

RELATÓRIO FINANCEIRO & CLASSIFICAÇÃO DE RISCO

Marítima
seguros

Classificação: Cor Azul
Muito Boa

Exercício 2013

RELATÓRIO FINANCEIRO & CLASSIFICAÇÃO DE RISCO

Exercício 2013

Marítima
seguros

Grupo Marítima Seguros

Classificação: **Cor Azul** - Muito Boa

Relatório

1. Institucional

2. Análises Econômica e Financeira

2.1 Evolução

2.2 Total

2.3 Carteira de Seguros

2.4 Investimentos e Liquidez

2.5 Despesas Administrativas e Capitalização

3. Análise Estratégica

3.1 Produtos

3.2 Tecnologia e Recursos Humanos

3.3 Ouvidoria, Códigos de Ética e de Denúncias

3.4 Marketing

RESPONSÁVEL TÉCNICO



RATING DE SEGUROS

A empresa Rating de Seguros foi criada há 10 anos, tendo se especializado em realizar estudos e análises econômicas sobre o mercado segurador brasileiro. Entre os seus clientes, estão as maiores empresas do setor (seguradoras, corretoras, entidades sindicais, etc). O seu “site”, com diversos estudos gratuitamente disponíveis ao público, tem uma média de 8 mil acessos/mês.

Critérios

O objetivo deste estudo é expressar uma opinião sobre os níveis de gerenciamento e de risco desta seguradora, a partir das análises quantitativa e qualitativa de seus dados econômicos - públicos e internos -, já previamente auditados e fiscalizados, tanto por empresa terceira, como pelo próprio poder público.

Dependendo da conclusão obtida, a situação é qualificada em 7 possibilidades distintas, segundo o padrão da tabela abaixo:

Classificação dos Riscos	
	AZUL (Muito Boa)
	VERDE★ (De Boa para Muito Boa)
	VERDE (Boa)
	AMARELA★ (De Regular para Boa)
	AMARELA (Regular)
	VERMELHA★ (De Deficiente para Regular)
	VERMELHA (Deficiente)

Apesar do detalhamento dos critérios empregados, este trabalho não deve ser interpretado como garantia de solvência ou indicação de realização (ou rompimento) de qualquer contrato, seja com esta companhia avaliada ou com outras.

Ressaltamos que, embora tenha sido feito todo o esforço possível neste estudo, não podemos nos responsabilizar pela correção plena de qualquer uma das informações aqui divulgadas.

Resumo

A) Evolução da Avaliação

	Cor ("Rating")	Qualificação
 Dezembro / 2008	Azul	Muito Boa
 Dezembro / 2009	Azul	Muito Boa
 Dezembro / 2010	Azul	Muito Boa
 Dezembro / 2011	Azul	Muito Boa
 Dezembro / 2012	Azul	Muito Boa

B) Cenário Estratégico - Principais Características

- A seguradora é tradicional no mercado brasileiro, sobretudo nas áreas de veículos e saúde. Nos últimos anos, tem crescido muito de participação na área de seguro patrimonial e pessoas.
- Nos últimos anos, a companhia tem tido boas margens de rentabilidade.
- A empresa tem excelente imagem junto aos seus clientes e corretores, fato comprovado pelas premiações que vem recebendo nos últimos anos.
- A empresa conta com equipe de funcionários competente e experiente, que permite projetar margens de rentabilidade positivas.
- Em janeiro de 2013, foi firmado acordo para aquisição pelo Grupo SOMPO JAPAN, através da Yasuda Seguros S.A., de parte das ações detidas pelo Grupo Vidigal na Marítima Seguros S.A. A partir da assinatura do acordo, o Grupo SOMPO JAPAN passará a ser o único controlador. Após a aquisição de parte das ações detidas pelo Grupo Vidigal, a Marítima Seguros S.A. e Yasuda Seguros S.A. continuarão a ser duas empresas com operações independentes, pertencentes ao Grupo SOMPO JAPAN, sendo a primeira voltada para o segmento de massificados e a segunda com atuação forte no segmento corporativo do mercado segurador brasileiro. Posteriormente, serão definidas estratégias de colaboração e sinergia entre ambas, de forma a executar as ações operacionais de maneira mais eficiente, com o objetivo de ampliar a participação no mercado
- A companhia tem ampliado e fortalecido as práticas de gestão, de controles internos e de marketing.

1 - Institucional

Empresas do Grupo

Marítima Seguros S. A.
Marítima Saúde Seguros S. A.

Presidente/Diretores

Marítima Seguros S/A
Francisco Caiuby Vidigal

Sede

Rua Coronel Xavier de Toledo, 114 e 140
São Paulo-SP
CEP 01048-902

Auditores Externos

KPMG Auditores Independentes

Telefone

(11) 3156-1000

Site

www.maritima.com.br

Fundado em 1943, o grupo Marítima é um dos mais importantes do setor, atuando em diversos tipos de ramos. Em 2009, a Marítima Seguros celebrou acordo de compartilhamento de seu controle acionário com o grupo Sompo Japan. O negócio implicou em uma capitalização da Marítima Seguros em R\$ 200 milhões e oferta privada para aquisição das ações dos minoritários pelo mesmo valor por ação da capitalização, o que fez com que a operação fechasse em quase R\$ 330 milhões.

Em janeiro de 2013, foi firmado acordo para aquisição pelo Grupo SOMPO JAPAN, através da Yasuda Seguros S.A., de parte das ações detidas pelo Grupo Vidigal na Marítima Seguros S.A.

A partir da assinatura do acordo, o Grupo SOMPO JAPAN passará a ser o único controlador. Após a aquisição de parte das ações detidas pelo Grupo Vidigal, a Marítima Seguros S.A. e Yasuda Seguros S.A. continuarão a ser duas empresas com operações independentes, pertencentes ao Grupo SOMPO JAPAN, sendo a primeira voltada para o segmento de massificados e a segunda com atuação forte no segmento corporativo do mercado segurador brasileiro.

