



REVISTA

# NEGÓCIOS

## MAPFRE

Sua ferramenta para vender seguro  
Nº 18 - ANO 3 - JUL - AGO 2007



BRASIL

### ↑ Campos do Jordão

O inverno na "Suíça Brasileira"

DICAS

### ↑ Internet Livros

ENTREVISTA

# Ricardo Bellino

Um construtor de idéias que inspiram a prática

GESTÃO DE PESSOAS

### ↑ Quem é o Corretor?

Funenseg fala sobre o perfil deste profissional

VEÍCULOS

### ↑ Motos

O promissor cenário das motos no Brasil

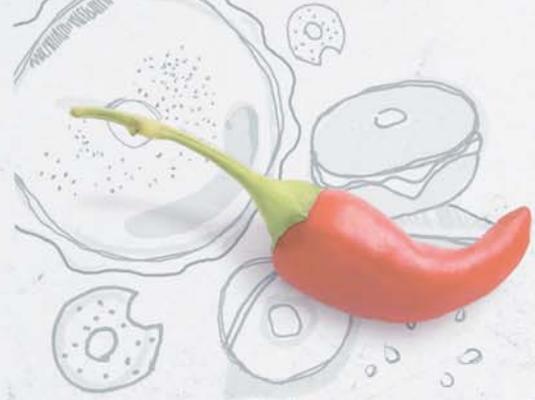


MERCADO

### Empresas familiares

COMO LIDAR COM A SUCESSÃO

VOCÊ SABIA, CORRETOR? • FUNDAÇÃO MAPFRE  
CONSULTOR ADMINISTRATIVO • MAPFRE NO MUNDO



*Menu*



MENU

Men

**O QUE EXISTE EM COMUM  
ENTRE A COZINHA ALEMÃ,  
ITALIANA, PORTUGUESA,  
JAPONESA E FRANCESA?  
A ESPECIALIDADE DE UMA  
SEGURADORA ESPANHOLA.**

**MAPFRE. A SEGURADORA DIFERENTE.**

Solução Comércio e Serviços MAPFRE. Um seguro exclusivo para restaurantes, hotéis e estabelecimentos do setor alimentício em geral, que oferece cobertura especial em caso de intoxicação alimentar dos seus clientes causada por responsabilidade civil do estabelecimento. Para mais informações, procure seu corretor ou ligue 0800 775 9000.

[www.mapfre.com.br](http://www.mapfre.com.br)



**MAPFRE  
SEGUROS**

Asseguramos sua qualidade de vida



Arquivo MAPFRE

Antonio Cássio dos Santos  
Presidente da MAPFRE Seguros

# Capacitação e perspicácia podem fazer a diferença

**Para vender,  
é preciso estar  
preparado.  
Por isso, incluímos  
em nossa revista,  
matérias ligadas  
a algumas  
das principais  
necessidades  
dos corretores.**

**E**m um mundo cada vez mais dinâmico, precisamos nos alinhar às exigências do mercado, que evolui em ritmo alucinante.

Para isso, a capacitação e a perspicácia andam juntas na busca do sucesso. Sem dúvida a venda depende da ação, de fazer com as coisas aconteçam, de atitude.

Não há dúvida de que a habilidade de interagir com outros profissionais, clientes e fornecedores é importante, mas por outro lado, nada acontece sem os verdadeiros pilares da venda, que hoje são o conhecimento e a capacidade de perceber as sutilezas do nosso negócio: o de oferecer qualidade de vida aos clientes.

Portanto, para vender, é preciso estar preparado. Por isso, incluímos em nossa revista, matérias ligadas a algumas das principais necessidades dos corretores, principalmente naquelas situações típicas de seu dia-a-dia.

Como matéria de capa, levamos a você uma entrevista com um empresário que possui uma interessante visão de negócios. Para se ter uma idéia, Ricardo Bellino foi o precursor da agência de modelos Elite no Brasil, e organizador do maior evento de captação de novos

talentos no mundo. Com sua perspicácia e atitude, em apenas três minutos, Bellino se tornou sócio do grande empresário norte-americano, Donald Trump.

Além disso, buscamos um especialista em sucessão familiar para falar um pouco deste delicado processo que deve fazer parte da agenda de qualquer empresa. Ainda relacionado a este assunto, mostramos quais são as atividades desenvolvidas pela Comissão de Jovens Corretores do SINCOR – SP.

Para completar, a seção “Consultor Administrativo” apresenta o relato de como uma corretora de seguros conseguiu atender de forma mais eficiente seus clientes, aplicando algumas soluções tecnológicas na empresa.

Estes e outros destaques trazem novas idéias e conceitos para melhorar, e muito, o trabalho. Temos certeza de que o conteúdo desta edição será essencial para você, corretor, como uma ferramenta para vender seguro!

E não pense que paramos por aqui. Em breve teremos mais novidades na Nova Revista Negócios MAPFRE, “sua ferramenta para vender seguro”.

Boa leitura.

## EXPEDIENTE

Uma publicação dirigida aos corretores de seguros.  
Editada pela Unidade de Estrutura Territorial da MAPFRE Seguros.



PRESIDENTE: Antonio Cássio dos Santos COORDENAÇÃO EDITORIAL: Dirceu Tiegs COMITÊ DE COMUNICAÇÃO: Bento Aparício Zanzini, Carlos Alberto Goi, Carlos Alberto Landim, Cláudia Wharton, Cleide Fonseca, Fernando Bettine, Frank Bozik Junior, João Firmino, Márcia Freitas de Paula, Maurício Galian, Paulo Eduardo Fernandes Rossi, Rogério Esteves, Rosana Sá EDITORA-CHEFE: Tatiana Cerezer (MTB 28.989) JORNALISTA RESPONSÁVEL: André Guerra (MTB 33.675) REDAÇÃO: Guerra Comunicação COLABORADORES: André Fagundes, Fátima Lima, Hamilton Attan Rodrigues, Igor Francisco, Ilan Segre, Milena Brizolla, Rafael Marinelli, Sylvia Ferrari e Vera Ceolim PROJETO GRÁFICO: bmew Propaganda DESIGNER: Flávio Barão CTP e IMPRESSÃO: Ipsis Gráfica Editora PUBLICIDADE Av. das Nações Unidas, 11.711 - 14º andar CEP 04578-000 - São Paulo - SP - Tel.: (11) 5112-7832 Fax: (11) 5112-7835 - revista@mapfre.com.br



Paulo Pepe

# 08

## RICARDO BELLINO

Como transformar idéias em empreendimentos



Divulgação

# 24

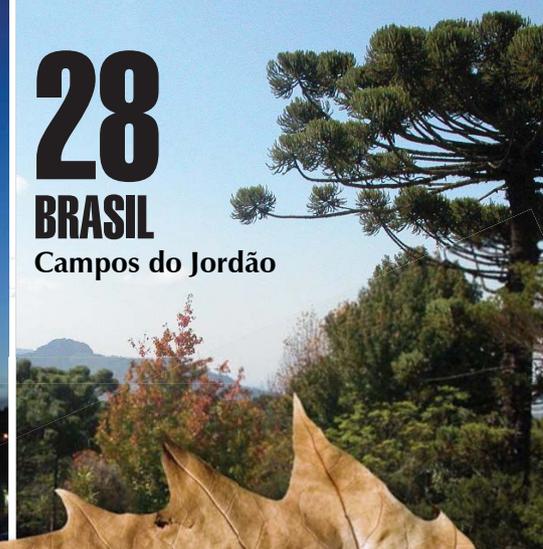
## VALE A PENA VENDER

Principais pontos turísticos da Argentina

# 28

## BRASIL

Campos do Jordão



Divulgação

# 32

## MOTOS

Especialistas apontam explosão de consumo



# 06 DICAS

Livros e sites que auxiliam no desenvolvimento profissional

# 13 CONFIRA

Novos produtos: MAPFRE Aluguel e MAPFRE Táxi

# 14 VENDER É SIMPLES

Artigo do Prof. Marins mostra como ser um bom vendedor

# 16 CONSULTOR ADM.

A tecnologia otimizando o trabalho do corretor de seguros

# 18 GESTÃO DE PESSOAS

Saiba qual o é o perfil ideal de um corretor de seguros

# 20 TECNOLOGIA

Faça seu micro ficar mais obediente

# 22 CORRETOR

Conheça o trabalho da Comissão de Jovens do SINCOR - SP

# 36 MERCADO

Como lidar com a sucessão familiar

## E AINDA NESTA EDIÇÃO

### 26 VOCÊ SABIA, CORRETOR?

### 38 FUNDAÇÃO MAPFRE

### 40 MAPFRE NO MUNDO

Internet

WWW.



