Reforçando seu posicionamento "A Casa é SURA", websérie conduzida pelo CEO visita colaboradores para mostrar que as pessoas são o maior diferencial competitivo da companhia

Em um cenário corporativo que redefine suas fronteiras, a Seguros SURA Brasil, especialista em gestão de tendências e riscos, adota uma abordagem única para celebrar sua primeira década no país. A companhia dá vida ao seu já conhecido lema, "A Casa é SURA", colocando as pessoas e suas histórias como a principal mensagem da marca, em uma websérie que conta os "10 Anos em 10 Vídeos".

A aposta no fator humano como diferencial competitivo se reflete diretamente nos altos índices de engajamento da seguradora. Em sua mais recente pesquisa de experiência, que contou com a participação de 81% dos 380 colaboradores, 98% afirmaram gostar de trabalhar na SURA e 97% declararam sentir orgulho de fazer parte da companhia, resultando em uma média geral de experiência positiva de 89,4%.

Este movimento também se aprofunda na realidade do trabalho híbrido. Se antes "sentir-se em casa" era uma figura de linguagem no escritório, agora a celebração acontece nos espaços onde a história da SURA também foi construída: a casa de cada profissional. A ação reconhece que a cultura da empresa transcende as paredes do escritório.

"Nossa premissa é que nenhuma marca consegue projetar para fora aquilo que ela não vivencia de verdade do lado de dentro", afirma Isa Correia, diretora de Marketing e Comunicações da Seguros SURA Brasil. "Ao completarmos uma década, reafirmamos que as pessoas estão no centro de tudo. Este projeto primeiro faz sentido para dentro, gerando orgulho e pertencimento, para depois transbordar de forma autêntica para o mercado, materializando o conceito de '*Business to Human*' (B2H)."

CEO como entrevistador e proximidade como diferencial

Para garantir a autenticidade das conversas, o grande diferencial do formato está na proximidade. O próprio CEO da SURA, Jorge Mejía, visita a casa de cada um dos dez colaboradores selecionados para um bate-papo descontraído que revisita suas trajetórias.

"O fato de o presidente sentar para escutar as histórias de quem está na ponta, de forma genuína e sem roteiros, reflete quem somos", explica Isa. Jorge Mejía complementa: "Celebrar nosso 10° aniversário desse jeito tem sido muito legal. Ir até a casa dos colaboradores é uma forma de ouvir como a SURA fez parte da trajetória de quem está com a gente há tantos anos e também de reconhecer e agradecer por tudo o que construímos juntos".

Os episódios serão publicados em diferentes fases, levando conteúdos inéditos pelos próximos 10 meses às redes sociais da SURA (Instagram, LinkedIn e YouTube). Os temas humanizam os desafios de negócio da organização, como mobilidade urbana, inovação, arte, cultura e voluntariado, mostrando como o seguro se conecta com a vida prática das pessoas.

Confira o primeiro episódio clicando aqui.

Fonte: Ideal Axicom, em 16.09.2026