

ANÁLISE ECONÔMICA

METROPOLITAN LIFE SEGUROS E PREVIDÊNCIA PRIVADA S.A.

CLASSIFICAÇÃO: COR AZUL

Muito Boa

Março/2011

2011

MetLife[®]

CRITÉRIOS

Este estudo foi realizado com o objetivo de identificar os níveis de gerenciamento e de risco da seguradora MetLife no Brasil. Sua elaboração se deu a partir de análises quantitativa e qualitativa dos dados econômicos da empresa (públicos e internos), que já foram auditados e fiscalizados previamente, tanto por uma consultoria especializada como pelas instituições que regulamentam o segmento.

A tabela a seguir mostra as sete qualificações finais que podem ser alcançadas, dependendo da conclusão obtida pelo estudo:

QUALIFICAÇÃO

-  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)

IMPORTANTE Apesar de os critérios empregados serem bastante detalhados, 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.

Também é importante notar que o autor deste estudo não pode se responsabilizar pela completa correção de qualquer informação divulgada, apesar de todo o esforço empreendido na elaboração deste relatório.

Empresa avaliada: METROPOLITAN LIFE SEGUROS E PREVIDÊNCIA PRIVADA S.A.

Sede: Av. Eng. Luís Carlos Berrini, 1.253/8º andar, São Paulo-SP, 04571-010

Telefone: (011) 5501-9700

Site: www.metlife.com.br

Presidente: Hélio Kinoshita

Auditores Externos: Deloitte Touche Tohmatsu Auditores Independentes

Responsabilidade Técnica:



www.ratingdeseguros.com.br

Sócio Principal: Francisco Galiza

Francisco Galiza, Mestre em Economia (FGV), Conselheiro Editorial da Fundação Escola Nacional de Seguros (FUNENSEG), Membro da Academia Nacional de Seguros e Previdência (ANSP)

5

RESUMO

6

INSTITUCIONAL

7 Atuação Internacional
9 Atuação no Brasil

12

ANÁLISE ECONÔMICA

13 Evolução
14 Resultado
16 Carteira de Seguros
17 Capitalização e Liquidez

18

**ANÁLISE
ESTRATÉGICA**

19 Introdução
22 Produtos
23 Processos
24 Recursos Humanos
25 Projetos Sociais
26 *Compliance*
28 *Marketing*
30 Tecnologia

EVOLUÇÃO



CENÁRIO ESTRATÉGICO

PERTENCE A CONGLOMERADO INTERNACIONAL DE GRANDE PORTE E COM SOLIDEZ FINANCEIRA, O QUE GARANTE SEGURANÇA ADICIONAL A SUAS OPERAÇÕES.

MARGEM DE RENTABILIDADE POSITIVA NOS ÚLTIMOS ANOS.

DESENVOLVIMENTO DE NOVOS NEGÓCIOS A PARTIR DA UMA BASE JÁ ESTABELECIDO.

ENTRADA NO SEGMENTO DE PLANOS ODONTOLÓGICOS, COM CRESCIMENTO DA REDE DE DENTISTAS E MUNICÍPIOS COBERTOS, RESULTANDO EM EXPRESSIVO AUMENTO DO NÚMERO DE CLIENTES.

RELACIONAMENTO ESTABELECIDO COM OS CORRETORES.

EQUIPE PROFISSIONAL EXPERIENTE.

RESULTADOS
EXPRESSIVOS
EM 2010 E
AQUISIÇÃO
DE NOVA
COMPANHIA

ATUAÇÃO INTERNACIONAL

Os resultados alcançados em 2010 pela MetLife ajudaram a companhia a reverter as dificuldades apresentadas no ano anterior devido à crise financeira internacional. Além disso, a seguradora expandiu suas operações internacionais, com a aquisição da American Life Insurance Company (ALICO), que pertencia ao American International Group (AIG).

A MetLife foi fundada em 1863, sendo uma empresa do grupo norte-americano MetLife Inc., maior grupo segurador de vida daquele país. Possui mais de 90 milhões de clientes em todo o mundo, que são atendidos pelas suas diversas subsidiárias. É fornecedora e parceira de mais de 90 das 100 principais empresas presentes na lista da revista *Fortune 500*®.

Em 2010, arrecadou US\$ 36 bilhões entre prêmios, tarifas e outras receitas. Possui um ativo total de US\$ 731 bilhões e patrimônio líquido que chega a US\$ 49 bilhões, tendo alcançado lucro líquido de US\$ 2,7 bilhões no exercício, revertendo o resultado do ano anterior.

INFORMAÇÕES FINANCEIRAS GRUPO INTERNACIONAL METLIFE

90 milhões de clientes em todo o mundo

US\$ 36 bilhões arrecadados entre prêmios, tarifas e outras receitas

US\$ 731 bilhões e patrimônio líquido que chega a US\$ 49 bilhões

US\$ 2,7 bilhões no exercício, revertendo o resultado do ano anterior

FORÇA FINANCEIRA DA METLIFE

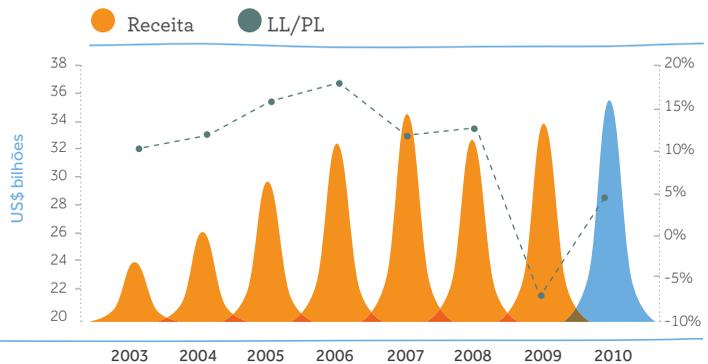
Avaliação concedida à MetLife em 2010 por parte de Agências Classificadoras de Riscos Internacionais

Agência	Avaliação
AM BEST	A+ (superior)
FITCH	AA- (muito forte)
MOODY'S	Aa3 (excelente)
S&P'S	AA- (muito forte)

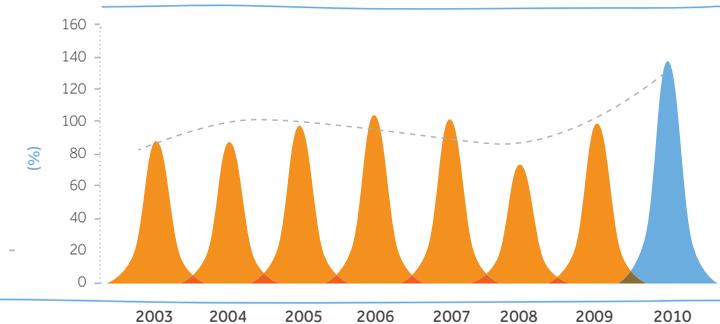
Um fato importante para a empresa aconteceu em novembro de 2010, ocasião em que adquiriu a American Life Insurance Company (ALICO), unidade do American International Group (AIG), por aproximadamente US\$ 16,2 bilhões. Essa aquisição fortaleceu as operações externas da companhia, uma vez que expandiu sua presença de 16 para mais de 60 países.

