

revista

CORRETORA ^{de} FUTURO

2023: TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES

REDE LOJACORR FAZ
MAPA DO MERCADO COM
INFORMAÇÕES PARA APOIAR
O CORRETOR DE SEGUROS
NO ANO QUE SE INICIA

MS RESIDÊNCIA

5 argumentos
para você vender
aos seus clientes

Todas residências estão sujeitas a ocorrência de sinistros que podem causar prejuízos aos moradores. Por isso, contar com a tranquilidade e a segurança do **MS Residência** é muito importante para proteger o lar de eventuais imprevistos e evitar perdas financeiras.

Veja ao lado alguns argumentos para você produzir mais o **MS Residência** e aumentar sua produção, confira ao lado:



Coberturas

Incêndio, roubo, furto, vendaval, placas solares, inundação, quebra de vidros, entre outros.



Assistência 24h

Chaveiro, electricista, encanador, manutenção de linha branca e marrom, assistência PET e muito mais.



Tranquilidade

Proteger o patrimônio dos imprevistos.



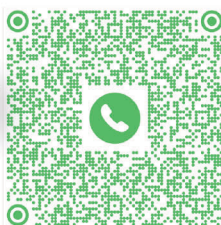
Investimento

O valor do seguro pode retornar por meio dos serviços utilizados na assistência.



Custo

Comparado com outros seguros, o residencial é mais barato, principalmente em relação ao seguro auto.



WhatsApp MSS
+55 11 3177-5700

Juntos,
a vida
é bem
melhor.



CNPJ: 33.016.221/0001-07 - MS RESIDÊNCIA - PROC. SUSEP: 15414.000247/2006-35. A aceitação do seguro estará sujeita à análise do risco. O registro deste produto na SUSEP não implica, por parte da Autarquia, incentivo ou recomendação a sua comercialização. O segurado poderá consultar a situação cadastral de seu corretor de seguros, no site www.susep.gov.br, de acordo com o número do processo constante da apólice/proposta. As condições contratuais/regulamento deste produto protocolizadas pela sociedade/entidade junto à Susep poderão ser consultadas no endereço eletrônico www.susep.gov.br de acordo com o número de processo constante da apólice/proposta. Recomendamos a leitura das Condições Gerais e do Manual do Segurado previamente à contratação.
Central de Atendimento 0300 772 6744. Ouvidoria 0800 888 6744

- EDITORIAL & EXPEDIENTE 4

- ARTIGOS
 - Mercado 6
 - Gestão 30
 - Tecnologia 35
 - Equipe 37
 - Economia 40
 - Empreendedorismo 51
 - Jurídico 52
 - Digital 54
 - Direito securitário 62
 - Cenário 65
 - Comportamento 70
 - Inspiração 74

- REDE
 - Capa 12
 - Tecnologia 26
 - Identidade Organizacional 28
 - Convenção Lojacorr 31
 - Comercial 32
 - Riscos declináveis 34
 - Empresas do ecossistema 36
 - Diversidade & Inclusão 46
 - Case de vendas 48
 - Eventos 50
 - Informe publicitário 55
 - Consórcios 56
 - Expansão 58
 - Ideias que inspiram 64
 - Na mídia 72



8

PING-PONG

Entrevista exclusiva com Helder Molina, presidente da MAG Seguros.

- PRODUTO
 - Vida 38
 - RD Equipamentos 42

- REGIONAIS
 - Centro Sudeste 66
 - SP Centro Norte 67
 - Sul 68
 - Norte e Nordeste 69



PESSOAS

LOJACORR SOBE 13 POSIÇÕES EM UM ANO NO RANKING GPTW



UMA ORGANIZAÇÃO CUIDADOSAMENTE ESTRUTURADA PARA O CRESCIMENTO

Acompanho a jornada de sucesso da Lojacorr desde quando a empresa tinha apenas dois anos de atividades. Quando iniciei como consultor para apoiar na construção do Planejamento Estratégico da Rede 2.0, em 2020, mergulhei fundo no universo desta incrível empresa. No início de 2021 assumi a então nova diretoria de Gente & Gestão, que além da área de pessoas é responsável pelo Planejamento, o apoio a governança, o Centro de Agilidade Lojacorr e também pela área de Branding, buscando fortalecer a cultura das pessoas no centro e fomentar a experiência do cliente, através de uma nova forma de trabalhar, disseminando e fortalecendo ainda mais nossa marca. E agora, dois anos depois, com muita honra e satisfação, assumo como CEO com a missão de expandir a empresa com o fortalecimento de sua cultura e valores, enquanto Diogo Arndt Silva passa a ocupar posição estratégica dentro do Conselho de Administração da Holding.

Uma organização bem estruturada é fundamental para quem tem objetivos ousados. Estamos realizando fortes investimentos não somente para crescer mais que a média de mercado, mas para universalizar a cultura do seguro a toda a população e fortalecer a profissão do corretor de seguros como profissional imprescindível para o desenvolvimento dos negócios e da sociedade. Em 2022 o aumento de negócios produzidos pela Lojacorr superou 36%. Crescer muito acima do mercado é relevante para que nossos parceiros prosperem, mas buscamos mais do que o resultado econômico, trabalhamos de forma sustentável.

As pessoas estão cada vez mais preocupadas consigo e com seus dependentes e o papel do corretor nesta conjuntura é ter a capacidade de chegar nas pessoas e empresas para ofertar produtos que possam atender aos nichos de mercado. O corretor da Lojacorr conta com suporte para que se ocupe em fazer o que sabe de melhor, que é vender e atender o cliente de forma consultiva. Vemos, em mais uma edição da Revista Corretora do Futuro, diversos depoimentos de parceiros nesse sentido, apontando que muito de seus resultados se devem ao apoio que recebem da nossa rede.

Organismo vivo, o ecossistema da Lojacorr promove a melhoria contínua de forma colaborativa e construtiva, desenvolvendo a escuta, alinhando a comunicação e promovendo a integração na busca de soluções sustentáveis. Uma empresa moderna, de liderança horizontalizada, em que todos trabalham juntos e pelo objetivo de crescer em parceria. A Lojacorr, que nasceu como uma empresa familiar, segue ganhando força nacionalmente, pautada na igualdade e na ajuda mútua para o desenvolvimento do coletivo. Observei esse modelo evoluir e desejei pertencer para também oferecer minha contribuição, acreditando no potencial desta empresa e no mercado na qual estamos inseridos. Estou pronto para nova fase de crescimento!

Conte comigo! Forte abraço!



Dirceu Tiegs
Presidente (CEO) da Lojacorr

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

Presidente (CEO): Dirceu Tiegs
Presidente Holding HDAS: José Heitor Silva
Presidente do Conselho de Administração: Diogo Arndt Silva
Diretor Administrativo Financeiro (CFO): André Ogliari Duarte
Diretor de Tecnologia e Operações (CTO & COO): Sandro Ribeiro
Diretor de Mercado e Distribuição (CCO): Luiz Longobardi Junior
Diretor de Transformação Digital (CDO): Daniel Castello

{ 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



BAIXE AGORA MESMO!

Todas as novidades da Rede Lojacorr e do mercado segurador na palma da sua mão. Confira conteúdos exclusivos onde quer que você esteja e em qualquer momento do seu dia.





Luiz Longobardi Junior

} Diretor de Mercado & Distribuição (CCO) da Rede 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.



O ANO DEVE SER DE AJUSTES NO SEGMENTO DE SEGUROS DE AUTOMÓVEL, ONDE CADA COMPANHIA, OLHANDO SUA REALIDADE (SINISTRALIDADE), PODERÁ FAZER ACERTOS PONTUAIS DE TARIFAS, POIS DEVE VOLTAR À TONA O TEMA COMPETITIVIDADE

2023: ANO DE GRANDES OPORTUNIDADES

Ajustes após período de desafios devem transformar positivamente o mercado

Depois de um ano extremamente desafiador para todo o setor de seguros, quando provou os impactos da pandemia, guerras e instabilidades econômicas, o mercado seguiu resiliente e está conseguindo se adequar aos novos tempos.

No segmento de seguros de automóveis, a meu ver um dos mais impactados, as seguradoras tiveram prejuízos importantes em suas carteiras. O aumento no preço no seguro de carros foi ocasionado por diversos fatores, entre eles a falta de peças de veículos por conta da pandemia, a alta na procura de carros seminovos ou usados, que encareceu os veículos e gerou atualizações na Tabela Fipe. Todos esses custos obrigaram o mercado a uma elevação expressiva nos prêmios para o equilíbrio técnico das empresas.

Além disso, segundo levantamento feito em maio pelo Índice de Preços do Seguro Automóvel (IPSA), os valores dos seguros para veículos, por exemplo, seguiram o cenário inflacionário e encareceram cerca de 28% – nos sete meses que antecedem a pesquisa.

A persistência da inflação acima da meta cria um desafio histórico de política monetária, especialmente para as economias em desenvolvimento, e gera um novo aumento nos valores dos seguros, o qual afeta tanto as empresas, pela possível perda de clientes, como o consumidor, que abre mão do serviço pela impossibilidade de pagar.

O cliente reclamou ao receber cotação com o prêmio custando o dobro, mesmo sem ter tido sinistro no ano anterior. Precisamos atuar com atenção para orientar o cliente.

Acredito que 2023 será um ano bem mais tranquilo, pois os novos preços praticados em 2022 deverão trazer reflexos positivos nos balanços das empresas. O grande desafio dos corretores de seguros, neste sentido, será conseguir manter os clientes protegidos por apólices de seguros, preservando assim seus patrimônios.

O ano de 2023 deve ser de ajustes no segmento de seguros de automóvel, onde cada companhia, olhando sua realidade (sinistralidade), poderá fazer acertos pontuais de tarifas, para cima ou para baixo, pois deve voltar à tona o tema competitividade entre as empresas.

Porém, não acredito que o mercado voltará aos patamares de preços antes praticados, o que devemos assistir será uma transformação no modo de operar em seguros. A tecnologia avança em nosso segmento, com surgimento de novas plataformas, novas insurtechs, novos modelos de produtos, o que fará o mercado evoluir em direção ao futuro. O ecossistema digital está permitindo que haja mais concorrência, a adoção da tecnologia abre caminho para concorrentes mais ágeis que se adaptam e desenvolvem novos modelos de negócios para superar a concorrência. Tecnologias resultarão em produtos de seguros cada vez mais direcionados, melhores serviços e maior fidelização dos clientes.

Entendo e continuo afirmando que a tecnologia sempre será somente o meio, e que a presença e o apoio dos corretores de seguros será papel fundamental para que o segurado possa ter seu patrimônio protegido com a melhor opção dentro do seu perfil. Na era digital, os clientes precisam ser mais informados e mais claros sobre sua cobertura e possam fazer escolhas com menos barreiras.

Outra oportunidade que 2022 nos trouxe foi a de ofertar novos produtos, pois a pandemia deixou marcas profundas na população e despertou atenção para a importância de se proteger contra imprevistos. Assim, cabe ao corretor de seguros a oferta de proteção à sua carteira de clientes, finalmente exercendo a diversificação e o crosselling, como há muito tempo propagávamos. Ainda há imensas oportunidades em seguros de vida, saúde, residência, garantia, responsabilidade civil, dentre muitos outros. Atualmente, existem produtos que cabem no bolso do consumidor, e que a baixa contratação é causada por desconhecimento.

É dever de todos nós desmistificar que seguro é caro. Levemos os segurados à reflexão: quanto vale a vida, a saúde ou os bens que os segurados levaram uma vida para conquistar? Ainda falta conscientização em relação à importância do seguro e o funcionamento do mutualismo, pois se houve aumento é porque todo o sistema trabalha alinhado para funcionar quando o segurado mais precisar.

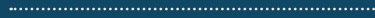
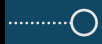


MAG Seguros:
**portfólio completo para os
diversos momentos da vida**

A **MAG Seguros** conta com soluções completas e flexíveis de seguros de vida individuais e coletivos para pequenas, médias e grandes empresas.

Entre em contato com a sua unidade Lojacorr para conhecer nossos benefícios.

MAG
SEGUROS



Tradição e inovação para tornar os brasileiros mais previdentes

Helder Molina é o presidente da MAG Seguros, em sucessão a um grande nome de previdência privada no Brasil, e tem o desafio de inovar na seguradora mais longeva do país, que acaba de completar 188 anos. Em conversa exclusiva com a **Revista Corretora do Futuro**, o executivo fala sobre a atuação que une tradição e inovação para fazer tornar os brasileiros mais previdentes, ampliando participação nos produtos de seguros de vida, previdência e investimentos financeiros.

Revista Corretora do Futuro: Como foi para você assumir a presidência da companhia em 2004, então chamada Mongeral, e ter uma atuação institucional relevante ao setor por ser um dos maiores conhecedores do tema “previdência” no país?

Helder Molina: Qualquer sucessão é sempre um grande desafio, principalmente na época, quando eu assumi o lugar ocupado pelo Fernando Mota, sócio e amigo do meu pai há muitas décadas. Também é uma responsabilidade estar à frente de uma companhia do tamanho que é a MAG e com um propósito tão forte que temos de levar proteção e tranquilidade financeira a milhões de famílias em todo o país.

Revista Corretora do Futuro: Conte sua trajetória profissional até chegar à presidência da MAG Seguros. Foram muitos desafios?

Helder Molina: Com certeza. Foi uma trajetória de muitos desafios, mas, sobretudo, de inúmeros aprendizados. Ao longo de minha trajetória profissional passei por várias posições. Iniciei minha carreira como sócio-gerente de uma empresa de desenvolvimento de placares digitais. No ano seguinte, ingressei na diretoria da Augustos Administração e Participações S/A, empresa na qual, dez anos depois, tornei-me presidente. Em 1983, assumi a diretoria de patrimônio da Pessoal Cia de Seguros (sucessora da Mombbras). Também fui, desde 1997, presidente da Binswanger Brasil, empresa de consultoria imobiliária multinacional. Isto mostra os diferentes tipos de gestão de negócios para, em 2004, assumir a presidência da MAG Seguros – ainda chamada de Mongeral, à época.



PERFIL

Formado em Engenharia Eletrônica pela Universidade Mackenzie São Paulo, com pós-graduação em MBA Executivo da Universidade de São Paulo (USP) e designação LIMRA Leadership Institute Fellow (LLIF), uma credencial reconhecida internacionalmente pelo desenvolvimento de executivos do mercado segurador. Em 1978, iniciou a carreira como sócio-gerente de uma empresa de desenvolvimento de placares digitais. No ano seguinte, diversificou sua área de atuação ao ingressar na diretoria da Augustus Administração e Participações S/A, empresa da qual, dez anos depois, tornou-se presidente. Em 1983, assumiu a diretoria de patrimônio da Pessoal Cia de Seguros (sucessora da Mombras).

Desde 1997, foi presidente da Binswanger Brazil, empresa de consultoria imobiliária multinacional. Durante 2007 e 2011, atuou como diretor estatutário da Fenaprevi. Em 2004, assumiu a presidência da MAG, cargo que ocupa até os dias de hoje. Membro do conselho da Abrapp (Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar), foi membro do conselho da LIMRA, um dos maiores institutos de pesquisa internacionais do mercado segurador.

Revista Corretora do Futuro: Comente sobre a mudança de nome e de conceito para a MAG Seguros. Quais os diferenciais da nova empresa?

Helder Molina: Essa mudança da marca refletia – e ainda reflete – a modernização e inovação da companhia, apesar de seu tradicionalismo. A nova arquitetura de marcas do Grupo Mongeral Aegon parte dos nossos mais de 185 anos de história, um ativo único de que muito nos orgulhamos.

Ela sintetiza essa herança num apelido carinhoso que nasceu dentro de casa, utilizando inicialmente nos corredores da empresa. “MAG” é o reflexo dessa síntese, juntando o nosso passado histórico com a nossa ligação ao Grupo Aegon. Numa sigla simples, curta e eficaz, que visa alcançar um novo patamar de reconhecimento da marca no mercado brasileiro e junto de nossos públicos.

Nossa companhia continua a mesma: com pés no presente e olhando para o futuro; investindo em pessoas, inovação, experiência e bom relacionamento com nossos parceiros, corretores e clientes. Sobretudo, com um propósito muito claro, definido e compreendido pelos nossos mais de 1.400 colaboradores de todo o país.

Revista Corretora do Futuro: Como fazer os brasileiros se tornarem mais previdentes, apostando nos produtos de seguros, previdência e investimentos financeiros, que são o foco da MAG?

Helder Molina: Temos percebido um aumento da cultura em torno da importância do planejamento para o futuro no país, principalmente com questões socioeconômicas como a reforma da previdência e reforma trabalhista. Somado a isso, posso citar o fator pandemia, que alertou ainda mais a sociedade sobre os riscos aos quais todos estamos expostos, além dos imprevistos que podem surgir.

Nós temos uma série de desafios para frente. Segundo pesquisa recente da Fenaprevi, apenas 17% dos brasileiros têm seguro de vida. Destes, acredito que nem 10% possuem um seguro de vida que, de fato, atenda às necessidades individuais e esteja condizente com a realidade do segurado. Assim, nossa missão segue em tornar essa evolução ainda mais abrangente, expressiva e sustentável, buscando inovar para aprimorar processos, produtos e serviços a fim de continuar a prestar informações, serviços ao público de forma mais humana, tecnológica e digital, mantendo o acesso

rápido e fácil às indenizações. Isso significa unir forças com mudanças legislativas e conceitos disruptivos em todas as frentes.

Revista Corretora do Futuro: Desde que assumiu o comando da companhia, você tem apostado em inovação, transformando uma das mais antigas seguradoras do Brasil em uma das mais modernas. Comente as principais revoluções que foram feitas e que estão por vir.

Helder Molina: A inovação é um diferencial competitivo que temos frente ao mercado, com o reconhecimento dos nossos parceiros. Seguimos investindo em processos que contribuam para a melhoria da experiência do usuário, essencial para atendermos bem em todo o nosso negócio. Os clientes precisam de facilidade e agilidade no atendimento das suas demandas, com soluções personalizadas e menor burocracia. Temos como iniciativas a criação de soluções para condições de saúde consideradas risco excluído no mercado ou que eram severamente punidos por meio de uma nova tecnologia de análise de risco.

Outros exemplos são a Simple2u, seguradora 100% digital voltada para a comercialização de seguros on demand, e um processo totalmente estruturado para captação e gestão de leads qualificados no ambiente. Agora, em 2022, também realizamos a primeira edição do nosso hackathon direcionado aos nossos colaboradores com o objetivo de promover soluções de impacto aos nossos distribuidores e clientes. Vale ainda destacar o amplo e extenso catálogo de APIs, que permite que a MAG se conecte de forma fácil e ágil a parceiros, promovendo a geração de mais negócios; e o Venda Digital, ferramenta que permite desde 2018 a comercialização de todo portfólio da companhia de forma 100% digital, remota e segura.

Revista Corretora do Futuro: Qual sua visão do setor para 2023, considerando o cenário econômico e político? É o momento dos seguros e da previdência?

Helder Molina: Eu sou um grande otimista! Há fortes razões para acreditar que, em 2023, nosso setor seguirá crescendo.

A pandemia reforçou a importância da proteção do seguro em empresas e residências e esperamos que essa percepção sirva de base para um crescimento saudável do setor de seguros, retomando sua trajetória de penetração crescente no PIB.

Revista Corretora do Futuro: Como o aumento da longevidade impacta os negócios de seguros, previdência e investimentos financeiros?

Helder Molina: O aumento do índice de envelhecimento dos brasileiros, assim como a melhoria da qualidade e da expectativa de vida, aponta para a necessidade da população se preparar para mais reservas financeiras nesta fase da vida. Esse fenômeno é desafiador para o mercado de seguros e exige um reexame dos fatores utilizados para definir o perfil do cliente, a precificação dos produtos e os critérios de aceitação. Esse cenário também evidencia a importância das empresas do setor segurador de desenvolverem cada vez mais novos produtos e serviços voltados aos longevos. Olhar de forma diferenciada para este público. A reforma da Previdência mostrou à sociedade a importância de olhar para o futuro. Também é papel das empresas fortalecer iniciativas voltadas ao planejamento financeiro.

Revista Corretora do Futuro: Como conscientizar os brasileiros sobre o aumento da longevidade e fragilidade da previdência pública?

Helder Molina: Em 2020, a população idosa do Brasil representava 14% da população total. O IBGE disse que a tendência de envelhecimento da população continua, com o número de pessoas com mais de 60 anos no país já superior ao de crianças com menos de nove anos. A população do Brasil continuará crescendo, chegando a mais de 233 milhões até 2047, e a expectativa é de que o número de pessoas com 65 anos ou mais triplique, sendo equivalente a 25% da população. Com menos jovens na população, o atual regime de repartição, em que as contribuições dos em idade ativa apoiam a reforma dos mais velhos, sofrerá maior pressão, agravando os desequilíbrios. Para que as pessoas possam aproveitar a fase da vida que se inicia com a aposentadoria e enfrentar os desafios inerentes a esse momento, é preciso começar a planejar desde cedo com menos vínculos e dependências da previdência pública. Quanto antes você contratar um plano de previdência, mais fácil será essa transição e menos dependente o brasileiro será do setor público.

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?

Helder Molina: Estude, estude e estude. Especialmente para o corretor de seguros, é essencial estudar o mercado, a situação de cada cliente e consultar todos os riscos, identificando necessidades individuais e trazendo uma solução viável na cotação do seguro. Movimente-se, se aperfeiçoe sempre.

Revista Corretora do Futuro: Como você vê o futuro do mercado? O digital é importante, e a presença das pessoas para o relacionamento olho no olho?

Helder Molina: O corretor é essencial e nunca vai perder espaço. É ele quem estimula o contato com o cliente; identifica a necessidade, quem vai retê-lo, e levar a credibilidade da empresa junto dos seus serviços. Continuaremos apostando no desenvolvimento e na qualificação dos nossos colaboradores, corretores e parceiros, além de aprimorar nossa eficiência operacional e produtividade para a expansão dos negócios, apostando ainda mais em metodologias ágeis para otimização de tempo, recursos e com foco.

Revista Corretora do Futuro: Como a MAG trabalha a questão da personalização de seguros, no objetivo de levar proteção a cada vez mais brasileiros?

Helder Molina: Com o seguro personalizado, abre-se espaço para preços únicos para cada segurado, com coberturas flexíveis e ajustáveis, segundo sua necessidade durante a vigência da apólice. Vivemos em uma era de dados e que as pessoas demandam uma hiper personalização dos serviços e produtos que consomem. Isso faz com que levemos uma solução cada vez mais assertiva e, conseqüentemente, faça sentido e o cliente enxergue total valor naquilo que contratou.

Revista Corretora do Futuro: Contando um pouco da sua vida pessoal: você é casado, tem filhos?

Helder Molina: Sou uma pessoa muito família. Sou casado, tenho quatro filhos e dois netos, que são o meu xodó.

Revista Corretora do Futuro: Como equilibra a vida profissional com a familiar?

Helder Molina: Eu sou muito ligado ao trabalho pois entendo a nossa responsabilidade e o nosso propósito. No entanto, também tenho uma grande paixão pela minha família. Busco diariamente conviver com eles. Nem sempre é do jeito que eu gostaria, mas a tecnologia nos permite estar junto mesmo nos momentos em que não estamos perto.

Revista Corretora do Futuro: Pratica esportes ou exercícios? O que costuma fazer nos momentos de lazer?

Helder Molina: Sim, dou bastante valor e sou muito disciplinado. Faço ginástica e também busco pedalar sempre que posso.



SOBRE A MAG SEGUROS

Seguradora especializada em vida e previdência do Grupo Mongeral Aegon, a MAG Seguros tem como propósito oferecer soluções de proteção individual nos diversos momentos de vida de todos os brasileiros, buscando atender às necessidades de segurança financeira de nossos clientes e estar ao seu lado como uma referência de confiança e solidez, com produtos completos e flexíveis.

Com mais de 5,8 milhões de vidas seguradas, possui também um capital segurado superior a R\$ 785 bilhões. A MAG Seguros está presente em 47 unidades pelo Brasil, contando com mais de 1.400 colaboradores, cerca de 800 parceiros de negócio e mais de 5,3 mil corretores.

Com 188 anos de atuação ininterrupta no país, é uma das três empresas mais longevas do Brasil, além de uma das 20 melhores empresas para se trabalhar no Brasil e a segunda melhor do RJ (Great Place to Work 2022).

2023: TENDÊNCIAS E OPORTUNIDADES

REDE LOJACORR FAZ MAPA DO MERCADO COM INFORMAÇÕES PARA APOIAR O CORRETOR DE SEGUROS NO ANO QUE SE INICIA

Innovações em gestão, atendimento, produtos e tecnologias estão entre as tendências e oportunidades de negócios para o profissional do seguro em 2023. Num compilado de dados e informações de companhias seguradoras, pesquisas, especialistas, corretoras de seguros e profissionais, a Lojacorr, maior rede de corretoras de seguros independentes do país, apresenta diversas possibilidades para o próximo ano no mercado de seguros, com o intuito de observar perspectivas de desenvolvimento, crescimento e democratização da proteção em todo o território nacional para potencializar a carreira do corretor, fortalecer o mercado de seguros no Brasil e elevar a consciência da população sobre a importância da proteção.

Analisando o ano de 2022 é possível avaliar conjunturas para 2023, que tende a ser um período desafiador devido às circunstâncias internacionais como a guerra e inflação mundial, além da queda no poder de compra da população brasileira, endividamento e incertezas políticas. Mas, em contrapartida, promete contextos de cres-

cimento, em decorrência da observação e adaptação da iniciativa privada.

O presidente (CEO) da Lojacorr, Dirceu Tieg, aponta que para 2023 é esperado um Produto Interno Bruto (PIB) de 0,75%, o Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) de 5,08% e uma taxa Selic de 11,75%. “Importante lembrar que no primeiro ano de pandemia o PIB retraiu em 7%, sendo que recuperamos essa perda nos anos de 21 e 22 e indica uma recuperação. Outro indicador que nos anima é a tendência e a queda na taxa de desemprego que começa a mudar o cenário da população que passa a produzir e recuperar o poder de compra”, relata. Ele completa informando que em 2022 os seguros no Brasil cresceram mais que o PIB, sendo que o setor representa 3,95% do Produto Interno Bruto nacional, e é o país que lidera a participação na América Latina. Já na Europa, o segmento de seguros representa entre 7% e 8% na maioria dos países, o que mostra que o Brasil tem muito a crescer no setor da proteção.



