



Um recomeço surge no horizonte

Enfim, dezembro. O mês que marca o encerramento do ciclo anual e nos prepara para outros trezentos e sessenta e cinco dias de novas oportunidades. Momento em que ao mesmo tempo fazemos o balanço dos resultados alcançados nos últimos doze meses e planejamos uma nova longa lista de metas, desafios a serem cumpridos, com a sensação de que ao encerrar mais um ano, poderemos nos recriar.

A beleza dessa época está, justamente, aqui: na magia do fim que se conecta ao recomeço.

O Brasil desacelera – ainda mais quando tivemos uma Copa em meio as já tradicionais comemorações desta época –, reúne-se, contenta-se, renova-se ao lado de familiares e amigos. Na verdade, em nossa cultura tão calorosa e amigável, até mesmo os desconhecidos juntam-se à alegria das festas e “Feliz Natal” e “Bom Ano Novo” viram adereços de nossas saudações rotineiras. Dentro desta atmosfera que nos cerca tudo é possível. Podemos mudar os resultados. Podemos apagar e começar tudo de novo.

Na linha de largada de 2023, é permitido recomeçar. E, no embalo de um adeus ao ano que fica e de olho no novo horizonte que desponta à nossa frente, fazemos um convite para uma última jornada pelas diferentes festividades ao redor do mundo, pelas conquistas dos brasileiros que vão além do futebol, por formas de investir em seu sucesso e, principalmente, pelo que nos espera daqui para frente.

Bem-vindos a uma Jornada Conectada ao recomeço.

ÍNDICE

O QUE VOCÊ PRECISA SABER 4 tradições de “fim de ano”
ao redor do mundo

PALAVRA DO ESPECIALISTA A arte de começar e
recomeçar, sempre!

VOCÊ SABIA? As conquistas dos brasileiros
além do futebol

TRANSFORMAÇÃO A mente do consumidor
para 2023

SEGURO EM PAUTA Um ano campeão: dicas valiosas para
encantar o seu cliente em 2023

ACESSE:



CONHEÇA O NOSSO PODCAST

Aponte sua câmera para o código do Spotify

O QUE VOCÊ PRECISA SABER, DE FORMA RÁPIDA

4 tradições de “fim de ano” ao redor do mundo

Mesas fartas, família e amigos reunidos, troca de presentes, show de luzes: essas são algumas das imagens instantâneas que temos ao pensar nas datas comemorativas de dezembro, uma vez que o Brasil

e todo o ocidente está diminuindo a velocidade para aproveitar o Natal e a chegada de 2023. Contudo, além do clima e estações do ano se modificarem em cada região do mundo, alguns rituais

também podem ser bem diferentes, principalmente para aqueles que vivem no Oriente. Descubra algumas das diferentes tradições ao redor do globo, incluindo novas datas para as festas.

Calendário Chinês

A China, assim como outras culturas do oriente, segue calendários diferentes dos adotados pelo Brasil e outros países das Américas e Europa.

Lá, 2023 chega apenas em 22 de janeiro e se encerrará em fevereiro de 2024.

Somado a data, as tradições chinesas também dizem que cada novo ano representa um dos doze animais do horóscopo chinês e o próximo ano será regido pelo Coelho.

Um Ano-Novo em setembro

O povo judeu recebe o ano novo entre setembro ou outubro, cumprindo o calendário hebreu lunisolar. Rosh Hashnaá, como é chamada a celebração, tem início no primeiro dia do primeiro mês do calendário. O período é marcado por orações, reflexões, comidas e sons, como o toque de Shofar. Após os dez dias de Rosh Hashnaá, acontece o Yom Kipur, o Dia do Perdão.

Pelo
calendário
judaico,
estamos no
ano 5782.

Uma campanha de marketing que virou tradição

Enquanto no Brasil o peru é a principal refeição de diversas famílias durante a ceia de Natal, no Japão, onde a festa ocidental não possui a mesma importância, a estrela do dia 25 de dezembro é o frango frito, especificamente o da rede de fast food KFC. Tudo começou na década de 70, quando o restaurante veiculou um comercial onde o prato era o destaque da ceia norte-americana, despertando o interesse dos japoneses pela iguaria.

Papai Noel literário

A Islândia possui um ritual natalino que fará os olhos dos amantes de livros brilharem: durante a noite de Natal é costume no país dar livros de presente depois do jantar e passar o resto da reunião familiar lendo a nova aquisição. Focado nessa data, cerca de 70% dos títulos começam a chegar no mercado literário do país nos três últimos meses do ano. Eles chamam esse fenômeno de o dilúvio de livros de Natal, *Jólabókaflóð*, no idioma original.