Os números apontam a grande recuperação da Lucratividade e do grau de Capitalização do Grupo MetLife no mundo em 2010 (veja os gráficos a seguir).

GRUPO METLIFE INTERNACIONAL – EVOLUÇÃO DA RECEITA E DA LUCRATIVIDADE
(relação entre Lucro Líquido e Patrimônio Líquido – LL/PL)



GRUPO METLIFE INTERNACIONAL – CAPITALIZAÇÃO
(relação entre Patrimônio Líquido e Receitas)



ATUAÇÃO NO BRASIL

A MetLife está presente no Brasil desde 1999, sendo a maior seguradora do país no ramo Vida. Atua nos segmentos de seguros de pessoas, planos de previdência complementar aberta, serviços de administração de fundos fechados de previdência complementar e planos odontológicos. Possui 29 pontos de distribuição e 679 colaboradores internos.

NÚMEROS NO BRASIL EM 2010

R\$ 627 milhões
Faturamento
(prêmios retidos)

R\$ 115 bilhões
Capital
segurado

R\$ 379 milhões
Patrimônio
Líquido

4,5 milhões
Vidas
seguradas

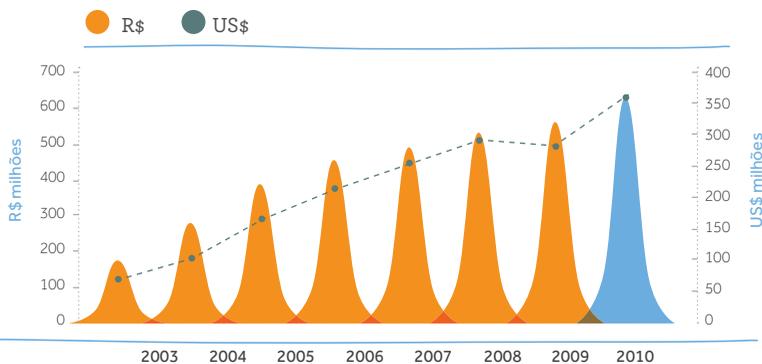
R\$ 2,4 bilhões
Ativos

6 mil Corretores
ativos no país

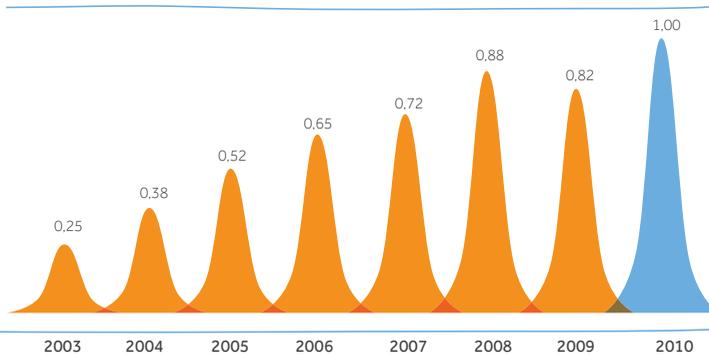
15,5 mil
Clientes
corporativos

5 milhões de
Associados

EVOLUÇÃO DA RECEITA NO BRASIL (R\$ X US\$)



EVOLUÇÃO DOS NEGÓCIOS DA METLIFE NO BRASIL EM RELAÇÃO ÀS TRANSAÇÕES INTERNACIONAIS (em %)



HISTÓRICO DA METLIFE NO BRASIL

1999

Início das operações da MetLife no Brasil, formalizando parcerias com as empresas Libra Vida (antes Libra Clube) e Novo Vida (antes Novo Clube)

2002

Aquisição da Seguradora América do Sul (Seasul), com forte atuação na comunidade nipo-brasileira

2003

Aquisição da carteira Corporate da seguradora Zurich

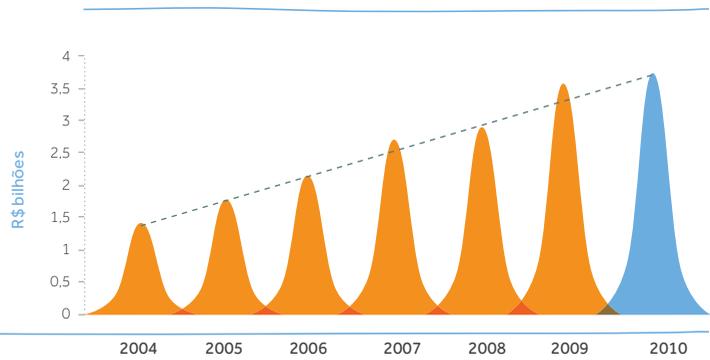
2004

Compra da Soma Seguradora

2005

A partir de uma transação mundial, incorporação das operações da Citinsurance do Brasil Vida e Previdência, que passa a ser MetLife Vida e Previdência

**ATIVOS DOS FUNDOS
MULTIPATROCINADOS
METLIFE**



2007

Incorporação da MetLife Vida e Previdência

2008

Aquisição de 100% da empresa Odonto A

2009

Abertura das filiais Brasília, Florianópolis e São Bernardo do Campo. Sequência da expansão das atividades no segmento de planos odontológicos

2010

Investimentos na plataforma tecnológica de administração dos fundos de previdência multipatrocinaados, integrando o Módulo de Tesouraria ao sistema operacional

2011

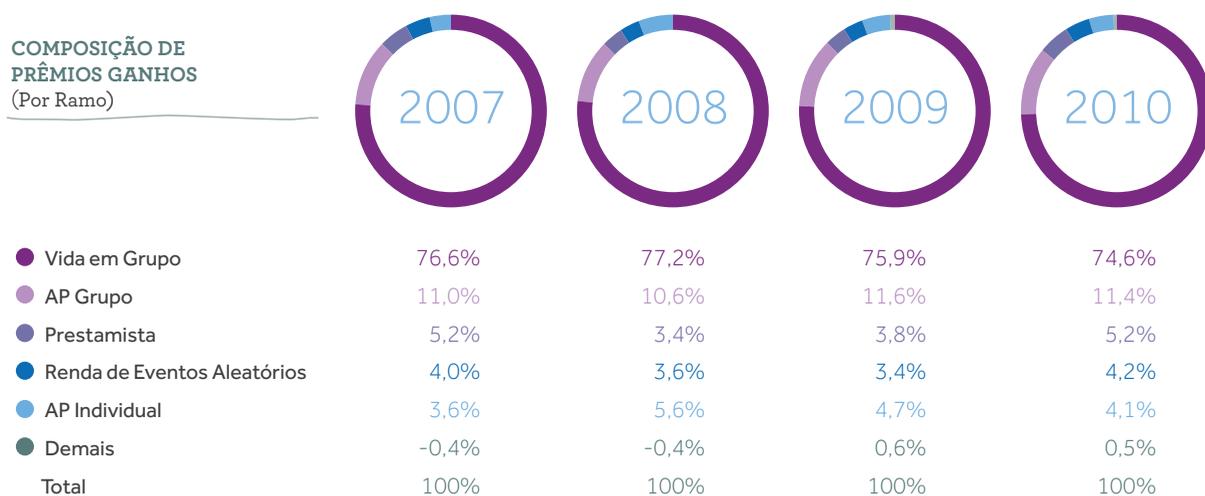
Lançamento do Portal PJ para clientes dos planos multipatrocinaados de fundos de pensão