DIRCEU TIEGS



DIOGO ARNDT SILVA



CLAUDIO SANTOS

De acordo com Diogo Arndt Silva, economista, cofundador da Lojacorr e agora presidente do Conselho de Administração, vivemos mundialmente em um cenário VUCA (Volatilidade, Incertezas, Complexidade e Ambiguidade). “Estamos nos desafiando a olhar para o ano de 2023 observando alguns impactos da economia na indústria do seguro, como um pano de fundo para o nosso futuro”, conta.

O economista pondera que a inflação gerada pelo aumento da oferta monetária, pelo desequilíbrio nas cadeias logísticas, pela redução da oferta de gás e energia em função da pandemia e da guerra na Ucrânia, nos mercados brasileiro, norte-americano, europeu e latino, atinge diretamente o fluxo de capitais. Para combater a inflação, os bancos centrais do mundo todo elevam as taxas de juros, desestimulando os investimentos, o que impacta muito as economias em desenvolvimento, como o Brasil. Com este cenário, no mercado de seguros, os investidores ficam avessos ao risco, tendendo a investir em países mais estáveis. “No Brasil, essa falta de liquidez afeta diretamente o segmento de resseguros,

além do aumento de sinistralidade em função da pandemia e das fortes estiagens que atingiram o Brasil em 2021 e 2022. Por consequência, o mercado compra menos risco e isso deve ser observado ainda em 2023 e 2024. Desta forma, fica mais restrita a aceitação de alguns riscos mais complexos”, afirma.

O próprio crescimento da Lojacorr reflete a mesma análise. O aumento real ficou em torno de 20% em 2022, enquanto o crescimento absoluto está acima disso, mostrando que o volume maior se refere ao aumento de preços. “Ao longo do ano, observamos sim um crescimento de produção da rede, mas também é necessário considerar a inflação para que possamos vislumbrar o mercado no próximo ano, principalmente em decorrência de uma perspectiva econômica que deve se comportar ainda nesta contingência”, analisa Diogo Arndt Silva, que considera esse panorama para todo o mercado brasileiro.

O coordenador de Performance Comercial da Lojacorr, Claudio Santos, concorda com o entendimento dos líderes da empresa, enfatizando

que as taxas de juros em alta e a inflação mundial crescente impactam diretamente o mercado, inclusive o segurador. Visto o cenário desafiador, as ações dos times da Lojacorr estão voltadas para atuar em favor do corretor e do cliente final, pensando em reverter queda de produção e baixa no acesso ao seguro pela população. “Durante todo o ano de 2022, também estamos desenvolvendo análises de performance das corretoras, com o intuito de melhorar e manter os índices de renovação, que hoje estão superiores a 81%. Além disso, buscamos controlar a qualidade das cotações através da utilização da base do nosso sistema, e ampliar o mix de carteira tanto no número de ramos por clientes quanto no número de apólices por clientes”, revela, apontando que essas ações serão aprimoradas no ano de 2023. “Iremos contar também com o apoio do nosso hub de dados para garantir e facilitar o acesso às informações de forma mais rápida e transparente e compartilhá-las a toda a rede. Por meio de um suporte ao corretor, procuramos democratizar o seguro”, explica.

TECNOLOGIA PARA RESOLVER OS DESAFIOS

Caminho para sobreviver em meio aos desafios, a tecnologia é aliada das empresas e pode mudar o cenário de crise. Buscando tornar a jornada do cliente mais rica e ampliar a sua percepção sobre o valor da marca, empreendedores de todos os setores trabalham com o cliente no centro do negócio, sendo a alma da operação, por isso, buscam seu encantamento constante como tarefa diária e planejamento contínuo.



ANDRÉ MORENO



DANIEL CASTELLO



LUIZ ERNANI LEPCHAK

Dirceu Tiegs esclarece que o fortalecimento da tecnologia como ferramenta que move a inovação, junto com um time de especialistas, é uma receita de sucesso para performar o atendimento ao cliente. Além disso, o presidente avalia a importância da gestão global corporativa para a longevidade empresarial. “Muito mais que exercer as suas atividades, o corretor precisa avaliar o mercado e usar de soluções que favorecem a sua rotina para que ele consiga empreender com sucesso e ultrapassar as adversidades externas”, acredita. Por isso, trabalhar em rede, de forma colaborativa, tem sido um dos grandes diferenciais da Lojacorr. “Fazer parte de um ecossistema pujante, desafiador e em constante evolução requer complementaridade de conhecimentos, habilidades e competências”, diz.

Entre as tendências de atendimento ao segurado para 2023, a mais assertiva e que os corretores mais experientes sabem fazer bem, na visão do diretor de Transformação Digital (CDO) da Lojacorr, Daniel Castello, é atender caso a caso as renovações. “O momento de vida de cada cliente pode mudar e saber oferecer o produto mais adequado continua sendo a fórmula para retenção de clientes”, analisa. “Esta é uma receita que não é nova, mas funciona muito bem em períodos com oscilações econômicas e sociais. Afinal, um cliente que tinha

um veículo bom há um ano pode ter tido a necessidade de vendê-lo e agora a apólice dele não faz mais sentido. O corretor precisa estar antenado a isso e a produtos mais oportunos para cada segurado”, justifica.

No mundo globalizado e tecnológico, o consumidor tem cada vez mais acesso a informações e a tendência é pesquisar ainda mais do que sempre pesquisou. Neste sentido, 2023 será uma continuidade dos movimentos observados no mercado segurador nos anos mais recentes, no que se refere à simplificação de produtos, com contratações cada vez mais fáceis e autonomia na ponta, que são proporcionadas pelos avanços da tecnologia. Porém, também como uma tendência – não só no mercado brasileiro, mas também mundial – o cliente não compra seguros em que haja uma maior complexidade de coberturas sem buscar a consultoria de um corretor de seguros. “No que se refere a atendimento, continuaremos tendo no corretor de seguros o melhor canal de distribuição, tanto para o cliente, que tem à sua disposição um profissional qualificado para atendê-lo nos momentos de necessidade, quanto para as seguradoras, que têm no canal os meios mais eficientes de atingir o consumidor final”, declara André Moreno, diretor Regional SP Centro Norte | SP | MS | MT | RO | AC.

“Mesmo vivendo um cenário de incertezas no período pós-pandemia e turbulências econômicas por fatores alheios ao nosso mercado, sempre conseguimos nos superar, pois levamos proteção aos mais diversos tipos de riscos, e vamos continuar crescendo”, aponta André Moreno. “Porém, como a economia deve sofrer ainda mais solavancos, caberá a nós proporcionarmos cada vez mais dados para melhoria da gestão de carteira dos nossos corretores, e a estes mapear as oportunidades e ofertar produtos cada vez mais aderentes ao perfil de cada cliente”, avalia.

Estudo realizado pela Hibou, agência especializada em monitoramento de mercado e consumo, aborda que cerca de 53% dos brasileiros consideram o atendimento de uma marca um aspecto decisivo na fidelização de clientes. Além disso, a pesquisa também aponta que 63,5% buscam ter uma relação constante e humanizada com as marcas. Portanto, investir em avanços tecnológicos, governança corporativa, equipe altamente qualificada para atendimento dos clientes será muito importante no ano que se inicia, segundo Luiz Ernani Lepchak, diretor Regional Sul (PR, SC e RS) da Lojacorr. “No tocante ao atendimento e gestão, a boa relação com os clientes/segurados talvez seja o grande objetivo das seguradoras e corretoras de seguros que pres-



STÊNIO MAX



EDUARDO DAL RI



EUCRÉSIO NETO



PATRICIA CHACON



MARCOS ABARCA

UNIÃO DO FÍSICO COM O DIGITAL

A digitalização é uma forte tendência para 2023. “Com a aceleração da digitalização das empresas, o corretor encontrará em 2023 um cenário ainda mais tecnológico, que traz desafios e oportunidades. Soluções digitais e novas tecnologias que têm foco na melhor experiência do cliente devem ser olhadas com atenção para aperfeiçoar formas de atendimento e governança da carteira”, analisa Eucrésio Neto, diretor Regional Norte Nordeste da Lojacorr. Para ele, o corretor deve estar atento a isso, não apenas às características de produto e serviços oferecidos pelas seguradoras aos clientes, mas também na gestão comercial do dia a dia.

tam serviço no mercado. E é esta relação a responsável pela fidelização dos consumidores, tornando-se primordial para que as seguradoras e corretoras se mantenham vivas, especialmente em um ambiente de intensa competitividade”, diz.

Stênio Max Fernandes de Freitas, gestor da Unidade Lojacorr Rio Grande do Norte da Lojacorr, além de diretor Comercial da Nossa Corretora de Seguros e delegado do Sincor/RN, conta que 2022 foi um dos anos mais impactantes durante sua trajetória de 25 anos de carreira, em que diversos ramos de seguros tiveram desafios, como a sinistralidade em saúde e aumento do valor do seguro auto, por exemplo. Para 2023, sua expectativa é de uma maior estabilidade, em que as seguradoras comecem a repor suas reservas técnicas, comprometidas anteriormente com a perda de arrecadação. “Já os corretores de seguros devem investir em tecnologia e conhecimento, buscar parcerias com seguradoras, para que possam alocar os riscos da melhor forma possível, agregando valor e qualidade nos produtos ofertados”, menciona.

Da mesma opinião compartilha Marcos Abarca, sócio-proprietário da Atributo Corretora de Seguros, de São Paulo-SP. “Conhecimento e capacidade de adaptação às mudanças são os pilares capazes de nos levar adiante. O consumidor de seguros tem cada vez mais a seu favor a informação disseminada através das redes sociais e o nível de exigência só aumenta ano após ano”.

O propósito é promover uma gestão cada vez mais eficiente dos negócios e para os corretores, ajudando-os com ferramentas e recursos que permitam a geração de novas oportunidades. “Isso tudo também considerando o atendimento ao cliente, que deve ser sempre embasado pela qualidade, agilidade e eficiência, em nossos múltiplos canais de atendimento”, aponta Eduardo Dal Ri, presidente da HDI Seguros.

As seguradoras parceiras continuam investindo na estratégia de se tornar cada vez mais digitais para atender com agilidade e de maneira descomplicada os corretores e clientes. “Investimos em tecnologia proporcionando e aprimorando diversos canais de autoatendimento, que beneficiam toda a jornada. Um bom exemplo é o canal de atendimento no ambiente online: o WhatsApp. O serviço está totalmente integrado à assistente virtual Laiz que tem sido cada vez mais utilizada por clientes e parceiros de negócios da companhia”, anuncia Marcio Benevides, diretor Executivo de Distribuição da Zurich Seguros.

A transformação digital já é uma realidade em qualquer segmento, por isso, não faz sentido o setor de seguros andar na contramão do mercado e não aproveitar os benefícios que a tecnologia pode agregar para uma melhor experiência, seja de compra, atendimento, entrega ou avaliação de serviços. “Com as preferências de consumo em constante mudança, o digital permite ter essa flexibilidade e, principalmente, amplia nossas possibilidades como empresa para nos conectarmos com nossos públicos estratégicos. Nesse processo de modernização do mercado como

um todo, será necessário atuar com criatividade e responsabilidade”, indica Patricia Chacon, CEO da Liberty Seguros. “Acreditamos que fatores como gestão de dados e cibersegurança também serão cada vez mais essenciais para tornar esse processo confiável e sustentável para todos os públicos, principalmente em companhias omnichannel, como é o caso da Liberty”, diz.

Em tempos “fígitais”, o corretor deve compreender que a tecnologia é aliada se for compreendida e executada corretamente. “Não é ameaça e sim instrumento, pois quem souber lidar com dados estará sempre na dianteira. O uso correto e inteligente dessas informações pode fazer a diferença em relação aos concorrentes. E não se deve perder de vista as relações interpessoais porque elas geram empatia e, por sua vez, elevam a confiança”, pondera Marcos Abarca. “Lidar com esses extremos será necessário para atender bem. O consumidor quer fazer negócios com quem confia, mas requer cada vez mais rapidez e precisão nas respostas às suas demandas. Sem o auxílio da tecnologia eu diria que é uma tarefa praticamente impossível”, discorre.

Antonio Carlos Fois, diretor Regional Centro - Sudeste (MG | ES | RJ | GO | DF), acredita que o mercado continuará avançando na inovação em seguros, aumentando os investimentos em novas tecnologias para impulsionar ainda mais a digitalização e a inteligência artificial dos processos, com o intuito de melhorar a eficiência operacional, o atendimento e a experiência dos clientes. “Outra forte tendência será uma maior dedicação e foco no gerenciamento de dados, a fim de possibilitar ao mercado uma melhor compreensão das necessidades dos clientes e suas preferências em relação a produtos e serviços, e conseqüentemente gerar uma maior fidelização, através de uma oferta mais qualificada, possibilitando o aumento da escala e da conversão de vendas por parte dos canais de distribuição”, diz.

No caso da Lojacorr, o Broker One continua recebendo melhorias para aperfeiçoar sua atuação junto aos times internos, seguradoras, Unidades e corretoras. Para 2023, estão sendo previstas inovações que começam com a ampliação de ferramentas de Back Office e com as funcionalidades do Broker One sendo desacopladas para gerar melhor experiência e interface para as corretoras. “Nossos desafios futuros são gerar micro serviços e API’s para todos os nossos públicos, inclusive segurados, gerando uma jornada específica e cada vez mais completa para cada um”, afirma Sandro Ribeiro, cofundador e diretor de Tecnologia e Operações (CTO) da Lojacorr.

Eduardo Dal Ri garante que, como a transformação digital é dinâmica e constante, a HDI estará sempre atenta e inovando para acompanhar os clientes, os corretores, as necessidades internas, bem como o mercado de uma forma geral.

MIX DE PRODUTOS PARA CRESCER

O cenário econômico nacional de aumento dos preços impacta a população, mas propicia oportunidades de crescimento dos produtos mais baratos. Sendo assim, a Lojacorr buscou já em 2022 parcerias estratégicas para atingir este mercado, como é o caso da Ituran, com ticket médio menor para que o consumidor tenha alternativas para se manter protegido. “Com a ampliação do portfólio, há uma crescente perspectiva do aumento de apólices por cliente, com elevação do número de produtos e ramos, permitindo também maior mix de carteira para as corretoras da Rede”, explica Diogo Arndt Silva.

Luiz Longobardi Jr, diretor de Mercado e Distribuição (CCO) da Lojacorr, acrescenta que já está em negociação mais uma solução de companhia com produtos de baixo custo para oferecer ao corretor opções de operacionalização, para recuperar e reter clientes perdidos durante os anos anteriores de crise econômica. “Estamos mapeando e registrando uma base de renovações perdidas para fazer, em 2023, uma nova oferta buscando adequar à realidade do segurado, e dando oportunidade para esse cliente voltar a ter a proteção. Há também uma ação comercial para que o corretor possa fazer ofertas de produtos ao cliente no momento ideal para o segurado, dando insumos ao profissional para ampliar carteira”, afirma o diretor. Ele diz ainda que para o primeiro trimestre de 2023 é esperada uma estabilização da sinistralidade e começa o movimento de mercado de equilíbrio nos preços dos produtos.

Em 2022, a Lojacorr teve uma procura espontânea de produtos para proteger pessoas, tais como o seguro de vida, responsabilidade civil (RC) e saúde, que deve liderar a procura nos próximos 10 anos. É o que afirma Dirceu Tiegs. “As pessoas estão cada vez mais preocupadas consigo e com seus dependentes. O papel do corretor nesta conjuntura é ter a capacidade de chegar nas empresas que não oferecem esses benefícios aos seus colaboradores e buscar ofertar produtos que possam atender este nicho de mercado”, fala o presidente.

O corretor de seguros Marcos Abarca expressa continuar acreditando que 2023 oferece muitas oportunidades no seguro saúde, observando que principalmente as empresas procuram soluções economicamente viáveis para manterem suas ‘cestas’ de benefícios atraentes na captação de mão de obra. Observo uma preocupação crescente com os riscos ambientais e entendo que esse novo governo deve dedicar especial



LUIZ LONGOBARDI JR



MARCIO BENEVIDES



JOSÉ ADALBERTO FERRARA



ANDRÉ DUARTE



JULIO FERREIRA



ANTONIO CARLOS FOIS



EQUIPE DA UNIDADE BRASÍLIA

atenção a essa questão, o que 'obriga' empresários a buscar mais proteção securitária", pronuncia.

Marcio Benevides aponta produtos que apresentaram bons desempenhos no canal corretor da Zurich em 2022, como seguros patrimoniais (+216,5%), engenharia (+158,8%); frotas (+107,1%) e automóvel individual (+69,4%). E eles também devem estar no radar do corretor também para 2023.

O cofundador da Lojacorr e diretor Financeiro da Lojacorr (CFO), André Duarte, completa dizendo que o segmento de consórcios é um grande diferencial de receitas para o corretor. "Segundo a Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC), o sistema de consórcios manteve o ritmo de vendas observado mês após mês, de janeiro a novembro. O setor acumulou 3,63 milhões de adesões neste período", aponta. O tíquete médio de novembro retraiu-se em 11,1%, fator resultante do crescimento de novos participantes com créditos menores, especialmente em imóveis e veículos pesados, propiciando aumento no total de negócios realizados. "Enquanto os créditos comercializados atingiram R\$ 233,73 bilhões, as contemplações injetaram potenciais R\$ 62,45 bilhões nas vendas dos mercados internos de consumo", informa.

De acordo com Julio Ferreira, da Ferreira & Associados Corretora de

Seguros, de Santa Catarina, produtos tradicionais como residencial e automóvel, além dos empresariais para pequenas e médias empresas, devem crescer mesmo com o aumento nas taxas praticadas pelas seguradoras. "Os corretores devem ficar atentos também aos produtos de vida, saúde e previdência. As pessoas estão cada vez mais sensíveis e inseguras, um fenômeno mundial", enfatiza. Para ele, os profissionais preparados, atualizados com as soluções tecnológicas, que estejam dispostos a compartilhar oportunidades com colegas com o mesmo perfil, podendo assim se especializar em determinado produto sem deixar de entregar uma boa consultoria aos seus clientes, terão sucesso mais rápido. "Foco, acreditar na cultura de compartilhar, capacitação constante e olhar empreendedor, modernizando na gestão de sua empresa, não ter medo de conhecer as plataformas, hubs e startups que brotam trazendo soluções facilitando a vida do corretor na administração de seus processos, me parece ser uma receita perfeita para o sucesso", pontua. "O mercado de seguros é uma grande oportunidade", frisa.

Eucrésio Neto diz que está otimista com 2023, já que o consumo voltou a crescer, principalmente nas classes A e B, e há tendência de aumento de cré-

OS PROFISSIONAIS PREPARADOS, ATUALIZADOS COM AS SOLUÇÕES TECNOLÓGICAS, QUE ESTEJAM DISPOSTOS A COMPARTILHAR OPORTUNIDADES COM COLEGAS COM O MESMO PERFIL, PODENDO ASSIM SE ESPECIALIZAR EM DETERMINADO PRODUTO SEM DEIXAR DE ENTREGAR UMA BOA CONSULTORIA AOS SEUS CLIENTES

dito para as classes C e D, o que pode alavancar ainda mais o consumo. "Por isso, acreditamos no aumento dos produtos massificados e com tíquete médio baixo, como seguro de vida, dental e residencial, somados a uma população mais aculturada em relação ao

mercado de seguros, o que tende a aumentar o setor. Da mesma forma que a tecnologia ajudará a facilitar o acesso de produtos à população com atendimento digital e contratações disponíveis em aplicativos e portais”, declara.

O mercado de seguros passou por grandes transformações, principalmente nos últimos anos, e deverá continuar se adaptando às exigências do consumidor. “Falando em oportunidades em produtos temos diversos nichos ainda pouco explorados e que deverão, na minha opinião, ter uma maior participação em 2023, como exemplos podemos citar o seguro de responsabilidade civil, que fornece coberturas a empresas e profissionais liberais (advogados, médicos, dentistas entre outros) contra reclamações sobre danos ocasionados pela prestação de serviços profissionais para terceiros”, comenta Luiz Ernani Lepchak. “Vejo claramente uma preocupação das empresas e destes profissionais em relação ao tema, portanto, nós corretores de seguros devemos estar muito preparados para oferecermos os melhores produtos com coberturas adequadas e preços justos”, justifica.

Em relação às oportunidades de negócios, Antonio Carlos Fois, também acredita que os seguros de vida e saúde, o seguro contra riscos cibernéticos, os seguros de responsabilidade civil profissional e ambiental, e os seguros por demanda serão os produtos com maior potencial de crescimento em 2023. “Há outros fatores importantes para os quais as seguradoras já estão se mobilizando há algum tempo e seguirão fortes em 2023, que são as melhorias na seleção e na subscrição de riscos, e nas estratégias de precificação, visando otimizar os resultados das suas operações, as quais sofreram muito em 2022 com a alta sinistralidade em várias carteiras”, explica Fois.

Foi com muito trabalho que, ao longo dos anos, o mercado desmistificou a ideia de ‘custo’ para os seguros, que costumava ser atribuída a algo que é pago torcendo para não usar – pois só é acionado em situações extremamente sensíveis. Hoje, o público passou a enxergar os produtos como ‘investimentos’ em suporte para diversos tipos de emergências, trazendo mais estabilidade e segu-

rança para as rotinas imprevisíveis. “A ideia de garantir mais estabilidade e cuidado para aquilo que se valoriza tem se tornado uma tendência, por isso, vai se ampliando a possibilidade de novos produtos e frentes de negócios todos os dias, com novos segmentos e mercados a serem explorados pelo setor de seguros, além dos mais variados tipos de cobertura. Caminharemos junto com os consumidores para que possamos construir e renovar constantemente esse mercado em 2023”, afirma Patricia Chacon

A diversificação de portfólio está no radar de 2023 também da HDI, assim como novos produtos. “Este ano, seguiremos com a nossa estratégia de intensificar a diversificação de portfólio para atender o consumidor, de forma cada vez mais completa, identificando novas oportunidades de negócios, incluindo também novas necessidades, como proteção para o celular, para as transações na internet, bolsa protegida etc”, pontua Eduardo Dal Ri.

Há uma expectativa de maior procura pelo seguro em 2023. É o que prevê José Adalberto Ferrara, presidente da Tokio Marine Seguradora.



PAOLO BONAZZI

CRIAÇÃO DE COMUNIDADES E REDE DE PARCERIAS

Com a pandemia, as pessoas passaram a possuir um maior sentimento de comunidade, que deve continuar em ascensão. Conforme relatório de 2022 da Stackla, 79% dos consumidores dizem que os conteúdos gerados pelos usuários impactam fortemente suas decisões de compra, estimulando o marketing de indicação e prova social. Já segundo o The Drum, o tempo gasto pelos consumidores em média com publicidade caiu para 54,6% a nível global e tende a continuar em queda, o que sustenta ainda mais a produção de conteúdos com relevância.

Um estudo da Adobe explicita que três quartos dos executivos do mundo dizem que se tornou mais difícil estabelecer uma relação de confiança desde a pandemia, o que gera um ponto de atenção em relação a uma ligação mais próxima com a comunidade. Isso intensifica a necessidade de estimular as relações humanas para ampliar a conectividade das marcas com a cultura, a comunidade ou seus consumidores.

O head de Distribuição da Lojacor, Paolo Bonazzi, informa que a área comercial está disponibilizando relatórios e análises mais específicos para facilitar as entregas e apoiar toda tomada de decisão da rede. “Estamos fortalecendo ainda a utilização efetiva dos nossos negócios compartilhados, em que o corretor conta com especia-



“Iniciamos esse ano em um novo segmento para a companhia, o de seguro viagem. O lançamento aconteceu em um momento de reaquecimento do turismo e retomada das viagens internacionais. Nossa intenção é aumentar o market share no mercado de seguros de pessoas, carteira que, no ano passado, atingiu uma marca histórica e ultrapassou meio bilhão de reais em prêmios emitidos. Outros produtos que devem continuar aquecidos este ano são o seguro de vida, por conta da maior prevenção e cuidado das pessoas com a saúde em decorrência da própria pandemia, e o seguro de transportes, baseado na produtividade do setor do agronegócio e da consolidação do e-commerce nos hábitos de compra do brasileiro”, aponta o presidente.

Ferrara diz que a empresa também seguirá bastante atenta aos desdobramentos da Resolução CNSP 407/2021. “Na nossa avaliação, o documento proporciona uma série de oportunidades para o segmento de grandes riscos, como liberdade para estruturação de produtos sem prévio envio à Susep; apólice única cobrindo todas as necessidades de seguro do cliente; contra-

tos com condições livremente pactuadas conforme acordo entre as partes e consolidação de condições ‘all risk’ para todos os ramos”, diz.

Na região de Brasília, o seguro auto é o mais comercializado, com isso o desafio é na continuidade da implantação da cultura do mix de produtos. Leila Marques, gerente comercial da Unidade Brasília da Lojacorr, explica que isso acontece porque o perfil de negócios é muito concentrado em comércio e serviços. “Continuamos reforçando intensamente a necessidade da diversificação no mix de carteira. Além disso, o mercado de seguros está passando por grande avanço na tecnologia, despertando cada vez mais o interesse por soluções que agreguem agilidade e valor para todo o setor. Enxergamos na tecnologia uma grande aliada para o crescimento e desenvolvimento de toda rede”, diz. Mas ela ressalta que o trabalho humano continua fundamental. “Assim como em 2022, reforçamos que o bom atendimento e o olho a olho, aliado à capacitação, ainda são essenciais e fundamentais para o crescimento e evolução”, destaca.

A TRANSFORMAÇÃO
DIGITAL JÁ É UMA
REALIDADE EM QUALQUER
SEGMENTO, POR ISSO,
NÃO FAZ SENTIDO O
SETOR DE SEGUROS
ANDAR NA CONTRAMÃO
DO MERCADO E
NÃO APROVEITAR OS
BENEFÍCIOS QUE A
TECNOLOGIA PODE
AGREGAR PARA UMA
MELHOR EXPERIÊNCIA,
SEJA DE COMPRA,
ATENDIMENTO, ENTREGA
OU AVALIAÇÃO DE
SERVIÇOS

listas para auxiliá-lo a fechar negócios e proteger os clientes, independentemente da sua especialidade. Desta forma, ampliamos o mix de carteira e a produção, reduzimos churn (saída de corretores), e aumentamos nossa fidelização”, acrescenta. “Ressaltamos que a rede de parcerias é essencial para o desenvolvimento do nosso negócio. Hoje, temos mais de 50 empresas no nosso ecossistema de soluções, além de 44 companhias seguradoras, que oferecem mais de 600 produtos para que possamos proteger mais os brasileiros. Em todas as economias, esta tem sido uma tendência e uma oportunidade de fortalecer as operações e superar as adversidades. Acredito que em 2023, o sentimento de comunidade e as relações de parcerias estarão ainda mais presentes”, avalia Paolo Bonazzi.