Aproveite os sites de

# Download grátis

Programas úteis para o dia-a-dia são encontrados com facilidade em páginas que disponibilizam downloads gratuitos. É uma boa opção para adquirir softwares licenciados, não usar programas piratas e economizar capital.

A internet é uma grande parceira dos proprietários de micro e pequenas empresas que estão em busca de economia e praticidade para o desenvolvimento de seus negócios. Prova disso são os sites desenvolvidos exclusivamente para os usuários fazerem download gratuito de produtos, que vão desde softwares direcionados à comunicação (mensagens instantâneas e ligações via internet), ferramentas essenciais para o bom funcionamento dos microcomputadores (antivírus, firewall, etc.) até programas voltados para a administração. Tudo isso inteiramente grátis!

A variedade de sites e programas disponíveis é grande, portanto, ao procurar, o usuário deve ficar atento às facilidades que cada lugar oferece. Uma boa dica é sempre perguntar a alguém que conheça para não instalar um software que crie risco ao sistema da empresa.

**Em geral, os programas oferecidos dividem-se nas seguintes categorias:**

### Trial ou Demo

Os fabricantes disponibilizam versões mais simples dos programas, ou até mesmo versões que funcionam apenas por tempo determinado, para depois oferecer a versão completa. Este período de testes é muito útil para o usuário decidir se realmente quer ou não investir no aplicativo.

### Shareware

Um tipo de software que você pode distribuir e experimentar gratuitamente, mas deve pagar uma taxa de registro ao autor

se passar a utilizá-lo regularmente. Às vezes o pagamento habilita funções extras ou dá direito a suporte técnico, documentação e upgrades gratuitos para as novas versões. Outras vezes o registro apenas faz desaparecer mensagens de autopropaganda inseridas no programa.

### Freeware

É grátis por definição e nunca perde sua funcionalidade. Normalmente são criados para impulsionar a venda de outros programas. Um bom exemplo é o Acrobat Reader. A Adobe o disponibiliza gratuitamente para disseminar esse “leitor de PDFs” com facilidade, mas vende os programas e os plug-ins que criam os arquivos PDF.

Também há outros casos, como o Linux, que é fruto do trabalho voluntário de programadores que defendem o software livre, sem a necessidade de licença.

Com uma busca bem detalhada e algum conhecimento na área de informática, o usuário aproveitará diversos programas sem desembolsar nenhum centavo.

Normalmente os sites dedicados à distribuição de softwares gratuitos disponibilizam fóruns para que os usuários troquem idéias e impressões sobre o programa utilizado. Vale a pena pesquisar e fazer com que o dia-a-dia de sua empresa se torne mais produtivo e eficiente.

**Conheça alguns sites especializados em downloads:**

[www.superdownloads.com.br](http://www.superdownloads.com.br)

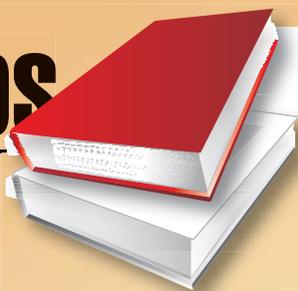
<http://baixaki.ig.com.br>

<http://downloads.ubbi.com.br>

[www.gratis.com.br](http://www.gratis.com.br)

[www.microsoft.com/downloads](http://www.microsoft.com/downloads)

# Livros



## Figura de Transição – O poder de mudar gerações

Autor: Paulo V. Kretly  
Editora: Campus/Elsevier  
Impelidas por uma poderosa convicção e pela força dos princípios que norteiam suas vidas, muitas pessoas se dispõem a enfrentar qualquer desafio ou oposição para fazer a parte que lhes cabe: por

mais remotas que pareçam ser as chances de vitória, elas persistem. E, por suas razões e atitudes, triunfam, mudando para melhor suas vidas e as de muitos outros. Sua influência positiva pode, em muitos casos, ir além de seu círculo familiar, estendendo-se para a empresa, para a comunidade, para o país, para o mundo e até mesmo para as gerações futuras. São essas pessoas chamadas de figuras de transição.

A proposta deste livro é analisar e discutir quem são essas figuras, quais são as suas características, de que forma elas agem e o porquê, bem como os processos que as levam a chegar aonde chegaram. Tudo isso para mostrar que, sim, é possível mudar para melhor, e que isso não requer superpoderes nem habilidades sobre-humanas. E que, se elas conseguiram, qualquer um pode conseguir também.



## Trabalho, gestão e poder

Autor: Mônica C.A. Cappelle/  
Mozar José de Brito  
Editora: FGV

As inovações nas técnicas de gestão de pessoas humanizaram as relações de trabalho, motivando os indivíduos a aderir aos objetivos organizacionais, ou consistem apenas em antigas idéias reeditadas em

nova linguagem, mais sofisticada, lógica e científica?

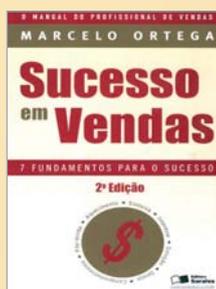
O debate entre esses dois pontos de vista apresentado neste livro assume uma perspectiva crítica, interpretando essas práticas como instrumentos disciplinares cada vez mais abrangentes, com propósitos estratégicos que configuram movimentos de relações de poder no espaço organizacional.



## O segredo alemão – Aprenda a vencer com os melhores

Autor: Focus M. Verlag/U. Ertolag  
Editora: BestSeller  
O livro reúne as experiências e as técnicas de profissionais das mais distintas áreas de atuação — uma psicóloga, um médico, um alpinista, especialistas em administração e um autor de best seller da literatura de motivação — em artigos

que apresentam ferramentas valiosas sobre a melhor forma de atingir os objetivos desejados. Com o conceito de como aproveitar o melhor, apresenta, de forma objetiva, informativa e descontraída, dicas e estratégias indispensáveis a qualquer profissional, mesmo àquele que é bem capacitado, que ainda não conseguiu a colocação ideal no mercado de trabalho, que está desmotivado ou que não encontrou o equilíbrio entre o sucesso profissional e a vida particular.



## Sucesso em vendas

Autor: Marcelo Ortega  
Editora: Saraiva  
É um guia prático — com técnicas, idéias e histórias de fracassos e de sucesso que foram divididas pelo autor e por centenas de profissionais que participaram de treinamentos — que propõe inovar na arte de vender. Por sua abordagem simples e funcional, o leitor entenderá facilmente

os elementos fundamentais para o sucesso, colocando-os em prática, independentemente do ritmo de seu negócio e do mercado em que atua.