CRESCIMENTO
NOS PRÊMIOS
GANHOS E
ESTABILIDADE
FORAM
DESTAQUES
EM 2010

EVOLUÇÃO

Ao longo dos últimos anos, a MetLife vem mantendo sua vocação de seguradora de Vida em Grupo, obtendo, por meio desse produto, praticamente 75% dos Prêmios Ganhos. Em seguida, vem o seguro de Acidentes Pessoais Coletivo, com 11,4% em 2010, em linha com os índices alcançados nos exercícios anteriores.

COMPOSIÇÃO DE PRÊMIOS GANHOS (Por Ramo)



RESULTADOS

A MetLife obteve um crescimento nos Prêmios Ganhos de 9,82%, no comparativo entre os exercícios 2010 e 2009, confirmando o crescimento nos negócios que vem alcançando nos últimos anos. A solidez nos negócios pode ser verificada na variação de seu Patrimônio Líquido, que cresceu 11,6% entre 2009 e 2010.

DADOS CONTÁBEIS (R\$ MILHÕES)

Variáveis	2007	2008	2009	2010
Prêmios Ganhos (PG)	456,7	499,7	523,4	574,8
Sinistros Retidos (SR)	(212,7)	(229,0)	(231,0)	(265,3)
Desp. Comercialização (DC)	(151,1)	(162,0)	(175,3)	(210,4)
Desp. Administrativas (DA)	(111,6)	(116,6)	(112,8)	(127,8)
Out. Rec./Desp. Oper. (ORD)	(15,0)	(18,6)	(9,5)	(11,4)
Res. com Previdência (RP)	5,3	6,3	7,3	7,4
Res. Investimentos (RI)	47,6	67,9	62,6	84,6
RESULTADO OPERACIONAL (RO)	19,2	47,7	64,7	51,9
Res. Não Operacional (RNO)	(0,9)	0,2	0,2	(0,1)
Tributos e Participações (T)	(8,3)	(14,8)	41,1	(17,7)
LUCRO LÍQUIDO (LL)	10,0	33,1	106,0	34,1
Patrimônio Líquido (PL)	159,5	228,7	339,9	379,4

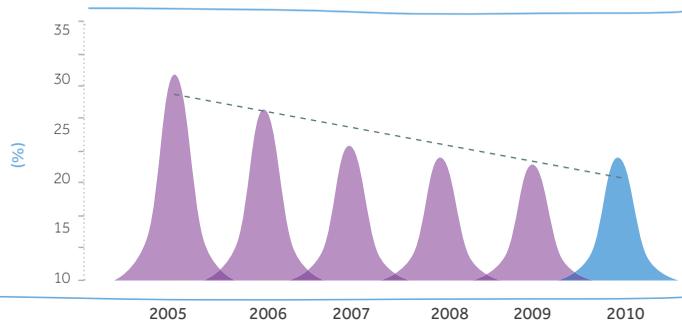
Os números indicam o bom nível e a estabilidade nos valores auferidos pela MetLife em suas operações no Brasil, que podem ser verificados em diversos indicadores. É o caso do comportamento da taxa de Sinistralidade (Sinistros Retidos/Prêmios Ganhos), estável em um patamar médio de 45%.

INDICADORES ECONÔMICO-FINANCEIROS DE RENTABILIDADE – METLIFE

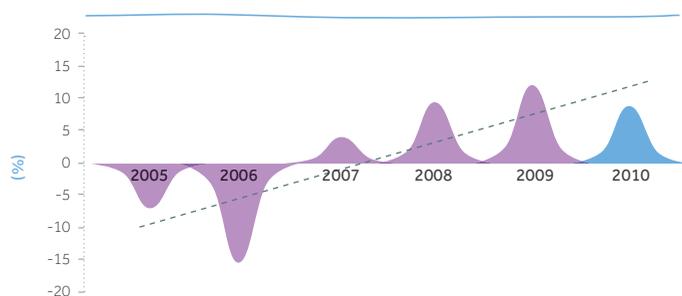
Indicadores Empresa	2007	2008	2009	2010
Prêmios Ganhos/Prêmios Ganhos	100%	100%	100%	100%
Sinistros Retidos/Prêmios Ganhos	-46,6%	-45,8%	-44,1%	-46,2%
Despesas Comercialização/Prêmios Ganhos	-33,1%	-32,4%	-33,5%	-36,6%
Despesas Administrativas/Prêmios Ganhos	-24,4%	-23,3%	-21,6%	-22,2%
Outras Rec./Desp. Operacionais/Prêmios Ganhos	-3,3%	-3,7%	-1,8%	-2,0%
Resultado com Previdência/Prêmios	1,2%	1,3%	1,4%	1,3%
Resultado Investimentos/Prêmios Ganhos	10,4%	13,6%	12,0%	14,7%
Resultado Operacional/Prêmios Ganhos	4,2%	9,5%	12,4%	9,0%
Lucro Líquido/Patrimônio Líquido	6,3%	14,5%	31,2%	9,0%
Lucro Líquido/Prêmios Ganhos	2,2%	6,6%	20,3%	5,9%

Da mesma forma, a taxa de Despesas Administrativas (Despesas Administrativas/ Prêmios Ganhos) permanece em torno de um patamar de 22%, enquanto a relação Resultado Operacional/Prêmios Ganhos mantém-se na média de 10%, como verificado em anos anteriores.

