solicitações de forma mais rápida e eficiente, ser o canal de comunicação mais ágil e de menor custo financeiro."

Simone Taveira Kokkinovrachos

47

É constante, no mercado segurador, a busca por novos canais de comunicação com o segurado e outras facilidades para acesso às informações. A Bradesco Seguros utilizou o que há de melhor para surpreender os parceiros e prestar um serviço de qualidade aos segurados, uma vez que tornou-se mais ágil e seguro o processo de liberação das internações e exames no segmento de saúde.

A necessidade envolveu várias áreas internas na Bradesco Seguros, tais como *Marketing*, Área de Produtos, Central de Relacionamento e TI. Foi criado um grupo de trabalho para buscar uma solução eficiente e que atendesse aos requisitos da Bradesco Seguros, onde foram avaliadas algumas alternativas de solução no mercado, e logo ficou clara a necessidade de se criar um processo bem definido para interagir com os referenciados. A partir desta constatação foi criado um sistema que integrasse todo o processo de solicitação, análise e armazenamento físico dos documentos trafegados para análise médica até a liberação efetiva do procedimento solicitado.

SMS Dental: localização de rede de dentistas

Empresa | MetLife

Autora | Paula Caroline Toguchi

O projeto de SMS visa fornecer uma rápida e dinâmica ferramenta de localização da rede de dentistas credenciados aos beneficiários de planos odontológicos da MetLife, permitindo realizar a busca informando o CEP da região de interesse com os profissionais próximos ao local de trabalho ou residência do beneficiário. O envio do SMS para realizar a busca de rede é gratuito para o beneficiário e, em caso de solicitação, o beneficiário recebe indicação de três dentistas localizados no CEP informado.

Em pesquisas realizadas, com clientes e beneficiários, a MetLife identificou uma insatisfação gerada no modelo de recebimento de dados dos dentistas credenciados, que até aquela oportunidade tratava-se de um livreto com a relação de todos os profissionais. Embora útil, o material impresso rapidamente necessitava de atualização, levando em conta a dinâmica da rede de prestadores de serviço e o credenciamento constante de novos profissionais.

"O projeto vislumbrou a oportunidade de criar um serviço que fosse disponível para todos os clientes, a qualquer tempo."

Paula Caroline Toguchi

Como uma empresa focada em seus clientes, a MetLife buscou alternativas para tornar a experiência do beneficiário mais rápida e dinâmica na localização dos dentistas mais próximos às suas áreas geográficas de interesse, trabalho e residência. O objetivo era tornar o serviço acessível de qualquer lugar, independentemente da consulta física de material, ligações para a central de atendimento e questões ligadas ao não atendimento.

Transformando Detratores em Promotores - Percepção da **Experiência do Cliente**

Empresa | Zurich Santander

Autores | João Cordeiro dos Anjos e

José Carlos Silva

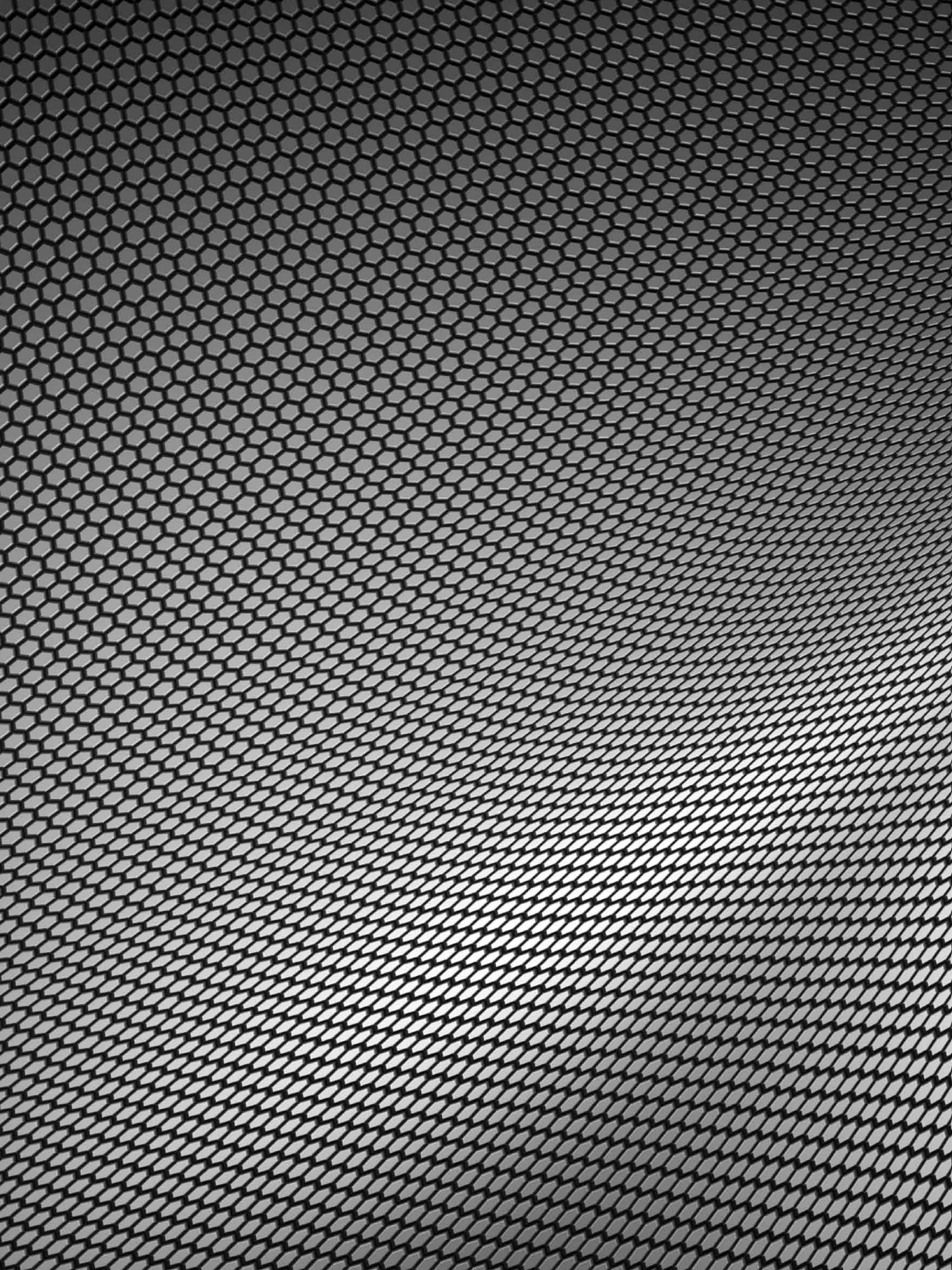
O projeto, criado em janeiro de 2015 pela área de Operações da Zurich Santander Brasil, tem como princípio o uso do T-NPS – *Transactional Net Promoter Score*, ou seja, uma tipologia de pesquisa NPS que lida com o sentimento do cliente, após uma interação com o negócio, e dele obter um *feedback* imediato em diferentes pontos da interação.