Uma pesquisa realizada pelo HostGator com mais de 5 mil empresas, concluiu que 58% de empresas brasileiras passaram a investir em presença online durante a pandemia. E ainda, 64% desses negócios perceberam um aumento nas vendas. Segundo uma pesquisa realizada pelo LinkedIn em 2020, 87% dos líderes dizem que a colaboração entre vendas e marketing permite o crescimento exponencial dos negócios. A partir desse dado é possível perceber a importância de se ter esses processos estruturados no mundo corporativo.

Dessa forma, a presença digital está cada vez mais necessária para qualquer economia. O comércio digital vem crescendo de forma acelerada e é impensável estar fora dessas plataformas de venda. Por isso, é im-

portante que as empresas busquem maneiras de digitalizar a atuação das suas operações.

De acordo com dados do Relatório de Tendências 2022 da Zoop, investida da Movile, as projeções indicam um crescimento em torno de 30% nas vendas globais via ‘Social Commerce’ nos próximos cinco anos. O estudo aponta também que o Brasil ocupa o terceiro lugar no ranking de países que mais usam redes sociais.

Jayna Cooke, do EVENTup, menciona que os empresários precisaram perceber que a experiência dos consumidores nos sites será cada vez mais importante e irá impactar diretamente na sua percepção diante da marca. Por isso, sites responsivos e criativos são essenciais para atrair pessoas.

FLEXIBILIZAÇÃO E PERSONALIZAÇÃO PARA ATENDER MELHOR

Com as rápidas mudanças do mundo e, consequentemente, do comportamento dos consumidores, as seguradoras têm trabalhado para oferecer soluções que façam sentido para os clientes. Neste contexto, a personalização é chave: as pessoas optam por produtos e serviços que sejam feitos para elas, particulares para cada perfil de consumidor e adaptados para suas preferências, necessidades e momentos de vida.

Patricia Chacon diz que “além da customização, vemos as pessoas procurarem por produtos que tenham um melhor custo-benefício, sobre os quais se paga um valor justo, com condições acessíveis para seu momento financeiro, e que ofereça uma cobertura adequada para o que busca, valorizando também aqueles que oferecem vantagens que vão além do produto contratado – compreendendo que o dinheiro investido está sendo bem aproveitado”.

Para 2023, a MetLife pretende continuar em ritmo acelerado de expansão dos negócios. Entre as ações estão o investimento em tecnologia e inovação, pilares centrais na estratégia da MetLife e que recebem um investimento contínuo; o desenvolvimento de novas ferramentas e plataformas para clientes, corretores e parceiros, a fim de proporcionar mais agilidade, digitalização e simplicidade aos processos e atendimento.

De acordo com o presidente Breno Gomes, a MetLife busca o desenvolvimento de novos produtos, com foco em flexibilização e personalização, para que os clientes tenham soluções sob medida para suas necessidades; além da ampliação da oferta dessas soluções e produtos através de parceiros em diversos setores. “Com isso, seguimos com o nosso propósito de uma companhia de mais 150 anos e o compromisso de estar ao lado dos nossos clientes, apoiando a construção de um futuro mais seguro”.

Diversas empresas já vêm olhando para a diferença de consumo das gerações e das necessidades de cada público, e o mercado segurador não é diferente. Por isso que a comunicação entre empresa e cliente deverá ser cada vez mais assertiva.

Em concordância com Drew Gurley, do Redbird Advisors, a comunicação mais rápida e prática é uma tendência, principalmente entre jovens consumidores. Mensagens de texto por WhatsApp, SMS ou outro serviço substituem cada vez mais os emails, inclusive em processos de vendas, acordos e avisos. Amy Balliett, do Killer Infographics, acrescenta que o consumidor, em média, presta atenção em alguma coisa por apenas cinco segundos. Sendo assim, para que as marcas se destaquem é necessário investir em imagens e comunicação visual, que chega ao cérebro 60 mil vezes mais rápido que um estímulo de texto.

OUTRAS FORTES TENDÊNCIAS PARA O ANO

Não apenas a comercialização e atendimento digital continuarão sendo uma tendência para 2023 e configuram oportunidades de negócios, mas também o armazenamento de dados e segurança digital.

Télia Oliveira Alves, head Jurídico e DPO da Rede Lojacorr, relata que “é inegável que, nos últimos anos, multiplicaram-se as atividades cotidianas que fazemos em ambiente virtual, desde nossas relações pessoais com amigos e familiares, relações profissionais, entretenimento e relações de consumo”. Em decorrência disso, aumentou a quantidade de dados pessoais disponíveis na internet (nas redes sociais ou provenientes de vazamentos de ataques às bases de dados de aplicativos, empresas, entre outros), o que por sua vez, ampliou o risco de nos tornarmos vítimas de golpes virtuais cada vez mais elaborados e persuasivos.

Por outro lado, os consumidores estão cada vez mais preocupados com a privacidade nos pagamentos, nas transações, nas buscas por produtos e serviços. Poucos gostam que as empresas tenham suas informações após o contato, o que amplia a procura por sites, apps e outras ferramentas seguras, discretas e confidenciais. Com a chegada da Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) este assunto foi elevado a um nível muito além do que pensávamos há alguns anos, afirma Nick Reese, do BroadbandNow. E até 2027, o Gartner prevê que mais de 50% das organizações usarão plataformas de Nuvem para acelerar suas iniciativas de negócios.

Outra grande tendência é vermos empresas mais conscientes com ESG (ou, em português, ASG – Ambiental, Social e Governança), até pelo fato de que é crescente a procura dos clientes por empresas e marcas com valores parecidos com os seus. Segundo dados de uma pesquisa da Opinion Box, 46% dos consumidores brasileiros esperam impacto social positivo das marcas com as quais têm relacionamento e a sustentabilidade influencia as tendências tecnológicas estratégicas



TÉLIA OLIVEIRA ALVES



ANDERSON LÉO SABADIN



BRENO GOMES

para 2023. Já outra pesquisa da Gartner menciona que os executivos da atualidade relataram que as mudanças ambientais e sociais estão entre as principais prioridades para os investidores, depois de lucro e receita, o que tende a receber investimentos em soluções inovadoras projetadas para atender à demanda ASG.

“Em 2022, vimos os hábitos de consumo se transformando, e cada vez mais consumidores dando preferência por marcas de produtos e serviços que tenham uma estratégia sólida de ASG e se posicionem sobre a questão”, discorre Patricia Chacon.

Breno Gomes diz que para 2023 a MetLife pretende estruturar uma forte agenda ASG, que possibilite que a companhia continue a reforçar o compromisso com um crescimento sustentável, alicerçado em metas e ações a serem cumpridas até 2030 com o intuito de contribuir para: saúde e bem-estar, igualdade de gênero, trabalho decente e crescimento econômico, redução das desigualdades e ações contra a mudança global do clima.

“Buscando alinhar a nossa atuação e oferta à crescente demanda por sustentabilidade, temos fortalecido cada vez mais a nossa agenda ESG”, afirma o presidente da Tokio Marine. “Em 2022, lançamos o Seguro Riscos Ambientais – Instalações Fixas, produto alinhado ao Tokio ESG, nosso pilar estratégico que visa aumentar ainda mais as iniciativas ambientais, sociais, e de governança. Também apresentamos ao mercado um produto inédito para o setor de energia,

que reúne, em uma única apólice, as coberturas de Riscos de Engenharia e Property, o Seguro Energia Sustentável Integrada”, conta.

Para Anderson Léo Sabadin, presidente da Primato Cooperativa Agroindustrial, composta também pela Primato Corretora de Seguros de Toledo (Região Oeste do Paraná – Unidade Sudoeste PR da Lojacorr), o “ASG já é uma prática rotineira nos negócios, que visa a sustentabilidade, preservação, produção de água e reflorestamento. O produtor entende e pratica dessa forma e o consumidor cada vez mais tem consciência da rastreabilidade do que consome”, acrescenta.

Também devem avançar nas empresas os temas diversidade e equidade de gênero. A Liberty, por exemplo, valoriza o compromisso com a igualdade, promovendo diversas iniciativas – internas e no mercado segurador – para fortalecer e incentivar essa representatividade, além de fomentar ações que possam construir uma empresa mais diversa e inclusiva, a fim de fortalecer essas causas tão importantes. “Temos um forte compromisso com a equidade de gênero há muitos anos, e adotamos como prioridade a ampliação desses incentivos, que são refletidos em nosso quadro, visto que hoje, 59% dos colaboradores da Liberty são mulheres. Além disso, buscamos dar cada vez mais oportunidades para essas mulheres em cargos de liderança, de modo que atualmente 45% da nossa liderança é feminina – e não pretendemos parar por aí”, aponta Patricia Chacon.

Outra relevante tendência é o aumento da consciência em relação ao planejamento financeiro. Mesmo com a economia ainda sofrendo as consequências da crise sanitária, um dos efeitos da pandemia foi o aumento do interesse em relação à proteção e ao planejamento financeiro, avalia José Adalberto Ferrara. “De forma geral, esse novo olhar para os benefícios do seguro vem ampliando as oportunidades para o nosso setor”, garante.

O mercado de seguros é pujante, cheio de oportunidades e cresce mesmo nas crises. Basta trabalhar com dedicação para ir ao encontro da sorte e de um grande ano.



HOJE, O PÚBLICO
PASSOU A ENXERGAR
OS PRODUTOS DE
SEGUROS COMO
'INVESTIMENTOS' EM
SUPORTE PARA DIVERSOS
TIPOS DE EMERGÊNCIAS,
TRAZENDO MAIS
ESTABILIDADE E
SEGURANÇA PARA AS
ROTINAS IMPREVISÍVEIS

EM BUSCA DO MELHOR LUGAR

Lojacorr sobe 13 posições em um ano no ranking GPTW



LUIZ ERNANI LEPCHAK

A busca constante pela melhoria contínua é sinal de uma organização focada no colaborador e no seguro, e no eterno aprendizado. Olhar para frente requer acompanhar lado a lado os seus concorrentes, seus clientes e parceiros, sem esquecer da essência do seu passado. Esse tripé norteia a atuação gestora da Rede Lojacorr, que dia após dia procura aperfeiçoar, com resiliência, humildade e inovação, seu ambiente de trabalho para os colaboradores, líderes e parceiros, da mesma forma que trabalha em prol do corretor cliente, que auxilia desde 1996 na construção de uma empresa cada melhor para todo o seu ecossistema, como uma peça focal de conexão com a comunidade do seguro.

Essa dedicação vem rendendo frutos para a maior rede de corretoras de seguros independentes do País que, no dia 16 de novembro de 2022, foi contemplada com o 40º lugar no ranking “Great Place to Work - GPTW”, entre

as Melhores Empresas para Trabalhar no Brasil, edição Paraná.

A indicação de participação da Rede já havia acontecido no primeiro semestre do ano passado, quando obteve o índice de satisfação de 86 e, agora, sai no ranking geral do GPTW. No total, 110 empresas paranaenses foram premiadas, entre pequenas, médias e grandes empresas. A Lojacorr configurou na categoria médias empresas, na qual 70 empresas do estado foram contempladas e ranqueadas dentro desta categoria.

Além de se destacar no ranking, a Lojacorr também elevou sua classificação. Em 2021 ocupou o 53º lugar e agora assume a 40ª posição, subindo ao todo 13 posições de 2021 para 2022. De acordo com Luciana Grande, head de Gente & Gestão, este prêmio é resultado de todo o esforço em conjunto. “É a materialização do trabalho, entrega, vontade, confiança, competência, fé e alegria de todos e cada um dos colaboradores da rede. Também

demonstra nossos valores de transparência, colaboração, inovação, agilidade, simplicidade e responsabilidade”, defende.

A pesquisa GPTW auxilia a empresa a identificar a qualidade do ambiente de trabalho e a cultura organizacional, incluindo a percepção dos colaboradores sobre a área em que trabalham e seus gestores diretos, assim como os seus pontos de vista em relação à organização como um todo e a alta direção. Para conseguir a certificação, a empresa precisa atingir a amostra mínima de respondentes e uma nota igual ou superior a 70. Isso significa dizer que 7 entre 10 colaboradores precisam ter uma percepção favorável da organização. As dimensões avaliadas são credibilidade (comunicação, competência e integridade), respeito (apoio, colaboração e consideração), imparcialidade (equidade, imparcialidade no reconhecimento e justiça), orgulho (trabalho, equipe e empresa), e camaradagem (proximidade, hospitalidade e comunidade).

A PESQUISA GPTW AUXILIA A EMPRESA A IDENTIFICAR A QUALIDADE DO AMBIENTE DE TRABALHO E A CULTURA ORGANIZACIONAL, INCLUINDO A PERCEPÇÃO DOS COLABORADORES E SEUS GESTORES DIRETOS, ASSIM COMO OS SEUS PONTOS DE VISTA EM RELAÇÃO À ORGANIZAÇÃO COMO UM TODO E A ALTA DIREÇÃO.

O head de Operações, Eder Rodrigo Santos, esteve na cerimônia de premiação com Luciana Grande, além do diretor Regional Sul, Luiz Ernani Lepchak, assim como a Télia Oliveira Alves, head Jurídico e DPO; Alex Martins, head de Tecnologia, e Antonio Lourenço Gelain Junior, gerente de Compliance.

Eder Santos conta que é muito importante a Lojacorr estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Paraná, pois assim pode atrair e dar oportunidade para novos talentos, valorizar e fortalecer ainda mais os que já estão na organização, além de comprovar que a certificação é uma consequência de várias ações aplicadas ao dia a dia que contribuem e moldam a cultura com respeito, confiança e valorização de todo o time. "Subir 13 posições no ranking é muito gratificante, pois mostra que estamos no caminho certo, guiados sempre por nossos valores, e também por nossa Causa Justa. Sinto-me inspirado e privilegiado", afirma.

Para Luiz Ernani Lepchak, a certificação comprova que a empresa valoriza e respeita seus colaboradores, sendo que a opinião dos próprios funcionários tem papel decisivo no processo de avaliação. "Fortalece a imagem da Lojacorr frente ao nosso público e futuros clientes, uma vez que a certificação mostra confiança e credibilidade da marca. Subir 13 posições revela que todo o trabalho que a Lojacorr vem fazendo junto aos seus colaboradores, além de ser gratificante, nos motiva ainda mais a galgar novas posições para a próxima certificação, reforçando sempre o compromisso da Lojacorr com o bem-estar das pessoas que fazem parte desta família".



LUCIANA GRANDE



EDER RODRIGO SANTOS



DRA. TÉLIA (VESTIDO PRETO) AO LADO DOS COLEGAS, RECEBENDO O PRÊMIO

O diretor acrescenta que um reconhecimento como este apoia diretamente as Unidades junto às seguradoras, corretores que já fazem parte da rede e novos corretores parceiros que irão entrar na Lojacorr. “Assim como nossos corretores poderão utilizar este importante reconhecimento junto aos seus segurados, mostrando que a Rede Lojacorr é um ótimo lugar para se trabalhar, também é ótimo lugar para garantir sua vida, sua saúde ou seu patrimônio”, ressalta.

A Dra. Télia Oliveira Alves, head Jurídico e DPO, indica que estar entre as ‘melhores empresas do Paraná para se trabalhar’ expressa que a Lojacorr fomenta um ambiente de trabalho saudável e seguro, onde os colaboradores são tratados com respeito. “Entendo que subir 13 posições é o reconhecimento de um trabalho que se iniciou com os sócios e continua a ser desenvolvido pela diretoria, heads com suas equipes e, principalmente, pela área de Gente & Gestão. Eu me sinto muito feliz por fazer parte da Lojacorr e ter contribuído, juntamente com todos os outros colaboradores, para esse resultado”, fala.

“Subir estas posições de um ano para o outro é uma conquista de todos nós. Sela o trabalho impecável que todos nós temos, sendo diretores, heads ou colaboradores. Não importa a sua posição na empresa, somos todos uma única Rede Lojacorr e isso traz uma alegria enorme, nos mostrando que estamos no caminho certo, o caminho da colaboração. Ter esse reconhecimento é fundamental para engajar todas as nossas equipes de colaboradores e mostrar ao mercado a grande marca empregadora que somos, a rede Lojacorr que tanto amamos. Somente com pessoas engajadas, determinadas e, principalmente, felizes, que conseguimos conquistar esse reconhecimento”, relata Antonio Lourenço Gelain Junior, head de Compliance.

Alex Martins, head de Tecnologia, finaliza dizendo que estar entre as melhores empresas para se trabalhar no Paraná é ter o olhar voltado para as pessoas, pois são elas que fazem as coisas acontecerem, com confiança e autonomia. “Esse resultado é significado de tudo o que a empresa faz pensando nas pessoas, adaptabilidade diante de um cenário de incertezas. Devido à pandemia tivemos que agir rápido e descobrimos, assim como muitas empresas, o trabalho remoto, isso possibilitou contratar profissionais de todos os cantos do Brasil e do mundo. Hoje todos podem trabalhar de qualquer lugar, uma boa qualidade de vida, ganhamos mais tempo com nossas famílias, mais tempo para se desenvolver, praticar esportes. Eu diria que estamos na frente, pensando sempre em formas diferentes de fazer as coisas”, agrega o gestor.

**A CERTIFICAÇÃO É UMA
CONSEQUÊNCIA DE VÁRIAS AÇÕES
APLICADAS AO DIA A DIA QUE
CONTRIBUEM E MOLDAM A CULTURA
COM RESPEITO, CONFIANÇA E
VALORIZAÇÃO DE TODO O TIME.**

EDIÇÃO 2022

Segundo a GPTW, consultoria global que trabalha com a missão de ‘construir uma sociedade melhor transformando cada organização em um Great Place to Work for All’, os resultados da 13ª edição do Ranking Melhores Empresas do Paraná 2022 apresentam que em 2022 foram 269 empresas inscritas e juntas representam 150.017 funcionários. Neste ano, 110 empresas foram premiadas, dentre as quais 20 são de grande porte, 70 de porte médio e 20 pequeno. No perfil dos funcionários que trabalham nas empresas vencedoras, 35% tem entre 26 a 34 anos; 27% entre 35 a 44 anos; 24% até 25 anos; 11% entre 45 a 54 anos de idade e 4% acima de 55 anos. O nível de escolaridade apontou 51% com ensino médio completo ou menos, 27% com superior completo, 12% com ensino superior incompleto e 11% com pós-graduação. Quanto ao gênero dos colaboradores, 53% das empresas são compostas por homens e 47% por mulheres. Nos cargos de alta liderança, 63% são ocupados por homens e 37% por mulheres, na média liderança, mulheres representam 39% e homens 61% e em outras posições, 61% são ocupados por homens e 39% por mulheres.

Dentre as 110 empresas premiadas, a idade média dos presidentes está na faixa dos 50 anos, o tempo médio de ocupação do cargo é de 11 anos e 3 mulheres exercem a função. O estudo destaca que a média do tempo de existência das empresas é de 27 anos. 65% permitem que os funcionários participem de programas de voluntariado no horário de trabalho e 78% contam com alguém responsável por combater a discriminação e promover a diversidade. Outros números que merecem destaques estão relacionados ao desenvolvimento: 69% das empresas oferecem bolsas de estudos para graduação ou pós, 66% possui mentoring, 53% oferecem programas de coaching, 52% possui universidade interna, 51% oferecem bolsa para cursos de idioma e 32% oferecem verba para usarem em desenvolvimento de sua escolha. A taxa de rotatividade no ano é de 8% e 20% dos funcionários foram promovidos. Sobre turnover e fatores de permanência na empresa, 4% dos funcionários saíram de forma voluntária, fator que representou 6% do total de demissões.

Quando questionados sobre o motivo de permanecerem nas melhores do Paraná, 45% dos colaboradores responderam oportunidade de crescimento, 25% qualidade de vida, 14% alinhamento de valores, 11% remuneração e benefícios e 2% estabilidade. Nos índices de confiança por dimensões, 88% acreditam na credibilidade dos líderes para gerenciar pessoas e administrar os negócios de forma geral, 87% no respeito dos líderes na relação com os funcionários, tanto na questão profissional como pessoal, 86% na imparcialidade dos líderes com relação a todos os funcionários, 91% sentem orgulho de exercer a profissão e trabalhar nessa empresa e 90% acreditam na camaradagem entre os colegas de trabalho e presença de sentimento de equipe.



CRESCÇA com o **Residência**

A 2ª edição do Cresça com o Residência está a mil!

Se é Crescer sua carteira de Residência que você quer, então só vem que as oportunidades certas estão aqui na Liberty!

TÁ ROLANDO!



Campanha de Vendas

Para você Crescer suas Vendas e ganhar prêmios



Treinamentos exclusivos

Para você se tornar expert no produto e técnicas de venda



Campanha de mídia

Para te apoiar a falar sobre Liberty Residência com seus clientes



E mais!

Bateu um interesse por aí? Então [acesse o QR Code](#) e comece agora sua jornada de sucesso com Liberty Residência! 🏠💛

CRESCÇA
com a Liberty



2022: ANO DE DESENVOLVIMENTO NA REDE LOJACORR

Para 2023, o time de Tecnologia já olha novas iniciativas de estrutura e evolução



A tecnologia tem causado um impacto profundo na vida das pessoas nos últimos anos, especialmente com o efeito da pandemia, que acelerou o processo de digitalização de muitas empresas. Não é novidade o quanto estamos conectados por diversos dispositivos que facilitam as nossas interações e consumo, alterando nosso comportamento cada vez mais digital.

Comprar pela internet, se comunicar por mensagens de texto ou voz, realizar vídeo chamadas, usar ferramentas para trabalhos colaborativos em que cada um pode fazer a sua parte ao seu tempo, bem como estudar de forma remota, se tornaram coisas comuns na vida das pessoas – até das mais resistentes à mudança.

“A aceleração de mudanças traz grandes oportunidades, mas também grandes desafios, quando pensamos no futuro da Lojacorr e, principalmente, no desenvolvimento das corretoras que exercem um papel extremamente importante de relacionamento e confiança com seus segurados”, avalia Sandro Ribeiro dos Santos, diretor de Tecnologia e Operações da Rede Lojacorr.

Com isso, a área de Sandro se propôs a repensar como ampliar as capacidades e estruturas tecnológicas que aceleram a empresa em direção ao futuro. “Formas de trabalho, estrutura de times, stacks tecnológicas, ferramentas, parceiros e toda a infraestrutura necessária, começando assim uma jornada intensa de trabalho nos últimos anos”, exemplifica.

A ACELERAÇÃO DE MUDANÇAS TRAZ GRANDES OPORTUNIDADES, MAS TAMBÉM GRANDES DESAFIOS, QUANDO PENSAMOS NO FUTURO DA LOJACORR E, PRINCIPALMENTE, NO DESENVOLVIMENTO DAS CORRETORAS QUE EXERCEM UM PAPEL EXTREMAMENTE IMPORTANTE DE RELACIONAMENTO E CONFIANÇA COM SEUS SEGURADOS

“Saímos de uma estrutura extremamente enxuta no time de TI, aumentando consideravelmente o nosso quadro, montamos verticais de Arquitetura, Engenharia de Software, Eng. de Dados, DevOps (um conjunto de práticas e ferramentas que visam acelerar e automatizar aspectos dos processos de desenvolvimento de softwares, permitindo a entrega contínua) & Cloud (nuvem), QA (Quality Assurance - Garantia de Qualidade) e Infra/Segurança como forma de aprimorar nosso desenvolvimento e continuamos expandindo com novas skills (habilidades) e responsabilidades no time”, relata.

Ele pontua algumas das principais ações realizadas em 2022:

» “Organizamos nosso trabalho em Squads, dedicadas a produtos, seja na manutenção do nosso produto atual, bem como na decomposição para o novo, além de pensar em novos produtos e serviços para o futuro”.

» “Atuamos na estrutura do nosso produto 'core' (principal) do negócio, realizando ações de monitoramento, olhando gargalos e melhoramos a sua performance mexendo na estrutura de dados, relatórios e refatoramento de código”.

» “Migramos também a base do nosso ERP (Enterprise Resource Planning - software de Planejamento de Recursos Empresariais) de mercado para a nossa Cloud (nuvem), a fim de mitigar problemas de infra local e integração, com isso estamos garantindo a nossa operação praticamente toda na nuvem”.

» “Estruturamos time de plataforma com olhar forte para automações e integrações e em seis meses colocamos nossa plataforma no ar com as primeiras automações e integrações produzidas dentro de casa, gerando velocidade na troca de informação e aumentando a eficiência junto à rede e seguimos ainda com um bom caminho de oportunidades pela frente”.

» “Recentemente, também colocamos em produção outro software no ar,

o nosso backoffice, construindo a diversas mãos com um trabalho fantástico de muitos envolvidos aqui na empresa. Com isso encurtamos caminhos 'softwarizando' etapas de processo com ganho de velocidade escala para times internos, além do que o novo produto passa a ter toda uma jornada de gestão e regras de negócios da rede no futuro, assumindo essa atividade do Broker One”.

» “Também internamente atualizamos nossas ferramentas de trabalho, como por exemplo o Google Workspace, que passou a nos dar maior produtividade, conectividade nos trabalhos remotos e colaborativos da empresa e estamos atualmente embarcando as nossas unidades de negócio, para que possamos estar cada vez mais próximos digitalmente”.

Assim, a Lojacorr seguirá com bons passos pela frente equilibrando o desafio de manter e escalar suas estruturas atuais, bem como construir o futuro – “o que falo aqui sobre trocar as asas do avião em voo e manter o equilíbrio dele”, ilustra o diretor.

As ações em equilíbrio no ano passado trouxeram bons resultados. “Como no fim do ano de 2022, quando no mercado o número de transações cresce significativamente e nossas estruturas estiveram 100% operando sem quedas, bem como colocamos dois novos softwares no ar, operando e já gerando valor para a rede”, aponta.

Para 2023, o time já olha novos projetos de estrutura e evolução para o sistema Broker One, bem como a Plataforma segue sua jornada de conexões de integrações com seguradoras, Backoffice sua jornada de gestão e apoio à operação da rede e há boas perspectivas de avançar também em um novo software que contemple a jornada e possa apoiar ainda mais o crescimento das corretoras. “Sem falar ainda na parte de dados e suas estruturas, as quais estamos trabalhando muito e devemos avançar ainda mais nesse ano”, adianta.

