

REVISTA

BETA

Edição 6 | Setembro de 2022



O marketplace do ben

Wiz e LG lugar de gente criam a **ben.up**, plataforma que conecta equipes de RH e fornecedores de benefícios para colaboradores e traz vantagens para todos

Manoel Jardim,
diretor executivo
da ben.up

Especial

Wiz Concept, uma casa de soluções com foco na digitalização do mercado de seguros

Gestão

MGW (Modelo de Gestão Wiz) garante dinamismo, perenidade e crescimento escalável aos negócios

Parcerias

Wiz Parceiros se une ao Banrisul para distribuir consórcios *premium*, com crédito acima de R\$ 1 milhão





SOMOS MOVIDOS PELO DESEJO DE INOVAR

A Wiz se orgulha de ser uma empresa beta. Isso significa, na nossa cultura, que estamos de forma dinâmica sempre em busca da nossa melhor versão e, na prática, que investimos em pessoas, método e tecnologia para entregar, aos nossos parceiros e aos seus clientes, valor agregado e facilidades em seguros e produtos financeiros e, à nossa cadeia de valor, serviços de referência e desenvolvimento de soluções.

Esse posicionamento do nosso negócio só é possível porque temos a inovação como guia.

Nesta edição da BETA, trazemos iniciativas que exemplificam como estamos sempre atentos ao mercado e temos em nosso DNA o desejo e a capacidade de nos reinventarmos de forma ágil. Na nossa matéria de capa, apresentamos a nossa parceria com a LG lugar de gente na *joint venture* ben.up. Por meio dela, oferecemos um *marketplace* de cobertura nacional que conecta as áreas de RH e fornecedores de benefícios destinados aos colaboradores, com ganhos reais para todos esses públicos e democratização do serviço.

No Especial, contamos como e por que apostamos em um reposicionamento da unidade de negócio Wiz BPO. Agora renomeada Wiz Concept, ela teve sua atuação ampliada para além da terceirização na distribuição de segu-

ros e crédito: quer ser protagonista da revolução digital do setor, por meio de tecnologia e suporte inteligente. A capacidade de nos transformarmos antevendo as necessidades do mercado é baseada no Modelo de Gestão Wiz, que define o nosso jeito de atuar – e é sobre ele que falamos na página 12. O MGW foi criado sob medida para garantir ao conglomerado um crescimento consistente e sustentável por meio de uma estratégia de capilaridade.

Outro pilar fundamental para essa consistência e sustentabilidade é o nosso Projeto ESG, no qual temos um Programa de Compliance bem estruturado e alinhado às melhores práticas recomendadas pela legislação brasileira.

Ainda assim, no último ano, aperfeiçoamos as iniciativas para a condução ética e gestão responsável dos negócios, e você pode conhecê-las na página 23. Também falamos mais do nosso espírito inovador na reportagem sobre a parceria com o Banco do Estado do Rio Grande do Sul (Banri-sul) para oferecer ao mercado consórcios de imóveis e veículos *premium*, com cartas de crédito acima de R\$1 milhão, modalidade ainda pouco explorada no varejo.

Conheça mais nas próximas páginas sobre como fazemos dos desafios transformação. Boa leitura!

BETA

Concepção editorial e gráfica: InPress Porter Novelli

Gerente de Conteúdo: Fernando Masini

Editora: Juliana Borre

Coordenação editorial: Michelle Oliveira, Luisa Bretas, Luciano Dalmiglio, Stefania Fernandes e Jennifer Velez

Reportagem: Bruna Senseve, Juliana Borre, Marcella Sarubi, Rita Santander e Ronaldo Mendes

Projeto gráfico: Pedro Henrique Gozzo e Rafael Uyeda

Diagramação: Rafael Uyeda

Foto da capa: Wallace Feitosa

Revisão: Bruna Senseve, Juliana Borre e Ronaldo Mendes

Conselho editorial: Heverton Peixoto, Carla Nabarrete, Carolina Bento, Rodrigo Salim, Leandro Leite, Anderson Romani, Marcus Oliveira e Alexandre Kalache

**ESPECIAL**

Focada em oferecer a parceiros e clientes tecnologia de ponta e suporte inteligente na venda de seguros, unidade de negócio Wiz BPO passa a se chamar Wiz Concept

4**TECNOLOGIA**

WizData, ambiente de dados da Wiz, reúne, analisa e sistematiza informações para desenvolver soluções comerciais customizadas e tornar negócios mais competitivos

7**CAPA**

Wiz e LG lugar de gente criam a ben.up, plataforma que conecta áreas de RH das empresas a fornecedores de benefícios destinados aos colaboradores

8**GESTÃO**

Wiz tem modelo próprio de gerenciamento dos negócios, o MGW, focado em métodos, processos e ferramentas para dar escala e perenidade ao ecossistema de forma sustentável

12**INOVAÇÃO**

Especializada na venda de seguros B2B, Wiz Corporate diversifica e digitaliza atuação, conquista novos clientes e registra crescimento de 25% no primeiro semestre

14**PARCERIAS**

Wiz Parceiros assina acordo com o Banrisul para distribuir ao mercado consórcios com cartas de crédito acima de R\$1 milhão

16**CRÉDITO**

Voltada aos balcões de venda de seguros e produtos financeiros em concessionárias, Wiz Conseg amplia rol de parcerias e portfólio mirando crescimento ainda maior que em 2021

18**CULTURA**

Programa Partners da Wiz reconhece líderes de alta performance por meio de incentivo atrelado à valorização das ações da companhia na bolsa de valores

20**ESG**

Companhia aperfeiçoa Programa de Compliance para fortalecer a condução ética e a gestão responsável dos negócios

23**WIZZER**

Colaboradora da Wiz, Norma Cristina dedicou parte do seu tempo para ajudar, de forma voluntária, pessoas que perderam o emprego na pandemia a buscarem novas oportunidades

26



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Wiz Concept, a revolução digital em seguros

Unidade de negócio Wiz BPO passa por *rebranding* e amplia escopo de atuação para oferecer a parceiros e clientes tecnologia de ponta e suporte inteligente na venda de produtos e serviços

Quando a Wiz BPO surgiu, lá em 2018, era uma diretoria com olhar estratégico voltado para as soluções que estavam sendo desenvolvidas pelas diversas áreas do conglomerado Wiz. No ano seguinte, a área se especializou ainda mais em *Business Process Outsourcing* (BPO) – em português, Terceirização de Processos de Negócios – e se tornou uma unidade de negócio, absorvendo os processos de empresas parceiras e executando-os como serviços para os clientes. Agora, em mais um movimento para se antecipar às tendências, a unidade se relança no mercado segurador e de crédito como Wiz Concept.

Mais do que uma mudança no nome e na forma como se comunica, a unidade reforça com o reposicionamento o seu caráter de vanguarda: quer ser protagonista da revolução digital no mercado de seguros no Brasil. Além dos serviços prestados para o mercado segurador e de crédito, que contam com toda a expertise do conglomerado, a Wiz Concept disponibiliza sua visão estratégica do negócio e seu conhecimento em tecnologia e produtos – que podem ser desenvolvidos internamente, por *squads* (equipes multidisciplinares que atuam conectadas em unidades de negócio e unidades corporativas para desenvolver produtos e soluções), adquiridos com parceiros exclusivos, ou via [Wiz Labs](#), hub de inovação em seguros e crédito.

A Wiz Concept tem por propósito gerar valor a todos os agentes envolvidos na cadeia do segmento (corretores, seguradoras, bancos e balcões diversos) a partir da oferta de serviços de alta qualidade para os clientes, tecnologia que conecta compra e venda e produtos customizados. Leandro Leite, Partner diretor executivo da Wiz Concept, explica que, com essa integração, todos são beneficiados, em especial os clientes finais, “que estão no centro de tudo”.

“Eles vão ter a opção de comprar o melhor seguro para as suas necessidades, com um bom atendimento em todas as etapas da vida como segurado e com tecnologia que vai suportar isso de uma forma fluida, simples e moderna, muito

diferente da forma como o mercado de seguros atua hoje”, antecipa o executivo.

O modelo da unidade de negócio centrado em uma plataforma completa que oferece serviços de seguro e crédito já vinha sendo testado desde 2020. Foi a partir desse piloto que chegaram, pelos clientes, necessidades que apontaram outras possibilidades além do BPO, hoje incorporadas. A experiência mostrou que, além dos serviços de terceirização dos negócios, a unidade poderia atuar como consultora, com foco em entender o problema, oferecer a melhor solução e disponibilizar tecnologia de ponta a ponta.

“Assim como em todos os demais segmentos, a tecnologia é cada vez mais fundamental no mercado de seguros. E nós nos antecipamos a isso. As empresas queriam um diferencial para o negócio delas, e nós já estávamos propondo e desenvolvendo soluções nessa linha. E junto aos nossos parceiros percebemos a qualidade e o valor a mais que entregamos aos clientes finais”, lembra Raquel Oda, Partner diretora de Estruturação e Performance da Wiz Concept.

Casa de soluções

Enquanto avaliava seu reposicionamento no mercado de seguros e crédito, a unidade de negócio compreendeu que os

ACELERANDO A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Hub de inovação do conglomerado, o Wiz Labs tem como objetivo acelerar a transformação digital do mercado segurador. Entre as empresas que compõem o eixo de inovação, estão DxON, Onpoint e Construtivo, além da Gclaims, cuja sócia-majoritária é a própria Wiz Concept. Todas essas empresas aceleradas pelo Wiz Labs têm potencial de gerar diferenciais competitivos à estratégia da Wiz.

agentes envolvidos em cada etapa da cadeia de valor – venda e pós-venda, além de todas as etapas do sinistro – tinham “dores” diferentes. E que, para ajudá-los a encontrar soluções, é preciso oferecer serviços e buscar no mercado profissionais especializados em cada área de cobertura dos produtos ou serviços do portfólio. E é sobretudo aí que a Wiz Concept quer fazer a diferença no mercado.

