



Digital, moderno e dinâmico

De olho nas transformações pelas quais passa o ecossistema financeiro brasileiro, BRB oferece uma experiência inovadora aos clientes

Paulo Henrique Costa,
presidente do BRB

Leia mais>>

Especial

Wiz Way, o jeito Wiz de ser, reforça e consolida a cultura corporativa do conglomerado

Leia mais>>

Gestão

Unindo tecnologia, produtos e serviços, SmartInsure é a novidade no mercado de seguros

Leia mais>>





PARCERIAS E TRANSFORMAÇÕES ORGANIZACIONAIS PARA SEGUIR NO CAMINHO DA EVOLUÇÃO

A Wiz está sempre em evolução. Seja por meio de investimentos em tecnologia para análise e uso qualificado de dados, na criação de soluções, celebração de parcerias ou no fomento de uma cultura forte, a empresa está focada em consolidar sua atuação com um portfólio diversificado de produtos financeiros e seguros para potencializar os resultados dos seus parceiros. E você poderá acompanhar alguns exemplos disso tudo nas próximas páginas desta edição da revista BETA.

Na matéria de capa, falamos sobre a transformação que está ocorrendo no Banco de Brasília (BRB) e sobre o vínculo firmado com a Wiz para atuação no modelo chamado novo *bancassurance*.

Em Especial, contamos sobre o Wiz Way, o jeito Wiz de ser, e todo o processo liderado pela diretoria de Gente e Cultura, com o objetivo de materializar a cultura vivenciada na companhia e consolidar, por meio de diversas ações, incluindo um livro, os elementos que sustentam o alcance de resultados do conglomerado no longo prazo.

Confira como a BMG Corretora de Seguros, de olho no potencial que o mercado de consórcios oferece, passará a oferecer mais esse produto em seu portfólio.

Outro destaque da edição é a criação da *joint venture* Wimo, em parceria com a Galapagos Capital, com foco na comercialização de crédito com garantia imobiliária (*home equity*).

Saiba também como a Wiz transformou a atuação de suas equipes por meio da adoção do modelo ágil e formação de *squads* com o Agile Data Driven.

Por fim, confira a história da Wizzer Maiara Gualberto, que, junto a seu pai, ganhou o primeiro lugar no programa Cocreation Lab DF, com o projeto de coleta consciente de lixo eletrônico.

Boa leitura!

BETA

Concepção editorial e gráfica: InPress Porter Novelli

Edição: Fernando Masini

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

Reportagem: Bruna Senseve, Bruno Oliveira, Marcella Sarubi e Ronaldo Mendes

Projeto gráfico: Pedro Henrique Gozzo e Rafael Uyeda

Diagramação: Rafael Uyeda

Revisão: Bruna Senseve, Marcella Sarubi e Ronaldo Mendes.

Conselho editorial: Heverton Peixoto, Carla Nabarrete, Carolina Bento, Luis Moraes, Rodrigo Salim, Leandro Leite e Anderson Romani

**ESPECIAL**

Com um movimento de consolidação e fomento à cultura corporativa, companhia cria o Wiz Way, que tangibiliza e traduz o jeito Wiz de ser e compartilha ações que sustentam o alcance dos objetivos de longo prazo

4**CAPA**

Banco de Brasília (BRB) investe no modelo digital e em parcerias estratégicas para aprimorar o negócio e se aproximar ainda mais dos clientes

8**NEGÓCIOS**

Com o objetivo de ampliar o seu portfólio, Wimo reformula modelo de operação e se transforma em uma unidade de negócio

13**CRÉDITO**

Wiz Parceiros expande atuação e diversifica o portfólio de produtos de crédito WizCred

14**GESTÃO**

Solução SmartInsure conecta todos os envolvidos na venda de seguros e facilita a gestão unindo tecnologia, produtos e serviços

16**INOVAÇÃO**

Wiz Engagement apresenta solução para engajar times comerciais e disponibiliza campanhas de vendas personalizadas e aderentes às metas das empresas

18**PARCERIAS**

De olho no potencial de mercado, Bmg Corretora passa a oferecer consórcios em seu portfólio de produtos

20**SEGUROS EMPRESARIAIS**

Wiz Corporate reúne especialistas de mercado e cria área focada em licitações públicas

22**TECNOLOGIA**

Saiba também como a Wiz transformou a atuação de suas equipes por meio da adoção do modelo ágil, formação de *squads* e utilização da ferramenta Agile Data Driven

24**WIZZER**

Paixão pelo meio ambiente leva operadora de atendimento Maiara Gualberto a abrir, junto com o pai, empresa de reciclagem de resíduos eletrônicos

26



pela prática: o olhar mais apurado para a cultura organizacional”, complementa.

Na sequência, com o objetivo de proporcionar mais clareza à cultura da companhia, um intenso trabalho, coordenado pela Diretoria de Gente e Cultura, foi realizado, culminando na estruturação do Wiz Way, o jeito Wiz de ser. “O olhar especializado à cultura nos permitiu mapear e, de certa forma, empacotar princípios e elementos. Materializamos o que já era vivido, símbolos, aspectos e direcionamentos organizacionais em um documento vivo que inspira a prática na mesma medida em que é inspirado por ela”, contextualiza Isabel Gomes, gerente de Gente e Cultura na Wiz.

No Wiz Way, o propósito e os valores do conglomerado são reforçados. Ainda, são descritos os pilares da cultura Wiz (oito, no total – Orgulho, Desenvolvimento, Foco em Resultados, Inclusão e Diversidade, Método, Impacto e Confiança, Liderança Best e Inovação), assim como as atitudes e os comportamentos esperados dos Wizzers. (Saiba mais sobre o Wiz Way e outros componentes da cultura da Wiz na página 7.)

Trata-se de uma ferramenta robusta, que, ao mesmo tempo em que representa a essência da companhia, sintetiza a cultura do conglomerado e serve de direcionador, como se fosse uma bússola apontando para o melhor caminho a seguir. “O Wiz Way empodera e dá autonomia aos Wizzers, já que deixa claro o que deles é esperado e orienta para como atingir resultados”, explica Julia Wahrendorff, superintendente de Gente e Cultura.

Configurações do jeito de ser Wiz atualizadas

Com o trabalho inicial de mapeamento da cultura concluído, a Wiz se lançou a uma segunda fase: difundir o Wiz Way entre os colaboradores e engajá-los com campanhas diversas. A primeira realização foi o lançamento do livro sobre o Wiz Way, em dezembro de 2021.

A Diretoria de Gente e Cultura deu início a ações para que o Wiz Way passe a permear, de forma orgânica e consistente, todas as iniciativas e processos do conglomerado, seja em âmbito estratégico, institucional ou na operação das próprias áreas e unidades de negócio. Como parte desse processo, projetos já existentes têm sido revisitados a fim de



Crédito: Paulo Negrinhos

Julia Wahrendorff, superintendente de Gente e Cultura na Wiz

se alinharem aos conceitos repaginados de cultura.

Um trabalho constante de mapeamento será desenvolvido com o objetivo de criar ou adaptar iniciativas e projetos focados em pilares que precisem de reforço. “Os pilares do Wiz Way atuam em sincronia, um aspecto fortalece o outro na busca por resultados. Por isso, quando um pilar é abordado, outros, ou até todos, acabam também sendo trabalhados”, completa Isabel Gomes.

Wiz Way na prática

Algumas ações já dão mostras do movimento liderado pela Diretoria de Gente e Cultura. A maior iniciativa da Wiz de fomento à cultura e ao desenvolvimento dos Wizzers, o Desafio Beta, teve sua edição de 2021 totalmente focada na abordagem do Wiz Way. Uma jornada de atividades foi criada para que Wizzers pudessem experimentar cada um dos pilares de cultura por meio de pílulas interativas (vídeos, podcasts, quizzes e infográficos), Wiz Talks (lives) e desafios.

Já o recém-criado Zlab é uma indicação de programa que reforça o pilar de inovação por meio da participação direta dos colaboradores. “Selecionamos ideias inovadoras de Wizzers para solução de problemas ou para o incremento dos negócios com o intuito de fortalecer sua percepção de impacto no conglomerado e apoiar a implementação dessas propostas”, esclarece Julia Wahrendorff, complementando que, se, de um lado, o

Zlab enfoca o pilar Inovação, do outro, trabalha demais pilares, como Desenvolvimento, Orgulho, Impacto e Confiança.