## Seguro – Conceitos, Definições e Princípios

Autor: Julio Cezar Pauzeiro  
Editora: VTN Comunicação

Esta publicação, de linguagem fácil e didática, tem o objetivo de traduzir o “segurês”. Seguradores, corretores, alunos e consumidores leigos terão em suas mãos um manual de seguros que aborda a história do seguro, seus

princípios e definições, os sujeitos da operação de seguro, risco, prêmio, contrato de seguro, sinistro e mecanismos de defesa do segurado.

# Ricardo Bellino

## Construindo idéias empreendedoras

Uma frase de Lao Tsé, famoso filósofo chinês, que afirmou que “**não sabendo que era difícil, ele foi lá e fez**”, se aplica exatamente à história profissional de Ricardo Bellino.

Quem conhece o empresário carioca, atualmente dono da Gold&Bell Empreendimentos, pode imaginar que nada é impossível quando se acredita em um ideal.

Aos 21 anos, Ricardo pensou em trazer a megaagência de modelos americana Elite Model para o Brasil, sem falar inglês e sem nenhum capital para investir.

Ele acreditou que poderia dar certo, fez coisas mirabolantes e, em pouco tempo, se tornou amigo e sócio de John Casablancas, proprietário da Elite.





**Se você acredita  
na sua idéia,  
com certeza fará  
com que os possíveis  
parceiros acreditem**

**A**lém desse case de sucesso, o empresário acumula muitos outros que comprovam a necessidade de se colocar em prática as idéias que se tem e de se acreditar nelas. Entre os seus feitos pode-se destacar que ele convenceu, em apenas três minutos, um dos maiores empresários do planeta, Donald Trump, a montar um empreendimento aqui no Brasil. “Se você acreditar na sua idéia, com certeza fará com que os possíveis parceiros a comprem”, diz Bellino. Essa história ele conta em um livro lançado recentemente — 3 Minutos Para o Sucesso —, em que narra como conquistar a confiança de investidores para a elaboração de um novo empreendimento.

Em entrevista para a Revista Negócios MAPFRE, Bellino fala de seus projetos, dá dicas sobre como transformar uma idéia em um empreendimento de sucesso e como usá-las nas empresas.

### **Como descobriu que é um empreendedor?**

Descobri colocando em prática minhas idéias. Não me preocupei muito com a forma, mas sim em desenvolver iniciativas que pudessem me trazer algum tipo de benefício. Desde muito jovem eu tive iniciativa, desde vender gibis usados na porta do meu prédio quando eu tinha sete anos de idade até fazer camisetas para vendê-las na porta do autódromo de Jacarepaguá durante as corridas de Fórmula 1, alugar equipamentos para festas e atuar como DJ. Como sou uma pessoa muito inquieta, sempre busquei desenvolver atividades que gerassem recursos para adquirir determinadas coisas.

Eu sempre fui muito mais da ação do que do pensamento. Eu ajo e depois eu penso; depois planejo, na verdade. Eu não sou uma pessoa de planejamento. Sou uma pessoa de execução, pois uso muito a minha intuição para identificar oportunidades, e, a partir disso, eu tento encontrar um caminho diferente ou uma forma de me diferenciar na implementação de uma determinada idéia. Sempre tive o privilégio de me associar a pessoas que me complementam na questão da organização e do planejamento. Este é o caso do meu sócio, o Samuel (Ricardo Samuel Goldstein). Somos amigos desde a infância e sempre, em todas as minhas iniciativas, nós dividimos as “tarefas”. Um era mais “linha de frente” e outro mais “linha de fundo”: um defendia e protegia o gol e o outro ia lá chutar, atacar e marcar o gol. Isso sempre foi uma coisa fundamental, pois sozinho você não consegue realizar ou desenvolver nenhuma grande tarefa ou projeto. É necessário ter um time que o acompanhe e que o apoie. É muito importante existir essa consciência.



“3 minutos para o sucesso” Ed. Campus  
Este livro é destinado a todos aqueles que precisam vender uma idéia, um produto ou um serviço. Segundo o autor, três minutos bastam para isso. Foi esse o tempo concedido por Donald Trump

## Como ser bem-sucedido no mercado segurador?

Os corretores têm que vender um produto ou serviço para alguém em pouquíssimo tempo. Isso é bem difícil porque eles precisam transmitir uma imagem de confiança (pois quando você vende seguro, você vende uma promessa de proteção futura, a partir de eventos que podem acontecer) e, por outro lado, também precisam medir a “dose do remédio”. Se enfatizarem muito os problemas, podem acabar “matando o paciente”. Desta forma, o corretor tem que valorizar os benefícios e as proteções para inspirar tranquilidade ao cliente. Ele deve colocar-se na posição de “blindagem” do cliente em relação às suas preocupações. Esse papel é necessário na venda bem-sucedida de um produto, mais especificamente de um produto de seguros.

Outros pontos importantes são a empatia e a intuição. Eu comecei as minhas iniciativas sem dinheiro, sem conhecimento, sem relacionamento e sem conhecer técnicas. Eu sempre acreditei muito mais nas questões intuitivas e sensoriais que baseiam o relacionamento interpessoal, além da percepção que as pessoas têm a seu respeito. No momento em que você conquista essa empatia com a pessoa, faz com que ela se abra com você, num canal que permite que você trafegue num nível de segurança, de conforto, em que ela aceita a sua oferta de uma maneira muito mais amigável, aberta. A atitude perante os clientes é muito precisa. Os corretores devem valorizar muito mais as questões pessoais do que a técnica de vendas. Meu conselho é falar com o coração, ser sincero.

## Qual foi o seu grande negócio?

O meu grande negócio foi a parceria com a Elite. Não digo isso do ponto de vista econômico e financeiro, mas como uma comprovação do teste de força de vontade, de assumir riscos, desafios e de quebrar paradigmas. Essa foi uma grande experiência, pois observei uma oportunidade em que as minhas condições pessoais não eram favoráveis, porém eu lutei e conquistei o que queria.

## Conte um pouco dessa história.

Eu, aos 20 anos de idade, freqüentava um ambiente social privilegiado no Rio de Janeiro, minha cidade natal, e tive uma amizade pontual com a modelo Luiza Brunet, que passava por problemas.

Aquilo me chamou a atenção: como a modelo mais importante do país foi cair nessa situação? Uma figura de tanto prestígio não teria uma assessoria ou o aconselhamento de uma agência, já que existiam grandes agências no mundo que cuidavam da carreira de grandes modelos? Pensando nisso, identifiquei uma oportunidade de uma grande agência entrar no Brasil e poder aproveitar esse potencial de mercado, naquele tempo ainda muito desorganizado.

Nessa época eu li numa revista a história de um personagem fenomenal chamado John Casablancas, o imperador da Elite, que, na época, era a maior agência de modelos do mundo. E ali eu enxerguei a contrapartida que eu imaginava para aquela oportunidade. Então eu decidi que iria abordar aquela pessoa. Naquela noite eu fiquei sonhando e imaginando como seria fantástica a oportunidade daquela agência se instalar aqui no Brasil, por isso eu resolvi escrever uma carta para eles, pois eu tinha essa possibilidade. Escrevi em português e pedi a um amigo meu que traduzisse. Mandeí o telex e não obtive resposta, claro. Foi um impulso,

**Ele deve colocar-se na posição de “blindagem” do cliente em relação às suas preocupações. Esse papel é necessário na venda bem-sucedida de um produto, mais especificamente de um produto de seguros.**

puramente intuitivo. Vi a oportunidade, tive a intenção, fiz o papel e mandei. O retorno disso era consequência. Meu trabalho foi primeiro o da busca da identificação da oportunidade. Depois é que eu vou criar as condições para viabilizar, e não o contrário. Eu primeiro tentei provocar o interesse deles sobre aquela oportunidade. Não tive uma resposta na primeira, mas na terceira tentativa. Foi praticamente uma resposta automática em que eles diziam que tinham recebido a minha correspondência e que, ao retornarem de uma viagem de negócios, avaliariam a minha proposta e retornariam com alguma resposta. Depois disso foi uma grande troca de telex pra lá e pra cá, até que, depois de muita insistência, eu consegui marcar uma reunião com o irmão do John Casablancas, que na época era responsável por novas franquias do grupo.