Por isso, a unidade atua agora como uma casa de soluções, que une a expertise nos mercados de seguro e crédito a uma plataforma, oferecendo soluções inteligentes, ágeis, criativas e customizadas para os clientes. “Nosso grande objetivo aqui é poder fazer com que qualquer balcão, especialista ou não, seja capaz de rentabilizar os seus negócios com seguros e crédito por meio das nossas soluções completas”, detalha Raquel.

Se antes o foco era nos produtos massificados – como seguros de vida, prestamista, habitacional –, agora, o movimento é ampliado para venda de seguros de automóvel e de riscos diversos (como engenharia e agro), além de uma carteira diversificada de produtos de crédito.

SmartInsure

Para impulsionar a nova forma de atuar na frente de seguros, a Wiz Concept conta com a SmartInsure (saiba mais sobre na edição 5 da BETA), solução completa para fazer a gestão desses produtos que conta com tecnologia desenvolvida pela General Claims, empresa da qual é sócia-majoritária. “A SmartInsure foi pensada para que balcões não especialistas em seguros possam vendê-los de forma fácil e simples, contando com todo o suporte para a comercialização e a gestão da carteira. Acreditamos que essa tecnologia vai ser o carro-chefe de crescimento nos próximos anos”, explica Leandro.

Além da venda direta de seguros, estão disponíveis no portfólio da Wiz Concept a plataforma de regulação de sinistros e a consultoria em TPA (*Third-party Administrator*), que é o gerenciamento terceirizado da operação de parte das atividades de uma seguradora, em geral



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito Rafael Vargas

WIZ Concept

Leandro Leite, Partner diretor executivo da Wiz Concept, diz que o modelo de negócios da UN está centrado em oferecer aos clientes finais uma experiência de compra de seguros fluida, simples e moderna



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

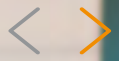
PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Wiz Concept



Crédito Rafael Vargas

De acordo com **Raquel Oda**, Partner diretora de Estruturação e Performance, a unidade traz a tecnologia como diferencial para empresas que querem agregar qualidade e valor aos negócios

de um segmento para o qual não tem expertise ou no qual não deseja atuar diretamente. Esse conceito é muito difundido nos Estados Unidos e em países da Europa, mas ainda novo no Brasil.

“A gente acredita que a combinação entre serviço, produto e tecnologia, feita da forma adequada, potencializa o mercado de seguros. Então, apesar de vendermos essas três partes isoladas, todas as soluções foram feitas para olhar isso de uma forma integrada”, avalia o diretor executivo.

Como principais clientes da SmartInsure, destacam-se o Sicredi e dois novos balcões, concretizando a atuação nesse primeiro semestre: a Localiza, nesta primeira fase com 13 lojas da Seminovos no Centro-Oeste; e o Sem Parar, no qual a Wiz Concept também atua em outras frentes, realizando a operação de indicação pelo APP do Sem Parar para venda e renovação de seguros.

E não apenas soluções e serviços representam a atuação da unidade, ela agora passa a contar com uma área de produtos, acoplada à unidade, para alavancar seu crescimento sustentável e diversificado e melhor atender seus clientes, realizando o mapeamento de oportunidades no mercado para identificar as oportunidades de produtos massificados, como seguros prestamista, habitacional, vida. E, também, ampliar para a venda de seguros, como, de automóvel, residencial, agro e demais ramos

de pessoas e danos, junto a uma carteira diversificada de produtos de consórcio e crédito.

A Wiz Concept observa o mercado para prover conhecimento, rentabilidade e sustentabilidade dos produtos oferecidos pelos canais e balcões para todas as unidades do conglomerado, exercendo as atividades de desenvolvimento de novos produtos, gestão de carteira e consultoria especializada. Este modelo de trabalho posiciona a Wiz de forma estratégica e inovadora.

Com todos esses diferenciais, a expectativa é de que os novos produtos impulsionem ainda mais crescimento ao conglomerado e traga outras oportunidades à empresa.

Unidade registra crescimento de

31,5%

no primeiro semestre de 2022, comparado ao mesmo período do ano passado



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Dados para soluções mais competitivas

Ambiente de dados, WizData captura, trata, unifica, analisa e disponibiliza com rapidez e segurança informações para agregar valor aos negócios

“Os dados são o novo petróleo.” Essa expressão tem sido muito difundida ao redor do mundo, e não é à toa. Na atualidade, sempre que fazemos algo, entregamos algum conhecimento sobre nossas preferências que ajuda a direcionar a oferta de produtos e serviços de forma mais personalizada e alinhada às nossas necessidades. No universo corporativo, essas informações são parte elementar da estratégia de negócios, pois orientam a definição de planos e metas e contribuem para a análise das finanças, entre tantos outros benefícios.

Em comparação com a *commodity*, os dados têm uma grande vantagem: seu uso não está restrito apenas a um único segmento. Todas as empresas geram dados e podem se valer deles, respeitando a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD), como norteadores para a sua atuação. “No nosso caso, a análise e a manipulação de dados compilados pela Wiz potencializam a comercialização de soluções, uma vez que facilitam identificar qual o produto certo para cada cliente, o que confere uma vantagem competitiva frente aos concorrentes”, explica Carla Nabarrete, Partner diretora executiva de Estratégia, Marketing e Tecnologia da Wiz.

Os dados são tão valiosos dentro da Wiz que, desde 2017, há um ambiente interno dedicado às informações geradas pelo conglomerado. “Com isso, cada unidade de negócio se concentra no seu *core business* (segmento principal), que é distribuir seguros e produtos financeiros, enquanto o **WizData** cuida de todos os dados, dentro dos mais rigorosos padrões de segurança da informação”, orgulha-se Carla.

Maior hub informacional de seguros

Para que os dados gerem benefícios internos e externos, a Wiz conta com um portfólio de soluções que captura, lê, compila e reúne em uma única estrutura informacional os dados do conglomerado. Esse conjunto é chamado de **WizData**, um ambiente que funciona ao



Crédito: Paulo Negreiros

Marcus Reis, Partner diretor de Tecnologia Corporativa, explica que a base possui dados segmentados de mais de 60 seguradoras e de 13 milhões de clientes, tratados de forma segura

lado de ferramentas de Infraestrutura, CRM e Segurança da Informação, orquestradas por serviços Azure, sendo consideradas um case na Microsoft desde 2019.

“Nossa base forma o maior *hub* de conhecimento do mercado de seguros, que reúne dados de mais de 60 seguradoras e 13 milhões de clientes, segmentado e sem riscos de conflitos de interesse, pois conta com um *chinese wall* (uma espécie de barreira de proteção) entre as operações, que traz mais segurança ao não permitir que dados de clientes sejam trocados entre elas. Viabilizamos aos nossos clientes esses dados, nos quais mostramos perfis e não pessoas. Isso confere seu uso devido, discricção e confiabilidade aos nossos parceiros”, descreve Marcus Reis, Partner diretor de Tecnologia Corporativa.

Marcus enfatiza que os dados já compilados e tratados dentro da Wiz economizam tempo e capital dos parceiros. “Construir esse conhecimento do zero exigiria muito mais tempo e mais recursos financeiros. Por meio do WizData, entregamos isso pronto e rapidamente”, completa.

Outra função do ambiente é dar subsídios para empregar as informações de maneira transversal, o que, na ponta, converte-se em mais e novos negócios. O superintendente de Dados da Wiz, Henrique Novellino, explica que, dessa

forma, é possível enxergar a correlação entre produtos financeiros e seguros por meio de algoritmos de recomendação e análise preditiva, ao avaliar o histórico das informações e identificar oportunidades futuras e padrões de comportamento: “A análise dos dados nos faz entender que, para um determinado grupo, um produto residencial pode se relacionar com um produto habitacional de crédito, por exemplo. Isso nos permite viabilizar e oferecer novas soluções aos clientes”, completa.

Em evolução contínua, o WizData incorpora novos recortes e informações do ciclo de vida do cliente, desde uma abordagem via canal digital (*chatbot*, *e-mail*, *Whatsapp*) e de televendas, passando por pagamentos de parcela, até uma abertura de sinistro. Em cada etapa, dados de satisfação do cliente são coletados para posterior análise e melhoria da experiência.

“Estamos em um momento no qual as relações são cada vez mais digitais e personalizadas. Para proporcionarmos essa experiência de hiperpersonalização, que é promover produtos e serviços baseados nos valores, no comportamento e nos hábitos dos nossos clientes, informações íntegras e confiáveis são condições básicas”, conclui Henrique.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



ben.up, união entre tecnologia e valorização de pessoas

Joint venture da Wiz com a LG lugar de gente oferece plataforma para conectar áreas de gestão de pessoas das empresas a fornecedores de benefícios com ganhos para todos

Motivada pela necessidade que as empresas têm de cuidar e dar atenção aos seus colaboradores, comunicando e construindo propósito, surgiu a ben.up, uma *joint venture* formada a partir da parceria entre a Wiz e a LG lugar de gente. A ben.up disponibiliza aos clientes uma plataforma desenhada no modelo *marketplace*, que fortalece e dá suporte ao trabalho das áreas de Recursos Humanos das empresas, impactando positivamente tanto no engajamento dos seus profissionais quanto na contratação de benefícios por adesão.