Planejamento e cultura na busca pelo 1BiWiz

Um bilhão de reais em faturamento até o fim de 2022, esta é a meta desafiadora da Wiz ao longo deste ano e que tem impellido amplos esforços do conglomerado. Apesar de ser um alvo em curto prazo, o #1BiWiz, como tem sido chamada a movimentação da empresa em busca da meta de 2022, faz parte de uma esfera muito maior dentro dos objetivos de negócio da Wiz, delineados desde 2018, quando o processo de diversificação da companhia teve início.

Agora, além de foco em estratégia e muito planejamento, a Wiz conta com uma cultura fortalecida para chegar não só à casa do bilhão, mas a todas as demais metas do grupo. Uma força-tarefa liderada pela área de Estratégia e Gestão do Negócio, com apoio da Diretoria de Gente e Cultura e de Comunicação, tem se lançado na criação e implementação de ações de suporte focadas no Wiz Way para o atingimento de metas de desempenho do negócio e financeiras.

Um das dessas iniciativas é o grupo de trabalho 1BiWiz, que visa buscar e planejar ações de difusão e reforço da estratégia para o atingimento da meta e, claro, acompanhar a evolução e o desempenho em busca desse resultado.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Manifesto Wiz Way

OLHAMOS PARA O FUTURO DE UM JEITO ÚNICO.

OUSADO, IDEALISTA, COM UM OLHAR CHEIO DE ATITUDE...

OLHAMOS PARA O MUNDO EM BUSCA DE POSSIBILIDADES PARA VOAR AINDA MAIS ALTO.

É ASSIM QUE CRIAMOS UM AMBIENTE PREPARADO PARA INOVAR.

É ASSIM QUE MANTEMOS O FOCO NOS RESULTADOS.

E ESTIMULAMOS O NOSSO DESENVOLVIMENTO E O DA SOCIEDADE.

MAS, SE VEMOS ADIANTE, É PORQUE HONRAMOS E RECONHECEMOS O NOSSO PASSADO.

TEMOS ORGULHO DA NOSSA JORNADA, DE TUDO O QUE CRIAMOS JUNTOS.

SUPERAMOS DESAFIOS. DEMOS A VOLTA POR CIMA. DIVERSIFICAMOS NEGÓCIOS.

COM PAIXÃO, CONSTRUÍMOS UM PRESENTE DINÂMICO, QUE TEM MÉTODOS ÚNICOS PARA FAZER ACONTECER.

UM PRESENTE QUE CONTA COM A POTÊNCIA DE CADA WIZZER.

ESSA NOSSA VISÃO DE QUEM SABE DE ONDE VEIO, O QUE FAZ E O QUE DESEJA CONTAGIA, CAUSA IMPACTO, GERA CONFIANÇA. ATRAI E INCLUI PESSOAS DIVERSAS PARA QUE, JUNTAS, REALIZEM COISAS INCRÍVEIS.

TAMBÉM DÁ O TOM DE UMA LIDERANÇA QUE INSPIRA E QUE É A CADA DIA MAIS B.E.S.T. QUE ACOMPANHA A EVOLUÇÃO DE TODOS, PARA QUE CADA UM POSSA SER SUA MELHOR VERSÃO, POSSA TER BRILHO NO OLHAR.

E É ISSO QUE FAZ COM QUE NADA E NEM NINGUÉM DUVIDE DA NOSSA POTÊNCIA OU APOSTE CONTRA NÓS.

AFINAL, PARA SER A MAIOR E MELHOR GESTORA DE CANAIS DE DISTRIBUIÇÃO DE PRODUTOS FINANCEIROS E SEGUROS DO PAÍS, É PRECISO TER MESMO UM OLHAR DIFERENTE.

É PRECISO SER QUEM ENXERGA POSSIBILIDADES PARA FAZER A DIFERENÇA.

É DESSE JEITO QUE SEGUIREMOS JUNTOS, COM BRILHO NO OLHAR, ATITUDE, FOCO EM RESULTADOS, MAS, SOBRETUDO, COM AS PESSOAS E PELAS PESSOAS!

QUE É DE ONDE VEM A NOSSA FORÇA. É ONDE ESTÁ O NOSSO **JEITO ÚNICO DE SER.**

WIZ WAY, O JEITO WIZ DE SER!



LIVRO WIZ WAY: TANGIBILIZAR O QUE É VIVENCIADO

Como marco do atual momento, em que cultura e resultados estão ainda mais conectados, a Wiz lançou, em dezembro de 2021, o livro *Wiz Way* que, em quase 150 páginas, apresenta de forma profunda os elementos que compõem a cultura do conglomerado, passando um a um pelos pilares, valores e atitudes, além de reunir histórias inspiradoras de colaboradores e um manifesto que simboliza o jeito de ser da companhia.

A publicação resume a trajetória da empresa e conta como a cultura foi determinante para a expansão de negócios e a criação de uma nova Wiz. Tudo isso com depoimentos de Wizzers, abordando a participação fundamental deles para o sucesso do grupo. “Mais do que um manual organizacional, o nosso livro é feito de histórias reais, que se conectam a nossos pilares. De

forma objetiva e lúdica, ele reflete uma cultura viva. As pessoas conseguem se enxergar naquelas páginas”, diz Carolina Bento. Como parte da estratégia de divulgação, os Wizzers foram surpreendidos em casa com kits contendo exemplares do livro, camisas e canecas. Os parceiros de negócios também receberam o livro. A repercussão foi positiva. Nas redes sociais, alguns Wizzers postaram fotos revelando o conteúdo da caixa, agradeceram e se disseram motivados com a iniciativa.

Para a Wiz, símbolos e celebrações são parte importante da cultura. “O livro *Wiz Way* torna, por meio de um artefato, concretos elementos e conceitos já vivenciados pelos Wizzers, orienta sobre práticas fundamentais que nos levarão ao nosso objetivo de negócio e celebra e engaja as nossas pessoas”, conclui Isabel.

Cultura Vivenciada

Desdobramento dos elementos

PROPÓSITO WIZ

ESTIMULAR O DESENVOLVIMENTO DAS PESSOAS PARA UMA SOCIEDADE CADA VEZ MELHOR.





ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER





O novo BRB: mais digital e próximo do cliente

Banco de Brasília reestrutura o planejamento de negócios, investe no segmento digital e assina parcerias estratégicas para ampliar sua operação

Na posição de uma das instituições financeiras mais tradicionais do Brasil, o BRB (Banco de Brasília) acompanha de perto a evolução do mercado e, com uma estrutura organizacional dinâmica e moderna, conecta sua estratégia de negócio ao momento de transformação digital pelo qual passa o ecossistema da indústria financeira. É com essa mentalidade que o banco tem trabalhado no dia a

dia, a fim de oferecer uma experiência inovadora, integrada às mudanças de hábito e alta expectativa dos clientes, combinando o relacionamento em canais físicos e digitais para alcançar um atendimento de excelência e ampliar o portfólio de produtos.

Fundada em 1964, no Distrito Federal, a instituição tinha como propósito inicial ser um agente financeiro que possibilitasse a captação dos recursos necessá-

rios para o desenvolvimento da região. Entretanto, desde 1991, opera como um banco múltiplo, com uma oferta variada de produtos e soluções (comercial, câmbio, desenvolvimento e imobiliário).

Desde que Paulo Henrique Costa tomou posse como presidente, em janeiro de 2019, o BRB acelerou o processo de transformação digital, com investimento na ampliação de sua atuação on-line, intensificando o desenvolvimento de novas ferramentas e firmando parcerias estratégicas. Entre elas, o acordo com a Wiz, formalizado em junho de 2021, cujo objetivo é ampliar o negócio de seguridade nos canais do BRB.

“A partir do conceito de um banco completo e reconhecido pela qualidade do produto, definimos que deveríamos contar com parceiros privados em alguns nichos (investimentos, corretagem de seguros e meios de pagamento). A Wiz é a melhor, mais competente e mais moderna empresa de bancassurance do nosso país, que demonstrou ao longo dos anos uma capacidade de reinvenção. Há uma convergência de princípios de como devemos nos relacionar com nossos clientes e nosso time”, afirma Paulo Henrique Costa, presidente do BRB.