Esta metodologia permite que a empresa obtenha opiniões verdadeiras e imediatas sobre a experiência que ele, cliente, adquiriu com determinado produto ou serviço. A sua aplicação é realizada após a prestação de serviço, momento em que o segurado ainda está com sensação do serviço recebido fresco em sua mente, o que possibilita a captura das informações de forma precisa e genuína, possibilitando o diagnóstico das causas raízes e elementos específicos a revisar e melhorar para a aplicação de estratégias e ações de melhoria que poderão ser padronizadas para um número maior de clientes.

"Desenvolvemos e implementamos um processo rígido que captura os problemas, elogios e recomendações de forma assertiva e inovador."

João Cordeiro dos Anjos

A premissa é de que, após o pagamento do sinistro, ocorra o envio imediato do T-NPS, via SMS, ao número de celular do beneficiário, para quantificar, numa escala de 0 a 10, a satisfação do cliente em relação ao atendimento do sinistro pela Zurich Santander. Em seguida, adquire-se o *feedback* de satisfação por meio do resultado total de Promotores, Detratores e Passivos. Ao final do processo, a Zurich Santander entra em contato com o cliente.





PRODUTOS E SERVIÇOS

A Plataforma de **Bem-Estar** do **SulAmérica Saúde Ativa**

Empresa | SulAmérica

Autoras | Elizabeth Christiane Vignol e
Regina de Arruda Mello Blanco

A plataforma surgiu da necessidade premente de substituição do modelo que a empresa vinha praticando até 2011, realizado em papel, pouco automatizado e limitado aos segurados titulares vinculados às empresas clientes do seguro saúde. A partir daí, foi iniciada a concepção do projeto para a Plataforma de Bem-Estar do SulAmérica Saúde Ativa, implantada em 2013, que avalia o indivíduo em seis dimensões: emocional, física, hábitos de vida, acesso básico, ambiente profissional e satisfação com a vida, utilizando a ciência do *Health Coaching*.

Alinhados à necessidade de capacitar o indivíduo a identificar e atuar sobre os principais fatores que influenciam sua saúde e bem-estar, a ferramenta veio com o objetivo de ser um portal web interativo para seus segurados, de todas as carteiras e de abrangência nacional, com processo rápido e seguro, pautada em critérios técnico-científicos sólidos, com atualizações constantes. O desejo era de que a ferramenta estivesse alinhada às necessidades da população, no que se refere à facilidade de acesso e à atratividade visual, com foco na promoção de saúde e bem-estar dos participantes.

"A gestão de saúde populacional tem sido tema de extrema relevância no mercado de saúde."

Elizabeth Christiane Vignol

Após exaustiva discussão sobre desenvolvimento interno ou contratação de parceiros e incessante busca no mercado, a SulAmérica encontrou a ferramenta desenvolvida internacionalmente pela Healthways, que preenchia todos os critérios, mas que trazia um grande desafio: traduzir e adequar o recurso para a cultura brasileira, sem qualquer perda de qualidade e ciência e integrá-la aos sistemas e processos da SulAmérica Saúde.

Cartão Fidelidade

Empresa | Corretor PF

Autor | Leandro Prates Soares

O crescimento do mercado segurador no Brasil causou forte impacto na competitividade, fazendo com que as empresas do ramo repensassem seus negócios, processos e serviços, de forma a atender esse novo consumidor mais exigente. Implantado em 2012, o Cartão Fidelidade, projeto criado pela Viconseg Corretora em parceria com a Liberty Seguros, tem como objetivo analisar as estratégias e ações da empresa corretora, em função de um cenário promissor percebido na cidade baiana de Vitória da Conquista e nos municípios vizinhos.