“De uma forma geral, entendemos que o desafio do RH está em tornar a empresa desejada, atraindo e mantendo talentos, além de engajar e desenvolver pessoas. Hoje, sabemos que as pessoas buscam algo além da remuneração. As pessoas querem ter conexão com a empresa”, explica Manoel Jardim, diretor executivo da ben.up. Segundo ele, isso fica evidente ao observar que os profissionais estão atentos e buscam alinhamento com valores, cultura organizacional e conduta ética. “As pessoas passaram a buscar na empresa também a realização no campo pessoal e uma sensação de plenitude. Mas como passar isso?”

Para ele, a resposta a essa pergunta está na forma como a companhia se relaciona com seus funcionários, indo para ações efetivas de valorização e compromisso com o bem-estar do outro, como ele mesmo relata. A escolha do nome, inclusive, ocorreu após um processo de reposicionamento da marca, no início deste ano, que buscou evidenciar o elo entre uma vasta carteira de benefícios e a intenção que move esse conceito: promover o “ben” para colaboradores de diversas companhias.

O “up” se refere ao estado de espírito “para cima”, imprimindo energia e vigor às atividades. “O fato é que a chave para isso está em mais do que comunicar: é fundamental agir. E, quando falamos nisso, estamos nos referindo a um conjunto de benefícios que estão disponi-

veis e ao alcance do colaborador. Uma oferta que necessariamente demonstra um cuidado efetivo e uma atenção verdadeira”, detalha Manoel.

Em prol de RHs e colaboradores

O diretor executivo destaca que, para atender as necessidades dos colaboradores de forma holística, as áreas de RH enfrentam grandes desafios. Elas precisam ser capazes de atender a demanda crescente por novos benefícios, mais flexíveis e personalizáveis, dentro de um cenário que exige mais eficiência



Nós aumentamos a capacidade de ofertar produtos e estruturamos o negócio para dar acesso às empresas de regiões que antes tinham dificuldade de serem alcançadas, e isso é bastante relevante para as empresas e os parceiros

Manoel Jardim,
diretor executivo da ben.up

e menores custos, sendo pressionado por prazos exíguos e orçamentos cada vez menores. Como solução para isso, a ben.up lançou mão de dois recursos: a tecnologia e o modelo já consagrado de *marketplace*.

Nessa proposta, o uso intenso de tecnologia fez diferença. A ben.up utiliza recursos tecnológicos modernos para integrar os sistemas de RH com as soluções

dos parceiros, sem demandar trabalho adicional por parte da equipe da área. O modelo consegue automatizar processos existentes, eliminando trabalho de extração e envio de dados, conferências, conciliações etc. A ideia é trocar a velha prática de construção e manutenção de planilhas e formulários pelo uso de dados com fornecedores de benefícios, minimizando a carga operacional dos profissionais de RH e deixando-os mais disponíveis para processos complexos e resolução de problemas que exigem interação humana.

Há ainda um outro desafio que não raramente tangencia as áreas de gestão de pessoas: orçamentos enxutos e investimentos restritos. É aí que entra o conceito de *marketplace*. Na ben.up, os custos são assumidos pelo próprio parceiro, que tem seus produtos disponibilizados na plataforma e entende a associação como uma oportunidade de expandir sua abrangência e expor seus serviços para uma parcela mais vasta de clientes.

Os parceiros percebem a ampliação de suas oportunidades de negócio, reduzindo o temido CAC, o Custo de Aquisição de Clientes. Nada mais justo, portanto, que monetizar a plataforma por esse serviço. “Vimos que, se criássemos um modelo de oferta de benefícios no qual quem negocia os seus serviços também cobre o custo da transação, seria possível não onerar o RH. Isso significa ofertá-los ao colaborador cobrando de quem oferece os produtos”, explica Manoel.

Outro resultado interessante para o ecossistema de benefícios é a democratização do acesso. Como a base de atuação da ben.up é nacional, o alcance dos parceiros é expandido para além das capitais. “Nós aumentamos a capacidade de ofertar produtos e estruturamos o negócio para dar acesso às empresas de regiões que antes tinham dificuldade de serem alcançadas, e isso é bastante relevante para as empresas e os parceiros”, conclui Manoel.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito: Wallace Feteosa

Segundo **Manoel Jardim**, diretor executivo da ben.up, as pessoas hoje querem ter uma conexão com as empresas nas quais trabalham, e a oferta de benefícios que promovem a valorização e o bem-estar é fundamental para isso



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



NOSSA BASE

25

empresas
atendidas
pela ben.up

62 mil

colaboradores
alcançados

+de 15

produtos disponíveis
na plataforma

Liberdade financeira

A entrega diferenciada ainda inclui um olhar atento a algo que normalmente foge do radar dos profissionais de Recursos Humanos: a saúde financeira dos colaboradores. Lucas Mendonça, diretor de Marketing e Tecnologia da ben.up, conta que a *joint venture* partiu da tese de que a “liberdade financeira faz todo mundo viver melhor” (**veja na página 11**) para desenvolver um produto com características únicas.

A plataforma desenha uma jornada financeira na qual o colaborador pode fazer o seu diagnóstico financeiro, receber orientações para renegociar suas dívidas e, ao mesmo tempo, encontrar oportunidades de investimento. “Queremos ser agentes de transformação na vida dessas pessoas. Não é simplesmente vender o produto e ir embora, mas também ajudá-las (a ter mais qualidade de vida)”, diz Lucas.

A colaboração direta com o RH é o grande trunfo para o sucesso de toda a jornada oferecida pela ben.up. “Para nós, é fundamental a proximidade com a área de RH para o sucesso da plataforma, pois é ela que nos conecta ao colaborador. Nosso foco, com essa parceria, é oferecer um espaço personalizado, de fácil acesso e alinhado ao olhar estratégico da gestão de pessoas”, complementa Lucas. Isso dá ainda mais segurança e legitimidade ao processo.

Para o diretor de Marketing e Tecnologia, a experiência de fazer a imersão com foco no reposicionamento da ben.up trouxe muitos aprendizados. Entre eles, a compreensão de que, para valorizar a experiência do usuário, é preciso simplificar e construir a estratégia de cada empresa em conjunto, de forma personalizada. “Chamamos o RH e o parceiro que oferece os serviços para propor melhorias na jornada, campanhas etc. Queremos nos consolidar como um parceiro estratégico e de confiança a quem nos dá essa responsabilidade”, justifica.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito: Rafael Vargas

Lucas Mendonça, diretor de Marketing e Tecnologia, conta que a proximidade com as pessoas de RH possibilita a oferta de um espaço personalizado, de fácil acesso e alinhado à estratégia da área

Impacto no pessoal e no profissional

Pesquisa intitulada “Estresse Financeiro do Brasileiro”, realizada pela Onze, empresa de previdência privada digital, entrevistou 1.535 pessoas com emprego formal, em 2019, e revelou que:

71%

delas consideram que problemas financeiros são a principal fonte de preocupação

35%

perdem o foco durante o trabalho devido a problemas financeiros



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito: Rafael Vargas

Moema Machado, Partner superintendente de Estratégia da Wiz, explica que o MGW é um modo de operar sob medida, uma soma de métodos flexível às especificidades dos diferentes negócios, e pode ser aplicado nas mais diversas áreas do conglomerado

MGW: o jeito Wiz de fazer acontecer

Modelo de Gestão da empresa reúne, por meio de metodologia ágil, processos e ferramentas para dar escalabilidade e perenidade ao negócio de forma sustentável

A expansão da operação de um negócio costuma ser sinônimo de sucesso. Diversificar atividades e conquistar novos nichos despertam a atenção do mercado com uma mensagem de crescimento, prosperidade e lucro. No entanto, todo esse investimento pode virar exemplo de insucesso se a iniciativa não for bem planejada e estruturada. Crescer dá trabalho, exige esforço contínuo e método. Por saber disso, a Wiz tem baseado seus passos no Modelo de Gestão Wiz (MGW), uma metodologia corporativa ágil que garante ao conglomerado crescimento consistente e, sobretudo, sustentável.

O MGW foi criado sob medida para a companhia. Trata-se de um conjunto de métodos e processos que surgiu da necessidade de assegurar, diante da estratégia capilar de atuação da empresa por meio de Unidades de Negócio (UNs) e Unidades Corporativas (UCs), uma gestão dinâmica, porém eficiente e com foco na perenidade dos negócios.

“O MGW permite um crescimento escalável e ordenado do conglomerado. Por ser um modelo proprietário estruturado sem ser engessado, garante unicidade ao conglomerado por meio de mecanismos pré-estabelecidos sem, contudo, comprometer a autonomia das UNs”, explica Carla Nabarrete, Partner diretora executiva de Estratégia, Marketing e Tecnologia da Wiz.

Para fazer uma comparação simples, é como se o MGW fosse uma receita de bolo. “Simples, porém não simplória, já que a genialidade muitas vezes mora mesmo na simplicidade”, como afirma Moema Machado, Partner superintendente de Estratégia da Wiz e a quem pertence a analogia que ajuda a entender o modelo de gestão.

“A receita indica ingredientes e tudo o que é necessário para um bolo bonito e delicioso. Como toda receita, é possível adequar aqui e ali para servir o prato a diversas ocasiões e gostos. Assim é o MGW, um modo de operar sob medida, uma soma de métodos que é flexível às

especificidades dos diferentes negócios e pode ser aplicado nas mais diversas áreas do conglomerado”, exemplifica Moema.

