

Jornada Conectada

bradesco seguros MAI 24 | ED. 24

Um novo passo para nossa jornada

Nossa vida é uma longa jornada, repleta de mudanças e transformações em muitas de suas curvas. Se nos deixássemos no mesmo lugar por todo este trajeto, a inovação seria apenas uma ideia das ficções científicas. Transformar o que um dia fomos é, de forma basicamente literal, o futuro. À medida que nos permitimos novos horizontes, nos deparamos com um novo leque de possibilidades para o que podemos nos tornar. Como aqui disséssemos diversas vezes, esta é a arte do começo e do recomeço. Por isso, é com entusiasmo que

anunciamos que esta edição que te recebe em sua caixa de entrada hoje, marcando dois anos do nascimento de nosso projeto de conteúdo proprietário, é a última edição de nossa Jornada Conectada como a conhecemos há vinte e quatro edições. Da mesma forma que pessoas mudam rumos, estamos modificando este projeto para refletir as demandas do momento atual. Em breve, nos lançaremos em um outro caminho, tornando nosso projeto um videocast. Mais do que uma mudança de formato, é uma evolução e oportunidade de nos conec-

tarmos de maneira mais dinâmica e imersiva. Como cada edição e entrevista já escrita e produzida é parte essencial da história que continuaremos a escrever, dedicamos esta última revista a relembrar algumas das matérias e reflexões mais queridas e pertinentes de nossa trajetória. Enquanto nos preparamos para embarcar em uma nova fase, celebremos o caminho até aqui.

Bem-vindos a Jornada Conectada para um novo caminho.

Jornada Conectada

**O QUE VOCÊ PRECISA SABER,
DE FORMA RÁPIDA** 6 leituras por trás de grandes
profissionais e especialistas

PARA FICAR DE OLHO Macrotendências
globais para 2024

VOCÊ SABIA? Desejo de empreender aumenta
gradativamente no Brasil

SEGURO EM PAUTA Cultura do seguro protege uma
sociedade em transformação

ACESSE:



CONHEÇA O NOSSO PODCAST

Aponte sua câmera para o código do Spotify

O QUE VOCÊ PRECISA SABER, DE FORMA RÁPIDA

6 leituras por trás de grandes profissionais e especialistas

Sentar-se para apreciar um bom livro é sinônimo de viajar sem sair de casa, momento de foco, uma pausa para se divertir, um caminho criativo para aprender sobre o mundo e, para o jornalista e apresentador Pedro Bial, ler também é a mais valiosa dica que podemos dar para o futuro. Conhecido por sua sabedoria e talento com as palavras, Bial acredita que os livros guardam todos os conselhos de que podemos precisar e podem, sem percebermos, escancarar muitas alternativas e visões de mundo capazes de mudar nossa jornada. Mas sejam os livros responsáveis por guiar nossa vida profissional ou apenas proporcionar um momento de tranquilidade e entretenimento a partir de boas histórias, o importante é não deixarmos de olhar para isso como uma prática essencial para a formação de nossa sociedade.

Atualmente, os brasileiros alcançam a marca de cerca de quatro livros lidos por ano, enquanto os canadenses leem, em média, 12 livros no mesmo período. Esse ponto, que pode parecer desmotivador, deve, na verdade, servir como impulsionador de mais ações voltadas ao incentivo da leitura, como o #BookTok, a divulgação de conteúdos literários no Tik Tok, e os influenciadores chamados de BookTubers, que dão dicas e avaliam livros em vídeos mais longos no YouTube. Para entrar nesse movimento e mostrar o poder da leitura em nossas jornadas, listamos os livros preferidos de grandes personalidades do mundo.



BARACK OBAMA

44ª presidente dos Estados Unidos (2009-2017)

A Casa de Doces, Jennifer Egan
(autora vencedora do Pulitzer de Ficção 2011)

SINOPSE: Bix Bouton é um empresário de sucesso, conhecido por todos como um "semeador da tecnologia". Em 2020, Bix lança uma nova ferramenta: "Domine Seu Inconsciente" pode acessar todas as memórias do ser humano e permite compartilhá-las em troca do acesso às memórias de outras pessoas. Em uma teia fascinante, acompanhamos as consequências dessa tecnologia na vida de personagens cujo caminhos se cruzarão em diferentes momentos.



PEDRO BIAL

Jornalista e apresentador

A Invenção da Solidão, Paul Auster

SINOPSE: Um livro de memórias construído em forma de um "mosaico poético", onde o autor altera recordações pessoais, como a morte de seu pai, com comentários sobre literatura, pintura e filosofia.



OPRAH WINFREY

Apresentadora, jornalista e empresária

Eu Sei Por que o Pássaro Canta na Gaiola, Maya Angelou

SINOPSE: A vida de Marguerite Ann Johnson foi marcada por muitas dificuldades. A garota negra, criada no sul por sua avó paterna, carregou consigo um enorme fardo que foi aliviado apenas pela literatura e por tudo aquilo que ela pôde lhe trazer: conforto através das palavras. A partir disso, Maya, como é chamada, passa a escrever para exibir sua voz e sua história.