Atualmente, o Grupo Marítima tem as seguintes prioridades estratégicas para os próximos anos, conforme a tabela 1.

Tabela 1 - Planejamento Estratégico - Marítima Seguros

Descrição
<ul style="list-style-type: none"> • Aumentar a conscientização da sua proposta de valor perante seus parceiros estratégicos • Inserir padrões de serviços consistentes em todas as interações com seus corretores e segurados • Refinar a linha de produtos e serviços criando soluções inovadoras e adaptando a linha atual à evolução das necessidades do consumidor de seguros • Expandir e fortalecer o canal de distribuição através de treinamento, ferramentas de apoio, programas de relacionamento e incentivo • Fortalecer a comunicação da marca para atingir uma maior audiência e maior reconhecimento • Melhorar a eficiência operacional através da modernização tecnológica visando competitividade e agilidade • Desenvolver e fortalecer o capital intelectual, visando à criação de competências essenciais e forte liderança dos gestores.

No final de 2011, a Companhia iniciou o Projeto CSC - Central de Soluções Corporativas, com o objetivo de melhorar a eficiência operacional, bem como reduzir suas despesas administrativas com o intuito de tornar-se mais competitiva no mercado. A previsão para sua conclusão é de 3 anos.

O Grupo Marítima continua desenvolvendo esforços no sentido de fortalecer cada vez mais a sua Governança Corporativa. Para garantir a eficácia em seus processos a Companhia conta com uma estrutura que vem sendo aprimorada, destacando-se como principais ações, conforme a tabela 2.

Tabela 2 - Medidas Internas Governança Corporativa - Marítima Seguros

Objetos	Características
Controles Internos	<ul style="list-style-type: none"> • Fortalecimento de uma estrutura de Controles Internos, Compliance e Gestão de Riscos.
Auditoria Interna	<ul style="list-style-type: none"> • Contratação de empresa externa, com o objetivo principal de efetuar testes de aderência dos controles internos mapeados
Criação de Comitês	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de vários comitês visando o aprimoramento e estudos internos para apoiar a tomada de decisões de forma conjunta, bem como, formalizar as práticas de governança e o acompanhamento dos resultados.

Em 2012, o grupo Marítima fez uma série de realizações, visando alcançar os aspectos citados no seu planejamento. Esses fatos (que ainda serão mais detalhados) podem ser avaliados na tabela 3.

Tabela 3 - Medidas Estratégicas Específicas – 2012 - Marítima Seguros

Medidas

- Investimentos em tecnologia: Projeto CSC
- Campanha de Marketing - Bom te ver bem!
- Crescimento da participação nas Redes Sociais
- Expansão da empresa através da abertura das filiais de Recife, Goiânia e Brasília. Além disso, realocação de unidades para novas instalações, ampliadas e mais adequadas (Porto Alegre, Curitiba, Maringá)
- Automóvel - Criação do primeiro Centro Automotivo
- RH - Inclusão social de portadores de necessidades especiais

Na tabela 4, as principais premiações recebidas pela companhia nos últimos anos, uma sinalização importante do setor.

Tabela 4 - Premiações 2010 a 2012



2010

- Prêmio de Melhor Performance na Carteira de Seguro de Automóvel promovido pela XIII Edição do Prêmio Cobertura Performance 2010.
- Prêmio de Melhor Seguradora de Vida Coletiva do ano promovido pelo Clube Vida em Grupo (CVG-RJ)
- Prêmio de Melhor Seguradora do estado do Paraná no segmento Vida (Prêmio Pinhão de Ouro) promovido pelo CVG/PR.
- Prêmio de Melhor Seguradora em produtos do segmento Vida, promovido pelo Clube dos Corretores de Seguros da Costa da Mata Atlântica que abrange a baixada santista.
- A Marítima Seguros é contemplada mais uma vez com o “Troféu Gaivota de Ouro”, desta vez em quatro modalidades: Excelência em Seguro Empresarial para Riscos Especiais, Excelência na Carteira de Automóvel com o produto Auto Mensal, Excelência em Maior Rapidez na Liquidação de Sinistros, Excelência em Melhor Atendimento aos Corretores de Seguros

2011

- Prêmio Segurador Brasil, nas categorias: “melhor desempenho de seguro individual”, “melhor desempenho em seguro condomínio”, “melhor desempenho em seguro de riscos diversos”.
- Troféu Gaivota de Ouro, em “maior rapidez em liquidação de sinistros”, “melhor atendimento aos corretores de seguros”

2012

- Prêmio Segurador Brasil, nas categorias “Melhor Desempenho em Seguro de Vida Individual”, “Melhor Desempenho em Seguro Condomínio” e “Melhor Desempenho em Seguro de Riscos Diversos”.
- “Troféu Gaivota de Ouro”, em duas modalidades, Excelência em Maior Rapidez na Liquidação de Sinistros e Excelência em Melhor Atendimento aos Corretores de Seguros

2 - Análises Econômica e Financeira

2.1 Evolução

Na tabela 5, observa-se que o faturamento do Grupo Marítima em 2012 foi de R\$ 1.629 milhões (Prêmios de Seguros). As carteiras de automóvel e riscos especiais lideram os negócios.

