



# Seguro é estar com a gente



# Seguro RC Eventos

A vida voltou aos centros de convenções, palcos e salões de festas, assim como as oportunidades de negócios no setor de entretenimento! Em sintonia com esse cenário, a Chubb aperfeiçoou seu seguro de RC Eventos.

Entre as proteções disponíveis a organizadores, promotores de eventos, patrocinadores e fornecedores estão:

**Cobertura de até R\$ 2 milhões para contratação automática e até R\$ 10 milhões com cotação via portal ChubbNet**

**Coberturas adicionais para riscos diversos e acidentes pessoais em uma única apólice**

**Proteção para imprevistos nas etapas de montagem e desmontagem e ateaques decorrentes do fornecimento de alimentos e bebidas**

## **E muito mais!**

Fale com seu Gestor de Negócios, conheça os detalhes do produto e aproveite o momento!

Processo SUSEP nº. 15414.900076/2014-56

O registro do produto é automático e não representa aprovação ou recomendação por parte da SUSEP.



● EDITORIAL & EXPEDIENTE .....	4
● ARTIGOS	
Mercado .....	6
Panorama.....	7
Gestão .....	23
Tecnologia .....	31
Comercial .....	44
Empreendedorismo .....	53
Segurança da Informação .....	55
Comportamento .....	57
Inspiração .....	74
● REDE	
Capa .....	12
Comunicação .....	24
Reestruturação .....	26
Financeiro .....	28
Comercial .....	32
Desempenho .....	33
Convenção Lojacorr .....	36
Gente & Gestão .....	42
Diversidade & Inclusão .....	46
Reconhecimento .....	48
Dia da Mulher .....	50
Expansão .....	58
Social .....	62
Na Mídia .....	72



# 8

## PING-PONG

Entrevista exclusiva com o presidente (CEO) da Lojacorr, Dirceu Tiegs

● IDEIAS QUE INSPIRAM .....	54, 56 e 67
● PRODUTO	
Odonto.....	40
● UNIDADES	
Campinas e Jundiaí .....	64
Belo Horizonte .....	65
Vale do Aço .....	66
Piracicaba.....	66
● REGIONAIS	
Centro Sudeste .....	68
SP Centro Norte .....	69
Sul .....	70
Norte e Nordeste .....	71

# 32

**COMERCIAL**  
PROGRAMA DE OBJETIVOS  
AGORA É REGIONAL!





# Marcando nossa evolução e os laços que nos unem

**O** que sempre me encantou na Lojacorr é o orgulho e senso de pertencimento que todos que trabalham aqui carregam. Nossa forte marca nacional, que faz o corretor pequeno ficar grande e o grande maior ainda, como costumamos dizer, é ostentada por corretores e colaboradores. Foi atendendo a pedidos que criamos nossa lojinha para que as pessoas pudessem adquirir camisetas e outros souvenirs com o nome que tanto nos traz orgulho. Eu mesmo visto a camisa com a logomarca da empresa sempre que viajo e em reuniões presenciais ou online, estampando minha alegria no propósito que ela carrega.

Com o novo momento da empresa, que está ainda mais moderna, próxima e amigável, foi importante mudar nossa marca, bem como o nosso nome, sendo simplificado para somente Lojacorr – já que, hoje, por si só se explica.

Ao longo de mais de 26 anos de história, foram diversas variações do nome Lojacorr e da logomarca, mas as camisetas com as estampas anteriores continuam válidas como 'retrô', mostrando momentos de nossa trajetória. A tipografia foi atualizada, assim como tudo na empresa, pois seguimos em constante evolução.

Isso passa por reestruturação também na diretoria executiva, que pela primeira vez tem uma mulher em uma das cadeiras. Foi um processo profissional e muito bem embasado, para aprimorar os métodos e controles financeiros de uma empresa que hoje envolve mais de 5 mil pessoas. Somente no primeiro trimestre deste ano, a produção total da Lojacorr superou em 28,58% o mesmo período de 2022, somando o montante de R\$ 363,4 milhões. É muita responsabilidade envolvida, mas temos a satisfação de contar com grandes profissionais, sejam do mercado de seguros ou especialistas em diversas áreas.

Com esse orgulho em pertencer e pela grandeza de nossos profissionais, estamos em contagem regressiva para mais um encontro da 7ª edição da Convenção Nacional da Lojacorr - LC Summit. Nos dias 1 e 2 de junho faremos uma imersão completa e inovadora no mercado de seguros, com o foco em discutir as tendências e desenvolvimento do setor, com o intuito de gerar relacionamento, conteúdo e negócios. O evento será um marco para o ecossistema, já que visa voltar a reunir a rede presencialmente em eventos enriquecedores, repletos de união e inovação. Estamos ansiosos para rever todos e estampar nossa nova logomarca e felicidade em pertencer.

Por fim, estamos celebrando 10 anos desta nossa Revista Corretora do Futuro. Nasceu como um folheto caseiro de 13 páginas e se tornou esta elogiada publicação, impressa e digital, que hoje conta com 76 páginas. Nos atuais 4.500 exemplares impressos, além do online que leva nossas informações a mais milhares de pessoas, também estampamos nossa marca, a qualidade de nossos profissionais, e a satisfação em fazer parte. Assim, é um importante meio de prospecção, para mais profissionais viverem essa energia positiva.

**Venha estampar a alegria de ser Lojacorr!**

**Forte abraço!**



**Dirceu Tiegs**  
Presidente (CEO) da Lojacorr

**A Revista Corretora do Futuro  
é o meio oficial de comunicação da Lojacorr.**

**Presidente (CEO):** Dirceu Tiegs  
**Presidente Holding HDAS:** José Heitor Silva  
**Presidente do Conselho de Administração:** Diogo Arndt Silva  
**Vice-Presidente do Conselho de Administração e Diretor Geral da Lojacorr Consórcios:** André Ogliari Duarte  
**Diretor de Tecnologia e Operações (CTO & COO):** Sandro Ribeiro  
**Diretor de Mercado e Distribuição (CCO):** Luiz Longobardi Junior  
**Diretora Financeira (CFO):** Ludmilla Concon

## { expediente }

### DIRETOR DE REDAÇÃO

Dirceu Tiegs

### EDITORA-CHEFE

Ana Clara Baptistella (Mtb: 0010313-PR)

### JORNALISTA RESPONSÁVEL

Ana Clara Baptistella

### REDAÇÃO

Ruco Comunicação  
Suzane Marie Gantzel (DRT-PR 6097)

### REVISÃO

Ana Clara Baptistella  
Suzane Marie Gantzel  
Ruco Comunicação

### PROJETO GRÁFICO E DIAGRAMAÇÃO

Kelly Sumeck  
Ctrl S Comunicação  
www.ctrlscomunicacao.com.br

**PERIODICIDADE:** Trimestral – Tiragem: 5.500

**IMPRESSÃO:** Gráfica Corgraf

**Fale com o editor:** comunicacao@lojacorr.com.br

*As opiniões expressas nos artigos são de inteira responsabilidade de seus autores e os anúncios veiculados são de inteira responsabilidade dos anunciantes.*



### Para anunciar:

**Sede em São José dos Pinhais**  
R. Voluntários da Pátria, 196 -2º andar, sala 201  
Edifício Oriente Workspace  
Centro - São José dos Pinhais - PR | CEP: 83.005-020

☎ 41 3233-5259

✉ comunicacao@lojacorr.com.br

f Rede Lojacorr

📷 redelojacorr

[www.redelojacorr.com.br](http://www.redelojacorr.com.br)



# SUAS CONQUISTAS TÊM PRESSA?

- ▶ Consórcio
- ▶ Contemplação até a 4º assembleia
- ▶ Por sorteio
- ▶ Com garantia em contrato

**MCA**

Modalidade  
Contemplação  
Acelerada

  
**Lojacorr**  
CONSÓRCIOS  
Associada BR Consórcios





**Luiz Longobardi Junior**

} Diretor de Mercado & Distribuição (CCO) da Lojacorr

} Possui mais de 35 anos de experiência em área comercial, varejo, corporate, bancassurance e canais de distribuição de seguros, com passagens em importantes empresas nacionais e multinacionais.



A AUSÊNCIA DE PERCEPÇÃO DE RISCOS É UM ASPECTO IMPORTANTE DA CULTURA BRASILEIRA, MARCADA POR TRAÇOS DE OTIMISMO E CONFIANÇA QUE PODEM, NO ENTANTO, SER OTIMIZADOS COM A SEGURANÇA QUE OS SEGUROS PROPORCIONAM

# Desafio de aproximar os produtos de seguros da sociedade

Para avançar o setor, é preciso focar na divulgação dos produtos já existentes e na prospecção de necessidades para criação de novos

**A** Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) lançou em março o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros, Previdência Aberta, Saúde Suplementar e Capitalização. O PDMS é resultado de um trabalho realizado por entidades supervisionadas pela Susep e pela ANS, representadas pelas quatro Federações que compõem a CNseg – FenSeg, FenaPrevi, FenaSaúde, FenaCap – e por corretores de seguros, por meio da Fenacor, e reúne metas e mudanças a serem realizadas pelo setor até 2030. O Plano envolve iniciativas com o objetivo de ampliar a participação de parcela da sociedade brasileira atendida pelos mercados de seguros, previdência, capitalização e saúde.

Analisando o pilar Produtos, dois aspectos assumem relevância quando se trata de seguros, capitalização e previdência privada: divulgação dos produtos já existentes, e prospecção de novas necessidades da sociedade para criação de produtos.

O setor tem uma carteira diversificada de produtos e serviços, ancorados nas melhores práticas internacionais e com objetivo de oferecer à sociedade brasileira alternativas viáveis para a gestão de riscos. No entanto, existem modalidades que são pouco conhecidas e contratadas. É o que acontece

com os seguros de responsabilidade civil que, embora forneçam um excelente portfólio, ainda são ignorados pelos consumidores, em especial pessoas físicas e jurídicas de menor porte econômico. Ao mesmo tempo, é importante para o desenvolvimento do setor que a sociedade tenha espaço para apresentar suas necessidades em todas as camadas socioeconômicas e atividades de produção.

A ausência de percepção de riscos é um aspecto importante da cultura brasileira, marcada por traços de otimismo e confiança que podem, no entanto, ser otimizados com a segurança que os seguros proporcionam e, com o hábito de poupança que é próprio dos sistemas de capitalização e previdência complementar aberta. Estes se constituem em relevante instrumento de formação para a educação financeira.

As quatro Federações da CNseg, com participação da Fenacor, apresentaram objetivos a serem atingidos para aproximar os produtos de seguros da sociedade. Um tema, especialmente, foi tratado transversalmente, ou seja, de interesse de todos os grupos: o embedded insurance (ou seguro embarcado). É uma modalidade de oferta que diminui a burocracia na contratação de seguros e pode contribuir para dinamizar a disseminação da cultura de seguros na sociedade brasileira contemporânea.

## PRINCIPAIS INICIATIVAS PROPOSTAS NO PILAR PRODUTOS

**Tema transversal** – Definir o conceito do embedded insurance e avaliar potência e a adesão pelo mercado.

**FenSeg** – Divulgar o seguro de Responsabilidade Civil. Identificar as barreiras para alavancagem dos produtos de baixa renda. Assegurar o cumprimento da lei nos seguros obrigatórios. Incluir o seguro como instrumento mitigador do risco de crédito das instituições financeiras.

**Fenaprevi** – Construir a regulamentação do Vida Universal, além de divulgá-lo e difundi-lo para distribuição, assim como o plano PrevSaúde.

de. Regular e comunicar o instituto da adesão automática aos planos coletivos de previdência (Resolução do CNSP). Divulgar seguros de pessoas e previdência como instrumento de garantia.

**Fenacap** – Identificar o potencial e as barreiras do mercado da capitalização. Otimizar a distribuição dos produtos. Reformular produto da modalidade compra-programada para maior comercialização, flexibilizando índices e taxas.

**Fenasaúde** – Viabilizar permissão da oferta de planos ambulatoriais puros.



**André Ogliari Duarte**

Sócio fundador da Lojacorr, vice-presidente do Conselho de Administração e diretor geral do Consórcio Lojacorr

Possui 20 anos de atuação no mercado de seguros; nove anos de experiência como Oficial do Exército; economista pela UFPR; pós-graduado em Gestão da TI pela FAE Business School; possui GBA em Finanças Estratégicas pela FGV e MBA em Gestão Estratégica de Empresas pela FGV.



QUEM ACOMPANHA DE PERTO A LOJACORR CONFIRMA O QUANTO SOMOS INCANSÁVEIS NA BUSCA DA MELHORIA CONTÍNUA, POIS ACREDITAMOS QUE SEMPRE HAVERÁ UMA MELHOR FORMA DE SE FAZER TUDO

# Governança Corporativa em um cenário de mudanças

Estamos aprimorando controles internos, atentos às boas práticas de gestão, à ética e à transparência das operações

**E**m um mundo cada vez mais dinâmico e complexo, a mudança e a rápida adaptação se tornaram constantes tanto na vida profissional quanto na das empresas. A capacidade de se adaptar a novas situações, de inovar e de buscar permanentemente a melhoria é essencial para quem se estrutura pensando no longo prazo. As organizações que compreendem essa realidade e adotam uma postura proativa diante das mudanças têm mais chances de evoluir e se desenvolver em meio a um ambiente de negócios cada vez mais desafiador.

Quem acompanha de perto a Lojacorr percebe e confirma o quanto somos incansáveis na busca da melhoria contínua, pois acreditamos que sempre haverá uma melhor maneira de se fazer tudo. Somos eternamente inquietos e preocupados com soluções que possam impactar positivamente tanto nosso ecossistema quanto a sociedade em geral. E, nesse caso, a importância das mudanças é ainda maior, principalmente para quem levam a sério a Governança Corporativa, porque ela está diretamente relacionada à transparência, à ética e à responsabilidade em todas as decisões e ações.

As práticas de Governança Corporativa são importantes para garantir a sustentabilidade e a perenidade das organizações, além de proporcionar maior credibilidade. Empresas que adotam boas práticas de Governança tendem a ter uma gestão mais eficiente e responsável, com maior transparência nas informações divulgadas e uma gestão de riscos mais eficaz, o que contribui para a geração de valor e a criação de um ambiente de negócios muito mais sólido e saudável. Além disso, em um mundo cada vez mais preocupado com a sustentabilidade e a responsabilidade social, a Governança torna-se ainda mais relevante para garantir que as empresas estejam atentas aos impactos de suas atividades na sociedade e no meio ambiente.

Nesse contexto, a atualização dos quadros e a alteração de cargos e funções é algo muito comum. É importante que essa mudança seja vista como um processo natural e necessário para a evolução da empresa como uma orga-

nização viva. Posso usar meu próprio exemplo aqui, pois estamos passando por uma mudança na direção financeira, onde, após mais de 15 anos à frente da Lojacorr como CFO, decidimos que seria hora de nos atualizarmos e mudarmos para melhor. Assim, iniciamos a busca por uma pessoa com experiência de mercado e habilidades diferentes das minhas para que, com sua vivência e conhecimentos, pudesse trazer muita inovação em estrutura e processos para tornar o financeiro da Lojacorr ainda mais sólido, robusto e auditável. Dessa forma, dando as boas-vindas para a Ludmilla Concon como a nova diretora Financeira, eu assumo meu papel de vice-presidente do Conselho de Administração, podendo me dedicar ainda mais na estratégia, riscos e desafios da empresa, além de desenvolver nossa vertical de consórcio.

Diante desse cenário de renovação, pautados nos princípios da Governança, estamos focando nas boas práticas de gestão e em controles internos, num conjunto de práticas, políticas e diretrizes que visam garantir responsabilidade nas decisões e ações, o que inclui a gestão financeira, a gestão de riscos, a gestão de pessoas, entre outras áreas. E isso é fundamental para a credibilidade da Lojacorr junto aos corretores, seguradores, fornecedores e colaboradores.

Em resumo, as mudanças são adaptações necessárias tanto na vida profissional quanto na das empresas. Elas podem ser motivadas por diversos fatores, como novas tecnologias, mudanças no mercado ou mesmo pela busca da melhoria contínua, como é o caso da Lojacorr. É importante que as organizações não se acomodem e estejam sempre atentas às oportunidades que as mudanças podem trazer. Aquelas que são capazes de se adaptar e inovar e que tenham uma cultura voltada para a mudança e para a busca da melhoria contínua, investindo em inovação, capacitação e flexibilidade, têm mais chances de se manterem vivas e de evoluírem visando o longo prazo. Afinal, a capacidade de se adaptar às mudanças é um dos principais fatores que diferenciam as empresas bem-sucedidas das que ficam pelo caminho.





# Gestão profissional na Lojacorr

Em conversa exclusiva com a Revista Corretora do Futuro, Dirceu Tieg, presidente (CEO) da Lojacorr, conta um pouco mais sobre sua trajetória no setor, aprendizados, particularidades, e o desafio de comandar a empresa trilhando novos caminhos de desenvolvimento.

**Revista Corretora do Futuro: Como foi sua entrada no mercado de seguros? Quando você vislumbrou essa atuação?**

**Dirceu Tieg:** Minha entrada ocorreu por meio de uma consultoria que estava buscando um diretor regional para seguradora, no sul do Brasil, sem que eu tivesse qualquer experiência anterior, há 25 anos. Ingressei por se tratar de uma posição interessante num setor até então desconhecido para mim, mas teoricamente com forte desenvolvimento.

**Revista Corretora do Futuro: Qual era sua visão para apostar neste segmento no início?**

**Dirceu Tieg:** Um setor que eu conhecia como usuário ou segurado, e que crescia acima do PIB com grande potencial de desenvolvimento.

**Revista Corretora do Futuro: Qual sua formação? Você buscou se aprimorar para a atuação?**

**Dirceu Tieg:** Sou administrador, com diversos cursos de pós-graduação, MBA e Master internacional em instituições como FAE, FGV, IESE, Universidade de Navarra, além de Conselheiro de Administração pelo IBGC. Sem falar em uma formação que muito me orgulha que é de corretor de seguros.

**Revista Corretora do Futuro: Como foi o início da Lojacorr?**

**Dirceu Tieg:** Conheci a formação original da Lojacorr há 25 anos, representando uma compa-

nhia de seguros, e pudemos conviver por quase três anos de maneira muito próxima até minha transferência para São Paulo. Mantivemos contato ao longo dos anos, participei de Convenções da Lojacorr e acompanhamos todo o seu desenvolvimento, sempre com uma relação de colaboração para os mais diversos temas que envolvessem o mercado global de seguros. Personificando, estou falando de Heitor, Diogo, Marlise, André, Sandro, Longo... Em 2020, atuando no mercado como consultor, fui contratado para participar da construção do planejamento estratégico da Lojacorr e, na sequência, meu ingresso como executivo colaborador.

**Revista Corretora do Futuro: A que você atribui o sucesso da Lojacorr? No que o modelo é inovador e diferencial no mercado?**

**Dirceu Tieg:** Existem questões objetivas como modelo de negócios, empoderamento do corretor de seguros, sistema tecnológico, inovação, reinvestimento no negócio e valores que não transgredimos em nenhuma hipótese.

Existe outra parte que não dá para explicar, precisa viver e sentir. A colaboração, o senso de pertencimento e o orgulho de pertencer dos corretores, dos times das Unidades, dos colaboradores e todos aqueles que literalmente vestem a camisa da Lojacorr. Não é paixão apenas, é uma construção e depois de muitos dias e meses trabalhando, lá está você fazendo parte. É cultura Lojacorr, é sangue bordô.





## PERFIL

Dirceu Tiegues é presidente (CEO) da Lojacorr. Possui 25 anos de experiência em seguros, atuou como diretor Geral, vice-presidente, diretor estatutário de empresas como MAPFRE Brasil e BB MAPFRE, nas áreas de Negócios, Planejamento e Operações. Diretor responsável em entidades como SindSeg PR e RJ, na ANS, Susep e na Federação das Seguradoras. Administrador, corretor de seguros, com certificação em Global Management Program e Advanced Master Program pela IESE (Espanha), pós-graduado em Marketing e Propaganda pela FAE, tem MBA em Gestão empresarial pela FGV e é conselheiro de Administração formado pelo IBGC.

## SOBRE A LOJACORR

A Lojacorr é a maior rede de corretoras de seguros independentes do Brasil. O seu modelo de negócios disruptivo conecta corretoras de seguros e seguradoras por meio de sua plataforma digital, oferecendo acesso a um amplo portfólio de soluções, suporte operacional, comercial e estratégico. Fundada em 1996, a empresa se dedica a oferecer os melhores recursos em distribuição de seguros e produtos financeiros às corretoras e clientes. Presente nos 26 Estados e no Distrito Federal, por meio de 59 Unidades (44 físicas e 15 remotas), a Lojacorr possui 440.000 documentos protocolados, comercializados por 5.000 profissionais de seguros, que atuam em mais de 4.500 municípios. Tendo como sede administrativa em São José dos Pinhais (PR), e sede comercial em São Paulo (SP), a empresa conta também com 270 colaboradores (sede e unidades). A Lojacorr está entre as empresas emergentes do Sul, é certificada pelo Great Place to Work e acelerada pela Endeavor, além de fechar 2022 com produção de R\$ 1,2 bilhões produzidos em seguros, consórcios e demais segmentos.

### **Revista Corretora do Futuro: Você teve muitos desafios em sua caminhada? Como eles ajudaram em seu crescimento?**

**Dirceu Tiegues:** Creio que todos temos desafios pessoais e profissionais, mas o que me faz sentir afortunado é o fato de ter boa saúde e entusiasmo para trabalhar desde como servente de pedreiro aos 14 anos até agora como presidente da Lojacorr. Nenhum fardo foi pesado demais e somente tenho a agradecer. Acredito que é nas adversidades que a pessoa e o profissional se mostram de fato. Quebrei negócio em que estava empreendendo, cometi alguns erros como colaborador e como gestor. Mas quando o desafio é encarado como aprendizado, quando estamos dispostos a aprender, a ouvir de fato, utilizar a inteligência coletiva, com o cliente no centro, as coisas acontecem.

### **Revista Corretora do Futuro: Como foi o desafio de suceder na presidência de uma empresa que nasceu familiar? Por que era o momento certo?**

**Dirceu Tiegues:** Eu vejo a Lojacorr como uma empresa de dono, onde os sócios estão à frente do negócio, mas não contratam familiares para outras posições na empresa. O momento é adequado porque existe maturidade na vontade dos fundadores, credibilidade junto aos nossos clientes, os corretores e estrutura de governança em construção capaz de garantir a integridade e a perenidade da empresa.

### **Revista Corretora do Futuro: Muitas corretoras de seguros são empresas familiares como o início da Lojacorr. Como uma empresa deve atuar para ser profissional e crescer neste modelo?**

**Dirceu Tiegues:** Foi, é e será uma característica de muitas das corretoras do mercado serem formadas por estruturas familiares, o que é absolutamente saudável, pois traz a renovação da carteira de clientes e a continuidade da empresa na linha do tempo. Fico muito feliz quando sei que tem filhas e filhos de corretores frequentando a empresa a partir dos 16, 18 anos. O estímulo é de que esse familiar precisa ser profissional, ter aptidão para servir e capacidade de gestão. Uma profissão linda e necessária.

### **Revista Corretora do Futuro: Você iniciou na Lojacorr como consultor e depois diretor de Gente & Gestão. Como a Lojacorr se diferencia no mercado, inclusive sendo reconhecida pela GPTW como uma das melhores empresas para se trabalhar no Brasil?**

**Dirceu Tiegues:** Creio que o interesse genuíno pelas pessoas, um ambiente de muita transparência, onde se possa opinar e fazer a diferença, junto com uma permanente busca pela evolução, o cuidado com a saúde física e mental, são ingredientes que contribuem para dia a dia construirmos um ambiente de trabalho em que queremos estar.

### **Revista Corretora do Futuro: Qual a importância de unir toda a forma de diversidade das pessoas? Como isso funciona e ajuda na Lojacorr?**

**Dirceu Tiegues:** A humanidade é diversa, então os colaboradores e corretores são diversos. Na Lojacorr somos uma parcela do Brasil, mas reconhecemos e estamos trabalhando em programas para estimular inclusão, justamente para que tenhamos uma visão real de cada região brasileira ou nicho de clientes. Diversidade é igual equilíbrio e prosperidade.



DIRCEU TIEGS COM SUA MÃE, FILHOS E ESPOSA

**Revista Corretora do Futuro: Qual o exemplo de empreendedorismo e gestão que a Lojacorr pode passar para as corretoras?**

**Dirceu Tieg:** A Lojacorr tem inúmeros exemplos de pessoas que prosperaram, sempre com trabalho duro, estudo, competências e atitude. Tenho acompanhado os sócios da Lojacorr que seguem reinvestindo na empresa seus resultados, após 27 anos. Seguem estudando e atentos aos movimentos que possam implicar em oportunidade e riscos. Empresa forte e saudável, empreendedores bem sucedidos!

**Revista Corretora do Futuro: Com tantas transformações na economia, qual a importância de termos cada vez mais empreendedores no mercado de seguros brasileiro?**

**Dirceu Tieg:** O mercado de seguros tem evoluído em volume e número de clientes e por isso se torna fundamental a evolução das empresas que aí estão e quem mais vier, até porque percebemos um recuo de agências bancárias e outros canais que abrirão mais espaço ao corretor.

**Revista Corretora do Futuro: O que você diria para aquele profissional que está começando a carreira, ou que já está estabelecido, mas sonha em crescer profissionalmente?**

**Dirceu Tieg:** Invista em você, na sua capacitação e no seu time, aposte no mercado que seguirá crescendo por muitos anos, crie demanda para produtos que não são comprados como vida, residencial, empresarial e faça a diferença na vida de pessoa, famílias e empresas.

**Revista Corretora do Futuro: Você é casado, tem filhos? Conte um pouco de seu lado pessoal e sua estrutura familiar.**

**Dirceu Tieg:** Sou casado com a Tati, e tenho três filhos: o Ju, que vive no Canadá há quatro anos e é da área de tecnologia; o Albert, que é universitário em Curitiba; e o Marcos, que vive conosco em São Paulo. Nasci em Santa Catarina e vivi em diferentes cidades e estados. Há 20 anos estou vivendo em São Paulo.

**Revista Corretora do Futuro: Como você consegue equilibrar sua vida profissional, com a de sua família?**

**Dirceu Tieg:** Nós gostamos muito de estar em família. Cozinhamos juntos, fazemos caminhadas todos os finais de semana, gostamos de viajar e vivendo em São Paulo temos muito acesso a exposições, teatro e toda a cena cultural.



A LOJACORR CONTINUARÁ SENDO PARTE IMPORTANTE DO ECOSISTEMA CONTRIBUINDO FORTEMENTE COM A FORMAÇÃO DOS PROFISSIONAIS, COM TECNOLOGIA DE PONTA E LEVANDO AOS BRASILEIROS A IMPORTÂNCIA DO SEGURO E DO CORRETOR DE SEGUROS COMO PROFISSIONAL ADMIRADO PELA SOCIEDADE, ALÉM DE SERMOS UMA SOLUÇÃO PARA AS SEGURADORAS

**Revista Corretora do Futuro: Como você acredita que serão os próximos 25 anos da Lojacorr e a contribuição para o mercado de seguros do Brasil?**

**Dirceu Tieg:** A Lojacorr continuará sendo parte importante do ecossistema contribuindo fortemente com a formação dos profissionais, com tecnologia de ponta e levando aos brasileiros a importância do seguro e do corretor de seguros como profissional admirado pela sociedade, além de sermos uma solução para as seguradoras.

**Revista Corretora do Futuro: Qual é o principal motivo pelo qual você se orgulha do seu trabalho?**

**Dirceu Tieg:** O orgulho de pertencer à Lojacorr. Uma empresa do bem, que distribui proteção e que tem cumprido seu propósito tendo na confiança e nas pessoas seu principal patrimônio. Tenho estudado e trabalhado muito para estar à altura desta gente competente que faz a Lojacorr, dos corretores, Unidades e colaboradores.

**Revista Corretora do Futuro: Que mensagem você deixa para toda a rede neste momento?**

**Dirceu Tieg:** Estamos no segmento certo da economia, no momento certo e na empresa certa. Bons negócios, saúde, prosperidade e que aproveitemos a jornada fazendo aquilo que nos deixa bem!





# O LAÇO QUE NOS UNE, MOVIMENTA E FORTALECE

NOVA MARCA: A REPRESENTAÇÃO DE UM NOVO MOMENTO DE DESENVOLVIMENTO

**A** Lojacorr comemora mais uma etapa da sua história: a nova marca. E para construir ou recriar uma marca, é preciso ter o olhar voltado para história, antropologia e geografia. Quando as pessoas consomem uma marca, consomem o imaginário, o que gostariam de ser, aquilo que querem solucionar, por isso querem uma marca que as apoie, que as complete. Construir marca é pensar e entender a forma como as pessoas se comunicam com elas mesmas, por meio das experiências, não apenas o ato de comprar, mas como

consumem as marcas das mais variadas formas. Por meio do cheiro, sensações, formas sensoriais, a maneira como uma marca une as pessoas e até mesmo como toca os corações.