PALAVRA DO ESPECIALISTA

A arte de começar e recomeçar, sempre!

Por **Alexandre Nogueira**, Diretor de Marketing do Grupo Bradesco Seguros.

Um novo ano se aproxima de nós com outras trezentas e sessenta e cinco chances de aprender, nos desafiar, evoluir e construir uma vida melhor para nós e para a sociedade que estamos inseridos. Inúmeras oportunidades que devemos aproveitar para começar – e também recomeçar!

Esta mensagem, que pode parecer até mesmo uma trivialidade, é na verdade um mantra cada vez mais presente e necessário em nossas vidas pessoais e profissionais. É fundamental perceber que, diante de um mundo cada vez mais acelerado, precisamos refletir e perceber que tudo é finito e está em contínua transformação. E a nossa postura precisa refletir essa realidade para que nossa visão não envelheça e esteja sempre atualizada. Portanto, precisamos sim encarar a virada que se aproxima com olhos renovados e atentos. Começar novos aprendizados, novas amizades, novos projetos... trazer motivações para expandirmos os universos de cada pessoa ou empresa faz bem!

Como sabemos, nunca é tarde para sonhar, planejar, investir em

planos e em relacionamentos, além de atividades físicas e novas experiências.

Este anseio possui, inclusive, um nome. O termo "lifelong learning" já faz parte de toda a literatura e aborda recomendações sobre a longevidade, afinal "conhecimento" é um dos pilares para se viver mais e melhor.

Estamos diante de um novo tempo em que tentar, errar e repensar precisa fazer parte das nossas rotinas, pois é impossível controlar todas as variáveis que fazem parte do nosso cotidiano.

Olhando sobre o prisma de Comunicação e Marketing, toda essa transformação em curso desafia os profissionais do setor a tornarem o conteúdo e formato ainda mais aderentes ao momento que estamos vivendo e, com certeza, em 2023 serão novos desafios e necessidades de inovação para este e todos os outros setores.

Agora, ouvir o consumidor por meio de pesquisas, social listening etc. e, principalmente, adotar uma postura de evoluir com feedbacks e insights obtidos nas redes sociais, precisa realmente fazer parte

das atividades diárias.

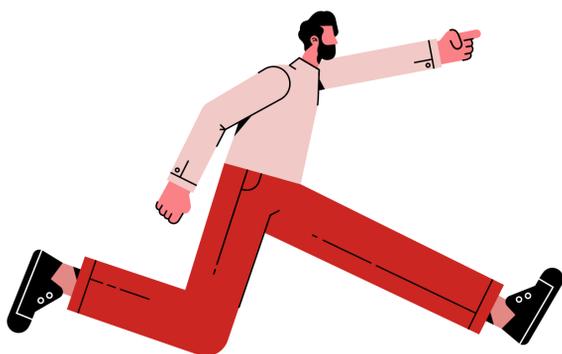
Trabalhar constantemente o "repensar", durante desenvolvimento de nossas propostas, precisa virar uma atitude. Um *modus operandi*. Então, se já começou a adotar esta postura na sua vida, prossiga. Se não, comece agora.

O sol nasce todos os dias nos lembrando que temos uma nova oportunidade de começar ou recomeçar, sempre!

E, como nunca caminhamos sozinhos, seja qual for o percurso que escolhemos, as pessoas que são mais importantes para nós (nossa família e amigos) podem e devem fazer parte dessa jornada de transformação constante. Certamente tornarão esse caminho mais fácil e prazeroso.

Como diz a mensagem que trazemos nas campanhas do Grupo Bradesco Seguros, "tudo fica melhor quando você tem alguém por perto com quem possa contar", não é mesmo?

Um 2023 de grandes transformações, cuidados, aliados e novos caminhos para todos nós.





ORDEM E PROGRESSO

VOCÊ SABIA

Um país de muitos talentos: confira as conquistas dos brasileiros

Brasil esteve em notáveis pódios ao longo de 2022, incluindo avanços em tecnologia e mundial de surf.

Sempre que pensamos em Brasil, pensamos em praias, samba e futebol, temas que usualmente descrevem nosso país e sociedade. Dificilmente tais holofotes serão deixados de lado, uma vez que temos tanta beleza e cultura brasileira inseridas nesses aspectos, mas alguns brasileiros também estão provando que o Brasil é uma região multifacetada e dotada de inúmeros talentos, podendo, inclusive, gabar-se de vitórias em diversos campos.

Há pouco mais de um mês conquistamos o título mundial no vôlei sentado feminino. O ouro foi ganho em Sarajevo, na Bósnia e Herzegovina, em um jogo contra o Canadá. A vitória ainda garantiu a presença das atletas nas Paralimpíadas de Paris 2024.