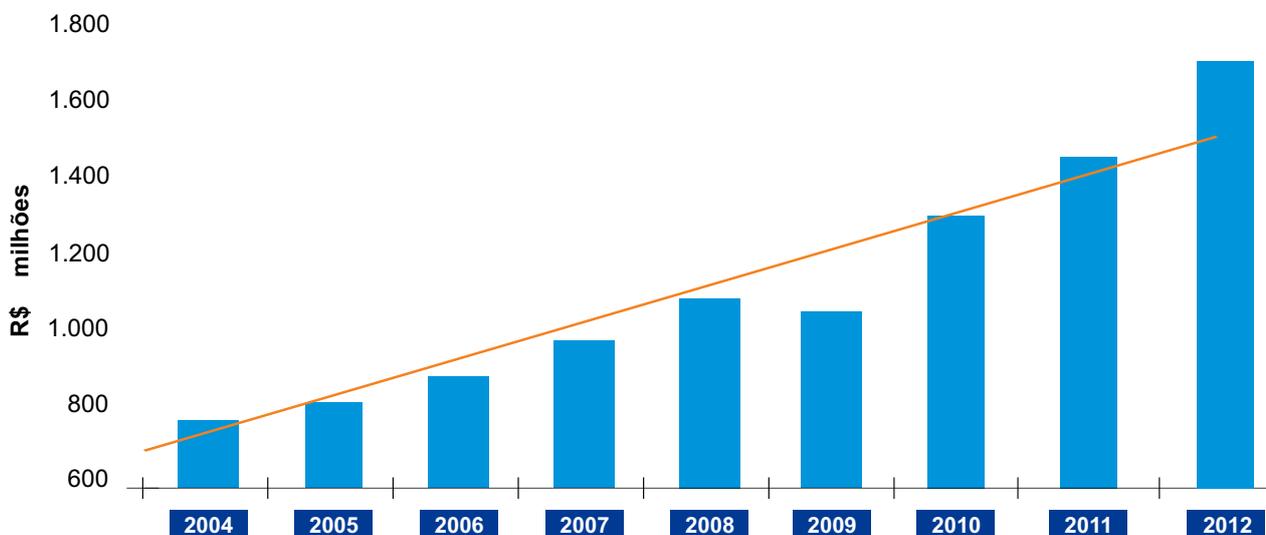
Tabela 5 - Distribuição da Receita - Grupo Marítima Seguros
Prêmios de Seguros - Composição %

% Perfil Faturamento	2008	2009	2010	2011	2012
AUTOMÓVEL	40%	36%	32%	35%	34%
SAÚDE	29%	29%	27%	26%	27%
PESSOAS	4%	4%	5%	5%	5%
RISCOS ESPECIAIS*	27%	31%	36%	34%	33%
Total	100%	100%	100%	100%	100%
Faturamento (R\$ milhões)	1.081,2	1.063,5	1.268,0	1.441,0	1.628,9

* Inserido seguro obrigatório DPVAT

No gráfico 1, uma evolução da receita da companhia. Desde 2009, a sua variação de crescimento tem sido acima da variação inflacionária do período.

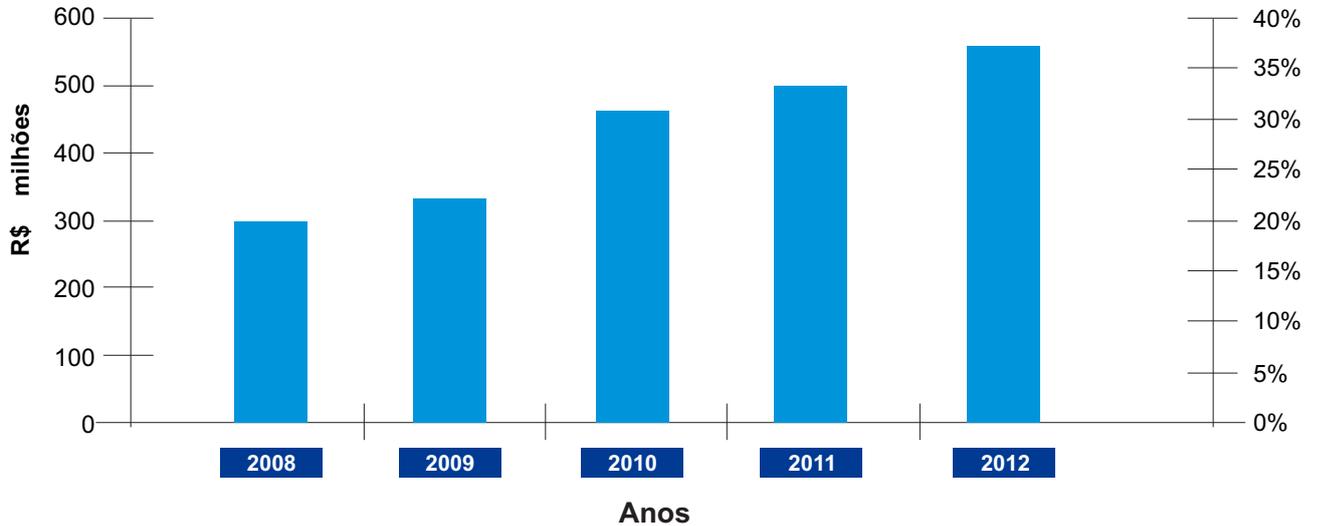
Gráfico 1 - Evolução da Receita - Grupo Marítima Seguros



Na evolução do perfil da sua receita, outro aspecto importante foi o crescimento da participação no segmento de Riscos Especiais nos últimos anos, aumentando a sua participação na carteira da seguradora.