A parceria prevê investimentos para garantir a consolidação de uma operação *omnichannel* sólida e disponível em toda a rede de distribuição do banco, incluindo agências, correspondentes bancários, parceiros, canais remotos e digitais com a oferta dos produtos do BRB (seguros, consórcios, títulos de capitalização e previdência privada). Em 2021, o Banco de Brasília arrecadou R\$ 772,9 milhões em prêmios de seguros. E existe a projeção de aumentar a participação de clientes em todos os segmentos de seguridade. “Estrategicamente, acreditamos que existe espaço para que criemos um novo formato de relacionamento com o cliente, que chamamos de Novo Bancassurance, envolvendo uma integração de todos os canais”, afirma Paulo Henrique.

Em um momento em que mais

O QUE É O NOVO BANCASSURANCE?

Para proporcionar uma experiência do mais alto nível aos clientes na venda de seguros, BRB e Wiz estruturaram uma operação com conceitos inovadores, criando o Novo Bancassurance. O modelo expande os canais de atendimento, com uma jornada *omnichannel*, e se conecta diretamente à necessidade do cliente, possibilitando um ponto de contato no momento e local de sua preferência. Assim, o Novo Bancassurance se difere da estratégia tradicional não só por sua multicanalidade, mas também por sua assertividade e personalização no relacionamento com os consumidores.

ENTENDA AS CARACTERÍSTICAS DESTES NOVOS MODELOS:

- Única operação *omnichannel* completa do Brasil
- Portfólio de produtos assertivo e competitivo
- Seguros como um pilar para o relacionamento de valor com clientes e de contínuas oportunidades de negócio
- Proteção e cuidado aos clientes em toda a jornada: desde a cotação até o sinistro
- Conexão de ofertas com o momento de vida do cliente

A Wiz é a melhor, mais competente e mais moderna empresa de bancassurance do nosso país, que demonstrou ao longo dos anos uma capacidade de reinvenção. Há uma convergência de princípios de como devemos nos relacionar com nossos clientes e nosso time.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



O BRB EM NÚMEROS

3,5 milhões de clientes

Presente em

5.085 municípios brasileiros

344%

de crescimento na base de clientes entre 2020 e 2021

Números consolidados do ano de 2021

peças tiveram que ficar confinadas em casa em razão da pandemia e migraram para o digital, nada mais oportuno do que pensar em um modelo que transforma a tradicional venda de seguros nos balcões das agências. Com opções personalizadas, foco em resultados e no relacionamento duradouro em multicanais, o conceito atende a uma mudança constante nos hábitos de consumo da população, mais propensa a adquirir produtos e serviços combinando em sua jornada meios físicos e digitais. (Confira na página 11.)

“Precisamos estar disponíveis no canal de preferência do cliente, e no momento que ele precisar. Para alguns, a resposta é um atendimento mais humano. Para outros, é mais digital. Por isso, o modelo adequado é o *omnichannel*. Acreditamos que há uma convergência de fatores, seja geracional, mudança de expectativa dos clientes ou a própria pandemia, que acelerou o processo de digitalização. Precisamos estar prontos para lidar com a oferta adequada”, completa o executivo.

“A primeira fase de implementação da parceria com a Wiz foi de conhecimento e integração entre as equipes, na qual todos os nossos processos, produtos e rotinas foram detalhados e discutidos em conjunto pelas empresas. Desse diagnóstico, surgiram algumas ideias e propostas de melhorias e potencialização de resultados”, afirma Alessandra

Camelo Braga, diretora-presidente da BRB Corretora de Seguros. “Atualmente, estamos trabalhando na implementação dos projetos estratégicos e alavancas de melhoria definidas em nosso planejamento estratégico, que darão suporte ao crescimento dos resultados. Isso é importante para que o projeto tenha o sucesso esperado”, completa Alessandra.

Nação BRB FLA: banco digital mira **expansão** para outras regiões do Brasil

Lançado em julho de 2020, em parceria com o Flamengo, o banco digital Nação BRB FLA tem sido fundamental para o movimento de expansão do Banco de Brasília e crescimento de sua base de clientes. O Nação BRB FLA já conta com mais de 2,8 milhões de clientes. Além disso, o projeto expandiu a atuação do Banco de Brasília no país, alcançando todos os estados e municípios brasileiros com população acima de 40 mil habitantes. Ao todo, está presente em 5.085 municípios em território nacional. “É um mercado que ainda precisa ser explorado de maneira adequada. A utilização de canais digitais com simplicidade facilita a vida dos clientes. Temos oportunidade de ofertar seguros, capitalização e previdência”, analisa Paulo Henrique Costa.

NAÇÃO BRB FLA

Correntistas

2,8 milhões

Estados no Brasil

26 estados + Distrito Federal

Municípios no Brasil

5.085

Números consolidados do ano de 2021



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



CRÉDITO IMOBILIÁRIO

Líder em crédito imobiliário
no Distrito Federal em 2021

R\$ 3,1 bilhões

Participação de mercado
no Distrito Federal

44,5%

Liderança em crédito imobiliário no Distrito Federal gera oportunidades para vendas de seguros

O BRB tem um importante trunfo em sua estratégia para potencializar a venda de seguros. Em 2021, concedeu R\$ 3,1 bilhões em crédito imobiliário e assumiu a liderança desse setor no Distrito Federal, com participação de mercado de 44,5%. De acordo com a Abecip (Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança), a instituição financiou 7.952 unidades habitacionais em 2021. "O crédito imobiliário é uma porta de entrada para outros negócios com os clientes. Temos investido na qualidade, simplicidade e melhores condições para o financiamento imobiliário. Com isso, conquistamos muitos clientes, que passam a ter um relacionamento duradouro com o banco. Isso faz com que tenhamos oportunidade de disponibilizar as melhores alternativas em diferentes momentos. No crédito imobiliário, o cliente vai passar, em média, de 15 a 20 anos se relacionando com o banco e, nessa jornada, podemos oferecer produtos de seguros, previdência, capitalização e consórcio em cada fase de sua vida", destaca Alessandra Camelo Braga.



Crédito: Rafael Vargas

Alessandra Camelo Braga, diretora-presidente da BRB Corretora de Seguros



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



O Nação BRB FLA conta com um amplo portfólio de produtos, incluindo diferentes opções de cartões de crédito e seguros. A plataforma + Mengão, por sua vez, possibilita o resgate e troca de pontos adquiridos por mais de 400 mil produtos e serviços, inclusive produtos oficiais do Flamengo. Com a parceria entre BRB e Wiz, haverá aceleração e ganho de escala nos canais digitais, com o desenho de novos produtos e jornadas, utilizando inteligência de dados para uma oferta qualificada de produtos de seguridade aos clientes.

“Uma das coisas que tem nos surpreendido nessa parceria é o tamanho do engajamento da torcida com nossos produtos financeiros. Temos um nível superior com cartões de crédito do que temos no banco tradicional. Além disso, temos superado todas as metas de seguro”, completa o presidente do BRB. Além dos serviços digitais, o Nação BRB FLA disponibiliza serviços tradicionais na Rede Compartilhada Banco24Horas, além de saques gratuitos e ilimitados nos caixas eletrônicos de autoatendimento BRB.

“Muitas pessoas olham para a capitalização sem entender o produto. Não vejo motivo pelo qual um flamenguista não investiria em capitalização para participar de um sorteio para assistir a uma final de campeonato, por exemplo. Pretendemos oferecer seguros em conjunto com experiências para mexer com o amor da torcida flamenguista. Falamos

também em previdência, com o brasileiro começando a desenvolver o hábito de se planejar. Temos oportunidades de crescimento e adequação de nosso portfólio”, encerra o executivo.

Acelerando startups

Além do projeto Nação BRB FLA, o Banco de Brasília trabalha no desenvolvimento de outras iniciativas focadas no segmento digital. Em 2020, firmou acordo com a Plug and Play, aceleradora focada em inovação, e lançou o programa BRB Lab, a fim de atrair a atenção de fintechs para o seu ecossistema. As startups têm acesso aos executivos e necessidades de negócios do Banco de Brasília e, com isso, oportunidades de contribuir com o desenvolvimento de soluções.

“Durante muito tempo, o BRB não investiu em tecnologia como tem feito atualmente. Iniciamos esse processo de busca por liderança no mundo digital com a parceria com o Flamengo. Hoje, três quartos dos clientes do BRB estão no modelo digital. A chegada das fintechs, em um mercado em que a regulamentação tem mudado, é chave para que possamos continuar a crescer”, explica Paulo Henrique Costa.