## Como conseguiu ir para Nova York?

A partir daí eu comecei a organizar todo o processo para viabilizar aquele momento. Primeiro eu precisava me deslocar até os Estados Unidos para fazer essa reunião com a Elite. Eu não tinha dinheiro para fazer essa viagem, mas, coincidentemente, eu conhecia um grande diretor da DHL (empresa de logística) que tinha um programa de ajuda a estudantes universitários para viajarem para os Estados Unidos. Conversamos e ele me ofereceu a passagem para Nova York. Agora eu precisava achar um lugar para me hospedar, pois teria que ficar uma semana por lá. O Samuel, que hoje é o meu sócio, já tinha viajado pra lá e ficado em albergues.

Ele me indicou alguns lugares onde, com uma carteira de estudante, eu ainda conseguiria desconto no valor da diária. Bom, o dinheiro das refeições e do transporte eu consegui com um empréstimo que fiz com o meu pai, na promessa de pagá-lo assim que eu voltasse, jogando com a taxa de câmbio que, na época, era muito oscilante.

Depois de tudo isso imaginei que eu deveria apresentar alguma coisa palpável. Então, ao conversar com um outro amigo, encontramos um casarão abandonado em São Conrado que seria perfeito para montarmos ali o complexo da Elite. Esse amigo, que era arquiteto, se encantou pelo projeto e se ofereceu para me fazer o croqui desse complexo com base no casarão. Depois disso, comprei uma porção de revistas de moda brasileira para mostrar ao John Casablancas o potencial das modelos brasileiras. Fui atrás de um produtor do Fantástico, que me arrumou algumas imagens dos cliques das “Garotas do Fantástico”, entre outros elementos que me permitiram ilustrar esse cenário e a minha visão, para que ele entendesse qual era a minha estratégia.

Então eu fui lá e apresentei tudo isso. O irmão dele ficou insistindo em me vender uma franquia de escolas de modelo. Mas isso não fazia o menor sentido, pois, em primeiro lugar, eu não tinha dinheiro e, em segundo, eu não queria comprar uma escola de modelos. Eu queria montar uma operação completa. Eu queria promover o concurso, a partir dele eu iria criar um casting de modelos e ter base para abrir a agência. Ele entendeu, mas insistiu na venda da franquia. Essa história resultou em seis viagens! Na sexta viagem nem eu nem ele tínhamos mais argumentos, então ele chamou o irmão para a conversa. Houve uma empatia imediata, mas na conversa ele tentou me ensinar como eu faria o meu negócio: primeiro comprar uma escola, aprender o negócio, montar uma agência para absorver as meninas da escola. Mas não era essa a

minha visão. Insisti. Então ele chegou para mim e disse que tínhamos um problema, pois eu não tinha dinheiro, não entendia nada de moda, não tinha relacionamento neste mercado, então como eu vou dar a patente para você promover o maior concurso de modelos do mundo, dizer que é o meu parceiro, montar uma agência Elite e me desmoralizar? Eu disse: “Muito pelo contrário. Eu quero que você ocupe um território que está aberto”. No final da conversa, quando eu não tinha mais argumentos, e tampouco ele, fui questionado sobre o que eu precisava de fato. Então eu disse que precisava de uma carta indicativa da nossa intenção de procurarmos as condições para viabilizarmos o projeto. Ele prometeu que me daria aquela carta e, com ela, um kit com catálogos da Elite, folhetos, etc. Após seis meses, recebi um pacote em casa.

A partir daí eu passei a procurar pessoas-chave do circuito da moda em São Paulo. Nessa oportunidade eu conheci o Nelson Alvarenga, o dono da Ellus. Apresentei a ele o projeto e ele se encantou. Na época ele tinha 150 lojas no Brasil e pretendia rejuvenescer sua marca no mercado. Então eu tive ali o meu primeiro contrato, um acordo de meio milhão de dólares para patrocinar o concurso. Ou seja, eu efetivamente reverti todo aquele sonho em realidade. Fiz o concurso, que foi um sucesso, e o Nelson passou de patrocinador a sócio financeiro. Abrimos a plataforma e fizemos o case, comprovando que eu estava certo. De fato, lançamos aquelas que são hoje as 10 maiores modelos do mundo. Dentre elas, 80% são brasileiras.

## Alguma idéia sua já fracassou?

Algumas idéias minhas não se viabilizaram e eu tive a capacidade de entender o momento em que eu não deveria insistir nelas. Às vezes porque eu estava com um projeto à frente do tempo. Me dá muita satisfação de ver, por exemplo, que alguma idéia que, num determinado momento eu interrompi, hoje ela está acontecendo. Não tem problema. Eu acho que o maior fracasso de uma idéia é não tentar realizá-la. Não teve nenhuma idéia minha que eu não tenha tentado executar. Não tenho nenhuma frustração por uma iniciativa que eu tenha deixado de fazer. Corri sempre todos os riscos e, muitas vezes, as idéias não se consolidaram por vários motivos, mas posso assegurar que não teve nenhuma idéia em que eu tenha acreditado e que eu não tenha tentado.

## Como identificar um grande negócio?

Na verdade, você identifica num primeiro momento uma necessidade do mercado e, ao mesmo tempo, começa a montar o quebra-cabeça para atender aquela demanda. As pessoas estão sempre pensando sob o ponto de vista do produto ideal e, em último estágio, como você vai promover este produto. Eu penso o contrário. Eu penso no que o mercado precisa, em uma necessidade. E, a partir dela, no produto que vou oferecer para essa demanda, e não o contrário. Não sou um homem de produto. Sou um facilitador de processos. Identifico as oportunidades e junto as pessoas certas para viabilizá-las. Sou um montador de negócios. É isso que eu faço, identificar um bom negócio para mim é identificar uma demanda e a oferta certa para ela. Cada negócio é diferente do outro. Com a Elite foi a observação de uma necessidade específica que eu tive, assim como o negócio imobiliário com o Donald Trump. Neste exemplo, nós identificamos uma necessidade de se trabalhar com os imigrantes brasileiros nos Estados Unidos, no Japão e na Europa. Observamos que aquele conjunto de população ilegal que, aqui no Brasil, identificamos como população da



economia informal, representa uma geração de riqueza importante. Porém eles vivem uma realidade de mau uso do dinheiro que eles remetem para o Brasil. Com o objetivo de criar “pontes” para ajudá-los a atingir o objetivo que os motivou a sair de sua pátria e tentar uma vida no exterior, convidamos as Casas Bahia e a Construtora Tenda, por exemplo, para fazerem parte de um consórcio para oferecer bens duráveis a essas pessoas e, de fato, ajudá-las a construir aquela dita “felicidade” que as levou até lá.