Reconstruir a marca é contar a história da empresa. A Lojacorr completa 27 anos em 15 de outubro, possui mais de 5 mil profissionais de seguros nessa jornada, mais de 40 seguradoras parceiras e mais de 330 colaboradores. São todas essas pessoas, físicas e jurídicas, que dão a energia para construir uma marca de valor, com a qual todo o ecossistema pode contar e se apoiar.



O trabalho da equipe interna e da agência contratada, a Troiano Branding, durou cerca de um ano e oito meses de atividade para a realização do processo em que foram definidos a nova linguagem visual e verbal. Havia diversos desafios e algumas perguntas a serem respondidas. Um dos pontos de atenção era transformar a marca Lojacorr, que já era tradicional no mercado de seguros, em uma marca mais próxima e que conversasse com todos os seus canais, públicos e fosse mais contemporânea.

Era necessário trazer novas cores, mais vivas e que apoiassem o design dos produtos digitais e na comunicação visual, além de um posicionamento diferente, pois a empresa atingiu novos patamares e a marca precisa representar o novo momento. Além disso, a marca da empresa deve ser um selo de referência para Unidades e corretoras e, para isso, requer ser mais robusta e amigável.

Entre os objetivos do projeto, havia algumas considerações a serem feitas para o início do trabalho de mudança de marca, entre eles: os próximos passos no desenvolvimento da Lojacorr, os desafios que surgem durante o processo de expansão e como se beneficiar da Lojacorr 2.0 no relacionamento com os atuais e potenciais públicos. Foi a partir desses pontos que o trabalho foi planejado, em parceria com a agência contratada.

Foram cinco etapas de trabalho – pesquisa, logo, narrativas, tom de voz e arquitetura – em que estiveram envolvidos diversos representantes de áreas, diretorias, presidência e especialistas da Lojacorr. Entraram no jogo também os diretores regionais, algumas Unidades, corretoras parceiras e até corretoras que não fazem parte da Lojacorr. Um trabalho intenso, com muito estudo e investigação, ajuste técnico, argumentações e análises minuciosas sobre a marca, história, posicionamento, essência, além de tudo aquilo o que deveria permanecer e aquilo que não fazia mais parte da marca.

## O NOME

Para a construção de marca, realizar pesquisa de campo e ouvir as pessoas é algo imprescindível, para mostrar de fato o melhor caminho e aquilo que o público espera. Uma das perguntas que precisavam de resposta era sobre o próprio nome 'Rede Lojacorr'. Ouviu-se, muitas vezes, que o nome remete a uma loja de tinta, de decoração, entre outras possibilidades. E a empresa estava disposta a mudar o nome, se fosse o caso.

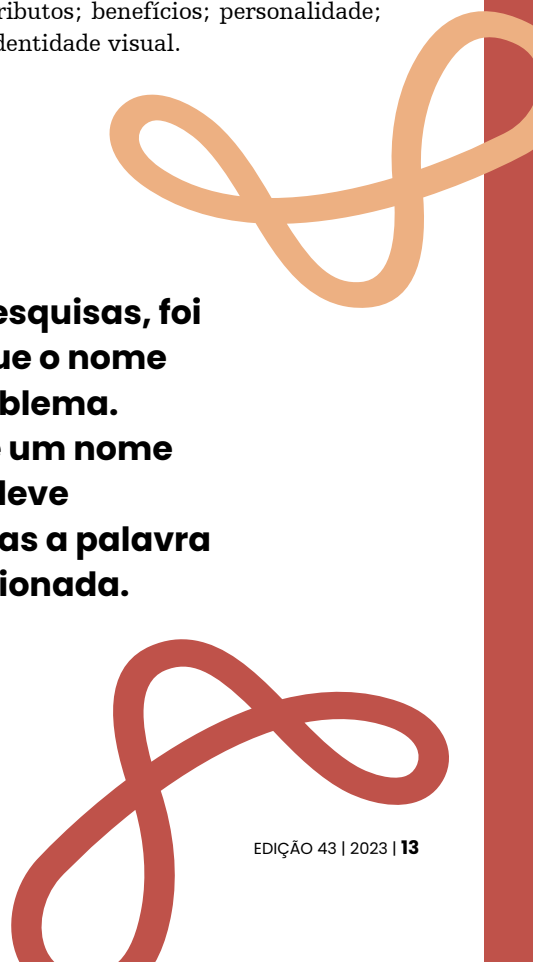
Era necessário, portanto, entender até que ponto essa comparação poderia ser ruim para o futuro da empresa. Entretanto, é importante pontuar como surgiu o nome da empresa. O fundador José Heitor Silva fez uma visita à Casacor, que é uma mostra de arquitetura, design de interiores e paisagismo, realizada em diversas cidades no país. Nessa visita, ele vislumbrou a união daquilo que ele imaginava para a empresa que estava fundando: "Lojacorr – A loja do corretor de seguros", em que o profissional encontraria os mais diversos produtos para proteger, de forma completa, seus segurados, e que a empresa pudesse apoiá-lo de várias formas. Essa é a essência do nome e é aquilo que o fundador sonhou para a empresa.

Por meio das pesquisas, foi comprovado que o nome não era um problema, como imaginado. Que 'Lojacorr' é um nome consolidado e deve permanecer. Mas a palavra 'Rede' foi questionada, já que gera conflito entre o que a marca significa e o que ela oferece. Além disso, foi comprovado que a representação atual da marca precisaria ser alterada, principalmente porque ela não se enquadra nos planos de expansão da empresa. A tipografia precisava de alteração e atualização. Já em relação às cores, o bordô permanece uma cor moderna e deve ser mantido, mas precisa de elementos complementares para dar esse equilíbrio, além da necessidade de uma segunda cor. A escolhida foi o azul, para apoiar e transmitir contemporaneidade.

Depois de concentradas todas as informações colhidas, foi trabalhada a estratégia, quando foi criado o posicionamento da marca, que contempla: público-alvo; atributos; benefícios; personalidade; assinatura; identidade verbal e identidade visual.



**Por meio das pesquisas, foi comprovado que o nome não era um problema. Que 'Lojacorr' é um nome consolidado e deve permanecer. Mas a palavra 'Rede' foi questionada.**





## DIAGNÓSTICO

No estudo, a agência Troiano diagnosticou que existem pontos nos projetos que nem sempre podem ser descritos apenas com aquilo que se aprende nos livros, mas que revelam plenamente o que está intrínseco nos negócios. Trata-se do peso, da inspiração e do papel que o fundador e seus primeiros sucessores têm no prestígio e no poder da organização, dentro e fora dela. No caso da Lojacorr, mais uma vez estavam diante dessa mesma realidade. A Lojacorr não pode perder a sua essência, que nasceu com o sonho do Sr. Heitor. Todas as mudanças que estão acontecendo são para a sobrevivência da empresa, mas a essência não pode mudar.

Essa percepção veio demonstrada em diversas conversas da Troiano com colaboradores, diretoria, conselho, corretores, Unidades e até mesmo algumas pessoas de fora do ecossistema. Ficou claro, por meio dessas conversas, que se hoje a Lojacorr tem sua marca ligada à ética e a uma excelente reputação, muito disso se deve à precedência de seu maior idealizador, o Sr. Heitor e à continuidade deste legado, garantida pela gestão do Diogo Arndt Silva, filho de Heitor, cofundador e atual presidente do Conselho de Administração. Entre as citações que a Troiano absorveu esteve que a cordialidade com que a gestão trata as pessoas nunca é rara e que as pessoas observam que o Sr. Heitor está muito à frente do seu tempo.

Para o fundador, a Lojacorr está sempre em transformação e se reinventando. “A nova marca acompanha a modernidade da empresa, mais leve e mais atual. Estaremos sempre inovando e buscando soluções que atendam os interesses de nossos clientes: corretores de seguros”, diz, validando a percepção que as pessoas têm a seu respeito.



**A nova marca acompanha a modernidade da empresa, mais leve e mais atual. Estaremos sempre inovando e buscando soluções que atendam os interesses de nossos clientes: corretores de seguros**

José Heitor Silva

### Atributos:

Derivam de aspectos tangíveis da marca e das características de suas entregas.



#### Alma Fi.gi.tal

Ao mesmo tempo que possui tecnologia inovadora no mercado de seguros, oferece um atendimento humanizado focado em fortalecer o relacionamento com os corretores.



#### Backoffice exclusivo para corretores

Através dos serviços de assessoria contábil e consultoria jurídica, oferece uma rede de suporte administrativo e otimiza o dia a dia de trabalho dos corretores.



#### Acesso a mais seguradoras

A parceria da Lojacorr com diversas seguradoras oferece aos corretores maior benefício competitivo. O acesso ajuda a equilibrar a disputa entre corretores pequenos, médios e grandes no mercado de seguros.

## PERTENCIMENTO

O “peso do crachá” é uma referência, um indicador importante para revelar o sentido de pertencimento e de orgulho motivacional. O uso da expressão “da” no lugar de “na”, quando as pessoas falam da empresa onde atuam, é muito significativo. Quem trabalha na Lojacorr demonstra orgulho e senso de pertencimento. De acordo com o presidente, Dirceu Tiegs, ele é um deles, que tem o orgulho de vestir a camisa com a logomarca da empresa sempre que viaja, com o propósito de estampar a sua alegria no propósito que carrega. Camiseta que ele também usa com frequência nas reuniões online. “Esse sentimento de pertencimento é algo que me orgulha todos os dias, mas a nossa marca ‘retrô’ continuará estampando nossas camisetas como parte da nossa história. O que acontece agora é que a tipografia, que era datada e precisava de modernização, foi atualizada, assim como tudo na empresa, cuja tecnologia permite hoje que os gestores acompanhem a produção de onde estiverem”, cita.

Numa organização como a Lojacorr, considerando cultura e clima interno, os profissionais são mais do que operadores de mercado, vendedores e dirigentes. São embaixadores, que estreitam laços de confiança, num mercado onde o tema é central. Além disso, durante o estudo da agência, ficou claro que os diretores Regionais e as Unidades são um dos grandes ativos e catalisadores da expansão da Lojacorr até hoje, reafirmando que a confiança é o que alimenta o crescimento da rede. “As pessoas fazem seguro daquilo que elas dão mais valor. Por isso, fazemos o nosso trabalho com responsabilidade. A nossa empresa é feita por times e é esse compromisso que dá significado ao nosso propósito. Nesses 26 anos de história buscamos ganhar relevância por meio da confiança, fazendo o certo simplesmente porque é o certo”, ressalta Diogo Arndt Silva.



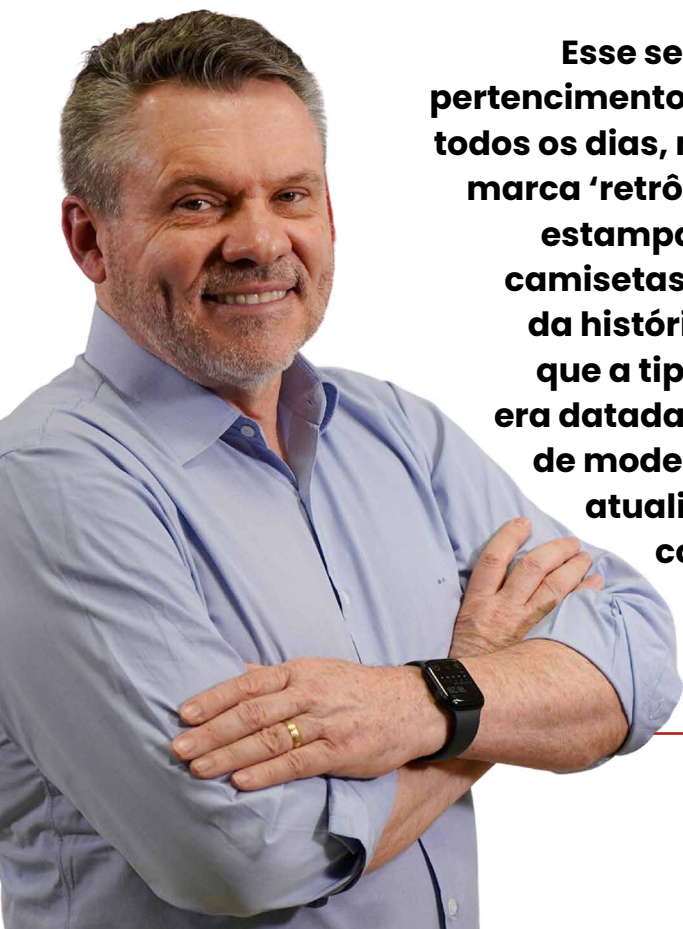
**As pessoas fazem seguro daquilo que elas dão mais valor. Por isso, fazemos o nosso trabalho com responsabilidade. A nossa empresa é feita por times e é esse compromisso que dá significado ao nosso propósito. Nesses 26 anos de história buscamos ganhar relevância por meio da confiança, fazendo o certo simplesmente porque é o certo**

Diogo Arndt Silva



**Esse sentimento de pertencimento me orgulha todos os dias, mas a nossa marca ‘retrô’ continuará estampando nossas camisetas como parte da história. Acontece que a tipografia, que era datada e precisava de modernização, foi atualizada, assim como tudo na empresa**

Dirceu Tiegs





A Lojacorr oferece aos corretores o sentimento de integração social, de pertencimento, de se sentir acolhido, como uma colmeia em que existe colaboração, cooperação, proteção, infraestrutura e cresce com sustentabilidade. “Oferecemos suporte e soluções que empoderam até mesmo os pequenos corretores, para que possam atender e servir seus segurados da melhor forma. Entre as soluções, a Lojacorr oferece acesso a seguros de todos os ramos, campanhas, formação, sistema de gestão, central de negócios, acesso via multicálculo, eventos exclusivos, aprendizagem prática com auxílio de Unidades, assessoria backoffice, assessoria contábil, assessoria jurídica, entre outras”, descreve Luiz Longobardi Jr., diretor de Mercado e Distribuição.

O vice-presidente do Conselho de Administração, cofundador e diretor da Lojacorr Consórcios, André Duarte, explica que, desde a fundação, a preocupação da empresa sempre foi com a governança, numa busca perene pela excelência das entregas. “A gente trabalha com esse foco e direcionamento. E agora com o Conselho de Administração consolidado teremos a oportunidade de nos dedicarmos ainda mais para o desenvolvimento desta regência e das estratégias macro da operação, com equidade e transparência”, diz.

A diretora Financeira, Ludmilla Concon, inclui que está muito contente de chegar numa empresa em meio a tamanha transformação. “Com comprometimento, posicionamento ético e valores alinhados, desejo em conjunto com meu time apoiar esse momento de crescimento da empresa”, fala.

## Benefícios:

São o que a marca tem a oferecer, que seja relevante e faça a diferença para seus públicos.

### De corretor para consultor



Com o suporte e a mentoria oferecidos pela Lojacorr, o corretor consegue focar no ponto central de seu trabalho: a venda de seguros. E, assim, se transformar de verdade em um consultor de seguros.

### Evolução constante



O mercado de seguros, assim como o mundo, está evoluindo rapidamente, e nem sempre os corretores conseguem acompanhar todas as mudanças. Com a Lojacorr, o corretor tem acesso a ferramentas e treinamentos atualizados às tendências do mercado. E, por isso, nunca para de evoluir.

### Senso de comunidade



Muitos corretores de seguros se sentem sobrecarregados e inseguros para dar novos passos na carreira. A Lojacorr, ao uni-los em uma plataforma, proporciona a troca de experiências e aprendizados entre colegas de profissão. Essa rede de apoio faz com que se sintam menos sozinhos e parte de algo maior.



**Oferecemos suporte e soluções que empoderam até mesmo os pequenos corretores, para que possam atender e servir seus segurados da melhor forma. Entre as soluções, a Lojacorr oferece acesso a seguros de todos os ramos**

Luiz Longobardi Jr.



## Personalidade:

É o que dita o tom de voz da marca, sua forma de agir e de se relacionar com seus públicos. É a expressão do jeito de ser da marca.

### Ética

A Lojacorr mostrou que é orientada pela crença de que crescimento bom é o que faz todos crescerem. E para conseguir possibilitar esse ciclo de sucesso democrático, ela é ética com a sua própria equipe, e na oferta de seus serviços.

### Inovadora

A Lojacorr revolucionou o mercado de seguros quando nasceu e está preparada para fazê-lo de novo. Ao longo dos anos, continuou evoluindo com o mercado. Mais do que isso, hoje está pronta para ser a primeira a dar novos passos.

### Mentora

Com grande poder de transformação na carreira dos corretores de seguros, a Lojacorr se torna um lugar seguro e de aconselhamento para esses profissionais. Além de uma comunidade, a Lojacorr ocupa o lugar de professora, pois se preocupa em formar profissionais melhores.

### Humana

A essência sonhadora e humana dos fundadores da Lojacorr permeia os seus colaboradores. E os resultados disso são um atendimento humanizado com seus públicos e a transparência espontânea de uma preocupação que é genuína: fazer o melhor para os corretores de seguros.



**Com o Conselho de Administração consolidado teremos a oportunidade de nos dedicarmos ainda mais para o desenvolvimento desta regência e das estratégias macro da operação, com equidade e transparência**

André Duarte



**Com comprometimento, posicionamento ético e valores alinhados, desejo em conjunto com meu time apoiar esse momento de crescimento da empresa**

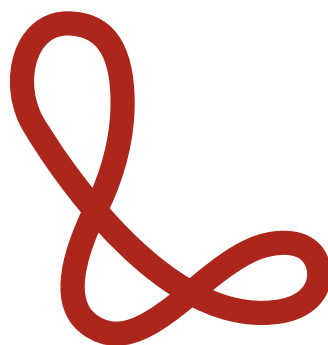
Ludmilla Concon





**Creio que um novo jeito de se comunicar está diretamente ligado à necessidade da mudança da marca, mesmo tendo plena consciência de que a essência da nossa empresa não mudará. Penso também que chegou a hora de mudar, e nesta construção, foi criada uma identidade visual muito sólida e moderna. Certamente será um marco na organização, até porque o reposicionamento da marca nada mais é que mudar a imagem da nossa empresa junto aos nossos clientes/ corretores aliado às estratégias da Lojacorr**

Luiz Ernani Lepchak  
Diretoria Regional Sul



# Lojacorr

## O LOGO

Para a representação da identidade visual, foi pensado o entrelaçamento que todos os públicos têm para formação do ecossistema da Lojacorr. Dessa forma, o laço foi trazido para apoiar. Um laço sem nó, que traz movimento e que proporciona a representatividade do 'L' de Lojacorr. Para corroborar com o símbolo, foi trazida a assinatura complementar: 'Seguro é estar com a gente'. "A união do símbolo e promessa representam e fortalecem tudo aquilo que foi construído na fundação e em que a empresa acredita até hoje, juntamente com o novo momento de evolução da Lojacorr, trazendo as pessoas sempre no centro do nosso negócio, expandindo a cultura do compartilhamento, da troca de experiências e boas práticas. Pois a Lojacorr é uma rede que ajuda o corretor de seguros a trabalhar de forma simples e desburocratizada, com todo o apoio necessário para proporcionar a seus públicos a melhor proteção", menciona Ana Clara Baptistella Murat, coordenadora de Marca.

A linha de trabalho para a construção da nova marca seguiu com uma mudança sutil e evolutiva, que aproximasse os públicos, que fortalecesse as relações e, principalmente, mantivesse vivo o DNA do compartilhamento, juntamente com a relevância das pessoas na história. "Somos uma empresa que tem em seus valores a simplicidade e queremos também resolver questões práticas no dia a dia das nossas Unidades e corretoras, então todas essas questões foram levadas em consideração na hora da elaboração da nossa nova marca. Conseguimos reunir as principais características da Lojacorr e que regem sua personalidade. Somos uma empresa ética, inovadora, mentora e humana. Relacionamento e senso de comunidade são levados a sério, para que todos cresçam juntos. Com essas características reunidas e confirmada a força do nosso nome, seguimos para construção da nova marca. Foi uma jornada desafiadora, mas estamos orgulhosos do resultado e sabemos que vêm muitas coisas legais ainda pela frente", revela a analista Sênior de Marca, Fernanda Roling, que participou ativamente do processo. Ela acrescenta que, com a nova logo e as-



sinatura, a empresa consegue trazer uma mensagem-chave e destacar de forma sucinta e próxima o impacto que a Lojacorr quer ter na vida dos parceiros. “Que eles se sintam seguros de fato em estar com a gente, pois a estratégia e o posicionamento estão em trazer a importância das pessoas no centro da nossa evolução, com as características éticas e humanas”, explica.

Se há um traço indelével na personalidade da Lojacorr é o entrelaçamento entre todos os públicos que integra. São muitos, com papéis muito bem definidos e interdependentes. É como se a empresa tivesse criado um genuíno ecossistema, muito antes desse conceito ter se tornado tão comum nos mercados, como acontece atualmente. Nada melhor para representar a integração dos seus públicos do que um laço, sem um nó. Um laço que tem um sentido de movimento, onde há um permanente recomeço, típico das relações humanas que alimentam uns aos outros. Um laço que não aperta, que é solto, flutuante, onde os elementos estão juntos por uma simples razão: porque integram uma unidade e um propósito comum.

“É uma marca que abraça, em que o arco da proteção transcendeu para um laço e manteve a essência viva. A união do símbolo e da promessa (‘Seguro é estar com a gente’) simboliza o que construímos expandindo a cultura do compartilhamento. Trabalhar de forma simples e desburocratizada”, afirma o Sr. Heitor, acrescentando que o laço o fez lembrar da cidade em que nasceu: Livramento-RS.

O cofundador, Diogo Arndt Silva, ressalta que “a construção da nova marca foi feita com muita sensibilidade para representar o que nos trouxe até aqui, e que ela possa nos impulsionar para o futuro. Desejamos e buscamos ser um ambiente seguro, estável para que os corretores cresçam e se desenvolvam e nos baseamos no livro ‘O Jogo do Infinito’, que descreve o quanto as organizações precisam ser sustentáveis para serem perenes”, conta.

A nova marca representa o DNA inovador da Lojacorr. Uma empresa que constantemente se transforma para aprimorar e ampliar sua proposta de valor. “Uma nova marca para os novos tempos que vivemos, quando os clientes esperam respostas cada vez mais rápidas e assertivas. Um novo tempo em que a tecnologia empodera cada vez mais os profissionais que buscam a excelência. Um novo tempo em que as pessoas querem ser prósperas e ter a confiança de quem se sente protegida”, expressa Diogo.

Luiz Longobardi Jr. relata que esse é um momento de transformação e modernização da empresa, quando a nova marca representa a união entre todo o ecossistema (corretores, Lojacorr e seguradoras). A inovação sempre foi um desafio da Lojacorr, olhando o futuro e os desafios do mercado e acolhendo o corretor de seguros na sua caminhada e no seu desenvolvimento. “Tudo isso é para fortalecer o senso de pertencimento, tornar a marca mais conhecida e ajudar a sustentar o crescimento da rede”, declara.



**Fortalece tudo que foi construído na fundação e em que a empresa acredita até hoje, juntamente com o momento de evolução**

Ana Clara Baptistella Murat



Fernanda Roling  
Analista Sênior de Marca

# SEGURO É ESTAR COM A GENTE.

O produto que nossas corretoras parceiras comercializam e que nós os apoiamos, entregando soluções e backoffice.

Representa a conexão do nosso ecossistema, o apoio mútuo entre as pessoas, estarmos juntos em prol da mesma missão.

Pessoas, o foco da nossa evolução. Aqui, a nossa gente tem valor e são a força do nosso ecossistema.

## Arquitetura de marca

A partir do novo logo e da decisão por uma marca monolítica (caracterizada por uma marca principal forte e única), foi feita a revisão de toda a manifestação gráfica da arquitetura de marcas que se relacionam com a marca-mãe. Para o alinhamento da arquitetura, foram usadas como base as seguintes definições:

**Nível corporativo** Esta é a marca-mãe, aquela sob a qual todas as outras marcas do negócio ficam e para a qual respondem.

**Programas** São programas voltados para os públicos internos ou externos e que não tenham um caráter passageiro.

**Nível de negócio** Classificam-se aqui marcas que identificam negócios. Isso é, se a marca corporativa atuar em mais de um segmento – e vir necessidade de diferenciar esses ramos de atuação – deve-se criar uma submarca descritiva.

**Eventos** Entram nessa classificação todos os nomes de eventos, reuniões, convenções, campanhas internas, que tenham datas de início e fim definidas.

**Nível de produto** Neste nível, devem estar as marcas de algum produto ou serviço oferecido pela Lojacorr.

**Exceções** Consideramos aquelas marcas mais independentes, com vida própria em relação à Lojacorr ou que dependam, por exemplo, de apoio ou patrocínio de outras empresas do setor ou de outros segmentos.

## TOM DE VOZ

O tom de voz é derivado da personalidade de uma marca, do jeito como ela se expressa e se comunica ao público. Para a Lojacorr, foi desenvolvido um tom de voz em três pilares, que respeitam a personalidade da marca. “Nossa nova identidade ficou fluida e o nosso tom de voz precisava de pequenos ajustes para se adequar aos momentos de forma evolutiva de acordo com o espírito do tempo. Toda essa transformação foi trabalhada estrategicamente para que nossos públicos se sintam cada vez mais pertencentes e que suas histórias estejam sempre entrelaçadas com a Lojacorr. Todo nosso time foi envolvido para reformulação de nossos materiais online e off-line, para que nossa virada de chave seja ainda mais completa. Estamos trabalhando para que nossas unidades tenham tempo hábil para reformular suas estruturas”, explica Ana Clara.

Durante todo o processo de transformação da Lojacorr, os líderes estavam olhando para o futuro do seguro e para novos canais e novas tecnologias, mas sem esquecer que a tecnologia é apenas o meio e que as pessoas são o principal ativo, para proteger cada vez mais brasileiros. As mudanças estão cada vez mais rápidas, e a empresa se transformou, se tornou mais forte e mais unida. A Lojacorr possui um time de pessoas que são capazes de se reinventar a uma velocidade sem igual e que juntas estão transformando o mercado de seguros. Por isso que a marca precisava expressar esse novo momento. Fluída, leve e minimalista, que o bordô estivesse nas memórias, que unisse as pessoas ainda mais e, é por meio dessa representação, que a empresa quer alcançar novos patamares.

O diretor de Tecnologia e Operações, e cofundador, Sandro Ribeiro, diz que enxerga a nova marca como uma transformação natural face às várias evoluções e modernizações que a empresa vem passando nos últimos anos. “Simboliza um novo momento de uma empresa mais ágil, maior e mais moderna, muito forte em seus valores e compromissos que vem trazendo consigo ao longo de 26 anos de mercado junto aos corretores”, enuncia.

“Todo o trabalho que envolveu revisitar os significados da nossa marca, nosso propósito e nossa causa, culminam numa empresa que está se transformando e evoluindo, mas que reafirma seus laços com seus clientes: os corretores de seguros. Mais moderna, dinâmica e digital, mas com o abraço e o aperto de mão, a confiança e colaboração de prosperarmos todos juntos”, acrescenta Dirceu.

**Simboliza um novo momento de uma empresa mais ágil, maior e mais moderna, muito forte em seus valores e compromissos que vem trazendo consigo ao longo de 26 anos de mercado junto aos corretores**

Sandro Ribeiro



## Tom de voz

### PRÓXIMO

Todos na Lojacorr procuram sempre ser carinhosos, calorosos, amigáveis e respeitosos com as pessoas, e gostam de investir na relação com os times internos e corretores de todos os tipos.

### CONFIANTE

São confiantes porque são fiéis ao propósito, que traz a ideia de elevar a consciência da população sobre a importância da proteção do seguro e do papel do corretor. Sabem que o mundo dos seguros não é fácil, e é por isso que gostam de ser também otimistas e positivos.

### SIMPLES

Sabem da importância de falar a língua dos corretores, mas também trabalham para ser descomplicados, familiares e atualizados, visando atender as necessidades dos corretores e também dos segurados. Afinal, na comunidade, querem que todos sejam acolhidos e consigam compreender bem o negócio.