Recorde de lucro líquido por dois anos consecutivos

A transformação na estratégia de negócios rapidamente gerou resultados. Em 2019, o BRB registrou lucro de R\$ 412 milhões, apresentando 56,8% de crescimento em relação a 2018 e sendo este, até então, o recorde em sua história. Em 2020, porém, a combinação entre o lançamento do Nação BRB FLA e o investimento em soluções digitais ampliou ainda mais o lucro líquido recorrente, alcançando R\$ 456 milhões. Já no ano de 2021, o lucro líquido foi de R\$ 607,7 milhões. E, entre 2019 e dezembro de 2021, a instituição financeira aumentou sua base de clientes em 448%, passando de 643 mil para 3,5 milhões.

“A consequência disso pode ser medida em várias frentes. Primeiro, o reconhecimento da própria marca. Um banco mais jovem e próximo da população. A segunda consequência é o aumento da autoestima das pessoas que formam o nosso time no dia a dia”, finaliza o presidente do BRB.

Lucro líquido recorrente

2021 - R\$ 607,7
milhões

2020 - R\$ 456
milhões



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Wimo: de produto para uma fintech de soluções de crédito

Joint venture criada em parceria entre Wiz e Galapagos Capital em 2019 reestrutura modelo de operação e amplia portfólio de produtos de crédito



Crédito: Paulo Negreiros



Luis Moraes, diretor executivo da Wimo

Em 2019, Wiz e Galapagos uniram forças para o desenvolvimento do produto Wimo, focado na comercialização de crédito voltado a pessoas físicas com garantia imobiliária (*home equity*). A Galapagos Capital foi responsável pela estruturação financeira e disponibilização de recursos para a concessão de créditos, a solução recebeu mais de R\$ 1,5 bilhão em solicitações e concedeu mais de R\$ 150 milhões em operações de crédito até o fim de 2021. E, em dezembro do último ano, a Wiz decidiu transformar a Wimo em uma unidade de negócio e expandir o seu portfólio.

“Quando desenvolvemos a Wimo, planejamos criar uma *joint venture*. No momento em que atingíssemos R\$ 50 milhões em concessões de crédito, a Wimo deixaria de ser um produto e passaria a ser uma empresa. Estamos realizando todo o processo burocrático para a criação de uma empresa e estruturando a equipe com a contratação de colaboradores”, afirma o diretor executivo da Wimo, Luis Moraes.

Para o desenvolvimento inicial da Wimo, foram envolvidos mais de 50 co-

laboradores de outras unidades de negócio do conglomerado Wiz. A Wiz BPO, especializada em toda esteira de pós-venda de produtos financeiros e seguros, é responsável pela análise e avaliação dos imóveis ofertados em garantia nas operações. Já a Wiz Parceiros, que reúne mais de 2 mil empresas parceiras em todo o Brasil, com aproximadamente 23 mil pontos de vendas, executa a gestão e toda a rede de distribuição dos produtos. A Galapagos Capital, por sua vez, atua na estruturação financeira e captação de recursos.

Em 2021, além do crédito para pessoas físicas, a Wimo lançou produtos para crédito com garantia imobiliária com foco em pessoas jurídicas, principalmente pequenas e médias empresas, e antecipação de comissões para parceiros da Wiz ao comercializar uma cota de consórcio. Com isso, a *joint venture* alcançou média de R\$ 15 milhões mensais de desembolso em operações de crédito no segundo semestre do último ano.

“É uma estratégia alinhada ao posicionamento da Wiz, que é ser a maior gestora de canais de distribuição de

produtos financeiros e seguros do país. A Wimo é uma *fintech* que inova trazendo ao mercado soluções de crédito simples e abrangentes, um conceito e posicionamento inovadores que atendem clientes com diferentes rendas. A Wiz sempre vendeu produtos de terceiros, e agora tem produtos de crédito próprios”, explica Luis.

Os empréstimos com garantia imobiliária, tanto para pessoas físicas quanto para pessoas jurídicas, oferecem crédito entre R\$ 50 mil e R\$ 2 milhões, com prazo de pagamento de até 180 meses (pessoa física) e 120 meses (pessoa jurídica). Já a antecipação de comissão oferece aos parceiros da Wiz a possibilidade de receber pagamento à vista ao concluir uma venda, enquanto o prazo comum é de seis meses.

“Nossos públicos-alvo são empresários e autônomos que estão em busca de financiamento para expansão de seu negócio e pessoas endividadas que optam por consolidar e quitar suas dívidas de curto prazo por meio de um instrumento de longo prazo, com taxas de juros mais atraentes”, completa Luis.

A Wiz tem trabalhado no aperfeiçoamento de uma estrutura que ofereça ao mercado uma experiência transparente, com o repasse de informações sobre todas as etapas do processo de aprovação de crédito. Para este ano, o objetivo da Wimo é escalar os produtos de *home equity* e diversificar os produtos de crédito.

“Em um período de cinco anos, a Wimo tem como foco ser a maior empresa fora do mercado bancário no fornecimento de crédito em todo o Brasil, ampliando cada vez mais o portfólio de produtos”, encerra o diretor executivo.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Wiz Parceiros amplia leque de produtos e diversifica portfólio de crédito

Operação da unidade aposta numa abrangente carteira de crédito pessoal e para empresas a fim de atrair novos negócios

Crédito: Wallace Feitosa



Rodrigo Salim, diretor executivo da Wiz Parceiros

Conquistar espaço por escala, indo aos poucos e percebendo o potencial de mercado e do produto ofertado. Com essa estratégia de negócio, a Wiz Parceiros sentiu que poderia diversificar sua carteira e criar, dentro da própria unidade, uma operação exclusiva para oferecer produtos de crédito a pessoas físicas e jurídicas e que ficasse, dessa maneira, separada de consórcios. Foi assim que, em 2020, surgiu a WizCred, que tem no seu abrangente portfólio, soluções de crédito como financiamento imobiliário, CGI (o crédito com garantia de imóvel), Crédito Smart (capital de giro para empresas) e antecipação de FGTS para pessoa física (Fundo de Garantia por Tempo de Serviço).

A decisão foi tomada a partir de conversas que começaram há pouco mais de um ano, quando a unidade trabalhou com três prerrogativas. A primeira delas era justamente a necessidade de manter o modelo de operação e resultados em escala que já funciona muito bem. Depois, identificar no mercado oportunidades de novos produtos, algo que está na essência de atuação da Wiz Parceiros. Por último, a área já tem conhecimento e estrutura para gerir o negócio, por meio de capacitação e treinamento de equipes, oferecendo um atendimento qualificado, plataforma de tecnologia exclusiva (PPW) e as melhores taxas do mercado.

O atual posicionamento da Wiz Parceiros ao apostar em soluções de alto valor comercial, como os produtos de crédito rápido e consórcio, trouxe uma nova visão de governança para a unidade. "Identificamos oportunidades que fazem sentido para a nossa característica de negócio, mas sem inventar estruturas, ou seja, nós olhamos para o potencial de mercado analisando quais produtos teriam o mesmo mecanismo e modelo de negócio" explica Rodrigo Salim, diretor executivo da Wiz Parceiros, referindo-se ao modelo B2B2C que a unidade já trabalha.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Esteira de produtos

Puxando a esteira dos produtos que passam a integrar o portfólio da WizCred está o financiamento imobiliário, que atingiu no Brasil a marca de R\$ 255 bilhões de crédito concedido em 2021, segundo dados da Abecip (Associação Brasileira das Entidades de Crédito Imobiliário e Poupança), um recorde na série histórica da Associação. No ano anterior, o total de financiamento para compra de imóveis tinha sido de R\$ 123,97 bilhões.

“Estamos apostando num crescimento muito forte desse segmento. É, sem dúvida, um dos produtos de destaque e isso está se mostrando por uma régua acelerada”, destaca o diretor. A operação de financiamento imobiliário que a unidade trabalha é do banco Itaú, em uma parceria firmada em 2021.

Regulamentada pelo Banco Central há pouco tempo, a modalidade de empréstimo com garantia de imóvel (*home equity*) tem potencial para injetar até R\$ 500 bilhões na economia nos próximos anos, segundo o órgão regulador. Os dados do setor animam a Wiz Parceiros, que oferta o produto tanto para pessoa física quanto para pessoa jurídica. “Ele está numa escalada de negócio e nós estamos nos posicionando fortemente para acompanhar essa tendência de mercado”, diz o diretor.