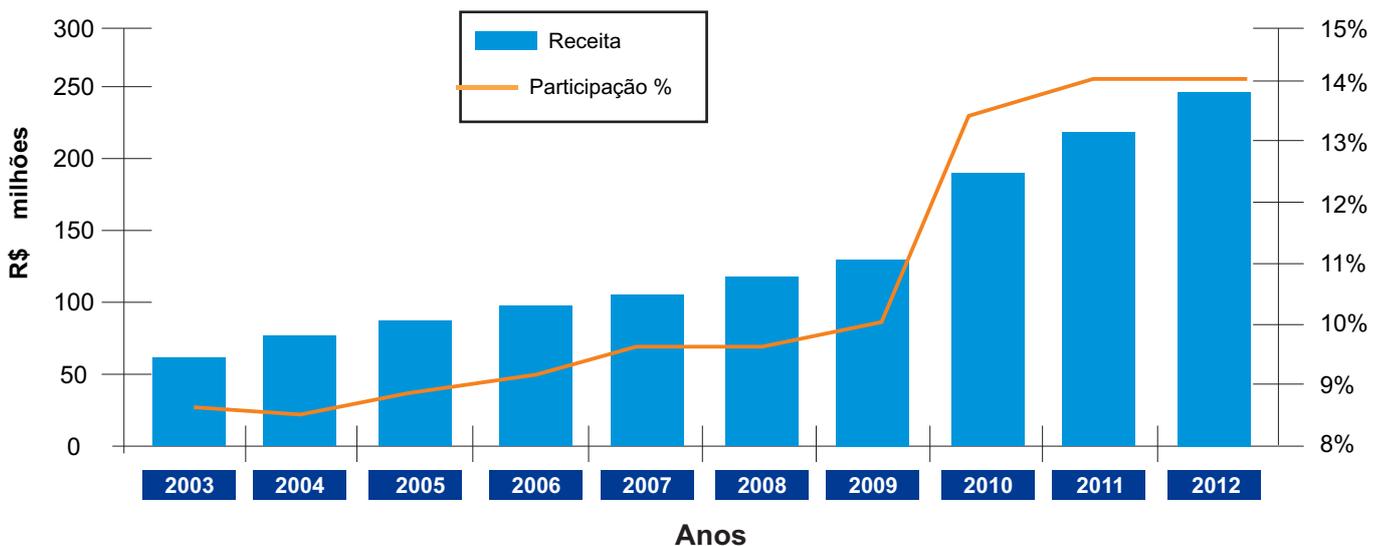
Ver essa situação no gráfico 2.

Gráfico 2 - Receita e Participação na Carteira - Riscos Especiais



Na composição da carteira de Riscos Especiais, o seguro mais importante é o de Riscos Empresariais. No gráfico 3, uma evolução deste negócio, junto com a participação no mercado. Em 2012, a receita específica desse ramo chegou a quase R\$ 243 milhões, com mais de 14% de participação na carteira da empresa.

Gráfico 3 - Receita Seguro Empresarial e Participação no mercado



Embora atuando em todo o Brasil, com diversas filiais, inspetorias e sucursais, a seguradora tem as suas operações concentradas no Estado de São Paulo.

2.2 Total

Em 2011, um fato importante foi a mudança contábil das seguradoras, conforme determinado pela Susep, o que dificulta algumas análises históricas. Uma alteração relevante foi a abertura de uma conta específica de resultado de resseguro.

Em vista disso, os dados expostos completos só são retroativos ao último ano. As tabelas 6 e 7, dadas a seguir, apresentam o perfil de rentabilidade da empresa

Tabela 6 - Dados Contábeis
Grupo Marítima Seguros
(Marítima Seguros + Marítima Saúde)

Contas - R\$ milhões	2011	2012
Prêmios Ganhos (PG)	1.390,8	1.585,5
Sinistros Ocorridos (SO)	(895,4)	(996,3)
Custos de Aquisição (CA)	(288,9)	(308,8)
Out. Rec / Desp. Operacionais (ORD)	17,5	(21,9)
Resultado Resseguro (RR)	(2,0)	0,0
Desp. Administrativas + Tributos (DA)	(280,9)	(335,9)
Res. Investimentos (RI)	106,8	116,3
Resultado Operacional (RO)	47,9	38,9
Ganhos Ativos N Correntes (GNC)	(0,6)	0,0
Res. antes Tributos	47,3	38,9
Tributos e Participações (T)	(19,8)	(10,7)
Lucro Líquido (LL)	27,5	28,2
Patrimônio Líquido (PL)	380,4	412,9

Tabela 7 - Indicadores Econômico
Financeiros de Rentabilidade
Grupo Marítima Seguros

Indicadores - %	2011	2012
PG/PG	100,0%	100,0%
SO/PG	-64,4%	-62,8%
CA/PG	-20,8%	-19,5%
ORD/PG	1,3%	1,4%
RR/PG	-0,1%	0,0%
DA/PG	-20,2%	-21,2%
RI/PG	7,7%	7,3%
RO/PG	3,4%	2,5%

Indicadores - %	2011	2012
LL/PL	7,2%	6,8%
LL/PG	2,0%	1,8%

Em 2012, a empresa continuou com as suas margens de rentabilidade positivas.

A seguir, a evolução da sua lucratividade e do seu Patrimônio Líquido, nos gráficos 5 e 6.