“Método importa”

Para se manter como liderança no mercado de seguros e como uma referência no ecossistema de crédito, a companhia tem metas ousadas. Uma delas é atingir até R\$ 1 bilhão em faturamento em 2022, e alcançá-la só é possível com uma metodologia forte. “Para nós, o método importa. Mais do que isso: é indispensável e um dos pilares da cultura organizacional. O MGW orienta a nossa visão de conglomerado e é a ferramenta que vai garantir a perenidade dos negócios no futuro”, observa Carla.

Nesse sentido, inúmeras são as vantagens do MGW que dão a agilidade e a assertividade necessárias à Wiz frente aos desafios dos seus negócios. Ter uma metodologia previamente estruturada traz competitividade: não é preciso



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



QUATRO DIMENSÕES

1

Planejar

Define as estratégias e ações em curto, médio e longo prazos do conglomerado e de cada UN e UC, os meios de alcance dos resultados, os recursos financeiros e as equipes.

2

Acompanhar

Utiliza de ferramentas e *dashboards* para assegurar que os objetivos estratégicos elencados serão priorizados e executados no *timing* necessário.

3

Gerir

Garante o acompanhamento de resultados e a visão estratégica sejam pautas do dia a dia das unidades.

4

Servir

Oferece serviços corporativos, soluções em tecnologia e produtos para o conglomerado Wiz.

partir do zero quando uma nova empreitada se inicia. Ela facilita a gestão de projetos estratégicos e a incorporação de novos negócios com a agilidade e a assertividade que o grupo precisa para ser maior e melhor. “Sabemos exatamente por onde começar, como executar, que caminhos seguir. O MGW nos possibilita integrar e rodar um novo negócio com prontidão e eficiência”, declara Moema Machado.

E mais: O MGW permite à Wiz crescer inorganicamente com qualidade e assertividade, ao mesmo tempo que garante às unidades escalabilidade e eficiência, uma vez que não precisam criar seu próprio jeito de planejar, acompanhar e gerir, tendo à mão métodos já testados e aprovados.

Em paralelo, a metodologia também promove a sinergia entre unidades, tanto de negócio quanto corporativas, garantindo que haja colaboração entre elas, que podem se beneficiar de soluções cruzadas. “Uma das dimensões principais do nosso modelo é justamente possibilitar o intercâmbio de expertises e soluções entre as diferentes áreas para ajudá-las em seus desafios de negócios”, complementa Carla Nabarrete.

No entanto, na opinião da diretora, os benefícios diretos da adoção do MGW extrapolam em muito as fronteiras do

conglomerado. “É uma vantagem significativa nas transações de incorporação de novos negócios. O potencial parceiro enxerga em nós oportunidades. Além de se submeter a uma integração ordenada, vislumbra otimização de operações e incrementos de negócios, o que faz de nós ainda mais atraentes ao mercado”, analisa.

“Dividir para conquistar”

Mas, como o MGW faz isso? Como é capaz de perpassar todas as esferas da empresa, dar unicidade a operações diversas rumo a um mesmo propósito e, ao mesmo tempo, impulsionar o conglomerado Wiz? “É como o dito ‘dividir para conquistar’, só que no caso do MGW essa divisão é feita em dimensões principais, cada qual focada num aspecto relevante para a companhia”, detalha Moema.

Planejar, Acompanhar, Gerir e Servir às Unidades de Negócio e Corporativas são as quatro dimensões do MGW e às quais se refere a Partner superintendente de Estratégia. Cada uma delas se desdobra em iniciativas, cujas entregas vão se complementando e compondo um grande mosaico, que visa definir, direcionar e assegurar a estratégia da Wiz, a evolução das operações e o alcance dos resultados.

Pessoas são o diferencial

Voltando à analogia da receita do bolo: todo segredo culinário importante de família possui um guardião. Essa pessoa zela por aquele passo a passo, cuida para que sejam utilizados os melhores ingredientes. No MGW, esse papel é da área de Estratégia, responsável por coordenar as fases e entregas. “Ela atua promovendo, direcionando e supervisionando as suas etapas ao longo da cadeia corporativa. Também reúne e divulga informações, costurando entregas com insumos que partem das UNs e de outros setores internos”, diz Moema.

Quem também destaca a atuação dos Wizzers para o êxito na execução do MGW é Carla Nabarrete. “Contamos com a participação ativa das pessoas do conglomerado Wiz. Além de clientes, elas são as ‘patrocinadoras’, comprometidas com a metodologia e visando a alta performance. Isso é exatamente o que faz do MGW tão singular e irreprodutível”, conclui a Partner diretora.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Wiz Corporate mais ágil, digital e diversificada

Unidade de negócio especializada em seguros B2B colhe os primeiros resultados da ampliação do seu modelo de trabalho, com atendimento mais especializado e novas soluções tecnológicas

Em pouco menos de um ano, a Wiz Corporate acumula resultados animadores do grande investimento estratégico que fez para remodelar a sua estrutura, o que alçou a unidade de negócio à vanguarda do mercado de seguros. Foi um período de intensa modernização, com a digitalização de processos e a consolidação de soluções inovadoras que, consequentemente, garantiram mais agilidade e qualidade nas entregas aos clientes, em uma carteira que vem somando cada vez mais parcerias.

Dedicada ao relacionamento de seguros B2B e com atendimento técnico e personalizado voltado para a avaliação de riscos e proteção contra prejuízos imprevistos e eventualidades, a unidade da Wiz tem no rol de novos clientes o Banco Luso Brasileiro, o Voiter, BB Corretora, CASF e o Banco da Amazônia. Contratos como esses foram possíveis pela diversificação na atuação da empresa, que fez mudanças estratégicas para aprimorar sua metodologia e os sistemas. “Conseguimos alinhar a área de distribuição à de especialização, o que não é comum no mercado de seguros corporativos. Foi uma virada de chave que potencializou e solidificou o nosso crescimento”, detalha Anderson Romani, diretor executivo da unidade de negócio.

Segundo Stéphanie Zalcman, diretora técnica da Wiz Corporate, os processos não seguiam o mesmo fluxo linear de ação, já que o atendimento e a metodologia variavam de acordo com o tamanho de cada cliente. Com a unificação do modelo de trabalho, a empresa garante o seu DNA em todas as etapas da operação.

A ideia de tornar a cultura da empresa mais presente e eficiente passou pela decisão de unificar os processos internos e o atendimento ao cliente. Hoje, a unidade está moldada pela especialização. No lugar de distribuí-los pelo tamanho do negócio, cada parceiro é atendido por uma diretoria comercial, que entende as especificidades do setor em que ele atua.



Crédito: Wallace Felfosa

Stéphanie Zalcman, diretora técnica, e **Anderson Romani**, diretor executivo da Wiz Corporate, vêm trabalhando para tornar a UN mais moderna, digitalizada e inovadora

“Nós temos um volume muito grande de emissões de apólices de seguros (cerca de 12 mil ao mês) e, por esse motivo, começamos a desenvolver cada vez mais os nossos sistemas, dando mais autonomia e informação ao cliente para uma tomada de decisão assertiva”, explica Stéphanie. Essa foi uma das principais motivações para a inovação tecnológica que acompanhou a evolução da unidade.

“Com um volume desses, o trabalho manual de análises e documentação para emissão é complicado e exige um controle muito maior. Facilmente, essa era uma oportunidade de automação que, consequentemente, também nos daria mais precisão e agilidade”, completa a diretora.

As soluções tecnológicas encontradas pela Wiz Corporate deram mais controle de qualidade para os proces-

sos e mais acessibilidade aos clientes. Novas ferramentas foram desenvolvidas para dar melhor visibilidade de todos os produtos contratados, mais agilidade no atendimento e no retorno e possibilitar uma emissão descomplicada de apólices.

Para Stéphanie, esse é um investimento constante. “Estamos trabalhando em outras perspectivas, em novos sistemas e, cada vez mais, pensando que não podemos parar a tecnologia. Ela avança diariamente e, de igual forma, queremos trazer essas possibilidades para dentro de casa”, avalia a diretora técnica.

Times engajados

Claro, nem só de tecnologia se faz uma evolução desse porte. Para que tudo isso



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



acontecesse ao mesmo tempo, ficou ainda mais evidente a necessidade de ter bases sólidas fortalecidas pela cultura Wiz, com ambiente de trabalho convidativo, alto grau de engajamento dos colaboradores e foco nos resultados e na ampliação da atuação do time.

Tudo isso foi reforçado com a abertura de dois novos escritórios da unidade. A Wiz Corporate chegou neste semestre ao mercado de Minas Gerais, com a inauguração da unidade em Belo Horizonte, e se consolidou no estado de São Paulo, com a chegada a Ribeirão Preto.

Nessa mesma linha de inovação no quadro de pessoal, foram formadas *squads* técnicas (equipes multidisciplinares para a criação de soluções) exclusivas para a Corporate e especializadas na análise de dados. São profissionais que estudam todos os números da empresa parceira e conseguem trazer visibilidade detalhada para o controle de riscos dela e dos seus clientes.

Com a aposta em inovação, modernização e digitalização, a Wiz Corporate já colheu, em 2021, resultados surpreendentes – e espera seguir nesse ritmo. “Neste primeiro semestre de 2022, registramos crescimento de 25% na unidade de negócio. E estamos nos preparando para uma expansão ainda maior neste próximo ciclo, sabendo lidar com as dificuldades que o mercado venha a enfrentar”, conclui Anderson.