**EVOLUÇÃO DA
TAXA DE DESPESAS
ADMINISTRATIVAS/
PRÊMIOS GANHOS**



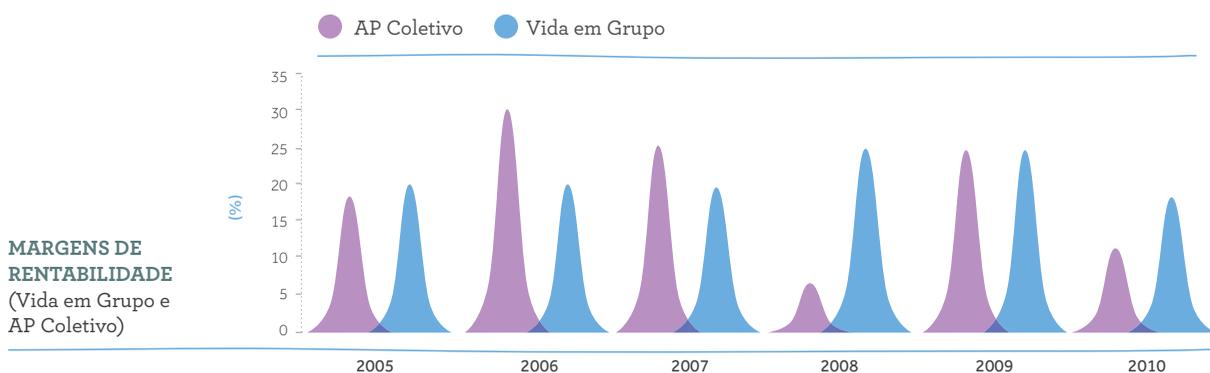
**EVOLUÇÃO DA
TAXA DE RESULTADO
OPERACIONAL/
PRÊMIOS GANHOS**



CARTEIRA DE SEGUROS

As margens de Rentabilidade* da MetLife nos dois principais produtos que comercializa (Seguro de Vida em Grupo e AP Coletivo) mantiveram-se em patamares positivos em 2010, em linha com os resultados apresentados pela seguradora desde 2005.

* Margem de Rentabilidade = $1 - (SR/PG + DC/PG)$, onde:
Sinistralidade = Sinistros Retidos (SR) / Prêmios Ganhos (PG)
Comissionamento = Despesas de Comercialização (DC) / Prêmios Ganhos (PG)



A participação da MetLife no segmento de seguro de Vida em Grupo no Brasil é de, em média, 5,5% (a companhia é líder de mercado como seguradora independente, ou seja, que não é ligada a bancos, e a 8ª colocada do *ranking* geral).

CAPITALIZAÇÃO E LIQUIDEZ

O aumento de Prêmios Retidos entre 2007 e 2010, ao mesmo tempo que os Sinistros Retidos mantêm-se estáveis, faz com que a MetLife apresente bons resultados em termos de Capitalização e de Liquidez.

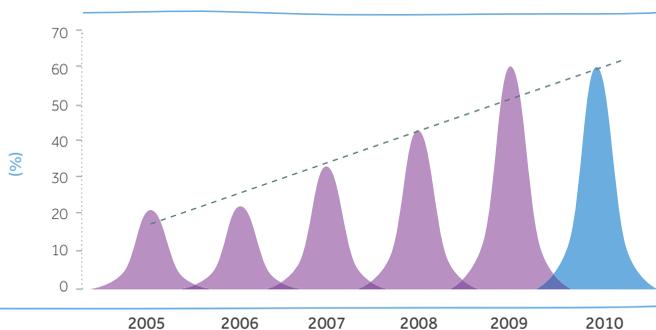
Na análise dos níveis de capitalização e de liquidez da MetLife, os resultados positivos obtidos representam uma tendência favorável nos seus indicadores de capitalização e de liquidez. O resultado dessa equação é a evolução constante e positiva dos indicadores de solvência da companhia.

INDICADORES DE SOLVÊNCIA

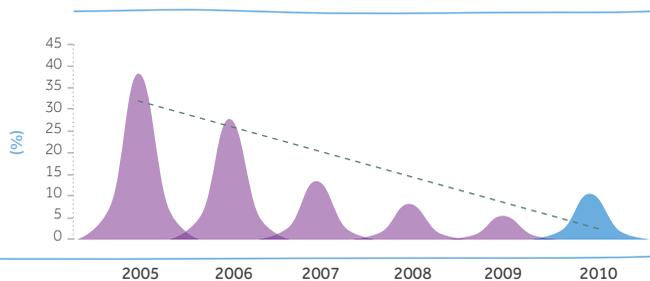
Indicadores Empresa (R\$ milhões)	2007	2008	2009	2010
Prêmios Retidos (PR)	488,7	531,1	560,4	627,3
Sinistros Retidos (SR)	(212,7)	(229,0)	(231,0)	(265,3)
Ativo Permanente (AP)	21,6	17,9	17,9	39,5
Patrimônio Líquido (PL)	159,5	228,7	339,9	379,4

Indicadores Empresa (em %)	2007	2008	2009	2010
PL/PR	32,6%	43,1%	60,7%	60,5%
PL/SR	-75,0%	-99,9%	-147,2%	-143,0%
AP/PL	13,5%	7,8%	5,3%	10,4%

EVOLUÇÃO DE PATRIMÔNIO LÍQUIDO/PRÊMIOS RETIDOS



EVOLUÇÃO DE ATIVO PERMANENTE/PATRIMÔNIO LÍQUIDO (grau relativo de imobilização)



ESTRATÉGIAS
BEM
DIRECIONADAS
LEVAM A
RESULTADOS
EXPRESSIVOS

INTRODUÇÃO

Ao longo de 2010, a MetLife consolidou sua participação no mercado de planos odontológicos. Atualmente, a relação está em aproximadamente 30%, entre beneficiários de planos dentários e de saúde. Esses produtos são, em sua maioria, empresariais e distribuídos por corretores de seguros. Dessa forma, encaixa-se perfeitamente no modelo de negócio dos seguros de vida da companhia.



MetLife é premiada no prêmio Top of Mind Estadão de RH na Categoria Planos Odontológicos.

Outro destaque da MetLife em 2010 foi o aumento dos investimentos na criação de novas soluções informatizadas, dirigidas a clientes PJ de previdência fechada, corretores de seguros e profissionais da rede credenciada dos planos odontológicos, com a criação de portais de internet para esses diferentes públicos.

METLIFE – FATOS OPERACIONAIS E ESTRATÉGICOS

2008

Áreas de Operações e Comercial e correspondentes corretores visitam clientes e corretores, visando alinhar expectativas e estabelecer parcerias de sucesso.

Call Center promove redução no prazo de atendimento às solicitações de clientes, tendo como objetivo a solução na primeira ligação. Horário de atendimento ao cliente e ao corretor passa a ser integral.

Contínua revisão de processos internos, a fim de tornar ainda mais ágeis as atividades de faturamento, aceitação e implantação de apólices.

Corretores passam a fazer acompanhamento *on-line* da evolução dos sinistros.

Aquisição e incorporação da empresa de planos odontológicos Odonto A.

2009

Lançamento de seguro especial para Auto e Motoescolas.