**A Lojacorr está assumindo uma identidade rejuvenescida, mais sólida e inovadora perante o mercado de seguros com a sua nova logomarca, adaptando-se assim à evolução e às mudanças constantes do mercado. A nova e moderna logomarca fortalecerá ainda mais o elo de confiança entre a Lojacorr e todo o seu ecossistema, especialmente no relacionamento com os corretores de seguros da rede, uma vez que está alinhada com a causa justa e o propósito da empresa**

Antonio Carlos Fois  
Diretoria Regional  
Centro Sudeste



**Assim como as pessoas e as empresas evoluem, suas marcas precisam evoluir também. Um novo corte de cabelo, um novo jeito de se vestir, novos hábitos e novas formas de se comportar, são evoluções das pessoas, e com as empresas não é diferente. No caso da Lojacorr, nossa nova marca é moderna, leve, e demonstra exatamente os laços que construímos ao longo do tempo, formando essa comunidade e ecossistema únicos**

André Moreno  
Diretoria Regional SP  
Centro Norte



**A marca vem se consolidando em todo o país ao longo dos anos e nada melhor que rejuvenescer, sendo mais leve e mais solta. Algo que as pessoas olhem e vejam como somos simples, eficientes e eficazes. Ajuda muito esse novo conceito de estarmos mais próximo do corretor, prontos para ajudar. Isso é tudo o que o corretor deseja. Essa reformulação vem no momento certo do momento da empresa e tudo o que ela representa**

Eucrésio Neto  
Diretoria Regional  
Norte Nordeste



# Manifesto

Nascemos do sonho de um visionário.  
Existimos porque acreditamos nas pessoas,  
Na potência das relações.  
Em nossa história, redefinimos a dinâmica  
do mercado de seguros.  
Provamos que é possível unir forças,  
trabalhar em colaboração.  
E crescer em conjunto,  
Somando técnica, somando contatos,  
somando resultados  
Para acordarmos maiores, a cada dia.  
Tudo isso se sustenta de forma sólida  
porque valorizamos os corretores.  
E sabemos de sua fundamental importância,  
oferecendo caminhos e soluções,  
com a independência que o segurado espera.  
Trabalhamos conectando elos,  
Unindo informação e suporte,  
Relacionamento e tecnologia.  
Para estarmos sempre à frente,  
Oferecendo juntos  
Um futuro mais próspero,  
de proteção e tranquilidade.



Lojacorr



**Diogo Arndt Silva**

Presidente do Conselho de Administração, sócio fundador da Lojacorr, empreende no mercado de seguros desde 1995.

Economista pela Universidade Federal do Paraná, pós-graduado em Planejamento e Gestão de Negócios pela FAE Business School, possui MBA em Gestão Comercial pela Fundação Getúlio Vargas, com Extensão em Negócios e Gestão pela Universidade da Califórnia Irvine. Liderou a equipe de Planejamento Estratégico que deu origem ao modelo de negócios da empresa e atuou por cinco anos como Diretor de Expansão, que deu início à nacionalização da operação que se tornou a maior plataforma para corretoras de seguros do Brasil. De março de 2017 a janeiro de 2023 atuou como presidente da Lojacorr.



EXISTE NO MERCADO DE SEGUROS UM GRANDE ESPAÇO PARA COCRIAÇÃO, COLABORAÇÃO E COMPARTILHAMENTO DE RECURSOS ENTRE OS MEMBROS DO ECOSSISTEMA

# Modelo da Lojacorr colabora com o Plano de Desenvolvimento do Mercado de Seguros

As principais iniciativas endereçadas para concretização dos objetivos propostos muito estão relacionadas ao desafio de ampliar o conhecimento da sociedade a respeito do funcionamento dos produtos, simplificar e ampliar as formas de contratação e tornar a linguagem mais simples para que alcance um número maior de consumidores

No dia 16, de março de 2023 a Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) apresentou para o mercado o Plano de Desenvolvimento para o Mercado de Seguros (PDMS). O documento é uma referência que ajuda a balizar atuação das empresas do setor nos próximos anos.

Foram definidos dois grandes objetivos a serem alcançados até 2030:

**1 - Aumentar a parcela da população** atendida em 20% pelos diversos produtos do mercado de seguros, previdência aberta, saúde suplementar e capitalização.

**2 - Elevar o pagamento de indenizações**, benefícios, sorteios, resgates e despesas médicas e odontológicas dos atuais 4,6% do PIB para 6,5% do PIB.

A expectativa é que com o atingimento desses objetivos a participação do mercado de seguros no PIB salte dos atuais 6,5% para mais de 10%. Isso é, existe potencial para o mercado de seguros praticamente dobrar de tamanho, mais uma vez, nos próximos oito anos.

Na construção do plano foram definidos quatro eixos de trabalho: 1) Imagem do Seguro, 2) Canais de Distribuição, 3) Produtos e 4) Eficiência Regulatória, que foram divididos em 65 iniciativas que irão guiar as ações da CNseg até 2030. Como ponto de partida foram criadas premissas que consideram que, pela ótica do consumidor, existe um desconhecimento sobre a importância do seguro, existe desconfiança e desinformação sobre os serviços e produtos oferecidos pelo mercado e por isso a adesão é baixa. Pela ótica do setor entende-se que existe um grande potencial de crescimento e uma grande disposição para a mudança, absorvendo novos meios e tecnologias para melhorar a experiência do consumidor e, com isso, aumentar a adesão dos consumidores.

As principais iniciativas endereçadas para concretização dos objetivos propostos muito estão relacionadas ao desafio de ampliar o conhecimento da sociedade a respeito do funcionamento dos produtos, simplificar e ampliar as formas de contratação e tornar a linguagem mais simples para que alcance um número maior de consumidores.

Existe no mercado de seguros um grande espaço para cocriação, colaboração e compartilhamento de recursos entre os membros do ecossistema. O objetivo do mercado de seguros é comum, nobre e tem um papel importantíssimo para sociedade e para as economias. Certamente, ampliar a colaboração entre as seguradoras, insurtechs, corretoras e canais de distribuição irá viabilizar a criação de novos produtos, a otimização de canais de distribuição, capacitação de profissionais contribuindo de forma eficiente com a ampliação do alcance do mercado em mais camadas da sociedade.

Na Lojacorr, através do compartilhamento – de tecnologia, acesso ao mercado e ao conhecimento da nossa comunidade de profissionais – as corretoras se tornam mais competitivas, eficientes e capacitadas para ampliar e diversificar cada vez mais sua base de clientes. Já as seguradoras que operam na rede têm condições de aumentar sua capilaridade através da nossa presença nacional que conta com os qualificados profissionais em Unidades de Negócios que cobrem todo o território nacional.

Nós, na Lojacorr, somos muito otimistas com o futuro do mercado de seguros no Brasil e estamos confiantes que o nosso modelo de negócios, que empodera corretoras de seguros pelo Brasil, vai continuar à disposição para colaborar de forma efetiva com os objetivos estabelecidos pela CNseg em seu planejamento.



# Década de repertórios e memórias

Revista Corretora do Futuro completa 10 anos

**D**e um pequeno sonho, o folheto de 13 páginas caseiro tornou-se em 2013 a Revista Corretora do Futuro (RCF) impressa e digital, que hoje conta com 76 páginas. Ao longo desses 10 anos, a RCF veio se transformando, se profissionalizando, ganhando força no mercado e perante as seguradoras. A revista foi meio de prospecção e prova de valor dos profissionais da Lojacorr.

Desde o seu nascimento, a equipe editorial entregou conteúdos cada vez mais robustos, que mostram as pessoas que formam a empresa, humanizando e fortalecendo a marca. Com 43 edições, os 10 anos acumulam hoje uma tiragem de 4.500 exemplares impressos + online – a média anual de alcance dos nossos públicos está em 56,8 mil e a mensal em 2,9 mil nos diversos canais (leitor digital + App, LinkedIn, Instagram, Facebook e site da Lojacorr).

De acordo com Ana Clara Baptista Murat, coordenadora de Marca

da Lojacorr e criadora da RCF, há 10 anos não havia uma área específica de Comunicação e Marketing na empresa. Com isso, assim que ela entrou na Lojacorr começou a avaliar as necessidades para conseguir comunicar os corretores e colaboradores sobre os acontecimentos mais relevantes. “Foi assim que surgiu o primeiro folheto mensal, com o desejo de que ele comunicasse as pessoas sobre nossas ações. Fizemos, inclusive, um modelo para colaborador interno e outro para os corretores e Unidades, simultaneamente. Com a aceitação deste canal, vislumbramos que poderia se tornar uma revista, já que tínhamos muito conteúdo e informação, mas que inicialmente seria digital”, explica Clara.

O primeiro diretor responsável pela revista foi o André Duarte, sócio cofundador, atualmente vice-presidente do Conselho de Administração e diretor da Lojacorr Consórcios. Já na segunda edição do veículo, ele aprovou a ideia

de expandir para o formato de revista. “A essência do veículo sempre foi a mesma: dar voz e protagonismo aos corretores e colaboradores da Lojacorr ao divulgar acontecimentos e cases de sucesso. Além de fazer este compartilhamento para crescer e construir em conjunto, o objetivo foi trazer as corretoras para de fato se sentirem parte da empresa”, acrescenta André Duarte.

A seção Ping-Pong, que até hoje entrevista executivos das companhias, nasceu já no início com o intuito de mostrar que eles eram pessoas normais, acessíveis e com uma história a ser contada. “Durante as convenções e eventos, muitas pessoas tinham receio de se aproximar dos executivos e eu queria mudar isso, afinal somos uma empresa horizontalizada. Por isso, esse era um dos momentos em que eles contavam sua história, um pouco da vida pessoal, dificuldades e os passos que deram até chegar onde estavam, retratando suas jornadas. Assim, essa era a oportunidade





de de unificar o discurso que todos temos de proteger”, ressalta Clara.

Além de servir de espelho dos acontecimentos, a revista também passou a informar já nas primeiras edições sobre produtos e soluções para as corretoras e Unidades, incluindo campanhas das seguradoras. Entretanto, hoje a RCF entrega conteúdos ainda mais robustos, preferencialmente com informações de mais de uma companhia sobre determinados ramos e produtos, ou mesmo quando algum ramo apresenta maior produção a equipe editorial procura validar essa tendência contando com informações e depoimentos das companhias e corretores especialistas, que acabam servindo de exemplo para outros corretores. Muitas vezes, os cases das corretoras demonstram ainda como ajudaram segurados por meio de determinados produtos e em quais situações. “Percebemos que essas trocas fortalecem o crescimento das Unidades e corretoras. A ajuda mútua entre os corretores tem servido de alavanca para colegas de outras regiões”, cita Clara.

Acima de tudo, a revista tem servido de ferramenta de prospecção, porque além de trazer produtos, soluções, institucional, ações, realizações, conquistas, entrevistas, artigos, entre outros, a RCF busca relacionar

tendências, tecnologia, inovação, procurando ser, acima de tudo, um canal oficial de comunicação entre os públicos das empresa, mas principalmente de registro e documentação da história construídas a tantas mãos. “Olhamos hoje para a revista de uma forma integrada com todos os times da Lojacorr, mas também pensando no segurado e nos interessados. Como os corretores de seguros são empreendedores, pensando também em atendê-los com conteúdos que possam ajudá-los nessa área da sua carreira: a gestão. Desta forma, o trabalho de produzir conteúdos para nosso ecossistema é infinito, mas também bastante gratificante, pois sabemos o quanto estamos auxiliando o desenvolvimento da nossa rede”, contribui Suzane Marie Gantzel, redatora da revista.

Roberto Stechinski, pioneiro na Lojacorr, sócio das Unidades de Joinville, Chapecó e Blumenau, é um amante da Revista Corretora do Futuro. Ele guarda todas as edições, desde a primeira. Como iniciou na empresa em 2010, sendo a quinta Unidade da Rede, conseguiu manter seu acervo intacto e resguardado. “Aprendi muito nestes 10 anos de revista e, desde 2013, o veículo demonstrou evolução, modernidade e visão de futuro de toda a rede. Passou de nove simples páginas, enviadas por e-mail,

a uma revista de alto padrão editorial, mas sobretudo de matérias excepcionais sobre o mercado segurador. Tenho muito orgulho de poder entregar exemplares da revista a clientes, empresários e amigos. Com certeza, a Revista Corretora do Futuro é um diferencial no mercado securitário”, conta o gestor.

Ana Clara inclui que para chegar à qualidade que a revista tem hoje, a Lojacorr contou com diversas contribuições na produção, que a empresa faz questão de mencionar. Entre eles, (em ordem alfabética) os profissionais: Adriana Cordeiro dos Santos, Bianca Martins, Carlos Alberto Pacheco do Rego, Denise Andrade, Dirceu Tiegs, Fernanda Roling, Geniomar Pereira, Kelly Sumeck, Kellyn Ançay Cordeiro, Lincoln Amorim Siqueira, Michele Monteiro, Nicolle Cattine, Rafael Martins, Sueli dos Santos, Suzane Marie Gantzel e Thaís Ruco. E as empresas: Corgraf, Ctrl S Comunicação, Excelência Editoração, Gráfica Exklusiva, MMC Publicidade, Nova Gráfica, Oblá Estúdio Criativo, Prisma Comunicação, Ruco Comunicação e Verbal Comunicação.

“A revista é como um filho, lapidamos para que sempre esteja em constante evolução, além de cuidarmos com toda a presteza. Mas também desejamos que alcance novos voos em busca de inovação e crescimento”, finaliza Clara.

# Lojacorr recebe nova diretora Financeira

Ludmilla Concon entra para a diretoria executiva da empresa

O ano de 2023 para a Lojacorr está marcado por acontecimentos de grande impacto para a sua história e para o mercado de seguros, entre eles a mudança de marca, a realização da Convenção Nacional e o aperfeiçoamento do seu modelo de gestão. No lançamento da nova marca, o ecossistema da Lojacorr pôde conhecer a nova diretora Financeira (CFO), Ludmilla Concon, que sucede a posição do cofundador André Duarte, que agora assume a vice-presidência do Conselho de Administração e a diretoria Geral da Lojacorr Consórcios.

André Duarte compartilha a história de sucesso da Lojacorr nos últimos anos, destacando que a empresa alcançou um patamar de excelência ao promover o conceito de trabalho 'anywhere office', permitindo que toda a equipe trabalhasse 100% remotamente desde o início da pandemia. Ele ainda ressalta que, "apesar de trabalharem à distância, a produtividade, o número de novos corretores e colaboradores, além de soluções da empresa, aumentaram significativamente."

Além disso, Duarte destaca que o trabalho remoto possibilitou a contratação de muitos talentos de outras localidades, como é o caso da Ludmilla. Segundo o diretor, que estava há 15 anos como CFO, era hora de promover algumas mudanças, inclusive para

essa diretoria. "Trata-se de uma renovação importante que está conectada a um movimento estratégico macro". Ele reforça que a contratação da nova diretora ocorreu por meio de um processo de seleção feito de forma muito criteriosa, valorizando sua cultura, valores e a conexão dela com o novo perfil técnico que a empresa buscava para a vaga. Essa transformação mostra que a Lojacorr está sempre buscando melhorar e se adaptar às mudanças do mercado de forma rápida e eficaz.

André Duarte frisa que a escolha de Ludmilla, para sucedê-lo como CFO, se deve às suas qualidades técnicas e de seus valores que estão alinhados aos da empresa. Ele enfatiza que a Lojacorr está sempre atenta com as melhores práticas de Governança e que a chegada da nova diretora financeira, aliada à sua nova posição no Conselho de Administração, contribui e facilita essa estratégia.

Segundo a nova diretora, o mercado de seguros é um segmento em crescimento constante e isso trará diversos desafios para a sua carreira. Entretanto, acredita que a sua experiência na área financeira e em controladoria contribuirá para um crescimento sustentável da empresa. "Pretendo compartilhar com o meu time os meus conhecimentos financeiros e de controladoria adquiridos nos meus 25 anos de carreira, bem como propiciar à alta administração informações e análises tempestivas e úteis para a gestão", acrescenta.

Para o time seguir em desenvolvimento, Ludmilla ressalta que são necessárias algumas competências, entre elas: elevado conhecimento técnico, trabalho



## LUDMILLA CONCON

Graduada em Economia e Ciências Contábeis, Ludmilla iniciou sua carreira na Deloitte como auditora e em seguida ingressou na empresa B2BR no cargo de gerente de Controladoria. Teve participação no projeto de preparação da empresa para abertura de capital e projetos de fusões e aquisições, além de implantação de ERP e novos processos. Após quatro anos, a empresa passou por uma fusão com um grupo indiano Tata e passou a ocupar o cargo de gerente de Novos Negócios, responsável pela gestão das áreas Contábil, Fiscal, Controladoria e Projetos. Após quase seis anos no grupo foi para a Cocelpa como controller, atuando em empresa de capital aberto, atendendo às regulamentações da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) e realizando a implementação do Centro de Serviço Compartilhado (CSC). Posteriormente, teve uma passagem de quase três anos pelo Grupo Positivo, geren-





DIRETORIA EXECUTIVA COMPLETA

em equipe e foco no resultado. Esse é um conjunto de habilidades que ela acredita que um time de alta performance tem que ter.

Já em relação a ser a primeira mulher na diretoria executiva da Lojacorr, Ludmilla vê com tranquilidade e alegria, pois sabe que a escolha foi baseada em um processo muito robusto conduzido pela empresa, considerando, dentre outras, as habilidades técnicas e pessoais para conduzir a posição com excelência. Além disso, ela ressalta que é um estimulante atuar em uma empresa com

capilaridade nacional que dobra de tamanho a cada três anos. “É sempre um grande desafio atuar em empresas em forte crescimento porque você tem que estar constantemente preparado para o novo. Você tem que ter altas habilidades para mudar e se adaptar rapidamente e conduzir o time dentro desse ambiente. Minha trajetória profissional foi fortemente voltada para empresas em crescimento acelerado ou reestruturação, o que me traz bastante tranquilidade em conduzir o time da Lojacorr nesse cenário de evolução”, finaliza.

ciando equipe de 22 pessoas das áreas Fiscal, Faturamento, Custos, Controladoria, Ativo Fixos e Investimentos, reportando ao CEO da Posigraf e ao CFO da Holding do Grupo Positivo, onde participou de projetos de aquisições de empresas. Na Falconi foi controller por cerca de quatro anos, gerenciando as áreas Contábil, Fiscal, Planejamento, Financeiro e Faturamento com equipe de 18 pessoas e reporte direto ao presidente. Participou de projetos de aquisições e abertura de novas empresas, partnership, além de conduzir a gestão financeira das unidades internacionais localizadas nos Estados Unidos, México e Guatemala. Teve uma passagem rápida pela Associação Médica Brasileira também na posição de controller com foco na reestruturação das áreas financeiras e de controladoria e na implementação do ERP SAP. Antes de vir para a Lojacorr, Ludmilla estava na Proxys Group como CFO, onde realizou um projeto de fusão de empresas e teve forte atuação em captação de recursos, negociações com bancos, análises de investimentos e aplicações financeiras.

É SEMPRE UM GRANDE  
 DESAFIO ATUAR EM  
 EMPRESAS EM FORTE  
 CRESCIMENTO PORQUE  
 VOCÊ TEM QUE ESTAR  
 CONSTANTEMENTE  
 PREPARADO PARA O  
 NOVO. VOCÊ TEM QUE  
 TER ALTAS HABILIDADES  
 PARA MUDAR E SE ADAPTAR  
 RAPIDAMENTE E CONDUZIR  
 O TIME DENTRO DESSE  
 AMBIENTE. MINHA  
 TRAJETÓRIA PROFISSIONAL  
 FOI FORTEMENTE VOLTADA  
 PARA EMPRESAS EM  
 CRESCIMENTO ACELERADO  
 OU REESTRUTURAÇÃO, O  
 QUE ME TRAZ BASTANTE  
 TRANQUILIDADE EM  
 CONDUZIR O TIME DA  
 LOJACORR NESSE CENÁRIO  
 DE EVOLUÇÃO



# Descomplique suas finanças

Organização financeira é aliada do crescimento



**M**ais que gerar rentabilidade, lucratividade, sucesso e crescimento, a organização financeira serve para oferecer controle e leveza. Isso porque a partir do momento em que o empreendedor conhece seus gastos e proventos, é possível se programar e ter previsibilidade. Entretanto, dinheiro é sempre um grande tabu na vida das pessoas. Lidar com ele pode parecer fácil, mas o levantamento da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), divulgado na imprensa por meio da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), informa que o endividamento das famílias

subiu em fevereiro para 78,3%. O fechamento de 2022 indicava 77,9%, ou seja, em crescimento.

A oscilação da economia e do poder de consumo da população, que abrangem despesas do primeiro trimestre do ano, aumento da inflação, empregabilidade, juros e preços, estão entre os fatores que determinam a queda do cumprimento das responsabilidades financeiras das pessoas, mas mais ainda preocupante é para quem não tem o costume de estruturar as próprias finanças. Entre esse público estão as pessoas jurídicas, principalmente porque o empreendedorismo vem crescendo exponencialmente nos últimos anos.

Dados do Ministério da Economia apontam que há no país mais de 20 milhões de empresas ativas, sendo sete em cada dez empresas referentes a Microempreendedores Individuais (MEIs), um aumento que, segundo especialistas, demonstra que, apesar do enfrentamento de uma realidade econômica desfavorável, os brasileiros seguiram empreendendo e investindo no próprio negócio. Todavia, grande parte dos empreendedores não organiza sua área financeira e afirma acontecer por falta de tempo, até porque muitos atuam sozinhos e acumulam funções. Essa é a realidade do empreendedorismo do Brasil, incluindo as corretoras de seguros.

Pensando em incentivar os empreendedores do setor e apoiá-los em seu desenvolvimento, a Lojacorr criou um curso gratuito que orienta empreendedores a melhorar a gestão financeira do seu negócio. A campanha 'Descomplique: Finanças' é gratuita e acessível a todos os interessados, e conta com o apoio do Banco Cora.

A campanha foca em temas como a importância do controle financeiro, auxiliar os empreendedores a melhorar a gestão do seu negócio, listar os principais erros do corretor nas finanças da sua empresa, como realizar descontos e negociações e separar os seus ganhos pessoais dos da empresa. Com as aulas, os participantes recebem ainda dicas de especialistas de finanças do mercado segurador e um passo a passo completo de como abrir conta digital de pessoa jurídica sem burocracias ou taxas e as principais diferenças para a conta de pessoa física.

Segundo Amanda Narcizo, gerente de Marketing da Lojacorr, a campanha tem como objetivo principal ajudar no desenvolvimento e gestão da pessoa

jurídica. "Queremos que os corretores, e até mesmo demais empreendedores, aprendam de forma fácil e acessível o melhor caminho para organizar suas finanças de forma descomplicada. Na Lojacorr incentivamos para que a corretora consiga ter seu CNPJ e sua conta bancária, porque apesar de ser um requisito para entrar para a rede, essas ferramentas também são um diferencial competitivo no mercado", explica. No geral, o objetivo é que a campanha seja uma facilitadora. "Estamos focando em minicursos com dicas e orientações para impulsionar as corretoras a crescerem cada vez mais", explica.

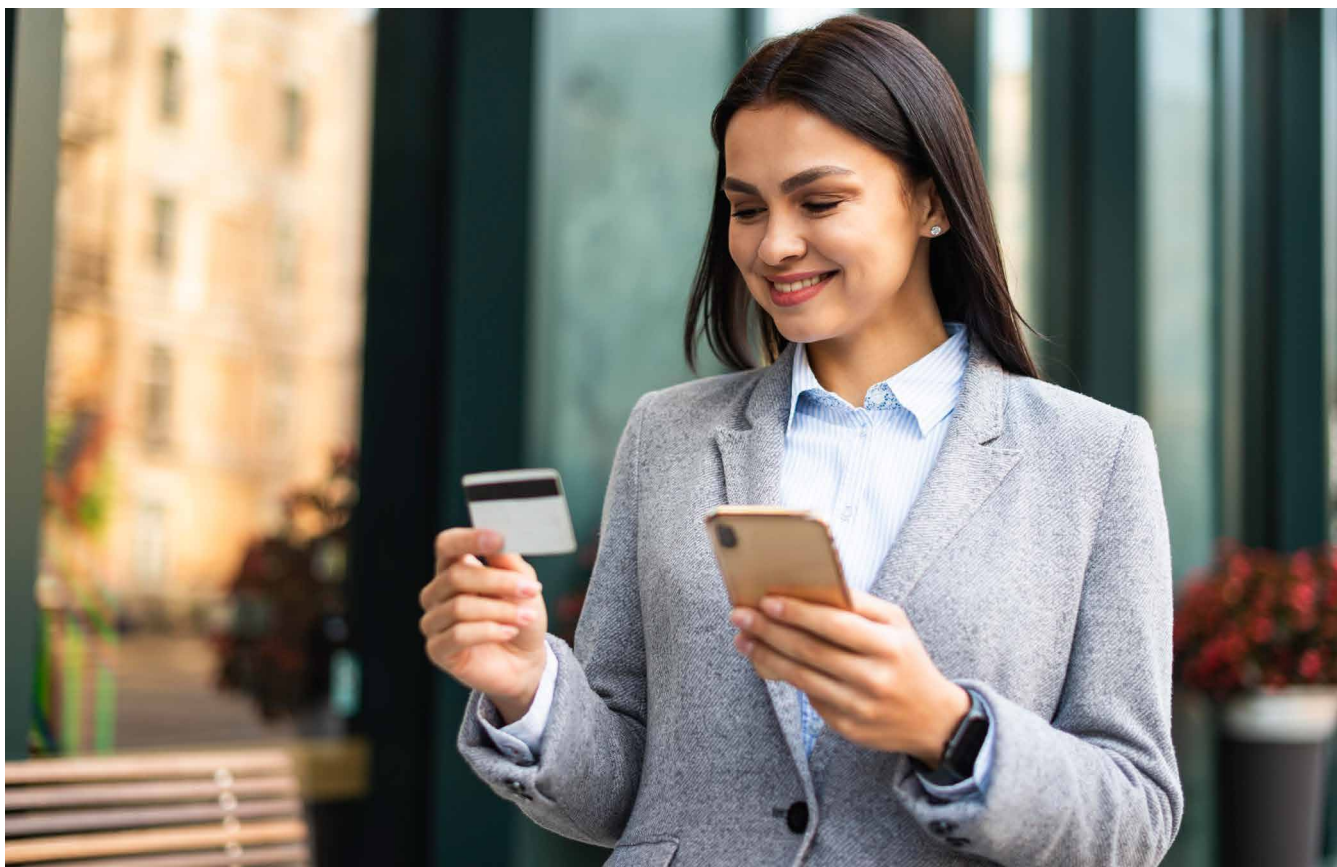
### **IMPORTÂNCIA DA CONTA PJ PARA CORRETORES**

Atualmente, segundo dados de mercado da Superintendência de Seguros Privados (Susep), 55,4% dos corretores registrados possuem CNPJ e são pessoas jurídicas. Porém, mesmo a maioria sendo pessoa jurídica, especialistas do mercado bancário apontam que mui-

“  
QUEREMOS QUE OS CORRETORES, E ATÉ MESMO DEMAIS EMPREENDEDORES, APRENDEM DE FORMA FÁCIL E ACESSÍVEL O MELHOR CAMINHO PARA ORGANIZAR SUAS FINANÇAS DE FORMA DESCOMPLICADA

**AMANDA NARCIZO**  
GERENTE DE MARKETING  
DA LOJACORR

tas empresas enfrentam dificuldades na hora de abrir uma conta jurídica no Brasil, seja pelo processo de abertura complicado em alguns bancos mais burocráticos, pela espera da aprovação da abertura de conta, por cobranças de pacotes de serviços desnecessários ou







até mesmo pela falha no atendimento aos pequenos empreendedores.

De acordo com André Duarte, sócio fundador, vice-presidente do Conselho de Administração da Lojacorr, e diretor da Lojacorr Consórcios, além da necessidade e importância de o corretor possuir uma conta pessoa jurídica separadamente da conta pessoa física, as corretoras devem buscar se destacar ao estabelecer estratégias de controle e organização do seu negócio. Algumas dicas dadas por ele são as corretoras buscarem conhecer novas realidades, além de realizarem um controle financeiro adequado capaz de registrar um comportamento passado, mostrar o andamento atual e nortear ações para o futuro.

## BENEFÍCIOS DA CONTA PARA PESSOA JURÍDICA

No setor de seguros, por exemplo, apesar do aumento de abertura de CNPJ's pelas corretoras e corretores independentes, há ainda uma grande porcentagem de corretoras que utilizam sua própria conta de pessoa física para gerenciar as finanças da empresa. Segundo André Duarte, a divisão de contas (PF e PJ) é primordial para certificar um bom fluxo de caixa da corretora. "Garante planejamento e

previsibilidade, além de permitir uma melhor preparação para enfrentar o dia a dia financeiro da corretora e para controlar o recurso e não ser controlado por ele", explica.

Além da necessidade de abertura de conta pessoa jurídica, André Duarte ressalta ainda a necessidade de o corretor fazer um controle do seu negócio. "Deve preparar a mente e o



INDEPENDENTEMENTE DO TAMANHO DO NEGÓCIO, O QUE IMPORTA É A FORMA COMO O CORRETOR SE PREPARA PARA A EMPRESA. DEVE PENSAR GRANDE, AGIR COMO GRANDE E COMEÇAR A SE ESPELHAR NAS FORMAS COMO AS MAIORES EMPRESAS DO SETOR AGEM NA ÁREA FINANCEIRA

**ANDRÉ DUARTE.** SÓCIO FUNDADOR, VICE-PRESIDENTE DO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO DA LOJACORR

comportamento para as oscilações do mercado e da economia. Independentemente do tamanho do negócio, o que importa é a forma como o corretor se prepara para a empresa. Deve pensar grande, agir como grande e começar a se espelhar nas formas como as maiores empresas do setor agem na área financeira", defende.