Saindo das quadras para o ringue, a medalhista de prata em Tóquio, Bia Ferreira, estreou no boxe profissional já trazendo o ouro para a seleção brasileira na 42ª edição do Tammer Tournament, realizado em Tampere, na Finlândia.

Do lado masculino, sete das oito finais foram conquistadas por brasileiros. Ao total, o país trouxe para casa sete medalhas de ouro, duas de prata e uma de bronze. E se praia é um dos traços mais marcantes por aqui, não é de se espantar a forte presença brasilei-

ra no surf. Este ano Filipe Toledo consagrou-se campeão mundial de surf, título que desde 2018 está em mãos brasileiras.

Provando-se capaz de brilhar em diferentes modalidades esportivas, o Brasil vai das águas para o prato: o restaurante Oteque (RJ), focado em frutos do mar e peixes, foi eleito o 47º melhor restaurante do mundo pela lista The World's 50th Best Restaurants, produzida pela britânica Restaurant com base em pesquisas internacionais com chefs, donos de estabelecimentos gastronômicos, gourmands e críticos especializados.

O restaurante não é o único da lista, que reconhece de forma bastante grandiosa outro local brasileiro, desta vez em São Paulo. A Casa do Porco, parada famosa entre os paulistas, levou a sétima posição do ranking mundial e, mais recentemente, ficou em quarto lugar na categoria América Latina. Na lista estendida, que conta com cem nomes ao todo, ainda é possível encontrar mais quatro brasileiros a nível mundial: D.O.M (53º), Evvai (67º), Lasai (78º) e Maní (96º). Na lista Latina o número aumenta, contando com o mexicano Metzi, o italiano Nelita e mais outros quinze locais.

As cozinhas do Brasil estão em ascensão, assim como a coquete-

laria. Por dois anos consecutivos, o bar TanTan, que traz influências asiáticas para os coquetéis, figura entre os cem melhores bares do mundo.

Já com foco no futuro e nas transformações da sociedade, quatro brasileiras foram destaque na premiação Rise and Raise Others (Uma Sobe e Puxa as demais, em tradução livre), realizada pela Organização das Nações Unidas (ONU).

O prêmio, que reconhece o trabalho de pesquisadoras proeminentes em diferentes áreas e seus estímulos as cidadãs de todo o planeta, teve como laureadas Carmela Brost, em Educação de Qualidade, Marianne Coutinho (Igualdade de Gênero), Carolina Videira (Redução de Desigualdade) e Regina Markus (Saúde e Bem-Estar), esta pioneira na participação feminina em laboratórios científicos do Brasil e ao redor do mundo.

A pequena lista, que reúne apenas algumas das vitórias brasileiras que podemos encontrar, carrega uma importante mensagem para os próximos anos. Sim, somos o país do futebol, mas também somos e sempre seremos o país de muitas outras coisas.

TRANSFORMAÇÃO

A mente do consumidor para 2023

Relatórios anuais apontam tendências e novos perfis de consumo para o próximo ano.

Diante de tantas transformações nos últimos dois anos, pessoas ao redor do mundo estão repensando seus hábitos de consumo, a si mesmos e como suas ações podem influenciar a sociedade e o futuro. Estes jovens e adultos, que chegam a passar mais de seis horas online e utilizar redes sociais como ferramenta de buscas – 50% da Geração Z utiliza o Instagram ou TikTok para encontrar lugares e respostas as suas perguntas, segundo relatório Mintel Global Consumer Trends 2023 -, passam a focar mais em si mesmos, em uma “mentalidade do eu” (*Me Mentality*, originalmente em inglês). Consumidores devem procurar marcas que os ajudem a reconstruir confiança por meio de boas experiências do cliente. A evolução da tendência está baseada nos sete direcionamentos do comportamento do consumidor encontrados pela Mintel em seu relatório anual: bem-estar, direitos, valores e experiências, identidade, atividades ao ar livre e inovações tecnológicas que mostrem formas de otimizar as tarefas do cotidiano. O bem-estar encabeça a lista após lidarmos com circunstâncias bastante desafiadoras. Até 49% dos consumidores norte-americanos afirmam ter passado por uma crise de estresse nos últimos tempos, bus-

cando agora modificar esta situação. Na China, a maior população do mundo, 50% dos adultos concordam que focar em si e seus desejos por uma vida mais fitness alterou todo o seu estilo de vida. A partir disso, é esperado que o cliente passe a exigir mais poder de voz em prol de adaptar o que consome aos seus valores e rotina. É necessário ouvi-los, pois querem estar mais inseridos nas criações e ações de empresas e marcas as quais consideram confiáveis. No Brasil, 31% da Geração Z acredita ser mais importante comprar e apoiar marcas de acordo com seus valores pessoais, do que doar diretamente às causas. Fatores como flexibilidade, produtos customizáveis, durabilidade e sustentabilidade também

terão papéis importantes na avaliação e decisão de compra. Motivados, por um lado, pela movimentação econômica dos primeiros meses de 2023, e pelos valores ligados à sustentabilidade. Ainda de acordo com o relatório da Mintel, 62% dos brasileiros acreditam que podem cuidar do planeta Terra.