Considerada a segunda cidade que mais cresce no estado da Bahia, Vitória da Conquista é cruzada por rodovias importantes, transformando o local em um entreposto comercial que integra as regiões Sudeste e Sul ao Nordeste do país, assim como à região cacauieira e ao sertão baiano, possibilitando o escoamento da produção e o incremento de seu comércio. Nesse contexto, o comportamento do consumidor do mercado securitário de automóvel assume conotação especial e passa a ser questão obrigatória na busca da vantagem competitiva no local.

"O consumidor é a figura mais importante em todo o processo empresarial."

Leandro Prates Soares

O Cartão Fidelidade disponibiliza aos segurados o direito a um seguro de Acidentes Pessoais da Liberty e benefícios na renovação de seguros de automóveis. A cada indicação de novos clientes, o segurado passa a acumular pontos que serão convertidos em descontos na renovação das apólices, além da possibilidade de obter descontos de 5% a 30% em mais de 30 estabelecimentos comerciais na cidade de Vitória da Conquista. O Programa ainda oferece ao segurado a oportunidade de concorrer a sorteios mensais pela Loteria Federal.

Creative Day

Empresa | Grupo Segurador Banco do Brasil e Mapfre

Autores | Rafael Toledo Rodrigues de Fátima, Fernando Marcio Bettine e Paulo Eduardo Fernandes Rossi

A MAPFRE, por meio de sua área de Canais Estratégicos e do Núcleo de Inovação capacitado em *Design Thinking* iniciou, em 2013, o *Creative Day*, serviço que presta consultoria de inovação para seus clientes, a fim de contribuir para a geração de produtos que agreguem valor às pessoas e ao negócio. Soluções encaixotadas não atendem mais as necessidades dos clientes na contemporaneidade. Os grandes varejistas têm buscado soluções mais personalizadas e com sinergia com seu negócio. Diante desse contexto, a MAPFRE percebeu a importância de ressaltar que não é mais possível lançar no mercado produtos e serviços que não tenham aderência com as reais necessidades dos clientes e, sobretudo, com o posicionamento estratégico das empresas que comercializam essas soluções.

"A inovação tem que representar uma novidade para o mercado, ser sustentável para o negócio, gerar uma nova experiência para o cliente e trazer retorno financeiro e de imagem."

Rafael Toledo Rodrigues de Fátima

O projeto surgiu a partir de um desafio lançado pela Riachuelo e pela Midway à área de Canais Estratégicos, questionando como a comunicação dos produtos e dos serviços agregados ao Cartão Riachuelo poderiam se conectar à moda, beleza e bem-estar - atributos da marca. O trabalho realizado pelo Núcleo de Inovação trouxe um amplo diagnóstico com pesquisa de campo, análise e metodologias inovadoras, motivando os diretores e os demais executivos a envolverem-se profundamente na discussão das propostas, que visavam desenvolver novos produtos, novos posicionamentos e novas abordagens de comunicação. A experiência personalizada dos *workshops* permitiu aos clientes gerarem soluções que realmente façam a diferença para seus consumidores e, sobretudo, gerem retorno financeiro para seus negócios. A troca de experiências do grupo proporcionou uma visão sistêmica do negócio, facilitando a tomada de decisão em relação aos pontos críticos da operação e o comprometimento de todas as partes envolvidas.

Franquia Flex

Empresa | SulAmérica

Autoras | Lara Murta e Patricia Alves

O crescimento que ocorreu na economia nacional entre 2010 e 2013 teve uma influência direta no aumento de custos dos brasileiros. Por terem aumentado os gastos com produtos do dia a dia, avaliar o que se enquadra melhor no orçamento, a atenção nos benefícios, a comparação dos preços e a customização, passaram a ser um fator chave na aquisição de produtos e serviços. Com o intuito de atender à necessidade e enfrentar a dinâmica do mercado, a SulAmérica decidiu por priorizar e desenvolver o projeto Franquia Flex, implantado em maio de 2014.

A ferramenta permite fazer uma análise da sensibilidade do cliente em relação às duas variáveis que impactam o seu orçamento: a possibilidade do pagamento de uma quantia a qualquer momento, ocasionado por um sinistro não esperado ou a certeza do valor contratado do seguro. Ou seja, o ponto que lhe trará maior conforto, pode ser ajustado centavo a centavo, levando em conta a realidade do segurado. Neste contexto, a SulAmérica inova na implementação da flexibilização da franquia. A novidade está alinhada à estratégia da seguradora em investir, cada vez mais, em customização e serviços para clientes e corretores.

"Em um mercado competitivo, como é o segurador, estar atento à necessidade do cliente é uma questão fundamental."

Lara Murta

O projeto Franquia Flex foi fundamentado a partir de uma pesquisa feita para verificar as percepções do consumidor final sobre o mercado de seguros e saber a sua opinião sobre a ideia de um novo produto. A partir daí, foram identificadas as expectativas não atendidas no mercado de seguros, entre elas a flexibilidade na definição da franquia no momento da cotação do seguro, tanto por parte do cliente, quanto do corretor.