Gráfico 5 - Lucro Líquido/Patrimônio Líquido

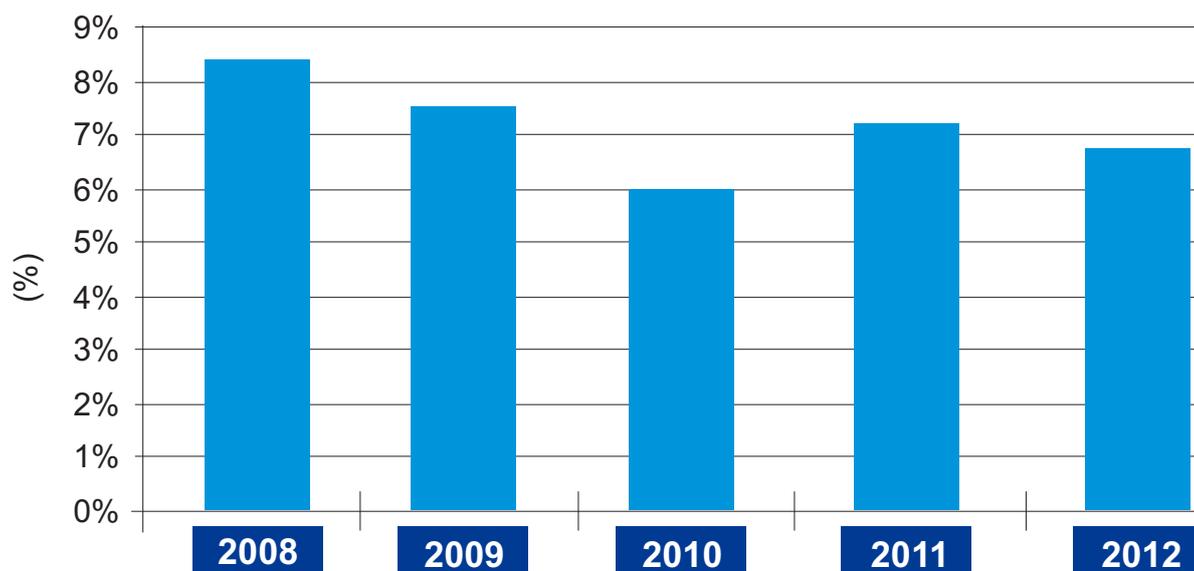
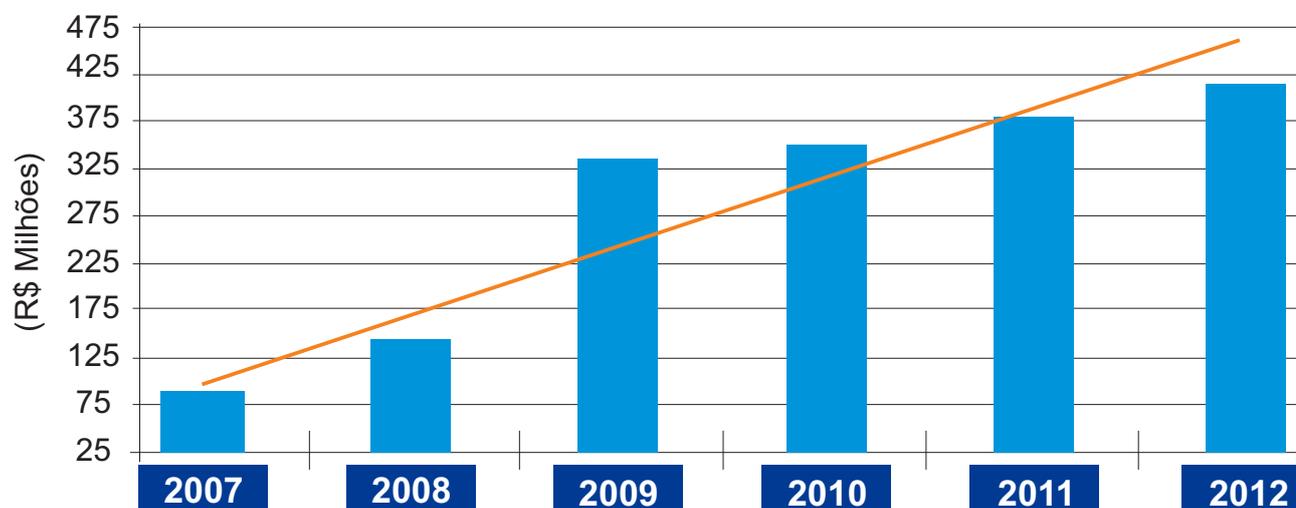
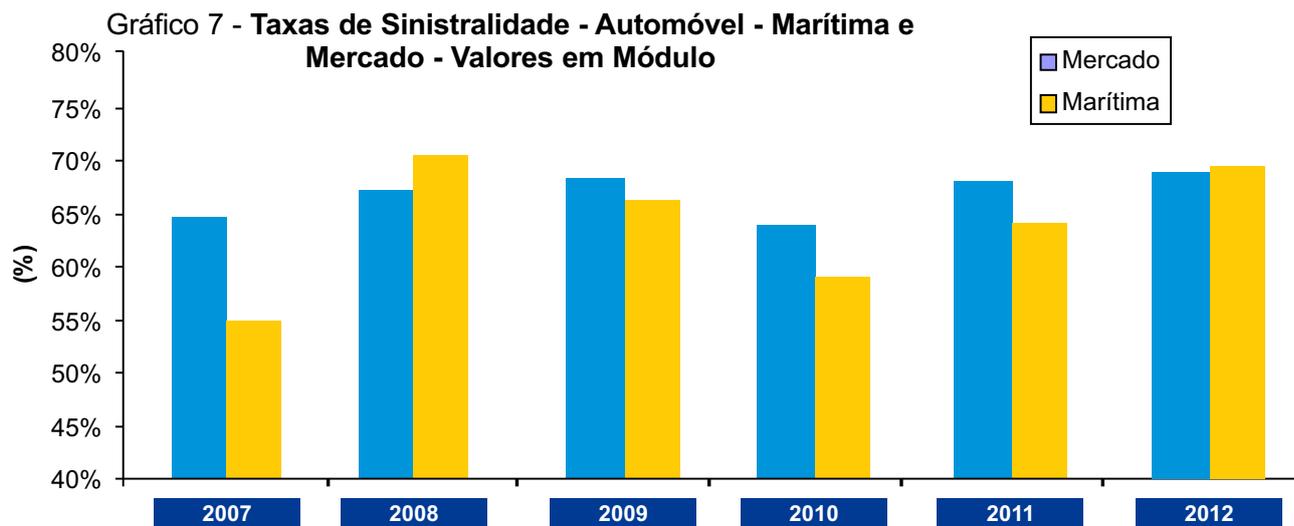