“Há muito trabalho pela frente, mas a certeza de passos sólidos em direção ao futuro colaborando com o crescimento saudável da rede e das corretoras que fazem parte”, finaliza o especialista.



PARA 2023, O TIME JÁ OLHA NOVOS PROJETOS DE ESTRUTURA E EVOLUÇÃO PARA O SISTEMA BROKER ONE, BEM COMO A PLATAFORMA SEGUIR SUA JORNADA DE CONEXÕES DE INTEGRAÇÕES COM SEGURADORAS, BACKOFFICE SUA JORNADA DE GESTÃO E APOIO À OPERAÇÃO DA REDE E HÁ BOAS PERSPECTIVAS DE AVANÇAR TAMBÉM EM UM NOVO SOFTWARE QUE CONTEMPLE A JORNADA E POSSA APOIAR AINDA MAIS O CRESCIMENTO DAS CORRETORAS. SEM FALAR AINDA NA PARTE DE DADOS E SUAS ESTRUTURAS, AS QUAIS ESTAMOS TRABALHANDO MUITO E DEVEMOS AVANÇAR AINDA MAIS NESSE ANO

SANDRO RIBEIRO DOS SANTOS, DIRETOR DE TECNOLOGIA E OPERAÇÕES DA REDE LOJACORR

EMPRESA DE SONS, PALAVRAS, IMAGENS E EFEITOS

Confraternização Lojacorr é marcada por emoção, gratidão e composição

A celebração de fim de ano da Lojacorr ocorreu no dia 14 de dezembro e reuniu remotamente colaboradores, gestores e Unidades para comemorar as conquistas de 2022, homenagear todos que fazem parte da rede e que, juntos, sonham diariamente com uma empresa justa, humana, produtiva e com o propósito de apoiar o corretor na sua jornada de proteger cada vez mais e melhor o brasileiro.

A data recebeu dos gestores a gratidão pelo trabalho de todos os times, com depoimentos do fundador José Heitor Silva, além do cofundador e presidente do Conselho de Administração, Diogo Arndt Silva; do presidente (CEO), Dirceu Tiegs; do diretor de Transformação Digital, Daniel Castello; e do cofundador e diretor Financeiro (CFO), André Duarte. O evento contou também com a palestra de Adeildo Nascimento, economista com especialização em liderança e desenvolvimento de times, com o tema 'O futuro não é mais como antigamente'.



Em especial, a celebração ganhou dois belos presentes, criados e declamados ao vivo pelo facilitador poético, Nuno Arcanjo, convidado do evento: uma poesia e uma música que se somam aos efeitos da marca olfativa – desenvolvida em 2021 durante os 25 anos da empresa – além do manifesto, causa justa, propósito e valores. De acordo com Luciana Grande, head de Gente & Gestão, a identidade organizacional esteve entre os focos da Lojacorr em 2022 e vem sendo fortalecida junto ao seu ecossistema. “Desenhamos a várias mãos o propósito e causa justa da Lojacorr e agora, para fechar o ano, ganhamos este belo presente que representa muito a nossa gente”, conta.

SEU FUTURO MAIS SEGURO

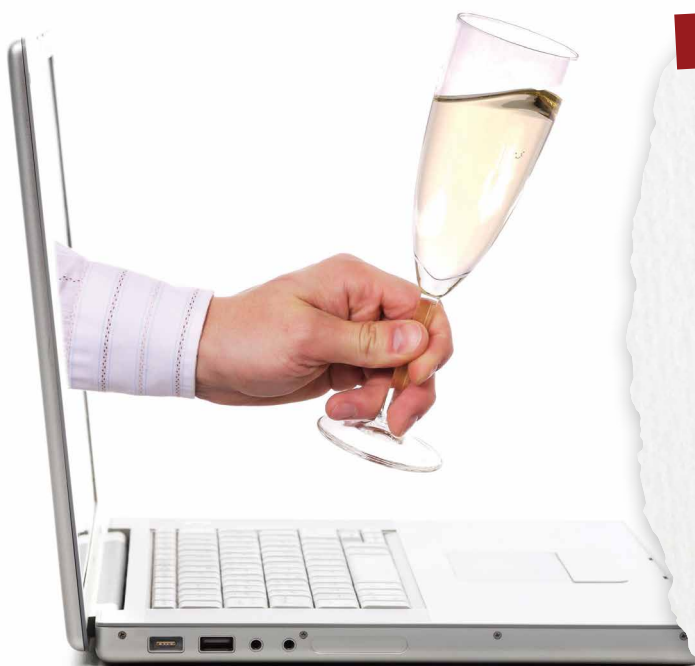
*Música inspirada nos Valores,
Propósito e Causa Justa da Lojacorr*

**Nosso negócio é Seguro, RESPONSÁVEL por seu Futuro
Com TRANSPARÊNCIA e INOVAÇÃO
SIMPLICIDADE e AGILIDADE dando a Mão
COLABORAR para o acesso à proteção se espalhar (2x)
REFRÃO)**

--
Nós existimos para Elevar
A consciência de se assegurar
Para toda população
e o Corretor faz o papel do Coração
**Que é pulsar, e espalhar segurança e proteção (2x)
(REFRÃO)**

--
Guardiões da proteção, Corretores profissionais
Desse negócio são a Razão, para um futuro mais
seguro e de Paz (2x)

(REFRÃO)



POEMA DE ABERTURA

Imagine o Dia e que um evento de Encerramento
tenha a Ousadia de começar com Música e Poesia

Imagine um Ano, chamado 2 mil e vinte e Dois

Em que a Rede Lojacorr não deixou nada pra depois
Um ano com tanto recorde de Meta, OKR e Resultado
Um ano em que elevamos nosso potencial ao quadrado

Nosso quadro de pessoas e tamanho foi dobrado

Assim como nosso desafio de transformação
digital, organizacional e principalmente pessoal.

(respira): UAU

Se não me falha a memória
esse foi o ano mais ousado dos 26 anos de nossa história

Um ano em que renovamos nossa Causa, que se fez mais Justa,
Revisitamos Propósito, Valores,
fortalecemos Corretores, Guardiões e Colaboradores

Um ano Tão ousado que muita gente aqui
deve tá se sentindo meio atordoado

Só de ouvir a palavra Seguro, Apólice ou Cancelamento
já sobe SINISTRO pela espinha,
arrepia o pensamento

E uma voz dentro da gente fala: CALMA... tá chegando fim de ano,
se não me engano a gente vai Descansar...

Mas antes, precisamos CELEBRAR
muita coisa pra honrar, pra lembrar, pra cuidar.

Além dos números e de tanto resultado,

Hoje é um convite pra parar, respirar
Um momento pra Falar de VIDA, de EMOÇÃO, VOCAÇÃO
e LEGADO.

Uma manhã
pra sair do whatsapp, desligar o instagram
e lembrar
que aqui em cada quadradinho dessa grande imagem
tem um colega, uma pessoa cheia de Vida, cheia de história e muita
Coragem

Como diz Guimarães, o Rosa,
"A vida é assim: esquenta e esfria, aperta e daí afrouxa, sossega
e depois desinquieta.

O que ela quer da gente é coragem."

E, como poeta, eu também diria: ela quer OUSADIA.

Imagina só o dia,
em que nosso evento de encerramento,
começasse com uma palavra menos razão, muito mais coração,

Imagine o dia em que toda reunião pudesse começar
com uma antiga Inovação
chamada Arte,
chamada... Poesia.



Nuno Arcanjo,

facilitador poético

EM ESPECIAL, A
CELEBRAÇÃO
GANHOU DOIS
BELOS PRESENTES,
CRIADOS E
DECLAMADOS
AO VIVO PELO
FACILITADOR
POÉTICO, NUNO
ARCANJO,
CONVIDADO DO
EVENTO: UMA
POESIA E UMA
MÚSICA QUE
SE SOMAM AOS
EFEITOS DA MARCA
OLFATIVA, ALÉM DO
MANIFESTO, CAUSA
JUSTA, PROPÓSITO E
VALORES.



Diogo Arndt Silva

Presidente do Conselho de Administração, sócio fundador da Rede 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 CEO da Rede Lojacorr.

NOVAS PERSPECTIVAS EM 2023

O dia 1º de janeiro de 2023 formalmente foi meu último como CEO da Rede Lojacorr, empresa em que trabalhei e ajudei a construir desde o primeiro dia de sua existência. Na data, se passavam exatamente 26 anos e 77 dias desde a sua fundação. Pela intensidade, pareceu que foi ontem que começamos.

Tenho muito orgulho de tudo o que construímos até aqui, junto com um time extraordinário de sócios, colaboradores, concessionários e corretores de seguros. Se tem uma coisa da qual me orgulho é ter contribuído para entregar a Rede Lojacorr ao mercado, um ecossistema que garante oportunidades reais de crescimento a quem estiver disposto a trabalhar e colaborar conosco.

Quanto mais a empresa se desenvolve, maior é a nossa responsabilidade com sua profissionalização e o constante investimento em governança para garantir sua longevidade.

A partir do ano de 2023, assumirei uma

nova responsabilidade como presidente do nosso Conselho de Administração. Seguirei atuando fortemente como um guardião da nossa cultura, da nossa estratégia e da longevidade da Rede Lojacorr. Trabalharei para que nossos parceiros e colaboradores tenham sempre em nossa empresa um ambiente seguro e próspero para trabalhar e se desenvolver.

Estarei lado a lado, apoiando e colaborando com a gestão do Dirceu Tiegs que assumiu oficialmente com CEO da Rede Lojacorr a partir de 2 de janeiro de 2023.

Aqui o corretor de seguros pode se dedicar ao que sabe fazer de melhor, que é vender. A retaguarda é conosco, por isso, esse ambiente é seguro para o desenvolvimento de profissionais de quaisquer perfis. Seguro é estar com a gente!

Obrigado a todos que de alguma forma apoiaram e contribuíram com minha jornada até aqui. Um grande abraço e que 2023 seja um ano de muito aprendizado e prosperidade para todos.



QUANTO MAIS A EMPRESA SE DESENVOLVE, MAIOR É A NOSSA RESPONSABILIDADE COM SUA PROFISSIONALIZAÇÃO E O CONSTANTE INVESTIMENTO EM GOVERNANÇA PARA GARANTIR SUA LONGEVIDADE



CURITIBA: A CAPITAL DO SEGURO

Duas mil pessoas são esperadas na cidade para compartilhar conhecimento



A energia gerada durante as convenções da Lojacorr só é possível sentindo-a. Os velhos companheiros não veem a hora e os novos não perdem por esperar. Agora, a Convenção Nacional da Rede Lojacorr tem nova edição e passa a se chamar "LC Summit". O evento, que deve reunir mais de dois mil representantes do mercado segurador, terá como foco inovação, tecnologia, colaboração e união, com profissionais, empresas e renomados especialistas para elevar o nível de discussões e troca de experiências. A agenda está marcada para os dias 1 e 2 de junho, no Centro de Eventos Positivo, em Curitiba-PR, e o intuito é gerar relacionamento, conteúdo e negócios.

Segundo Dirceu Tiegs, presidente (CEO) da Rede Lojacorr, o LC Summit é uma oportunidade de conexão, materializar o movimento de rede e o poder

da comunidade. 'É um momento ímpar em que os melhores profissionais do ramo poderão se conectar com os principais players de seguros, expandir sua rede de contatos, fortalecer o relacionamento com as seguradoras, corretores especialistas e outros parceiros. Além disso, é uma possibilidade de estreitar ainda mais os laços dessa nossa 'comunidade', poder aprender sobre o ecossistema de seguros e o que o mercado espera', explica.

O LC Summit by Lojacorr tem como principal 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 360° e duas salas temáticas, que terão técnicas de gestão, marketing, vendas, inovação e produtos.



O EVENTO

Mais informações sobre o evento pelo site <https://redelojacorr.com.br/lc-summit/>.

O evento contará também com um aplicativo com diversas ferramentas e informações pré, durante e pós evento, tais como: acesso à agenda e PPTs das apresentações.

CRESCER A PRODUÇÃO DE SEGUROS EM 2022

Dados da Lojacorr mostram evolução de 36,20% em produção absoluta de seguros em 2022

O último ano foi marcado por mudanças sociais e econômicas em todo o mundo. O setor de seguros teve que se adaptar e criar novas estratégias para continuar em ascensão e se destacar no mercado. Segundo Dirceu Tieg, presidente (CEO) da Lojacorr, mesmo sendo um ano desafiador, o mercado de seguros apostou na inovação e na personalização.

“Com a retomada pós-pandemia e da atividade econômica, nosso principal desafio foi o ajuste de preços e regras de subscrição de risco mais rígidas impostas, necessários para ajustar resultados. Em meio às incertezas de um ano de eleições, cenário de guerra na Europa e a realização da Copa do Mundo, o setor segurador teve que inovar e ir além. E nós, enquanto rede, nos unimos e fortalecemos o corretor, vimos a necessidade específica de cada um, contamos com a parceria de seguradoras e com o uso de ferramentas essenciais de relacionamento. Buscamos juntos soluções assertivas e traçamos como principal foco a inovação, a acessibilidade, a personalização, a prospecção, o resgate de clientes e a melhoria nos produtos, no atendimento e na gestão”, afirma Dirceu.

Somente na Lojacorr, o ano de 2022 fechou com alta no mercado, somando um crescimento de 36,20% em produção de seguros, em relação ao fechamento do mesmo período do ano de 2021. A última projeção apresentada pelo mercado foi de fechar 2022 com 17,1%, indicando que o crescimento da Rede tem sido sempre acima do setor e, o incremento no número de clientes demonstra uma evolução real muito substancial, acima da inflação do setor. O crescimento total da rede (seguros,



A ÚLTIMA PROJEÇÃO APRESENTADA PELO MERCADO FOI DE FECHAR 2022 COM 17,1%, INDICANDO QUE O CRESCIMENTO DA REDE TEM SIDO SEMPRE ACIMA DO SETOR E, O INCREMENTO NO NÚMERO DE CLIENTES DEMONSTRA UMA EVOLUÇÃO REAL MUITO SUBSTANCIAL, ACIMA DA INFLAÇÃO DO SETOR

consórcios e produtos financeiros) foi o equivalente a R\$ 1,207 bilhões produzidos de todos os segmentos.

Para Dirceu Tieg, a expectativa foi superada. “Passamos em R\$ 130 milhões a nossa meta. Essa conquista é reflexo de um esforço em conjunto de todo o nosso ecossistema”, afirma.

Entre os segmentos, foram somados o total de R\$ 1.131 bilhões em seguros, R\$ 39,61 bilhões em consórcios e R\$ 37,45 bilhões nos demais ramos. O resultado demonstrou ainda o crescimento das regionais, sendo que Norte e Nordeste tiveram alta na produção de 44,46% nessa região, seguido de mais de 40% no Centro Sudeste, 37,46% na região de SP Centro Norte e 31,90% no Sul.

De acordo com Luiz Longobardi

Junior, diretor de Mercado e Distribuição (CCO) da Rede Lojacorr, em relação aos ramos, o seguro automóvel ocupou o primeiro lugar entre os produtos com um aumento de 41,46%, em segundo o seguro saúde em grupo com 35,56% e em terceiro o vida em grupo somando 34,71%. “Esse resultado demonstra que, mesmo com o aumento dos valores do seguro de automóveis, o brasileiro ainda se preocupa com seu veículo e enxerga todos os benefícios deste produto. Além disso, o crescimento de seguro no ramo de saúde também é reflexo de quanto as pessoas aumentaram a preocupação consigo mesmas e suas famílias após a crise sanitária vivenciada no mundo e que colocam esse seguro como prioridade”, analisa Luiz Longobardi Junior.

RANKING NACIONAL - TOP 10



UNIDADES

| UNIDADE | % |
|--------------------|---------------|
| CURITIBA | 14,47% |
| BRASÍLIA | 34,91% |
| FLORIANÓPOLIS | 28,31% |
| MARINGÁ | 33,47% |
| CAMPINAS / JUNDIAÍ | 38,55% |
| SUDOESTE / PR | 42,85% |
| LONDRINA | 54,72% |
| PORTO ALEGRE | 46,08% |
| BELO HORIZONTE | 47,67% |
| CHAPECÓ | 38,21% |
| TOTAL: | 32,84% |



SEGURADORAS

| SEGURADORA | % |
|--------------------|---------------|
| BRDESCO SEGUROS | 35,64% |
| TOKIO MARINE | 60,81% |
| HDI SEGUROS | 18,19% |
| LIBERTY SEGUROS | 47,87% |
| MAPFRE - VERA CRUZ | 16,33% |
| ALLIANZ SEGUROS | 89,39% |
| ZURICH SEGUROS | 44,82% |
| SOMPO SEGUROS | 31,78% |
| MITSUI SUMITOMO | -25,36% |
| UNIMED SEGUROS | 31,97% |
| TOTAL: | 35,93% |



CORRETORAS

| CORRETORAS | % |
|-------------------------------------|---------------|
| CEDRO ADMINISTRADORA E CORRETORA | 10,02% |
| M & K CORRETORA DE SEGUROS | 31,64% |
| ROSA TAVARES CORRETORA DE SEGUROS | 58,11% |
| OUROSEG CORRETORA DE SEGUROS SC | 30,34% |
| VIP CORRETORA DE SEGUROS LTDA | 49691,93% |
| SACS CORRETORA DE SEGUROS LTDA | 13,68% |
| NH ADM E CORRETORA DE SEGUROS LTDA | 94,61% |
| AFIRMATIVA ADM E CORRETORA | 3,18% |
| VICONSEG ADM E CORRETORA DE SEGUROS | 36,88% |
| TRANCAFORTE ADMINISTRAÇÃO | 41,77% |
| TOTAL: | 43,34% |



RAMOS

| RAMO | % |
|-------------------|---------------|
| AUTOMÓVEL | 41,46% |
| SAÚDE EM GRUPO | 35,56% |
| EMPRESARIAL | 28,81% |
| VIDA EM GRUPO | 34,71% |
| MULTIRISCO/RURAL | 12,45% |
| RESIDENCIAL | 25,32% |
| RD - EQUIPAMENTOS | 26,75% |
| VIDA INDIVIDUAL | 26,44% |
| CONDOMÍNIO | 25,30% |
| TRANSPORTE RCTR-C | 23,12% |
| TOTAL: | 37,90% |

PROTEÇÃO PARA A INDÚSTRIA TÊXTIL

No mundo, está entre as quatro maiores produtoras de malhas e é uma indústria que tem quase 200 anos no país

Muito além de ser responsável primordialmente por materializar e modernizar as grandes tendências e inspirações da moda em seus mais diversos estilos, a indústria têxtil brasileira é, de fato, grandiosa em tantos outros termos. No mundo está entre as quatro maiores produtoras de malhas e é uma indústria que tem quase 200 anos no país. Dessa forma, conquistou a economia. Em 2021, o setor fechou o ano com alta de 16,9% no varejo de roupas, de 12,1% na produção dos têxteis (insumos) e 15,1% das confecções, segundo dados da Associação Brasileira da Indústria Têxtil e de Confecção (Abit). No fechamento de 2022 (que até o término deste texto não havia sido contabilizado) deve crescer 1,2%, mas a previsão para 2023 é de um ano desafiador, com alta projetada de 1,1% devido à inflação e flutuação dos preços das matérias-primas, por conta da Guerra da Ucrânia/Rússia.

Entretanto, se por um lado economicamente o mercado têxtil está estável, crescendo timidamente, o setor sofre com outra questão: com a aquisição de cobertura de seguros. O que é possível notar é que algumas seguradoras não estão trabalhando com risco que envolve matéria prima como o algodão e estão com algumas restrições, o que acaba tornando um grande empecilho no processo de seguro das empresas desse segmento.

De acordo com Luiz Ernani Lepchak, diretor Regional Sul, são diversos fatores que fazem com que as seguradoras tenham receio de atender esse cliente. No geral, entende-se que a indústria têxtil como um todo é de grande risco. Dispõe de um estoque considerável de fibras naturais e artificiais, possui retalhos e tecidos ao longo do processo e trabalha com muitos produtos químicos, o que coloca o



espaço como um risco forte de incêndios ou até explosões. “Também falamos de um setor que gera muita poeira nos locais de produção, aumentando as chances de causar problemas respiratórios. É uma indústria que precisa de total cuidado. Por ter muitas etapas de produção, qualquer falha e/ou desatenção mecânica, falta de manutenção, sobreaquecimento e acidentes podem causar danos irreversíveis. Como peça fundamental para a proteção dos negócios de qualquer empresa, o seguro busca prevenir desde pequenos a grandes prejuízos para a companhia atendendo diferentes tipos de riscos, como roubo e incêndio”, afirma.

Sendo assim, a empresa deve buscar exercer prevenção de riscos, fazer constantes supervisões, aumentar a segurança, identificar os perigos e garantir um seguro de grandes riscos adequado à necessidade de uma indústria têxtil. Por outro lado, é importante que o corretor – que faz essa intermediação, busca a melhor oferta, a personalização da apólice – seja o apoio e o negociador insistente. “Além desses papéis primordiais, temos que falar das seguradoras. Elas também precisam adequar seus produtos para atender a indústria têxtil e não sair no prejuízo. Deve-se adaptar contratos, flexibilizar alternativas, mas garantir cobertura que fique satisfatória e segura para ambos”, finaliza o diretor.

**A EMPRESA DEVE BUSCAR EXERCER
PREVENÇÃO DE RISCOS, FAZER CONSTANTES
SUPERVISÕES, AUMENTAR A SEGURANÇA,
IDENTIFICAR OS PERIGOS E GARANTIR UM
SEGURO DE GRANDES RISCOS ADEQUADO À
NECESSIDADE DE UMA INDÚSTRIA**



Sandro Ribeiro dos Santos
} Diretor de Tecnologia e Operações e sócio-diretor da Rede 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 Rede Lojacorr.



É IMPORTANTE QUE TODOS ESTEJAMOS ATENTOS A ESSAS TENDÊNCIAS E PREPARADOS PARA APROVEITAR AS OPORTUNIDADES QUE ELAS OFERECEM PARA NOS MANTERMOS COMPETITIVOS NA GERAÇÃO DE VALOR

5 TENDÊNCIAS para o mercado de seguros

Início de ano é sempre um momento de olhar para o futuro, especialmente quando se trata de tendências tecnológicas que podem ter um forte impacto nos negócios. Algumas das tendências que mencionamos aqui podem não ser exatamente novidades, mas estão se tornando cada vez mais importantes no mercado de seguros, impulsionando a transformação digital.

1 - APIs (Application Programming Interfaces): As famosas e tão desejadas APIs, que permitem que sistemas distintos sejam integrados e possam trocar informação de forma mais fácil e consistente, além de melhorar as jornadas. Desafio para muitas empresas do mercado de seguros que precisam atualizar seus sistemas legados com novas tecnologias que permitam a criação dessas interfaces que ao mesmo tempo possibilitam a troca e o empoderamento de seus parceiros de negócios, tanto na venda como na gestão com informações dos seus clientes. Além de habilitar novas formas de oferta e distribuição, geram também oportunidades para melhorar as jornadas e experiências dos clientes que podem ter outras interfaces, como, gestão dos seus negócios centralizados todos juntos ao seu corretor ao invés das seguradoras.

2 - Inteligência artificial: A IA que pode ajudar as seguradoras a analisar uma grande quantidade de dados de forma mais rápida e com maior precisão, acelerando a tomada de decisão e apoiando a uma subscrição mais efetiva. Também pode ser usada na prevenção de fraudes e personalizar opções de seguro para atender às necessidades individuais de clientes, além de ajudar em modelos de recomendações, churn etc. Outro ponto que vale comentar aqui é o avanço da IA, como o projeto da OpenAI o ChatGPT que é capaz de responder diversas perguntas com uma precisão e linguagem natural, com ótima compreensão, além de diversas outras funcionalidades.

3 - Low Code e No Code: Não é novidade que o mercado tem mais oferta para posições de tecnologia do que mão de obra especializada trabalhar em desenvolvimento de código interpretar e escrever linguagens de programação requer especialização e leva tempo para a formação adequada. Com isso surge o termo

Low Code, que se refere a um nível básico de conhecimento de código ou o No Code que não requer nenhum conhecimento de código e possibilita que demais pessoas dentro da empresa possam construir suas próprias aplicações. Além da autonomia para mais pessoas ou áreas também não tech, essas ferramentas também podem ajudar no processo de validação de produtos ou processos.

4 - Automação: Outra tecnologia que não é nova aqui é a automação, seja ela de processos com os famosos RPA (Robotic Automation Process), que ajudam na melhoria de performance e eficiência de processos, ou os Crawlers, que atuam na coleta de dados através de páginas web. Amplamente usada no varejo dentro do mercado de seguros, além da parte dos processos internos, tem grande poder para ajudar no fluxo de informações entre diversos sistemas que muitas vezes ainda não possuem uma API disponível, principalmente em processos de pós-venda e gestão de apólices dentro do setor. Seguindo a linha do Low Code, ferramentas como o Zapier ou o Integromat também são bons exemplos para automação da transferência de dados entre diferentes sistemas.

5 - Cyber Security: Com o crescente número de ameaças cibernéticas e a quantidade de ataques a empresas, esse é um tema que se torna cada vez mais preocupante entre os profissionais de tecnologia e empresas. Investir em métodos de segurança, ferramentas e aprimorá-los, além de constantes revisões, são necessários, bem como trabalhar a educação das pessoas acerca dos diferentes tipos de golpes e ataques. Por outro lado, a necessidade de proteção e busca pelo tema em diferentes empresas do mercado se torna uma oportunidade cada vez maior dentro do mercado de seguros em definir um produto ideal a diferentes tamanhos de empresa, bem como ao corretor poder ofertar e se especializar nele.

Vale destacar que a tecnologia está em constante evolução e essas tendências podem mudar ou novas podem surgir. Porém, vale acompanhar cada uma delas e ter em mente que, se aplicadas, elas têm o poder de impulsionar outras talvez não citadas aqui e também não menos importantes.

ASSISTÊNCIA DE SEGURO AUTO DE FORMA AMPLA

Maxpar Autoglass oferece soluções que potencializam os resultados do corretor

Fundado por uma família empresária que atua no ramo automotivo há mais de 50 anos, o Grupo Autoglass é composto por mais de 20 empresas, que operam de forma sinérgica para oferecer ao mercado segurador, varejista e atacadista um serviço de alta qualidade a preços competitivos. A atuação da Maxpar, uma empresa do Grupo Autoglass, teve sua origem no início dos anos 2000, com o objetivo de oferecer ao mercado segurador assistências e serviços de qualidade e complementares às coberturas principais dos seguros, tais como assistência a vidros. No momento, as soluções mais procuradas pelo mercado são as assistências de Lataria e Pintura e de Roda, Pneu e Suspensão.