Gestão de **Ações Judiciais** do Sistema Financeiro da **Habitação**

Empresa | Delphos

Autores | José Agnaldo, Leandro Kling,
Neyla Torres e Reynaldo Reis

Registrar, atualizar, controlar e, sobretudo, acelerar o acompanhamento dos processos judiciais de forma prática e eficaz. Essas são algumas das vantagens dos produtos desenvolvidos para gerenciar carteiras do setor de seguros. Pioneiros no mercado, o SIGAJ, VIN e CadDelphos, foram projetados para garantir os ganhos de desempenho e produtividade das seguradoras. O registro de todos os dados das ações judiciais possibilitou efetuar as atividades de acompanhamento processual em todas as suas etapas no Judiciário, gerar indicadores precisos e imediatos no auxílio da tomada de decisões, apurar eventuais desvios no curso dos processos e identificar possíveis indícios de fraudes.

"As soluções foram elaboradas por equipes altamente capacitadas e com larga experiência nas áreas de tecnologia, seguros e jurídica."

José Agnaldo

A Gestão de Ações Judiciais do Sistema Financeiro da Habitação tem o objetivo de auxiliar as seguradoras no controle das ações judiciais, originadas no seguro habitacional do extinto Sistema Financeiro Habitacional – SFH, atualmente gerido pela CAIXA-FCVS (Fundo de Compensação de Variações Salariais), tanto nas atividades de apoio técnico ao trabalho jurídico, quanto nas tarefas administrativas necessárias aos pedidos de adiantamento e reembolso para a administradora do fundo. Esse projeto auxilia as seguradoras na gestão de ações judiciais do seguro habitacional do extinto Sistema Financeiro Habitacional, além de escritórios e advogados na obtenção de informações para as defesas, por meio de pareceres técnicos e laudos periciais realizados por especialistas.

Gestão de API's: plataforma de inovação e agilidade na transformação digital

Empresa | Bradesco Seguros

Autores | Marco Antonio Bento de Almeida,

Washington Luiz Dantas de Faria e Gerson Alves Mata

APIs são a cola digital que une diferentes sistemas na internet. São plataformas invisíveis para o usuário final, mas parte fundamental dos seus hábitos na rede. Graças ao “boom” dos *smartphones* e de seus aplicativos, IoT e necessidade de integração com parceiros – gerando ecossistemas –, elas ganham cada vez mais importância no mercado. Formas de integrações atuais – sem APIs gerenciadas formando uma plataforma – não suportam as novas exigências de escala e necessidade de análise das informações exigidas. A API é uma interface para os ativos (dados) da empresa, mas que ao mesmo tempo barra usos abusivos desses ativos. APIs gerenciadas são a fundação para estratégias digitais bem-sucedidas, seja para sustentar sua estratégia multicanais, para fidelizar clientes ou ainda para desenvolver um ecossistema de parceiros integrados, as APIs precisam ser fáceis de entender, seguras e escaláveis.

O projeto consiste em um conjunto de definições e implementação das melhores práticas de mercado para suportar iniciativas digitais com APIs bem definidas e gerenciadas, endereçando questões como design, segurança, políticas de acesso, gerenciamento de tráfego, gerenciamento de aplicativos, documentação, suporte e Analytics. A iniciativa de Gestão de API deve permitir que a seguradora evolua, adote e use soluções baseadas em tecnologias emergentes atuais e futuras para atingir o valor para o negócio.

"APIs gerenciadas são a fundação para estratégias digitais bem-sucedidas."

Marco Antonio Bento de Almeida

A convergência de tecnologias como Social, Mobile, Cloud, Analytics e IoT tem direcionado inovações em negócio, impulsionando investimentos. Essas novas jornadas e cenários digitais trazem desafios relacionados com agilidade e escala para gerenciar conexões totalmente novas que a TI deve se preparar.

Jornada de **Benefícios**

Empresa | Mongeral Aegon

Autoras | Claudia Mattioli da Silveira,
Cristiane Sarmento e Paula Costa

No contexto estratégico da Mongeral Aegon, de colocar o cliente como foco principal de sua atuação, a jornada do cliente se faz presente como oportunidade de mapear todos os pontos de contato. É possível descrever todos os eventos e experiências vividas pelos clientes, visando atender a uma necessidade, ou interagir com a marca. Inclui, também, as emoções do cliente, e não simplesmente eventos ou atividades.

A Jornada de Benefícios pretende oferecer aos beneficiários, do momento do aviso do sinistro até o pagamento ou a recusa, um atendimento individualizado, onde cada etapa do processo é acompanhada de perto por um Agente de Relacionamento da Mongeral Aegon – uma pessoa, de quem o beneficiário sabe o nome e o telefone. Além disso, por meio de *e-mails*, SMS ou ligações, os mantém informados sobre cada etapa e possíveis pendências e solicitações, levando transparência e agilidade a todo o processo.

"A Jornada de Benefícios surge como a mais recente inovação, a partir de um componente básico da atividade seguradora: o contato entre as pessoas."

Claudia Mattioli da Silveira

A atuação do Agente de Relacionamento é fundamental para o funcionamento estratégico da Jornada de Benefícios, por compreender seu papel no relacionamento com os beneficiários, ouvindo, entendendo e por humanizar o processo, acabando com a mecanização do atendimento a partir de conceitos simples e bastantes pessoas – de pessoas para pessoas.