PILARES DA MUDANÇA

Conheça algumas das inovações que baseiam o modelo de atuação da Wiz Corporate:



- **Corporate Solutions:** trata-se de um sistema de gestão de apólices e sinistros no qual o cliente pode visualizar todos os produtos ativos com a Wiz e fora, como se tivesse a sua própria corretora dentro de casa.



- **WGarantia:** com essa ferramenta, o cliente que busca o seguro garantia consegue emitir uma apólice em até 17 segundos após concluir o preenchimento dos dados necessários.



- **Seguro cibernético:** produto inovador que atua contra ataques cibernéticos, cobrindo prejuízos de evasão dos dados, custos de defesa e até o resgate.



- **Seguro Agro:** o único sistema do mercado que faz a cotação de seguros rurais na ponta.

cerca de
12 mil
apólices são
emitidas por mês
pela Wiz Corporate



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Junto ao Banrisul, Wiz Parceiros amplia modalidade de consórcio

Instituição financeira do RS firma acordo com a Wiz para distribuir produtos *premium* em todo o país. Customizados, eles têm foco em garantir o crédito no menor prazo possível



Crédito: Wallace Ferlosa

Gabriel Marchiori,
diretor executivo da
Banrisul Consórcios

No início deste ano, a Wiz Parceiros assinou um acordo com o Banrisul, Banco do Estado do Rio Grande do Sul, para distribuir aos clientes da instituição consórcios de imóveis e veículos com foco específico: cartas de crédito acima de R\$1 milhão. O recorte pouco comum para a modalidade, quando vendida no varejo, mira os interessados em adquirir grandes porções de terrenos rurais, frotas de veículos, rol de casas e até automóveis de alto luxo.

A parceria é parte do movimento de diversificação de *players* no portfólio de distribuição da Wiz Parceiros – uma ampliação das operações da unidade que

chamou a atenção de Gabriel Marchiori, diretor executivo da Banrisul Consórcios. Isso porque ele também identificou uma oportunidade de aumentar a capilaridade do banco. A união das aspirações de ambos os lados resultou na criação de um produto exclusivo.

A ambiciosa empreitada encontrou no trabalho do Núcleo de Inteligência de Crédito (NIC) da Wiz Parceiros, o conhecimento essencial para trazer segurança, agilidade e inovação. A modalidade de consórcio do Banrisul com esse desenho foi desenvolvida a partir de análises e percepções do mercado **(veja entrevista)**. Segundo Gabriel, a

escolha por atuar em um segmento *premium*, acima de R\$1 milhão, veio para dar à nova metodologia do Banrisul a segurança de vendas mais qualificadas e com menor risco de cancelamentos.

“Com esse recorte, eu trago empresas mais estáveis que vão renovar sua frota de caminhão, comprar um grande lote rural ou mesmo um cliente físico que busca um imóvel de alto luxo. É um público mais restrito.” Ele detalha que essa é apenas uma primeira fase da ampliação do balcão de consórcios da instituição financeira, visando, principalmente, a capilaridade oferecida pela unidade de negócio da Wiz. Isso porque a distribuição do produto em



outras regiões também é um fator importante para o Banrisul. “A ideia do banco é expandir e ter canais em todos os lugares do Brasil”, completa.

Inteligência estratégica

Para Rodrigo Salim, Partner diretor executivo da Wiz Parceiros, o consórcio tem uma formação atrativa de crédito, e os produtos oferecidos pelo Banrisul trazem diferenciais em relação ao que é em média oferecido no varejo. “É preciso ter inteligência aplicada ao negócio para garantir que uma operação desse porte seja real, que performe como está sendo contratada pelo consorciado e dê segurança a quem está emprestando o dinheiro”, avalia Rodrigo. “Esse é o papel do NIC”, explica.

Rodrigo lembra que, quando o Núcleo estudou o mercado para desenvolver o produto, identificou um viés para transações de grande porte que não caberia no formato tradicional do varejo, mas teria potencial estratégico para a oferta de pro-

duto e serviços com perfil de premiação mais elevado na Wiz. “É muito interessante para nós termos uma bandeira como o Banrisul com esse apetite, difícil de ver em algumas administradoras. Isso nos estimulou a trazer uma operação envelopada”, avalia.

Essa “operação envelopada” é customizada para a demanda do cliente, com direcionamentos personalizados para garantir o crédito no menor prazo possível. “Isso é essencial já que, do outro lado, tem uma pessoa física ou uma pessoa jurídica que está gastando uma quantidade considerável de dinheiro para acessar um montante com fins específicos para aquele negócio”, considera Salim. Entra em cena, então, o time do Núcleo de Inteligência em Crédito, gerido por Givelton Amaral, Partner superintendente de Suporte da Wiz Parceiros.

O NIC cria a operação a partir de um estudo detalhado que serve de base para montar e modelar as primeiras simulações. Em paralelo, são construídos os

pareceres jurídicos e os perfis que compõem um dossiê completo para o parceiro junto à proposta de solução. “Nós criamos um fluxo e, dentro dele, avaliamos os critérios estabelecidos pela administradora, damos conformidade aos documentos exigidos e até incrementamos essa análise”, descreve Givelton.

Segundo ele, o NIC ainda desenvolve defesas às operações para dar segurança à administradora. “Como ela em geral não tem esse conhecimento acumulado, nós começamos a incrementar essas análises. Queremos ser mais assertivos e trazer mais amparo para a aprovação e a operação”, diz ele. Isso inclui a análise da empresa no mercado, o segmento em que ela está inserida e as perspectivas de crescimento e estruturação. “Nosso objetivo é não perder negócio. Mas queremos que ela não seja simplesmente aprovada, mas aprovada com qualidade e segurança tanto para o cliente que quer o crédito quanto para o nosso parceiro, nossa administradora”, completa Givelton.

ENTREVISTA

Gabriel Marchiori, diretor executivo da Banrisul Consórcios

Como identificou a oportunidade para essa guinada na área?

GM: Quando assumimos a gestão de consórcios no Banrisul, em 2019, era possível contar única e exclusivamente com os balcões de vendas das 500 agências do banco. Além disso, ali, a força comercial para os consórcios competia com diversos outros produtos bancários e linhas para a concessão de crédito. Esse cenário me instigou a expandir a oferta e tornar o produto mais competitivo, atraindo o cliente certo para o produto certo.

A ideia é expandir as ações?

GM: Bom, começou a dar certo aqui e começou a fazer um barulho muito grande. O primeiro parceiro a se juntar a nós foi o Banco do Estado de Sergipe (Banese). A nossa parceria com eles completou um ano agora, e mais de 90% do vendido nesse

período foi contemplado no primeiro mês.

De que forma isso aconteceu?

GM: A estratégia veio acompanhada da necessidade de fazer algo diferente e ir além dos fatores sorte ou “lance nas alturas”, que, normalmente, orientam essa linha. Mapeamos as maiores performances do banco e ficamos surpresos com alguns resultados: a taxa de cancelamento era sempre muito baixa, e grande parte de tudo que era vendido por estes colaboradores era contemplado no primeiro mês. Vários deles hoje trabalham ao meu lado.

E como foi o desenvolvimento da nova metodologia?

GM: Dali em diante, o modelo de consórcios foi recalibrado e, quando ficou bastante assertivo, foi replicado para a rede de agências, contando, inclusive, com

um treinamento específico para os vendedores. Depois que iniciamos essa metodologia, quebramos várias vezes o nosso recorde de volume comercializado. Hoje, nossa metodologia é única no Brasil, nos tornamos uma alternativa às tradicionais linhas de crédito para o cliente que tem a necessidade mais imediata de adquirir um bem.

E como a parceria com a Wiz Parceiros impacta nessa estratégia?

GM: A minha linha de raciocínio é sempre aprimorar o trabalho e trazer mais novidades para o mercado. A parceria com a Wiz tem uma vocação enorme para trilhar esse caminho. Com a Wiz, queremos consolidar cada vez mais o produto, buscar novas oportunidades para aumentar nossa capilaridade no território nacional.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Mais diversa para ser mais competitiva

Wiz Conseg, que atua nos balcões de concessionárias, amplia rol de parcerias e produtos para buscar resultados ainda mais expressivos em 2022

O ano de 2021 da Wiz Conseg foi de ritmo acelerado. Em seu segundo ano de operação, a unidade de negócio da Wiz dedicada à venda de seguros e produtos financeiros nos balcões das concessionárias registrou, no resultado consolidado do ano, crescimento de 80% em receita líquida, comparado ao mesmo período de 2020. E, em 2022, a unidade, que conta com mais de 55 mil clientes, espera alcançar um patamar ainda maior. Para isso, além de parcerias com as grandes redes concessionárias Barigui e Caoa e com a Associação Brasileira dos Concessionários de Automóveis Fiat (Abracaf), que alavancaram os resultados no último período, a aposta agora é diversificar a estratégia de negócios e ganhar ainda mais competitividade.

“Neste último ano, o foco da Wiz Conseg tem sido em parcerias com pequenas e médias empresas e na ampliação do portfólio para além dos seguros auto e prestamista, carros-chefes no ano passado”, afirma Alexandre Kalache, Partner diretor executivo da unidade. Até o primeiro semestre de 2022, foram fechadas sociedades para ofertas de seguros com os grupos Primavia, Rivel e Le Lac, a rede MVC, a Venture Veículos, a Capeve, a Minauto e a Leven Locadora, sendo a última uma novidade no seu rol de clientes. Com a chegada desses novos parceiros, a unidade de negócio agora atua em mais de 200 lojas, de diversas regiões do Brasil.