Com este cenário também cresceu o entendimento da necessidade e a busca por priorizar a melhora do gerenciamento do negócio, sendo a abertura de uma conta bancária de pessoa jurídica uma das principais tarefas do empreendedor. É o que explica Igor Senra, CEO da Cora, banco digital focado exclusivamente em pequenas e médias empresas. "Recentemente realizamos uma pesquisa que revelou que quatro em dez pequenos e médios empreendedores usam contas de pessoa física para atividades da pessoa jurídica. Isso prejudica o controle do financeiro da empresa, sem que haja ganho real de eficiência. Em geral, o empreendedor ainda acredita que a gestão financeira de uma empresa custa caro, o que não é uma realidade para os clientes da Cora. Somos um banco digital pensado para o empreendedor. A abertura da conta é gratuita e dura menos de 30 minutos, sem burocracias, e já permite o acesso a diversas ferramentas de gestão e controle, que são úteis às PME's".





**Sandro Ribeiro dos Santos**

} Diretor de Tecnologia e Operações e sócio-diretor da Lojacorr

} Possui mais de 20 anos de experiência em tecnologia e inovação, desde 2004 colaborou no desenvolvimento e implementação de importantes projetos tecnológicos para a Lojacorr.



TEMOS BASTANTE TRABALHO PELA FRENTE E TIMES MOTIVADOS COM OS DESAFIOS, CONSTRUINDO SOLUÇÕES E SERVIÇOS, SEMPRE OUVINDO OS CORRETORES E JUNTOS COM AS NOSSAS UNIDADES E NOSSOS PARCEIROS DE NEGÓCIOS

# Inovação e mudança: uma jornada longa e contínua

**T**enho tido o privilégio de acompanhar a evolução da Lojacorr desde a sua fundação. Há mais de duas décadas, temos enfrentado mudanças em um mercado tradicional, mas ao mesmo tempo desafiador e complexo. E, em meio a esse cenário, a inovação e a mudança têm sido algumas das peças-chaves para o nosso sucesso contínuo.

Há oito anos, estávamos lançando a nossa então nova marca “Rede Lojacorr” para um novo tempo, um modelo de negócio mais completo e inclusivo formado para atender corretoras de seguros de todos os tamanhos, proporcionando o seu desenvolvimento e empreendedorismo. Essa mudança foi um marco na nossa trajetória, pois refletiu nossa visão de modernidade e adaptabilidade às demandas do mercado em constante evolução.

No entanto, a inovação é um processo contínuo e precisamos sempre buscar nos reinventar para permanecermos como uma empresa de vanguarda. Uma frase que usamos e que traduz isso em nossa cultura é “A constante mudança é um desafio à nossa criatividade”, pois é assim que encontramos as melhores soluções e ideias inovadoras.

Nos últimos dois últimos anos, temos acelerado a nossa evolução, principalmente internamente como empresa, com novos times e habilidades somando às que temos e potencializando ainda mais o capital humano. Novas ferramentas de trabalho que passamos a adotar no dia a dia que proporcionam mais colaboração e apoiam o trabalho dos times de forma remota, bem como novas metodologias e suportes que nos ajudam na organização, aprendizado e cumprimento dos objetivos. Passamos a adotar novas tecnologias ampliando ainda mais o conhecimento de desenvolvimento, usando o que tem de mais moderno além de todo o cuidado sobre disponibilidade e confiabilidade com monitoramentos constantes em nossos sistemas.

Com a nova reestruturação da empresa, seguimos nos fortalecendo quanto à exploração de dados com nossos especialistas, gerando novas percepções para ações comerciais e indicadores que apoiem a força comercial, bem como para análises de ações e melhorias internas. Em dados, temos potencial para explorar pela quantidade que geramos na Lojacorr, bem como oportunidades de diferentes olhares.

Quando falamos em atendimento, o time de CS (Sucesso do Cliente) vem realizando uma bela jornada, acelerando fluxos de atendimento e expandindo sua atuação. Devemos seguir com novos canais e processos, bem como em parcerias com demais áreas na construção de vídeos curtos que auxiliem os corretores em dúvidas pontuais no dia a dia da sua jornada e promovam autonomia em seus trabalhos. Além do onboarding e retenção, que seguem evoluindo e aprimorando suas atividades e apoios estratégicos.

Em Operação, seguimos focados nas entregas junto aos times de automação acelerando fluxos de informação e integração com as seguradoras. Além dos mais de 40 robôs construídos em fluxos de trabalho, seguimos um roteiro com objetivo de acelerar novos que nos possibilitem uma melhor experiência para o corretor no que tange à gestão da sua carteira. Além das evoluções que o time vem fazendo em sua gestão em mudanças de processos internos e acesso a informações, no que tange ao olhar para o fluxo de faturáveis.

Em Tecnologia, devemos acelerar melhorias no Broker, principalmente aquelas que sejam mais simples e que possam subir rápido em produção com o foco em auxiliar os corretores em suas atividades do dia a dia, encurtar caminhos, deixar a informação mais simples e desburocratizar processos construídos ao longo do tempo. Com isso, temos outro time dedicado ao que chamamos Backoffice, um novo software que tende a assumir a parte administrativa e de trabalhos internos da empresa, deixando o Broker exclusivo para os corretores e acelerando sua evolução.

Temos bastante trabalho pela frente e times motivados com os desafios, construindo soluções e serviços, sempre ouvindo os corretores e juntos com as nossas unidades e parceiros de negócios. Colaboração é a chave para o nosso negócio.

Assim como comentei, também passamos por uma mudança com o lançamento da nova logomarca que simboliza esse novo momento. Ao longo dos anos temos aprendido que a inovação não é um evento pontual, mas uma jornada longa e contínua, que requer uma mentalidade aberta à mudança e disposição para experimentar e aprender com os erros. Seguimos em frente cada vez mais firmes e fortes, fortalecendo o papel do corretor de seguros no mercado e apoiando junto a seus segurados.

# Programa de Objetivos agora é regional

Corretoras passam a competir apenas com suas regiões, e mais profissionais são premiados

**B**uscando a cada ano o aprimoramento no Programa de Objetivos, criado pela Lojacorr para promover o desenvolvimento contínuo de Unidades e corretoras, oportunizando melhores resultados com alta performance, em 2023 as mudanças são grandes.

A partir de agora, a campanha é regional para as corretoras. Os diretores regionais passam a receber relatórios de produção e de pontuação na campanha, para acompanhar e incentivar o desenvolvimento. Norteados por indicadores que refletem os motores da empresa, o Programa prima pela transparência e simplicidade elevando cada vez mais o senso analítico e estratégico dos parceiros, que resulta no aumento e melhor qualidade das vendas.

Edna Gonçalves, responsável pelo Programa de Objetivos, conta que agora as corretoras e Unidades concorrem em cada região, assim têm mais chances de vencer porque diminuiu a base. “Teremos mais competitividade entre as regionais, gerando maior interesse para as corretoras e Unidades, justamente porque traz mais chances para eles”, aponta.

Cada uma das quatro Regionais da Lojacorr – 1) SP Centro Norte, 2) Sul, 3) Centro Sudeste, e 4) Norte e Nordeste – terá três vencedores: categorias Ouro, Prata, Bronze. Assim, serão 12 corretoras premiadas com viagem (com acompanhante) e estas corretoras concorrerão ao troféu Programa de Objetivos e suas respectivas categorias. Já as Unidades de todo o Brasil concorrem a três prêmios, nas categorias Ouro, Prata e Bronze, e ganhando viagem com acompanhante e troféu. “De cada regional vamos trazer quatro corretoras referências que vão competir dentro dos mesmos indicadores. O prêmio da referência regional é a grande viagem, e a referência nacional é o troféu e mais um prêmio. Foi uma grande sacada, pois teremos maior engajamento em nível regional, e vamos conseguir premiar não mais três, mas 12 corretoras”, completa Edna. O destino da viagem, que acontecerá em 2024, ainda está sendo definido.

Outra importante novidade é que as corretoras da segmentação Light também passam a fazer parte do Programa em uma campanha específica, serão 4 corretoras vencedoras, uma de cada regional e um prêmio especial. “As corretoras Light precisam de apoio maior para se desenvolver. Muitas vezes são corretoras cujos profissionais acabaram de se formar, estão começando agora, e nós queremos que o Programa de Objetivos seja combustível para acelerar o desenvolvimento e fazer com que se consolidem cada vez mais”, explica.

“Vamos investir em trilhas de desenvolvimento, cursos, fazendo mesmo uma ponte para que o corretor Light se desenvolva mais rápido e faça upgrade de categoria. A ideia é fazer com que se entusiasme com os resultados e continue no negócio”, acrescenta Paulo Bonazzi, gerente Comercial da Lojacorr. “Embora o volume de produção das corretoras desde segmento seja menor que as demais, vamos apostar no crescimento das corretoras Light este ano”, justifica.

## 3 INDICADORES PARA PONTUAÇÃO

### 1. Produção

Será mensurado por dois sub indicadores:

- Seguros (peso 8) – Prêmio Líquido
- Consórcio (peso 2) – Valor de Venda

**“O objetivo é fomentar o aumento do prêmio líquido em seguros e o valor da venda em consórcios Lojacorr”**, explica Edna.

### 2. Proteção

Será mensurado por dois sub indicadores:

- Quantidade de Ramos (peso 5)
- Índice de Proteção (peso 5)

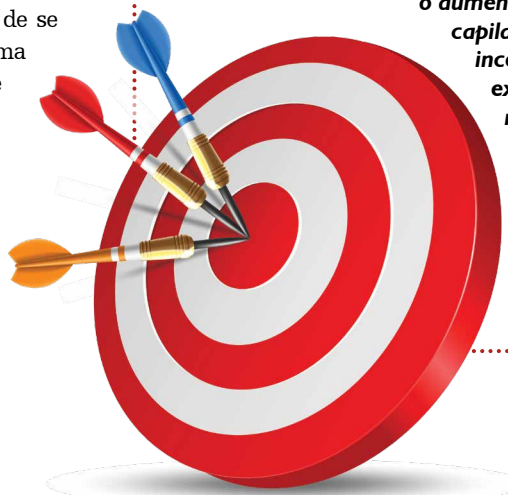
**“Mantivemos o subindicador Quantidade de Ramos com o objetivo de incentivar a atuação do corretor em outros ramos e fomentar negócios compartilhados e acrescentamos o Índice de Proteção para que a carteira existente seja melhor explorada”**.

### 3. Performance

Será mensurado por 5 sub indicadores:

- Cia Apadrinhadas (peso 2)
- % de Crescimento (peso 2)
- Repescagem Broker / Agger (peso 2)
- Leads Zípia (peso 2)
- Consórcio / Quant. de Cotas (peso 2)

**“Além de mantermos o desafio de aumentar a carteira, o objetivo é alavancar a performance dos nossos parceiros fomentando a alocação dos riscos em companhia com melhor remuneração, mitigar perda de negócios já existentes na base, o aumento a capilaridade, incentivar a expansão dos negócios por meio do consórcio”**.



# Produção cresce quase 29% no primeiro trimestre

Volume total da Lojacorr alcançou R\$ 363,4 milhões no período



**N**os meses de janeiro, fevereiro e março deste ano, a produção total (seguros, consórcios e produtos financeiros) da Lojacorr superou em 28,58% o mesmo período do ano passado, somando o montante de R\$ 363,4 milhões. O crescimento real, desconsiderando o reajuste das seguradoras, ficou em 26,71%. Analisando os valores absolutos, a Lojacorr produziu R\$ 75,32 milhões a mais que o 1º trimestre de 2022. O número de protocolos registrados foi de 116.810 documentos. Com isso, foram protocolados 13.928 a mais que o mesmo período de 2022.

De acordo com o diretor de Mercado e Distribuição da Lojacorr (CCO),

Luiz Longobardi Jr, a meta de fechamento de 2023 é alcançar R\$ 1,653 bilhões em produção total. “Estamos trabalhando junto às Unidades e corretoras em prol do desenvolvimento das carteiras, com o intuito de gerar negócios e democratizar a proteção cada vez mais em todo o país”, relata.

Além disso, os times Comercial e de Desenvolvimento de Negócios estão atuando fortemente já há alguns meses no levantamento de dados e informações para apoiar os corretores com ferramentas e pesquisas que tratem de renovações de apólices, parcelas pendentes, clientes que renovaram e não renovaram, entre outros. “Desta forma, buscamos ter referências do trabalho desenvolvido em todo o Brasil”, explica.

Com todo esse apoio, entre as top 10 Unidades, há algumas que apresentaram crescimento de mais de 50%. Entretanto, mesmo as que tiveram menor crescimento em percentual, possuem produção alta, o que mostra que o desempenho vem sendo superado a cada dia. Já em relação às corretoras, a número um do trimestre fechou o período com 249% mais que o mesmo período do ano passado e uma produção de mais de R\$ 3,5 milhões. O índice de renovação das Regionais está acima de 85% na média nacional. “Já em relação aos ramos de destaque estão automóveis, saúde, vida, empresarial e residencial, o que deve continuar como tendência nos próximos meses”, acrescenta Longo.



O SISTEMA DE  
CONSÓRCIOS TEM  
APRESENTADO  
CRESCIMENTO NA VENDA  
DE COTAS DE VEÍCULOS  
LEVES E PESADOS, IMÓVEIS  
E SERVIÇOS, JÁ QUE A  
MODALIDADE PERMITE  
UMA AQUISIÇÃO VARIADA  
DE ITENS

## SISTEMA DE CONSÓRCIOS

O setor de consórcios, no 1º bimestre de 2023, registrou crescimento acima de 20% nos negócios realizados. Nos meses de janeiro e fevereiro deste ano, foram comercializados créditos da ordem de R\$ 42,13 bilhões, fechando em alta de 20,7% na comparação com os R\$ 34,91 bilhões do 1º bimestre de 2022. As vendas de cotas de consórcios no 1º bimestre de 2023 cresceram 11,8%. Saltaram de 570,38 mil, no ano passado, para 637,54 mil, neste ano. Essas são informações oficiais da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC) que explica que os resultados são fruto da maturidade do consumidor que planeja o futuro ao controlar suas finanças pessoais.

Apenas com a Lojacorr, sócia da BR Consórcios, a produção de consórcios no primeiro trimestre de 2023 foi de R\$ 13,29 milhões, sendo que no mesmo período do ano passado o montante era de R\$ 8,12 milhões. De acordo com André Duarte, diretor da Lojacorr Consórcios e cofundador da Lojacorr, o sistema de consórcios tem apresentado crescimento na venda de cotas de veículos leves e pesados, imóveis e serviços, já que a modalidade permite uma aquisição variada de itens. “Além disso, o sistema de consórcios possui uma taxa de administração menor e mais atrativa quando comparada com a taxa de juros, o que contribui para o poder de compra da população e gera previsibilidade para o adquirente. Para nossa rede de corretoras é mais uma opção de produto a ser comercializada, ampliando as possibilidades de carteira. Já para o segurado e consorciado, o grande benefício é contar com mais alternativas de investimento e aquisição de bens e serviços”, acrescenta.

## PRODUTOS

De olho no investidor, especialmente aquele com perfil mais conservador, que busca opções mais rentáveis do que a poupança e outras aplicações em renda fixa, a Lojacorr Consórcios oferece um produto único e exclusivo no mercado: a Modalidade de Contemplação Acelerada (MCA). O produto tem como principais benefícios a possibilidade de diversificação da carteira de investimentos; correção pré-fixada do crédito superior ao CDI; segurança de um investimento com lastro em garantias reais e mais liquidez do que em operações financeiras com prazos equivalentes.

Segundo André Duarte, o produto busca acompanhar o mercado financeiro, analisando as variações, principalmente da taxa Selic, e os seus reflexos no mercado de financiamentos e investimentos. “Nosso objetivo é permanecermos competitivos e ao mesmo tempo buscarmos o melhor retorno para nossos investidores, e um custo menor aos compradores, quando comparado às opções de financiamento convencionais”, diz.

O MCA identifica os brasileiros que têm pressa para adquirir o bem (consorciado comprador) em relação àqueles estão poupanando para uma compra futura (consorciado investidor), beneficiando todos os envolvidos. “O investidor coloca o dinheiro antecipadamente, sem pagar qualquer taxa por isso, e recebe a valorização do crédito. Do outro lado, o comprador paga bem menos que os financiamentos tradicionais e retira o bem em no máximo quatro meses”, reforça.





## CASO DE SUCESSO

A FNM Corretora de Seguros, atuante desde 2017 em Brasília (DF), comercializa, além de seguros, planos de previdência complementar e de saúde. A empresa está investindo ainda no comércio de consórcios desde 2018. Norberto Florêncio de Souza, sócio da corretora, explica que o conhecimento técnico do produto e detecção das necessidades dos clientes são as principais armas para o sucesso na comercialização do consórcio.

Recentemente, a corretora teve uma experiência bastante interessante na comercialização de consórcios que serviu de base para demais negociações. A empresa contou com o apoio do gerente Regional Norte, Nordeste e Centro-Sudeste da Lojacorr Consórcios, Mauro Alvim, que participou da operação junto à corretora em uma venda significativa. “Nesta situação, o segredo foi chamar para a mesa de negociação o gerente, que ajudou a fechar uma grande venda no valor de R\$ 1,6 milhões, fato decisivo para a concretização do negócio, pois com seu conhecimento Mauro Alvim informou que o consórcio para aquisição de imóveis também servia para a aquisição de terrenos”, afirma.

Norberto Florêncio de Souza acrescenta que o suporte e contribuição do gerente, aliado ao bom relacionamento do corretor com o cliente, foram fatores importantes no fechamento da venda. “Acreditamos que esse foi um exemplo de que a habilidade comercial, o conhecimento sobre o produto e o bom atendimento são ferramentas complementares para uma venda que não retrata apenas o montante financeiro, mas principalmente a fidelização do cliente, que garante indicações futuras, e a valorização das marcas Lojacorr e BR Consórcios”, finaliza.

## SERVIÇO

Para apoiar Unidades e corretoras, a Lojacorr Consórcios conta com dois gerentes regionais que possuem expertise de negociações e conhecimentos dos produtos para auxiliar as negociações. São eles: Dayane Crepaldi Barroso Silva, gerente regional Centro-Norte e Sul, e Mauro Alvim, gerente Regional Norte, Nordeste e Centro-Sudeste. Assim como a FNM Corretora, você também pode contar com a colaboração dos gerentes em qualquer lugar do país.



LEILA MARQUES E RENATO JÚNIOR (AMBOS GESTORES DA UNIDADE BRASÍLIA), AO LADO DE NORBERTO FLORÊNCIO DE SOUZA, SUA SÓCIA E FILHA FRANCINE FLORÊNCIO DE SOUZA E LEANDRO SANTOS MEDEIROS



# Seguros por uma perspectiva inovadora

Em junho, Curitiba sediará um dos maiores encontros do ecossistema da proteção



Já na contagem regressiva, empresas e renomados especialistas estão se preparando para mais um encontro da Convenção Nacional Lojacorr - LC Summit. Com data marcada para os dias 1 e 2 de junho, esta 7ª edição trará uma imersão completa e inovadora no mercado de seguros, com o foco em discutir as tendências e desenvolvimento do setor, com o intuito de gerar relacionamento, conteúdo e negócios.

De acordo com André Duarte, sócio fundador, vice-presidente do Conselho de Administração da Lojacorr e diretor da Lojacorr Consórcios, o evento será um marco para o ecossistema, já que visa voltar a reunir a rede presencialmente em eventos enriquecedores, repletos de união e inovação. “Desejamos demonstrar todo nosso empenho e dedicação para com o crescimento do corretor da rede e

seu desenvolvimento junto às Unidas de Negócios. O LC Summit é um momento especial e único quando vivenciamos e sentimos toda a atmosfera positiva de rede para renovar nossa energia. Por isso, ele possui o tamanho do Brasil para nós e abraça cada corretor da Lojacorr”, explica.

Patrocinado por (ordem alfabética) Agger, Bradesco Seguros, Ituran, Liberty Seguros, Maxpar/ Grupo Autoglass, Mitsui Sumitomo Seguros, Seguros Unimed, Tokio Marine Seguradora e Zurich Seguros; e com apoio de Berkeley Brasil Seguros, Centauro ON, HDI Seguros, Lojacorr Consórcios, Sampo Seguros, MAG Seguros e MetLife Seguros, o evento é um dos maiores encontros do mercado de seguros do Brasil e acontecerá no Centro de Eventos Positivo, em Curitiba-PR.

Luiz Longobardi Jr, diretor de Mercado e Distribuição da Lojacorr, acres-

centa que desde a primeira convenção, a Lojacorr buscou unir o corretor da rede às novidades do setor. “Tratam-se de momentos de extrema integração e compartilhamento de conhecimento. Além disso, a alta concentração de percepções reprimidas deve fazer do evento um encontro grandioso para os participantes. Como o último evento foi em 2019, estamos carentes de troca simultânea de ideias, informações, debates e entendimentos”, enaltece.

A Convenção tem como tema ‘Seguros por uma perspectiva inovadora’. Serão diversos painéis de discussão, palestras, sessões de networking e exposição de grandes companhias do mercado segurador. O evento contará com dois dias intensos de conteúdos, divididos entre uma plenária 360º e duas salas temáticas, que terão técnicas de gestão, marketing, vendas, inovação e produtos.



# Programação:

No primeiro dia, a plenária contará com Ramon Gomez na palestra “Comunidade: cooperação entre corretores para alavancar negócios”. O Conselho de Administração e a Diretoria da Lojacorr farão juntos o “Painel: o poder da comunidade na Lojacorr”, mediado pela coordenadora de Marca, Ana Clara Baptistella Murat. Jorge Santanna e seguradoras abordarão a palestra “Seguros por uma perspectiva inovadora”, mediada pela jornalista Denise Bueno. André Duarte, José Roberto Luppi (BR Consórcios) e Rodolfo Garcia Montosa farão a palestra “Consórcio: produtos financeiros para a diversificação de carteira”. Ainda na plenária no primeiro dia haverá as palestras “Tendências no mercado de seguros”, mediada pela jornalista Júlia Senna, e “Humanização em tempos de transformação”, mediada pela jornalista Heloisa Garret.

Na plenária no segundo dia haverá as palestras “Inovação no mercado de seguros”, ministrada por Sandro Ribeiro, diretor de Tecnologia e Operações da Lojacorr, “Mentalidade ino-

vadora” e o “Painel: a importância da proteção do seguro e do papel do corretor”. Ainda na plenária, Nilton Molina fará a palestra “Aspectos sociais, econômicos e comportamentais da longevidade e seus impactos nos negócios de seguro de vida e previdência”. Respeitada no mundo dos negócios, Martha Gabriel palestrará no dia 2 de junho às 16h, falando sobre mentalidade inovadora. “Minha palestra discutirá como qualquer pessoa, atuando em qualquer área pode inovar no dia a dia, liderando a inovação em sua vida e na sua atuação profissional”, explica. Esta palestra conta com o patrocínio da Universeg Bradesco Seguros.

A sala temática de inovação, no primeiro dia, terá os temas: “Como vender mais produtos para um cliente”, “Como reter clientes em situações de crise”, “Eventos sazonais para oferta de produtos”, “O que são negócios compartilhados, os benefícios e motores de crescimento”, e a “Importância da sucessão de carteira e proteção do corretor”. A sala temática de inovação, no

segundo dia, terá “Soluções que ajudam o dia a dia do corretor”, “Performance: como usar dados a seu favor”, “Aquisição de novos clientes”, “Redes sociais: como usar a geração de conteúdo para conquistar novos clientes”, “Retenção: experiência de alto valor para o segurado e como reter clientes”.

A sala temática de produto, no primeiro dia, terá como focos: Residencial, RC Profissional, Empresarial, Vida Individual e Saúde. No segundo dia, a sala trará Sobre a Lojacorr, Automóvel, Proteção Total para o Auto, Assessoria Jurídica para corretoras de seguros, e Vida PME.

As inscrições estão abertas.

Mais informações pelo QRCode.



## RAMON GOMEZ

VP Comercial Employee Benefits da MetLife Brasil. Ele possui sólida experiência no mercado de seguros e construiu sua carreira trabalhando em empresas como Allianz, Redecard, Itaú-Unibanco e Unibanco (antes da fusão com o Itaú). Ramon é formado em Marketing e Publicidade pela FIAM e tem MBA em Finanças, Marketing e Administração de Negócios pela Fundação Dom Cabral. Ele também cursou Engenharia Elétrica (Mackenzie).



## DENISE BUENO

Jornalista da área econômica, escreve reportagens diárias sobre seguros, resseguros, previdência e capitalização. Na Gazeta Mercantil, trabalhou por 16 anos. Em agosto de 2008, fundou o “Sonho Seguro”, blog especializado em seguros, que conta com quase 30 mil seguidores nas redes sociais. É autora de quatro livros sobre o setor de seguros, já venceu 12 prêmios como melhor jornalista da área e ainda colaboradora para diversas mídias no Brasil e no exterior.



## RODOLFO GARCIA MONTOSA

Sócio fundador e CEO da BR Consórcios, sócia da Lojacorr Consórcios. Atua no setor de consórcios desde 1990. Iniciou sua participação na diretoria da Associação Brasileira das Administradoras de Consórcios (ABAC) em 1997 e, em sua primeira gestão como presidente (2005 a 2009), acompanhou a tramitação e aprovação no Congresso Nacional da Lei dos Consórcios – Lei 11.795, que se tornou o mais relevante marco legal para o Sistema de Consórcios no país. É o atual Presidente Nacional do Conselho da ABAC.

**SANDRO RIBEIRO DOS SANTOS**

Sócio fundador, Diretor de Tecnologia e Operações (CTO & COO) da Lojacorr, com 20 anos de experiência em tecnologia e inovação, atuando em grande parte no mercado de seguros, no desenvolvimento dos ativos tecnológicos da empresa. Graduado em Administração de Empresas pela FESP, com MBA pela FGV em Gerenciamento de Projetos e Arquitetura de Soluções pela FIAP, além de outras formações complementares.

**ANA CLARA BAPTISTELLA MURAT**

Coordenadora de Marca da Lojacorr, Jornalista, pós-graduada em Comunicação Digital e E-Branding, e em Assessoria, Gestão da Comunicação e Marketing, com formação em Dublagem e Estrategista de Marca. Atua nas áreas de Comunicação e Marketing há 10 anos, com experiência em comunicação corporativa, assessoria de imprensa, relações públicas, comunicação interna, mídias digitais e áudio visual.

**JÚLIA SENNA CARVALHO**

Jornalista com pós-graduação em Gestão e Empreendedorismo. É CEO do JRS, onde atua há 14 anos, apresenta o programa Seguro Sem Mistério no Canal 20 da NET do Rio Grande do Sul e é diretora de Marketing e Comunicação do Clube de Seguros de Vida e Benefícios do Rio Grande do Sul (CVG RS) e do Clube da Pedrinha do RS. É coautora do Livro Mulheres no Seguro - edição II, foi finalista por duas vezes do Prêmio Nacional de Jornalismo em Seguros da Federação Nacional dos Corretores de Seguros (Fenacor) e do prêmio Mulher Destaque da Sou Segura (Associação de Mulheres do Mercado de Seguros).

**HELOISA GARRETT**

Jornalista com atuação na RPC (rede Globo), colunista da Gazeta do Povo, produtora do livro Arte do Vestuário, empresária do segmento de tecnologia. É considerada pelo Sebrae uma das mulheres mais inovadoras do Brasil em 2020. Tem formação pelo INSPER em negociação estratégica. Desde 2019 é presidente do LIDE - Grupo de Líderes Empresariais no Paraná, reconhecida entre os capítulos nacionais e internacionais da entidade como a unidade mais eficiente em 2022, e uma das poucas mulheres à frente de entidades empresariais no Brasil.

**NILTON MOLINA**

Participou da legislação previdenciária, desde a elaboração da Lei 6435 de 1977. Foi membro do Conselho Nacional de Seguros Privados e do Conselho de Seguridade Social do Governo Sarney entre 1985 e 1990. De 2014 a 2018 foi designado membro titular do Conselho Nacional de Previdência Social. Participou da criação de empresas, merecendo destaque para Bradesco Vida e Previdência, Icatu Seguros e Capitalização, Brasilcap e a Federal Cap. É presidente do Conselho de Administração e acionista controlador da MAG Seguros. Compõe o Conselho Consultivo da CNseg.