Retomada da comercialização de seguros individuais.

Lançamento de novo conceito de relacionamento com as corretoras, denominado Top Brokers.

Mudança do local da Central de Atendimento, integrando as atividades do *Call Center*. Com a aquisição da Odonto A, o *Call Center* é reestruturado para atender, também, a essa linha de produtos e serviços. Em cumprimento à legislação, a Central de Atendimento fica à disposição dos clientes 24 horas por dia, sete dias por semana.

2010

MAIOR AUTONOMIA PARA OS OPERADORES NO CALL CENTER

Embora o Decreto nº 6.523 defina que as Centrais de Atendimento têm até 5 dias úteis para atender às solicitações, a MetLife está capacitando os operadores para aumentar o número de clientes atendidos na primeira ligação. Além disso, a central MetLife alcançou 97% no que se refere ao Índice de First Call of Resolution (IFCR), enquanto a média de mercado foi de 85%.

SEGMENTAÇÃO DE CANAIS DE ATENDIMENTO

Para atender melhor aos clientes, desenvolve estratégia de segmentação de canais, com a capacitação de especialistas nas carteiras de Vida, Previdência Aberta, Previdência Fechada (Fundos de Pensão) e Planos Odontológicos.

RETENÇÃO DE CLIENTES

Por entender que conquistar novos clientes é um processo mais oneroso do que manter aqueles que já estão em carteira, a MetLife desenvolve um plano especial para a retenção de clientes corporativos e individuais.

CONCIERGE – PLANOS ODONTOLÓGICOS

Um novo serviço de atendimento telefônico em que a própria MetLife efetua a localização de dentistas e de outros profissionais da Rede Credenciada, marca a consulta e retorna o agendamento ao associado. Para isso, basta ao cliente indicar três opções de data e horário de sua preferência, além da cidade em que está.

2011

NOVAS FUNCIONALIDADES NO PORTAL CORRETOR

Implantação de novas ferramentas que permitirão aos corretores ter acesso às apólices e suas características, podendo, ainda, efetuar transações *on-line*, melhorando a qualidade e a eficiência dos processos, além de trazer redução de custos. O corretor também terá acesso ao comando do faturamento, o que deverá tornar mais ágil o recebimento de sua comissão.

FATURAMENTO PORTAL PJ DENTAL

Criação da ferramenta de Faturamento *on-line* no Portal PJ Dental.

LEAN & SIX SIGMA

Adoção conjunta destas duas metodologias de gestão e administração dos negócios: Lean (simplifica processos, foca em processos *end to end* e elimina atividades sem valor agregado) e Six Sigma (reduz a variação das atividades, otimiza a melhoria contínua, resolve problemas com mais agilidade e gerencia as operações comerciais por meio de indicadores específicos).

Criação de um sistema que permite a busca fácil e rápida de dentistas credenciados.

Inauguração de novo prédio na Grande São Paulo para a empresa de planos odontológicos.

MetLife está entre as cinco finalistas do Prêmio Top of Mind de RH.

MetLife ganha Prêmio Cobertura, na categoria Melhor Performance na Carteira de Seguro de Vida.

Lançamento do novo portal institucional, com criação de um sistema de atendimento por *chat*, veículo de comunicação que ainda não é utilizado normalmente pelo setor.

NÚCLEO DE LIBERAÇÃO DE TRATAMENTO

Tratamentos odontológicos que necessitam de autorização prévia são analisados por esta nova área, que cuida da aprovação imediata do procedimento solicitado de acordo com o plano do associado.

PORTAL PJ DENTAL

Investimento em um portal eletrônico exclusivo para os dentistas credenciados, automatizando todos os procedimentos operacionais e permitindo acesso *on-line* a diversos documentos (guia de procedimentos, demonstrativos financeiros etc.).

SISTEMA DE COTAÇÃO ON-LINE

Lançamento deste novo modelo, que tem por objetivo simplificar e agilizar o trabalho dos corretores e que é 20 vezes mais rápido do que o sistema anterior.

FUNDOS CITIBANK

Criação de quatro fundos para clientes Citibank, incrementando a grade de previdência para atingir todos os perfis de investidores.

PRÊMIO TOP OF MIND

MetLife conquista este importante prêmio por sua atuação no segmento de planos odontológicos.

WEB VIDA

Criação desta ferramenta eletrônica, dirigida aos corretores que atuam com os produtos Vida da MetLife.

TREINAMENTOS

Criação de novos programas de treinamento dirigidos aos corretores que trabalham com seguros e planos odontológicos.

CONTROLE DE FRAUDES

Implantação de sistemas que visam diminuir a ocorrência de fraudes relacionadas aos produtos MetLife.

SINISTROS

Criação de sistemas informatizados que permitirão agilizar a aprovação e a liberação dos sinistros notificados à seguradora.

PRODUTOS

A MetLife oferece três diferentes tipos de produtos ao mercado (Seguro de Vida, Previdência Privada e Planos Odontológicos), dirigidos a Pessoas Físicas e a Pessoas Jurídicas.

PRODUTOS METLIFE

Nome	Principais características
Seguros de Vida	<ul style="list-style-type: none">• Oferecem indenização por morte e por invalidez, além de serviços como assistência funeral, cesta básica e participação em sorteios.• Diferentes planos corporativos (MetLife Empresa, MetLife Grupo e MetLife Corporate), que variam de acordo com o porte da empresa, a forma de contratação, o alcance das coberturas etc.• O segmento empresarial possui, ainda, dois produtos diferenciados: MetLife Buy & Sell: plano especial de sucessão empresarial, em que a empresa paga aos herdeiros legais o valor correspondente às cotas do sócio que tenha falecido. Assim, os herdeiros mantêm seus direitos e os demais sócios continuam suas atividades sem que os herdeiros assumam parte do controle acionário da companhia. AP Estudante: seguro que oferece a escolas Cobertura por Morte por Acidente e Despesas Médico-Hospitalares em caso de acidentes com alunos.
Previdência Complementar	<ul style="list-style-type: none">• Planos podem ser do tipo PGBL ou VGBL, com diferentes modalidades de investimento em Renda Fixa e Renda Variável.• Para pessoas jurídicas, oferece duas opções: InvestMet Corporate: plano aberto personalizado, desenhado de acordo com o perfil e as necessidades de cada empresa. Multiprev: Entidade Fechada de Previdência Complementar (fundo de pensão), multipatrocinada, instituída como Sociedade Civil Sem Fins Lucrativos.
Planos Odontológicos	<ul style="list-style-type: none">• Em linha com a nova regulamentação dos planos de saúde, oferecem coberturas mais amplas do que as exigidas pela ANS.• Diferentes níveis de cobertura, segundo o perfil do cliente.• Oferece diferentes formas de pagamento (pré e pós), de custeio (pela companhia, parcial, pelo associado etc.), de atendimento (Livre Escolha ou Rede Referenciada) e de coberturas (clínicas ou estendida).