A assistência de Lataria e Pintura surge no mercado para preencher uma lacuna de danos abaixo da franquia de casco no seguro de automóvel. Em caso de acidente, a assistência possibilita a reparação dos danos à lataria externa do veículo, com técnicas de funilaria, martelinho e pintura. A assistência de Roda, Pneu e Suspensão também é destaque, pois protege o pneu, roda e itens que compõem a suspensão do veículo do cliente em caso de danos gerados por impactos acidentais, geralmente causados por objetos como blocos de sinalização de pista, buracos e pedras.

Ambas as soluções da Maxpar protegem o bolso do segurado, pois resolvem com uma franquia econômica, o que agrega mais valor à apólice de seguro. São assistências que entregam o melhor custo benefício para as pequenas colisões comuns no dia a dia, que são muito custosas quando pagas diretamente à oficina de forma particular.

De acordo com Lyssia Chieppe, superintendente Comercial da Max-



LYSSIA CHIEPPE



par, o objetivo como fornecedor das principais seguradoras e parceira dos corretores é auxiliar a inovação do mercado através do lançamento de assistências e serviços que aumentem a percepção de valor do seguro e ajudem os corretores e seguradoras a vender mais. “Nosso foco é apoiar na atração de novos clientes para a contratação de seguros através da prestação de um atendimento ao segurado que supere a sua expectativa e incentive não só a renovação, como também a promoção da importância do seguro para clientes que não costumam contratar”, diz.

PARCERIA COM A LOJACORR

“A Maxpar começou a atuar como parceira das seguradoras no início dos anos 2000. Desde então, temos trabalhado para fortalecer o relacionamento com a Lojacorr, trazendo oportunidades especiais para seus corretores”, ressalta a superintendente.

Com mais de 20 soluções de assistência para suprir as necessida-

des dos clientes, a Maxpar desenvolve produtos que incrementam o portfólio, agregam valor à apólice e, consequentemente, impulsionam as vendas e potencializam os resultados do corretor de seguros Lojacorr. O parceiro Lojacorr pode contar com treinamentos e materiais exclusivos que ampliam o conhecimento sobre as inovações do mercado segurador. Conta também com uma equipe de relacionamento comercial focada no corretor de seguros. A equipe é treinada para promover todo o suporte necessário, visando transformar as dores do corretor em soluções para os clientes e, principalmente, gerar oportunidades de negócios.

“Nós, da Maxpar, acreditamos fortemente na importância do corretor de seguros dentro do ecossistema de seguros. O corretor é uma importante chave dentro da sustentabilidade e crescimento do mercado segurador. Juntos, buscamos ofertar serviços que cabem no bolso do segurado e impulsiona a comissão do corretor. Afinal, se custa menos para o segurado, vale mais para o corretor”, afirma.



**RAFAEL AUGUSTO
BALBINO DE
MEDEIROS**

Atua há mais de 13 anos no setor de tecnologia, com experiência nas áreas de Vendas, Consultoria e Desenvolvimento de Negócios. Teve a oportunidade de liderar negociações, parcerias, projetos e equipes voltadas para o cliente B2B, tanto em organizações nacionais como multinacionais. Experiência em diversos ambientes de negócios, sempre superando metas e desenvolvendo equipes fortes. Apaixonado por vendas, marketing e tecnologia, faz parte do time da Rede Lojacorr como Líder de Vendas.

E AÍ, O QUE MANDA É O RESULTADO?



Meu grande desafio sempre foi otimizar meu tempo em função das minhas tarefas. Sempre fui daqueles que saíam às 22 horas do trabalho, até que pela primeira vez na vida tive uma avaliação mediana e então ouvi frase marcante de uma das minhas lideranças. “O esforço comove, mas o resultado convence”, ele disse, e estava certo.

Esse foi o estalo para olhar e entender (mesmo) sobre produtividade e entrega. Penso não ter nada errado em trabalhar duro e se esforçar bastante, porém nem sempre isso irá refletir nos resultados. Por esse motivo passei a olhar com mais cuidado para dois indicadores simples: o de esforço e o de resultado. E vão aí algumas dicas:

» **O seu dia de trabalho começa na noite anterior:** é ótimo começar o dia tendo clareza de suas atividades e em quais espaços de tempo serão executadas;

» **Faça a tarefa mais desafiadora do dia antes do almoço:** inicie seu trabalho pela tarefa mais desafiadora, aquela que você luta e procrastina para fazer.

» **Estruture/ documente/ registre suas atividades no Google Calendar (ou qualquer outro app de tarefas) e tenha consistência na realização delas:** crie um modelo/padrão para semana/mês de atividades que você realiza todos os dias. Simples, mas é absurdo o ganho em eficiência operacional. Além de organizar e de te lembrar das

atividades, você dá visibilidade externa sobre as janelas disponíveis no seu dia.

» **Reunião para falar de reunião:** As reuniões nos tomam muito tempo, mas de alguma forma continuamos a registrá-las inquestionavelmente, a atendê-las e, inevitavelmente, a queixar-se delas. Veja, não estou falando para começar a cancelar suas reuniões. No entanto, reduzir significativamente a frequência e a quantidade de tempo gasto com elas pode aumentar a produtividade e sua satisfação no trabalho. Gosto muito da perspectiva da Nicole Steinbok que criou o conceito da *reunião de 22 minutos*. Experimente marcar reuniões de apenas 22 minutos. Isso é excelente para transmitir a todos a consciência de início e término da reunião. As pessoas tendem a preencher o tempo vago de uma reunião com conversas paralelas, então mesmo que sua reunião tenha meia-hora haverá a certeza de se manter nos tópicos principais nos primeiros 22 minutos. Quando se trata de reuniões, vinte e dois minutos são um tipo de número mágico.

As longas jornadas de trabalho e o acúmulo de atividades podem levar ao estresse, afetando diretamente nossa produtividade. Assim, prejudica o equilíbrio das outras áreas da nossa vida e reflete como um baía impacto na qualidade do nosso trabalho. Aproveitar ao máximo o seu tempo é fundamental. Há duas maneiras de aumentar sua produção - seja em mais horas ou em trabalhar de maneira mais inteligente.

E aí, fez sentido?



O ESFORÇO
COMOVE,
MAS O
RESULTADO
CONVENCE

SEGURO DE VIDA CRESCE ENTRE AS MULHERES

Pesquisa aponta crescimento do setor nas modalidades grupo e individual, impulsionado por elas



A preocupação pela qualidade de vida, saúde e demais situações cotidianas sempre foi prioritária na vida das mulheres que pensam, muitas vezes, não só em si, mas também em seus familiares. Houve então uma mudança de comportamento e as mulheres, mais que os homens, identificaram a necessidade de se planejarem para o futuro com cuidado e com a proteção, principalmente após a pandemia. Os números da Lojacorr demonstraram esse crescimento e adesão ao seguro pelas mulheres em todos os ramos: Auto, Massificados, Riscos, Saúde e Vida.

Segundo os dados, houve um crescimento de 36,09% no levantamento geral de produção em 2022 na comparação com 2021 em seguros comercializados para as mulheres na Lojacorr. Para Luiz Longobardi Junior, diretor

de Mercado e Distribuição (CCO) da Rede Lojacorr, esses números mostram que elas estão cada vez mais conscientes de que o seguro é fundamental no planejamento para si e para a família. "Além de trazer mais tranquilidade para viver o hoje, pensando sempre nos contratempos do futuro, as mulheres se planejam, muitas são responsáveis pela renda do lar e conseguem administrar esse investimento e, com isso, são atendidas com um leque de produtos específicos, personalizados e voltados às suas necessidades", afirma.

O diretor Comercial Nacional Vida da Tokio Marine, Marcos Kobayashi, relata que, nos últimos anos, essa realidade foi mais ainda evidenciada. "Observamos que, com o advento da pandemia, houve um aumento da busca por seguros de uma forma geral devido a uma maior conscientização da socie-

dade sobre a importância do seguro de vida para a proteção pessoal, planejamento financeiro e familiar em casos de eventualidades, além de uma maior preocupação com a saúde", explica.

Entre os destaques dos ramos de seguros que mais cresceram, estão, principalmente, a adesão ao seguro de vida em grupo que, somente na Rede Lojacorr, cresceu 64% de janeiro a dezembro de 2022 em comparação com o mesmo período de 2021. Já o seguro de vida individual cresceu 30,30% no mesmo período de comparação.

Essa realidade também foi notada pela Tokio Marine Seguradora que, de janeiro a setembro de 2022, registrou um crescimento de 30,8% em prêmios emitidos líquidos se comparado ao mesmo período em 2021. A faixa etária predominante, do Seguro Tokio Marine Vida Mulher, destinado ao público feminino, é de até 30 anos. "A ida-

de média das seguradas deste seguro atualmente é de 25 anos, mas temos uma distribuição bem homogênea dos 30 aos 60 anos, ou seja, a conscientização alcança todas as idades, perfis familiares e econômicos”, relata Marcos Kobayashi.

Entretanto, entre os homens, houve um aumento menor. O seguro de vida em grupo teve alta de 1,78% e o individual ficou em 28,66%, revelaram os dados da Lojacorr. De acordo com Mariana Palu, consultora de Seguros e Benefícios da Paluseg, a mulher possui essa grande preocupação em relação ao seguro de vida. “É um ato de amor para nossa família e com nós mesmas, pois traz a tranquilidade e estabilidade para passar momentos difíceis, como uma doença grave, lutando com mais possibilidades, uma vez que a indenização pode ser revertida para um tratamento específico, exames e medicamentos, trazendo mais qualidade de vida”, relata.

Mas para atrair as mulheres e chamar atenção aos produtos deste mercado são necessárias estratégias. Por um lado, Mariana explica ainda que a maior ferramenta é a atuação do corretor de seguros, pois tem essa função social de oferecer um produto que apoie sua segurada no momento

em que ela mais precisa. “O objetivo é mostrar que custa pouco para ter uma cobertura de câncer de mama e outras doenças, e que caso aconteça um diagnóstico, essa cobertura fará toda diferença na vida desta segurada”, explica.

Por outro lado, também tem o papel da seguradora em estar atenta nas necessidades e inovações que os produtos devem oferecer. O Seguro Tokio Marine Vida Mulher, por exemplo, conta com cobertura de diagnóstico de câncer feminino, que abrange mama, útero, trompas e ovário, além de permitir a indenização de até 25 tipos de doenças graves. Há também cobertura de despesas médicas, hospitalares, odontológicas e reembolso das despesas para o tratamento em decorrência de acidentes, além de diversos serviços gratuitos como a telemedicina, acesso a aplicativos, teleconsultas com personal trainers e nutricionistas, descontos em medicamentos e serviços.

Mais do que mostrar que o seguro de vida é indispensável, a consultora também aborda a importância de exemplificar sobre o que ele representa dentro da questão financeira. “O seguro representa estabilidade, pois a segurada irá se preocupar com o tratamento, focar na cura da doença, pois o

dinheiro para medicamentos e suprir as necessidades da sua família, mesmo que ela não possa trabalhar, será suprido pelo seguro, uma vez que as mulheres são as provedoras do lar em 46% das famílias brasileiras”, finaliza Mariana Palu.



HOUVE UM AUMENTO DA BUSCA POR SEGUROS DE UMA FORMA GERAL DEVIDO A UMA MAIOR CONSCIENTIZAÇÃO DA SOCIEDADE SOBRE A IMPORTÂNCIA DO SEGURO DE VIDA PARA A PROTEÇÃO PESSOAL, PLANEJAMENTO FINANCEIRO E FAMILIAR EM CASOS DE EVENTUALIDADES, ALÉM DE UMA MAIOR PREOCUPAÇÃO COM A SAÚDE

MARCOS KOBAYASHI,
DIRETOR COMERCIAL NACIONAL
VIDA DA TOKIO MARINE





Francisco Galiza

} Diretor da Rating de Seguros, consultor de economia para empresas e entidades do setor de seguros.

2022: ANO DE RECUPERAÇÃO PLENA DOS NÚMEROS DO SETOR



A ESTIMATIVA DE CRESCIMENTO, CONSIDERANDO TODOS OS RAMOS, É DE 20 A 25%, SUPERANDO EM MUITO A TAXA DE INFLAÇÃO. O FATO MAIS IMPORTANTE EM TERMOS DE CRESCIMENTO FOI O RAMO DE AUTOMÓVEL, PRÓXIMO A 35%.

Escaneie os QrCodes e assista aos vídeos.



O ano de 2022 foi, de fato, o primeiro exercício de recuperação plena nos números dos seguros, após o cenário de crise por conta da pandemia, o que é de conhecimento de todos. Já tinha havido progressos em 2021, mas somente agora todos os indicadores econômicos já estão mais alinhados em relação à sua normalidade histórica do setor de seguros.

Dando um exemplo, o lucro agregado das seguradoras – lucro total das empresas dividido por seu patrimônio líquido, um importante indicador contábil – indica que em 2021 e 2021 houve queda, pelos fatos que aconteceram nos últimos anos, mas em 2022 as projeções já indicam que voltamos ao patamar de 20%. É um número histórico, pois indica que já voltamos ao patamar de 2017 na lucratividade das empresas, esse é um fato muito importante.

Em termos de faturamento, temos a estimativa de crescimento de alguns ramos de seguros de 2022 em relação a 2021. A estimativa atual, considerando todos os ramos, para fechamento deste ano, é de 20 a 25%, superando em muito a taxa de inflação. Sem dúvidas o fato positivo mais importante neste ano em termos de crescimento de mercado foi o ramo de automóvel, próximo a 35%.

Falo sobre o tema na edição 151 do programa **Panorama do Seguro** (<https://www.youtube.com/watch?v=2NQm0VSSGPQ>).

Para 2023, projetamos um cenário positivo, mas com números mais modestos do

que em 2022. De qualquer maneira, ainda tem muita coisa para acontecer. Um ano, no Brasil, é uma eternidade.

Na economia brasileira de forma geral a previsão de crescimento de 2021 para 2022 era de 2,5%, e os números foram mudando ao longo do tempo. Observamos hoje que a previsão para crescimento no país é de 2,5 a 3% em 2022. Para 2023 a previsão é de mais 0,5% a 1%, até pelos ajustes necessários que a economia terá que fazer em relação ao ano anterior. Esta é a previsão atual (em dezembro de 2022), nada impede de, como vimos ao longo do ano, se o cenário for de desenvolvendo de forma razoável, o número de 2023 possa superar este parâmetro.

O mercado de seguros depende muito da economia brasileira, como acontece em qualquer país. Isso vai influenciar tanto a rentabilidade do setor como o próprio faturamento. Para 2023 a avaliação do mercado de seguros é positiva, talvez o setor não cresça tanto como cresceu em 2022, porque teve muito de recuperação, mas ainda assim é positiva. Se a economia brasileira crescer 1% para 2023, por exemplo, certamente o mercado de seguros vai conseguir superar a taxa de inflação, como tem ocorrido historicamente na economia brasileira.

No programa **Comentário Econômico** de dezembro de 2022 falo sobre as perspectivas para 2023 (<https://www.youtube.com/watch?v=DDJtbb9QhMM>).

Que 2023 seja um grande ano para todos nós!

LC SUMMIT

by Lojacorr

Seguros por uma perspectiva inovadora

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!

REDE
LOJACORR
Corretoras de Seguros Independentes

SEGURO DE MÁQUINAS E EQUIPAMENTOS ESTÁ EM ALTA



Enquanto o home office ampliou a busca por proteção aos eletrônicos utilizados em casa, crescimento de setores como agro e construção impulsionou para instrumentos maiores

Quando se fala em seguro de equipamentos, muitos pensam na proteção de maquinários de maior valor, como é o caso dos agrícolas, por exemplo. O que não deixa de ser verdade, afinal, são máquinas de alto valor e de grande uso principalmente nas regiões Centro-oeste e Sul, onde a produção de agronegócios detém uma grande porcentagem da economia brasileira. E claro, o uso de máquinas pela necessidade da alta produção está cotidianamente sujeito a riscos e danos de causa externa, como roubos, incêndios e demais complicações. Por isso, sabe-se que é um ramo com alta procura pelo seguro, nos ramos de Riscos Diversos (RD), Benfeitorias e Penhor Rural, estes dois últimos ramos exclusivos para os equipamentos do agronegócio, que são os chamados produtos de 'linha verde' como: colheitadeiras, colhedoras, pulverizadores e semeadeiras.

Porém, além do agro, a proteção dos equipamentos em outros ramos como construção civil, industrial, médico, hospitalar, odontológico, estético, energias renováveis, e mobilidade também ocupam espaço na carteira das corretoras de seguros. "No geral, a regra é clara: se os equipamentos utilizados nas atividades da empresa ou pessoa representam algum risco, a contratação do Seguro RD Equipamentos é fundamental", esclarece André Moreno, diretor Regional SP Centro Norte da Lojacorr e especialista em seguros do ramo.

Somente na Lojacorr, esse tipo de seguro cresceu 23,21% entre o 2021 e 2022. "Isso porque é um tipo de seguro capaz de garantir a segurança de seus negócios, evitando prejuízos inesperados ocorridos por danos como: incêndios e/ou explosões, danos elétricos, colisões, tombamentos, entre outras, inclusive roubos ou furtos e outros riscos que o equipamento em ques-

tão está sujeito”, aponta André Moreno. “Se por um lado o Brasil ainda está passando por um aumento de preços, principalmente no custo da matéria-prima para a fabricação de diversos maquinários e seus componentes, fazendo que seu valor para o consumidor final se torne mais elevado, por outro ainda há então maior preocupação pelo seguro, pois se o valor gasto já foi caro, imagine arcar com as consequências em casos inesperados?”, diz.

Outro impulsionador do ramo foi o advento do home office. “O trabalho em casa e de forma autônoma fez com que as pessoas, principalmente os Microempreendedores Individuais (MEI) e até mesmo as Microempresas (ME), começassem a se preocupar com a segurança de seus equipamentos de trabalho”, justifica o especialista. “Diferente do que se vivia antes, quando somente a empresa contratante daquele colaborador CLT se preocupava com os riscos inerentes aos equipamentos, agora esse trabalhador autônomo precisa fazer o seguro para os itens de seu uso diário, como impressoras e computadores. Até mesmo as empresas em que o trabalhador está em home office ou híbrido e leva para casa os equipamentos disponibilizados, o transporte entre o escritório e a casa, ou mesmo dentro da própria residência, pode estar mais sujeito a danos. Até porque não existe equipamento isento de riscos”, afirma.

VARIEDADE DE COBERTURAS FAVORECE NEGÓCIOS

Foi pensando nessa realidade que as próprias seguradoras começaram a se adaptar. Os seguros de RD Equipamentos foram ficando mais personalizados, mais focados na necessidade específica do uso daquele item, incluindo coberturas flexíveis e tendências de mercado. O mesmo ocorreu com as corretoras de seguros. Entenderam a nova dinâmica e foram oferecendo no mix de carteira um seguro assertivo, ideal com o perfil de cada cliente e que não fugisse da capacidade de investimento.

Felipe Prado Ribeiro, diretor Técnico de Produto Automóvel, Equipamentos Massificado, Produto Responsabilidade Civil e Produto Agricultura da Sompo Seguros, diz que esse segmento é bastante amplo porque permeia diferentes ramos econômicos. “Os corretores de seguros podem buscar atender desde grandes empresas, indústrias e pessoa física, neste caso principalmente no segmento de agronegócios, no qual muitos seguros para máquinas são comercializados para o produtor rural”, indica. “Além disso, a indústria do agronegócio abre um leque de oportunidades, já que esse segmento representa uma grande fatia do PIB Brasileiro com tendência de crescimento. Vale ressaltar que se tratam de ativos importantes e de alto valor agregado. Ou seja, a ausência ou impossibilidade de operação desse tipo de equipamento impacta sobremaneira a operação e o resultado operacional das empresas. Por isso, é importante conhecer bem sobre as coberturas, limites de indenização e os trâmites adequados para obter a indenização de sinistro”, orienta.

As seguradoras têm desenvolvido produtos de mais fácil oferta e contratação, além de oferecer apoio comercial para a atuação do corretor no ramo. “O seguro prevê cobertura contra possíveis acidentes, como danos de causa externa aos equipamentos, sejam eles de origem mecânica, física, elétrica, além de proteção contra roubo, furto, entre outros”, explica Raquel Cerqueira, superintendente de Ramos Elementares da Bradesco Seguros. Ela defende que a cobertura básica é bem abrangente, amparando acidentes, avarias, perdas e danos materiais de origem súbita, imprevista e acidental ao equipamento segurado, além de danos de causa externa. “Entre as principais causas acidentais de origem externa cobertas pelo seguro, podemos destacar: Incêndio, Raio, Explosão, Alagamento, Inundação e Vendaval”.

“Por se tratar de um produto que atende segmentos diversos, o corretor de seguros possui oportunidades de negócios nas mais diferentes áreas, da construção civil à indústria



NO GERAL, A REGRA É CLARA: SE OS EQUIPAMENTOS UTILIZADOS NAS ATIVIDADES DA EMPRESA OU PESSOA REPRESENTAM ALGUM RISCO, A CONTRATAÇÃO DO SEGURO RD EQUIPAMENTOS É FUNDAMENTAL

ANDRÉ MORENO,
DIRETOR REGIONAL SP CENTRO
NORTE DA LOJACORR

e ao comércio. Outra excelente alternativa para vendas massificadas são os canais bancos e concessionárias”, completa Sidney Cezarino, diretor de Seguros Patrimoniais da Tokio Marine.

Para o diretor da Sompo, investir neste tipo de seguro é uma forma de diversificar a carteira de clientes. Também pode ser uma oportunidade de atuar junto a segurados mais maduros do ponto de vista de contratação de produtos de seguros, que demandam diferentes categorias de coberturas. “O corretor pode conquistar o cliente com a oferta do seguro RD Equipamentos e, na sequência, já avaliar a necessidade de coberturas como Patrimonial, Frota, Transporte etc. ou vice-versa. Com isso, o corretor pode exercer seu trabalho de consultoria e fidelizar o cliente com uma estratégia completa voltada a todas as necessidades de cobertura de riscos do cliente”, demonstra.

“Quando somamos todos os tipos de seguros comercializados nesse segmento somamos mais de R\$ 7 bilhões

em prêmios de seguros entre janeiro e novembro de 2022, conforme painel de informações da Susep, o que representou um crescimento de 30% quando comparado a 2021. Já na Lojacorr, houve um crescimento geral de 49,6%, totalizando mais de R\$ 32 milhões distribuídos”, afirma André Moreno.

O especialista da Lojacorr projeta para 2023 que o ramo RD Equipamentos seguirá em alta e mesmo com uma certa retomada econômica, ainda assim as matérias primas estão com o preço elevado e por isso, cada vez mais fazer seguro daquele equipamento é um grande benefício para o cliente e empresas.

O aquecimento do mercado de máquinas e equipamentos, tanto do segmento de construção quanto de agricultura, deve contribuir com o aumento na demanda por esses seguros. “As estimativas da Anfavea indicam que as vendas de máquinas devem fechar o ano de 2022 com recorde de vendas. De janeiro a novembro de 2022, foram comercializadas 35 mil unidades, o que representa alta de 32,1% frente igual período de 2021. Caso se confirme a expectativa da entidade de alcançar 40 mil equipamentos comercializados no ano, após o fechamento dos resultados de dezembro, será um novo recorde do país”, diz Felipe Ribeiro.

O setor de construção apresenta expectativas promissoras para 2023 através da disponibilização de novos planos voltados ao financiamento da casa própria e à retomada de obras paralisadas, o que movimentará a economia no curto prazo, além de investimento em infraestrutura de longo prazo. Já no caso do Agronegócio, esse é um segmento que sempre apresenta

resultados positivos na composição do PIB. “O Valor Bruto da Produção Agropecuária (VBP) de 2022 fechou em R\$ 1,189 trilhão, segundo dados divulgados pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA). O montante é o segundo maior em uma série de 34 anos de cálculo desse indicador. Os produtos que mais se destacaram foram o algodão, café, milho, trigo e leite. O VBP estimado para 2023 é 6,3% maior que o de 2022, podendo atingir R\$ 1,263 trilhão. As lavouras devem ter um aumento real de 8,3%, e a pecuária de 1,9%. Esses dados são indicativos importantes de que o corretor de seguros tem um amplo campo para atender à demanda de clientes desses segmentos”, informa.

Raquel Cerqueira anuncia que corretores e consumidores podem esperar novos investimentos em tecnologia e inovação com objetivo de aprimorar serviços e assistências em todos os nossos produtos, inclusive a proteção para os mais diversos tipos de equipamento, tendo como foco a experiência de excelência com a seguradora.

“Temos uma grande perspectiva de crescimento neste segmento, principalmente, em relação ao produto desenvolvido para Placas Solares, além do setor de construção civil e equipamentos médicos e hospitalares”, indica o diretor da Tokio Marine.

A carteira de seguros de Equipamentos é muito ampla, abrangente, e repleta de oportunidades. “Existem produtos que atendem os mais diversos tipos de equipamentos, desde aqueles que vão apoiar os setores de obras e construção civil, até aqueles utilizados em escritórios ou nas re-

“
NO GERAL, A REGRA É CLARA: SE OS EQUIPAMENTOS UTILIZADOS NAS ATIVIDADES DA EMPRESA OU PESSOA REPRESENTAM ALGUM RISCO, A CONTRATAÇÃO DO SEGURO RD EQUIPAMENTOS É FUNDAMENTAL

ANDRÉ MORENO,
DIRETOR REGIONAL SP CENTRO NORTE DA LOJACORR

sidências, tais como computadores, impressoras etc. Também temos emitidos nas cias nos ramos de Benfeitorias e Penhor Rural os seguros dos equipamentos do setor agrícola. De qualquer maneira, estes produtos são fortemente influenciados pelo cenário econômico, e podemos afirmar que o momento é favorável. O setor de construção civil reviu para cima as projeções de crescimento em 2022, e cresce há sete trimestres consecutivos. Já o agronegócio vem batendo recordes de exportação e é, sem dúvidas, o setor que mais cresce e melhor representa o Brasil lá fora”, reforça André Moreno.