RICARDO AMORIM

Economista e palestrante

Freakonomics: O lado oculto e inesperado de tudo que nos afeta, Steven D. Levitt e Stephen J. Dubner

SINOPSE: Esse livro tem o intuito de mudar o modo como pensamos o mundo. Aqui, a economia é aplicada no dia a dia, com uma linguagem fácil, para auxiliar as pessoas a resolverem os mais diversos problemas.



LUIZA HELENA TRAJANO

Empresária, presidente do conselho de administração da rede Magazine Luiza

Vidas Secas, Graciliano Ramos

SINOPSE: Lançado oficialmente em 1938, Vidas Secas retrata a vida de uma família de retirantes sertanejos obrigada a se deslocar de tempos em tempos para áreas menos castigadas pela seca. O pai, Fabiano, é acompanhado pela mulher, Sinhá Vitória, dois filhos e Baleia, a cachorrinha da família cuja nome não poderia ser mais irônica, pois a falta de comida a fez muito magra.



MICHELLE OBAMA

Escritora e ex-primeira dama dos Estados Unidos

A Menina na Montanha, Tara Westover

SINOPSE: Tara Westover tinha 17 anos quando pisou pela primeira vez em uma sala de aula. O livro acompanha sua trajetória, desde a vivência com os pais, que acreditavam precisar se preparar para o fim do mundo, até a conquista de seu doutorado em Cambridge.



PRA FICAR DE OLHO

Macrotendências globais para 2024

O início de uma década de mudanças promovidas por Inteligência Artificial generativa, alterações de prioridades de clientes e inovação acelerada.

Em sua 17ª edição, o Relatório Anual Life Trends, criado e promovido pela Accenture Song, lista as maiores tendências a serem esperadas nos próximos anos, com destaque para as já percebidas mudanças causadas pela inteligência artificial na forma como encaramos nossos modelos de vida e o mercado de trabalho. Neste ano, o estudo parte da

acentuada mudança global quanto aos objetivos de vida: enquanto 50% das pessoas priorizam estabilidade no emprego e planos de aposentadoria, os outros 48% fazem planos com menos de 12 meses de antecedência. Para Mark Curtis, líder global de sustentabilidade da Accenture Song, estamos diante da “década da desconstrução”, influenciada

pelas mudanças nos valores do consumidor, crescimento da Inteligência Artificial e a velocidade implacável de mudanças. A partir disto, aqui algumas tendências macroculturais que serão responsáveis por remodelar o mundo e a relação entre empresas e consumidores:

Inteligência Artificial é a nova interface

Se anos atrás marcas e empresas correram para se adaptar as conversas no ambiente digital, agora o foco deve ser criar novos produtos, serviços e experiências relevantes a partir da I.A.

Hoje, 77% das pessoas já estão familiarizadas com os modelos conversacionais e 42% se sentiriam confortáveis em usar ferramentas como o ChatGPT para recomendações de produtos, conclusão de tarefas (44%) e conselhos de bem-estar e saúde (33%).

Relacionamento crítico com a tecnologia

A relação das pessoas com a tecnologia poderá atingir um ponto crítico, com 31% dos consumidores sentindo que ela complica tanto quanto facilita suas vidas. Clientes devem buscar maior controle, removendo notificações e impondo limites de uso, em busca de um equilíbrio entre o mundo digital e o bem-estar.

Desafio da criatividade

A intervenção da IA generativa no processo criativo levantará a questão da originalidade. Empresas experientes terão de encontrar oportunidades na busca por originalidade, destacando-se em meio à familiaridade cultural e investindo em talentos criativos para destacar-se entre os usuários atentos.

A década de desconstrução

Os paradigmas de vida tradicionais estão sendo questionados e desafiados: nos últimos anos, houve queda na importância atribuída ao casamento (de 30% para 21%), graduação universitária (30% para 24%) e de deixar a casa dos pais (23% para 17%). O início de uma nova década de desconstrução terá impacto direto sobre produtos e serviços, fazendo com que empresas precisem se adaptar para oferecer experiências contínuas e flexíveis, alinhando-se, então, a esta nova perspectiva dos consumidores.





VOCÊ SABIA

Desejo de empreender aumenta gradativamente no Brasil

Caso você pergunte aos brasileiros se eles possuem o desejo de ter o seu próprio negócio, a probabilidade é de que 6 a cada 10 pessoas responda que sim, aponta a Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2022, realizada pelo Sebrae e Anegepe (Associação Nacional de Estudos em Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas). A partir disso, podemos dizer que cerca de 50 milhões de pessoas no país desejam empreender nos próximos três anos – em 2021, o número estava em 4 para 10. Para 82% desse grupo, o sonho é motivado por querer enfrentar a escassez de emprego e ser capaz de se sustentar em qualquer cenário. A segunda motivação mais citada foi o desejo de fazer a diferença (76%), seguida pela intenção de fazer riqueza (64%) e de manter uma tradição familiar (44%).