**MARTHA GABRIEL**

Martha Gabriel é um ícone multidisciplinar na América Latina nas áreas de negócios, tendências e inovação. Autora dos best sellers "Você, Eu e os Robôs: como se transformar no profissional digital do futuro", "Marketing na Era Digital" e "Educar: A Evolução Digital (R) na Educação". Futurista pelo IFTF, engenheira (Unicamp), pós-graduada em Marketing e design, e formação executiva pelo MIT Sloan. Colunista do MIT Sloan Management Brasil e MIT Technology Review Brasil. Professora de Inteligência Artificial na pós-graduação da PUC-SP e faculty internacional da CrossKnowledge. Palestrante keynote internacional premiada, 7 TEDx.



# CONVENÇÃO NACIONAL LOJACORR

LC Summit

**1 e 2**  
**JUNHO**  
**2023**

Expo Barigui  
Curitiba | PR



Estão **ABERTAS AS VENDAS** de ingressos  
para o **LC SUMMIT by Lojacorr!**



Garanta a sua entrada agora mesmo  
e participe da nossa Convenção!

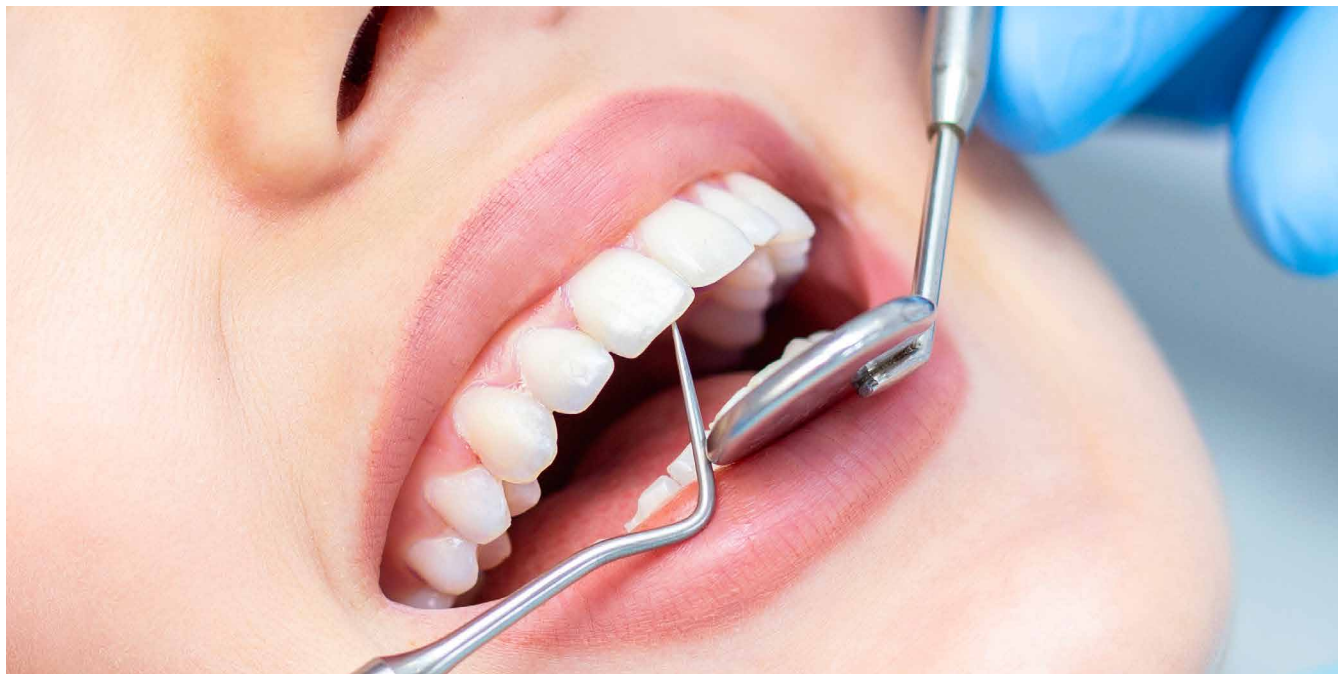
Escaneie o QR Code ao lado e faça  
sua compra.

Esperamos por você!

 Lojacorr



# Brasileiros estão mais preocupados com saúde bucal



Planos odontológicos batem recorde de beneficiários e ultrapassam os 30 milhões; momento de conscientização é de oportunidades para os corretores

**O** Brasil ultrapassou a marca de 30 milhões de beneficiários de planos odontológicos em setembro de 2022, quando registrou exatas 30.102.288 vidas no ramo. Os dados são da Agência Nacional de Saúde Suplementar (ANS) e confirmam uma tendência: os brasileiros estão cada dia mais preocupados com sua saúde bucal. Todos os 26 estados registraram crescimento no comparativo anual, seja na modalidade individual ou empresarial, com destaque para Minas Gerais (310.378 novos usuários, ou expansão de 11,47%), São Paulo (857.841 e 7,84%) e Rio de Janeiro (176.842 e 5,03%) são aqueles que registraram os maiores crescimentos em números absolutos.

**Antonio Carlos Fois**, diretor Regional Centro Sudeste da Lojacorr e especialista em seguro odontológico, conta que na rede o crescimento foi de 21% em



2022, em comparação a 2021, mais do que o dobro do mercado. "Isso porque o corretor da Lojacorr tem percebido as várias oportunidades deste mercado, e aumentou a oferta do produto", justifica. "Porém, ainda há muito espaço para avançar neste segmento. Apenas 13% da população possui um plano ou seguro odontológico", frisa.

Para ele, as pessoas estão em busca de uma melhor qualidade de vida, o que gera o crescimento no número de beneficiários. "Com o seguro odontológico, os usuários podem arcar com o tratamento de seus dentes. Afinal, a saúde começa pela boca, e essa maior conscientização motiva as pessoas a contratarem cada vez mais este tipo de seguro", aponta Fois.

O corretor de seguros tem um papel muito importante na distribuição do seguro odontológico, tanto nos planos empresariais quanto individuais. "O

profissional orienta os clientes sobre a necessidade de se ter uma boa saúde bucal ao longo do tempo, e ajuda as pessoas, bem como as empresas que oferecem esse benefício, a permanecerem por mais tempo com essa proteção", diz o diretor da Lojacorr. "É importante salientar que o custo-benefício de um seguro odontológico é excelente, porque tem várias coberturas disponíveis para o tratamento dos dentes a um custo bem acessível", destaca.

Para **Solange Moretto**, superintendente Comercial de Odonto da SulAmérica, contar com o plano odontológico no portfólio auxilia o corretor a oferecer o pacote completo de benefícios e assistências para seus clientes. "O plano odontológico possui um preço acessível, não comprometendo a renda fa-



miliar, o que funciona como uma força motriz para o canal de vendas do corretor, e é um complemento ao plano de saúde. O corretor de seguros é o nosso principal canal de distribuição. Dentro da SulAmérica, seguimos investindo na ampliação da nossa proposta de valor de produtos e serviços para oferecer a melhor experiência para corretor e corretora nas nossas plataformas de negócios e criar soluções melhores para nossos beneficiários”, garante.

“O plano odontológico é um produto muito importante para incremento da renda do corretor e aumento da carteira de clientes”, ressalta **Paula Toguchi**, diretora de Produtos da MetLife. “Aqui na MetLife temos planos individuais a partir de R\$ 42 mensais. Conhecer bem o produto e as necessidades de seus clientes é fundamental”, explica.

A busca por planos odontológicos tem crescido nos últimos anos, e é uma tendência para continuar dessa forma. “De acordo com dados da ANS, o número de beneficiários exclusivos de Odonto cresceu cerca de 76% no período de 10 anos (entre 2011 e 2022), atualmente são mais de 30 milhões de pessoas com planos exclusivamente odontológicos no país. A própria ANS aponta os estados de São Paulo e Rio de Janeiro com maior concentração de beneficiários, o Distrito Federal também se destaca nessa lista. Considerando a questão populacional, a maior

busca por esse plano se concentra na região Sudeste”, pontua Solange. Para ilustrar essa percepção no aumento de beneficiários, em 2019, a SulAmérica contava com 1,7 milhões de clientes somente para essa linha. Atualmente, são 2,1 milhões de pessoas com o plano odontológico na companhia.

“Em janeiro de 2023, os planos exclusivamente odontológicos registraram cerca de 30,7 milhões de usuários, mantendo o amplo crescimento do ano passado. Isso corresponde a mais de 14% da população. No período, houve crescimento de cerca de 2 milhões de beneficiários, o equivalente a 7%”, ressalta Paula.



## ARGUMENTOS PARA IMPULSIONAR AS VENDAS

Frequentar regularmente o dentista e se submeter a tratamentos pode ser extremamente caro e quase proibitivo para muitas famílias brasileiras. Além do pagamento do profissional, existem também gastos extras com procedimentos, ortodontia e documentação (exames). O seguro odontológico viabiliza o acesso das pessoas a esses tratamentos, sem que isso pese no orçamento.

“É importante o corretor destacar ao cliente que o plano odontológico é uma opção para o cuidado com a saúde como um todo”, indica a superintendente da

SulAmérica. “Quando falamos em saúde bucal, falamos em prevenção a diversas doenças que começam pela boca. Um estudo realizado pelo Instituto do Coração (Incor) em 2019 destacou que 45% das doenças do coração e 36% das mortes por problemas cardíacos têm origem dental. O beneficiário de plano odontológico passa a fazer visitas ao profissional com mais frequência, e essa manutenção regular auxilia na prevenção do desenvolvimento de problemas cardíacos e outras doenças”, completa Solange.

Recentemente, a SulAmérica anunciou novidades no portfólio de Odonto Individual. São quatro diferentes planos que foram pensados de acordo com as necessidades dos clientes, além do custo-benefício, os planos possuem um valor acessível e não comprometem a renda. “Essas novidades por si só já são ótimos argumentos de venda. Por meio de uma cobertura ampliada de serviços, com a liberação de mais de 200 procedimentos, o segurado tem acesso a clareamento dentário, documentos odontológicos e ortodontia, entre outros benefícios”, defende Solange.

“Mesmo nos planos individuais a partir de R\$ 42 mensais, entregamos para nossos clientes o programa de saúde bucal que busca conscientizar os beneficiários sobre a importância do cuidado bucal, com um cardápio de ações que vão desde comunicação online até ações de cadeira, passando por palestras e plantões com dentistas”, diz a diretora da MetLife, que enumera argumentos de vendas no quadro a seguir.

## ARGUMENTOS PARA OS CORRETORES DE SEGUROS



### BENEFÍCIO FINANCEIRO

O cliente tem acesso a vários tratamentos com previsibilidade de pagamento, ou seja, não vai levar susto. E a um custo acessível!



### CONFIANÇA NO TRATAMENTO

Ter o plano odontológico significa que o cliente tem disponíveis dentistas que foram criteriosamente escolhidos pela operadora/seguradora; com isso não tem a insegurança de buscar um profissional que não conhece.



### PREVENÇÃO

O plano odontológico traz a possibilidade de atuação na prevenção, não esperando que o cliente chegue a um momento crítico de dor. Além disso, o corretor pode explicar que uma saúde bucal precária não tem impacto apenas nos dentes, mas também na saúde do corpo todo.



### CONTRATAÇÃO FÁCIL

A contratação do produto ocorre em poucos minutos e em alguns cliques. Nas vendas presenciais e também online nos aplicativos e e-commerce utilizando as APIs como ferramenta.



### CARÊNCIA ZERO

O cliente pode começar seus tratamentos odontológicos em real time, assim que conclui o processo de compra do produto.

# A importância do feedback

Avaliações buscam desenvolver o potencial do colaborador e trazem benefícios para a organização



As avaliações organizacionais são realizadas, em sua maioria, para verificar a performance. Entretanto, as empresas que têm o feedback como prática ganham muito mais benefícios a curto, médio e longos prazos. Isso porque um alinhamento de cultura entre os colaboradores e seus times, ajustado às expectativas macro da organização, fazem com que o colaborador se sinta parte integrante do planejamento da empresa, além de desenvolver potencial quanto às suas reais entregas e metas. Trata-se, portanto, de um ganho para a vida, fora os resultados.

Além disso, as empresas que investem em avaliação de desempenho, pesquisa de clima organizacional e feedback entre líder e liderados estão cui-

dando e gerenciando as pessoas, com isso, se tornando ainda mais competitivas. Tal posto que colaborador satisfeito aumenta produtividade, baixa a rotatividade, diminui o retrabalho e as perdas. Por isso a avaliação de desempenho é uma das atividades fundamentais com foco na gestão de pessoas.

Segundo Raquel Elisa Klechovicz Santini, analista de Gente & Gestão da Lojacorr, para os colaboradores é a oportunidade de valorizar a sua produtividade, o trabalho da sua equipe e parceiros, incentivar a transparência por meio de alinhamento de expectativas entre liderança/empresa e colaborador, ter uma visão ampla sobre a sua trajetória profissional dentro do negócio, receber um norte quanto ao que precisam desenvolver e o que a empresa precisa neste momento. Já

os gestores conseguem ter um olhar amplo e sistêmico de como a área se complementa com os pontos fortes e a desenvolver de cada colaborador, podendo utilizar essas informações para planejamento de desenvolvimento da equipe, distribuição de pessoas em projetos e processos.

“Com isso, a empresa pode utilizar a avaliação para apoiar justificativa para promoções, treinamentos, movimentações ou até mesmo desligamentos, sendo uma informação complementar a outros argumentos, além de identificar dados de cultura (sinergia entre times, necessidade de treinamento, sintonia com os valores), prever crises, diminuir turnover, mapear talentos, e aumentar o retorno sobre investimento dos negócios perante as contratações”, afirma.





UM FEEDBACK BEM DADO É SEMPRE UM PRESENTE, AJUDA A PESSOA A SE ENXERGAR COM MAIS CLAREZA, ONDE PRECISA MELHORAR, QUAIS AS SUAS POTENCIALIDADES E, MESMO QUE ELA NÃO CONCORDE COM O QUE FOI DITO NO FEEDBACK, É POSSÍVEL IDENTIFICAR COMO AS PESSOAS ESTÃO SE SENTINDO REFERENTE A ELA MESMA

**RAQUEL ELISA  
KLECHOVICZ SANTINI**  
ANALISTA DE GENTE & GESTÃO  
DA LOJACORR,

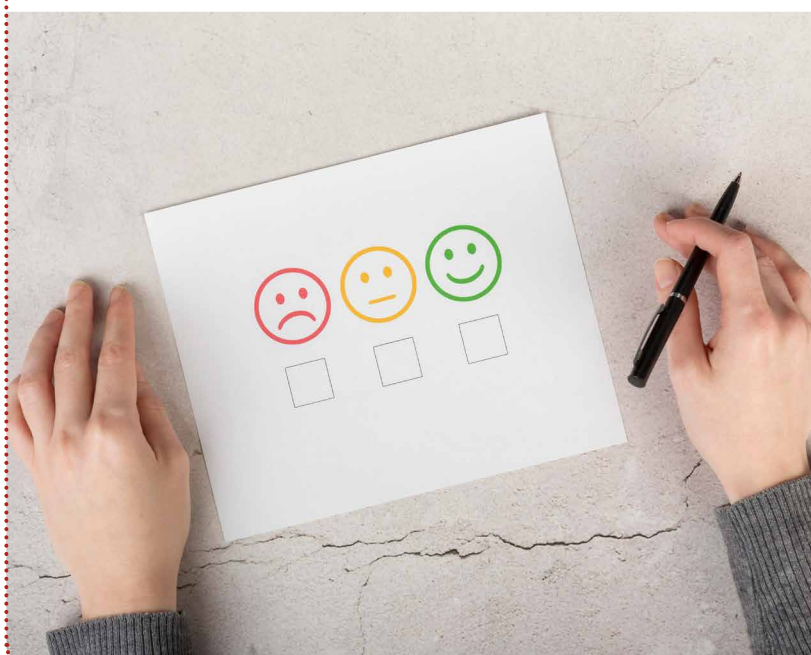
A avaliação de desempenho em empresas privadas no Brasil é uma ferramenta opcional e encarada no mercado como uma boa prática, principalmente para reforçar a cultura de feedback, transparência e de foco em resultados e performance em grandes empresas. Camila Graebner, analista de Gente & Gestão da Lojacorr, explica que existem vários modelos de avaliação de desempenho. Pode ser 90°, 180° ou 360°. “Aqui na Lojacorr seguimos a 360, que é quando o participante precisa realizar a sua própria autoavaliação, seu líder o avalia, e um par o avalia também. Dentro do nosso modelo, optamos que o participante escolha qual par o avaliará (podendo ser alguém na mesma função ou de uma área diferente, na mesma hierarquia de cargo ou não), enquanto seu líder valida esse escolhido, levando em consideração que os dois realmente tiveram um contato em projetos e processos em comum”, acrescenta.

## DICAS DE FEEDBACK

O feedback deve ser claro, honesto, baseado em fatos e dados concretos, em vez de opiniões pessoais ou suposições como forma de respeito à pessoa avaliada. Também é importante trazer exemplos de situações reais para que facilite o entendimento e visualização do ponto trazido. E, acima de tudo, é importante que haja respeito sempre, pois todos têm áreas onde podem melhorar e o objetivo do feedback também é, além de valorizar o trabalho das pessoas, ajudá-las a se desenvolverem e crescerem, e não criticar ou diminuir. “Um feedback bem dado é sempre um presente, ajuda a pessoa a se enxergar com mais clareza, onde precisa melhorar, quais as suas potencialidades e, mesmo que ela não concorde com o que foi dito no feedback, é possível identificar como as pessoas estão se sentindo referente a ela mesma. Acredito que a comunicação anda de mãos dadas com a maturidade”, afirma Raquel.

O acompanhamento do desempenho deve acontecer o tempo todo, tanto pela liderança da pessoa quanto por ela mesma. As pessoas devem assumir o protagonismo de suas carreiras, não deixando de prestar atenção em todos os pontos que precisam ser trabalhados. Após a Avaliação de Desempenho é realizado o PDI (Plano de Desenvolvimento Individual) que tem esse propósito: servir como um mapa de carreira. Ele ajuda a traçar o caminho que a pessoa quer seguir e a estabelecer metas para chegar lá.

“Aqui na Lojacorr, nossa avaliação de desempenho tem as seguintes etapas: Indicações de pares, em que as pessoas indicam quem irá avaliá-las, aprovação das indicações pela liderança direta, avaliação, calibragem, momento que a área de Gente & Gestão conversa com as lideranças validando as notas finais, devolutivas, o feedback da liderança à pessoa referente ao conteúdo da avaliação, e construção do PDI junto com o colaborador. Considerando um prazo confortável para todas as etapas, todo esse processo dura quase dois meses. Na Lojacorr aplicamos o modelo semestral, pois acreditamos que em seis meses é possível avaliar a performance do colaborador, enquanto um período menor como três meses pode ser pouco tempo, e um ano pode ser muito. Mas essa escolha deve ser tomada com base na realidade e preferência de cada organização”, finaliza Camila Graebner.





**Paolo Andrea Bonazzi**

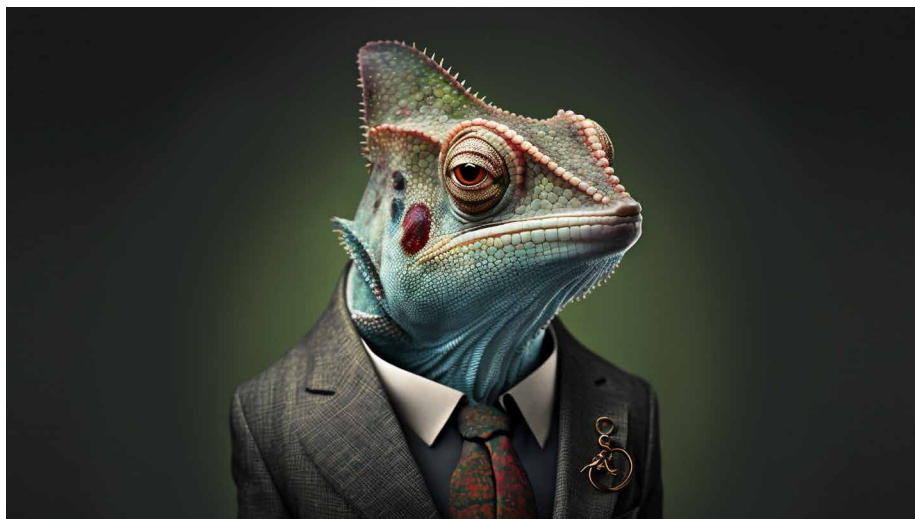
} Gerente de Distribuição da Lojacor.

} Graduado em Publicidade e Propaganda e graduando em Marketing Digital & Data Science, possui uma carreira com mais de 23 anos sendo sua maior parte voltada à área Comercial, onde atua no papel de Gestor (gerente e diretor Comercial) desde 2009.



O PROFISSIONAL NO MODELO HÍBRIDO, QUE VEM DOMINANDO OS ESCRITÓRIOS POR TODO O MUNDO, VEM SENDO UMA GRANDE SACADA DAS EMPRESAS. O QUE PARECIA TEMPORÁRIO, VEIO PARA FICAR.

# Camaleão: o novo profissional 5.0



A pandemia transformou as pessoas em seres, assim como esse animal exótico, capazes de se adaptarem a qualquer ambiente e com uma visão de 360°, atentas sempre a tudo ao seu redor

**N**ão vamos falar que a pandemia mudou o modo como o setor comercial precisa se relacionar com seus clientes, afinal, isso já sabemos! Mas sabe o que realmente precisamos entender? É como isso, de fato, tem nos tornando profissionais 'camaleões'. Pessoas que, assim como esse animal exótico, são capazes de se adaptarem a qualquer ambiente e com uma visão de 360 graus, atentas sempre a tudo ao seu redor. Praticamente um perfil de adaptabilidade e sobrevivência.

Enquanto tudo foi acelerando, o mundo exigiu dos profissionais 5.0 cada vez mais imediatismo, agilidade e retorno. E não dá para não acompanhar esse processo. É preciso se transformar e transformar o nosso ambiente de trabalho.

Costumo dizer que o profissional no modelo híbrido, que vem dominando os escritórios por todo o mundo, vem sendo uma grande sacada das empresas. O que parecia temporário, veio para ficar. E, honestamente, vem funcionando para a área comercial. O virtual é sinônimo de facilidade, de grande fluxo de interação, informação e de modernidade, mas não de substituição. O presencial consegue fazer a mágica da 'detecção'. Constatamos nos clientes aquele olhar de dúvida, de receio, de empolgação ou um gesto, o ambiente, os mínimos detalhes e, até, os tímidos sinais para a gente pensar:

Opa! É por aqui que vamos começar o gol.

No presencial, conseguimos montar um cenário melhor para o cliente, ouvir mais do que falar. Enquanto o online revolucionou nossas tratativas e nos deu ferramentas fundamentais, o contato físico é um modelo que conseguimos estender mais a conversa. Aquela famosa oferta 'aceita um cafézinho?' vira mais uma reunião, mais uma oportunidade de negócio.

Mas o presencial por si só não faz milagres. De praxe sabemos: o relacionamento é fundamental para manter o cliente. Então, vamos de multicanalidade? Trazer a flexibilidade quanto aos meios de comunicação com o cliente, oferecendo uma diversidade de opções para atender a preferência daquele consumidor e permitir que ele escolha por qual plataforma quer tratar com a gente. Mas jamais deixar de lado as diferentes estratégias de abordagens, entendendo a regionalização, a cultura, os costumes, a realidade socioeconômica e, claro, saber inteiramente sobre o seu próprio produto e serviço.

Então, estamos sendo profissionais camaleões? Se não estamos, precisamos ser. Adaptar-nos à nova realidade é requisito básico. Mude de cor, olhe tudo ao seu redor, ouça mais do que fale, e entenda certamente o famoso clichê: o custo operacional de manter um cliente é mais barato do que conquistar um novo.

Seja camaleão e boas vendas!

# Apertar os cintos e aliviar os bolsos.

Excelentes condições  
de pagamento para o  
Zurich Automóvel



O Zurich Automóvel oferece coberturas diferenciadas, com assistência 24h e ampla flexibilidade nas opções de contratação, tornando a vida dos clientes muito mais tranquila. Além disso, o pagamento pode ser parcelado, confira:



**12x sem juros no cartão de crédito**  
(válido para qualquer bandeira e operadora) ou;



**10x sem juros no débito em conta.**

Inclua esse produto em seu  
portfólio para fechar mais negócios!



Acesse o  
QR Code e  
saiba mais.



/zurichnobrasil



@zurichnobrasil



Zurich Insurance



zurich.com.br



Zurich no Brasil





O comitê de Diversidade e Inclusão (formado pela equipe de Gente & Gestão) tem como propósito abordar, discutir e apresentar ações realizadas com a temática de equidade, diversidade e oportunidade.



DIVERSIDADE & INCLUSÃO EVIDENCIA O PROTAGONISMO FEMININO NO MÊS DE MARÇO, DESTACANDO O PODER QUE ESTÁ NA NARRATIVA INDIVIDUAL E COLETIVA DAS MULHERES

# A VOZ DELAS



É essencial propagar a voz feminina como elemento para reflexão, luta e reconstrução da sociedade, tornando-a cada vez mais igualitária. O Dia Internacional da Mulher (08 de março) é muito mais que uma data comemorativa, refere-se ao nosso constante processo de emancipação.

Inspiradas por este dia, nós idealizamos um mês inteiro que promovesse e destacasse a voz das mulheres da Lojacorr por completo, iniciando assim a campanha: A Voz Delas. O título não poderia ser outro! Nosso grupo de mulheres possui este nome e, além da homenagem, nosso movimento é este: dar voz! E, acima de tudo, ouvir a voz delas.

O mais bonito dessa construção é que ela foi idealizada por mulheres, para mulheres. A força feminina constrói de forma intensa e extremamente sutil ao mesmo tempo. Partindo disso, nosso processo de criação teve uma sinergia luminosa, em que, apesar dos desafios, sabíamos que o simples fato de estarmos todas tão ligadas em prol do mesmo propósito tornaria tudo possível.

Iniciamos o mês entusiasmadas e logo no dia primeiro comunicamos a abertura desta jornada. Quisemos que todos pudessem acompanhar o protagonismo feminino que nos cerca e o quanto as mulheres são plurais.

Estreando a campanha, exaltamos histórias de mulheres como a de Anna Tiedemann, Stella Oliveira, Almerinda Martins, Rosa Garfinkel e Beatriz Larragoiti, mostrando o papel da mulher no mercado de seguros e o quanto contribuíram fortemente para que esse setor crescesse e se tornasse o que é atualmente.

Para que a voz feminina ecoasse também para o público externo, voluntariamente mulheres da Rede dedicaram seu tempo para escrever e nos presentear com suas palavras de sabedoria no LinkedIn da empresa. Gabrielle Fadel, analista Desenvolvedora, abordou sobre tecnologia e como ingressar nesta área tão promissora; Eloisa Moraes, gerente de Controladoria, introduziu

mulheres empoderadas na área financeira e a importância do reconhecimento da prosperidade feminina; Jéssica Claros, estagiária de Conteúdo, elaborou sobre acolhimento e Isabel Vieira, advogada atuante no Jurídico, relatou sobre a segurança que possuíamos ao trabalharmos na Lojacorr.

Para edificar o papel feminino no dia a dia, nós destacamos narrativas de mulheres reais, que passaram por verdadeiros desafios. Nossas guardiãs Ana Clara Baptistella e Télia Cristiane Oliveira nos contaram sobre suas histórias inspiradoras, validando como a sutileza do cotidiano que habita esse protagonismo é onde elas se desenvolvem, e assumem quem são e o que constroem.

Importante ressaltar que nós, como empresa, buscamos disponibilizar benefícios que articulem com as necessidades das nossas colaboradoras. Com essa premissa, Alice Weingartner descreveu que “poder ter esses benefícios [...] oferecidos pela Lojacorr faz com que eu possa estar mais conectada comigo mesma e me sentir valorizada como mulher.”

Finalizamos a campanha com uma palestra da Marlise Amdt, empreendedora, palestrante, conselheira e cofundadora da Lojacorr, tendo como foco “Como é ser mulher no mundo de transição e como viver com coragem o ser feminino”. Em paralelo, criamos e apresentamos para toda a organização um painel contendo a imagem de todas as colaboradoras, mostrando a singularidade de cada uma. A essência desta iniciativa foi expressar em arte o universo de todas, de maneira autêntica! Somos o conjunto de gerações unidas pelo feminino, coexistindo com nossas diferenças que, por sua vez, nos tornam tão complementares.

Imensa gratidão a toda a equipe de Comunicação, Marca, Gente & Gestão que tornaram esta campanha possível. A dedicação, criatividade e disposição de cada uma foi fundamental para que toda construção e entrega fosse possível.

Essa luta não é fácil, mas unindo nossas potências construiremos um futuro cada vez melhor.