“Nossos corretores podem aproveitar essas oportunidades mapeando em suas carteiras as diversas construtoras, bem como cooperativas, revendas e empreendimentos ligados ao agronegócio”, finaliza.



FELIPE PRADO RIBEIRO, DA SOMPO



RAQUEL CERQUEIRA, DA BRADESCO









SIDNEY CEZARINO, DA TOKIO MARINE

Não importa o tamanho da empresa, ela precisa estar segura!

O Zurich Empresa é o seguro que protege todos os negócios! Destinado às empresas comerciais e de serviços, independentemente do seu segmento ou ramo de atuação, ele conta com diversos benefícios e diferenciais sustentáveis.

Conheça:

-  Coberturas específicas para equipamentos portáteis;
-  Responsabilidade civil específica para o ramo de atuação (inclusive para bares, farmácias, lanchonetes, entre outros);
-  Cobertura opcional de bens ao ar livre;
-  Serviço de assistência básica 24 horas;
-  Consultoria ambiental e projetos sustentáveis;
-  Serviços gratuitos de descarte ecológico de móveis, eletrodomésticos e restos de obras para todos os segurados.

Conte com esse produto em seu portfólio e feche mais negócios!



Escaneie
o código e
saiba mais!





Diversidade & Inclusão

O time de Gente & Gestão é responsável pela coluna "Diversidade e Inclusão" da Revista Corretora do Futuro, com o intuito de falar e discutir temas de equidade, diversidade e oportunidade

METAS E OBJETIVOS PARA 2023

Lojacorr desenvolve calendário de Diversidade & Inclusão 2023 que vem ao encontro dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da ONU



Toda ação começa a partir de um desejo e de uma consciência para solucionar uma causa ou mesmo propor uma transformação.

A Agenda 2030 da Organização das Nações Unidas (ONU), composta por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), visa envolver os países membros num esforço conjunto para buscar assegurar os direitos humanos, acabar com a pobreza, lutar contra a desigualdade e a injustiça, alcançar a igualdade de gênero e o empoderamento de mulheres e meninas, agir contra as mudanças climáticas, bem como enfrentar outros dos maiores desafios de nossos tempos.

Além de entender a importância da nossa organização neste contexto – assim como toda a iniciativa privada, grande detentora do poder econômico, propulsora de inovações e tecnologias, influenciadora e engajadora dos mais diversos públicos (governos, fornecedores, colaboradores e consumidores) na visão do Pacto Global –, desejamos um 2023 com mais paz, boas vibrações, mais justo e com mais equidade.

Desta forma, o time de G&G preparou um anuário que remete aos desejos para 2023, com o intuito de conectar cada mês do ano a um dos objetivos sustentáveis para fomentar o propósito de responsabilidade social e apoiar uma causa maior. Por isso, durante todo o ano lembraremos e conscientizaremos o nosso ecossistema sobre esses objetivos,

ampliando nossas visões, opiniões, repertórios e vivência para nos conectarmos com públicos diferentes e expandir nosso alcance.

O mês de janeiro traz a paz, a visibilidade das pessoas trans e travestis e combate à intolerância religiosa. Já em fevereiro, há uma referência sobre o tema capacitismo. Em março, a abordagem gira em torno das mulheres. Em abril, temos como tema as pessoas neurotípicas. Em maio, o manifesto sobre diversidade global. Junho traz como referência o orgulho LGBTQIA +. Julho é o mês da caridade visando a erradicação da pobreza e fome zero. Já em agosto, será a vez de lembrar sobre raças, etnias e diversidade cultural, com objetivo de reduzir as desigualdades. Em setembro, será tratada a diversidade e o negócio, visando o emprego digno e o crescimento econômico. Outubro é a vez de falar de etarismo e o relacionamento entre gerações. Novembro traz a consciência negra e o poder da diversidade. O último mês do ano é o mês das PCD (pessoas com deficiência).

Nosso objetivo enquanto uma organização que envolve mais de 5 mil pessoas é falar sobre diversidade e inclusão, com o intuito maior de levar informação e conhecimento aos nossos públicos. E a squad de D&I transforma essa responsabilidade em ação fomentando discussões, dando abertura para o acolhimento e para todos, garantindo um lugar que seja ouvido e com espaço para a voz dos nossos pares.

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

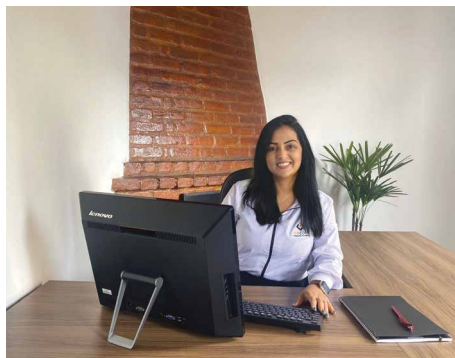
Mousepad
Total em estoque: 30 peças

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

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

CORRETORAS SÃO DESTAQUE COM SEGURO DE VIDA

Produto gera oportunidades para profissionais e atende demanda dos segurados



FERNANDA LUCAS SILVA PEDROSA ASSIS



ALINE COSTA E RONEY CASTRO,
GERENTE DA TOKIO MARINE

Em Minas Gerais, o seguro de vida tem sido o ramo destaque de duas corretoras que fizeram do produto cases de sucesso entre seus segurados. Esse é o caso da Fernanda Lucas Silva Pedrosa Assis, da corretora Topcorr Seguros (Itabirito/ MG). Com vasta experiência no mercado financeiro e maior ênfase no setor bancário, ela sempre buscou a comercialização de produtos que levem aos clientes benefícios como tranquilidade e qualidade de vida e, assim, há 20 anos comercializa seguro de vida e demais ramos.

Segundo a corretora, o seguro de vida vem a cada dia mostrando oportunidade de agregação ao negócio. “É um ramo que vem ganhando muito destaque, principalmente depois da pandemia que vivemos, quando as pessoas sentiram na pele a necessidade de possuí-lo, não só para casos de falecimento, mas para casos também de necessidades agregadas em vida que o produto oferece”, diz.

Desta forma, Fernanda explica que, nos últimos tempos o crescimento tem acontecido de forma um pouco mais natural, pois as pessoas estão mais aculturadas quanto aos benefícios de se ter um seguro de vida. Entretanto, ela afirma que em sua corretora gostam muito de desafios e trabalham

mais firmes e determinados quando estão em campanhas. “Recentemente, tivemos em nossa corretora uma cliente que foi premiada no sorteio da capitalização do vida individual da Zurich com R\$10.000,00”, conta, ressaltando que as campanhas selam o trabalho desenvolvido de proteger os segurados e ainda concorrer a prêmios.

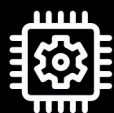
Aline Fernanda Ferreira Costa, da Atual Vip Corretora de Seguros, de Belo Horizonte (MG), atua no mercado segurador desde 2004 em diversas companhias. Em 2013, decidiu abrir sua corretora de seguros, incentivada pelo marido. Há cerca de um ano, começou a se dedicar mais ao seguro de vida e descobriu um mar de oportunidades, além de acumular boas histórias.

Ela conta que a Tokio Marine havia lançado a campanha do Green Day Vida e ela tinha um “débito” pessoal com a seguradora, que a ajudou no processo de aceitação em um cliente de ramos elementares. Foi quando pensou que era uma boa oportunidade de retribuir o apoio recebido anteriormente e passou a trabalhar em prol da campanha pelo seguro de vida.

“Meu trabalho sempre começa três dias antes do grande dia da campanha. Faço um apelo nas redes sociais, informado que está chegando, e que somente neste dia teremos preços ja-

mais vistos e oportunidades imperdíveis. Costumo mostrar meus filhos e enfatizar a importância deles na minha vida, e minha preocupação com o futuro deles. No dia anterior à campanha, faço uma simulação de um seguro de vida com um perfil específico, sugiro algumas coberturas, mostro o valor pequeno mensal da parcela do seguro e comparo com coisas simples que a pessoa gasta no dia a dia. No grande dia, me dedico totalmente ao Green Vida. Além dos clientes que já me chamaram através de vídeos, faço ligações para outros com uma simulação pronta. E é sucesso! A minha meta é ser a 'rainha' do Green! Fui a corretora da Unidade Belo Horizonte que mais produziu, chegando a 19 negócios em um dia”, descreve.

Assim, o crescimento da Atual Vip tem sido muito expressivo, sendo que clientes de outros ramos perguntam quando será o próximo Green Day Vida para que possam indicar parentes. “Um caso que gostaria de destacar foi de um segurado que ofereci o Seguro de Vida. Ele não queria, mas com meus argumentos, que inclusive teria acesso a telemedicina no Einstein. Alguns meses após o seguro vigente ele me ligou, estava com teste positivo de Covid, e a telemedicina o ajudou demais”, acrescenta.



**MÁQUINA DE
VENDAS**

Especialistas de Marketing,
Inbound e Outbound vão te ajudar
a construir uma Máquina de Vendas

Exclusivo para corretores de seguros!



REDE
LOJACORR
Corretoras de Seguros Independentes

LOJACORR MARCA PRESENÇA NOS 10 ANOS DO PRÊMIO LÍDERES

Rede apoia maior premiação multisetorial empresarial do Estado

Apoiado pela Rede Lojacorr, o LIDE Paraná realizou o evento do Prêmio Líderes 2022, no dia 21 de novembro, na Ópera de Arame (Curitiba). A empresa foi representada por Alex Martins, head de Tecnologia, e pela Dra Télia Oliveira Alves, head Jurídico e DPO. O evento celebrou também 10 anos do Prêmio no Estado e foi a maior edição regional até o momento, com mais de 7.200 votos únicos.

Heloisa Garrett, presidente do LIDE Paraná, diz que o reconhecimento dos vencedores é resultado de suas atuações apresentando todo o empreendedorismo paranaense. “Vale posicionar que estamos falando da maior premiação multisetorial empresarial do Estado, realizada anualmente. Inúmeros são os movimentos para que a celebração aconteça, desde o comitê de gestão, autoridades, jornalistas e presidentes de entidades ao indicarem as empresas por categoria de atuação; a segunda etapa que consiste no envolvimento dos paranaenses para votação popular, até a grande celebração que revela os 14 vencedores”, afirma.



“É A MAIOR PREMIAÇÃO MULTISSETORIAL EMPRESARIAL DO ESTADO, REALIZADA ANUALMENTE. INÚMEROS SÃO OS MOVIMENTOS PARA QUE A CELEBRAÇÃO ACONTEÇA, DESDE O COMITÊ DE GESTÃO, AUTORIDADES, JORNALISTAS E PRESIDENTES DE ENTIDADES

FEIRA DE NEGÓCIOS REUNIU 500 FUTUROS CORRETORES



A Escola de Negócios e Seguros (ENS) realizou, no dia 22 de outubro, mais uma edição da Feira de Negócios do Corretor de Seguros. Esse é um benefício exclusivo dos alunos matriculados no Curso para Habilitação de Corretores de Seguros (CHCS). O evento, realizado a partir da Sala do Futuro, em São Paulo (SP), contou com cerca de 500 participantes, que puderam conhecer o funcionamento de empresas e *players* do mercado.

Com transmissão online ao vivo para os alunos inscritos nas turmas 2022 do CHCS, de todas as regiões do País, a Feira foi visualizada por aproximadamente 830 pessoas. A proposta é mostrar aos corretores de seguros em formação o que há de mais relevante e inovador para o desenvolvimento de novos empreendimentos no ecossistema de seguros.

A Rede Lojacorr, maior rede de corre-

tores independentes do Brasil, participou pela terceira vez do curso e contou com a apresentação do Head de Distribuição, Paolo Andrea Bonazzi. Atuante há mais de 24 anos na área comercial, sendo mais de 10 anos focado no mercado segurador, Bonazzi frisou que a participação da Rede foi de extrema importância. “Mostramos que o modelo da Lojacorr ajuda muito o profissional. Uma corretora, quando entra no mercado, precisa de uma série de ações. Além do acesso às seguradoras, é necessário contratar uma ferramenta de cálculos, ter uma gestão de carteira, acompanhar inadimplências, controlar todas as apólices e clientes, cuidar do relacionamento comercial, atender sinistros, fazer prospecção, entre várias outras iniciativas”, explica. Para ele, essas necessidades são facilitadas quando o corretor pode ter toda uma rede de apoio com suporte operacional, contábil, jurídico, educacional, tecnológico e de marketing.



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.



TER EQUITY SIGNIFICA TER POSSÍVEIS GRANDES GANHOS. E É CLARO, COMO TUDO NA VIDA, GRANDES GANHOS SIGNIFICA TAMBÉM TER RISCOS MAIORES

EQUITY: O CONCEITO QUE PODE MUDAR SUA VIDA

Ter participação em uma empresa pode significar, sem tanta glamourização, criar o seu próprio negócio



Este é o primeiro artigo de uma série que pretendo escrever explorando um conceito poderoso: Equity. Passei boa parte da minha carreira como executivo, antes de começar minha jornada empreendedora. Um conceito que conheci há anos, contudo, mudou completamente minha trajetória. Ele tem estado em alta no Brasil nos últimos anos, mas poucas pessoas ainda realmente pensam no conceito de forma prática.

Equity se refere a uma participação acionária em uma empresa. Quando pensamos em carreira, é normal pensarmos no caminho tradicional: entramos em uma grande empresa, mostramos bastante trabalho, e, com o passar do tempo, se entregarmos resultados consistentes, se jogarmos o jogo corporativo com eficiência e se tudo der certo, chegamos a um cargo de diretoria, cheio de mordomias e benefícios.

Contudo, a verdade é que trocar suas horas por dinheiro é apenas um dos caminhos possíveis. E nem de longe o mais lucrativo. É claro, isso pode ser verdade para alguns casos excepcionais como estrelas do esporte ou artistas muito famosos. Outras profissões também podem ter profissionais que cobram bastante caro por sua hora. Contudo, mesmo nesses casos, os ganhos ainda estarão diretamente ligados ao número de horas investidas.

O caminho do Equity é para aqueles que querem descolar as horas trabalhadas dos ganhos. Uma das melhores formas de fazer isso é ter participação em uma empresa, o que pode significar, no fim das contas, sem tanta glamourização, criar o seu próprio negócio.

Minha trajetória segue este padrão: por anos troquei horas por dinheiro. Nada de errado com

isso: é uma forma de começar. Contudo, com o passar dos anos, procurei formas de alavancar minha carreira, e ter possíveis ganhos para além das horas de trabalho. Aí entram iniciativas como virar sócio e acionista de empresas como a ISH e a AAA Inovação, e de virar investidor anjo em dezenas de outras.

Simplesmente possuir participação em uma empresa não garante nada, é claro. Isso pode significar, em alguns casos, receber participação nos lucros da companhia. Contudo, essa não é a única opção. Muitas pessoas têm participação em empresas não apenas olhando o eventual potencial de receber dividendos, por exemplo, mas sim buscando ganhos potenciais extraordinários em eventos de liquidez: futuras rodadas de investimento, venda da empresa, IPOs, e assim por diante.

Ter equity significa ter possíveis grandes ganhos. E é claro, como tudo na vida, grandes ganhos significa também ter riscos maiores. Ter equity não é brincadeira e requer esforço e estudo para que seu investimento, seja de dinheiro ou de tempo, realmente faça sentido.

Nos últimos anos, a palavra entrou na moda aqui no Brasil e, como tudo que entra na moda, atraiu muitos aventureiros, atraídos pela possibilidade de ganhar dinheiro fácil. Isso não está nem perto de ser verdade no mundo do equity.

Equity não é um investimento para ganhos rápidos. Tem muito mais a ver com uma visão de longo prazo de construção de coisas. Como tudo na vida, é necessário trabalho duro, se sentir confortável com o risco e uma pitada de sorte.



Isabel Vieira

} Advogada corporativa graduada em Direito, com pós-graduação em Gestão Tributária e em Direito Civil com ênfase em Direito Processual Civil. Possui ampla experiência nas áreas de Direito Empresarial, societário e contratual. Integrante do time jurídico e Governance Officer da Lojacorr.

POR QUE FAZER UM ACORDO DE SÓCIOS?

É um documento que pode ser usado como prova do acordo realizado, da manifestação expressa da vontade das partes em relação a determinado assunto.



MUITAS SITUAÇÕES DIZEM RESPEITO AOS SÓCIOS, ENTÃO NÃO É VIÁVEL INCLUIR NO CONTRATO/ ESTATUTO SOCIAL, SENDO MAIS VANTAJOSO FIRMAR 'ACORDO DE SÓCIOS', 'ACORDO DE COTISTAS' OU 'ACORDO DE ACIONISTAS'

Quando se opta por formar uma sociedade, alguns pontos obrigatoriamente devem ser incluídos no contrato social/estatuto social, tais como: objeto da sociedade, endereço, quem é o administrador (representante da empresa), quem é o responsável técnico (quando aplicado), capital social, hipóteses de retirada de sócio, dentre outros.

No entanto, o que notamos é que no cotidiano do empresário, muitas situações ocorrem e não estão regulamentadas pelo documento societário.

Por exemplo: se o sócio vier a falecer, os herdeiros têm direito a ingressar na sociedade ou só recebem o valor proporcional à parte do sócio falecido? E se um dos sócios tiver uma doença incapacitante, temporária ou permanente, permanecerá no quadro societário? Nos casos em que há atuação comercial ou prestação de serviços, a 'carteira de clientes' é de responsabilidade de quem? Se o sócio sair, leva consigo a carteira que construiu? E se o sócio falecer, seus herdeiros passarão a ser os responsáveis pela carteira?

No caso de danos a terceiros, o administrador responde individualmente ou é possível incluir os demais sócios, na proporção de sua participação societária ou na proporção da influência no dano (seja por ação ou omissão).

Como muitas dessas situações dizem respeito somente ao relacionamento entre sócios, sendo questões particulares inclusive, não é necessário nem viável incluir no Contrato/Estatuto Social, sendo mais vantajoso firmar o documento chamado de 'Acordo de Sócios', 'Acordo de Cotistas' ou 'Acordo de Acionistas'.

Esse Acordo será um documento particular, onde os sócios sentam, discutem hipóteses e decidem como proceder em cada caso. Apesar de particular (não sendo aplicável a terceiros, portanto), é um documento que pode ser usado como prova do acordo realizado, da manifestação expressa da vontade das partes em relação a determinado assunto.

Imprescindível a participação e orientação de um advogado, para conduzir as negociações e verificar se as decisões respeitam as leis e demais normas aplicáveis ao negócio, bem como para formalizar o documento da maneira correta, para evitar que o Acordo venha a ter sua validade questionada.

Portanto, independentemente do tamanho e da natureza da sociedade (se é limitada, sociedade anônima ou outra), se é empresa familiar ou não, realizado de forma correta, o Acordo de Sócios é uma ferramenta que traz segurança e previsibilidade às relações entre sócios, especialmente no que diz respeito às responsabilidades e sucessões.



CHUBB®

O risco está na essência
de todo negócio.
Como você lida com ele
é que faz toda a diferença.

Conte com a proteção da maior seguradora de propriedade
e de responsabilidade civil de capital aberto do mundo.

Propriedade

Linhas Financeiras

Responsabilidade Civil

Ambiental

Garantia

Residencial

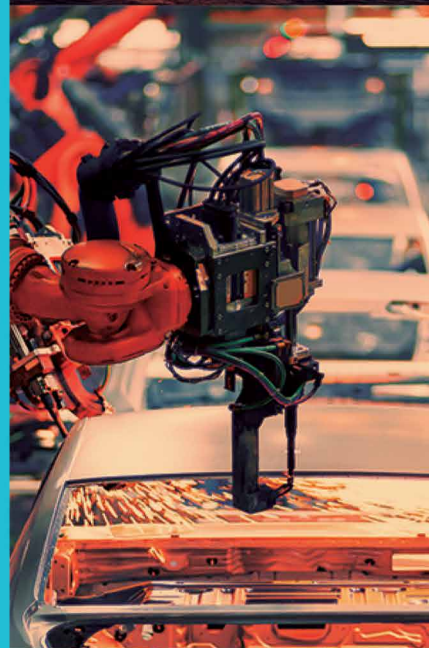
Transporte

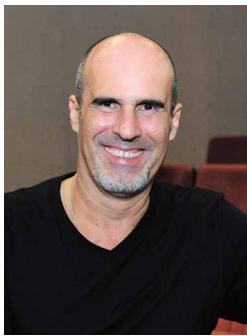
RC Eventos e Indústria

PME

Seja qual for a necessidade de sua empresa,
estamos prontos para oferecer a melhor solução.

Para saber mais, acesse:
chubb.com/br-pt





Daniel Castello

} Diretor de Transformação Digital (Chief Digital Officer - CDO) da Rede Lojacorr.

} Consultor, palestrante, escritor e mentor nas áreas de Estratégia, Transformação Digital e Gestão de Pessoas, com mais de 30 anos de experiência. Liderou dezenas de projetos de transformação no Brasil e no exterior, em empresas como Abbott, Syngenta, Campari, Santander, Mercedes-Benz, Unicred, Mapfre e Telefônica. É Mentor Endeavor desde 2009, premiado como Mentor de Alto Impacto Endeavor 2016.



ESTE PROCESSO DE DIGITALIZAÇÃO DOS SETORES DA ECONOMIA E DE SEUS MECANISMOS AINDA NÃO TERMINOU. AINDA VAMOS PASSAR MUITO TEMPO DESCOBRINDO COMO TORNAR MAIS RÁPIDO, MAIS FÁCIL E MAIS BARATO TRANSACIONAR USANDO AS TECNOLOGIAS DIGITAIS. MUITOS SALTOS AINDA VIRÃO

O FUTURO ESTÁ NA COOPERAÇÃO EM REDE

O valor de uma comunidade está na sua capacidade de gerar efeitos de rede

A primeira grande onda da Internet foi a de mídia. A segunda grande onda foi a do e-commerce. A terceira grande onda foi a das redes sociais, alavancada pelos smartphones.

Cada grande onda foi incorporando mais e mais mecanismos que foram caindo no gosto do consumidor, e os vários setores da economia foram sendo transformados ao longo deste processo.

Este processo de digitalização dos setores da economia e de seus mecanismos ainda não terminou. Ainda vamos passar muito tempo descobrindo como tornar mais rápido, mais fácil e mais barato transacionar usando as tecnologias digitais. Muitos saltos ainda virão.

Na minha visão, um dos grandes saltos que ainda assistiremos é na evolução das dinâmicas cooperativas. Já existem vários bons exemplos – empresas como Airbnb, Wikipedia, TripAdvisor, Spotify e a Lojacorr – geram muito valor para seus clientes a partir dos mecanismos de cooperação.

Queria explorar com você algumas das formas como esta geração de valor acontece, para podermos evoluir juntos nesta direção:

1. Construção coletiva

No universo gamer, que é um dos exemplos mais legais de se observar quando falamos em cooperação, é muito comum que os membros da comunidade possam construir, junto com os designers do jogo, os cenários, as aparências dos jogadores, ferramentas de trabalho, armas, roupas. Estes objetos construídos pelos jogadores ampliam as possibilidades do jogo original de uma forma que engaja os jogadores de forma profunda. Se o universo gamer é longe de você, pense no Spotify – você já criou playlists? Eu adoro criar playlists de festa. Eu e minha namorada curtimos fazer isto, damos as playlists de presentes para amigos e eu adoro quando um amigo me presenteia com uma playlist criada por ele ou ela. Veja que as músicas muitas vezes são as que estou acostumado a

ouvir, mas a sequência e o clima que ela gera são o presente real, a contribuição pessoal da pessoa à comunidade.

2. Recomendações

Já se sentiu perdido com as milhões de possibilidades que a Internet coloca na sua frente? Já ficou rolando o menu do Netflix horas vendo centenas de filmes disponíveis, sem conseguir escolher nenhum, ou eventualmente escolhendo e se arrependendo 10 minutos depois? Pois é. Eu também. Explorar o novo é difícil. Muitas vezes nós não sabemos nem que critérios usar para escolher algo. Não é uma questão de decidir, é uma questão de não saber que insumos usar para tomar a decisão. Recomendações de quem sabe mais que nós sobre um tema são fundamentais para nos ajudar a explorar o novo. É claro que isto cria um problema novo que é o de como decidir em quem confiar! Problemas novos, soluções novas. Eu adoro usar o IMDb para me ajudar a escolher filmes novos para ver. Eles usam uma mistura de críticos especialistas e opiniões do público que é muito legal. Me ajuda bastante.

3. Troca de conhecimento e feedback

Estamos todos atolados de informação, bombardeados o tempo todo. É muito difícil saber o que é relevante e correto e qualquer pessoa suficientemente esclarecida passará muito mais parte do seu tempo imersa em dúvidas muito mais que em certezas. Fazer parte de uma comunidade de especialistas, pessoas com conhecimento e experiência relevante, nos ajuda a filtrar o joio do trigo para nos movermos com mais segurança.

Estes são exemplos simples (existem outros muito sofisticados) do poder da tecnologia de criar e fortalecer conexões humanas, gerando confiança e estabilidade para fazer negócios. Estes são alguns dos princípios que nos orientam aqui na Lojacorr. E que dirigem nossos investimentos em tecnologia.

Vamos construir o futuro juntos?

UM NOVO SEGURO VIAGEM QUE RESOLVE

Tokio Marine lança produto para viagens internacionais









Com o mercado de viagens reaquecido, a Tokio Marine lançou o Seguro Viagem focado em viagens internacionais. É um produto 100% digital e com contratação simples e rápida - o que é benéfico tanto para seu cliente quanto para você, corretor.

Independente do motivo da viagem, seja turismo ou negócios, é fundamental contar com tranquilidade e segurança na hora de viajar, evitando imprevistos pessoais e financeiros.

O Seguro Viagem Tokio Marine oferece uma ampla rede credenciada de hospitais, telemedicina 24h, cobertura para Covid-19, reembolso de despesas médicas, odontológicas e farmacêuticas, além de atendimento via Whatsapp ou telefônico em português. São três pacotes disponíveis, pensados para oferecer coberturas e assistências que cabem no bolso do consumidor.

O produto está disponível para venda através de todos os corretores da Tokio Marine. O corretor pode inserir o link do cotador em seu site e mídias sociais, facilitando o processo de contratação e divulgação do produto.

Benefícios:

-  Ampla rede credenciada de hospitais
-  Telemedicina 24h
-  Cobertura para Covid-19
-  Cobertura para extravio ou atraso de bagagem
-  Reembolso de despesas médicas, odontológicas e farmacêuticas
-  Cobertura para cancelamento ou interrupção de viagem, indenização para invalidez permanente total ou parcial por acidente.