Para incentivar ainda mais a venda de seguros nesses balcões, a Wiz Conseg está também revisando o seu programa de incentivo dedicado aos vendedores das concessionárias parceiras. Antes bimestrais, as campanhas passaram a ser centralizadas em um único programa dentro da plataforma Conexão Conseg, o que garante mais eficiência na apuração. Agora, ao aceitarem participar, os profissionais das concessionárias podem consultar o saldo, saber se aqueles clientes em potencial (os *leads*) foram convertidos e o quanto a respectiva venda

vai gerar em comissão.

Nesse novo formato, em operação desde janeiro, o Conexão Conseg registrou um considerável aumento na proporção de negócios fechados a partir da indicação de clientes vinda dos parceiros: passou de 28% para 40%. “Estamos mudando algumas ferramentas para tornar a plataforma cada vez

melhor. Queremos também ‘gamificar’ o programa”, explica Pollianna Prado, Partner gerente de Estruturação e Performance da Wiz Conseg.

Força interna

Além de oferecer mais benefícios aos vendedores, a Wiz Conseg se



Crédito: Wallace Feliosa

Pollianna Prado, Partner gerente de Estruturação e Performance, diz que a visão de futuro da área é escalar o número de lojas e ter uma taxa de renovação acima do mercado, que é de 90%



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



CONCESSIONÁRIAS

Conheça as redes que já atuam com a Wiz Conseg:

ABRACAF

com atuação nacional.

GRUPO BARIGUI

com atuação na região Sul.

MVC

com atuação no Espírito Santo.

GRUPO LE LAC

com atuação no Paraná.

CAOA

com atuação nacional.

MINAUTO

com atuação em Minas Gerais

VENTURE VEÍCULOS

com atuação em Ituiutaba e na região do Pontal do Triângulo Mineiro (MG).

GRUPO PRIMAÍVIA

com atuação em Brasília, Goiás, Bahia e Minas Gerais.

LEVEN LOCADORA

com atuação em São Paulo, Rio de Janeiro, Distrito Federal, Goiás, Minas Gerais, Paraná e Rio Grande do Sul.

RIVEL

com atuação em Blumenau (SC).

CAVEPE

com atuação na Bahia.

uniu a outra unidade dentro de casa, a Wiz Engagement, para fortalecer e tornar a comunicação com esse público mais atrativa. Elas criaram, por exemplo, um personagem virtual, que funciona como facilitador desses profissionais. Ele está disponível como interlocutor entre as concessionárias e o time comercial da Wiz Conseg pelo *WhatsApp*. Pela ferramenta digital, é possível enviar contratos e documentos e ganhar mais agilidade nessas etapas.

A remodelação do programa de incentivo da Wiz Conseg tem por objetivo estruturar a sistematização de dados dos *leads* para que o time comercial possa usá-los de maneira mais estratégica. "A visão de futuro da área é escalar o número de lojas e ter uma taxa de renovação acima do mercado, que é de 90%. Por isso, estamos focados na expansão das parcerias, em rentabilizar bem os balcões que oferecem os produtos. Mas entendemos também que precisávamos nos estruturar melhor

para conseguirmos fazer com que essas operações sejam mais escaláveis", argumenta Polliana.

Toda essa reformulação do modo de atuar da Wiz Conseg, com maior participação das indicações de clientes vindas dos parceiros e o programa de benefícios para vendas mais competitivo, já traz resultados. No primeiro semestre de 2022, a unidade de negócio registrou aumento de 155% no número de emissões de seguro auto ante o mesmo período do ano passado. As comissões pagas também cresceram: 300% na mesma base de comparação.

Portfólio para seminovos

Outra aposta da Wiz Conseg para incrementar as vendas e agregar ainda mais valor aos seus negócios é o mercado de veículos seminovos, com a venda, por exemplo, de seguro de garantia mecânica. Por enquanto, ele é oferecido pelas redes Barigui e Primávia, mas a estimati-

va é levar o produto aos balcões de outros parceiros. No portfólio dedicado a esse segmento, há ainda a distribuição de garantia pneu e o seguro casco (que cobre total ou parcialmente danos provocados por roubo, furto, alagamento e incêndio), já oferecidos desde o ano passado.

Outro diferencial da Wiz Conseg é o modelo de trabalho integrado das equipes envolvidas, tanto as que estão remotas quanto as que atuam presencialmente nos balcões das concessionárias. Juntas, elas oferecem suporte completo aos clientes. Para alcançar resultados ainda melhores em 2022, a unidade de negócio está agora fazendo uma análise mais detalhada do mercado para apostas no segundo semestre. "Queremos entender quais regiões podem ser mais interessantes para fazermos novas parcerias. Estamos avaliando todas as possibilidades e estabelecendo quais são as prioridades", adianta Alexandre.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Mais que gestores de sucesso, Partners

Novo modelo de reconhecimento de líderes, o Programa Partners da Wiz oferece incentivo atrelado à valorização das ações da companhia na bolsa de valores

Naiara Jappe, superintendente Comercial da Wiz Conseg, e Pedro Pires, gerente de M&A (Fusões & Aquisições) da Wiz, são Wizzers guiados pelo senso de pertencimento e orgulho em fazer parte. Ambos conduzem sua atuação como líderes inspirados por um forte sentimento proprietário pelo negócio que ajudam a conduzir. Recentemente, os dois passaram a ter algo a mais em comum e que os deixa com esse olhar de dono ainda mais apurado: tornaram-se Partners, sendo contemplados pelo programa de incentivo de longo prazo à alta gestão e a lideranças de destaque da Wiz.

Lançado no início deste ano, o Partners é um modelo de reconhecimento com base na concessão de *phantom options* (**leia quadro**), ações que dão direito a retorno financeiro de acordo com a valorização dos papéis da Wiz na Bolsa de Valores (B3). “É um formato consolidado nos Estados Unidos e uma tendência entre as *smalls caps* (empresas com ações de menor capitalização e liquidez) no Brasil. O Partners se une a outros programas de reconhecimento já característicos da nossa cultura organizacional”, afirma Carolina Bento, Partner diretora de Gente e Cultura.

Além de recompensar gestores pelo desempenho, alta performance e, sobretudo, engajamento à cultura corporativa, o Partners visa tornar a Wiz cada vez mais atrativa a esses profissionais. “O objetivo é possibilitar a retenção desses talentos, ligados a áreas estratégicas e de impulsionamento do conglomerado, garantindo não só a escalabilidade, mas a sustentabilidade dos negócios”, explica a diretora.

Para Heverton Peixoto, CEO da Wiz, o Partners busca comprometer ainda mais os líderes com o rumo da companhia e a perenidade dos negócios. “Queremos lideranças mais confiantes e participativas, que tenham liberdade para assumir riscos e atuem de forma responsável com o futuro do negócio. Lideranças mais efetivas e recompensadas pelo crescimento da empresa”, afirma o CEO, reforçando o alinhamen-

to do Partners à visão Wiz de reconhecimento e crescimento profissional por meio de meritocracia.

Porém, as vantagens do programa vão muito além da retenção para a companhia. “A perspectiva do gestor se expande, ele passa a buscar mais soluções para melhorar processos e expandir o negócio, pois sabe que vai se beneficiar diretamente. É um ganha-ganha”, comenta Carolina Bento, ela mesma, agora, uma entre os 25 Wizzers eleitos a Partners no início de 2022.

PHANTOM OPTIONS

Também conhecidas como ações fantasmas, são elementos “virtuais” que representam uma ação da companhia e cujo ganho sobre a valorização é pago ao beneficiário em dinheiro. As *phantom options* não possuem valor na Bolsa de Valores e não podem ser comercializadas

Além de fazer planos com a futura bonificação, os eleitos ganham o título de “Partner” (palavra em inglês que significa “parceiro”), denominação que podem, inclusive, adicionar à nomenclatura de seus cargos na companhia. “É mais uma forma de reconhecimento que gera orgulho, valoriza o profissional e inspira colegas”, acredita a diretora.

Como funciona

Cada gestor contemplado recebe um número determinado de ações fantasmas, correspondente ao valor de contribuição de sua unidade à meta anual da Wiz. A partir de 2024, esses profissionais poderão resgatar a valorização sobre suas ações. Caso não haja valorização das ações até o momento de saque, não há retorno ao beneficiário, e os papéis permanecem com os profissionais elegi-

veis para novos momentos de remuneração a serem definidos. É importante frisar que não há emissão ou transferência de ações da Wiz para os colaboradores. As ações apenas são utilizadas como parâmetro para o pagamento do incentivo.

Para ser Partner é necessário ser um líder ou gestor de alta senioridade ligado a alguma Diretoria Executiva. O critério de escolha dos beneficiados é feito com base em parâmetros discricionais, porém, regidos por uma governança que considera desempenho, alcance de metas e resultados, alta performance, engajamento e aderência à cultura corporativa, além de contar com avaliação da Diretoria Executiva e do Conselho Administrativo.

Até agora, a Wiz disponibilizou 600 mil de *phantom options*. Metade dessas ações foi distribuída na primeira outorga, no início de 2022, chamada de Plano W2025. “O restante será distribuído em 2023 e 2024, mas nada impede que outras ações sejam disponibilizadas após esse primeiro triênio”, diz Carolina Bento.

Os gestores já contemplados em 2022 podem ou não receber mais unidades de *phantom options* nos próximos anos e outros líderes, igualmente, podem ser beneficiados. Porém, para permanecer com o título de Partner é preciso, após os resgates, manter pelo menos 2 mil ações fantasmas.