OS ITENS QUE MAIS COMERCIALIZAMOS NA LOJINHA

# À PRONTA ENTREGA



**Camisetas**  
a partir de R\$68.50



**Moletons**  
a partir de R\$211.30



**Mousepad**  
a partir de R\$21.90

**Canecas**  
a partir de R\$41.30



**Polos**  
a partir de R\$81.30

**NOSSO ESTOQUE É LIMITADO!**

Não perca tempo e adquira agora mesmo.

**Camiseta Preta #OrgulhoEmPertencer**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Camiseta Preta Seguro é estar com a gente**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Camiseta Preta Since 1996**  
20 P - 20 M - 30 G - 30 GG - 20 3G | Total em estoque: 140 peças

**Moletom Since 1996 - Preto**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Moletom Since 1996 - Cinza**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Camisa Polo Preta**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Camisa Polo Cinza**  
10 P - 10 M - 20 G - 20 GG - 10 3G | Total em estoque: 70 peças

**Mousepad**  
Total em estoque: 30 peças

**Caneca branca - O nosso propósito**  
Total em estoque: 50 peças

disponível em:  
<https://lojacorr.yoobe.co/>

# Lojacorr é finalista em premiação de inovação em seguros

Vencedores serão anunciados em agosto, durante o *Insurtech Latam Forum* – Fórum Latino-Americano de Inovação em Seguros



**M**aior rede de corretoras de seguros independentes do Brasil, a Lojacorr recebeu a indicação como destaque na categoria “Plataforma Brokers” da Digital Insurance LatAm, primeira empresa focada em consultoria estratégica e especializada em inovação e transformação digital, com conexão e expertise tanto na indústria de seguros quanto no mundo da inovação digital e *insurtech*.

De acordo com o diretor de Tecnologia e Operações (CTO e COO) e cofundador da Lojacorr, Sandro Ribeiro, esse reconhecimento demonstra que a Lojacorr está continuamente buscando soluções inovadoras, além de comprovar o fortalecimento do seu modelo de negócios junto ao mercado. “Desenvolvemos uma operação, desde a fundação em 1996, baseada na força da rede, na capilaridade e no compartilhamento, aplicando ativamente o uso da tecnologia em nossas ações. Por isso, criar e modernizar soluções, assim como nosso sistema ‘Broker

One’, que facilita o atendimento aos nossos parceiros e corretores, é fundamental”, afirma. “Buscamos sempre facilitar e agilizar os processos e garantir um atendimento completo para que juntos fortalecemos a importância do seguro para tudo e para todos”, enfatiza.

A Digital Insurance LatAm, juntamente com CMS Group, irão realizar em agosto deste ano a apresentação dos nomeados em um dos maiores fóruns latino-americanos de Inovação em seguros, o Insurtech Latam Fórum 2023. Em sua quinta edição, o evento já se destaca como um importante motor para impulsionar negócios e conexões, e para visibilizar marcas e empresas destacadas nesse importante ecossistema Latam, ligando os pontos e reunindo seguradoras, distribuidores, provedores de tecnologia e executivos da área.

Assim como no ano anterior, o evento irá contar com diferentes formatos: Digital – dia 29 de agosto: evento 100% digital para toda a Amé-

rica Latina, onde espera-se mais de 5.000 participantes e mais de 3.000 visitantes nos estandes virtuais; Presencial – dia 30 de agosto: evento presencial no Um Rooftop, em São Paulo/SP com mais de 600 executivos e cinco conferências ao vivo transmitidas para toda a América Latina, além de estandes físicos; e Fieldtrip – dias 31 e 1 de setembro: viagem de campo com visitas a empresas. Mais informações em [www.insurtechlatam.com.br](http://www.insurtechlatam.com.br).

Nesse reconhecimento, a Lojacorr está ao lado de renomadas empresas de soluções do mercado segurador. Em 2022, a empresa fechou com alta no mercado, somando um crescimento de 36,20% em produção de seguros, passando R\$ 130 milhões da meta. Atualmente está presente nos 26 estados e no Distrito Federal, por 59 Unidades, com capacidade de atender, treinar e contribuir para com o desenvolvimento dos corretores de seguros na região. São mais de 40 companhias seguradoras parceiras e mais de 200 produtos disponíveis para atender o segurado.





Com a crescente demanda por segurança financeira e proteção familiar, nunca houve um momento melhor para oferecer aos seus clientes a tranquilidade que só um seguro de vida pode proporcionar.

## **O sucesso da sua estratégia de vendas de seguro de vida está aqui.**

Acesse e confira o webinar “Como vender seguro de vida” e materiais sobre o tema, como script de vendas, guia prático e muito mais!





## Protagonismo: elas têm em comum

Viver é conduzir suas rédeas,  
é orgulhar-se dos seus feitos  
e é, acima de tudo,  
ultrapassar barreiras  
para vencer

**V**ocê já pensou nas direções que sua vida seguiu, em todas as vezes que superou grandes desafios e o quanto isso pode ter o deixado orgulhoso de si? Sim, todos temos lutas, perrengues, desafios, mas temos também os aplausos, os sorrisos, o sucesso, a vida, o amor, a família, a carreira, as viagens, os bens, a saúde, as entregas e os méritos.

Aqui mesmo na Lojacorr existem lindas histórias de superação, de sucesso, de alegrias e de vidas cotidianas comuns, que juntas formam um complexo ecossistema pulsante que roda os motores do nosso propósito de proteger cada vez mais e melhor os brasileiros, mas que pretender ir sempre além das fronteiras daquilo que a empresa já conquistou. O Brasil pede mais. Pede sempre uma constante união de forças e mentes pensantes em como universalizar o acesso à pro-

teção, elevar a consciência da população sobre a importância da proteção e do papel da Lojacorr neste processo.

Homenagear as mulheres desses motores é sempre algo inacabado, pois há tanto para contar e explorar que faltam páginas para descrever. Todavia, como o número de protagonistas mulheres sobe todos os anos, nunca faltam histórias. O quadro de colaboradoras da Lojacorr equivale a 57,14% do quadro geral e metade das posições de lideranças são femininas, além da empresa incentivar o empreendedorismo feminino das corretoras de seguros em todo o Brasil.

Segundo Marlise Arndt, cofundadora da Lojacorr, administradora de empresas, com especialização e pós-graduação em áreas da Psicologia Organizacional e Transpessoal, além de ser facilitadora em Círculos de Mulheres e Lideran-

ça Shakti, as pessoas guardam em si as características do masculino e do feminino. O mundo evoluiu até aqui muito fortemente baseado nas características do masculino e sempre que as pessoas pendem para um lado só esgotam as possibilidades de crescimento. “Acredito no poder do feminino e na urgência do despertar e do fortalecimento das características femininas, como: colaboração, cuidado, confiança, intuição e criatividade para complementar com as características do masculino como racionalidade, clareza, foco, disciplina, assertividade e direção. Tudo isso tem a ver com os valores da Lojacorr. É uma honra fazer parte do Conselho Consultivo da empresa que ajudei a fundar com meu pai e meu irmão, e hoje estar mais próxima do planejamento, contribuindo com um olhar estratégico, também podendo presenciar um processo enorme de transformação e profissionalização da Lojacorr. Uma empresa que se antecipa às mudanças do seu mercado, e com sensibilidade para cuidar das pessoas, só pode ocupar o espaço de relevância que ocupa hoje. Que neste mês da mulher possamos ousar ter o olhar voltado para dentro de nós mesmos e compreender quanta potência temos ainda a despertar para transformar o mundo ao nosso redor”, relata.

Da cozinha e do fogão, as mulheres conquistaram o uso do salto alto e dos espaços nas corporações, mas de repente viram que usar tênis também é bem legal. Decidiram que trabalhar fora poderia salvá-las de relacionamentos abusivos, mas também viram que ser protegida as fazem felizes. Perceberam que votar é um direito de todas as mulheres, mas que o poder nem sempre é o melhor caminho para que as suas vozes sejam ouvidas. Por isso, hoje, mulheres e homens se confundem nos papéis e nos números, pois as diferenças são basicamente genéticas.

Kátia Mior e Márcia Maria Moura Pedrosa estão entre as primeiras concessionárias da Rede, desbravaram caminhos que antes eram exclusivamente masculinos e hoje são exemplos seguidos em todo o Brasil.

“Estou no mercado segurador há 25 anos, trabalhei 17 anos numa se-



MARLISE ARNDT



KATIA MIOR



MÁRCIA MARIA MOURA PEDROSA

guradora que foi uma grande escola e estou há quase nove anos na Lojacorr, onde tenho o maior orgulho em fazer parte. É muito gratificante trabalhar no ramo do seguro e na Lojacorr, onde o nosso papel é auxiliar os corretores na alocação dos riscos de seus segurados, pois as companhias estão passando por muitas transformações e mudanças. Acredito que as mulheres cada vez mais vêm se destacando no ramo, e na curva de crescimento em equiparação com os homens, só vêm tendo sucesso”, conta Katia, da Unidade de Chapecó (SC).

Fazer parte do time Lojacorr é motivo de muito orgulho para Márcia Maria Moura Pedrosa, concessionária da Unidade Vale do Aço. “Quando faze-

mos o que amamos e nos conectamos com uma empresa e profissionais que possuem o mesmo propósito fica tudo mais leve e prazeroso. Sinto-me privilegiada em trabalhar nesta empresa, me conectar com profissionais incríveis e viver os desafios que o mundo do seguro nos dá”, relata Márcia.

Responsável, junto com o time do jurídico, pela governança jurídica da Lojacorr, Télia Cristiane Oliveira Alves participou, ainda quando estagiária, do planejamento da primeira estrutura societária da Lojacorr e auxiliou o fundador, Sr. José Heitor Silva, a fazer o primeiro Regimento Interno para organizar a relação entre os corretores pessoas físicas e entre os corretores e a Lojacorr. Depois de



formada, foi contratada como advogada e consultora da Lojacorr durante 15 anos e hoje é gerente do Jurídico.

“Identifico-me com os valores da Lojacorr, em especial com a transparência, simplicidade e responsabilidade. Apesar da atividade do corretor de seguros ser complexa, a simplicidade com que a Lojacorr, com muito trabalho e responsabilidade, trata os processos internos e a transparência que oferece aos corretores me motivam no trabalho. Sinto-me orgulhosa de ver que meu trabalho, somado ao trabalho de todos os demais colaboradores e diretores da Lojacorr, culminou em uma empresa sólida, inovadora e humana, que auxilia e facilita o trabalho dos corretores de seguros”, afirma a advogada, pós-graduada em Direito Processual Civil, Direito Empresarial e Civil, e Direito Tributário.

Já a coordenadora de Marca da Lojacorr, Ana Clara Baptistella Murat, conta que sua história com a empresa completa 10 anos em 2023. Entrou como assistente de comunicação em 2013, estava no último ano da faculdade de Jornalismo e assim como pôde participar da evolução da empresa, a Lojacorr também participou da dela. Durante esses anos se especializou em Comunicação Digital e Marca, além de Gestão da Comunicação e Marketing, sempre pensando em como poderia agregar e trazer melhores soluções para as corretoras e unidades. “Sou grata por fazer parte da jornada da Lojacorr, por ter o privilégio de contar a história de dezenas de protagonistas da proteção, e hoje poder ser uma guardiã da nossa marca. Durante esses 10 anos de casa, quanta coisa construí, desenvolvi e cresci, não apenas como profissional, mas como ser humano, e as pessoas da Lojacorr sempre estiveram ao meu lado, me impulsionando para isso. Na Lojacorr sou vista como profissional, como mulher e como mãe. Sou ouvida, respeitada e valorizada por quem sou. Uma prova disso é que fui promovida grávida e isso foi o reconhecimento e a confiança da empresa na minha missão de apoiar a Lojacorr a fortalecer e elevar a consciência da população sobre a importância do seguro e sobre o papel fundamen-

tal do corretor de seguros como profissional essencial para nossa sociedade”, descreve a jornalista, mãe do Léo.

A Lojacorr é um exemplo de empresa que oportuniza o perfil feminino na gestão. Luciana Grande, gerente de Gente & Gestão, explica que no mercado de Recursos Humanos já é percebida essa mudança no número de empresas que incentivam a liderança feminina, assim como acontece na Rede Lojacorr. A empresa aposta na valorização, na equidade e luta para oferecer oportunidades por mérito e não tanto pelo gênero, o que gera oportunidades de crescimento independentemente do sexo, favorecendo a ascensão das mulheres nas organizações.

Com mais de 20 anos de experiência no mercado, Luciana destaca que as mulheres devem ser protagonistas da sua própria história e, assim, conquistar a independência. “Sempre fui muito incentivada pela minha família, principalmente pelo meu pai, em buscar ser independente, ter meu espaço de reconhecimento, enfrentar os mais diversos desafios com coragem, disciplina e estudo”, relata.



LUCIANA GRANDE



TÉLIA CRISTIANE OLIVEIRA ALVES



ANA CLARA BAPTISTELLA MURAT



APESAR DA ATIVIDADE DO CORRETOR DE SEGUROS SER COMPLEXA, A SIMPLICIDADE COM QUE A LOJACORR, COM MUITO TRABALHO E RESPONSABILIDADE, TRATA OS PROCESSOS INTERNOS E A TRANSPARÊNCIA QUE OFERECE AOS CORRETORES ME MOTIVAM NO TRABALHO

**TÉLIA CRISTIANE OLIVEIRA ALVES**



**Allan Costa**

É pai do Lucca e da Mariana. Motociclista, palestrante internacional, empreendedor serial, investidor-anjo, escritor e mentor de startups. É vice-presidente de Operações da ISH Tecnologia; co-fundador da plataforma AAA Inovação, ao lado de Ricardo Amorim; e co-fundador da Curitiba Angels. Investidor de 15 startups e membro do Harvard Business School Startup Angels. Autor dos livros "60 Dias em Harvard" e "Rock in Rio – A Arte de Sonhar e Fazer Acontecer", colunista de vários veículos de âmbito nacional e palestrante em dois TEDx. Possui experiência profissional em mais de 50 países e quase mil palestras realizadas, nos últimos dez anos, no Brasil e exterior. Ocupou a Presidência da CELEPAR, da Coopercard e a Superintendência do SEBRAE/PR.



ESTE CONCEITO SE REFERE AO ATO DE CEDER PARTICIPAÇÃO ACIONÁRIA EM UMA COMPANHIA EM TROCA DE EXPOSIÇÃO DE MÍDIA PARA AQUELA EMPRESA

# Entendendo o que é 'Media for Equity'

Este é o segundo artigo da nossa série especial onde exploramos o conceito de Equity



**N**o artigo anterior, expliquei do que se trata esse conceito e como ele pode mudar como você enxerga sua carreira e seus potenciais ganhos financeiros. Hoje, vamos abordar um conceito que se encaixa dentro de Equity e que tem crescido bastante nos últimos anos: Media for Equity.

Em uma tradução livre, este conceito se refere ao ato de ceder participação acionária em uma companhia em troca de exposição de mídia para aquela empresa. Em tempos de mídias sociais e grandes plataformas de vídeo e streaming, onde influenciadores ganharam mais alcance (e muitas vezes, dinheiro), do que marcas inteiras, a atenção tem ficado cada vez mais escassa, e estes influenciadores têm se tornado cada vez mais poderosos.

Assim, tem se tornado uma prática cada vez mais comum que não apenas influenciadores, mas qualquer entidade com grande alcance de audiência, utilize esse poder como moeda de troca para participação em negócios.

Embora possa parecer algo novo, essa prática começou há décadas, quando a televisão era centenas de vezes mais influente do que é hoje. Um dos casos mais importantes desta estratégia foi o acordo da estrela de basquete Michael Jordan, aclamado por muitos como o maior jogador de todos os tempos, com a Nike. Jordan firmou acordos de mídia e construção de novos produtos com a Nike quando a empresa de vestuário esportivo ainda não era o colosso gigantesco que é hoje.

Com o passar dos anos, a marca de Jordan cresceu, junto com a da Nike, o que rendeu aos

dois lados milhões - em muitos casos, bilhões - de dólares em faturamento, tudo por que o jogador cedeu sua "mídia" - no caso, sua imagem - para a empresa.

Aqui no Brasil, essa prática ainda está engatinhando e devemos ver cada vez mais pessoas que possuem muito alcance nas mídias sociais ganharem espaço acionário em empresas, trocando ações por exposição da marca para sua audiência. Um dos casos mais recentes foi entre Anitta e Nubank, que acabou não saindo como muitos esperavam - a cantora deixou o conselho da empresa meses após o acordo - mas que evidencia que existe aí um espaço imenso a ser explorado.

É claro, nem tudo são flores.

Não é por que alguém é famoso e tem muito alcance que, necessariamente, aquela audiência será relevante para o negócio. Pior do que isso, em alguns casos associar uma marca com aquela pessoa pode trazer muitos malefícios, como aconteceu recentemente no caso entre Adidas e Kanye West.

Media for Equity é, sem dúvidas, uma prática que está apenas começando e que ganhará muita força ao longo dos próximos anos, conforme a disputa pela atenção dos consumidores se torne ainda mais concorrida. Contudo, é preciso ter cautela antes de associar uma marca inteira a alguém, ainda mais se este alguém tiver equity da companhia, o que pode trazer muita dor de cabeça. Com o tempo, boas práticas surgirão e as empresas saberão como fazer estes acordos da melhor forma possível. Para cada Michael Jordan que existe, outros 100 influenciadores non-sense estão por aí. A cautela, então, é fundamental.

# De cortador de cana até seu encontro como corretor de seguros

Ao se aposentar do banco, ainda jovem, Waldomiro iniciou como corretor na Lojacorr e tem sido a melhor experiência profissional

**W**aldomiro Faria nasceu em uma família muito humilde, em Nova Esperança, no Paraná. Quando ele tinha 12 anos de idade, seu pai, que era taxista, foi assaltado, perdeu o automóvel que trazia sustento para casa e também ficou impossibilitado de trabalhar devido a um tiro que levou no incidente. A família passou por dificuldades e então Waldomiro, filho mais velho, começou a trabalhar no corte de cana, na cidade de Estrela do Norte, interior de São Paulo.

Nos dias que chovia e não tinha corte de cana ele fazia bico como entregador de botijão de gás em Nova Esperança. “Numa dessas entregas bati a bicicleta em um carro estacionado. Fui embora, mas ficou na minha cabeça, não aguentei, voltei e falei com o dono do carro que ia pagar”, lembra. “Tinha pago oito parcelas de 10 e abandonei porque estava deixando de comer para pagar aquele conserto. Um dia, trabalhando de entregador, o patrão me falou para pagar uma conta. Cheguei no banco e vi que o dono do carro era o gerente da agência. Veio falar comigo, perguntou se eu estudava e falei que não. Ele disse para eu fazer uma carta pedindo emprego. Comecei a chorar, consegui emprego por causa da minha honestidade. Cortava cana por R\$ 700 mensais, fui para o banco ganhar R\$ 4 mil, quem não quer?”.

Waldomiro iniciou no banco em 1984, aos 17 anos, e então que voltou a estudar, fez faculdade, pós-graduação. Casou-se com a Regina Rissati, e se tornaram pais de Luis Felipe e Ana Luiza (hoje com 20 e 16 anos, respectivamente). Aposentou-se no Bradesco após 35 anos. Conta que em sua última semana no banco estava acompanhando uma seleção para auxiliar bancário, recebeu jovens bem arrumados, até



WALDOMIRO COM A ESPOSA REGINA, A FILHA ANA LUIZA E O FILHO LUIS FELIPE



que a última moça era muito humilde, aparentemente não tinha o perfil da vaga, mas se saiu bem no teste. “Na hora de se despedir ela me disse que essa podia ser a última chance da vida, e lembrei da oportunidade que tive. Recentemente ela me ligou contando que foi promovida a gerente de conta”.

Um dia, sua esposa com formação em corretagem, cujos irmãos são corretores de seguros, achou que era o momento de empreender e montar uma corretora. Seguindo o modelo de sucesso de um dos cunhados, há quase nove anos Waldomiro se credenciou à Lojacorr, Unidade Maringá.

“Comecei a trabalhar com seguro na Lojacorr. O diretor André confiou em mim, assim como o gerente do banco. Fui o 10º a entrar para a Lojacorr, ainda como corretor pessoa física. Fiz o curso de corretor e abri a WR Corretora de Seguros”, afirma. “Entramos sem produção e cerca de três anos depois nos tornamos Ouro, com uma produção muito bacana, da qual muito me orgulho”.

Segundo ele, o início em seguros foi um pouco mais difícil porque seus

cunhados são corretores e não pôde começar a carteira de clientes com a família. “Tenho muito respeito e admiração pela Lojacorr, que tem um papel social muito importante em ajudar pessoas que dificilmente teriam sucesso no mercado, pois o início de carreira é muito difícil para fazer parcerias com seguradoras, e dentro da Lojacorr tudo se torna mais fácil. Hoje a nossa carteira é formada por clientes de quase todos os estados do Brasil. Esse feito se deve ao nome da Lojacorr, que tem peso, e quem entra na Rede fica forte também. A estrutura de apoio da Lojacorr é magnífica, otimiza e dá condições para um crescimento rápido”.

“Temos uma produção anual ótima, que é administrada essencialmente pela minha família: eu, minha esposa, minha filha e meu filho. Já estou preparando a sucessão, pois a aptidão da minha filha percebe-se que é grande. Meu filho está fazendo sucesso no Instagram, tem perto de 100 mil seguidores, e faz propaganda minha lá. Acredito que em mais alguns anos eles estarão tomando conta do negócio. Mas sempre dentro da Lojacorr”.





**Anderson Batista de Souza**

Analista de Segurança Informação na Lojacorr.

Formado pela Universidade Pitágoras em Banco de Dados, pós-graduado em Segurança da Informação Universidade Faveni, graduando em GRC (Governança, Risco e Compliance) Universidade Unyleya. Membro da @ANPPD (Associação Nacional de Profissionais de Proteção de Dados) atuando na proteção de dados LGPD e Normas ISO 27001/27002, para Segurança da Informação, Governança de TI. Atua na área de infraestrutura há mais de 20 anos, buscando sempre a evolução nas ações referentes à segurança e continuidade dos negócios, através das melhores práticas de segurança da informação.

# O valor dos dados

**N**os dias atuais, quando as informações obtidas são consideradas vantagens comerciais, a busca dos dados, assim como sua proteção no mercado competitivo, é primordial para o sucesso das empresas. Os dados se tornaram uma moeda de grande valor para qualquer negócio, em que sua utilização pode agregar diretamente a uma tomada de decisão, uma estratégia para alcançar ou mesmo criar indicadores de competitividade no mercado.

Dessa forma, o tratamento e a proteção dos dados são fundamentais para o sucesso de uma organização. A utilização dos dados de maneira equivocada, ou mesmo vazamentos de dados, tende a afetar diretamente a reputação da empresa e os resultados objetivados a longo prazo. Sendo assim, grandes corporações seguem práticas de mercado para tentar garantir esta proteção de dados internos e informações sigilosas, evitando penalizações e comprometimento da confiabilidade diante do mercado. Inclusive, o Brasil tem sido alvo constante de ataques cibernéticos (somos o segundo país com mais ataques no mundo), mostrando que ainda precisa melhorar muito seus sistemas de proteção à informação.

Dentre as práticas adotadas, podemos destacar a utilização de normas ISO (como a 27001 e 27002), que abordam a segurança da informação de maneira prática e objetiva, no intuito de direcionar as empresas nas melhores práticas de segurança da informação.

Segurança da Informação, segundo as normas ISO 27001/ 27002, "é um conjunto de medidas que se constituem basicamente de controles e política de segurança, tendo como objetivo a proteção das informações dos clientes e da empresa (ativos/bens), controlando o risco de revelação ou alteração por pessoas não autorizadas."

A segurança da informação possui três atributos imutáveis e imprescindíveis para sua caracterização: **confidencialidade, integridade e disponibilidade.**

## Confidencialidade

- Propriedade de certas informações que não podem ser disponibilizadas ou divulgadas sem autorização prévia do seu dono.

**Integridade** - Condição na qual a informação ou os recursos da informação são protegidos contra modificações não autorizadas.

**Disponibilidade** - Possibilidade de acesso à informação por parte daqueles que a necessitam para o desenvolvimento de suas atividades.

**Importante: Autenticidade, Irretratabilidade ou não repúdio, e conformidade complementam as melhores práticas referentes a segurança da informação.**

A Lojacorr trabalha para atender às melhores práticas de segurança da informação e cyber segurança, dedicando-se à conscientização dos colaboradores e alinhando os processos desde a sua criação até a etapa de melhoria contínua, em que se pode destacar:

- Implementação de um Política de Segurança forte e alinhada;
- Gestão eficiente e mapeamento dos riscos à segurança da informação;
- Capacitação de toda equipe em relação às práticas de Segurança da Informação;
- Auditorias internas;
- Monitoramento dos dados da organização interna e externamente;
- Rotinas de backup estruturadas;
- Plano de continuidade de negócio (PCN);
- Desenvolvimento dos projetos, sempre com pensamento em segurança;
- Realização de teste de vulnerabilidade e penetração.

A importância de fortalecer e conscientizar sobre a segurança da informação dentro das empresas tende a proteger o elo mais fraco desse processo, que acaba sendo os usuários e colaboradores. Assim é importante conscientizar que a utilização de softwares desatualizados e sistemas não licenciados, gerando vulnerabilidades dentro da estrutura, podem comprometer a Segurança da Informação.

A Lojacorr olha para o futuro a fim de fortalecer a estrutura de suas unidades e corretores, afixando seus alicerces das melhores práticas de segurança da informação e LGPD, otimizando os processos permitindo a utilização dos dados com corresponsabilidade entre a Sede + Unidades + Corretores. Assim, a empresa gera segurança e comprometimento com a proteção e respeito à titularidade dos dados dos colaboradores, parceiros e clientes.



# Da roça à especialização em seguros de equipamentos agrícolas

Em dois anos de atuação na Lojacorr, o corretor de seguros da região de Arapoti (PR) alcançou produção Ouro

O corretor de seguros Robson Anselmo Guimarães, está se devolvendo bastante junto à Lojacorr. Nascido e criado na cidade de Prudentópolis, interior do Paraná, ele trabalhou na roça com seus pais desde muito cedo, “aprendendo o verdadeiro valor de cada gota de suor derramado”, como ele mesmo destaca.

Aos 18 anos, buscando uma melhor qualidade de vida, seus pais mudaram-se para a cidade de Ponta Grossa, onde Robson trabalhou em algumas lojas de calçados e de móveis, até que ingressou no ramo agrícola na cidade de Irati, como vendedor de peças e, posteriormente, como gerente de pós-venda, onde teve seu primeiro contato com o mercado de seguros, no ramo de equipamentos agrícolas.

Mais tarde, se mudou para a cidade de Arapoti, trabalhando no pós-venda em uma concessionária de máquinas e equipamentos agrícolas, e percebeu a oportunidade de ingressar no setor de seguros. “Quis fazer um trabalho diferente, não com o foco de vender seguros, mas em garantir segurança e tranquilidade a meus futuros clientes, prestando-lhes uma assistência total desde o primeiro contato até em um possível sinistro”, conta Robson.

Com isso, ingressou no curso de corretor de seguros, habilitando-se em fevereiro de 2021. “No decorrer do curso ficava imaginando como iria poder ‘concorrer’ com corretores com mais de 20 anos de experiência e com as concessionárias e bancos os quais vendem seguros na região. Foi aí que ouvi falar na Lojacorr, busquei o contato, liguei para a unidade dos Campos Gerais, onde prontamente fui atendido pelo gestor Lyncoln Smaniotto, e logo marcamos uma reunião, na qual



OS GESTORES ROBSON E TAÍLIS



QUIS FAZER UM  
TRABALHO DIFERENTE,  
NÃO COM O FOCO DE  
VENDER SEGUROS, MAS  
EM GARANTIR SEGURANÇA  
E TRANQUILIDADE A MEUS  
FUTUROS CLIENTES

foi me apresentada a empresa e como funcionava”, relata.

Em março de 2021, ele decidiu se dedicar inteiramente à atividade de corretor e anunciou a saída da concessionária, acertando que trabalharia até final de abril de 2021. “Como a abertura da corretora já estava planejada, fechamos a parceria com a Lojacorr, e como a notícia correu rapida-

mente e com um bom relacionamento na cidade, comecei a receber solicitações de cotações de diversos ramos de seguros”. “Com uma ajuda de um colaborador da unidade de Ponta Grossa, meu amigo Renan Viana, o qual foi fundamental principalmente neste início de carreira, comecei a fechar alguns seguros e levar junto comigo o nome Lojacorr”, destaca.

Em 02 de maio de 2021, “com a graça de Deus e os pés no chão”, Robson Guimarães abriu as portas da RG Corretora de Seguros, trabalhando sozinho e prontamente atendendo as cotações, as consultas que lhe eram solicitadas. “A carteira de clientes foi crescendo e, em novembro de 2022, minha esposa Taílis Strozienski Guimarães deixou seu emprego para assumir a parte administrativa da corretora”.