### Como foi o contato com o Donald Trump?

Nós tínhamos observado um movimento muito forte no mercado imobiliário brasileiro quatro anos atrás. Além disso, vimos o aquecimento do mercado de luxo no país. Muitas marcas e grifes estavam em evidência. Então nós vimos que seria interessante criar um projeto imobiliário associado a uma grife. E não existe uma outra marca com este tipo de posicionamento, senão a Trump (Trump Tower, Tump Golf, entre outras). Então eu decidi que ali havia um momento oportuno para juntar as coisas. Então ele podia de fato assinar um projeto único, que seria, na verdade, mais do que um projeto imobiliário. Seria um clube de ricos e poderosos na América Latina, sediado em São Paulo, usando como tapete o golfe, que seria uma atmosfera muito propícia para criar esse relacionamento. Portanto eu acessei o meu primeiro grande parceiro que se tornou o meu padrinho, o John Casablancas, que facilitou o contato.

John enviou ao Trump uma carta me apresentando ao empresário, dando informações muito resumidas do que era o projeto. Preparei uma apresentação conceitual e recebi uma ligação do próprio Trump, me convidando para ir a Nova York para apresentar esse projeto junto com meu sócio Samuel. Quando eu cheguei lá, acabei encontrando um outro Trump. Não era mais aquele simpático que ficou ao telefone por mais de 10 minutos comigo, mas um homem que estava ali estressado e com uma série de problemas na mesa. Então ele me disse que eu tinha apenas três minutos para vender a idéia para ele. Foi constrangedor no primeiro momento, mas me permitiu ir direto a alguns pontos que quebraram algumas barreiras, e me fez “despir” o Brasil como um fenômeno de consumo, que até então ele não conhecia... não tinha notícia sobre o assunto. Além disso, mostrei a minha convicção de que era chegado o momento em que ele poderia estar ao lado de marcas como Louis Vuitton, Ferrari e outras tantas marcas de luxo para compor este cenário. Aquilo realmente abriu a cabeça dele, principalmente por ser comparado a esses ícones de consumo de luxo, dentro de um cenário de um consumo impulsivo como é o do Brasil. Ele se viu alguns anos à frente ancorando este projeto e, em muito menos tempo do que se pode imaginar para um negócio dessa envergadura, tiramos uma foto apertando as mãos, e essa história rendeu uma capa no New York Times, além de um convite para ser feito um livro, que eu lancei no ano passado, prefaciado por ele, onde reconhece que me deu três minutos justamente para que eu fosse embora,

mas ao final desse tempo nos tornamos amigos e sócios. É uma história que me dá muito orgulho de contar, pois prova que uma convicção correta, uma postura honesta, sem rodeios, pode levar a grandes conquistas no mundo empresarial. Mais do que preparação técnica, é importante ter presença de espírito, contagiar as pessoas nos primeiros minutos e acreditar no que se vende. Aí, se a “química” funcionar, é como amor à primeira vista!

### O que é mais difícil: ter uma idéia ou executá-la?

Idéias todo mundo tem. Agora, acreditar que se pode transformar aquilo em algo concreto é o maior desafio e o que faz realmente a diferença. Uma grande parte das pessoas desiste já na idéia. Vê que é algo grande e imagina ser impossível e não se sente capaz de fazer e desiste. Tem outro grupo que acredita um pouco mais, mas na primeira negativa que ouve encontra um confronto e desiste também.

### Qual é sua fonte de inspiração?

A grande maioria das minhas idéias veio da mídia, algo que está à disposição de qualquer um. Não tenho nenhuma fonte especial. Você não precisa necessariamente ser um entendido no assunto de sua idéia, mas precisa se assegurar de que tem um time de especialistas a sua volta na hora da implementação do projeto.

### Qual é o maior inimigo de uma boa idéia?

As influências de pessoas que não conseguem ter a mesma visão que você e tratam de detonar sua idéia. Quando alguém diz que você está louco, está questionando sua capacidade. Quem tem que colocar limites é a própria pessoa. Ouço com mais atenção as críticas que os elogios, para repensar alguns movimentos. Não dou a menor atenção para aquela crítica que tem a intenção de inibir alguma iniciativa. No meu livro, agradeço a todos que tentaram me desmotivar de alguma idéia. Não tem prazer melhor do que escutar daquela mesma pessoa um cumprimento depois de se alcançar o sucesso.

### Qual será o seu próximo negócio?

Estou engajado com a Construbra. A idéia é fazer com que imigrantes brasileiros nos Estados Unidos adquiram, fora do país, bens imóveis a serem construídos no Brasil, além de eletrodomésticos e eletroeletrônicos que serão entregues às famílias desses consumidores por aqui. Este é um mercado muito grande (mais de 2 milhões de brasileiros que moram nos Estados Unidos, por exemplo). Muitas vezes, o dinheiro conquistado por lá e enviado para cá é muito mal administrado pelos familiares. Por isso tivemos essa idéia. O próprio imigrante usufrui este dinheiro que ele conquistou. Ele administra. Ele compra. Queremos oferecer a oportunidade para quem está fora do Brasil de decidir a aplicação deste envio, acumular patrimônio, comprar a casa própria e, quem sabe, acelerar seu retorno ao país, desejo da maioria dos brasileiros que estão fora de sua pátria. Já estamos conversando com a Tenda — construtora brasileira que atende a uma faixa da sociedade mais popular — e as Casas Bahia. A Tenda, este ano, já inaugura o primeiro empreendimento em Governador Valadares (MG). A Construtora colocará mais de três mil imóveis em seu portfólio à disposição dos imigrantes. De acordo com um estudo que encomendamos à consultoria Ernst & Young, há uma projeção de vendermos, no mínimo, 1,5 mil casas no primeiro ano da Construbra. Em cinco anos, numa perspectiva conservadora feita por eles, o faturamento deve chegar a US\$ 100 milhões. ■

## MAPFRE lança seguro para Táxi

**A**tualmente estima-se que circulam um total de 220 mil táxis em todo Brasil, sendo que aproximadamente 88% são taxistas autônomos e 12% pertencem a empresas. Pensando na segurança e tranquilidade dos taxistas, a MAPFRE Seguros desenvolveu um produto específico para quem utiliza o veículo como ferramenta de trabalho e tem que ter garantia de que esse bem está protegido: o AutoMais Táxi.

Os motoristas de táxi, a partir de agora, poderão contar com as vantagens que a MAPFRE Seguros oferece a seus clientes tais como, cobertura para colisão, incêndio, roubo ou furto do veículo, danos materiais, corporais e morais causados a terceiros e ainda acidentes pessoais para ocupantes do veículo (morte ou invalidez permanente).

Tempo é um fator importante no dia-a-dia desses profissionais. Por isso, qualquer dia perdido com o carro dentro da oficina mecânica significa riscos de prejuízos para os taxistas. “Pensando nisso, a MAPFRE oferece neste produto, como cobertura opcional a

Receita Garantida: com ela, o taxista terá direito a uma quantia fixa em reais, como remuneração pelos dias em que o veículo segurado ficou paralisado, em virtude de sinistro coberto e indenizável e de acordo com a garantia contratada”.

O profissional poderá optar por pagamentos entre R\$ 500, R\$ 700 e R\$ 1.000. “E ainda, em caso de sinistro de indenização integral a MAPFRE garante indenização em até 5 dias úteis (contados da data de entrega de toda documentação solicitada), caso contrário o taxista receberá o prêmio pago pelo seguro (deduzidos os impostos). Trata-se do Selo de Qualidade, um compromisso da MAPFRE para com seus segurados.