NA HORA DE VIAJAR, OFEREÇA O SEGURO VIAGEM QUE RESOLVE.

BRASILEIRO DEVE POUPAR MAIS EM 2023

Consórcios cresceram em 2022 e seguem em alta para este novo ano



Em 2022, a procura por consórcio registrou alta no mercado. Segundo especialistas, um dos principais motivos, além da facilidade, foi a busca pelo planejamento financeiro antecipado que está cada vez mais presente na população devido à realidade econômica. Além disso, com os juros altos e poucos créditos disponibilizados, a modalidade ganhou força. Dados da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (ABAC) mostram que, somente no primeiro semestre de 2022, o consórcio alcançou o maior volume de vendas dos últimos 10 anos, somando 1,85 milhão de cotas.

A associação informou ainda que a venda de novas cotas, entre janeiro e novembro do último ano, apresentou alta de 14,5%, em relação ao mesmo período de 2021. Portanto, de 2005 a 2022, conforme dados da ABAC, o crescimento do mercado de consórcios foi de 225%. O mesmo aumento foi notado na Lojacorr Consórcios, maior rede de Corretoras de Seguros independentes do Brasil e sócia da BR Consórcios, que fechou 2022 com R\$ 40,3 milhões em produção.

Para Mauro Alvim, gerente Regional Norte, Nordeste e Centro-Sudeste da Lojacorr Consórcios, a instabilidade da economia, juros altos e a infla-

ção estão sendo fatores que impulsionam o sistema de consórcio para quem deseja poupar e adquirir bens. “Como o consórcio não possui juros - apenas Administração no período - trata-se de uma ótima alternativa para as pessoas realizarem seus sonhos de forma programada e, assim, o corretor fortalece seu mix de produtos para atender o cliente final, com mais esta possibilidade de manter o poder de compra da população”, explica.

Dayane Crepaldi Barroso Silva, gerente regional São Paulo, SP Centro-Norte e região Sul da Lojacorr Consórcios, também defende que os benefícios do sistema de consórcios são muitos. “Além de ser bastante democrático e acessível, atualmente, permite um leque de opções. Desde a aquisição variada de itens, compra de imóvel (comercial, residencial e rural), automóvel (novos e seminovos), até a realização de reformas, viagens, festas, cirurgia plástica, tratamento dentário, cursos e outros”, explica. Para ela, essa união de forças e experiências propicia a ampliação do portfólio de produtos. “Aprimora a gestão da força de vendas, aumenta a velocidade na formação de grupos, entre outros benefícios consideráveis para a pessoa e para o mercado”, finaliza.

SOBRE A MODALIDADE DE CONSÓRCIO

O consórcio é uma modalidade de compra baseada na união de pessoas - físicas ou jurídicas - em grupos, com a finalidade de formar uma poupança coletiva para a aquisição de bens móveis, imóveis ou serviços. A formação desses grupos é feita por uma administradora de consórcios, autorizada e fiscalizada pelo Banco Central do Brasil. Sobre o perfil de clientes, segundo análises, as pessoas solteiras buscam mais o consórcio de automóveis, enquanto as pessoas casadas procuram mais o consórcio de imóveis. Apesar das pessoas físicas ainda serem predominantes, empresas e empresários estão investindo mais em conquistas e se planejando para futuras aquisições.

Na Lojacorr, o corretor que desejar mais informações pode contar com Dayane Crepaldi Barroso Silva, gerente regional Centro-Norte e Sul, pelo fone 43 9986-7690, e Mauro Alvim, gerente Regional Norte, Nordeste e Centro-Sudeste, em 41 9136-4003.

Ofereça mais segurança e proteção para seus clientes.

Conheça o PME FLEX
e o PME GLOBAL
da MetLife.



A **MetLife** tem a solidez de mais de **150 anos de tradição** e é a **seguradora líder** na América Latina em seguro de vida.

Temos as melhores soluções para **empresas de qualquer tamanho**, a partir de dois funcionários, e também em planos individuais. E fornecemos todo o apoio que você precisa para **incrementar seus negócios e suas vendas**.

| + de **37 mil** clientes empresariais.

| + de **5,5 milhões** de vidas protegidas no Brasil.

| Portal de **cotação 100% online** e 75% das propostas aprovadas em até 24 horas.

| Plataforma de **apoio à venda**.

Acesse



e saiba mais.



Seguro é Vida.
E seguro de vida é MetLife.

BOAS-VINDAS ÀS MAIS DE 100 CORRETORAS QUE INGRESSARAM NA REDE LOJACORR NO ÚLTIMO TRIMESTRE

Mês a mês, mais integrantes chegam à Rede Lojacorr. No período de outubro, novembro e dezembro de 2022 foram registradas 112 novas corretoras de seguros. Confira a lista das empresas e profissionais que passam a integrar nosso ecossistema!

OUTUBRO



Helen Mota Corretora de Seguros
Unidade Presidente Prudente
José Carlos Teixeira da Mota



Monseguir Corretora de Seguros
Unidade Porto Alegre
Marcos Juliano Monroy



Milton C. I. Bussolin Corretora de Seguros
Unidade Maringá
Milton Bussolin



Seguramos Corretora de Seguros
Unidade Pará/Amapá
Lyender Klaus



Shop-Plan Serviços e Representações Comerciais
Unidade Zona Oeste SP
Cesar Alves



D C Verdan Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Débora Silva Cabral Verdan

Freeflag Consultoria e Corretagem de Seguros
Unidade Belo Horizonte

Caio Henrique Assunção Antunes



Castelli Marques Consultoria e Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Renata Castelli



Monallysa Castro de Assis Morais
Unidade Ceará
Monallysa Castro

Mavecor Corretora de Seguros
Unidade Pará/Amapá

Everaldo Alho



RDGMacedo Corretagem de Seguros e Educação Financeira
Unidade Vale do Paraíba
Rodrigo de Macedo



Aron Seguros e Saúde
Unidade Rio de Janeiro
Débora Mercante



Protetto Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Ana Paula Pereira Damaceno



Bom Negócio Corretora de Seguros
Unidade Centro São Paulo
Jorge Pereira



Souza Fraga Turismo e Seguros
Unidade Vale do Aço MG
André Vasconcelos Ferreira



Lolinho Corretora de Seguros
Unidade Campinas
Ricardo Possa



Mongeroti e Viviani Corretora de Seguros
Unidade Araçatuba
Geison da Silva Mongeroti



AK8 Consultoria e Corretora de Seguros
Unidade Centro São Paulo
Adalber Kupcinkas Alencar



Bruno de Oliveira Von-Held
Administradora e Corretora de Seguros

Unidade Rio de Janeiro

Bruno de Oliveira Von-Held



MD Corretora de Seguro e Benefícios

Unidade Campos Gerais

Fernando Rinaldi Dilger



Araújo e Soares
Consultoria e Corretagem de Seguros

Unidade Rio de Janeiro

Elen Soares



Santo Seguro Corretagem de Seguros

Unidade Belo Horizonte

Jardel Lopes Silveira do Carmo e Leonardo Alves Teodoro



Amanda da Costa
Corretagem de Seguro

Unidade Centro São Paulo

Franklin Douglas da Costa



Arthur Gomes Passos da Silva
Corretagem de Seguro de Vida

Unidade Centro São Paulo

Arthur Passos



AJ Magalhães
Corretora Seguros

Unidade Maringá

Alessandro José Magalhães



Marcelo José Marcelino
Representação Comercial

Unidade Presidente Prudente

Marcelo José Marcelino

NOVEMBRO



Tamandaré Seguros

Unidade Espírito Santo

Mayko Julião



Conforto Corretora de Seguros

Unidade Maringá

Frank Conforto Da Costa



Meletti e Ferreira
3 Administração e Corretagem de Seguros

Unidade Guarulhos

Marcio Amorim Meletti



Vida Segura
Consultoria e Proteção Financeira

Unidade Ribeirão Preto

Gustavo Cornachione



Ticiano Furini
Corretora de Seguros

Unidade Sudoeste Paraná

Andreia e Ticiano Furini



Makarios Corretora de Seguros

Unidade Maranhão

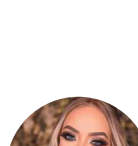
Paulo Anderson Nascimento Silva



Bluelife Corretora de Seguros

Unidade Curitiba

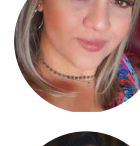
Themys Cristina Lazaro Zardo



J.M. Riotto

Unidade Leste/SP

João Mauricio Riotto



JMP Corretora de Seguros

Unidade Rio de Janeiro

Idila Luma de Oliveira Amancio



Axem Corretora de Seguros

Unidade Curitiba

Diego Hernandes Alarcon,
Anna Caroline Witkowski
e Giuliano Wagner Antunes Brotto



Tainara Cavalli
Corretora de Seguros

Unidade Maringá

Tainara Cavalli



Argolo Consultoria e Corretora de Seguros

Unidade Brasília

Roseli da Silva Argolo



All Risks Seguros e Serviços

Unidade Leste/SP

Ana Paula de Sousa



Marcus Paulo Ferreira Gonçalves
Ferreira & Lopez Administradora e Corretora de Seguros de Vida

Unidade Belo Horizonte

Marcus Paulo Ferreira Gonçalves



Geller Corretora de Seguros

Unidade Curitiba

Claudia Geller Bandeira



Doris Gusmão Maciel
Intermediação e Corretagem de Seguros

Unidade Brasília

Doris Gusmão Maciel



WS Corretora de Seguros

Unidade Brasília

Wagner Sousa



ZW Corretora de Seguros

Unidade Presidente Prudente

Zitto da Costa
e Wellington de Oliveira



J & G Corretora de Seguros, Crédito e Investimentos

Unidade Porto Alegre

Jonathan e Dilma Dalsotto Barbacovi

Eagle Corretora de Seguros

Unidade Oeste do Paraná

Paulo Cezar Meirelles



C.Digital Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Glauco Freitas dos Santos



VR Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Valeria Beatriz Silva de Andrade Ramos



Iotex Corretora de Seguros
Unidade Rio de Janeiro
Rafael Machado

Leda Administradora e Corretora de Seguros

Unidade Paraíba
Leda Betânia



Cynthia Guimarães Planejamento Financeiro
Unidade Belo Horizonte
Cynthia Guimarães



JM Administradora e Corretora de Seguros
Unidade Salvador
Joelma Ribeiro de Souza Medeiros



Luciano Soares Ferreira Corretagem de Seguros
Unidade Guarulhos
Luciano Soares Ferreira



Ulibi Corretora e Assessoria de Seguros
Unidade Campinas
Cleuza dos Santos



W2M Corretora de Seguros
Unidade Triângulo Mineiro
Washington Mendonça de Melo



Tauana Melo da Silva
Unidade Pernambuco
Tauana Melo da Silva



Fortuneseg Corretora de Seguros
Unidade Porto Alegre
Caio César Silveira da Cunha



Agro Seguros Operadora e Corretora de Seguros
Unidade Brasília
Charles Alves da Costa Junior

Benvenuti Corretora de Seguros e Administração de Bens

Unidade Campos Gerais
Rodolpho Benvenuti Lima

DEZEMBRO



Rodrigo Xavier Corretora de Seguros
Unidade Centro São Paulo
Rodrigo Xavier de Oliveira



D&D Corretora de Seguros e Administração de Planos de Saúde e Previdência Privada
Unidade Centro São Paulo
Douglas Eduardo Orbetelli Caram



ADK Corretora de Seguros
Unidade Curitiba Água Verde
Silvana Libonati



Agilis Corretora de Seguros
Unidade Vale do Aço MG
Geraldo Magela de Sousa



Solução Corretora de Seguros
Unidade Bauru
Raquel Gazola



Regina Ferri da Silva Corretora de Seguros
Unidade Maringá
Sergio Ferreira da Silva



Santos Silveira Consultoria e Corretora de Seguros de Vida
Unidade Centro São Paulo
Emanuelle Silveira



Conseg Agência Corretora de Seguros
Unidade Campinas
Luis Henrique Nunes Bosing de Souza



Teixeira Corretora de Seguros
Unidade Campos Gerais
Joab Tomaz Teixeira



Tarcísio & Filho Corretora de Seguro
Unidade Pernambuco
Tarcísio Amorim



Fulgido Corretora de Seguros
Unidade Curitiba Água Verde
Eric Moreno



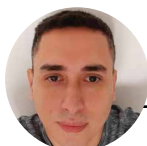
Bravix Mobile Administradora e Corretora de Seguros
Unidade Espírito Santo
Marcelo Ferreira e Gilmar Ribeiro



Believe Corretora de Seguros
Unidade Curitiba Água Verde
Jocilene Silva (Jusse)



Bella Corretora de Seguros
Unidade Vale do Aço MG
Camilo Evangelista Lelis



Chame Administração e Corretagem de Seguros

Unidade Rio de Janeiro

Marco Aurélio Brandão



Villa Seg Corretora de Seguros

Unidade Londrina

Ricardo e Eduardo Góes de Macedo



Lima Corretora de Seguros

Unidade Espírito Santo

Francilene Lima



S. de Almeida e Silva Corretagem de Seguros de Vida

Unidade Ribeirão Preto

Camilo Seixas



Ferreira e Rodrigues Serviços

Unidade Vale do Aço MG

Callyco Rodrigo Ferreira Rodrigues



Top Ouro Administradora e Corretora de Seguros

Unidade Vale do Paraíba

Sarah Guimaraes Barbedo Mira



Labormax Consultoria e Corretagem de Seguros

Unidade Vale do Paraíba

Adriano Camargo Nunes



Panther's Corretora de Seguros

Unidade Zona Oeste SP

Camila das Mercês Oliveira e Cristiane Batista dos Reis Spada



Martins e Coelho Corretora de Seguros

Unidade Londrina

João Reinaldo Martins Coelho Júnior

Najle Corretora de Seguros de Vida

Unidade Londrina

Yone Najle de Oliveira da Luz



Carlos E.D. Rodrigues Corretora de Seguros

Unidade Zona Oeste SP

Carlos E.D. Rodrigues (Kadu)

Vitória Seguros

Unidade Oeste do Paraná

Luiz Fernando Dall Oglio Vianna



Gontijo Planejamento Financeiro e Corretagem de Seguros

Unidade Belo Horizonte

Karine Santos Gontijo

Enseada Corretora de Seguros

Unidade Centro São Paulo

Rafael Carvalho



Upgrade Consultoria Imobiliária e Seguros

Unidade Rio de Janeiro

Luiz Augusto Guedes Pinto



Stegi Corretora de Seguros e Certificação Digital

Unidade Campinas

Clair Jose De Paula



Cardoso Corretora de Seguros, Consultoria e Corretora de Café

Unidade Espírito Santo

Anderson Tristão e Gisele Tristão

Ilacqua Informações Cadastrais

Unidade Leste/SP

Lilian Ilacqua



Deltacorr Intermediação de Negócios

Unidade Noroeste do Rio Grande do Sul

Washington Luis Silveira Ferreira da Silva

Tek Seguros

Unidade Oeste do Paraná

Alexandre



Progressive Corretora de Seguros

Unidade Ceará

Ricardo Cabral Nascimento



APF Seguros

Unidade Curitiba Água Verde

Ana Paula Frega



Inov9 Corretora de Seguros

Unidade Vale do Aço MG

Marlon Rodrigues Araújo



Juliane Oliveira Consultoria e Corretora de Seguros

Unidade Campinas

Juliane Oliveira



Fortis Corretora dRee Seguros

Unidade Espírito Santo

Abílio Junior



Wagner Tomé do Nascimento Corretora de Seguros

Unidade Maringá

Wagner Tomé do Nascimento



FX Corretora de Seguros

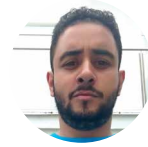
Unidade Sudoeste Paraná

Francisco Xavier da Cruz

Paulo Henrique Cunha Corretora de Seguros

Unidade Triângulo Mineiro

Paulo Henrique Cunha



L. G. Cardozo Corretora de Seguros

Unidade Zona Oeste SP

Leandro G. Cardozo

ERRATA

Na edição passada noticiamos a entrada da Marcos A. L. Rodrigues Corretora de Seguros, Unidade São José do Rio Preto, gerida por **Marcos Antônio Lopes Rodrigues**. No entanto, a foto publicada não era a dele, corrigimos agora com a certa e pedimos desculpas pelo erro.





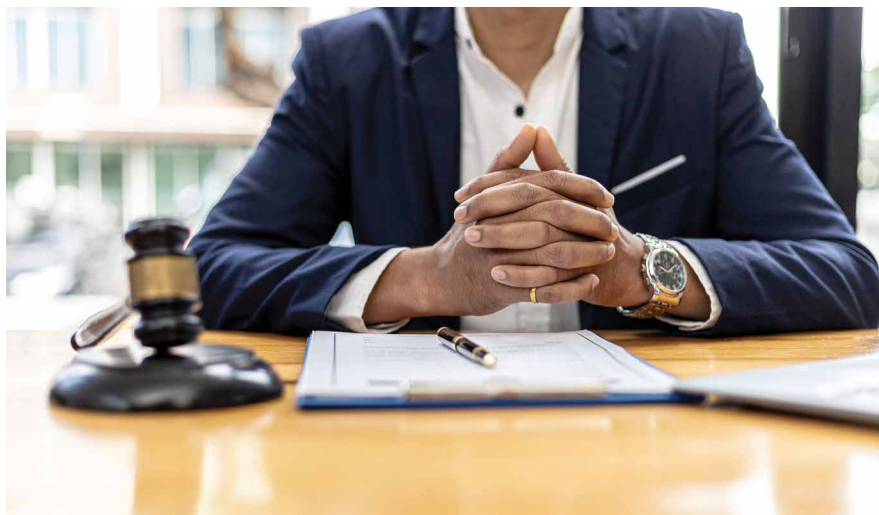
**Robson Luiz Schiestl
Silveira**

OAB/PR 56.763

} Especialista em Direito de Seguros, sócio do escritório Robson Silveira Advogados.

FUTUROS POSSÍVEIS PARA O DIREITO DE SEGUROS

Breves considerações sobre o aniversário
de 20 anos do Código Civil



NESSE CONTEXTO, O PAPEL DO CORRETOR DE SEGUROS É FUNDAMENTAL. SUA MISSÃO DE PROTEGER OS SEUS CLIENTES, DE FORMA AMPLA E COMPLETA, ATÉ PARA NÃO INCORRER EM OMISSÕES E NA RESPONSABILIZAÇÃO CIVIL DELAS DECORRENTES, ESTÁ DIRETAMENTE RELACIONADA A ESSES POSSÍVEIS FUTUROS DO DIREITO DE SEGUROS

O Código Civil está completando 20 anos – entrou em vigor em 10 de janeiro de 2003 – e nesse momento cabe fazermos uma reflexão sobre os próximos passos do direito de seguros. Essa área do conhecimento jurídico é igualmente nova, e tem significativa importância para o desenvolvimento do setor de seguros, notadamente para os corretores de seguros, a quem a Resolução 382/2020 do CNSP atribuiu extenso rol de práticas de conduta que garantam o provimento efetivo de informações, assim como o aconselhamento e orientações contratuais aos segurados.

A atual codificação representou uma importante evolução para o setor, mas a sua aplicação para o futuro dependerá de uma análise mais sofisticada, com um viés transversal e interdisciplinar, dos temas relacionados à regulação do mercado, que por sua vez vêm sofrendo intensa normatização nos últimos anos pelo CNSP e pela SUSEP, com o estabelecimento de importantes marcos regulatórios, a exemplo das Circulares SUSEP 621/2021 e 642/2021.

Dentro desta perspectiva, o direito de seguros precisará ser interpretado,

cada vez mais, a partir da análise do direito privado, em especial das normas de defesa do consumidor (CDC) e da recente Lei de Liberdade Econômica (Lei n.º 13.874/2019); do direito público, considerando a existência de um amplo campo de direito administrativo; além de uma perspectiva extra sistemática, baseada na necessidade de conferir sustentabilidade econômica ao sistema, por meio da aplicação da ciência atuarial, de princípios econômicos e sobretudo das regras de compliance e gestão, o que exigirá, cada vez mais, que todo o mercado de seguros se aperfeiçoe e se profissionalize.

Nesse contexto, o papel do corretor de seguros é fundamental. Sua missão de proteger os seus clientes, de forma ampla e completa, até para não incorrer em omissões e na responsabilização civil delas decorrentes, está diretamente relacionada a esses possíveis futuros do direito de seguros, pois a proteção que se busca por meio das garantias securitárias, é alcançado por meio do domínio deste conjunto de elementos de natureza técnica e jurídica, que são cada vez mais indissociáveis das suas atividades profissionais.

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](#)



bradesco
seguros

Com Você. Sempre.

Especialização que **ABRE PORTAS** e **GERA RELACIONAMENTO**

Com o foco em seguro de motos, corretor faz amizades e parcerias, expandindo também para outros ramos

O corretor de seguros Carlos Paiva, da WP3 Corretora de Seguros (Unidade Porto Alegre), entrou em seguros por um nicho do mercado. Ele começou sua vida profissional em 1980 no mercado bancário e nesse período a experiência com o setor de seguros era negativa, pois a proteção era colocada como venda casada com as operações que os clientes necessitavam. Em 1990 iniciou em uma nova atividade, como vendedor em concessionárias de motos. E foi lá que acabou sendo fisgado pelo mercado de seguros.

“Um cliente chamado Jair Corrêa dos Santos comprou uma moto para seu filho, e perguntou se fazíamos seguro. Eu disse que não, e então disse que buscaria um corretor para o atender. A contratação do seguro me deixou com uma pulga atrás da orelha, por curiosidade e vontade de agregar aos meus clientes. Dias depois chegou à loja um preposto do corretor que havia feito o seguro da moto para me entregar um cheque correspondente à comissão da venda do seguro. Ali nasceu em mim um corretor de seguros”, conta, apontando que este preposto se tornou um grande amigo, o Paulo Kim (Paulinho). “Comecei a fazer minha clientela de seguros, como preposto na mesma corretora do Paulinho, que era onde Jair também trabalhava. Dois anos depois resolvi dar uma guinada na minha vida e me dedicar inteiramente ao ramo de seguros”.

No mercado de seguros ele se encontrou. Em 2007 ele estudou e se habilitou corretor de seguros pleno. “Trabalhar com seguros me fez unir o útil ao agradável, cerca de 60% da minha clientela hoje é oriunda da moto: um indica para o outro e hoje sou conhecido no Rio Grande do Sul pelo seguro de moto”.

“Em 2009, o Jair, aquele que comprou a moto para o filho, mudaria minha vida novamente, me convidando para vir para a Lojacorr, para onde ele já havia ido após sair da corretora. Ele tentou durante meses me convencer, sempre com o mesmo argumento: você vai ver como vai ficar mais fácil de trabalhar. Quando decidi ir, já estava convencido que iria ficar na Lojacorr e ingressei na rede em março de 2010 com a minha corretora, a WP3 Corretora de Seguros.

Ao entrar na Lojacorr, ele percebeu “um novo conceito de trabalhar e viver esse mundo do seguro”. “Abria-se uma nova e enorme porta, com um sistema operacional que me possibilitaria sair para prospectar sem me preocupar com a minha retaguarda e teria o respaldo de uma grande equipe bem treinada e atenta a todos os detalhes do nosso dia a dia. Não conseguiria trabalhar hoje, com minha carteira de clientes, sem ter no mínimo mais três funcionários para



O ESPECIALISTA EM SEGUROS PARA MOTOS, CARLOS PAIVA



A EQUIPE FAMILIAR COM A NETA DE CARLOS PAIVA, OLÍVIA
“RAZÃO DE TODA ESSA UNIÃO”

dar conta do que a Lojacorr faz por nós”. Ele é enfático: “A Lojacorr foi a mola propulsora para crescermos”.

Na WP3 Corretora de Seguros trabalham Carlos Paiva, a esposa Marta, a filha única de 36 anos, Nathalia, e o genro Alexandre. “Minha filha é minha sócia, mas trabalha também em outra atividade, então me ajuda com gestão e ações de marketing. Minha esposa atua no administrativo e financeiro, e meu genro é meu braço direito no comercial”. Carlos Paiva conta que o genro também está entrosado no público de motos, mas a ideia é que ele explore novos nichos, para diversificar a carteira. “Ele é de São Paulo e tem muitos contatos na capital paulista, ele e minha filha moraram lá por seis anos antes de virem para cá. Tenho um imenso prazer e orgulho da minha família trabalhar neste ramo e já estar se preparando para um futuro próspero e seguro”, finaliza.



Dirceu Tieg

Presidente (CEO - Chief Executive Officer) da Rede Lojacorr

Possui mais de 20 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, Operações. Diretor responsável em entidades como Sindicato das seguradoras PR e RJ, ANS, Susep e na Federação das Seguradoras. Administrador, 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.

TENDÊNCIAS PARA 2023

O que podemos esperar deste novo ano, segundo o mercado?

Os indicadores econômicos para o ano que iniciamos, tendo como fonte as projeções do mercado financeiro, indicam pressão potencial sobre a inflação internacional mais alta, endividamento público, conflitos geopolíticos como a guerra no leste europeu e bancos centrais mais duros com taxas de juros elevadas.

Recessão na economia da Europa e norte americana, países emergentes como China crescem, mas menos que a média dos últimos anos, juros elevados e preços na cadeia produtiva voltando a normalidade.

O cenário doméstico aponta para o início na queda de juros referencial, embora permaneça elevada, inflação dentro da série histórica, a atividade econômica crescendo algo em função do crescimento de países emergentes e o risco fiscal mais proeminente.

Principais indicadores econômicos apontados para o final de 2023:

- » Selic tem meta de 11,75% a.a.,
- » Inflação 5,64%,
- » Dívida Pública entre 88 e 90% do PIB,
- » Dólar a R\$ 5,20, PIB Global crescendo 1,5% (50% menor que os últimos anos),
- » PIB brasileiro crescendo 0,80%.

Já para o mercado de seguros, as projeções das seguradoras, representadas pela CN-seg (Confederação Nacional das Seguradoras), indicam uma expectativa de crescimento na ordem de 10%, inferior a 2022 (que tem uma projeção de fechamento em 17,1%) quando houve um realinhamento de preços forte, para o equilíbrio de resultados em ramos elementares, especialmente em agro e auto.