MAPFRE Saúde: **transparência e eficiência** em investimentos de **saúde corporativa**

Empresa | MAPFRE Saúde e Gesto Saúde e Tecnologia

Autores | Andrea Castelli e Fábio Antonio Monteiro Diogo

A MAPFRE passou a atuar no mercado brasileiro de saúde em 2014. Para construir um trabalho diferente da concorrência, conquistar a preferência dos clientes corporativos e alcançar as metas do negócio, após dois anos de estruturação, a empresa de soluções de seguros e serviços financeiros investiu em um modelo de transparência e na entrega de uma estrutura de gestão de saúde. Para tanto, contratou a ferramenta Big Data Gesto Inteligente 2.0 (GI), primeiro big data aplicado à gestão de saúde corporativa, desenvolvido pela empresa Gesto Saúde e Tecnologia.

O GI gera uma integração total dos dados de toda a cadeia de saúde e os transforma em informações úteis que servem de norte, tanto para a MAPFRE Saúde, quanto para os seus clientes. A partir dele, a própria MAPFRE se beneficia ao ter visão de toda sua rede referenciada, com a possibilidade de comparar custos, qualidade, frequência de uso, entre outros aspectos importantes para a negociação com hospitais e médicos.

"Saúde é um item que impacta diretamente o desempenho econômico das empresas. e, para que não seja vista como vilã dos custos fica evidente a necessidade de se gerir o benefício de forma estratégica e sem desperdícios."

Andrea Castelli

Ao mesmo tempo, essa estrutura agrega valor ao negócio vendido pela MAPFRE para o mercado, pois, com este recurso, é possível mapear a população interna do cliente, levantar as necessidades específicas de cada um e escolher, por exemplo, a melhor rede referenciada, com melhor custo benefício. Além disso, a ferramenta possibilita a aproximação dos clientes como parceiro estratégico ao entregar-lhes relatórios totalmente transparentes, com informações desde o mapeamento de população até o perfil de uso dos colaboradores, que mostram exatamente onde foram aplicados os investimentos de saúde e qual a previsão de custos.

Modelo de Reparação de Bens

Ampliação de Serviços ao Cliente no Processo de Sinistros

Empresa | Zurich Santander

Autores | José Carlos Silva e Juliano Martins Dutra

O Projeto Modelo de Reparação de Bens - Ampliação de Serviços ao Cliente no Processo de Sinistros foi implantado, em 2014, pela área de Operações da Zurich Santander Brasil Seguros e Previdência S.A., e teve como premissa agregar valor mediante oferta de um novo serviço, além da tradicional regulação de sinistros, a reparação de bens.

Esta modalidade de serviço se caracteriza pela reparação dos bens danificados, envolvidos em sinistros com a cobertura de danos elétricos, por meio de rede credenciada pelo fornecedor de serviços de reparação.

Tendo como orientação o "cuidar do cliente", o princípio estabelecido foi simplificar o processo e agregar valor, onde desde o momento do aviso de sinistros, o cliente pode optar pela indenização dos prejuízos apurados e/ou pela reparação dos bens danificados. Após optar, pela reparação, a central de atendimento realiza entrevistas com os segurados para identificar os danos envolvidos bem como a extensão dos mesmos. Durante a entrevista é agendada visita à casa do cliente, para tentativa de reparação dos bens no local ou sua retirada para reparos na assistência técnica da rede credenciada.

"O aumento dos players de mercado nos coloca o desafio de sermos eficientes em nossos processos internos."

José Carlos Silva

Realizados os reparos, os bens são entregues e testados na presença dos clientes e o sinistro é encerrado administrativamente. Na sequência, é feita uma pesquisa de satisfação no modelo NPS para obter do segurado sua percepção com relação ao serviço, e se o recomendaria a outra pessoa.

PIC e Instituto Ayrton Senna Transformando Vidas por meio da Educação

Empresa | Itaú Unibanco

Autoras | Luma Lorenzon de Faria,
Emanoela Fonseca Brito, Fabiola Lobato Vieira,
Ingrid Martins Souto e Monia Roberta Vicente

O PIC é o produto de capitalização do Itaú, disponível para os clientes correntistas. Com ele o cliente pode transformar seus sonhos em realidade, por meio de sorteios de prêmios em dinheiro. Por ter como principal objetivo trazer os sonhos para as pessoas, percebeu-se que o PIC poderia também realizar o sonho de um país com uma educação pública de qualidade, por isso, desde agosto de 2014, o Itaú uniu forças com o Instituto Ayrton Senna para transformar a vida de mais de 30 mil crianças e jovens, por meio da educação, todos os anos.

Por ter a educação como um de seus pilares de negócios, o Itaú possui trabalhos sociais importantes voltados para essa área, como a Fundação Itaú Social, que desenvolve metodologias voltadas à melhoria de políticas públicas na área de educação, e o Instituto Unibanco, que atua no Ensino Médio, auxiliando o futuro dos jovens. Por acreditar tanto na educação, o Itaú identificou que o PIC (produto de capitalização) poderia ser um parceiro, com parte da sua receita revertida para esta finalidade, e escolheu o Instituto Ayrton Senna, uma das ONGs mais reconhecidas no Brasil.