Nosso jeito de ser

Mesmo inspirado no que é praticado pelo mercado, o Partners Wiz possui elementos que o fazem único. Em adição à valorização das ações na B3, a Wiz oferece um incentivo a mais por meio de um segundo plano, o W2026. A cada três *phantom options* recebidas, a Wiz concede uma W26, unidade de medida calculada em cima do lucro líquido da companhia. Ou seja, além dos resultados atrelados à bolsa de valores brasileira, o beneficiado pode acumular mais com esse potencializador.

Não é apenas a visão meritocrática da Wiz a que o Partners está intimamente



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito: Alessandra Queiroz

A superintendente Comercial **Naiara Jappe** se tornou Partner no início deste ano, valorização que reforçou sua dedicação em buscar novas formas de alavancar a companhia

vinculado. Assim como todos os projetos, programas e políticas da Wiz desde que deu início à expansão para ser a maior gestora de canais de distribuição de seguros e produtos financeiros do país, ele foi baseado nos princípios que regem a cultura corporativa: o Wiz Way e seus pilares.

“De forma direta ou indireta, o Partners perpassa por todos os valores da nossa cultura. É mais um fruto do intenso trabalho desenvolvido nos últimos anos e que culminou no Wiz Way (**leia mais no QR Code**), o conceito que reflete a cultura viva que rege a dinâmica da companhia”, afirma Heverton Peixoto.

Prata da casa

A trajetória de Naiara Jappe acompanhou todas as principais mudanças e conquistas pelas quais a Wiz passou nas últimas duas décadas. Ela chegou

à companhia em 2005, como assistente de vendas em sua cidade, Santo Ângelo (RS). “Foi o meu segundo emprego, e me identifiquei muito com a dinâmica dos negócios, sentia que a Wiz seria um bom lugar para me desenvolver e evoluir profissionalmente.”

Com o passar dos anos, vieram processos seletivos internos e promoções. Em 2013, foi promovida a gerente regional de vendas no Rio de Janeiro e a superintendente Comercial em 2015. Em 2021, com mudanças no setor em que Naiara atuava, a carreira dela teve um novo capítulo. Foi convidada a assumir um novo desafio na companhia, deixando de atuar com *bancassurance* para tocar novos projetos em uma promissora unidade de negócio, a Wiz Conseg.

De lá para cá, Naiara mudou de unidade de negócio, de cidade, passou pelo *home office* no ápice da pandemia, implementou novos projetos e processos e, no iní-

cio deste ano, tornou-se uma Partner da Wiz. Para a superintendente, a iniciativa é uma grande fonte de reconhecimento e orgulho. E, para a empresa, a Wizzer acredita funcionar como um acelerador de negócios, pois ajuda a expandir o horizonte de líderes e gestores.

“Ser Partner me fez estar ainda mais atenta a soluções e processos no dia a dia para otimizar recursos e oportunidades no mercado capazes de alavancar a companhia”, diz. Ainda na opinião da profissional, iniciativas desse cunho são uma evidência do esforço da Wiz pela materialização de seus valores e da sua cultura para além de conceitos. “Isso demonstra planejamento, consistência e coerência na condução da companhia frente aos colaboradores e ao próprio mercado”, acrescenta.

O “pulo do gato”

Também eleito no primeiro grupo de Partners Wiz, Pedro Pires se juntou à companhia em 2019. Era um momento determinante na história da Wiz, em que a companhia começava a intensificar as iniciativas de crescimento inorgânico, com ênfase em processos de *Mergers & Acquisitions* (M&A) ou Fusões & Aquisições.

Embora o foco de atuação de Pedro não fosse, até então, diretamente o setor de seguros, o momento em que a Wiz estava chamou a atenção do, à época, executivo de Banco de Investimento, pelos empenhos da companhia para, por meio de inovação e tecnologia, promover a expansão dos negócios e se tornar líder no mercado de seguros e produtos de crédito. Quando o desafio veio, ele aceitou a missão. “Fui a primeira pessoa da companhia que chegou para ser totalmente dedicada à atividade de M&A”, relata.

Na Wiz, Pedro participou de diversas negociações e aquisições de novos balcões e unidades de negócio, ajudando a empresa a se tornar um dos mais importantes conglomerados do Brasil na distribuição de seguros e crédito. Agora,



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



ele tem a oportunidade de colher os frutos da escolha que fez lá em 2019, de sua dedicação e de seu empenho, como um Partner.

Para o Wizzer, embora a decisão de uma pessoa em permanecer em uma companhia seja definida por um conjunto de fatores, iniciativas como o programa são relevantes e contribuem para a sustentabilidade de um negócio. “Vejo o Partners como um movimento estratégico e muito alinhado ao propósito da Wiz, que tem como principais valores gente e resultados”, comenta.

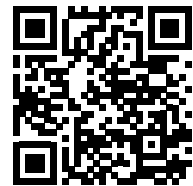
Além do incentivo financeiro em longo prazo, benefício direto do programa, na opinião de Pedro, a possibilidade de adicionar à nomenclatura de seus cargos a palavra “Partner” foi uma espécie de “pulo do gato”. “Ao passo que valoriza as pessoas e inspira colegas, comunica para fora da empresa, diferencia a Wiz frente aos investidores e instiga o desejo de outros profissionais de se juntarem a nós.”

Orgulho de fazer parte

Como representantes do primeiro grupo de Partners da história da Wiz, Naiara e Pedro são unânimes em afirmar que se sentem privilegiados em saber que suas conquistas são um exemplo para outros colegas. “Desde o início da minha história na empresa, como assistente de vendas no interior do Rio Grande do Sul, aproveitei todas as oportunidades que me foram proporcionadas até chegar aqui, com muito orgulho de toda trajetória. Wizzers de todas as unidades têm as mesmas oportunidades de se desenvolverem e também se tornarem Partners”, conclui Naiara.

Os 25 Wizzers eleitos para participar do programa em 2022 têm, como se diz no universo corporativo, o “fit da companhia”, ou seja, são pessoas cujo perfil é fortemente alinhado ao propósito, aos valores e à cultura da empresa a qual fazem parte. O chamado para se juntar à Wiz como Partner foi para o grupo uma

surpresa. Eles receberam em casa um kit celebração, uma caixa explicando a proposta do novo programa, contendo o convite para lá de especial. “Queríamos que o lançamento do Partners fosse um marco na vida da Wiz e dos Wizzers. Desenhamos uma ação para surpreendê-los, de modo que se sentissem valorizados e iniciando uma etapa especial em suas carreiras”, finaliza Carolina Bento.



LEIA MAIS
SOBRE WIZ WAY



Crédito: Wallace Feltosa

Pedro Pires, gerente de M&A da Wiz, reforça que a nomenclatura atrelada ao cargo inspira colegas, incentiva outros profissionais a participar e diferencia a empresa frente aos investidores



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Programa de Compliance ainda mais forte para ser referência no mercado

Wiz aperfeiçoa iniciativas para a condução ética e a gestão responsável dos negócios, em alinhamento com melhores práticas do país

A boa gestão é elementar para o crescimento sustentável de uma empresa, e isso não é novidade, mas a forma como é feita tem passado por transformações significativas no mercado nos últimos anos. Em julho deste ano, foi publicado novo decreto que regulamenta a Lei Anticorrupção no Brasil, além de novas regulamentações que visam o combate e a prevenção à lavagem de dinheiro, bem como o fortalecimento da estrutura de gestão de riscos.

Além de esse movimento regulatório influenciar significativamente as empresas brasileiras, está em destaque uma dinâmica de gestão dos negócios que, recentemente, ganhou peso no mercado, considerando as mudanças comportamentais da população ao

exigir ações sustentáveis das empresas que se relacionam. Essa dinâmica se trata da ascensão do modelo ESG como referência para o desenvolvimento sustentável, social e de governança das empresas. Atenta a esse modelo, a Wiz tem trabalhado com agilidade para fortalecer essas frentes.

Nos últimos 12 meses, as áreas de Compliance e Governança, Relações com Investidores (RI), Comunicação e Gente e Cultura, se uniram em um projeto institucional, a fim de elevar os seus padrões diante dos aspectos ESG. Em relação à Governança, os comitês de assessoramento do Conselho de Administração foram reestruturados ainda no início de 2022, visando o alinhamento estratégico da companhia com as frentes ESG, além do aperfei-

çoamento do Programa de Compliance, em consonância com as melhores práticas de integridade aplicadas no mercado e de exigências regulatórias.

"O Projeto ESG tem duas frentes: uma focada na condução ética e a outra no desenvolvimento humano. E a alta administração está totalmente envolvida nesse projeto, demonstrando claramente que está comprometida com a condução ética e socialmente responsável dos negócios da Wiz. Entre suas ações, criou, em janeiro deste ano, o Comitê de Riscos, Compliance e Partes Relacionadas, que assessorava o Conselho de Administração na gestão da eficácia do Programa de Compliance. Esse comitê é composto por quatro conselheiros, sendo um de-



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Crédito: Arquivo Pessoal

Marcus Oliveira, diretor Financeiro, Jurídico e de Compliance, destaca que o Programa de Compliance é um trabalho de construção permanente dedicado a trazer mais tranquilidade para a companhia

les membro independente”, explica Marcus Oliveira, diretor Financeiro, Jurídico e de Compliance da Wiz.

Engajamento de todos

O Programa de Compliance é pautado no comprometimento da alta administração, da existência de uma área dedicada e supervisionada pelo Comitê de Riscos, Compliance e Partes Relacionadas, da análise e perfil de riscos das operações do conglomerado Wiz, da mitigação dos riscos por meio de mecanismos internos como o Código de Conduta Ética, treinamentos e a disponibilização do Canal de Denúncias, assim como o frequente aperfeiçoamento do programa.