Na linha de empréstimos, o Crédito Smart está no portfólio há pouco menos de um ano e oferece capital de giro para empresas de pequeno e médio portes, atendendo a um mercado que cresceu 30% em 2021, o maior crescimento desde 2018, com aproximadamente 3,8 milhões de novas empresas, segundo levantamento feito pelo Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas). Já a antecipação do FGTS, que em 2020 teve uma alteração na lei para saques, é uma aposta em um produto totalmen-

ALGUNS DOS PRODUTOS OFERTADOS PELA WIZCRED



FINANCIAMENTO IMOBILIÁRIO

- Destinado a pessoa física e jurídica
- Aceita até dois proponentes
- Valor de entrada a partir de 10%



CGI (CRÉDITO COM GARANTIA DE IMÓVEL)

- Abrangência nacional
- Avaliação e vistoria via celular
- Taxas mais baixas para quitação de dívidas



CRÉDITO SMART

- Para pequenas e médias empresas
- Pagamento do crédito em até 24 horas
- Taxa média de 1,56% ao mês



ANTECIPAÇÃO DO FGTS

- Destinado a pessoa física
- Antecipação do saque aniversário de forma rápida e sem burocracia
- O potencial de mercado é de R\$ 122 bilhões

te novo para a área. “Estamos falando de um mercado com novas oportunidades de desdobramentos e novas linhas de negócio”, destaca Rodrigo.

Os desafios para 2022 são a diversificação dos *players* e o crescimento no número de parceiros ativos, que têm chegado por mês a mil novos cadastros. Essa nova mudança eleva a Wiz Parceiros a um outro patamar. “A unidade é um ativo muito relevante dentro do conglomerado Wiz, principalmente pela importância dos negócios que ela pode galgar em termos de números, capilaridade e estruturação”, lista o diretor.



Saiba mais informações
sobre a Wiz Parceiros



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Experiência completa na gestão de seguros

Solução SmartInsure une tecnologia, serviços e produtos com o propósito de potencializar os negócios do cliente

Uma dor latente de diversas empresas que atuam no mercado de seguros é conseguir conectar os seus canais comerciais e fazer a gestão de toda a cadeia que envolve a venda de seguros, que vai desde o relacionamento inicial com o cliente até o pós-venda e sinistro. Dessa necessidade de conectar todos os atores (canais comerciais, seguradoras e clientes) envolvidos na venda e para facilitar a gestão do seguro nasceu a SmartInsure.

A solução, totalmente centrada no cliente e na otimização de novos negócios, é dividida em três módulos complementares que podem ser adquiridos em conjunto ou separadamente: venda (*SmartSales*), pós-venda (*SmartJourney*) e sinistro (*SmartClaim*). Trata-se da primeira solução completa para venda e gestão de seguros do país, facilitando a sua comercialização e oferecendo uma conexão direta com todas as seguradoras em uma plataforma que garante o atendimento nas três etapas, integrando uma camada de tecnologias robustas junto a um time de especialistas.

O módulo *SmartSales* desburocratiza a venda de seguros para os canais de vendas, bancos e corretoras, em uma plataforma totalmente digital que oferece cotação automática de forma mais rápida. Para cuidar de todo o pós-venda, o *SmartJourney* oferece um CRM (Customer Relationship Management) inédito na modalidade de seguros, permitindo toda a gestão da carteira de clientes de maneira mais fácil e transparente, conduzida por um time especializado. Uma das etapas mais importantes para todos os *players*, a gestão do sinistro tem no *SmartClaim* um atendimento ainda mais humanizado e personalizado para os clientes.

O objetivo com a SmartInsure é justamente atender a uma das principais necessidades dos clientes ao levar tecnologia, serviços e produtos, com ganho de eficiência operacional, tempo e performance, enquanto eles mantêm o foco no que realmente importa: no negócio. “Estamos falando de uma ferramenta que integra toda a cadeia, conectando as seguradoras dentro de uma

plataforma bastante robusta e completa. E não é apenas uma plataforma tecnológica, todo o serviço está incluído”, explica Leandro Leite, diretor executivo da Wiz BPO.

Com o padrão do cliente

“Nós fazemos a intermediação para que o cliente seja atendido com o padrão do canal onde ele comprou o produto. Buscamos maior eficiência para toda a cadeia de seguros de olho na satisfação do cliente. Com isso, a gente preserva e gera um retorno de marca mais interessante para esse canal”, esclarece o diretor. Leandro lembra que é possível trabalhar com produtos de diversas se-

guradoras, administrando todas as opções apenas em uma ferramenta.

Além da robustez tecnológica, a SmartInsure conta com um time de especialistas em produtos de seguro com grande experiência em atendimento ao cliente em diversos nichos de atuação. A tecnologia usada na solução é a General Claims, que foi desenvolvida internamente pelo *hub* de negócios Wiz Labs. “O grande diferencial é que entendemos as dores e construímos uma solução para isso. Quando entramos no cliente com essa atuação, potencializamos os resultados de seu negócio”, lembra Raquel Oda, Diretora de Estruturação e Performance da Wiz BPO. “Não interessa o quão complexo seja,



Crédito: Paulo Negreiros

Raquel Oda, diretora de Estruturação e Performance da Wiz BPO



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



A SmartInsure em números:

18 mil
emissões,
totalizando
mais de
R\$ 71 milhões
em prêmio

+ de **132 mil**
sinistros comunicados

72.000
apólices de seguro cadastradas
na ferramenta

+ de **723.000**
atendimentos realizados nos canais
analógicos e digitais

Conheça os módulos da SmartInsure:

SmartSales



Oferece os serviços de comercialização de seguros de forma simplificada, com cotação automática e *backoffice* de suporte à venda.

SmartJourney



Onde é feita toda a gestão e otimização da carteira de clientes em um serviço integrado com a equipe de atendimento especializado.

SmartClaim



Plataforma completa de gestão de sinistros que proporciona uma experiência personalizada e humana ao cliente em atendimento *omnichannel*.

Na esteira do agro

O setor de seguro agrícola vem crescendo bastante e, de acordo com o Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, foram contratados, em 2021, R\$ 68,3 bilhões em seguro rural, um crescimento de 50% em relação ao ano anterior. "Hoje, nós entregamos para o mercado de agro muita tecnologia, com uma esteira completa de atuação de venda que vai até o sinistro. Elevamos o patamar na tratativa de seguro agrícola, que era muito deficitário de tecnologia", lembra Raquel Oda.

nós vamos entregar aos nossos clientes e parceiros uma solução completa", acrescenta.

Transparência e celeridade

A solução SmartInsure reúne uma diversidade de produtos de seguro, como auto, residencial, prestamista, vida, agro, empresarial e habitacional, além de produtos de crédito. Entre os clientes atendidos estão a Seguradora AmericanLife, com o produto prestamista voltado para as operações do Fies (Fundo de Financiamento Estudantil), e o Sicredi (Sistema de Crédito Cooperativo), com o produto auto, entre outros. No Sicredi, que conta com mais de 100 cooperativas associadas, a ferramenta trouxe para a equipe de *BackOffice* de renovações e da Central de Sinistros, coordenada por Renata Valvassori, mais transparência nas informações, o que elimina uma série de

ligações ou e-mails desnecessários. "Ter essa transparência e essa celeridade nas informações, que podemos acompanhar em tempo real, faz toda a diferença. É onde agregamos mais valor para a cooperativa lá na ponta, trazendo segurança para todo o processo", afirma Renata.

A solução está sendo usada pelo Sicredi desde novembro de 2021, com adaptações e ajustes sendo feitos desde o primeiro momento. A cooperativa adquiriu inicialmente os módulos *SmartSales* e *SmartClaim*. "A forma como a ferramenta é atualizada traz um enorme ganho de valor para o processo de sinistros. Para nós, é um grande diferencial", diz a coordenadora.

Por mês, a equipe do *BackOffice* de renovações do Sicredi gerencia 35 mil cotações, com cerca de sete mil negociações. No momento, a equipe está pilotando a ferramenta SmartInsure com a previsão de chegar, no primeiro trimestre, a cinco mil cotações e mil negociações gerenciadas através da plataforma.

E a equipe da Central de Sinistros faz a gestão de cerca de 200 atendimentos por mês dentro da ferramenta. "A ideia é crescer, vamos fazendo isso aos poucos, ajustando para atender as necessidades do associado, até para garantir que ele não sinta qualquer problema lá na ponta", explica Renata.





ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Plataforma avança desempenho de times comerciais

Wiz Engagement ganha mercado com solução de engajamento digital voltada para equipes de vendas

Envolver e engajar o time de vendas em direção ao cumprimento de metas e, como resultado, o crescimento do negócio é um dos desafios que está presente no planejamento da maioria das empresas. Sem dúvida, é uma necessidade que está no topo da lista dos executivos. No entanto, nem sempre alcançar os resultados desejados é uma tarefa simples.

Com uma experiência construída desde 2004, a Wiz vem acumulando *know-how* para colocar no mercado uma solução que atenda aos principais desafios identificados pelos times comerciais. Como engajar as equipes respeitando as individualidades de cada setor de modo a alavancar a performance e manter as pessoas motivadas? Foi a partir de questões como essa que a Wiz viu uma oportunidade de criar a solução digital Wiz Engagement para apoiar clientes no processo de desenvolvimento de campanhas de engajamento, gamificação e ações que visam motivar os colaboradores.

“Ao criar essa solução pensamos em uma forma de engajar os times comerciais das empresas, de modo que a motivação continuasse latente e que também conversasse com a estratégia de negócio, com foco em resultados, mas de maneira leve, como em um jogo, por isso optamos por usar a gamificação”, explica a Diretora de Estratégia, Marketing e Tecnologia da Wiz, Carla Nabarrete.

A solução disponibiliza campanhas de vendas desenhadas e geridas de acordo com as metas comerciais da empresa que proporcionam premiações para os funcionários. Essas premiações, por sua vez, podem acontecer das mais diversas formas. São 150 lojas, incluindo os principais *e-commerces* do Brasil de variados segmentos (vestuário, cosméticos, viagens, serviços, supermercados), e ainda serviços exclusivos que incluem pagamento de boletos (água, luz, impostos ou a fatura do cartão de crédito), recarga de celular e até transcrição para programas de milhagem.



Crédito: Arquivo pessoal

Newton Batista, gerente de Estruturação e Performance da Wiz Engagement

Tudo isso se dá de forma simplificada, como um jogo.

O gerente de Estruturação e Performance da Wiz Engagement, Newton Batista, esclarece que “as funcionalidades são pensadas para estimular e engajar esse público ao longo da jornada na campanha ou mesmo no acesso à plataforma”. Permeando tudo isso, a consultoria estratégica faz a análise do número de vendas, do acesso à plataforma, do consumo das premiações e dos resultados gerados para entender se as campanhas estão indo pelo caminho certo, se as premiações estão sendo efetivas, o que pode mudar e o que pode ser melhorado.

Newton ressalta que é preciso atrelar a todos esses objetivos uma forma de re-

compensar o time de forma justa, tangível, personalizada e conforme o esforço de cada um. “Assim, o colaborador vai se sentir cada vez mais estimulado, motivado e engajado para continuar nesse ciclo. Consequentemente, a empresa vai ter mais resultados, maior faturamento e alavancagem de vendas”, afirma.

Novos clientes: em expansão

Em setembro de 2020, a Wiz Engagement fechou uma parceria com a SK Mobility, a maior rede de distribuição de acessórios e autopeças do Brasil, e implementou a plataforma SK+. A demanda, nesse caso, focava-se na força de



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER

SK+(de setembro de 2020
a dezembro de 2021)

- 570 usuários cadastrados
- + de 530 usuários premiados
- + 1 milhão de reais creditados em pontos
- 7 resgates por usuário, em média/mês

BMGCor+

(de maio a dezembro de 2021)

- 90 usuários cadastrados
- + de 40 usuários premiados
- + de 440 mil reais creditados em pontos
- 5 resgates por usuário, em média/mês

venda da SK Mobility, que realiza a venda de autopeças a oficinas e concessionárias em suas 53 filiais por todo país. “Trata-se do nosso primeiro cliente no segmento automotivo, o que prova que a nossa solução é aplicável e pode ter êxito em todos os mercados”, comenta Newton Batista.

Para essa empreitada, foi criada uma solução personalizada voltada para as características do time comercial da SK. “Para cada cliente, criamos uma identidade visual exclusiva, um nome diferente para a plataforma e moldamos as campanhas de acordo com o perfil dos usuários que vão interagir com a ferramenta”, descreve Newton. A plataforma acumulou mais de 30 campanhas, desde o lançamento, em setembro de 2020, até dezembro de 2021.

Os números são ainda mais expressivos quando falamos do engajamento dos usuários. São 570 cadastrados, sendo que mais de 530 deles já foram premiados por meio das campanhas, acumulando uma média mensal de sete resgates por usuário. No total, foram creditados mais de 1 milhão de reais em pontos. “Antes, eles não tinham uma plataforma como a nossa, trabalhavam offline. Então, trouxemos mais profissionalização, gestão e controle.”

Aos poucos, o conceito inovador está ganhando o mercado. Também desenhada pela Wiz Engagement, a solução BMGCor+ é exclusivamente voltada para a BMG Corretora, que já acumula 250 mil reais em pontos creditados por mês desde a sua primeira campanha em maio de 2021.

Ela é a mais recente na carteira de clientes, na qual é rodada uma única campanha anual voltada para 90 gestores comerciais do Banco BMG. Os pontos são acumulados mensalmente e, assim como na SK+, podem ser trocados por prêmios nos múltiplos parceiros. Newton conta que a campanha

tem uma mecânica exclusiva, uma meta específica e, normalmente, o pagamento é realizado de forma diferenciada por cargo e por produto.

Newton considera que o grande diferencial da Wiz Engagement é ser mais do que uma plataforma que viabiliza promoções e campanhas pontuais. “Nossa proposta de valor agregado é fornecer

consultoria estratégica, com análise de desempenho e de vendas do time comercial, mostrando, por exemplo, quem teve aumento de rendimento e melhora de faturamento na empresa contratante. É algo único que temos em relação ao que já existe no mercado, uma solução com grande potencial de expansão de negócios”, completa Newton.

Carla Nabarrete,

diretora de Estratégia, Marketing e Tecnologia da Wiz



Crédito: Paulo Nogueiras



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Crédito: Wallace Feitosa



Bmg Corretora expande portfólio com solução integrada

Empresa passa a oferecer em sua cartela de produtos a venda de consórcios, segmento que vem batendo recordes e completa 60 anos em 2022

Os últimos anos têm sido de quebra de recordes no segmento de consórcios, modalidade que em 2022 chega aos 60 anos rejuvenescida e com combustível para acelerar ainda mais a venda nos próximos períodos. Depois de superar as incertezas de mercado por causa da pandemia deflagrada em 2020, ano em que o setor teve o seu melhor desempenho até então, o segmento registrou, de janeiro a dezembro de 2021, a venda de 3,46 milhões de novas cotas – 14,6% a mais em relação ao ano de 2020, de acordo com dados da Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac).

Com conhecimento aprofundado desse mercado, onde atua há quase três décadas, a Wiz vai usar toda a sua expertise para diversificar o portfólio de produtos da Bmg Corretora e incluirá a venda de consórcios no primeiro semestre deste ano – e, dessa maneira, contribuir para a elevação dos números no mercado em 2022. Trata-se de uma nova estratégia na parceria que se iniciou em agosto de 2020, quando foram adquiridos 40% da corretora de seguros do banco Bmg.

“Esperamos que a Wiz acelere nosso aprendizado sobre os detalhes e

particularidades do mercado e nos ajude a obter as melhores condições operacionais e comerciais junto aos operadores”, projeta Larissa Garcia, superintendente de Produtos da Bmg Corretora. As operações irão começar inicialmente com venda de consórcios de automóveis, motos e imóveis – os três que mais alavancaram as vendas nos últimos anos – nos canais físicos das lojas Help! e dos correspondentes bancários. Em um segundo momento, as vendas estarão disponíveis no Banco Digital do Bmg, que já superou 6 milhões de clientes.

“Temos o desafio de entrar em um mercado maduro com margens justas, mas o cenário é favorável”, concorda André Arnus, diretor comercial da Bmg Corretora. As razões citadas por ele são a elevação da taxa de juros, que na sua opinião torna o produto consórcio mais atrativo do que o financiamento (esse, com taxas que podem chegar a 5% ao mês), enquanto o consórcio trabalha apenas com taxas de administração, e o canal de distribuição predominantemente formado por parceiros que estão buscando diversificação de receita com novos produtos.