*"Educação básica de qualidade para crianças e jovens em todo Brasil,
é o motor que move a sociedade."*

Luma Lorenzon de Faria

O Instituto Ayrton Senna, criado há mais de 20 anos, traz educação de qualidade para mais de 30 mil crianças e jovens por ano. Parceiros há duas décadas, a Credicard e o Instituto criaram o cartão Instituto Ayrton Senna Credicard (nacional e internacional). Em 2013, o Itaú adquiriu a Credicard, quando os princípios comuns entre o banco e o Instituto se destacaram.

Renova Ecopeças

Empresa | Porto Seguro

Autores | Bruno Campos Garfinkel e Fabio Frasson Giusti

A Renova foi criada para garantir a destinação correta dos veículos em fim de vida útil que saem de circulação com baixa definitiva no DETRAN. São retirados desses veículos tudo o que não pode ser aproveitado (líquidos, gases, óleos lubrificantes, combustíveis e peças inutilizáveis, como as de segurança) dando-lhes um descarte apropriado. Já as peças aproveitáveis ganham um certificado de qualidade e de procedência, podendo ser reaproveitadas pelo comércio de peças usadas.

Priorizando a sustentabilidade, as etapas do processo são coordenadas, principalmente, por profissionais do Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial – SENAI que também contribuem com a formação da mão de obra jovem da Renova, oriunda de projetos sociais. Todo esse processo contribui com o meio ambiente e com a sociedade, além de beneficiar o consumidor com peças que têm garantia de qualidade e procedência, por um custo menor.

"No Brasil, a reciclagem automotiva ainda é recente e aos poucos vem ganhando importância. Atualmente, as análises do mercado estimam que 10 milhões de veículos da frota brasileira estejam próximos da necessidade de reciclagem."

Bruno Campos Garfinkel

Além da ecoeficiência, o projeto ajudará a viabilizar a criação de um novo produto no mercado segurador que aumentará a penetração das seguradoras dos atuais 30%, para 60% da frota nacional. Trata-se de uma linha de seguro mais barata, mas com todas as garantias do seguro tradicional e com a utilização de peças de reuso - também conhecidas como peças usadas - pelas seguradoras. Esse modelo, que está sendo chamado de Seguro Popular, ainda precisa ter a aprovação da Superintendência de Seguros Privados (SUSEP), contudo, uma das principais premissas para a sua aprovação é a garantia do fornecimento de peças de qualidade a um custo menor.

Resseguro para Planos de Saúde - **Gestão de Sinistro** das Operadoras de Planos de Saúde Utilizando Resseguro na **Modalidade Stop Loss**

Empresa | Omint

Autor | Fabio Carlos Rosa Bortolotti

O projeto visa demonstrar como as operadoras de planos de saúde podem melhorar e aperfeiçoar a gestão do seu sinistro, afinar a precificação dos contratos e, conseqüentemente, elevar o resultado econômico-financeiro por meio da contratação do resseguro na modalidade "Stop Loss".

O mercado de resseguros é específico para as seguradoras, as quais figuram como cedentes do resseguro, pois há vedação em lei para as operadoras de planos de saúde ressegurarem o risco diretamente com as resseguradoras. Caso houvesse a alteração por parte do legislador na lei para as operadoras também poderem ser cedentes do resseguro, o custo do resseguro para os contratos de planos de saúde seria reduzido. Após a abertura do monopólio instituído pelo governo por meio do Instituto de Resseguros do Brasil – IRB, as resseguradoras atuantes no mercado brasileiro estão buscando formas para ressegurar os contratos de planos saúde. Estas resseguradoras oferecem, por meio dos corretores de seguro, o resseguro para os contratos de planos de saúde na modalidade "Stop Loss".

"O Stop Loss se torna a melhor modalidade de resseguros aplicada aos planos de saúde, nos quais o risco é coberto até um limite proposto entre operadora, resseguradora e cliente, e o que exceder este valor passa a ser coberto pela resseguradora até o limite contratado."

Fabio Carlos Rosa Bortolotti

A Gestão de Sinistro aborda um apanhado do mercado de saúde suplementar no Brasil, suas regulamentações e a agência reguladora do mercado. Aborda, também, o tema de seguro e resseguro e apresenta a aplicabilidade da ferramenta do resseguro na gestão de sinistro das operadoras utilizando tal modalidade.

Roubo Auto 1.0 com Saúde O Seguro do Futuro

Empresa | Corretor PF

Autor | Ricardo Feijó Padilla

Idealizado para apresentar soluções acessíveis aos consumidores de baixa renda, um público que vem crescendo e que tem aumentado o seu poder aquisitivo gradativamente, o projeto prevê a criação de um seguro inédito, simplificado, sem perfil, para veículos nacionais, particulares, de quatro marcas com motorização 1.0 – VW, GM, Fiat e Ford – e fabricação de dez a quinze anos de uso. O seguro contra roubo e/ou furto, com prêmio único, durante 10 meses, concederá ao consumidor o direito à orientação médica por telefone 24h por dia.

Pela proposta, não há necessidade de preenchimento de perfil, sendo feito um trabalho em cima da taxa média. O sucesso da taxa média dependerá da massificação nas vendas, com ponto de equilíbrio estimado na comercialização de mil itens a cada seis meses para o primeiro ano. O volume de indenizações por recuperação, no caso de roubo e/ou furto, será inferior a 1%. Isso reforça o foco do produto, isto é, roubo e/ou furto não localizado, com indenização de 90% da tabela FIPE.