## MAPFRE Aluguel é sinônimo de tranquilidade para o locador e o locatário



**P**roduto conta com ampla cobertura e possibilita que os aluguéis e os encargos sejam quitados até a desocupação efetiva do imóvel. Além disso, oferece proteção em casos de multas danos causados ao imóvel, e pintura interna para imóveis residenciais, além da assistência residencial. Os valores garantidos são quitados até o limite contratado.

Levantamento realizado pela Serasa, empresa de informações, pesquisas e análises econômico-financeiras, mostrou que a inadimplência do consumidor brasileiro cresceu 13,5% em 2006. Com um quadro como esse, o mercado imobiliário deve buscar soluções que garantam ainda mais segurança aos contratos locatícios, uma vez que o setor é um dos atingidos pela inadimplência.

Foi pensando nesse nicho de mercado que a MAPFRE lançou o Seguro MAPFRE Aluguel, produto que conta com diversos tipos de coberturas, incluindo o pagamento de aluguéis e encargos legais (despesas ordinárias condominiais, IPTU, água, luz, e gás canalizado) em caso de inadimplência.

Distribuído em todo o território nacional, o produto tem por objetivo possibilitar a locação de um imóvel residencial ou comercial, para pessoa física ou jurídica sem a necessidade de um fiador, facilitando assim o processo de contratação.

Uma das peculiaridades que tornam o Seguro Aluguel atraente é o direito de receber os valores contratados ainda durante a fase de inadimplência do inquilino, sem precisar aguardar o despejo, o que proporciona mais segurança e tranquilidade ao locador.

Dentre seus diferenciais também está a aprovação do cadastro do inquilino, que é feita pela MAPFRE, o que permite a imediata assinatura do contrato e a entrega das chaves. Esse procedimento reduz as taxas administrativas, já que a análise cadastral fica por conta da seguradora.

De acordo com o vice-presidente de Seguros Gerais da MAPFRE, José Bailone Júnior, “trata-se de um produto que atende às necessidades do mercado imobiliário, diminui o processo burocrático e garante total segurança na locação de imóveis residenciais e comerciais”.

Conheça este novo produto acessando o site [www.mapfrealuguel.com.br](http://www.mapfrealuguel.com.br)



# A ansiedade matou a venda

**C**hego ao balcão e sou prontamente atendido pelo vendedor. Quando comecei a dizer a ele o que eu queria, chegou um outro cliente e ficou ao meu lado. Imediatamente o vendedor virou-se para esse outro cliente e disse:

**Um momento, eu já vou atendê-lo.**

O vendedor, então, voltou-se para mim e falou:

**Pois não, desculpe, o que mesmo o senhor deseja?**

Quando comecei novamente a dizer o que eu queria, chegou um terceiro cliente. O vendedor me pediu licença e dirigiu-se a ele:

**Um momento, eu já vou atendê-lo.**

Voltou-se novamente para mim e pediu desculpas:

**Pois não, vamos lá então...**

Desde o momento da chegada do segundo cliente, eu percebi, pelos olhos, pelo jeito e pelo comportamento do vendedor, que ele não estava prestando a mínima atenção ao que eu estava dizendo. Ele estava preocupado em não perder os outros dois clientes ao meu lado. A cada dois minutos, enquanto eu tentava explicar o que queria, ele virava-se para os dois clientes e dizia:

**Só mais um momentinho que já vou atendê-los.**

E novamente voltava-se para mim, querendo que eu fosse o mais rápido possível.



## Só mais um momentinho que já vou atendê-los. Pouco tempo depois, todos os clientes saíram da loja sem comprar.

Quando percebi que ele estava mais preocupado em vender para os outros dois clientes do que me ouvir, acredite, chegou um quarto cliente, contando comigo. E ele novamente virou-se para essa quarta pessoa e disse:

### Um momento, eu já vou atendê-lo.

Não tive outra reação a não ser me despedir e ir embora sem comprar. Fiquei por uns minutos na porta da loja observando. Ele fez a mesma coisa com os demais clientes. Não ouvia nada do que eles lhe diziam e a cada instante virava-se para os demais e dizia: “Só mais um momentinho que já vou atendê-los”. Pouco tempo depois, todos os clientes saíram da loja sem comprar. O que aconteceu? Ocorreu que a ansiedade de querer vender para todos os clientes que chegavam fez com que ele não vendesse para nenhum. Todos os clientes com quem conversei disseram que viam nos olhos do vendedor que ele não estava ouvindo nada do que diziam. Ele queria vender para o “outro” e o “outro” e o “outro”... e assim não vendeu para ninguém! Na ânsia de querer ganhar comissão de vendas, sozinho, ele não deixava que outros colegas atendessem os novos clientes que chegavam. Ele queria tudo para ele. **Não vendeu. Não ganhou nada.**

**Será que isso que aconteceu comigo, e que acontece todos os dias com dezenas de clientes e vendedores, também não está acontecendo conosco em nossa vida pessoal e profissional?**

Seja em vendas ou no que quer que façamos, a ansiedade pode impedir o sucesso. Fazemos uma coisa ou uma tarefa qualquer pensando o tempo todo na próxima, na próxima e na próxima, sem prestar atenção ao que estamos fazendo no momento. E tudo sai mal-feito. E tudo é feito pela metade, sem qualidade. Assim como matou a venda, a ansiedade tem matado muitos profissionais e até empresas. A competição acirrada que

estamos experimentando, o fluxo negativo de caixa, o ciclo de vida curto dos produtos faz com que a ansiedade seja quase inevitável. Mas se existe uma “ansiedade positiva” que nos empurra para frente, ela, na verdade, é quase sempre negativa e pode derrubar o nosso sucesso pessoal e profissional. Justamente quando a concorrência é maior e o poder está com o cliente e com o mercado, e não mais conosco, é que precisamos nos diferenciar pela calma, pela atenção aos detalhes, pelo conhecimento, pelo comprometimento. E isso não se consegue com demasiada ansiedade.

Daí também a importância de revermos os velhos métodos de comissionamento por vendas. As empresas pagam um salário-base baixo, e o restante de forma variável pelas vendas de cada vendedor. Na ansiedade e na necessidade de garantir um ganho razoável, o vendedor torna-se um poço de ansiedade. Quem perde é a empresa. Ele não venderá com tanta ansiedade.

E é preciso que nos lembremos das velhas aulas de psicologia, que ensinavam que a ansiedade gera tensão, que, por sua vez, gera mais ansiedade, que gerará ainda mais tensão. Esse círculo vicioso ansiedade-tensão-ansiedade é quase sempre fatal para o sucesso.

**Pense nisso. Acabe com – ou pelo menos controle – a sua ansiedade nestes tempos loucos em que vivemos. ■**



\* Professor Marins é Doutor (Ph.D.) em Antropologia (Austrália); Pós-Doutorado em Macroeconomia (London School of Economics - Sydney/Londres); Licenciado em História; Bacharel em Direito e Técnico em Contabilidade. Estudou Ciência Política e Relações Internacionais (Universidade de Brasília) e Negociação (New York University). É consultor de várias empresas nacionais e internacionais. É um dos mais renomados palestrantes do Brasil e do exterior nas áreas de Motivação Empresarial e Futuro das Empresas.

# Mais tempo com os clientes

Programas e equipamentos para pagamento de contas e despesas via internet agilizam processos na corretora de seguros, liberando mais tempo para as vendas.

**A**tuando há mais de 15 anos no mercado segurador, a PPS Corretora de Seguros sempre busca aprimorar seus serviços com o objetivo de atender seus clientes de forma eficiente. Para isso, investe em tecnologia, capacita seus funcionários e mantém parcerias com grandes companhias de seguros, entre elas, a MAPFRE. Com 14 funcionários, incluindo os sócios Eduardo Poletto Alves, José Carlos Pedroni e José Francisco, a corretora possui cerca de 2.500 clientes ativos, dos quais 15% são pessoas jurídicas.