Integração das plataformas

Para essa atuação, a estratégia inclui oferta simplificada e integrada em todas as plataformas utilizadas pelos canais de distribuição, oferecendo diferenciais como o pagamento diário de comissão para a rede e as ferramentas de venda e remuneração 100% integradas.

A venda de consórcios também será utilizada estrategicamente para rentabilizar os clientes digitais do banco que não são tomadores de crédito. “Acreditamos em um enorme potencial de diversificação de receita e queremos trazer aos nossos clientes a oportunidade de iniciar uma cultura de conquista de objetivos por intermédio do planejamento”, destaca Larissa.

Mesmo sem ofertar consórcio no ano de 2021, a Bmg Corretora teve muito o que comemorar. A empresa registrou um aumento na receita de 54,3% em relação ao ano anterior e fechou o período com uma carteira de 3,2 milhões clientes. “Atingimos esses resultados direcionando nossos esforços para produtos de ticket mais alto



Acreditamos em um enorme potencial de diversificação de receita e queremos trazer aos nossos clientes a oportunidade de iniciar uma cultura de conquista de objetivos por intermédio do planejamento.

Larissa Garcia,
superintendente de Produtos
da Bmg Corretora

e fortalecendo a parceria com os canais de distribuição nas lojas Help! e em correspondentes bancários”, explica André, lembrando que o consórcio é um produto que o Bmg já operou no passado. “Decidimos entrar de novo nesse mercado em função da parceria firmada com a Wiz, que aporta grande *know-how* no produto”, complementa.

A Bmg Corretora, que opera com seguros prestamista e vida, celebra a expansão de seu portfólio. “Estamos prontos para dar esse passo e colocar o novo produto à disposição dos nossos parceiros”, conclui André.

Temos o desafio de entrar em um mercado maduro com margens justas, mas o cenário é favorável

André Arnus,
diretor comercial
da Bmg Corretora

3,46 milhões
de novas cotas de consórcio
foram vendidas em 2021

Fonte: Associação Brasileira de Administradoras de Consórcios (Abac)





ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Crédito: Paulo Nogueiras

Guilherme Pugliese, diretor de licitações da Wiz Corporate

Wiz Corporate opera em todas as frentes no processo de licitações públicas

Novo braço da unidade mostra alta competência em consultorias para os dois lados da licitação

Com poucos meses em atividade, a Diretoria voltada para o setor público dentro da Wiz Corporate conseguiu montar um time especializado, estruturar novos fluxos e, a partir desse novo desenho, contar com um portfólio relevante de clientes. A proposta é reunir a expertise sobre o setor e a experiência no mercado privado para

atuar em praticamente todos os lados do processo de licitações, seja acompanhando de forma consultiva o órgão público, assessorando uma seguradora na concorrência ou até mesmo participando ativamente como uma proponente.

O potencial de atuação fez com que a área ganhasse visibilidade entre as seguradoras, com uma perspectiva para 2022

de resultados ainda mais promissores. “O corretor corporate tem uma grande importância para o mercado de licitações, tanto para o órgão público quanto para a seguradora. Pense que, quando falamos de órgãos públicos, todo bem ou serviço que for contratar precisa ser licitado”, avalia o diretor de licitações da Wiz Corporate, Guilherme Pugliese.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Após integrar o time da unidade de negócio, em novembro de 2021, Pugliese teve a oportunidade de estruturar uma equipe voltada exclusivamente a processos de licitações. Isso porque existem grandes órgãos públicos com seguros de alta complexidade, envolvendo não só o mercado segurador, mas também o mercado ressegurador nacional e internacional. Conseqüentemente, é um setor que pode gerar grandes perdas. “Temos conhecimento de sinistros nesse mercado que chegam a R\$ 40, R\$ 50 milhões. Então, se o termo de referência que foi a base da contratação não estiver bem feito, no momento do sinistro, o órgão pode ter um grande prejuízo.”

Pugliese aponta que, se por algum motivo contratual o seguro não cobrir certo evento, é um prejuízo para os cofres públicos como um todo, afetando a sociedade em geral. “Estamos aqui para contribuir com o processo e existem várias formas de fazer isso.” Ele conta que o objetivo é tornar a Wiz Corporate uma referência para essa área não só como corretora de seguros, mas também como consultora.

Hoje, a unidade pode atuar como contratada do órgão público quando há alguma dificuldade em desenhar o seguro ou precisa fazer uma diligência das apólices vigentes para entender se está totalmente amparada. Dessa forma, passa a ser uma consultora estratégica e o braço direito da administração pública em relação àquela licitação. Empresas públicas no setor de saneamento básico e apólices de grandes bancos públicos já estão na carteira de clientes para esse serviço.

Do outro lado da mesa, onde estão as seguradoras que vão concorrer ao processo, a Wiz Corporate também se tornou uma parceira de negócio importante. Atualmente, para disputar uma licitação, as seguradoras têm duas possibilidades: criar uma estrutura própria para participar, ou seja, contratar pessoas especializadas que vão ler o edital, consultar o

risco, realizar o pregão e fazer toda a documentação do pregão; ou ela contrata um fornecedor que dará suporte como prestador do serviço.

“Auxiliamos a seguradora a analisar o edital, tanto da parte jurídica quanto da parte técnica, montamos um kit de documentação bastante abrangente, verificamos certidões e ajudamos no momento do pregão”, enumera Pugliese. Até para o pregão, a experiência conta bastante, uma vez que são diversas páginas, uma para cada órgão governamental com a sua forma própria de operação.

Nova lei de licitações

Em abril de 2021, as regras do jogo foram atualizadas com a nova lei de licitações. Todos os órgãos públicos precisarão se adaptar às novas diretrizes, assim como o processo e o manual de contratação de licitações também serão atualizados. São dois anos, ou seja, até abril de 2023, para a completa implementação pelo setor como um todo, processo no qual a unidade de negócio da Wiz tem atuação intensa e crescente.

Segundo Pugliese, a nova legislação é uma demanda antiga de quem buscava a modernização dos processos, especialmente para o mercado de seguros que via a necessidade de mudanças importantes que conversassem melhor com o que já é praticado na esfera privada. A última lei aprovada sobre o tema era de 1993. Desde então, a evolução digital tem trazido muitas novidades que facilitam as contratações. Entre elas, está o pregão eletrônico.

Com a nova lei, o pregão presencial será praticamente extinto, sendo necessário justificar a sua execução. Essa é uma mudança que traz a possibilidade de ampla competitividade e, conseqüentemente, um preço mais

vantajoso para a administração pública. Dessa forma, a empresa também não precisa mais bancar uma estrutura só para participar, pode estar em qualquer lugar.

Além do ganho tecnológico, a nova lei também traz avanços em transparência. Já está em funcionamento um portal de contratações públicas onde é possível encontrar com facilidade contratos firmados com órgãos estatais filtrados por localidade ou tema, como, por exemplo, contratos para seguros. Para Pugliese, isso traz uma transparência para o setor que é imprescindível, afinal o uso do dinheiro público é de interesse da população como um todo.

O diretor de licitações da Wiz Corporate garante que o período de transição da nova lei será de muitas adaptações, mas que a unidade está preparada para fortalecer o papel do mercado de seguros nessa empreitada. “Quando falamos do setor específico de seguros, a gente entra fazendo diferença e agregando valor para o órgão público, trazendo a nossa expertise aos produtos e mostrando como aquele item pode figurar da melhor forma para que não haja qualquer problema na hora do sinistro.”





ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Wiz Agile: inovação e análise de dados na construção da estratégia de negócios

Com metodologia ágil, Wiz aperfeiçoa estrutura organizacional e impulsiona resultados em 2021

Em uma empresa em que todos seus projetos têm como foco a experiência do cliente, consumidor ou colaborador, e a constante evolução em busca da qualidade, a inovação é um aspecto fundamental. E em ambiente dinâmico, que conecta tecnologia à estru-

tura organizacional, pode auxiliar os colaboradores para que esse objetivo seja alcançado. Pensando nisso, em 2017, a Wiz elaborou um modelo próprio de metodologia ágil, o Wiz Agile, e, desde então, tem atuado no aperfeiçoamento deste formato.

A empresa iniciou a implementação de projetos e métodos ágeis para obter mais eficiência e, a partir disso, criou *squads* multidisciplinares que atuam conectadas em unidades de negócio e unidades corporativas para desenvolver produtos e soluções para clientes e parceiros. Atualmente, a empresa tem 20 *squads*. “Quando realizamos os projetos-piloto, em 2017, percebemos que tivemos resultados muito superiores aos que costumávamos conquistar com metodologias tradicionais. Além de velocidade, tivemos muito mais engajamento dos times e uma entrega mais alinhada às necessidades de negócio”, explica Carla Nabarrete, diretora de Estratégia, Marketing e Tecnologia da Wiz.