64

"Acreditamos ser fundamental destacar que esse público precisa ser mantido, cativado e recuperado, já que é um cliente fiel e cumpridor de seus compromissos."

Ricardo Feijó Padilla

A construção deste projeto antecipou-se aos complicadores de análises de perfis e sugeriu uma simplificação dos mesmos, com custos idênticos e atraentes para veículos 1.0 com mais de dez anos de fabricação. Em relação à orientação médica, este projeto está propondo a viabilização de um atendimento que tem a preferência do consumidor em potencial. Por meio de conversas informais e de uma pesquisa preliminar, o público alvo não demonstrou interesse em contar com os benefícios das assistências 24h tradicionais, importantes para a grande maioria dos segurados, pois prefere tudo que esteja relacionado à própria saúde e a de sua família.

Seguro Prestamista Guarda Compartilhada

Empresa | Bradesco Vida e Previdência

Autor | Cesar Augusto Cassoni

O projeto configura um seguro próprio para situações em que, na separação ou divórcio de um casal com filhos menores, o juiz determine, com base na Lei 11.698/2008, que ambos são obrigados a cuidar dos filhos na forma de guarda compartilhada. Sem o seguro, na ocorrência de perda de emprego involuntário, invalidez ou morte de um dos separados, uma parcela dos custos da educação dos filhos menores não será honrada. Neste cenário, entra em cena o Seguro Prestamista Guarda Compartilhada garantindo o pagamento do valor assegurado de responsabilidade do segurado. No caso de perda de emprego involuntário, invalidez ou morte desse responsável, o valor integral da mensalidade da escola é coberto.

Com o advento da Guarda Compartilhada determinada pelo juiz no momento da separação, a situação anterior se modifica. A Lei nº 11.698 /2008, que estabelece a guarda compartilhada, entrou em vigor em 15 de agosto de 2008. Essa nova lei dá aos pais, que estiverem em processo de separação, a opção pela guarda compartilhada, onde ambos passam a dividir as responsabilidades e despesas quanto à criação e educação dos filhos por caracterizar um sistema que melhor atende aos interesses da criança (ambos os separados são responsáveis igualmente pela educação dos filhos. Disso resulta que cada um dos separados pagará apenas 50% do valor dos estudos dos filhos).

"O Seguro Prestamista Guarda Compartilhada, portanto, é uma inovação para o desenvolvimento do setor de seguros, pois vem ao encontro de uma nova situação em que vivem os casais com filhos menores que se separam."

Cesar Augusto Cassoni

Conforme determina o artigo 1.583 do Código Civil, com a redação dada pelo § 1º da referida lei, que a guarda compartilhada gera responsabilização conjunta e o exercício de direitos e deveres do pai e da mãe que não vivam sob o mesmo teto, concernentes ao poder familiar dos filhos comuns. Com isso, ambos os pais são responsáveis pela criança, seus estudos, medicamentos, vestuários etc..

Vistoria **Remota** Auto

Empresa | Bradesco Auto/Re

Autores | Simoni Cristina de Aguiar Cavalcanti, Patricia Ribeiro de Barros, Carla Andrea Antunes Gonçalves e Carlos Lima do Nascimento

A vistoria prévia para aceitação do seguro de automóvel é, usualmente, feita por um técnico e possibilita a correta identificação do veículo, tal qual seu estado de conservação, avarias preexistentes, acessórios e modelo. Na Bradesco Seguros, o serviço de vistoria prévia pode ser realizado de forma volante – quando o técnico se dirige ao local informado pelo segurado – ou em postos fixos – quando a vistoria é realizada no posto da prestadora ou no centro automotivo da Bradesco, o Bradesco Auto Center – BAC. Após a análise, o laudo é transmitido com as devidas considerações para que a companhia avalie a aceitação do seguro.

Preocupada com agilidade, redução de custos, fraudes e negativas em áreas com dificuldade de atendimento, a Bradesco detectou a necessidade de inovar quanto ao serviço oferecido de vistoria prévia e buscou, junto ao mercado, novas alternativas de melhorias de processo.

"A ideia é oferecer um serviço prático e inovador, evitando, assim, negativas de atendimentos e captando novos clientes."

Simoni Cristina de Aguiar Cavalcanti

O projeto do aplicativo Vistoria Remota se enquadrou perfeitamente nas expectativas da Bradesco Seguros, por proporcionar uma vistoria veicular ágil, sendo realizada por funcionários autorizados da companhia, alinhado com os princípios de sustentabilidade da empresa, uma vez que gera um laudo completamente digital e reduz a emissão de gás carbônico com os deslocamentos dos prestadores até o local indicado pelo cliente.