Hoje, com menos de dois anos de atuação, e apenas o casal no comando da empresa, a RG Corretora de Seguros alcançou a produção Ouro na Lojacorr. Além da especialização em seguros para equipamentos agrícolas, ele atua com todos os ramos, microsseguros, planos de capitalização, seguros de pessoas, seguros de danos e planos de previdência complementar. “Esse sucesso se deve à minha forma de trabalhar, preocupado apenas com a segurança a tranquilidade dos clientes e amigos, e a uma assistência especial que entrego a eles. Assim me tornei Ouro dentro da Lojacorr, e o pagamento por isso vem consequentemente”.

“O Robson é exemplo de trabalho e dedicação: em menos de dois anos passou a corretor Ouro. Ele faz um trabalho fantástico na região de Arapoti, tendo sucesso especialmente como especialista em equipamentos agrícolas”, confirma o gestor da Unidade Campos Gerais, Lyncoln Smaniotto.



**Carolina Quintino**

(CRP 08/13621)

Psicóloga Clínica na Lojacorr

Formada em Psicologia em Análise do comportamento

Pós-graduada em Gestão de Pessoas e Liderança

Psicoterapeuta (consultório e empresa)

Avaliação psicológica e em recursos humanos (gestão de pessoas, recrutamento, seleção e treinamento)

[www.linkedin.com/in/carolina-quintino](http://www.linkedin.com/in/carolina-quintino)



AS MARCAS PODEM SURGIR DA HISTÓRIA DE NOSSA VIDA, DAS MEMÓRIAS AGRADÁVEIS E AS DESCONFORTÁVEIS (POR VEZES, TRAUMÁTICAS), COMO COMPREENDEMOS CADA UMA DELAS VAI DIRECIONANDO O NOSSO JEITO DE SER, DE NOS POSICIONAR NA VIDA

# Marcas da (e na) vida!

Que tal ter a inspiração de um consultor de bilhões de anos de experiência para se conectar com as novas tendências?

**A**s marcas estão presentes em nossa vida, mesmo antes de nosso nascimento. Os que vieram antes de nós deixaram marcas com a guerra, inovação, exploração, construção, transmitiram a cultura, os costumes e valores, o jeito de negociar, trabalhar, morar, se vestir e muito mais.

O nosso nome com sobrenome também é nossa marca, carregada de significados dos nossos ancestrais. As marcas também podem surgir da história de nossa vida, das memórias agradáveis e as desconfortáveis (por vezes, traumáticas). Como compreendemos cada uma delas vai direcionando o nosso jeito de ser, de nos posicionar na vida, nosso propósito, dons, valores, personalidade, profissão, relacionamentos, as *soft* e *hard skills* e outras possibilidades.

Tem a marca da relação que estabelecemos com as pessoas e com o mundo, o legado, que fará que continuemos na vida, mesmo não estando mais fisicamente nela. É como se fosse o *recall* (a forma que a marca será lembrada quando mencionada), o que será dito e/ou sentido sobre nós quando nosso nome for falado em nossa ausência.

Que marcas você tem em sua vida? Quais gostaria de ressignificar e quais desejaria destacar? Que marcas gostaria de deixar?

O autoconhecimento contribui muito para responder e agir nessas respostas. Há várias formas para fazer isso, uma delas é conhecendo as Caixinhas de Atitude, do publicitário José Oliva. A que faz referência a marcas, chama-se 'Abra Para Lembrar. Leia para Construir'. Ela traz o cartaz cujo texto pergunta "Afim, que marca você pretende deixar neste mundo?". Ou seja: como você pretende ser lembrado ou lembrada? O que pretende fazer para retribuir pela vida que usufrui? Junto do cartaz vem um jogo da memória, no qual as peças são fotos de marcas que o homem deixou na arquitetura do mundo. No verso

de cada peça do jogo, você lê expressões que traduzem virtudes, valores, sentidos, necessários à construção da verdadeira casa que somos nós mesmos, e para deixar uma marca forte, o que só se deixa pensando verdadeiramente nos outros.

Essa caixinha também pode ser instrumento do trabalho da psicologia (ciência que trata dos estados e processos mentais, do comportamento do ser humano e de suas interações com um ambiente físico e social). A psicoterapia que tem o objetivo de auxiliar na metodologia de olhar para si, para o outro, para o meio e a influência mútua entre essa tríade, auxiliando a reconhecer seus dons, praticar suas habilidades, trazer bem-estar (sensação de segurança, satisfação e conforto), saúde e a ressignificar traumas emocionais (que podem paralisar ou desorganizar o comportamento, gerando um prejuízo a pessoa. Algumas técnicas, como a dessensibilização sistemática, podem ajudar a reduzir esses danos do trauma. Como descreve Freud, "a cura não vem do esquecer, vem do lembrar sem sentir dor".

A linha do tempo também é um exercício que pode auxiliar a se conectar com as marcas que você tem e as que pretende deixar na vida. Como funciona: 1) você faz uma linha; 2) escreve os pontos importantes de sua vida (os que já passaram e os que pretende estabelecer no futuro). Segue exemplo abaixo para ilustrar.

A Lojacorr, que traz a marca de proteção aos brasileiros, oferta há sete anos, em parceria com a Em Si Psicologia, o benefício de psicoterapia a todos os colaboradores da sede e um valor diferenciado para corretores e dependentes legais.

Como diz José Oliva, "a gente só deixa uma marca de verdade no mundo quando usa as qualidades, as virtudes que tem para fazer o bem para alguém."

**Que as melhores marcas sejam deixadas para e por você!**





# Boas-vindas às 124 corretoras que ingressaram na Lojacorr no primeiro trimestre

Mês a mês, mais integrantes chegam à Lojacorr. No período de janeiro, fevereiro e março de 2023 foram registradas 124 novas corretoras de seguros. Confira a lista das empresas e profissionais que passam a integrar nosso ecossistema!

## Janeiro



**Zoe Corretora de Seguros**  
Unidade Porto Alegre

Zoe Fernandes Montanha e  
Adir Alexandre Bibiano Ferreira



**Éilda Bicalho Corretora de Seguros**  
Unidade Zona da Mata

Éilda Bicalho de Moraes Oliveira



**Forcor Corretora de Seguros**  
Unidade Itajaí

Caroline Camilo dos Santos



**Brayan F D Madruga Corretora de Seguros**  
Unidade Itajaí

Brayan Felipe Deodato Madruga



**Suaseg Corretora de Seguros**  
Unidade Espírito Santo

Christian Szmajser

**Fedel Corretora de Seguros**  
Unidade Mato Grosso



**Staub Corretora de Seguros**  
Unidade Itajaí

Noemia Staub

**Onlineseg Corretora e Administradora de Seguros**  
Unidade Presidente Prudente



**RJ Corretora de Seguros Joinville**  
Unidade Joinville

Roni Nelson Santos Júnior



**MI Corretora de Seguros**  
Unidade Londrina

Mateus Candido Da Silva



**Machado Fonseca Corretora de Seguros**  
Unidade Porto Alegre

Audimar Antônio Fonseca



**Mendez Corretora de Seguros**  
Unidade Goiânia

Alessandro da Silva Mendes



**Iriz Corretora de Seguros**  
Unidade Ceará

Francisco Leandro da Silva Junior



**Ronan Tosta Cupertino Corretagem de Seguros**  
Unidade Rio de Janeiro

Ronan Cupertino



**Crer Corretagem de Seguros**  
Unidade Leste SP

Elida Melo de Albuquerque Silva



**Itamonte Seguros e Soluções Financeiras**  
Unidade Sul de Minas

Gilberto Luiz Mendonça



**R M de Oliveira Corretores**  
Unidade Curitiba Água Verde

Rennan Marcel de Oliveira



**W.B.N Corretora de Seguros**  
Unidade Goiânia

Walasy Batista Do Nascimento



**S&M Corretora de Seguros**  
Unidade Rio de Janeiro

Marcia Feitosa Goulart



**WMP Corretora de Seguros e Planos de Saúde**  
Unidade Zona Oeste SP

Marcelo Cesar de Sousa da Paz



**Sievex Corretora de Seguros**  
Unidade Oeste do PR

Maiara Biss



**Gomes e Preto Consultora e Corretora de Seguros**  
Unidade Porto Alegre

Kevin Martins Preto



**Previval Corretora de Seguros de Vida**  
Unidade Sul de Minas

Valdeci de Avila Souza



**Sunfyre Corretora de Seguros**  
Unidade Guarulhos/Mogi

Denilson Souza de Oliveira



**Paramettrus Corretora e Administradora de Seguros**  
Unidade Maringá  
Douglas Ribeiro



**Bonome Corretora de Seguros**  
Unidade Leste SP  
Cibele Bonome



**Portal Brasil Corretora de Seguros**  
Unidade Tocantins  
Tatiane Irani Inri de Luna Lima



**NC Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Neil Charlington Rodrigues de Oliveira



**Neovida Corretora de Seguros**  
Unidade Curitiba Água Verde  
Marco Antonio



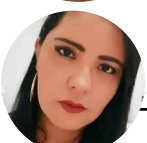
**Pedro Cypriano da Silva Neto**  
Unidade Sorocaba  
Pedro Cypriano da Silva Neto



**Querite Corretora de Seguros**  
Unidade Porto Alegre  
Lucas Esthevan Querite



**Andrea Magalhães Salomão Corretora de Seguros**  
Unidade Campinas  
Andrea Magalhães Salomão



**P Souza Corretora**  
Unidade Florianópolis  
Priscilla da Silva Souza



**Torello Corretora de Seguros**  
Unidade Piracicaba  
Rogério André Torello



**J V A Dantas**  
Unidade Rio Grande do Norte  
João Victor Assis Dantas

**N2 Corretora de Seguros**  
Unidade Curitiba Água Verde  
Newton Wagner

**Provention Corretora de Seguros**  
Unidade Campos Gerais

**Aseguro Corretora**  
Unidade Paraíba  
Wagner Abrantes

# Fevereiro



**Albaredo Assessoria Empresarial e Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Antônio Josiel



**Anderson Rogério Buzzulini Montu Corretora de Seguros**  
Unidade Centro SP  
Anderson Rogério Buzzulini Montu



**R L Louredo Seguros**  
Unidade Acre/Rondônia  
Raquel Lourdes Louredo



**Quadrangular Corretora de Seguros e Previdência Privada**  
Unidade Leste SP  
Marcelo Domingos Pereira



**Silva e Menezes Seguros**  
Unidade Leste SP  
Thiago Silva



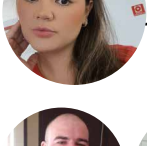
**Thera Corretora de Seguros**  
Unidade Sorocaba  
Andreia Maciel Costa



**Debora Viviane Jonsson Silva**  
Unidade Mato Grosso do Sul  
Debora Viviane Jonsson Silva



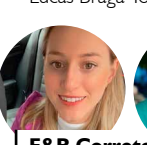
**Lealcor Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Giselle Leal de Moraes e Silva



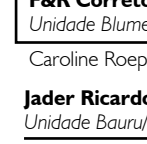
**BKR Corretora de Seguros**  
Unidade Londrina  
Bruna Karoline Rosa



**Swiss Corretora de Seguros**  
Unidade Campinas  
Lucas Braga Toninato e Sidney Bellotto de Oliveira



**F&R Corretora de Seguros**  
Unidade Blumenau  
Caroline Roepke e Lucas de Freitas



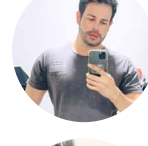
**Jader Ricardo Mendes Ruiz**  
Unidade Bauru/Marília  
Jader Ricardo Mendes Ruiz



**R20 Corretora de Seguros**  
Unidade Criciúma  
Rafael Poffo



**Mazo Corretora de Seguros**  
Unidade Belo Horizonte  
Marília Escobar Thomaz Rabelo



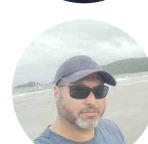
**C & C Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Douglas de Souza Pereira



**Evelyn Batista Lauredo Corretagem de Seguros**  
Unidade Sul de Minas  
Eduardo dos Reis Domingos e Evelyn Batista Lauredo



**Qualycorr Corretora e Administradora de Seguros**  
Unidade Campinas  
Fabio Antonio Bortoletto



**J & W Corretora de Seguros**  
Unidade Maringá  
Wendel dos Santos Lima



**Hack Corretora de Seguros**  
Unidade Joinville  
Andre Kalbusch



**Ellas Imóveis e Administração de Bens**  
Unidade Zona Oeste SP  
Manoel Juventino

**TC Corretora e Administradora de Seguros**  
Unidade Acre/ Rondônia  
Carla Vivian



**Flor de Mandacaru Corretora de Seguro**  
Unidade Tocantins  
Zaira Gomes Teixeira e André Melo



**M de Paiva Orneles Corretora de Seguros**  
Unidade Campinas  
Matheus Orneles

**José Jair Padilha Pinto**  
Unidade Curitiba Água Verde  
José Jair Padilha Pinto



**MRK Corretora de Seguros e Soluções Financeiras**  
Unidade Oeste do PR  
Vanessa Afflen



**Joca Corretora de Seguros**  
Unidade Curitiba Água Verde  
João Maximino Acco

**Mourony Corretora de Seguros**  
Unidade Ribeirão Preto  
Julia Mourony



**Eron Corretora de Seguros**  
Unidade São José do Rio Preto  
Marcos Roberto Marques



**Bombig Corretora de Seguros**  
Unidade São José do Rio Preto  
Igor Paro Bombig

**RM Corretora de Seguros de Vida e Previdência Complementar**  
Unidade Curitiba  
Rafael Draprinchinski Maia



**A1 Consultoria Assessoria e Corretora de Seguros**  
Unidade Rio de Janeiro  
Frank Jorge de Lima Barbosa



**Ouromix Corretora de Seguros**  
Unidade Maringá  
Marilei Rissati Teixeira

**Prudence Corretora de Seguros**  
Unidade Mato Grosso do Sul

# Março



**RJG Corretora de Seguros**  
Unidade Maringá  
Ricardo Juner Gasparini



**GGB Corretora de Seguros**  
Unidade Zona Oeste SP  
Sheila Ferreira



**Stecanela Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Alex Stecanela



**Karla Borges Corretora de Seguros**  
Unidade Goiás Sul  
Karla Borges Guimarães



**FW Corretora de Crédito e Investimentos**  
Unidade Itajaí SC  
Fabiane de Oliveira Werner



**Fense Corretora de Seguros**  
Unidade Zona Oeste SP  
José Santana



**Host Brasil Corretora de Seguros**  
Centro SP  
Jefferson Gomes



**Saving Administradora e Corretora de Seguros**  
Unidade Centro Oeste MG  
Rafael Rodrigues Garcia e Letícia Aparecida de Oliveira Garcia



**Molinari Corretora de Seguros**  
Unidade Zona Oeste SP  
Vivian Molinari



**Tiago Donizetti Chil Corretora de Seguros**  
Unidade Jundiaí  
Tiago Donizetti Chil



**SV Corretora de Seguros**  
Unidade Brasília  
Sabrina Manoela Oliveira Vieira



**Schumacher Corretora de Seguros de Vida**  
Unidade Brasília  
Barbara Tatiane Shlosser Schumacher



**Cioffi Consultoria**  
Unidade Leste SP  
Paulo Sergio Cioffi

**Vale do Taquari Corretora de Seguros**  
Unidade Sul RS

**Itaporanga Segue Bem Corretora de Seguros**  
Unidade Bauru



**Lizandro Elias Weber Ltda**  
Unidade Curitiba Água Verde  
Lizandro Weber





**Gomesseguros**  
**Corretora de Seguros**  
*Unidade Zona Oeste SP*  
Oséias Gomes



**RJ Genesys Corretora e Administradora de Seguros**  
*Unidade Brasília*  
Rilberth Cotta Abreu



**Fortress Corretora de Seguros**  
*Unidade Campinas*  
Amauri Garcia Lopes e Lilia Aparecida Machado Garcia Lopes



**Claudio Santos Mendes**  
*Unidade Sul de Minas*  
Claudio Santos Mendes



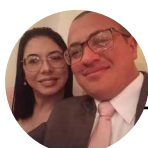
**Boa Mix Seguros**  
*Unidade Centro SP*  
Rafael Borges



**Asscomex Assessoria em Comercio Exterior e Corretora de Seguros**  
*Unidade Piauí*  
Maxwell Ataíde Peixoto



**Lancaster Corretora de Seguros**  
*Unidade Criciúma SC*  
Gisella de Carvalho



**GWE Corretora de Seguros**  
*Unidade Curitiba Água Verde*  
Gustavo Henrique de Sousa Weltdt



**Juliana Fraga Corretora de Seguros**  
*Unidade Joinville*  
Juliana Fraga



**Sonia Bernadete Karvatzki da Silveira**  
*Unidade Noroeste RS*  
Sonia Bernadete Karvatzki da Silveira



**RDA Escarpin Corretora de Seguros de Vida**  
*Unidade Rio de Janeiro*  
Andréia Escarpin



**Benfica Corretora de Seguros e Assessoria**  
*Unidade Brasília*  
Francisco das Chagas Vieira Caldas



**Priscila Camila Bicalho Alves Corretora de Seguros**  
*Unidade Campinas*  
Priscila Camila Bicalho Alves



**S 2 Corretora de Seguros**  
*Unidade Belo Horizonte*  
Sergio de Souza Dias e Thayse Fontoura



**GFaria Serviços**  
*Unidade Centro Oeste MG*  
Breno Ferreira Faria, Maria do Carmo Guimarães da Silva Faria e Sérgio Clever Justo



**Bradú Corretora de Seguros**  
*Unidade Leste SP*  
Jorge Claudio de Mello Junior



**Soriani Corretora de Seguros**  
*Unidade Londrina*  
Rafael Soriani



**Lui Corretora de Seguros**  
*Unidade Curitiba Água Verde*  
Luíz Rodrigues Costa Júnior



**Silvia Elena Sousa**  
*Unidade Florianópolis*  
Silvia Elena Sousa



**Terra Boa Corretora de Seguros**  
*Unidade Maringá*  
Jaci Teixeira e Mayco Rodrigo Chaves Teixeira



**Innova Corretora de Seguros**  
*Unidade Sul de Minas*  
Antonio Emílso Ribeiro Carneiro



**Salus Corretora de Seguros**  
*Unidade Zona da Mata*  
Pablo Sales Ribeiro



**L.S.B. dos Santos Corretora de Seguros**  
*Unidade Brasília*  
Luana Suelen Barbosa dos Santos



**JLP Dumas Corretora de Seguros**  
*Unidade Centro SP*  
Jennifer Dumas



**Essencial Consultoria e Corretora de Seguros**  
*Unidade Zona da Mata*  
Paulo Ricardo Ramos



**Ramos Soluções Corretora de Seguros**  
*Unidade Zona Oeste SP*  
Rodrigo Ramos



**Ocean Line Corretora de Seguros**  
*Unidade Centro SP*  
Thiago Marinho da Silva Brito



**Soulcorr Corretora de Seguros**  
*Unidade Porto Alegre*  
Thiago de Oliveira Flores



**Thiago Borges Santos**  
*Unidade Porto Alegre*  
Thiago Santos



**PMR Pactual Seguros**  
*Unidade Rio de Janeiro*  
Ronnie Petter Tureta

**ACS Ariel Corretora de Seguros**  
*Unidade Triângulo Mineiro*  
Wemerson Marques de Sousa

**Assegurar Cecatto Corretora de Seguros**  
*Unidade Sudoeste PR*

**Schneid Corretora**  
*Unidade Sul RS*

**Jerônimo Valmarath Corretora de Seguros**  
*Unidade Sul RS*  
Jerônimo Valmarath

**William Afonso Corretora de Seguros de Vida**  
*Unidade Belo Horizonte*  
William Martins

**DV Corretora de Seguros**  
*Unidade Porto Alegre*  
Daiane da Silva Antunes



# Pequenas contribuições com grandes propósitos

Rotary proporciona mudanças transformadoras no mundo e conta com apoios diversos

O Programa de Voluntários das Nações Unidas, da ONU, estima que existam cerca de 1 bilhão de pessoas engajadas atualmente em ações voluntárias pelo mundo. Com isso, você já parou para pensar nas transformações que o voluntariado tem feito no mundo e o seu papel nesse contexto? Seja na igreja, em hospitais, em asilos, no grupo escoteiro ou no Rotary, o voluntariado tem conquistado mudanças positivas em diversas partes do globo, gerando saúde, qualidade de vida, acesso, educação, conforto, companhia, cidadania e até mesmo a erradicação de doenças.

Esse é o caso do Rotary e do fundador da Lojacorr, que têm muito em comum: sonhos de transformação. José Heitor Silva, presidente do Conselho Consultivo da Holding e membro do Conselho de Administração da Lojacorr, é voluntário no Rotary Porta do Vale (Itajaí/SC).



SOMOS MAIS DE  
1.200.000 VOLUNTÁRIOS  
NO MUNDO E A  
LOJACORR É UMA  
EMPRESA CIDADÃ  
NO ROTARY  
INTERNACIONAL DESDE  
2018, CONTRIBUINDO  
COM 1.000 DÓLARES  
POR ANO

**JOSÉ HEITOR SILVA**  
FUNDADOR DA LOJACORR

Membro do Rotary desde 2018, Sr. Heitor conta que envolveu a Lojacorr nesta ação e a empresa se tornou empresa cidadã no Rotary Internacional, destacando o propósito

para a erradicação da Poliomielite no mundo, em parceria com a Fundação Bill e Melinda Gates. Cada dólar doado pelo Rotary é equiparado com dois dólares da Fundação Gates e todo o montante arrecadado é destinado ao combate à paralisia infantil por meio do financiamento de atividades de vigilância, assistência técnica e suporte operacional.

“Minha participação no propósito do Rotary Internacional de erradicar a Poliomielite no mundo é pequena como voluntários que somos, mas a soma das ações faz a diferença. Somos mais de 1.200.000 voluntários no mundo e a Lojacorr é uma empresa cidadã no Rotary Internacional desde 2018, contribuindo com 1.000 dólares por ano”, conta.

Além desse principal propósito, o Rotary Porta do Vale, em Itajaí realiza muitas ações diárias para pessoas que necessitam de cadeiras de rodas, muletas, botas ortopédicas, camas hos-





JOSÉ HEITOR SILVA E O SEU PADRINHO NO ROTARY PORTA DO VALE, THALES MOLINARI

pitalares e outros. “Fazemos vários eventos por ano em busca de recursos para entidades sociais e ONGs, tais como o ‘galeto com massa’, o ‘costelaço’ e outros. Nesses casos, nós, rotarianos, vendemos convites para nossos amigos e parentes. O lucro do evento vai sempre para a entidade que mais precisa no momento”, acrescenta.

O fundador da Lojacorr ressalta que qualquer um pode ajudar sendo voluntário ou mesmo participando das ações do Rotary para apoiar essas causas sociais, além de outras diversas, que também incluem sustentabilidade, promoção da paz, água limpa e saneamento, apoio à educação, saneamento, proteção ao meio ambiente e assistência em caso de desastres. Mais informações podem ser obtidas pelo link <https://www.rotary.org/pt/>

“Quero aproveitar para sugerir que as pessoas façam parte desse movimento, divulgando para seus clientes e empresas, com o intuito de transformar vidas. Há mais de 100 anos, o Rotary incentiva ações e opiniões, além de abraçar e valorizar as pessoas que estão envolvidas”, afirma Sr. Heitor.



ROTARIANOS DO ROTARY PORTA DO VALE RECEBENDO UMA MOÇÃO NA CÂMARA DOS VEREADORES PELOS 35 ANOS DE SERVIÇOS VOLUNTÁRIOS PRESTADOS NA COMUNIDADE DE ITAJAÍ/SC



ROTARIANOS COM O SR. HEITOR E SUA FILHA EMILENE SPYRA

**Rotary**



**Do que nós Pensamos,  
Fazemos e Dizemos**

1. É a VERDADE?
2. É JUSTO para todos os interessados?
3. Criará BOA VONTADE e MELHORES AMIZADES?
4. Será BENÉFICO para todos os interessados?



**Escaneie o  
QrCode e  
assista ao  
vídeo sobre  
o Rotary.**





# Unidades confraternizam com mercado local em “Happycorr”

Mais de 100 profissionais da região puderam intensificar relacionamento e discutir objetivos para o ano



Por meio de um convite do gestor Rafael Brentegani, os times das Unidades Campinas e Jundiaí realizaram no dia 29 de março o “Happycorr”, reunindo mais de 100 pessoas na Tesla Brewlab Cervejaria. Participaram mais de 50 representantes de corretoras e mais de 50 de seguradoras, além de diretores da Lojacorr.

“O objetivo do evento foi networking, intensificar nossa conexão. Fazia três anos que não nos encontrávamos pessoalmente, de fato, e era importante celebrarmos os excelentes resultados construídos pelos times de corretoras atendidas pelas nossas Unidades”, conta Brentegani. “Foi uma grande satisfação receber o novo presidente da Lojacorr, Dirceu Tieg, que foi apresentado pessoalmente ao mercado local, além de estarmos prestigiados pelo diretor Regional SP Centro Norte, André Moreno; pelo Diretor de Mercado e Distribuição (COO), Luiz Longobardi Junior; e pelo gerente de Distribuição, Paolo Andrea Bonazzi”.

Na oportunidade, Rafael Brentegani agradeceu a todos os presentes pela performance desempenhada na missão de proteger mais e melhor, bem como reforçou o quanto momentos como esse são essenciais para que a jornada do corretor de seguros seja cada vez mais plena. “Passamos um bom tempo trabalhando a um clique de distância, e está tudo bem. Isso foi necessário durante um período. Porém o ‘cimento’ dá uma liga muito mais potente nos relacionamentos ocorre a um abraço ou a um aperto de mão de distância, e isso faz parte do nosso DNA na Lojacorr”, comenta.



# Unidade BH reúne mercado segurador em um grande evento

O momento foi de muita celebração e gratidão pelas conquistas alcançadas



(E/D) ANTONIO CARLOS FOIS, JANAÍNA LUZ, RONEY SOARES (GERENTE COMERCIAL SUCURSAL BELO HORIZONTE II TOKIO MARINE), ANDREIA PADOVANI (DIRETORA EXECUTIVA COMERCIAL REGIONAL MINAS GERAIS TOKIO MARINE), DIRCEU TIEGS E GERALDO PEREIRA FILHO (GERENTE EXECUTIVO COMERCIAL SUCURSAL BELO HORIZONTE II TOKIO MARINE).



A GESTORA ENTRE O DIRETOR REGIONAL ANTONIO CARLOS FOIS E O CEO DIRCEU TIEGS

Desde a pandemia, um grande reencontro presencial era aguardado por todos da Unidade Lojacorr Belo Horizonte e finalmente aconteceu no dia 17 de março. A gestora da Unidade, Janaína Luz, preparou um momento muito especial no Espaço Vista, que contou com a presença de mais de 100 profissionais, entre corretoras e seguradoras parceiras da Rede. O evento também foi prestigiado pelo presidente da Lojacorr, Dirceu Tiegs, e pelo diretor Regional Centro Sudeste, Antonio Carlos Fois.

“Celebrar e agradecer! Esse é o motivo do nosso encontro! Primeiramente agradecer a Deus, pela vida e pela saúde! E celebrar as grandes conquistas da Unidade, que só foram possíveis com o apoio de cada um de vocês aqui presente. Obrigada pelo apoio e pela confiança,” comenta Janaína.

O evento foi marcado por muita alegria e até poesia, com a presença do palestrante e poeta, Nuno Arcanjo, que encantou a todos. A Unidade celebrou a conquista dos R\$ 3 milhões em produção mensal e teve momen-

tos muito especiais, como o reconhecimento dos corretores que se destacaram em 2022, nas categorias light, bronze, prata e ouro. E também um momento surpresa de reconhecimento e agradecimento aos gerentes comerciais e seguradoras parceiras. “Fizemos uma enquete entre os corretores da Unidade, que elegeram o destaque gerente comercial de 2022. Com uma diferença de apenas um voto, o vencedor foi o Roney Castro, da Tokio Marine, que recebeu o troféu Parceria, resume Janaina Luz.

“O objetivo era agradecer e presentear os nossos parceiros com momentos especiais e ao final, eu que acabei sendo surpreendida e presenteada com homenagens tão especiais, como a placa recebida das mãos dos amigos e parceiros da Liberty Seguros e o agradecimento especial da corretora”.

O presidente da Lojacorr, Dirceu Tiegs, comentou: “Neste meu primeiro contato como presidente da Lojacorr com o mercado de BH, pude passar minha visão sobre o futuro promissor do corretor de seguros, em um evento irretocável! Parabéns, à Jana e a todo



JANAÍNA LUZ NO EVENTO



PÚBLICO ATENTO ÀS CONQUISTAS DA UNIDADE

time de BH. Engajamento, vibração, vontade de prosperar e um orgulho muito grande de pertencer, estava presente nos sorrisos, nos apertos de mão e abraços. Ficamos todos encantados”.