Os sócios da PPS Corretora de Seguros buscam sempre aprender mais, principalmente na área de tecnologia. A cada novo software instalado nos computadores da empresa, os sócios procuravam um consultor especializado para perguntar como os programas poderiam ajudá-los no dia-a-dia. Eles e seus funcionários receberam treinamentos preparados pela consultoria especializada em softwares, além do apoio do consultor em suas visitas mensais à empresa. “Somos curiosos e queremos aproveitar as ferramentas por completo”, afirma José Francisco, um dos sócios da PPS.

Hoje os sócios podem acessar de forma remota as informações da empresa graças à instalação do Windows

Small Business Server 2003 (um servidor para armazenar dados). Eles até decidiram comprar notebooks para que possam se conectar com a base de dados durante as visitas à clientela. “Agora eu consigo acessar as informações da empresa de qualquer lugar”, diz o empresário José Carlos Pedroni. De acordo com os sócios, a empresa já está trabalhando também com o Microsoft SharePoint 2003, um software que permite o compartilhamento de tarefas por diversos funcionários. Pedroni diz que o programa ajuda muito na digitalização de todas as apólices e fichas dos clientes, que estavam armazenadas em mais de 40 caixas de papelão. Com este novo programa, é possível acessar os documentos e as apólices de todos os clientes rapidamente.

“Agilizamos muito as solicitações dos clientes. Com apenas um clique, consigo enviar, por exemplo, via e-mail, uma cópia da apólice para o segurado”, explica o empresário. Na gestão financeira, a PPS incorporou à sua rotina de trabalho o agendamento e a realização de pagamentos pelo site de seu banco na internet. Antes a gerente administrativa da empresa, Maria do Carmo Pedroni, precisava aprovar os pagamentos com seu irmão, José Carlos, que era encarregado de assinar os cheques preenchidos por ela.



As apólices entram em um processo de digitalização para facilitar o trabalho dos corretores

“Agora ela lança os pagamentos no sistema e eu e meu sócio, de onde estivermos, podemos autorizá-los”, afirma Pedroni. “Essa ferramenta torna muito mais fácil o nosso dia-a-dia porque ficamos muito na rua, e agora não estamos mais presos ao horário bancário”. Com os pacotes de software atualizados e a automação dos processos internos e bancários, sobrou tempo para que a empresa cuide mais dos seus clientes. “No aspecto tecnológico, não precisamos mais nos preocupar. Nosso servidor não deixa passar nenhum vírus para as nossas máquinas, e, além disso, com o acesso remoto, nós fechamos contratos com mais rapidez na frente dos clientes”, conta outro sócio da corretora, Eduardo Poletto Alves. Segundo ele, antes da nova tecnologia, perdia-se muito tempo no processo de fechamento de vendas, pois os corretores



Trabalho de digitalização das apólices

**Agilizamos muito as solicitações dos clientes. Com apenas um clique, consigo enviar, por exemplo, via e-mail, uma cópia da apólice para o segurado**



O resultado final de todo o processo se resume em agilidade, tanto para o segurado quanto para a seguradora

precisavam voltar ao escritório para acessar os sistemas e, aí sim, dar um retorno ao cliente. Hoje esse processo é feito na hora.

Além de toda a tecnologia incorporada para agilizar os processos dentro da corretora, a PPS possui um site no qual o cliente, no momento de pedir uma cotação, já preenche o questionário indicando seu perfil. Isso ajuda na qualidade da prestação de serviço, pois o corretor não perde tempo fazendo todas as perguntas ao segurado. “Nós ainda incorporamos o comunicado de sinistro em nosso site, o que ajuda o cliente no momento em que ele mais precisa de suporte”, afirma Pedroni.

O mix de serviços prestados no site da empresa não fica apenas no aviso de sinistro. O cliente da PPS tem acesso ainda a outros serviços, telefones úteis, uma newsletter com as principais notícias do setor segurador, promoções, entre outras facilidades. “Estamos fazendo de tudo para acabar com o papel. Já contamos com uma estrutura de uma grande empresa, e isso vai se repetir nos negócios”, conclui Poletto Alves. ■

# Afinal, quem é o corretor de seguros?

Com um mercado cada dia mais competitivo, ser diferente em suas atividades faz com que o profissional tenha sucesso em sua função. O presidente da Escola Nacional de Seguros – Funenseg, entidade que mais forma corretores de seguros no Brasil, explica como agregar valor a este profissional.

**S**egundo dados da Fenacor – Federação Nacional dos Corretores de Seguros –, no Brasil existem mais de 113,8 mil corretores de seguros, entre pessoas físicas e jurídicas. Sua grande maioria, 54%, está localizada no eixo Rio-São Paulo. Com tantos profissionais atuando neste setor, a competência é um fator determinante para a sobrevivência frente a esta grande competição de mercado. Então qual é o perfil ideal do corretor de seguros?

O corretor de seguros é um profissional prestador de serviços, por isso ele é constantemente avaliado por vários aspectos de acordo com o contexto, seja pelas seguradoras com as quais mantém relacionamento, seja pelo cliente que ele atende. O quesito qualidade é um fator determinante na escolha deste profissional, pois sua principal função é prestar uma consultoria numa relação de confiança com o cliente. Porém este é um conceito relativamente vago, já que os níveis de exigência são diferentes entre as pessoas e, ao mesmo tempo, o conceito requer uma conjugação de diferenciais importantes.



Presidente da Escola Nacional de Seguros – Funenseg, Robert Bittar.

## Vejo um futuro de dificuldades para aqueles que não reinvestirem parte da receita em seu negócio

O primeiro passo para se diferenciar frente aos demais profissionais é o corretor ter um amplo conhecimento tanto das seguradoras que vai apresentar ao cliente quanto dos produtos que ele oferece. “É importante ter um amplo conhecimento das atividades e dos riscos do seu cliente. Assim é possível dimensionar melhor suas coberturas. É necessário conhecer bem o cliente”, explica o presidente da Escola Nacional de Seguros – Funenseg, Robert Bittar. Segundo ele, este processo de conhecimento para um bom atendimento deve se respaldar em uma postura ética com todos os envolvidos no processo, sejam eles clientes, seguradores, sejam concorrentes.

Obviamente, conhecer o máximo de seguros é extremamente importante, mas não é o único fator determinante para o sucesso. O corretor moderno precisa ter conhecimentos gerais, saber sobre política, cultura, economia, e, principalmente, conhecer as atividades do seu cliente e os riscos a que ele está exposto.

E, claro, buscar o maior número possível de ferramentas para se especializar e aumentar sua bagagem técnica e teórica. Enxergar a corretagem como uma atividade empresarial que requer investimentos em infra-estrutura, em treinamento de pessoal e em agregação de serviços ao consumidor também é um diferencial importante para a excelência na corretagem. “Vejo um futuro de dificuldades para aqueles que não reinvestirem parte da receita em seu negócio e o encararem como atividade autônoma ou familiar”, prevê Bittar.