XTerra

Empresa | Terra Brasis

Autores | Sofia Nassar Lacerda,

Arthur Sanches, Carlos De Zoppa, Dioniso Araújo,

Felipe Augusto, Gustavo Almeida, Paulo Botti, Paulo Hayakawa,

Priscila Grossi, Ricardo Drizin, Rodrigo Botti

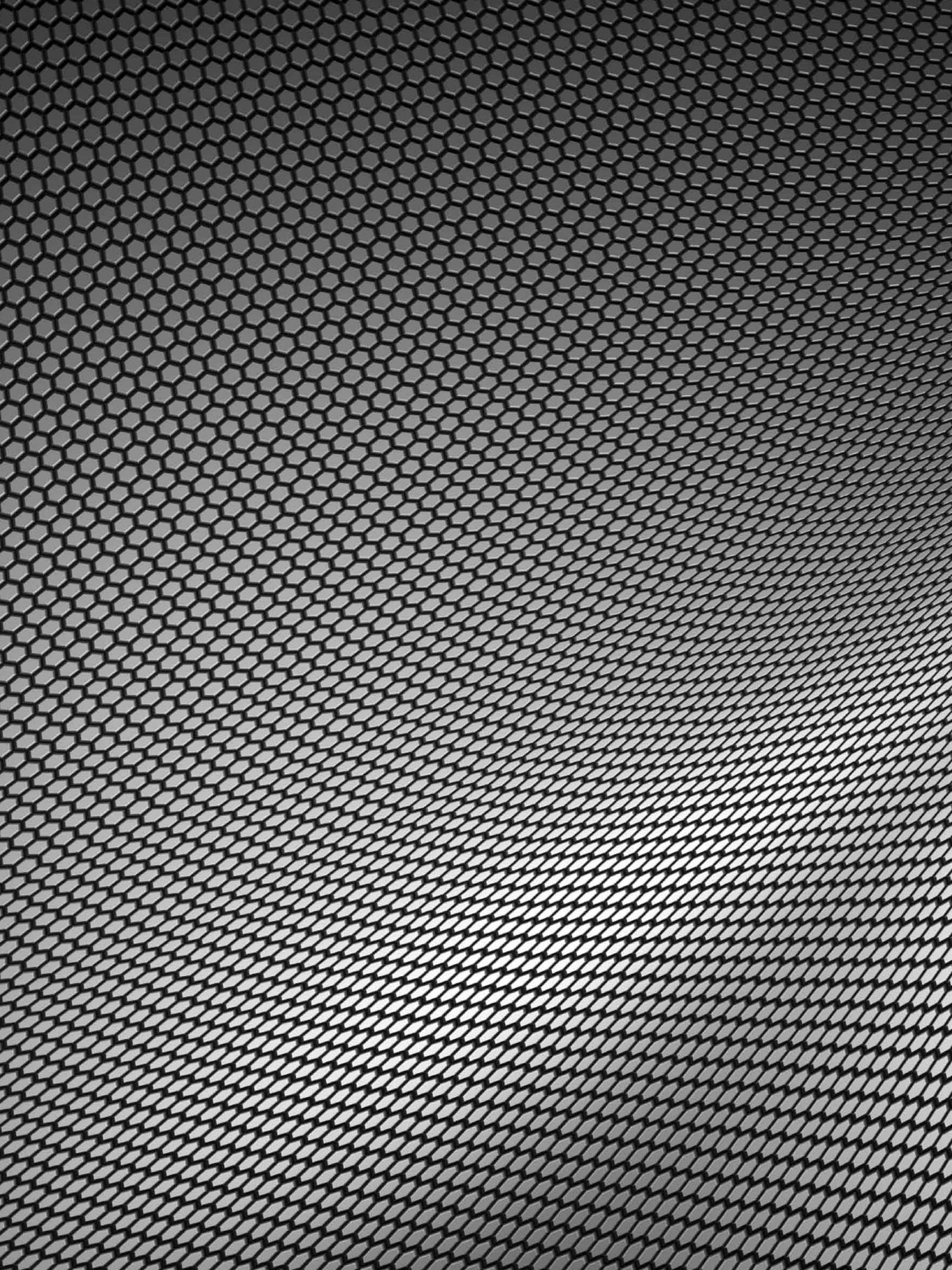
O XTerra desmistifica o cálculo do preço do Resseguro Não Proporcional, criando, com a utilização de modernas técnicas de computação, atuária, estatística e de modelagem gráfica, uma ferramenta eletrônica transparente e amigável que permite calcular a repartição do prêmio entre seguradoras e resseguradoras de acordo com a provável distribuição de sinistros. Ao inovar disponibilizando, pela primeira vez, uma ferramenta de precificação desenvolvida no Brasil, a Terra Brasis espera aprimorar as condições para uma justa negociação entre seguradoras, corretoras e resseguradoras.

Ao contratar um Resseguro Não Proporcional, a preocupação das seguradoras e das resseguradoras é estimar a proporção do prêmio para cada uma das partes. Para um risco de R\$100 mil, por exemplo, no qual a seguradora projeta uma perda máxima de R\$ 20 mil, deve-se verificar a frequência e os valores dos sinistros que provavelmente ocorrerão.

"Esperamos aprimorar as condições para uma justa negociação entre seguradoras, corretoras e resseguradoras."

Sofia Nassar Lacerda

O XTerra usa o método denominado Exposição (*Exposure*), baseado em curvas de distribuição de sinistros envolvendo frequência e severidade, desenvolvidas estatisticamente para vários tipos e tamanhos de risco. Para isto, oferece ao subscritor a escolha entre várias curvas pré-formatadas, e adicionalmente oferece a possibilidade de usar uma curva de distribuição de sinistros criada por ele.





CNseg

Confederação Nacional das Empresas
de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida,
Saúde Suplementar e Capitalização

www.premioseguero.com.br

 InovacaoemSeguros