# Corretores do Vale do Aço se destacam em premiação

Dois deles conquistaram primeira e segunda colocações

O grupo de corretores de seguros do Vale do Aço brilhou na Premiação Residencial da Bradesco Seguros, que avaliou as vendas do ramo no primeiro trimestre. Dois deles conquistaram primeira e segunda colocações. “Superamos 53% da meta solicitada pelo Bradesco”, orgulha-se Márcia Moura, concessionária da Unidade Lojacorr Vale do Aço.

## Os destaques foram:

**1º lugar** – Univaço Corretora – Corretor Marcos Túlio. Ele ganhou uma linda mala de viagem.

**2º lugar** – Bella Corretora – Corretor Camilo Lelis. Ele ganhou voucher jantar.

“Túlio sempre focado e empenhado nas entregas das campanhas, Camilo entrou na Lojacorr em janeiro e já está se destacando”, enfatiza a gestora.

## 1º LUGAR

### Univaço Corretora

Dalmo C. Campos Junior e Márcia Moura com o corretor Marcos Túlio



## 2º LUGAR

### Bella Corretora

Dalmo C. Campos Junior e Márcia Moura com o corretor Camilo Lelis



## MASTERCLASS

# Unidade Piracicaba promove café da manhã para prospecção

Corretores conheceram e tiraram dúvidas sobre as ferramentas da Lojacorr para impulsionar seus negócios



A Unidade Piracicaba promoveu um café da manhã “Masterclass”, com muito aprendizado e identificação de oportunidades sobre o mercado de seguros e a Lojacorr. O evento aconteceu no dia 22 de março, na cidade de Limeira.

Segundo a gestora da Unidade, Viviane Dias, foi uma importante ação para a Unidade Piracicaba se consolidar entre os corretores de seguros da região. Participaram representantes de oito corretoras que estão em fase de prospecção, que tiveram suas dúvidas sanadas pela gestora e pela equipe de Aquisição da Lojacorr, que conduziu a Masterclass, que teve como tema: “Como criar metas alcançáveis e previsíveis, bem como ter indicadores de performance na palma da sua mão”, apresentando as ferramentas da Lojacorr para desenvolver os corretores da rede.



# Evoluindo nos negócios graças às conexões

De pequena produção a corretora Ouro, Mabi se desenvolve com relacionamentos nas seguradoras, qualificação em novos produtos e boa reputação perante os clientes

**B**arbara Rodrigues de Freitas Oliveira, proprietária da Mabi Corretora de Seguros, de Uberaba (MG), está há quatro anos na Lojacorr, começou com produção pequena e hoje já se encontra na categoria Ouro.

Aos 19 anos, enquanto ainda cursava a faculdade de Turismo, ela começou a trabalhar em uma corretora de seguros da cidade. “Com minha desenvoltura e perfil comercial, sempre atuei como produtora. Fiquei dois anos em uma corretora, depois mudei para outra que era a maior da cidade, onde permaneci por três anos, e saí para montar minha empresa”, conta. O apelido de Bárbara era Babi, e ela adaptou para a criação do nome da empresa, mas, com a consolidação, agora todos na cidade a chamam de Mabi. “A empresa se tornou minha identidade”.

A Mabi Corretora de Seguros foi fundada quando Bárbara tinha 24 anos de idade, há 11 anos. Em 2018, ingressou na Rede Lojacorr para desenvolver melhor os negócios. “A produção era ainda muito pequena. Comecei do zero ao entrar na Lojacorr. Entrei como Prata, mas para ganhar equilíbrio produção demorei cerca de dois anos”, lembra. Até que há três anos ela resolveu que não passaria um ano sem ganhar o Programa de Objetivos. “Logo comecei a me classificar na categoria Prata e no ano passado eu disse que enjoei do Prata e queria o Ouro, e conquistei”, revela. “O Demetrius Ramos, gestor da Unidade Triângulo Mineiro da Lojacorr, falou que sou danada, que quando coloco algo na cabeça corro atrás e consigo”, se diverte.

A corretora atribui seu crescimento ao apoio que recebeu da Lojacorr, além, é claro, de muito trabalho. “Quando iniciei a corretora, fui buscar abertura com as companhias, um



MABI (À DIREITA) COM A MÃE MARICILDA, EM FRENTE À CORRETORA

trabalho de formiguinha, conquistando uma de cada vez. Na Lojacorr tive acesso a toda a conectividade da Rede. Também graças a essa conexão pude entender a ideia de outros produtos, conectar com especialistas, apresentar o que eu pensava sobre, como eu queria, o que poderíamos fazer. Foi assim que iniciei no agro, por exemplo. Com toda essa conexão conseguimos conectar mais produtos”, diz.

Recentemente ela concluiu sua segunda formação, em Secretariado Executivo Bilíngue, quando avaliou que o escritório precisava de um re-

forço técnico. “Hoje a equipe da Mabi é formada por três pessoas. Apesar de não ser o ideal, todos vendem, e cada um cuida de uma outra função: sou produtora e administradora, a Olivia é produtora e cuida de sinistros, e o Fernando é produtor e verifica parcelas em atraso. Ganhamos muita produtividade com a entrada na Lojacorr, porque o sistema otimiza várias tarefas, como a das parcelas em atraso. Com isso temos mais tempo para vender”.

E segue investindo em qualificação. “Trabalhamos fortemente em automóvel, agro, empresarial, residencial e agora estou estudando para entrar no vida. Eu foco muito em capacitação, sou um pouco detalhista, diria, então todos os produtos que vendemos sabemos muito sobre eles”, garante. “Somos uma corretora de cidade pequena, do interior do Triângulo Mineiro, que tem 380 mil habitantes e mais de 70 corretoras. As pessoas se conhecem muito, então o nosso pós-venda é muito importante, zelar pelo nosso nome, pela nossa imagem. Por isso eu não abro um produto sem saber que vou dar o respaldo depois. É diferente dos corretores que trabalham em grandes centros, reputação na cidade menor é tudo”.

Aos 35 anos, Mabi é solteira e mora sozinha. “Casei com o escritório há 10 anos. Talvez agora, que a empresa está melhor estruturada, caiba na minha vida um casamento”, diz. Apesar de não ter ninguém na família no ramo de seguros, sua mãe Maricilda, trabalhou por 26 anos na Fiat, vendendo veículos zero quilômetro, e a ajudou a desenvolver a carteira de auto na corretora. “Minha mãe ajudou no início da empresa, só não pôde me ajudar mais porque a concessionária tem a própria corretora. Mas estou com um projeto para entrar lá, não desisti e já estamos avançando”, conta.

# Regional prestigia inauguração da nova sede da Unidade Goiás Sul

O prédio está localizado na cidade de Itumbiara, Goiás

O destaque da Regional Centro Sudeste da Lojacorr no primeiro trimestre do ano foi a inauguração da nova Sede da Unidade Consolidadora Goiás Sul, que agora passou a funcionar em imóvel próprio, mais amplo e moderno, especialmente arquitetado para o funcionamento de uma Unidade da Lojacorr. O evento de inauguração aconteceu no dia 06 de março e no dia seguinte a Unidade já estava em plena atividade no novo endereço. O prédio está localizado na Avenida Paranoá, 37, Bairro Alvorada, na cidade de Itumbiara-GO.

O município de Itumbiara é considerado o portal de entrada do estado de Goiás. Também é um dos maiores exportadores do estado, devido à sua localização próxima a Minas Gerais e São Paulo, garantindo o escoamento da produção agrícola do sudoeste goiano através das regiões Sul e Sudeste.

Durante todo o dia da inauguração a nova Unidade contou com a presença de vários parceiros de negócios, clientes e amigos, que foram tomar um café e prestigiar as novas instalações.

“Na oportunidade, falamos sobre a força do empreendedorismo e da liderança do concessionário da Unidade Consolidadora, Valgmar Domingos Tavares Junior, e de sua esposa Cristiane Valeriano Arantes Tavares, a Cris. Destacamos a coragem e visão de futuro, e desejamos muito sucesso e mais conquistas a todos os parceiros e amigos da Unidade Consolidadora Goiás Sul”, comenta o diretor Regional, Antonio Carlos Fois.

Na foto, da esquerda para a direita, estão o concessionário da Unidade Consolidadora, Valgmar; sua esposa e sócia, Cristiane; a gerente comercial da Unidade, Márcia Helena Oliveira; ao lado de Antonio Carlos Fois, Diretor Regional Centro Sudeste da Lojacorr. E à frente o garoto João Miguel, filho do casal Valgmar e Cris.





# Unidades da Regional SP Centro Norte reúnem corretores

O diretor André Moreno faz questão de participar de todos os encontros promovidos por Unidades da Regional

**N**o 1º trimestre de 2023, os gestores das Unidades Lojacorr na Diretoria Regional SP Centro Norte reuniram corretores da Lojacorr para confraternizar, falar sobre negócios, oportunidades e reforçar nossos motores de crescimento.

Houve encontros com corretores das Unidades Centro SP, Leste SP, Ribeirão Preto, Bauru, Mato Grosso, Campo Grande e Campinas. “Não reunimos nossos corretores no final de 2022, por uma questão de agenda, por isso já aproveitamos e abrimos o ano de 2023 confraternizando. Também convidamos nossas parceiras seguradoras, e quando vimos tínhamos mais de 40 pessoas conosco”, conta Julio Tucci, gestor das Unidades Centro e Leste SP. Evento semelhante ocorreu em Campinas, onde o gestor Rafael Brentegani também quis reunir o time para um “happy hour”, e quando se deu conta, mais de 100 pessoas, entre corretores e seguradores, haviam confirmado participação. “Já que o que seria apenas uma confraternização local se tornou um ‘evento’, aproveitamos e convidamos nossa diretoria. Aproveitamos a oportunidade para agradecer aos nossos corretores pelos R\$ 42 milhões distribuídos em 2022, que representaram um crescimento de 47% comparando com 2021”, conta Rafael Brentegani.

Já Ribeirão Preto reuniu corretores no modo Fíigital, com participação presencial e online. “Frequentemente reunimos nossos corretores, e nessa oportunidade falamos sobre os motores de crescimento, negócios compartilhados, e como nossos parceiros podem crescer ainda mais. Estamos no caminho certo, pois 4 de cada 5 dos nossos corretores cresceram em 2022”, conta Viviane Dias, gestora da Unidade. Na mesma linha, a Unidade



Bauru/Marília também reuniu o time, reforçando sobre oportunidades. “Comemorei o fato de que há exatamente um ano assumi a gestão da Unidade, juntamos o time, falamos sobre negócios compartilhados, os motores de crescimento e agradecemos pelos 48% de crescimento em 2022”, conta Natalino Ferreira, gestor da Unidade.

Tanto no Mato Grosso quanto no Mato Grosso do Sul, as grandes distâncias tornam os encontros presenciais mais desafiantes, e requerem uma organização prévia e comprometimento dos corretores. Halley Salgado, gestor da Unidade MS, conta que sempre quis reunir o time, e conseguiu isso no 1º Encontro Regional do MS. “Tivemos participação de corretores que se deslocaram de Dourados, Maracaju, Costa Rica, São Gabriel do Oeste, Naviraí, além do time de Campo Grande. Conseguimos apoio de algumas cias, que proporcionaram uma excelente confraternização após a reunião de trabalho”.

Já na Unidade Mato Grosso, no norte do estado, a Lojacorr está muito bem representada, com corretores em Sorriso, Guarantã do Norte, Peixoto de Azevedo, Claudia, Novo Progresso (PA) e Sinop, local que abrigou o encontro dos corretores do “nortão”, como apelidou o gestor da Unidade, Rudson Almeida. “Aproveitamos a visita do nosso Diretor Regional, e fizemos o trecho Cuiabá-Sinop para reunirmos esse time pela primeira vez. Foi excelente para promovermos integração.” conta o gestor.

“Faço questão de participar dos eventos promovidos pelas unidades. Estar presente fisicamente com nosso time de parceiros, olhar no olho, e falar de negócios e oportunidades, é fundamental para continuarmos evoluindo sempre na nossa missão de proteger. Se somarmos todos os encontros, reunimos quase 150 pessoas, finaliza André Moreno.



# Regional Sul registra crescimento de 32%

Foram emitidos R\$ 163 milhões em seguros no primeiro trimestre e time segue unido para manter a evolução ano a ano

O primeiro trimestre na Diretoria Regional Sul da Lojacorr foi espetacular em termos de produção. “Nas 16 Unidades distribuídas nos três estados, emitimos R\$ 163 milhões em seguros de janeiro a março de 2023, um crescimento na ordem de 32% em relação ao mesmo período do ano anterior”, revela Luiz Ernani Lepchack, diretor Regional Sul.

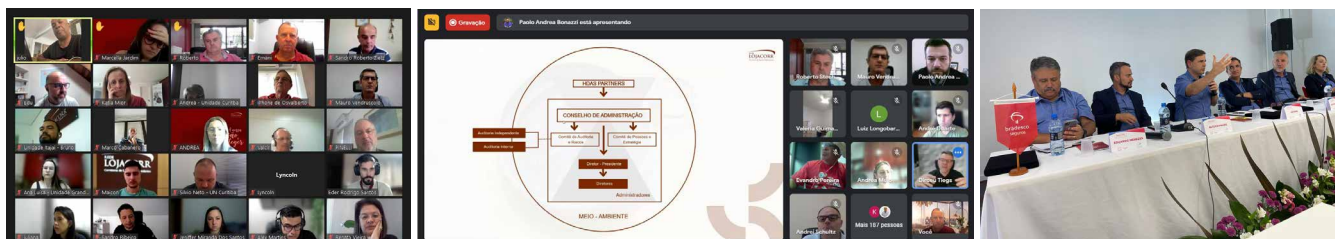
Outro aspecto importante na produção foi a evolução nos principais ramos de seguros: automóvel, vida em grupo, empresarial, residencial, saúde em grupo e multirrisco rural, entre outros. Isso demonstra claramente a força da Lojacorr no mercado de seguros e que o nosso modelo contribui significativamente para o crescimento e diversificação de carteira dos nossos corretores”, analisa o diretor. “Diariamente converso com corretores aqui do Sul, e com muita frequência ouço a importância de se fazer parte da Lojacorr por tudo aquilo que ela possibilita na evolução destes profissionais e respectivas empresas. Nossa constante evolução nos desafia a cada vez mais buscarmos melhorias em processos e avanços tecnológicos. Mas com toda a certeza os corretores, prepostos e colaboradores das corretoras são o principal ativo da nossa empresa”, ressalta.

Neste primeiro trimestre a Regional Sul realizou diversas reuniões online, mas também presencialmente, promovendo integração entre corretores, unidades e seguradoras parceiras locais. “Estes encontros sempre são muito produtivos, como a Reunião dos Desbravadores, onde conseguimos reunir 230 corretores em uma sala virtual para apresentar a nova estrutura da Rede e tivemos um reconhecimento Regional dos nossos corretores. Finalizamos com a ‘Opinião de Valor’, momento de extrema importância, quando nossos parceiros nos parabensam, mas também nos sugerem melhorias em processos, produtos e serviços. Essas colocações sempre são muito bem-vindas para nossa evolução como empresa”, comenta Ernani.



A Regional também marcou presença em encontros promovidos pelo mercado. “Tivemos a oportunidade de representar a Lojacorr em reunião com toda a Diretoria Executiva da Bradesco Seguros, momento também importante com este grande parceiro. Em março, acabamos representado a Rede no jantar Top Quiron Experience, promovido pela da Centauro-ON Seguradora, quando fomos reconhecidos como Destaque do ano de 2022”, pontua.

“Nossos encontros sempre nos sinalizam que devemos nos manter atentos a todas as necessidades dos nossos clientes, até mesmo em função de todas as mudanças que o mercado tem apresentado nos últimos anos”, finaliza o diretor Regional.



# Regional no primeiro trimestre: crescimento de 27%

Os três primeiros meses sinalizam como será o ano de 2023 e estamos com grandes expectativas



O ano começou muito bem para a Regional Norte e Nordeste da Lojacorr. “Estamos acima da média no total de crescimento, com um número próximo a 27% em relação ao mesmo período do ano passado”, afirma Eucrésio Neto, Diretor Regional Norte e Nordeste.

O gestor conta que os resultados se devem ao trabalho conjunto com as Unidades e corretoras. “Neste crescimento espetacular, temos destaque para as Unidades Maranhão e Pernambuco, que vêm num patamar acima de R\$ 2 milhões por mês e apresentando uma evolução extraordinária. Outro destaque é a Unidade Tocantins, que pela primeira vez atingiu o patamar de R\$ 1 milhão, marco muito importante. As demais Unidades também vêm em uma pegada forte, se desenvolvendo bem”, relata.

O relacionamento com as parceiras seguradoras está cada vez mais estreito e solidificado. “Entre as parceiras, destacam-se Bradesco, Tokio Marine,

Liberty, Mapfre e Allianz, que estão no Top Five da Regional. Estamos retomando as visitas, alinhando objetivos e nos mantendo ainda mais próximos”.

Em relação aos ramos, a Unidade incentiva a diversificação de produtos e ramos aos corretores de seguros. “Ainda temos como destaque o seguro Automóvel, que cresce a passos largos, assim como o seguro Saúde. Em seguida, temos nos desenvolvido fortemente nos ramos Empresarial, RC Ônibus, e o Multirrisco Rural que é muito expressivo aqui”, conta Neto.

Segundo ele, os três primeiros meses sinalizam como será 2023. “Temos observado que a tocada é boa para este ano e estamos com grandes expectativas para o restante do período, principalmente o segundo trimestre”, declara. “O mês de janeiro nos chamou atenção positivamente pelo desempenho das Unidades e da região. Passamos pelo mês de fevereiro, que é mais curto, especialmente aqui no Nordeste, onde o Carnaval é muito intenso, as pessoas

viajam, então tivemos um mês apertado, mas mesmo assim acima das nossas expectativas. Março foi extraordinário, conseguimos um bom desempenho de crescimento, performando uma produção de R\$ 37.145.359,39 nestes primeiros três meses”, revela.



TEMOS OBSERVADO QUE A TOCADA É BOA PARA ESTE ANO E ESTAMOS COM GRANDES EXPECTATIVAS PARA O RESTANTE DO PERÍODO, PRINCIPALMENTE O SEGUNDO TRIMESTRE

**EUCRÉSIO NETO**  
DIRETOR REGIONAL NORTE E NORDESTE

# Lojacorr conquista mais de 628 mil visualizações na imprensa

No primeiro trimestre do ano, foram 131 conteúdos publicados espontaneamente



A maior rede de corretoras de seguros independentes do Brasil alcançou, no primeiro trimestre do ano, 628.073 visualizações nos conteúdos publicados na imprensa gratuitamente com as menções da marca. Ao todo, foram 131 inserções na mídia, tanto para a imprensa nacional como segmentada do mercado de seguros. O retorno financeiro do período ficou em quase R\$ 113 mil, se os espaços fossem contabilizados como anúncios.

Entre os cerca de cinco conteúdos produzidos em média mensalmente estão pautas de aquisição, produtos, vendas e marketing, institucional, eventos da empresa e outros. As estratégias de divulgação estão trazendo resultados bons e diversos para a empresa, no que se pode destacar publicações nos canais InfoMoney, Segs, Revista Apólice, CQCS, Sonho Seguro, Agra Joinville, Times Brasília e Empresas & Negócios.

De acordo com a coordenadora de Marca da Lojacorr, responsável pela Assessoria de Imprensa, Ana Clara Baptistella Murat, há diversos anos a comunicação é feita em “trabalho de formiguinha”, galgando cada conquista com bastante dedicação. “Mesmo sendo um trabalho com pouco recurso, desenvolvemos uma relação com a imprensa de muito respeito e cuidado. Sabemos que o papel da mídia pode ser transformador para uma organização”, afirma.

Entretanto, mesmo com tantas conquistas, a empresa e o time de Comunicação sabem que a notícia nunca para. Por isso, é necessário ir atrás de boas histórias, informações relevantes, soluções que mudem a vida e a rotina das corretoras de seguros, conteúdos que façam a diferença para o empreendedor brasileiro e que contribuam para a economia do país. “Queremos ser uma marca conhecida e uma empresa transformadora para os brasileiros, além de protegermos mais e melhor”, finaliza.



QUEREMOS SER UMA MARCA CONHECIDA E UMA EMPRESA TRANSFORMADORA PARA OS BRASILEIROS, ALÉM DE PROTEGERMOS MAIS E MELHOR

**ANA CLARA BAPTISTELLA MURAT**  
COORDENADORA DE MARCA DA LOJACORR



# Sabe aquele descuido de um segundo?

## Essa cobertura chegou bem na hora.

**Proteja seu cliente contra pequenos danos. Conheça a Cobertura para Lataria Maxpar.**

O produto ideal para aqueles arranhões e amassados que acontecem dentro da garagem ou em manobras corriqueiras.

Um problema comum, com grande percepção de valor pelos clientes.

Um enorme diferencial para você.



**Baixíssimo custo de contratação.**



**Não afeta a classe de bônus,**



**1 ano de garantia.**

[maxpar.com](http://maxpar.com)



Fale com nosso time comercial e saiba mais







**Marlise Ferreira**

Conselheira Consultiva da Lojacorr

Inspirada pela busca de um mundo melhor atua como facilitadora de cursos, palestras, workshops na área do autoconhecimento, mentora e analista comportamental. Curadora nos projetos Conexão Feminina e Encontros Terapêuticos.

“O maior legado que podemos deixar é nos transformar no melhor que podemos ser”, afirma.

Formada em Administração de Empresas, pós-graduada em Psicologia Organizacional e Psicologia Transpessoal pela Universidade Internacional da Paz.

Instagram  
@femininoemmovimento



COMO SERIA SUA ROTINA SE VOCÊ EXPERIMENTASSE PARAR POR MOMENTOS DO DIA PARA RELAXAR A MENTE?

# Salve sua saúde mental

**N**o nosso dia a dia somos expostos a uma quantidade imensa de informações, desta maneira, priorizar, selecionar e criar momentos de pausa é uma questão de sobrevivência da mente. Vivemos uma época de uma grande aceleração, reflexo do grande crescimento digital e, indiscutivelmente, podemos fazer muito mais atividades em menos tempo. Porém é preciso estar atentos para não sermos levados a um esgotamento sem medidas, um cansaço mental que direciona ao estresse.

Muitos de nós têm a ideia de que se pararmos estamos perdendo tempo, sem perceber que as pausas nos ajudam a diminuir a quantidade de pensamentos e o barulho mental. Como seria sua rotina se você experimentasse parar por momentos do dia para relaxar a mente?

As pausas têm um poder extraordinário de trazer clareza, calma, tranquilidade. Quando falo de pausas, não me refiro às de trabalho que você para pra tomar um café, mas continua falando, pensando no que precisa fazer logo mais, ou lembrando de algum episódio do passado... pensando sem tréguas. Estes momentos ajudam fisicamente, têm o seu papel, mas a pausa que realmente pode contribuir para o equilíbrio emocional, mental e espiritual é aquela em que você se entrega ao momento presente.

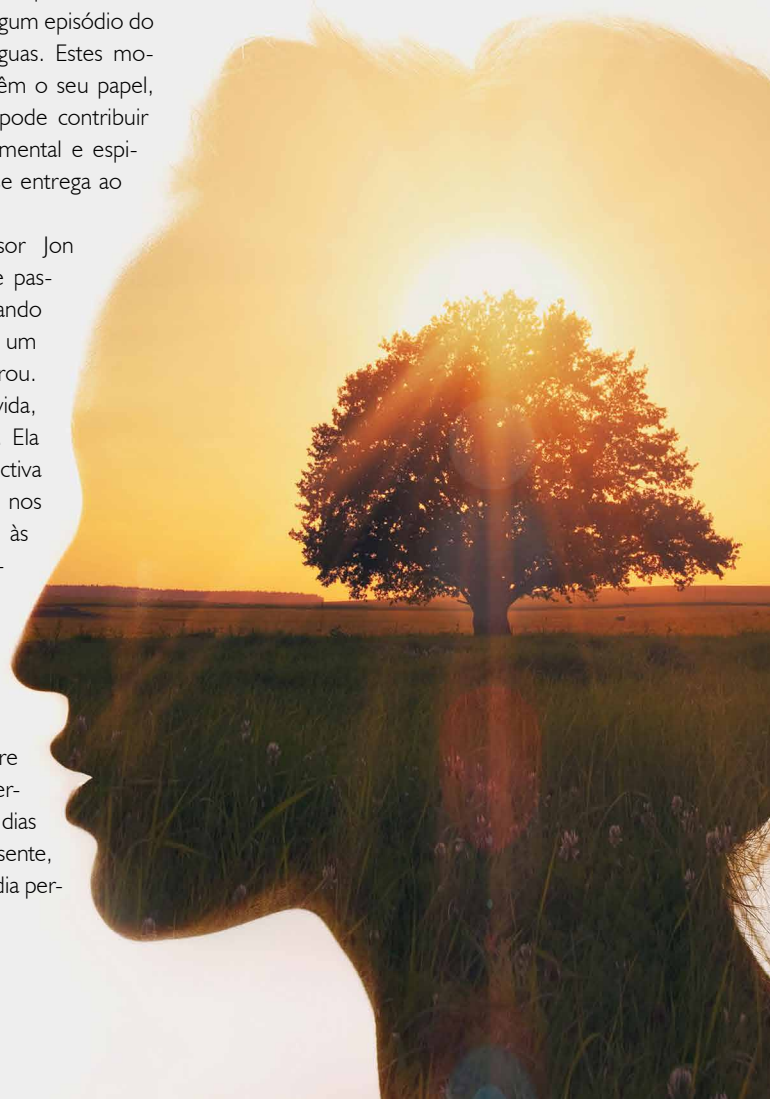
Como afirma o professor Jon Kabat-Zinn: “Não há nada de passividade (na pausa). E quando você decidir ir para a vida, é um ir diferente, porque você parou. A parada deixa a vida mais vívida, mais rica, com mais texturas. Ela nos ajuda a manter em perspectiva todas as coisas com as quais nos preocupamos e em relação às quais nos sentimos inadequados, ela nos dá orientação”

Criar momentos de pausas no dia a dia para simplesmente observar, sem julgamentos, se entregando ao que você se propôs. Respire profundamente e apenas perceba o momento. Todos os dias procure viver o momento presente, pelo menos algumas vezes ao dia per-

mita-se pausar, acalmar, estar de corpo e alma no lugar onde você está! Este tipo de pausa que nós estamos precisando, para recarregar as energias para suportar o mundo de fora, tão agitado e tenso.

Precisamos encontrar novas formas de levar a vida: mais presença, mais momentos de calma e pausas, busca de um sentido maior. Desta maneira vamos percebendo que somos muito mais do que nossos papéis, nossas realizações e podemos sentir a alegria de viver de forma mais genuína e verdadeira. É preciso agir para pausar! Contraditório? Mas se não nos damos conta que é preciso fazer algo diferente para termos novos resultados, acabamos perdendo a oportunidade de conhecer novos caminhos. E a pausa traz consigo o poder de nos abrir horizontes novos. Pare todos os dias para observar a sua vida, calmamente, respire de forma consciente para trazer presença e salve sua saúde mental!

Abraços e até a próxima.



# TÁ COM A TOKIO? SEU CLIENTE VIAJA TRANQUILO E COM DESCONTO NO SEGURO!

Consulte os cupons especiais que a Tokio preparou.

## CHEGOU O SEGURO VIAGEM INTERNACIONAL

Cobertura de quem tem  
tradição centenária de cuidado  
com seus Segurados:



Atendimento médico via vídeo,  
consulta 24h em português.



Ampla rede credenciada de  
hospitais no mundo inteiro.



Cobertura para COVID-19.



Cobertura para extravio  
e atraso de bagagens.

Mais um produto do Programa Negócios Digitais. Aderindo ao Programa, você ganha comissão sem esforço operacional e sem nenhum custo para a Corretora.

SEU CLIENTE VIAJA TRANQUILO  
E VOCÊ AUMENTA SEUS LUCROS!

Quer saber mais?  
Escaneie e conheça.



[tokiomarine.com.br](http://tokiomarine.com.br)



Tokio Marine Seguradora



[/TokioMarineSeguradora](https://www.facebook.com/TokioMarineSeguradora)



[tokiomarineseguradora](https://www.instagram.com/tokiomarineseguradora)



**TOKIO MARINE  
SEGURADORA**

NOSSA TRANSPARÊNCIA, SUA CONFIANÇA



# Corretor, prepare-se para o mercado com a Universeg.

Conte com a plataforma de treinamento pensada especialmente para ampliar seus conhecimentos e prepará-lo ainda mais para os desafios do mercado.

universeg

Acesse\* e confira:



\*Acesso exclusivo para Corretores credenciados à Bradesco Seguros.

Acesse também o Instagram da Bradesco Seguros para Corretores. [@comvocecorretor](https://www.instagram.com/comvocecorretor)



**bradesco**  
seguros

Com Você. Sempre.