“Houve um tempo em que as inovações aconteciam de forma esporádica nas empresas, normalmente oriundas de departamentos centrais de pesquisa e desenvolvimento. O Wiz Agile, por outro lado, viabiliza que a inovação aconteça de forma permanente e descentralizada, onde cada unidade de negócio pode colocar ideias em prática em ciclos curtos de entrega, gerando impacto real em produtos, serviços ou processos de trabalho”, afirma o superintendente de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação da Wiz, Henrique Locatelli.

“Iniciamos implementando métodos e *frameworks* ágeis de mercado. Com o tempo, evoluímos na construção de um método próprio para a Wiz, mantendo a essência intacta. O fortalecimento da cultura ágil passou pela combinação de vários fatores, dentre eles o engajamento da liderança para uma lógica mais voltada ao empoderamento das suas equipes em torno de um propósito claro”, complementa Henrique Locatelli.

Nessa estrutura organizacional, os profissionais de tecnologia passaram a ter interação constante com especialistas de negócio. Com o time de tecnologia espalhado pelo conglomerado, atuando nas *squads*, a governança e a necessidade de métodos surgem como elementos primordiais na hora de ter



Crédito: Paulo Negreiros

Henrique Locatelli, superintendente de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação da Wiz



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Confira os resultados do Wiz Agile em 2021

**+100 Wizzers**na Superintendência de
Inovação e Desenvolvimento**20 wizquads**

e áreas de apoio

**63 soluções**
digitais em todo o
conglomerado**2 milhões**somando mais de
de linhas de códigolead time
médio de**19 dias**com **85%** de efetividade**18.204 commits**

1 commit a cada 6 minutos, em média

4.180**usuários**inclusos em nossos
processos de design de
produtos digitais**2.679 releases**Em 2021, foram
em média, nós lançamos uma novidade
em ambiente de produção a cada 1 hora

uma visão abrangente do todo, monitorar entregas e resultados e detectar eventuais riscos nas operações, além de permitir o crescimento sustentável da companhia. A Wiz teve benefícios tanto em termos de tempo de produção quanto à exatidão da solução criada para cada problema.

“Os modelos estão em constante aperfeiçoamento, com as equipes realizando questionamentos sobre os processos percorridos em cada interação, bem como o produto final originado deles. Não existem times ágeis estáticos, eles estão continuamente em evolução. O método ágil faz com que sejamos

mais assertivos no desenvolvimento de produtos”, explica Henrique.

Agile Data Driven: análise de dados no Wiz Agile

O êxito do modelo ágil está interligado ao trabalho de análise de dados. Com a ferramenta Agile Data Driven, a Wiz utiliza métricas de mercado e informações sobre produtos que auxiliam na construção de estratégias de negócio. Assim, com a análise qualitativa e quantitativa, as equipes

elaboram *roadmaps* que ajudam a acompanhar as entregas. E, a cada trimestre, o planejamento é revisto com cada unidade.

“Existem duas categorias de dados que permeiam o Agile Data Driven: dados que nos dão *insights* sobre a eficiência do nosso método e dados que geram *insights* da solução digital em si. E brincamos com esses dados, realizando uma série de experimentos que visam chegar em métodos cada vez mais assertivos e soluções digitais cada vez mais eficientes”, encerra o superintendente de Desenvolvimento Tecnológico e Inovação da Wiz.



ESPECIAL

CAPA

NEGÓCIOS

CRÉDITO

GESTÃO

INOVAÇÃO

PARCERIAS

SEGUROS
EMPRESARIAIS

TECNOLOGIA

WIZZER



Salvar o meio ambiente é coisa que se aprende em casa

A operadora de atendimento Maiara Gualberto aprendeu com o pai o ofício da reciclagem para a preservação do meio ambiente e, junto a ele, encontrou uma forma de transformar os aprendizados em oportunidade

Ouvimos, muitas vezes, aquela máxima: “um sonho que se sonha junto torna-se realidade”. Será mesmo? No caso da Wizzer Maiara Gualberto, sem dúvidas. Ela é a mais velha dos cinco filhos de Marlene de Jesus Gualberto Silva e Volme Pereira, que trabalhou como gari para a Prefeitura de Paracatu (MG) durante décadas, até precisar se aposentar por invalidez devido a uma deficiência em uma das pernas. O pai continuou trabalhando com limpeza e coleta de lixo para complementar a renda da família e, por meio da reciclagem e do reuso, garantiu o prato de comida na mesa. Hoje, os dois se prepararam para começar a própria empresa de reaproveitamento.

Tudo começou quando, antes de chegar à Wiz há cerca de 10 meses e assumir o posto de operadora de atendimento, Maiara viu uma janela de oportunidades na dificuldade de encontrar empresas que fizessem a reciclagem de resíduos eletrônicos em Brasília. Ela precisava do serviço para uma certificação da organização que trabalhava anteriormente. “Sempre recebíamos uma não-conformidade nos relatórios e isso foi me deixando muito incomodada. Até que fiquei sabendo de um processo seletivo para um programa que, em parceria com a universidade, ajudaria a tirar ideias do papel”, lembra.

Ela se inscreveu, foi selecionada entre os 15 melhores projetos e passou cinco meses desenvolvendo a ideia até transformar o sonho de abrir uma empresa de reciclagem em plano de negócio. A TRONIK - Soluções em Resíduos Eletrônicos começou a se materializar como uma empresa de coleta de resíduos eletrônicos nas regiões administrativas do DF enviando o material às empresas parceiras e, conseqüentemente, à destinação final correta.

“Essa inovação não vem só para o meio ambiente que é o maior foco do projeto, quero que seja também uma forma de dar uma

vida e uma velhice melhor para o meu pai”, emociona-se. E não era para menos. Ela acompanhou de perto a luta do pai que, mesmo após a aposentadoria, continuou coletando materiais na rua para reciclagem. “Quando passo na rua e vejo catadores trabalhando como meu pai trabalhava, já penso: um dia eu consigo levantar minha startup, e essas pessoas estarão trabalhando comigo em condições mais dignas.”

Para Maiara, que é formada em Recursos Humanos, não é uma questão de o trabalho não ter dignidade, mas sim, das condições em que esses trabalhadores se encontram atualmente, cumprindo um papel que é da sociedade, do governo e de cada um de nós. E, de fato, conceitos que ganham cada vez mais espaço, como a “economia circular” e “logística reversa”, são aplicados na prática por esses trabalhadores há muitas décadas.

Janela de oportunidade

A reciclagem não só aumenta a vida útil de materiais como plástico, metal, papel e vidro, mas também diminui o impacto das ações humanas no meio ambiente e reduz a quantidade de lixo

nos aterros sanitários. Também por esses motivos, o trabalho de catadores responsáveis por dar a destinação correta dos diversos materiais descartados diariamente desempenha um papel fundamental no ciclo de sustentabilidade do planeta. Com a TRONIK, Maiara quer focar em garantir a logística reversa de materiais altamente tóxicos para o solo e para a água, isto é, retornar para o processo produtivo materiais já utilizados, com o objetivo de reaproveitamento ou descarte ecológico.

Os próximos passos serão dados este ano. Ela está participando de programas de financiamento que proverão uma verba inicial para implementar o negócio e trabalha para habilitar o aplicativo Recyclebike, que conta com o recolhimento de eletrônicos em residências e comércios de todas as regiões administrativas do DF.

Maiara calcula que, em 2023, devem começar as operações da TRONIK. Será mais uma forma de comemorar os 60 anos de história e força que seu pai (e sócio) completa este ano. “Meus olhos ficam cheios d’água quando falo sobre meu pai. Tenho muito orgulho da trajetória dele e de tudo que vivemos para chegar até aqui. São décadas de conquistas e espero que ainda tenhamos muito a celebrar.”

Crédito: Paulo Nogueiras



RAIO-X WIZZER

Nome: Maiara Gualberto

Idade: 39 anos

Cargo: Operadora de atendimento

Local: Brasília - DF

Nas horas vagas: Palestrante, gosta de cantar na igreja, ler tudo que envolve o meio ambiente e estar junto da família



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