Curiosamente, o empreendedorismo por necessidade caiu para 47,3% - em 2020 chegou a 50% -, indicando que, apesar das dificuldades, o brasileiro começa a entender o negócio próprio como uma alternativa viável a carteira assinada, um fator cultural ainda forte entre aqueles que já ingressaram na vida profissional. O relatório ainda indica que 67% da população adulta – por volta de 93 milhões de brasileiros – já está envolvida com a ação de empreender. Desses, 42 milhões já tem seus negócios, mesmo metade não estando formalizada. Os outros 51 milhões são potenciais – estão no caminho de fazer algo concreto para isso.

As micro e pequenas empresas movimentam R\$280 bilhões por ano.

Isso faz com que o Brasil esteja em 2º lugar no ranking global na proporção de potenciais empreendedores, muitos paralisados pelos desafios de encarar a empreitada, apesar de já existirem produtos para auxiliá-los, como o Seguro Empresarial, que garante cobertura contra incêndio, perda ou pagamento de aluguel e o Seguro de Equipamentos, aliado para profissionais liberais como músicos, fotógrafos e outros que precisam estar em locomoção para realizar a prestação de serviços ao seu público. Outra notícia, dentro do estudo, também incentiva os profissionais: as empresas estão mais estáveis. A taxa de empreendedorismo com negócios estabelecidos, ou seja, com mais de 3,5 anos de existência, cresceu de 9,9% em 2021 para 10,4% em 2022.

SEGURO EM PAUTA

Cultura do seguro protege uma sociedade em transformação

Em tempos em que prevenção é a palavra-chave, a importância de se falar sobre seguros evoluiu a cada dia mais

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



Vivemos tempos de transformações cada vez mais velozes e disruptivas. Um mundo hiperconectado, no qual movimentos globais impactam as nossas experiências individuais, a nossa forma de vida e, conseqüentemente, os riscos a que estamos expostos. A jornada digital transforma o jeito como nos relacionamos, consumimos, trabalhamos, habitamos, locomovemos e nos comunicamos. Ao mesmo tempo, experimentamos situações globais que mudam o comportamento da sociedade em geral. E o momento aponta para a urgência da proteção, na busca do cuidado com a vida e a saúde. Nesse contexto, o seguro está sempre presente, sendo a melhor alternativa para proteger o conjunto de riscos a que estamos expostos, de forma individual e coletivamente. Por isso, pode — e deve — fazer parte da nossa cultura. A mentalidade da sociedade está mudando. As pessoas estão se tornando mais atentas e precavidas. A casa, por exemplo, ganhou novos usos e sig-

nificados, o que desperta uma maior necessidade de proteção. Da mesma forma, torna-se mais perceptível a conscientização também dos empresários sobre a importância do seguro para os negócios.

Além da proteção do bem e do conteúdo da casa, na maioria dos casos, os produtos oferecidos pelas seguradoras e pelos corretores contam com diversas assistências, facilitando o acesso do cliente a serviços de qualidade com segurança. E mais: seguros tradicionais estão sendo customizados, de acordo com o perfil e o momento da vida do cliente. Em outras palavras, muito se avançou na formação de uma cultura do seguro nos últimos anos, mas há espaço para o setor crescer.

Ainda existe um desafio, de mesma dimensão, para se converter esse potencial em realidade. Essa é uma das principais missões do Grupo Bradesco Seguros.

Proteger é preciso

A seguradora é, acima de tudo, uma importante parceira da sociedade. Ela é acionada no momento em que o segurado mais precisa não apenas de um atendimento rápido e eficaz, mas também humanizado. É fundamental que toda a jornada junto ao consumidor seja realizada com um único objetivo: atender às suas necessidades, respaldando bens, garantindo a estabilidade financeira de empresas, a manutenção do consumo e a continuidade dos projetos das famílias. Nesse contexto, o Grupo Bradesco Seguros trabalha com o intuito de difundir a cultura do seguro no país e, em maio, essa conscientização faz ainda mais sentido. No mês em que celebramos uma data importante para o mercado — Dia do Seguro (14 de maio) —, a companhia ressaltou a importância de direcionar os esforços para promover o acesso dos brasileiros. Além disso, com o objetivo de ampliar cada vez mais as conversas sobre a cultura do seguro e alcançando um público cada vez maior, o grupo marca presença também em redes sociais até então não exploradas pelo universo do seguro, como o TikTok e o Kwai. A ideia é ressaltar sobre a importância de se estar protegido, levando temas como educação financeira e longevidade a uma audiência cada vez mais jovem e conectada.

“A seguradora é, acima de tudo, uma importante parceira da sociedade. Ela é acionada no momento em que o segurado mais precisa não apenas de um atendimento rápido e eficaz, mas também humanizado”.

Relembre os melhores episódios de nossa jornada em podcast



Longevidade Ativa

[OUÇA AGORA >>](#)



O futuro das redes sociais

[OUÇA AGORA >>](#)



Inteligência Artificial e o Futuro do Cotidiano

[OUÇA AGORA >>](#)



Como inserir a população 50+ no universo das plataformas digitais?

[OUÇA AGORA >>](#)



Finanças no universo feminino

[OUÇA AGORA >>](#)