DE OLHO EM NOVAS TECNOLOGIAS

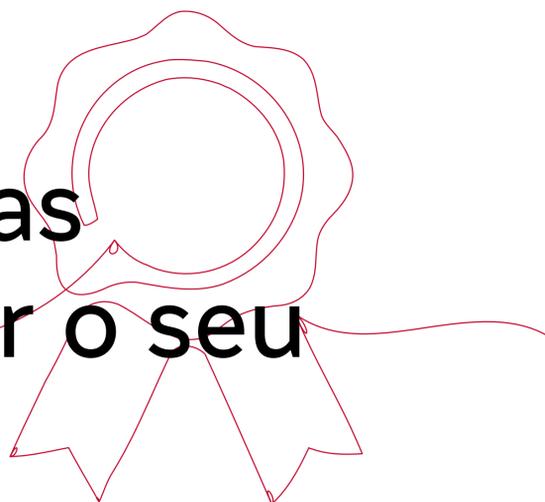
Para 2023, a tecnologia deve influenciar outras áreas além do digital e marketing: 44% das inovações tecnológicas devem interferir no setor Automotivo e Transporte,

como aponta o estudo "O Impacto da Tecnologia em 2023 e Além". O relatório realizado pela IEE (Instituto de Engenheiros Eletricistas e Eletrônicos) ainda destaca que 97%

dos especialistas envolvidos nas pesquisas concordam que o 5G impactará a conectividade e a automação dos veículos.



Um ano campeão: dicas valiosas para encantar o seu cliente em 2023



Parceiros do Grupo Bradesco Seguros contam como elevar o talento de corretores e seguradoras.

Este ano foi marcado por bons resultados do setor segurador ao redor do Brasil. Uma consequência intrinsecamente conectada ao importante trabalho realizado pelos corretores de seguros. Esses profissionais desempenharam uma função fundamental para que pudéssemos nos deparar com o crescimento de serviços e produtos, como o Seguro de Vida, em diversas regiões brasileiras, levando a cultura da proteção de norte a sul. Para que isso fosse possível foi preciso um trabalho árduo e constante, focado na superação dos desafios impostos ao longo do ano e na transformação de nosso olhar sobre ser mais que um vendedor, tor-

nar-se um especialista. Os corretores se transformaram em consultores de seus clientes, criando elos inestimáveis para a cultura da proteção. Mais do que uma simples venda, muitos entregaram belíssimas experiências aos brasileiros, elevando ainda mais o valor dos seguros. A empreitada, é claro, continua. Terminamos esse ano de forma gratificante, mas é preciso que permaneçamos unidos para as novas adversidades que 2023 poderá trazer a todos nós; precisamos nos reinventar e, principalmente, nos manter atentos e atualizados as mudanças que estão por vir. Algumas sugestões básicas, porém,

extremamente essenciais, podem auxiliar que este caminho seja realizável a todos. E sendo este mercado feito de pessoas para pessoas, as melhores dicas devem vir de quem está diariamente atuando em campo. Por isso, durante a edição de 2022 da "Talento de Seguros", perguntamos aos nossos parceiros "o que faz uma corretora campeã?". Descubra como se preparar para as novas vitórias a caminho e esteja apto a atuar como consultor de risco para os segurados, apresentando as melhores proteções e remodelando o que for necessário a cada momento de vida.

FOCO

O clientecentrismo é a chave certa para conquistar bons resultados e relacionamentos duradouros. Quando temos o foco no cliente, é possível entender suas necessidades e atender de forma mais empática cada caso, construindo elos importantes para manutenção da cultura da proteção.



MOTIVAÇÃO

Ter uma equipe que acredita em seu projeto é essencial! O segredo está em dar tudo de si, assumindo o papel de especialista e aliado da sociedade em busca de qualidade de vida.



PARCERIA

A união faz a força: estar próximo e firmar parcerias a longo prazo com seguradoras, como a Bradesco Seguros, é fundamental para estar por dentro da grande gama de ofertas disponíveis e manter-se atualizado com novas coberturas que podem auxiliar o seu cliente em diferentes momentos de vida.