Gráfico 6 - Evolução do Patrimônio Líquido

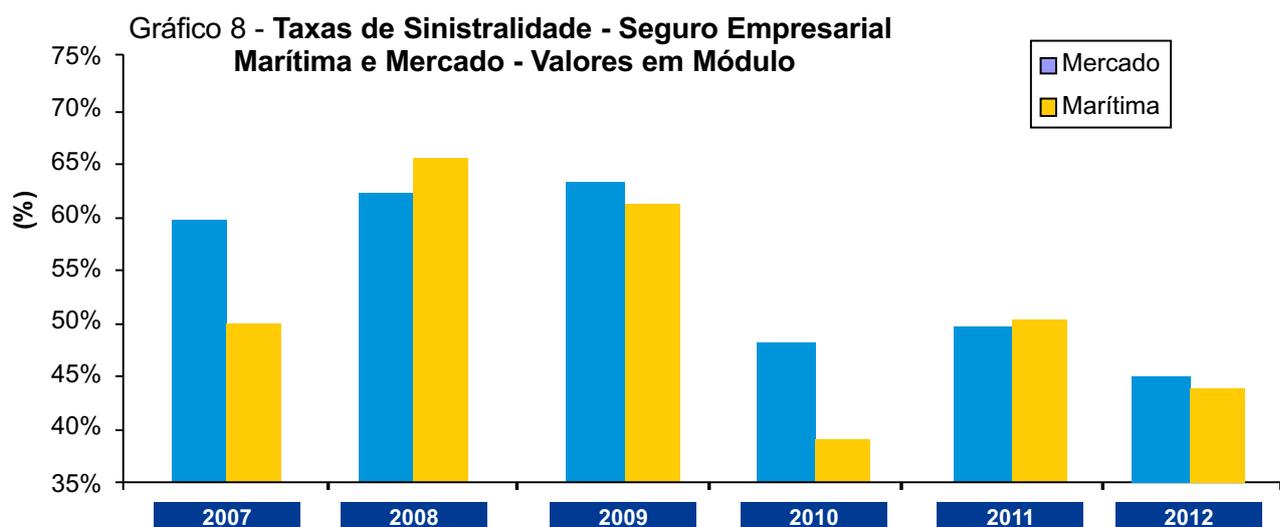


2.3 Carteira de Seguros

As três principais carteiras da companhia são a de automóvel, saúde e riscos empresariais. Inicialmente, no gráfico 7, um comparativo da evolução das taxas de sinistralidade do ramo automóvel (por exemplo, no segmento casco). Observar que, a taxa da Marítima é, na maioria das vezes, melhor ou igual do que a média do mercado.



Outro ramo importante da companhia é o ramo empresarial. Uma análise similar é feita e mostrada no gráfico 8. Com poucas exceções, a superioridade da carteira da Marítima se repete.



2.4 Investimentos e Liquedez

Com o objetivo de medir a qualidade de seus investimentos, apresentamos, na tabela 8, valores e indicadores relacionados ao Resultado Financeiro da companhia Marítima Seguradora, a principal do grupo.

Tabela 8 - Investimentos Dados Contábeis - Grupo Marítima Seguros

Contas - R\$ milhões	2010	2011	2012
Imobilizado	19,6	24,1	20,9
Resultado Financeiro	83,5	99,1	99,8
Aplicações Financeiras	695,8	692,1	751,2
Ativo	1.261,1	1.485,5	1.582,4
Indicadores - %	2010	2011	2012
Imobilizado/Ativo	1,5%	1,6%	1,3%
Aplicações/Ativo	49,9%	46,6%	47,5%
Imobilizado/Aplicações	3,1%	3,5%	2,8%
Res. Financeiro/Aplicações	13,3%	14,3%	13,3%

Em relação aos valores apresentados, destacam-se os seguintes pontos.

Com relação aos ativos para aplicação, a Marítima Seguradora é favorecida pelo seu baixo nível de imobilização (indicador Imobilizado/Ativo). Ao todo, menos de 1,5%.

No que se refere às margens de rentabilidade dos seus ativos financeiros, a seguradora segue em um nível satisfatório, dentro do padrão de mercado.

2.4 Despesas Administrativas e Capitalização

A seguir, apresentamos gráfico 9, com a evolução do indicador DA/PG do grupo Marítima Seguros.

Pela análise, constatamos que o indicador DA/PG diminuiu no período, pela escala nas vendas.

Gráfico 9 - Despesas Administrativas/Prêmios Ganhos
Marítima Seguros

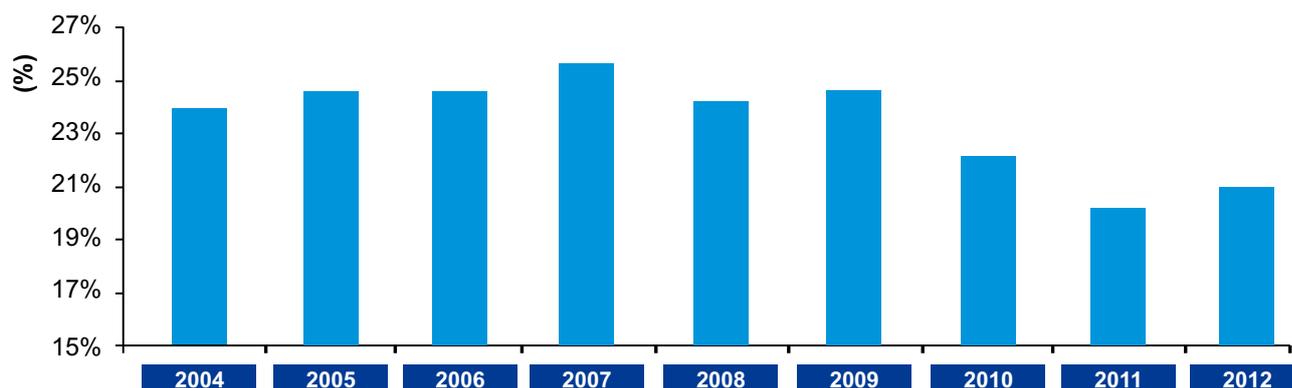


Tabela 9 - Despesas Administrativas - Dados Contábeis - Grupo Marítima Seguros

Contas - R\$ milhões	2008	2009	2010	2011	2012
Prêmios Retidos (PR)	722,2	707,5	876,8	1.039,4	1.173,1
Sinistros Retidos (SR)	378,5	404,2	450,7	531,4	621,4
Ativo Permanente (AP)	121,7	153,0	34,7	35,3	40,5
Patrimônio Líquido (PL)	145,5	343,5	352,7	382,8	413,0
Ativo (A)	957,5	1.126,1	1.261,1	1.485,5	1.582,4