Criada em 2016, a área de Compliance e Governança da Wiz publicou no mesmo ano o Código de Conduta Ética, que orienta sobre as regras de comporta-

mento e utilização de recursos pelos Wizzers e por parceiros. As diretrizes nele estabelecidas representam os valores da Wiz, com foco na transparência e na integridade. Para conscientizar todas as equipes da importância do compliance e como aplicá-lo, no dia a dia, em todas as unidades de negócio e corporativas, a empresa oferece também treinamentos, divididos em três tipos: os iniciais, os de reciclagem e os dedicados à liderança – os dois últimos acontecem a cada dois anos, ou sob demanda. Os cursos estão disponíveis dentro da universidade corporativa Wicity, plataforma de educação com conteúdo de fácil compreensão e navegação amigável para alcançar todos os perfis de colaboradores.

“Um dos maiores desafios dos programas de compliance é colocar todas as pessoas da empresa no mesmo nível de conhecimento sobre como a sua aplica-

ção funciona. Sabemos que o tema não é simples, então, tivemos o cuidado de criar conteúdos atrativos para que as pessoas se sintam motivadas e protagonistas da conformidade da Wiz”, destaca Marcus. “A gestão de compliance proporciona, no médio prazo, redução dos riscos inerentes, aumento da vantagem competitiva e proteção para os nossos colaboradores, acionistas, investidores e demais *stakeholders*”, completa.

Além das ações mencionadas, o Programa de Compliance da Wiz reúne outros mecanismos para promover o engajamento dos Wizzers, como o Fala Aí, Wizzer, podcast interno da Wiz, que abordou o tema de Compliance; o Conexão Compliance, comunicado interno que traz informações relevantes sobre a condução ética dos negócios; e as rodas de diálogos pontuais com colaboradores e lideranças.



Denúncia sigilosa

O Canal de Denúncias da Wiz também é importante ferramenta para o programa. Tanto a central telefônica quanto o site (veja quadro) são administrados por uma empresa independente, a ICTS, que atende, recebe as informações, avalia se o caso infringe as normas internas e externas e direciona para o profissional responsável dentro da companhia. O contato pode ser feito tanto por colaboradores quanto por pessoas de fora, de forma anônima ou com autoria identificada. Todo esse protocolo está alinhado com a legislação brasileira e as regulamentações aplicáveis aos negócios da Wiz.

“As denúncias são totalmente preservadas, somente acessadas pela empresa que administra o Canal, a área de Compliance, e, anualmente, pela auditoria independente que faz a conferência delas e extrai os dados gerais, fechados, para nos orientar na eventual reformulação das nossas regras”, reitera o diretor.

A analista de Compliance Raquel Maranhão salienta que a área conta com

um manual de apuração de denúncias como garantia da melhor condução dos casos. “Aprovado pelo comitê que supervisiona o programa, ele norteia a área na condução das investigações. Nele, há mais informações sobre o protocolo de apuração dos casos reportados e como o denunciante pode acompanhar o resultado do processo. Tanto o manual quanto o FAQ do canal podem ser consultados publicamente no site da companhia”, conta.

O Programa de Compliance também conta com iniciativas como: a *Due Dilligence* de Integridade, que trata da análise de possíveis riscos vinculados a novas operações, colaboradores, parceiros, executivos, terceiros e fornecedores, assim como acionistas que farão parte da sociedade de qualquer empresa Wiz. A área de Compliance e Governança conta com as melhores ferramentas do mercado para realizar o *background-check* de todas as pessoas com quem a Wiz se relaciona, seguindo os procedimentos estipulados pela legislação anticorrupção brasileira e regulamentações da Superintendência de Seguros Privados (Susep).

Somos beta

Buscar sempre a sua melhor versão está presente em todas as frentes de atuação da companhia, e não seria diferente no Programa de Compliance. Nesse sentido, a área de Compliance e Governança busca se manter atualizada com as melhores práticas do mercado, por meio do engajamento dos seus membros em ações de instituições reconhecidas pela condução de negócios éticos e contribuição para a boa governança corporativa das organizações.

“Entendemos que esse é um trabalho de construção permanente. Recentemente, nós nos comprometemos com os dez princípios do Pacto Global da ONU. Além disso, somos associados do Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e do Instituto Ethos, duas entidades de referência na gestão responsável das empresas, e estamos sempre nos atualizando. Com isso, queremos trazer cada vez mais conforto e tranquilidade para os negócios que a companhia está realizando”, finaliza Marcus.

CANAL DE DENÚNCIA

Está disponível para colaboradores e pessoas de fora da Wiz. A autoria do denunciante pode ser anônima ou não.

Site



www.canalconfidencial.com.br/grupowiz

Central telefônica



0800-377-8012

O que deve ser comunicado?

- Violações de lei em negócios que envolvam a Wiz.
- Violação às regras do Código de Conduta Ética ou a outras políticas internas.
- Uso indevido ou vazamento de informações privilegiadas.
- Fraudes.
- Uso impróprio ou furto de materiais.



ESPECIAL

TECNOLOGIA

CAPA

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

CRÉDITO

CULTURA

ESG

WIZZER



Expertise a serviço de quem mais precisa

Consultora de atendimento da Wiz Concept, Norma Cristina, a Cris, usou seus conhecimentos em processos seletivos para apoiar pessoas que perderam o emprego na pandemia a se recolocarem

Moradora de Águas Claras, cidade do Distrito Federal, Norma Cristina Krause, consultora de atendimento da Wiz Concept, é daquelas que gostam de pessoas. Cris, como prefere ser chamada – “por ser leve e mais jovial” –, conta que esse interesse vai desde observar quem está ao redor a, sempre que possível, contribuir para dar um novo significado àquelas que precisam de apoio.

Foi esse sentimento que a mobilizou, em 2020, a querer fazer mais, algo que apoiasse no longo prazo as pessoas de baixa renda que perderam seus trabalhos em decorrência da pandemia, decretada em março daquele ano – a taxa média de desemprego no Brasil chegou, em 2020, a 13,5%, segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). Graduada e pós-graduada em Gestão de Recursos Humanos, Cris decidiu ajudá-las a se recolocar no mercado de trabalho.

Parabuscarseu “público”, Cris enviou mensagens em grupos de *WhatsApp* se colocando à disposição para ajudar. E a estratégia do bem foi um sucesso. Ela fez todo um trabalho de consultoria, desde orientações mais básicas até apoio na candidatura em vagas que buscava na rede social *LinkedIn*. Muitas vezes, quem a procurava tinha pouco conhecimento na elaboração

do currículo, como quais informações incluir ou como organizá-las, e ela ajudou a construir, estruturar, priorizar as informações necessárias para a vaga e, ao final, realizar os envios aos processos seletivos por um e-mail criado para essa finalidade.

“Eu colocava no corpo do e-mail que estava ali como interlocutora das pessoas em busca de trabalho, como uma ação social”, lembra. À época, Cris estava trabalhando de forma remota, em casa, e conta que usava o tempo economizado em deslocamento e o horário de almoço para se dedicar a essa consultoria.

Quem ajuda também ganha

A consultora – que está na Wiz desde novembro de 2021 – não consegue mensurar quantas pessoas apoiou entre março de 2020 e dezembro de 2021, nem quantas conseguiram recolocação. Ela conta que muitas estavam em situação crítica em casa, sem o básico para se alimentar. “A maioria eram pessoas que trabalhavam em áreas de serviços gerais, cozinha, restaurantes e recepcionistas, categorias profissionais muito impactadas pelo fechamento dos estabelecimentos comerciais”, lembra.

Algumas histórias, conta Cris, a marcaram de forma especial. Ela lembra que ficou muito comovida com, por exemplo, um adolescente que nem documentos tinha, outra adolescente que era mãe de três filhos e estava grávida e uma profissional com mais tempo de experiência que conseguiu um emprego num restaurante. “Dias depois, ela me ligou para agradecer. E eu disse que meu maior presente foi saber que ela estava trabalhando!”

Mas esse não foi o único retorno positivo. A voluntária recebeu várias ligações com mensagens de retribuição pelo apoio, e conta que também se sentiu transformada. “Fico muito feliz que pude fazer alguma coisa em um momento tão difícil para essas pessoas. E foi muito pouco diante de tudo o que aconteceu e que vem acontecendo na pandemia”, lembra Cris. “Com essas relações, pude enxergar o mundo e as pessoas de outra forma, muito mais humanizada. Tenho certeza de que todas elas têm algo a acrescentar na minha vida”. A experiência impactou diretamente nas relações que a consultora constrói no dia a dia do trabalho, deixando-a ainda mais empática. “Quando a gente parte do princípio de se colocar no lugar do outro, fica muito mais fácil de entender a dor alheia.”



Crédito: Rafael Vargas

Cris buscava oportunidades na rede social *LinkedIn* e ajudava com a formatação do currículo e a ponte entre o candidato e o recrutador

RAIO-X WIZZER

Nome: Norma Cristina Krause, ou somente, Cris Krause

Idade: 32 anos

Cargo: Consultora de atendimento da Wiz Concept

Local: Brasília - DF

Nas horas vagas: Gosta de ver séries, ouvir música, ler sobre o universo e assistir a vídeos sobre viagens e cuidados pessoais.



WIZ



SCN Qd 02, Liberty Mall, Torre B
13º andar, sala 1301
Brasília-DF / CEP: 70.712-904



Rua Olimpíadas, 66, 12º andar
Edifício Capital Center
São Paulo-SP / CEP: 04.551-000



Avenida Rio Branco, 125, 4º andar
Rio de Janeiro-RJ / CEP: 20.040-006