GESTÃO ESTRATÉGICA DE FLUXOS FINANCEIROS

ALM – Asset Liability Model

- Busca de ativos financeiros com adequada relação retorno-risco e vencimentos que coincidam com pagamentos futuros.
- Investimentos em ativos pré e pós-fixados, dentro de limites preestabelecidos.
- Regras válidas para os recursos que estejam dentro e fora da reserva.
- Uso da metodologia *duration*, que permite perfeito equacionamento entre ativos e passivos.
- Critérios alinhados às regras da Susep e políticas internas, segundo padrão internacional da companhia, sendo constantemente verificados por auditores externos e da matriz, em New York.

PREVIDÊNCIA COMPLEMENTAR – FUNDOS DE PENSÃO ADMINISTRADOS PELA METLIFE

Fundo Características

Multiprev

- 110 companhias patrocinadoras e 25 mil participantes.
- Flexibilidade e transparência: empresas podem escolher atuário, gestores de recursos e carteiras e modalidades de investimentos.
- Representatividade: patrocinadoras escolhem representantes das próprias empresas para os Conselhos Fiscal e Administrativo.
- Perfis de investimento: desde conservador (100% em Renda Fixa) até mais agressivo (de 25% a 35% em Renda Variável).

Citiprevi

- Patrocinadora: grupo Citibank.
- 12 mil participantes.

PROCESSOS EXCELÊNCIA OPERACIONAL

A busca constante pela excelência em seus processos é um dos pontos de destaque da MetLife, a fim de oferecer serviços cada vez mais eficientes a seus clientes, bem como um melhor atendimento.

Os pilares da Excelência Operacional da MetLife (CSO) são:

• Pessoas

Atrair, reter e desenvolver colaboradores excepcionais, que estejam engajados e motivados.

• Operacional

Criar um modelo de negócio altamente eficiente, que alie processos e tecnologia às necessidades dos clientes.

• Cliente

Ampliar o número de clientes locais e multinacionais por meio de um atendimento superior e retê-los.

• Financeiro

Reduzir despesas e aumentar a persistência, focando nas competências principais e na inovação para suportar o crescimento e o controle das despesas.

Um bom exemplo dos resultados que esse sistema vem alcançando na MetLife pode ser verificado na área de Sinistros.

- Aproximadamente 16 mil sinistros foram pagos em 2010.
- A área foi reestruturada, tendo havido a contratação de pessoal e revisão de alçadas, entre outras ações. O objetivo foi atender melhor às demandas, proporcionando maior proximidade aos clientes internos (área Comercial, Filiais etc.) e externos (corretores, estipulantes, segurados e beneficiários).
- Investimento em TI para automatizar processos antes realizados manualmente. Dessa forma, houve diminuição do tempo entre as transações e as informações disponíveis no portal *on-line*.
- Criação de relatório de pagamentos, para que os corretores tenham informações rápidas e precisas sobre as indenizações de seus clientes.
- Elaboração de novas rotinas entre as áreas de Sinistro e Jurídica, de forma a identificar como a conduta da primeira afeta o ingresso de ações judiciais e, conseqüentemente, identificar o que é possível fazer para reduzi-las.
- Outras ações relativas à área de TI, como automatização dos processos de Cosseguro e Resseguro, tiveram início em 2011.

RECURSOS HUMANOS

A área de Recursos Humanos realiza um importante trabalho na condução e dinâmica dos projetos da MetLife.

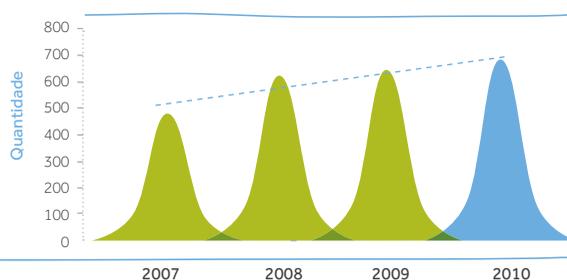
- Continuidade dos programas de incentivo à qualidade:
Selo de Qualidade – visa reconhecer colaboradores e estagiários que se destacam no trabalho, além de incentivar a comunicação e a sinergia entre áreas. Mensalmente, em cada área, é eleito o “Colaborador do Mês”. No final do ano, os três colaboradores com mais Selos de Qualidade são homenageados.
Caça ao Tesouro – estimula colaboradores e estagiários a apresentarem projetos que tragam redução de custos, aumento de produtividade e inovações.
- Conclusão da primeira turma do Programa de Desenvolvimento da Liderança, que teve a participação de 42 gestores. Seu objetivo é desenvolver nos líderes da companhia os conhecimentos, as habilidades e atitudes relacionadas às modernas técnicas de gestão de pessoas, alinhadas à nova visão das relações humanas,

estabelecendo um novo patamar de liderança na empresa.

- Treinamento de *Coaching* com Eneagrama para 108 colaboradores concluído pela área de Treinamento & Desenvolvimento.
- Implantação do campo “Trabalhe Conosco” no portal corporativo, em parceria com a empresa Vagas.com, especializada em *e-recruitment*.
- Preenchimento de 52 vagas com talentos internos, resultado do Programa de Recrutamento Interno.
- Colaboradores dispõem de uma ferramenta eletrônica de relacionamento com a área de Recursos Humanos, pela intranet. Por meio desse canal, é possível esclarecer dúvidas, apresentar sugestões, fazer comentários e críticas. Todos os gestores, da mesma forma, dispõem de um consultor de RH designado, ao qual devem endereçar temas relativos à Gestão de Pessoas.
- Implantação de novas políticas de Recrutamento e Seleção; Treinamento e Desenvolvimento; Comunicação Interna; Remuneração Variável; Benefícios; e Horário de Trabalho.

O quadro de colaboradores da MetLife tem aumentado ao longo dos anos, devido ao crescimento de receita e à entrada da companhia em outros segmentos de atuação. Confira no gráfico a seguir.

QUANTIDADE DE COLABORADORES



Dos 679 colaboradores da MetLife ao final de 2010, 56% tinham curso superior e 10%, nível de pós-graduação.

ESCOLARIDADE COLABORADORES



PROJETOS SOCIAIS

Ciente da sua importância como instrumento de melhoria da sociedade como um todo, a MetLife presta seu apoio a diversos projetos sociais e os realiza. Destaque para:

Dentistas do Riso

Um total de 1.400 crianças foram beneficiadas com essa ação, que consistiu em 13 apresentações em nove instituições. Houve a participação de 30 colaboradores voluntários.