Indicadores - %	2008	2009	2010	2011	2012
PL/PR	20,1%	48,6%	40,2%	36,8%	35,2%
PL/SR	38,4%	85,0%	78,3%	72,0%	66,5%
AP/PL	83,6%	44,5%	9,8%	9,2%	9,8%

Em 2009, o fato mais importante foi o aporte de capital realizado, devido à entrada de um novo sócio da empresa, conforme já comentado anteriormente. A diferença, neste caso, foi grande. Por exemplo, o indicador PL/PR passou de um patamar de 20% para em torno de 35% a 40%, o que garante mais tranquilidade para a seguradora na administração de seus negócios.

3 - Análise Estratégica

A estratégia da Marítima foi analisada em tópicos, como se observa a seguir.

3.1 Produtos

Historicamente, a seguradora Marítima tem tentado diversificar o seu leque de produtos, diminuindo a sua participação nos seus ramos tradicionais (automóvel e saúde) Este aspecto é um ponto importante, quando analisamos e projetamos os seus resultados futuros.

Atualmente, os produtos oferecidos pela Marítima podem ser divididos em quatro tipos, conforme indica a tabela 10.

Tabela 10 – Produtos – Grupo Marítima Seguros

Tipos	Produtos
Automóvel	• Auto Convencional, Auto Mensal, Auto Perfil
Saúde	• Saúde Empresarial, Saúde Pequena e Média Empresa
Riscos Especiais	• Residencial, Condomínio, Empresarial, Imobiliário, Equipamentos, Náutico, Engenharia, Garantia, Demais Ramos
Pessoas	• Individual e Empresa

Na área de automóveis, uma novidade importante em 2011 foi a criação do Centro Automotivo, conforme vemos os detalhes na tabela 11

Tabela 11 - Novidades – Centro Automotivo – Marítima Seguros

Descrição
<ul style="list-style-type: none"> • Leva ao segurado toda a comodidade e segurança que ele procura, seja na hora da manutenção ou no momento do sinistro do seu veículo.
<ul style="list-style-type: none"> • Os serviços mais procurados são vistorias prévias e de sinistros, balanceamento, alinhamento, cambagem e serviços de vidros, além de reparos nos veículos que sofreram algum tipo de colisão.

Recentemente, a empresa passou a operar de forma mais intensa no ramo de pessoas, com um bom desenvolvimento em suas operações. Esta estratégia da seguradora Marítima se baseou em três pilares principais: assessoria permanente, produtos inovadores e tecnologia.

Na tabela 12, mais detalhes desta estratégia.

Tabela 12 - Seguro de Pessoas – Pilares Principais

Pilares	Características
Assessoria Permanente	<ul style="list-style-type: none"> • Presença constante de corretores • Informação constante das diretrizes oficiais neste segmento • Treinamento em produtos, venda consultiva e planejamento estratégico • Palestras motivacionais
Produtos Inovadores	<ul style="list-style-type: none"> • Desenvolvimento de produtos novos para o segmento • Exemplo, o lançamento de planos individuais vitalícios onde todas as cláusulas e coberturas são garantidas por toda a vida do segurado
Tecnologia	<ul style="list-style-type: none"> • Utilização da ferramenta <i>Kit Corretor Consultor</i>, que permite calcular o capital segurado ideal de proteção • Corretor como consultor • Processos baseados em conhecimento de mercado/consumidores • Processos flexíveis

Na tabela 13, alguns detalhes da área de seguros de equipamentos.

Tabela 13 – Seguro de Equipamentos – Características Seleccionadas

Características	Características
Tipos de Bens Seguráveis	<ul style="list-style-type: none"> • Equipamentos Móveis; Equipamentos Acoplados a Veículos; Equipamentos Estacionários; Equipamentos Rurais: Benfeitorias e Penhor Rural; Equipamentos em Exposição.
Seguros de Equipamentos Rurais	<ul style="list-style-type: none"> • Benfeitorias: Perdas e danos aos bens relacionados às atividades agrícola, pecuária, aquícola e florestal que não tenham sido oferecidos em garantia de operações de crédito. • Penhor Rural: Perdas e/ou danos causados aos bens relacionados às atividades agrícola, pecuária, aquícola ou florestal, que tenham sido oferecidos em garantia de operações de crédito rural, identificados e caracterizados na apólice de seguros e no instrumento de crédito rural, através de Instituições Financeiras Privadas.
Coberturas Adicionais	<ul style="list-style-type: none"> • Danos Elétricos; Pagamento de Aluguel a Terceiros; Responsabilidade Civil (Equipamentos Móveis e Rurais); Equipamentos Operação Proximidade de Água (Equipamentos Rurais)

3.2 – Tecnologia e Recursos Humanos

Em 2011, um tópico importante na área tecnológica foi o projeto CSC.

O objetivo de implantação de uma única plataforma tecnológica, o sistema SAP. O SAP é um sistema integrado de gestão empresarial transacional, caracterizando-se por atender a demanda de diversos setores de uma mesma empresa e por ter seus dados integrados em uma única base de dados, contemplando a empresa como um todo e é dividido em módulos, onde cada módulo corresponde a uma área específica

Fazem parte deste Projeto a Marítima, a TIVIT – consultoria responsável pela implantação, configuração, e gestão do Projeto em conjunto com a Marítima e também, a SAP – empresa responsável pela plataforma tecnológica ERP SAP. Com isso, a empresa irá melhorar a sua eficiência operacional, reduzir suas despesas administrativas, tornando-se mais competitiva no mercado. A previsão para sua conclusão é de 3 anos.