Mercado de seguros cresce mais que a economia:

O mercado de seguros é pujante e vem se tornando cada vez mais representativo no PIB brasileiro, assim como a Rede Lojacorr, que vai evoluindo e se transformando e, com isso, consegue nos últimos três anos crescer muito acima da média de mercado, encerrando 2022 com incríveis 36,2% de crescimento na distri-

buição, superando 1,2 bilhões de prêmios de seguros, produtos financeiros e consórcio. Esta performance é fruto do trabalho de centenas de corretores independentes, nossas mais de 50 Unidades de Negócios que cobrem todas as regiões brasileiras, um time de colaboradores engajados e competentes, investimentos pesados em pessoas, tecnologia e processos que gerem valor ao negócio, valores sólidos e um propósito inspirador, contribuem para justificar o desempenho da nossa empresa.

O que queremos construir em 2023?

A Rede Lojacorr segue evoluindo, se transformando e investindo muito, cada vez mais integrada com o ecossistema de seguros.

Crescer muito acima do mercado é relevante para que nossos parceiros prosperem, mas buscamos mais do que o resultado econômico, trabalhamos de forma sustentável.

Temos como propósito elevar a consciência da população sobre a importância da proteção do seguro e do papel do corretor ao orquestrar um ecossistema onde todos possam ter acesso, transacionar, aprender e inovar juntos.

Como um organismo vivo, dinâmico e colaborativo, sabemos que nunca foi fácil, mas as dificuldades que surgiram foram superadas com muito trabalho e competência.

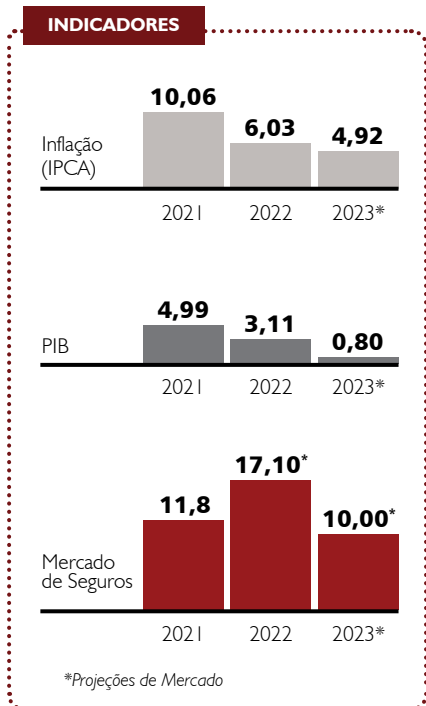
Com informação, comunidade e educação vamos aumentando o nível de proteção da carteira dos corretores da Rede Lojacorr, com seguros adequados a cobrir riscos de famílias e empresas, além de projetar e proteger o futuro com produtos e serviços financeiros.

Entramos em 2023 com votos renovados com nossos clientes – os corretores de seguros –, que trabalharemos para fortalecer como profissionais necessários e admirados pela sociedade.

Se você é corretor de seguros da Rede Lojacorr, está no mercado certo, no momento certo e na empresa certa, colaborando para o desenvolvimento da sociedade. Caso você não conheça a Rede, procure uma de nossas Unidades de Negócios ou acesse

<https://redelocorr.com.br/>

Excelente ano a todos nós!



Regional Centro-Sudeste percorre Unidades para **BALANÇO DE FIM DE ANO**

Antonio Carlos Fois se reuniu com corretores, seguradores e representantes da Lojacorr para apresentar resultados e comemorar

A Regional Centro-Sudeste da Rede Lojacorr, comandada por Antonio Carlos Fois, participou de importantes eventos de fechamento de 2022. No dia 04 de novembro o diretor Regional esteve em um importante evento na **Unidade Triângulo Mineiro**, em Uberlândia-MG, o qual foi organizado pelo concessionário da Unidade, Demetrius Ramos. O objetivo do encontro foi para inaugurar as novas instalações da Unidade, agora mais moderna e melhor localizada na cidade, comemorar a marca de R\$ 3 milhões em produção, alcançada no 2º semestre de 2022, e ainda realizar uma confraternização de fim de ano com os corretores da Unidade, e com alguns executivos de seguradoras que também estiveram presentes prestigiando o evento.

Já nos dias 08 e 09 de novembro ele esteve em **Goiânia**, em reuniões na Unidade da cidade com os gestores Juarez Barros (concessionário) e a Nayara Citon (gerente), e também com os corretores daquela região para prestação de contas, informações sobre as novidades da Rede Lojacorr e para alinhamento de negócios.

Nos dias 10 e 11 de novembro, Fois esteve na **Unidade de Brasília**, em reuniões com os gestores Renato Geraldino (concessionário) e Leila Marques (gerente), e com os executivos da BR Consórcios, Carlos Augusto (gerente comercial) e Rafael Carraro (gerente regional).

E no fim da tarde do dia 10 de novembro, o diretor Regional ainda pôde realizar uma excelente reunião de trabalho com os corretores da Unidade de Brasília, para tratar de assuntos relacionados aos desafios e oportunidades do mercado segurador, além de fazer um balanço do ano de 2022.

Na sequência, houve um animado happy hour oferecido aos corretores pela Mapfre, na sucursal da seguradora em Brasília.

“Tivemos a chance de agradecer a todos pela parceria e pela produção realizada, face ao forte crescimento e ótimos resultados no ano passado”, destaca o executivo.



EVENTO NA UNIDADE TRIÂNGULO MINEIRO



TIVEMOS A CHANCE DE AGRADECER A TODOS PELA PARCERIA E PELA PRODUÇÃO REALIZADA, FACE AO FORTE CRESCIMENTO E ÓTIMOS RESULTADOS NO ANO PASSADO

ANTONIO CARLOS FOIS



REUNIÃO EM GOIÂNIA



REUNIÕES EM BRASÍLIA



Regional comemora **PRODUÇÃO MENSAL DE R\$ 2 MI DE RIO PRETO**

Evento incentivou demais Unidades da Regional a superar suas metas

Na Rede Lojacorr comemoramos marcas históricas com frequência. “Uma das marcas que mais gostamos de comemorar é quando nossas Unidades atingem valores que colocam nossas operações como referências locais, tornando-nos cada vez mais relevantes aos nossos parceiros seguradores, de maneira regional, e com isso possibilitando uma evolução mais acelerada aos nossos parceiros corretores”, declara André Moreno, diretor Regional SP Centro Norte.

Integrante da regional, a Unidade São José do Rio Preto, administrada pelos sócios José Cirelli e Gilberto Cirelli Bernardi, desde agosto de 2018 teve o desafio de, após um hiato sem gestores locais diretos responsáveis pelo grupo de corretores que já atuava por lá, retomar o desenvolvimento dos negócios, a interlocução com as companhias seguradoras e a expansão do grupo de corretores na região noroeste do interior do estado de São Paulo, importante e extremamente pujante no mercado segurador.

Após 36 meses, em agosto de 2021, conseguiu atingir a marca histórica do primeiro R\$ 1 milhão em volume de prêmios de seguros, o que se tornou desde então o piso de produção da Unidade. “Estávamos na pandemia e não era possível comemorarmos esta marca, por isso esperamos que a situação se normalizasse para podermos programar o evento”, disse José Cirelli, um dos gestores da operação, e responsável pela organização da comemoração que ocorreu em 16 de novembro de 2022.

Com a normalização do atendimento presencial da Unidade e das companhias durante o ano de 2022, conseguiu atingir também a marca do segundo milhão de reais. “Aproveitando a confraternização que já estava

sendo planejada, incluímos também a comemoração do nosso segundo milhão, e o nosso desafio agora é tornar esta marca uma presença constante nos nossos fechamentos mensais, e torná-la piso também, para daí mirarmos o terceiro milhão, o quarto, e assim por diante”, comenta Gilberto Bernardi.

A recepção contou com o importante apoio das companhias Bradesco, Tokio Marine e MetLife, além de representantes da Liberty, Chubb, Omint, HDI, Zurich, Mapfre, AXA, Icatu, Excelsior e Mag. O head de Distribuição da Lojacorr, Paolo Bonazzi, também prestigiou a comemoração. “Após um longo período quando não pudemos realizar visitas às Unidades, no fim de 2022 voltamos com as agendas, o que possibilitou a nossa presença no evento. Esse contato presencial, sem dúvida, é um dos diferenciais da nossa rede e mostra porque somos mais fortes juntos”, afirma Bonazzi.

Também foram homenageados os corretores Ouro, Prata e Bronze que se destacaram em 2022 e estavam presentes na festa. Os sócios Itair e Cesar, da Oliveira & Passarini Corretora de Seguros; o Elder, da Greencor Corretora; e o Murilo e o Valdeci, da Sabadoto e Magri Corretora, receberam uma placa em homenagem às suas destacadas performances.

“Foi um sucesso, assim como é o trabalho do dia a dia na Unidade Rio Preto. Estiveram conosco, além dos parceiros seguradores, grande parte dos nossos corretores que fazem a diferença e tornam nosso modelo de negócios único no mercado. Também, como já está virando hábito, tivemos os gestores de algumas das nossas Unidades no estado de São Paulo. Alguns vão se inspirar para alcançar em breve as mesmas marcas, outros já comemoraram em suas Unidades e sa-



BRINDE DAS UNIDADES



OS GESTORES DA UNIDADE RIO PRETO, CIRELLI E GILBERTO



CORRETORES DA UNIDADE



LOJACORR E REPRESENTANTES LOCAIS DAS SEGURADORAS

bem como é importante a presença do time”, relata André Moreno.

Participaram 60 pessoas, que saborearam comida de boteco com música ao vivo, quando diversos cantores e animaram ainda mais a festa. “Queremos ainda em 2023 consolidar a marca do segundo milhão de reais, alcançar o terceiro, e comemorar de novo”, finaliza Cirelli.

Regional Sul tem produção de mais de R\$ 526 MILHÕES EM 2022

Corretores da regional respondem hoje por 47% da produção total da Rede Lojacorr

A Regional Sul da Lojacorr encerrou o ano de 2022 superando todas as expectativas planejadas para o período. “Mesmo com instabilidade econômica, Copa do Mundo, eleições no país, o nosso resultado demonstrou a força do modelo de negócios da Rede Lojacorr”, afirma o diretor Regional, Ernani Lepchack. “Isso tudo em função de um trabalho muito bem planejado e estruturado, levado muito a sério por todos os profissionais que fazem parte da nossa Regional”, enfatiza.

Foram mais de R\$ 526 milhões em prêmios de seguros, o que representa um crescimento de 39% em relação ao ano de 2021. “Seremos responsáveis por quase metade do faturamento da rede nos enche de orgulho, mas ao mesmo de muita responsabilidade para o ano que se inicia, o qual será muito desafiador a todos nós”, aponta o diretor.

Ele ressalta que a regional obteve crescimento em todos os ramos com os quais opera, tendo como destaque automóvel, saúde em grupo, empresarial, vida em grupo, residencial e vida individual. “Notamos claramente o crescimento dos corretores de seguros que operam conosco aqui no Sul, que além de alcançarem um crescimento muito acima do que o mercado apresentou em 2021, melhoraram consideravelmente seu mix de carteira dentro de suas corretoras. Isso, logicamente, faz evoluir ao resultado financeiro



ENCONTRO DOS GESTORES DE UNIDADES DA REGIONAL, REALIZADO EM 2022

de cada corretora. Também é importante registrar que nossos parceiros – as seguradoras – tiveram aumento muito significativo de prêmios com a nossa operação, mostrando a importância da Rede Lojacorr nesta relação”, relata.

Ernani finaliza com um agradecimento especial às 16 unidades da regional, espalhadas pelos três estados do Sul – Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. “Parabenizo os sócios das unidades, gestores, colaboradores, assim como todos os nossos corretores de seguros e suas respectivas equipes que nos apoiaram e continuam apoiando, apresentando números incríveis, não somente dentro da Rede Lojacorr, mas no mercado de seguros do nosso Brasil. Só tenho gratidão por toda esta equipe maravilhosa que temos aqui no Sul, cada Unidade e cada corretor de seguros. Que venha 2023, pois estamos prontos!”.



FORAM MAIS DE R\$ 526 MILHÕES EM PRÊMIOS DE SEGUROS, O QUE REPRESENTA UM CRESCIMENTO DE 39% EM RELAÇÃO AO ANO DE 2021. “SERMOS RESPONSÁVEIS POR QUASE METADE DO FATURAMENTO DA REDE NOS ENCHE DE ORGULHO, MAS AO MESMO DE MUITA RESPONSABILIDADE PARA O ANO QUE SE INICIA, O QUAL SERÁ MUITO DESAFIADOR A TODOS NÓS”

ERNANI LEPCHACK, DIRETOR REGIONAL DA REDE LOJACORR



REGIONAL NORTE E NORDESTE FECHA ANO COM CRESCIMENTO DE 54%

A produção dos corretores da Lojacorr nas regiões ultrapassou os R\$ 142 milhões



Ano a ano a Regional Norte e Nordeste da Lojacorr tem crescido e superado as expectativas da sede. Mais uma vez, os corretores da regional fecharam o ano com produção surpreendente – mais de R\$ 142 milhões, o que representa crescimento de 54% em relação ao mesmo período do ano anterior.

“Tivemos um saldo muito positivo nas 15 unidades da regional, 14 delas fecharam com evolução, em destaque para duas unidades que realizaram produção acima de R\$ 20 milhões: Maranhão e Pernambuco”, conta o diretor Regional Eucrésio Neto.

Ele também aponta corretoras que foram destaque na produção: “Na segmentação Ouro podemos citar a M&K Corretora de Seguros, a Vip Corretora e a Viconseg Corretora. Na segmentação Prata, a Del Rey Corretora, a Luna master Corretora e a Flexor Corretora. Já a segmentação Bronze, a Alves Corretora, a Rosilene Soares Corretora e a Fabio de Carvalho Corretora. E finalizando a segmentação Light, a Fênix Corretora, a Maranil Corretora e a Expertise Corretora”, enumera.

Nessa linha, as seguradoras em destaque na parceria foram, por or-

dem de produção, Bradesco, Tokio Marine e a Liberty. Em ramos, as maiores produções na regional foram: automóvel, saúde e empresarial.

“Finalizamos o ano com sentimento de missão cumprida, firmando nosso propósito de ajudar os brasileiros a se protegerem mais e melhor. Tivemos 274 corretoras com produção ativa, destas 90 estiveram acima da linha dos R\$ 300 mil/ano. Produzimos em 40 seguradoras, ofertando capilaridade aos nossos corretores; incentivamos a diversificação de produção, com isso performamos em 33 ramos.”, relata Neto.

Em sua visão, a Lojacorr consolida a atuação e inclusão das corretoras da rede na indústria do seguro, dando a eles cada vez mais soluções, direcionamento e atendimento humanizado. “Falando em atendimento, gostaria de fazer um agradecimento especial a todas as unidades, que não mediram esforços no ano de 2022 para oferecer o melhor aos corretores, além de total engajamento junto a todas as seguradoras, estreitando essas parcerias e, consequentemente, levando esse relacionamento para a ponta”, ressalta. “Com isso, nossos corretores puderam



FINALIZAMOS COM SENTIMENTO DE MISSÃO CUMPRIDA, FIRMANDO NOSSO PROPÓSITO DE AJUDAR OS BRASILEIROS A SE PROTEGEREM MAIS E MELHOR. TIVEMOS 274 CORRETORAS COM PRODUÇÃO ATIVA, DESTAS 90 ESTIVERAM ACIMA DA LINHA DOS R\$ 300 MIL/ANO

EUCRÉSIO NETO
DIRETOR REGIONAL NORTE E NORDESTE DA LOJACORR

atuar com tranquilidade, podendo atender cada vez mais as necessidades de seus segurados. É nesse contexto de dedicação, profissionalismo, parceria e entrega que a Regional vem crescendo e se consolidando ano após ano’.

Para 2023, ele prevê ainda mais crescimento. “Temos certeza de que será um ano muito desafiador, contamos mais uma vez com o empenho de todas as unidades, corretoras e seguradora que são fundamentais para a consolidação deste modelo de sucesso”.



Carolina Quintino
(CRP 08/13621)

} Psicóloga Clínica na Rede 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



UMA MANEIRA DE APLICARMOS O PRINCÍPIO “ÓTIMO” NO COMPORTAMENTO HUMANO É ENTENDER QUAL O **DOM** DE CADA PESSOA, O MOTIVADOR INTRÍNSECO E A SUSTENTABILIDADE EMOCIONAL, QUE É SOBRE COMO PODEMOS BUSCAR RECURSOS PSÍQUICOS PARA NOS MANTERMOS NA VIDA, NÃO SÓ NOS MOMENTOS FELIZES, MAS NOS TRISTES TAMBÉM

UNIÃO DO CONHECIMENTO COM O NOVO

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

Isso é possível e a Forbes considera essa uma das cinco formas de fazer negócio no futuro. De quem estamos falando? Da natureza! Sim, ela mesma, aquela que coloca a **vida no centro**. A ciência que pesquisa essa função é chamada de Biomimética, sendo ela a “área que estuda os princípios criativos e estratégias da natureza, visando a **criação de soluções** para os problemas atuais da humanidade, unindo funcionalidade, estética e **sustentabilidade**” (ECYCLE).

Esses conhecimentos são muito aplicados na engenharia, como por exemplo a frente do trem-bala silencioso que imita o bico do martim-pescador, o velcro inspirado no carrapicho e muitos outros exemplos.

E como a Psicologia pode integrar essa ciência? Primeiramente, nos percebendo como integrantes da natureza, sendo regidos pelos mesmos princípios, que são eles:

- 1) **ÓTIMO**: a natureza faz tudo com eficiência;
- 2) **CICLO**: “na natureza nada se cria, nada se perde, tudo se transforma” (Lavoisier);
- 3) **INTERDEPENDÊNCIA**: conexão com a diversidade para gerar soluções.

Uma maneira de aplicarmos o princípio “ótimo” no comportamento humano é entender qual o **dom** de cada pessoa, o motivador intrínseco (o que cada indivíduo faz com eficiência) e a sustentabilidade emocional, que é sobre como podemos buscar recursos psíquicos para nos mantermos na vida, não só nos momentos felizes, mas nos tristes também. Ter autoconsciência de nossos limites, comunicá-los e estabelecê-los – Você RH. **E ENTÃO, O QUAL O SEU DOM?**

Nos “**ciclos**”, compreender/aceitar as fases, o desenvolvimento, o recebimento, a entrega, o nascimento/começo, a morte/fim e o legado.

A “**interdependência**” está relacionada à multicultural, à diversidade, à inclusão que promove a inovação.

E analisando esses três princípios, podemos fazer uma interface com a **Saúde Mental**, que, segundo definição da Organização Mundial da Saúde: “é um estado de bem-estar (sensação de segurança, satisfação e conforto) no qual o indivíduo é capaz de usar suas próprias **habilidades** (ótimo), **recuperar-se do estresse rotineiro** (ciclo), ser **produtivo** e **contribuir** com a sua comunidade (interdependência).”

Inclusive, no Guia de Tendências Mercado-lógicas e Comportamentais de 2022-2023 do SEBRAE/PR, a **saúde mental** é um dos aspectos a serem cuidados na atualidade.

Enfim, aprendendo com a natureza, pensar em tendências é estar com **atenção plena**, se conectar com as necessidades e apresentar soluções sustentáveis (utilizando com sabedoria os recursos que se tem, sejam eles ambientais, financeiros, sociais e emocionais) para o **bem-estar** de si, do outro e do meio.





CANAL DE DENÚNCIA

Soube de alguma irregularidade?

Denuncie.

100% SIGILOSOS | 24h por dia



LIGUE

0800 516 0019



ACESSE

contatoseguro.com.br/redelojacorr

 Baixe o APP



REDE
LOJACORR
Corretoras de Seguros Independentes



**Contato
Seguro**
CANAL DE ÉTICA

LOJACORR CONQUISTA 845 INSERÇÕES NA IMPRENSA EM 2022

No acumulado do ano, foram 3,8 milhões de visualizações nos conteúdos



Entre janeiro e dezembro de 2022, a maior rede de corretoras de seguros independentes alcançou 3.777,8 milhões de visualizações nos conteúdos publicados na imprensa gratuitamente com as menções da marca. Ao todo, foram 845 inserções na mídia, sendo 823 em internet e veículos impressos, TV e podcast. Foram 438 veiculações na imprensa nacional aberta e 407 na imprensa segmentada do mercado segurador.

Em média, estão sendo produzidos cinco conteúdos mensais distribuídos para a imprensa, contemplando as diversas áreas da Lojacorr, incluindo Unidades e corretoras. Entretanto, em 2022, a Assessoria de Imprensa, gerida pelo time de Branding, iniciou uma estratégia de produção e divulgação segmentada em outras áreas, tais como:

Direito & Justiça, Economia, Indústria Têxtil, Saúde, Automóveis etc. Essa estratégia será continuada em 2023, com o intuito de expandir a marca Lojacorr entre os mais diversos públicos, fortalecendo a empresa como especialista em diversos ramos.

Além disso, a área continuará focando na relação com o mercado segurador, para manter a penetração segmentada e as parcerias com os especialistas. Entretanto, o outro pilar, tão importante quanto, será o de atingir mídias com mais autoridade, tais como algumas já conquistadas em 2022, que seguem: O Globo, Estadão, Massa News, Inteligência Financeira, Gazeta do Povo, Terra, Uol, Yahoo, Isto É, IG, Cliente SA, Jornal de Brasília, Brasília Empresas, Mundo do Marketing, Diário Indústria & Comércio, Mo-

onitor Mercantil, Bem Paraná, Correio da Bahia, entre outros.

De acordo com a head de Branding da Lojacorr, responsável pela Assessoria de Imprensa, Ana Clara Baptistella Murat, a forma como o time tem buscado consolidar e diversificar o alcance da marca é incansável e fruto de discussão, reuniões e uma imensa vontade de fazer a marca Lojacorr ser conhecida por todos os brasileiros. “Desejamos ser uma marca amada e respeitada pelos nossos públicos, começando com os corretores, Unidades, colaboradores e parceiros, mas entendemos que temos o potencial de ir além da fronteira do mercado segurador e procuramos desenvolver um trabalho sólido e a passos bem estruturados para que nosso crescimento seja sustentável e perene”, afirma a gestora.

Às vezes seu cliente não consegue evitar o **BURACO**, mas consegue **EVITAR O PREJUÍZO**.

Segundo a CNT, 66%* das rodovias do país são regulares, ruins ou péssimas. Isso torna os acidentes cada vez mais comuns. Quem escolhe a Proteção Contra Buracos, uma cobertura que garante a troca de pneu, roda e suspensão em caso de colisões, não deixa seu cliente passar aperto na estrada.



Problema comum e com danos graves. Por isso, tem alta percepção de valor pelos clientes.



Franquia única, não importa a severidade do dano.



1 ano de garantia.



Aponte a câmera do seu celular e entre em contato agora.





Marlise Ferreira

Conselheira Consultiva da Rede Lojacor

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



VOCÊ, QUE VIVE DEDICADO (A) AO SEGURO, SAIBA QUE É MUITO IMPORTANTE PARA A CONSTRUÇÃO DIÁRIA DE UMA SOCIEDADE MELHOR, MAIS JUSTA, MENOS DESIGUAL

UMA CARTA AOS CORRETORES DE SEGUROS

Cada pessoa tem uma forma de ver, sentir, perceber as relações comerciais, mas por características humanas todos temos necessidades iguais. E uma necessidade comum é a de pertencimento. E o desejo de pertencer a uma comunidade. Nascemos e crescemos em grupos, nos individualizamos a partir dos encontros. Desta maneira, gostaria de contribuir com esta coluna compartilhando uma carta às corretoras e aos corretores de seguros. Estamos na primeira edição da revista, faça desta carta meu presente para você.

Cara Corretora, Caro Corretor de Seguros,

Primeiramente, quero agradecer o seu servir, a sua escolha de decifrar este mundo de cláusulas e palavras difíceis de maneira que podemos compreender e fazer escolhas para a nossa proteção patrimonial. Seu serviço engrandece e contribui para a vida de cada cliente seu, quanto mais você se dedica a compreender o "segurês", quanto mais se compromete com o seu propósito de servir, mais nobre se torna a sua atuação, mais vidas pode proteger.

E você, que vive dedicado (a) ao seguro, saiba que é muito importante para a construção diária de uma sociedade melhor, mais justa, menos desigual. Cada patrimônio que, com o seu serviço, protege, na verdade são sonhos, projetos, realizações que você cuida. E cuidar é o caminho para tornar nossas relações cada vez mais humanizadas. E na era da revolução tecnológica, mais do que nunca o cuidado será a mola propulsora da abundância e prosperidade.

Te digo com todo o coração: cuide das relações, mostre-se presente. Tire as dúvidas mais singelas que para você são corriqueiras, mas para um leigo faz uma grande diferença nas escolhas da sua proteção. Gere conteúdos e compartilhe seu conhecimento, motive a curiosidade, mantenha sua comunidade de clientes ativa com você, durante todo ano. Pergunte, se interesse por seus clientes, queira saber sobre eles. Sabe por quê? A vida está dura, vivemos tempos desafiadores no coletivo. E a sensação de ter alguém se interessando por nós, faz toda a diferença! E o contrário, nos distancia, gela nossa relação.

Há um espaço justo para se relacionar em plenitude, uma distância justa para estar em contato com seus clientes. Em um espaço muito estreito a relação define, em um espaço muito grande ela se perde. Mantenha um contato com pouco mais de proximidade, se mostre presente de maneira que ele se sinta pertencente a sua "comunidade de clientes" – aliás creio que esta expressão tem muito mais a dizer sobre uma tendência nas relações corretor(a) /segurado(a) do que carteira de clientes. Que tal?

E para finalizar, desejo a você relações duradoras onde sinta o poder da sua atuação na vida das pessoas. E todas as pessoas para as quais você vende seguros sintam-se parte da sua comunidade e percebam o seu olhar atento para as necessidades delas, sintam-se realmente cuidadas por você! Você é parte integrante muito especial e muito cuidado, pois é parte de uma linda comunidade maior que todos nós individualmente que é a Rede Lojacor!

**Prosperidade, abundância, vendas e relações saudáveis para todas e todos.
Cada dia é um milagre, comprometa-se, evolva-se!**

Com amor, Marlise.

TÁ COM A TOKIO? SEU CLIENTE VIAJA TRANQUILO!

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.

CUPOM DE
LANÇAMENTO

**40%
OFF**

LANCAMENTO40

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?
Fale com o seu
Gerente Comercial.**



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

#vamojunto

HDI e você, corretor: protegendo a mobilidade de nossos clientes.

HDI
SEGUROS

Humana.
Digital.
Inovadora.

hdi.com.br