Campanhas 2010

- São Luiz do Paraitinga (SP): 719 livros arrecadados.
- Ajude o Rio: arrecadação de 100 kg de alimentos.
- Campanha do Agasalho: 348 peças arrecadadas.
- SOS Pernambuco e Alagoas: 3.947 itens arrecadados de higiene pessoal e limpeza.
- Natal Solidário: 627 itens arrecadados (alimentos e higiene e limpeza e um tanque elétrico de lavar roupa).

Campanhas assistenciais

- Realizadas com o envolvimento dos colaboradores da MetLife. Duas campanhas são previstas em calendário:

Campanha do Agasalho e Natal.

- As demais são organizadas visando atender a problemas pontuais, provocados por desastres naturais.

Entidades atendidas

- Desabrigados de São Luiz do Paraitinga – cidade atingida por inundações.
- CCA Nove de Julho – atende a crianças carentes.
- Centro Educacional Sagrada Família – atende a crianças à espera de adoção.
- Jardim São Carlos I – atende a crianças carentes.
- Jardim São Carlos II – atende a crianças carentes.
- Mackenzie Voluntário (Clube Comunitário Piqueri) – iniciativa coordenada pelo Mackenzie, tradicional universidade paulista, visa levar lazer e orientação educacional a crianças carentes de São Paulo, em um mutirão de um dia que acontece todos os anos.
- Projeto Vozes da Rua – iniciativa que visa levar entretenimento a crianças carentes de Jundiaí (SP). O projeto é realizado pelos alunos da faculdade de Medicina da cidade, em parceria com a prefeitura local.
- Creche Jardim São Paulo – atende a crianças carentes.
- Sociedade Beneficente Gota de Amor – atende a crianças carentes com câncer.

COMPLIANCE

A atuação da MetLife se baseia em princípios fundamentais como ética, integridade e honestidade, com o objetivo de manter sua boa reputação nos negócios e estar sempre comprometida em fornecer produtos e serviços da mais alta qualidade. Em todos os relacionamentos, a companhia e seus parceiros seguem os padrões definidos no “Código de Conduta Profissional e Ética” e no documento “Padrões de Excelência”.

Além disso, colaboradores, parceiros de negócios e clientes são orientados a denunciar qualquer violação de prática financeira, contábil, controles internos, assuntos de auditoria, suspeitas de fraude ou comportamento antiético, utilizando os meios disponíveis para esse fim, incluindo a área de Ética & Compliance e o Disque Denúncia (telefone gratuito, cujo uso pode ser feito anonimamente).

A MetLife segue a política adotada pela matriz, nos Estados Unidos, dando grande importância à manutenção de processos adequados de controles internos e estrito cumprimento das políticas e dos procedimentos estabelecidos pela área de administração, legislação e regulamentos (*Compliance*).

Dessa forma, a seguradora vem, continuamente, aperfeiçoando suas políticas, ferramentas e seus investimentos em treinamento de colaboradores, voltados aos processos de prevenção a fraudes, lavagem de dinheiro e comportamentos antiéticos, seguindo as disposições das Circulares de nº 249/04, 344/07, 363/08 e 380/08 da Susep (Superintendência de Seguros Privados).

O Comitê de Auditoria, criado em cumprimento ao disposto na Resolução CNSP nº 118/2004, está em funcionamento desde maio de 2009. Além disso, a Deloitte, empresa de auditoria externa, e a área de auditoria interna gerenciada diretamente pela matriz, são as entidades que auditam todos esses processos no Brasil.

ÉTICA & COMPLIANCE

Características e Atribuições

Assegurar o cumprimento das políticas e normas dos órgãos reguladores, bem como das políticas e diretrizes internas e da matriz.

Monitorar as práticas de venda dos canais de distribuição da seguradora (corretor, *telemarketing*, bancos etc.).

Identificar, avaliar, mitigar e gerir riscos de *compliance*, ou seja, aquelas práticas que estejam em não conformidade com leis e regulamentações aplicáveis.

Garantir o registro real de todas as transações, de acordo com as leis e normas aplicáveis e com as áreas em que atua.

Manter e fortalecer o processo de Governança Corporativa, por meio de controles internos mais eficazes e de um melhor aproveitamento de recursos.

Assegurar a existência de processos decisórios, definidos com base em alçadas operacionais, financeiras e em comitês cujas determinações e atas estejam devidamente formalizadas.

CÓDIGO DE CONDUTA PROFISSIONAL E ÉTICA

Princípios

Promover um ambiente de trabalho onde imperem o respeito, a oportunidade profissional e a diversidade.

Identificar conflitos de interesse e controlar possíveis indícios.

Garantir o cumprimento das políticas internas, das políticas do grupo MetLife e das políticas e normas dos órgãos reguladores, entre as quais: prevenção à lavagem de dinheiro, combate ao terrorismo e atendimento às leis antitruste e à Lei Americana Anticorrupção (FCPA – Foreign Corruption Practices Act).

Manter rigorosa conformidade com as leis e regulamentações que regem a divulgação, a comunicação e os registros contábeis.

Salvaguardar seus ativos, sejam arquivos físicos, dados eletrônicos, recursos automatizados, marcas registradas ou outros e, também, preservar a privacidade de informações de todas as pessoas com as quais a companhia se relaciona, mediante rígidos princípios de confidencialidade, privacidade e segurança da informação.

Manter à disposição canais para comunicação de denúncias de fraude e/ou violação do Código de Conduta, de leis, normas e regulamentações e/ou de políticas internas, inclusive canal que garanta o sigilo do denunciante.

PADRÕES DE EXCELÊNCIA – PRINCÍPIOS

Princípios

Assegurar o cumprimento das políticas e normas dos órgãos reguladores, bem como das políticas e diretrizes internas e da matriz.

Agir sempre de acordo com as leis e os regulamentos e ter normas éticas inflexíveis frente aos clientes e à comunidade empresarial.

Conhecer os produtos e serviços MetLife e melhorar continuamente as competências por meio da formação profissional e educação continuada, a fim de prestar um serviço de qualidade aos clientes.

Efetuar recomendações sobre vendas e serviços que são adequados e suficientes para as necessidades do cliente.

Apresentar aos clientes, à companhia e a quem precisar todas as informações necessárias para a tomada de decisões.

Garantir a qualidade de produtos e serviços.

Prestar serviço de qualidade, eficaz e oportuno no momento em que o cliente necessitar.

Cumprir rigorosamente as orientações referentes à marca da companhia e usar apenas materiais aprovados para a realização de vendas.

Atuar de forma responsável e profissional em todos os assuntos.

Manter a companhia e os profissionais motivados para continuar a melhorar sua reputação.

MARKETING

O uso das diferentes ferramentas de *Marketing* é frequente por parte da MetLife, com o objetivo de alcançar seus objetivos corporativos e comerciais. Em 2010, atuou em diversas frentes, empreendendo ações de publicidade, relacionamento e retenção de clientes, participação em eventos e feiras e ações profissionais.