Na tabela 14, mais características.

Tabela 14 – Projeto CSC – Marítima Seguros

Características	Características
Escopo	<ul style="list-style-type: none"> • Implementação, Suporte e Manutenção do SAP. • Neste projeto, todos os processos utilizados no dia a dia, serão revisados, inovados e traduzidos para serem transportados para esta nova plataforma, tendo como direcionadores os drivers do projeto definidos pela Marítima: Eficiência, Qualidade e Governança.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • Implantar o modelo operacional de um Centro de Soluções Corporativas em sintonia com a estratégia da empresa para atingir Agilidade Organizacional e Inovação de processos obtendo redução de custo (Despesa Administrativa), eficiência operacional com conseqüentes ganhos de escala, mitigação de riscos operacionais /regulatórios, tornando a empresa mais competitiva e agressiva para aumento de Produção.
Premissas	<ul style="list-style-type: none"> • A responsabilidade do gerenciamento do projeto é compartilhada entre a MARÍTIMA e a TIVIT. • Garantir a integração entre as Fases do projeto e o melhor reaproveitamento de esforços. • Executivos precisam liderar a mudança através do exemplo, motivando suas equipes para alcançar uma história de sucesso e oferecendo modelos de competência para isso.

A Companhia encerrou o ano de 2012 com 1.345 funcionários na Marítima Seguros.

Nesse período, houve 3.799 treinamentos a funcionários e um total de 13.610 corretores independentes participando de treinamentos nos ramos de Automóvel, Ramos Elementares, Saúde, Vida e técnicas de vendas

3.3 – Ouvidoria, Códigos de Ética e de Denúncias

Em outubro de 2012, a ouvidoria do Grupo Marítima completou 8 anos de existência. Nesse período, tornou-se um importante canal de comunicação onde os segurados e corretores podem manifestar suas opiniões e críticas sobre produtos e serviços, contribuindo

Na tabela 15, números e indicadores importantes na área de Ouvidoria

Tabela 15 – Indicadores – Ouvidoria - Marítima Seguros

Indicadores	2009	2010	2011	2012
Demandas	573	544	759	622
% Considerado Procedente e Atendido	51%	63%	70%	65%

Outros aspectos importantes nessa área.

Código de Ética:

Visa nortear as atividades da Companhia coibindo as práticas desleais e abuso de poder nas relações de consumo, a fim de fortalecer as relações de confiança, honestidade e respeito.

Canal de denúncias:

Os Canais de Denúncia da Marítima tem como objetivo receber denúncias diretas ou anônimas, relacionadas à violação ao Código de Ética, operações suspeitas de fraude e dos crimes de lavagem de dinheiro e informações acerca de eventual descumprimento de dispositivos legais e normativos aplicáveis à Seguradora.

Os Canais de Denúncia estão disponíveis a todos os colaboradores, segurados, prestadores de serviços, terceiros, corretores de seguros e outros interessados. A denúncia pode ser realizada através de telefone, intranet e internet, sendo garantido o anonimato ao denunciante.

3.5 - Marketing

Através de Pesquisas de conhecimento constatou-se a necessidade estratégica de uma maior exposição da marca Marítima, o que veio a originar uma campanha estratégica de divulgação para reforçar seu conhecimento junto ao consumidor final e conseqüentemente ajudar a alavancar as vendas.

Como parte dessa campanha estratégica criou-se o mote “Bom te ver bem”, uma importante decisão da área de marketing em 2011.

Como estratégia de divulgação, optou-se por começar o trabalho com o público interno da companhia, com uma série de ações internas promovendo o bem-estar no ambiente de trabalho e disseminando o conceito para fora. Em paralelo, iniciou-se uma série de textos com o conceito junto a vários canais das redes sociais, além de uma campanha de rádio nacional.

Para o segmento específico de seguros, o “Bom te ver bem” também foi tema da Marítima na XVI Exposeg, o maior evento nacional do setor de seguros, o que gerou também uma divulgação muito grande.

Publicamente, o conceito “Bom Te Ver Bem” foi apresentado durante um piquenique promovido para blogueiros no Museu de Arte Moderna de São Paulo (MAM). Já no lançamento, a iniciativa que irá orientar as ações voltadas aos diversos públicos com os quais a companhia se relaciona, esteve entre os Trend Topics do Twitter. Um grupo de profissionais de São Paulo, que têm blogs com perfis diversos como Sustentabilidade, Bem Estar & Qualidade de Vida, Casa & Estilo, Automóveis, Consumo, entre outros; participaram do encontro. Os executivos deram detalhes da iniciativa e abordaram temas como a importância das pessoas conhecerem a função social do seguro e como pequenas atitudes no dia-a-dia podem fazer toda a diferença para a qualidade de vida das pessoas e evitar a ocorrência de imprevistos.

Esse novo conceito também já conta com ativação por meio de canais como Twitter (@maritimaseguros), Facebook, Flickr (imagem), SoundCloud (áudio) e Youtube (vídeos). A empresa também estruturou uma campanha que, além de ações nas redes sociais, também terá veiculação de jingle com veiculação nas rádios CBN e Bandeirantes, distribuição de materiais para as filiais e corretores, entre outras iniciativas que acontecerão durante todo o ano. e materiais para as filiais e corretores, entre outras iniciativas que acontecerão durante todo o ano.



Marítima
seguros

MARÍTIMA SEGUROS
Rua Cel. Xavier de Toledo, 114 - Capital - São Paulo
CEP: 01048-902
www.maritima.com.br