Nome	Público-Alvo	Características
Integração	Corretores cadastrados	<ul style="list-style-type: none">• Programa de incentivo que visa reconhecer o trabalho e a dedicação dos corretores.• O corretor resgata os prêmios, que vão desde itens para o escritório até viagens, utilizando os pontos acumulados.• Os 30 melhores corretores têm direito a uma viagem com acompanhante para um destino nacional.
Relacionamento	Corretores e bancos	<ul style="list-style-type: none">• Conselho de Corretores – ciclo de encontros, realizado a cada três meses, com a presença de um mesmo grupo de sócios de corretoras de seguros e de executivos da MetLife. O objetivo é ouvir sugestões para aperfeiçoar produtos e serviços da Seguradora e tornar cada vez mais próxima a parceria entre as partes.• Top Broker – baseado no conceito de aliança estratégica com os principais clientes, funciona como uma espécie de “certificação” para os corretores, que passam a ter benefícios como atendimento diferenciado, treinamentos, maior agilidade nos processos, entre outros.
Blitz Promocionais	Todos os profissionais que atuam dentro do escritório de corretoras parceiras	<ul style="list-style-type: none">• Promotores da MetLife visitam corretoras para entregar brindes promocionais e temáticos, além de realizar sorteios entre os funcionários das corretoras.• Cada <i>Blitz</i> atinge, em média, 3.000 profissionais, em cerca de 10 cidades. Em 2010, a MetLife realizou ações com os temas: Copa do Mundo e Dia do Corretor.
Campanha Interna de Vendas	Área Comercial	<ul style="list-style-type: none">• Incentivar os integrantes da área Comercial a superar suas metas individuais e impulsionar o crescimento de vendas das equipes, filiais e regionais. Os profissionais são distinguidos com prêmios e viagens.
Publicidade	Corretores, profissionais de RH, dentistas e segmento corporativo	<ul style="list-style-type: none">• Foram veiculados diversos anúncios, com foco em profissionais de RH.
Relações Públicas	Institucional	<ul style="list-style-type: none">• Divulgação de notícias a respeito da MetLife em veículos de comunicação especialmente dirigidos aos corretores de seguros, nos quais, inclusive, a companhia já é considerada referência nos segmentos em que atua.

Nome	Público-Alvo	Características
Internet Portal MetLife	Corretores e clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Visa incrementar os negócios da companhia e estreitar o relacionamento com corretores, clientes e dentistas. • A plataforma oferece diversos serviços aos usuários, como consulta de rede credenciada, canais para recebimento de reclamações e atendimento <i>on-line</i> e credenciamento de corretores. Além disso, traz artigos, textos, entrevistas e dicas para todos os públicos.
Eventos	Públicos diversos	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos Humanos – participação no Conarh, principal encontro de profissionais de RH. • Conec – participação no congresso nacional dos corretores de seguros. • Eventos ABRH – participação nos principais eventos regionais destinados aos profissionais de RH. • Eventos de final de ano para canal corretores e bancos. • Abrapp – participação no Congresso Brasileiro dos Fundos de Pensão, evento que reúne autoridades, dirigentes, profissionais, empresários, lideranças sindicais, especialistas do mercado financeiro e prestadores de serviços.
Broker, Boletim Multiprev Notícias e Mais Sorriso	Corretores, clientes MetLife e áreas de RH	<ul style="list-style-type: none"> • Broker – enviada trimestralmente, aborda assuntos do mercado, traz notícias da MetLife e funciona como uma ferramenta de apoio aos corretores. • Multiprev Notícias – boletim eletrônico trimestral, com conteúdos desenvolvidos para os participantes dos fundos mantidos pelas empresas patrocinadoras, relacionados ao segmento de fundos de pensão e ao Multiprev. • Mais Sorriso – informativo relacionado ao segmento odontológico, para as áreas de RH das empresas clientes.



TECNOLOGIA

A MetLife empreendeu em 2010 importantes melhorias em seus sistemas informatizados de serviços a clientes e parceiros comerciais. Além disso, investiu em ações visando adequação e melhoria de produtos, aumento de produtividade e de desempenho e redução do risco em suas operações.

Entre os principais fatos realizados, estão:

- Atualização e manutenção de seu parque tecnológico, bem como realização de novos investimentos em processos e sistemas de informação, com ênfase na construção de infraestrutura de crescimento para a operação de planos odontológicos. Houve, também, o aperfeiçoamento dos processos operacionais de suporte aos produtos Vida e Previdência.
- Investimento na construção de um novo Portal para atender aos profissionais de sua rede credenciada de planos odontológicos e às áreas de Recursos Humanos das empresas-clientes. Também foram criadas novas funcionalidades para o pagamento de comissões no Portal do Corretor, consolidando as informações de Seguros, Previdência e Odonto.
- Desenvolvimento de projetos para a automatização de processos e simplificação de rotinas de faturamento e de implantação de planos odontológicos. Implementação de uma nova funcionalidade para acelerar e facilitar o faturamento dos negócios dos Seguros de Vida.
- Modernização e ampliação da infraestrutura de redes de TI, a fim de melhorar a performance de comunicação e velocidade de transações das filiais.
- Novos investimentos e atualizações dos planos de contingência e continuidade de negócios, a fim de garantir que a operação continue entregando serviços, mesmo na ocorrência de eventuais acidentes ou desastres naturais.
- Consolidação do programa de privacidade e segurança da informação de clientes e parceiros, de maneira a garantir a proteção, sigilo e confiabilidade de seus serviços e produtos.
- Ações para o fortalecimento da capacidade de gestão e assertividade na área de Tecnologia da Informação, com a consolidação de seu processo de Governança de TI.

O planejamento para 2011 inclui a continuidade da modernização de produtos e serviços, investindo em projetos de automatização da força de vendas, instituindo ferramentas de trabalho colaborativo e dispositivos de aumento de eficiência para as áreas de retaguarda, a fim de reduzir custos e riscos operacionais. A MetLife também pretende construir sistemas de inteligência e apoio a decisões operacionais e estratégicas, de forma a agilizar o processo de identificação de melhorias, oportunidades e inovações, para tornar mais ágil o processo de tomada de decisões.





Metropolitan Life Seguros e Previdência Privada S.A.

Av. Engenheiro Luis Carlos Berrini, 1.253

04571-010 – São Paulo – SP – Brasil

www.metlife.com.br

© 2011 Peanuts Worldwide

Central de atendimento

SAC 0800 746 3420

24 horas por dia - 7 dias por semana

atendimento@metlife.com

3003 Life (3003 5433) - Capitais e Grandes Centros

0800 MetLife (0800 638 5433) - Demais Localidades

www.metlife.com.br

ANS - N° 406481