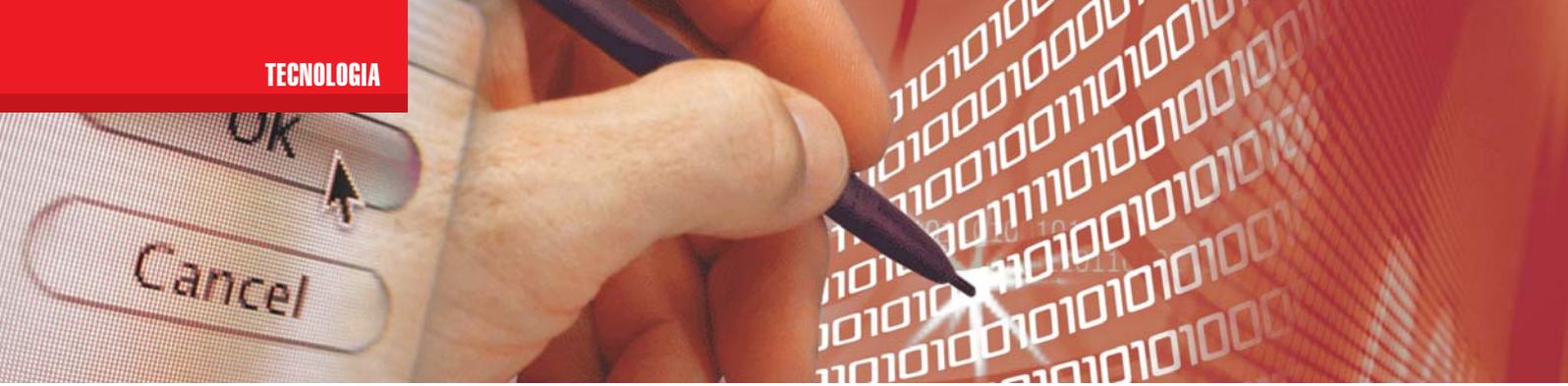
No momento da venda, explicam especialistas, fatores como o zelo pela aparência, a entonação de voz – que mostra firmeza nas explicações –, saber evitar “piadinhas” e brincadeiras que possam ser tomadas como ofensivas ou denotem excesso de intimidade, podem se tornar fatores determinantes na escolha do cliente. “Criticar ou minimizar um concorrente é uma atitude muito mal vista e acaba resultando em rejeição”, diz o presidente da Funenseg, que complementa: “o corretor precisa passar ao cliente uma percepção de que está ali para atendê-lo em suas necessidades, e não para efetivar uma venda a qualquer custo”.

Além de todas essas competências, o corretor de seguros deve estar sempre bem preparado. É importante ter embasamento nas áreas de negociação, marketing e comunicação, pelo menos, além de conhecimentos gerais de economia, de política e de cultura. Qualquer consumidor gosta de interagir com pessoas inteligentes, cultas e bem informadas.

A Escola Nacional de Seguros habilitou, em 2006, mais de 3.600 novos corretores nas modalidades Complemento e Vida, Capitalização e Previdência Complementar, sendo mais de 2.700 por meio de cursos e cerca de 900 por meio de Exames. O índice de reprovação no Curso para Habilitação de Corretores de Seguros é de 30%, devido ao nível de exigência adotado nas provas de avaliação, justamente para segregar aqueles que não se preparam adequadamente para o exercício da profissão. “Estamos sempre preocupados com a qualidade dos profissionais que entram no mercado da corretagem de seguros”, conclui Bittar. ■

### Mais informações

Para obter mais informações sobre cursos de aperfeiçoamento, palestras e workshops, basta acessar o site [www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br)

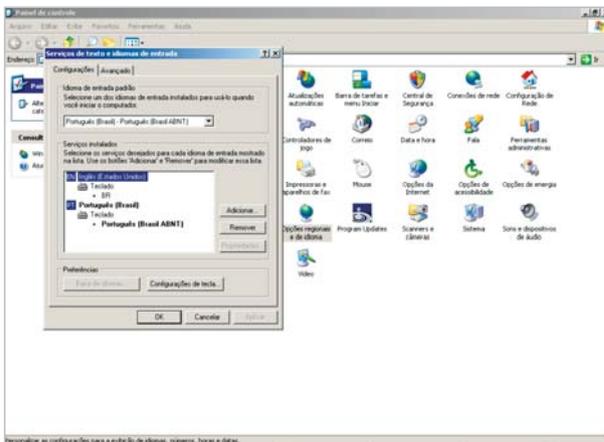


# Não se irrite mais com o computador

Você anda irritado com o comportamento teimoso de seu PC? Conheça algumas dicas úteis e acabe com a chatice de alguns programas.

**P**roblemas são freqüentes para aqueles que passam horas na frente de uma tela de computador. Normalmente são resultantes de ações involuntárias, mas dão a impressão de a máquina ter criado vida própria. Os problemas mais comuns são as mudanças de horário no relógio, ou no momento de abrir um arquivo: o PC aciona um programa errado. Além disso, os sons e os ruídos de avisos irritam qualquer pessoa. Os fabricantes de softwares, na verdade, se empenham em solucionar tais problemas, mas isso acaba gerando uma série de respostas automáticas que atrapalham o rendimento do usuário. Veja como ajustar o seu computador para que alguns programas deixem de ter vida própria:

## Teclado mal-educado



O Windows traz um recurso simples para usuários bilíngües, que deve ser ajustado de acordo com o modelo do teclado, não com o número de idiomas dominado pelo usuário. A maioria das pessoas utiliza o teclado ABNT 2, ou seja, um modelo feito para quem escreve em português, pois ele disponibiliza, por exemplo, a tecla Ç, muito utilizada em nosso idioma. É preciso ter cuidado para não apertar

acidentalmente a combinação Alt+Shift, pois o teclado ficará desconfigurado. Para resolver o problema, abra o Painel de Controle, entre em "Opções regionais e de idioma" e clique em "Teclados e idiomas". Aperte o botão "Detalhes" e observe a lista exibida. Deverá haver apenas um "mapa" de teclado, chamado "Português (ABNT-2)". Se houver outro mapa, selecione-o e aperte "Remover".



## 'Desmaios' no Windows

As leis de Murphy são um capítulo à parte quando estamos falando de Windows. O sistema cisma em travar no momento em que você está com mais pressa de entregar algum projeto ou finalizar algo importante. Além de ter todo aquele trabalho

para reiniciar o computador, diversas janelas tentam ser educadas perguntando se você quer enviar para a Microsoft um relatório de erros.

Por enquanto esse tipo de problema é inevitável, mas as mensagens do suposto relatório podem ser evitadas. Clique com o botão direito do mouse em “Meu Computador” e selecione “Propriedades”. Na janela exibida, selecione a aba “Avançado” e aperte o botão “Relatório de Erros”. Agora basta marcar a opção “Desabilitar”.

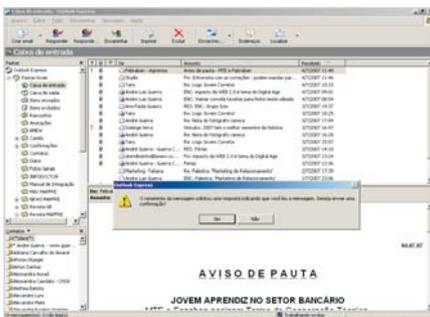
## Muitos ícones ao lado do relógio



Para eliminar parte dos ícones que ficam abertos ao lado do relógio, siga a seguinte instrução: clique em “Iniciar” e depois em “Executar”. Digite “msconfig”. Entre na aba “Inicializar” e observe os itens exibidos. Normalmente, você pode desativar todos (exceto o antivírus, que é primordial na proteção de seu PC). Depois de desativar, reinicie o computador.

**Mas atenção:** nesta operação você não desinstala o programa, apenas faz com que ele fique inativo o tempo todo. O Windows mostrará um aviso, informando que “você usou o utilitário de configuração”. Marque o item “Não mostrar esta mensagem” e aperte o botão OK.

## Respostas automáticas do Outlook

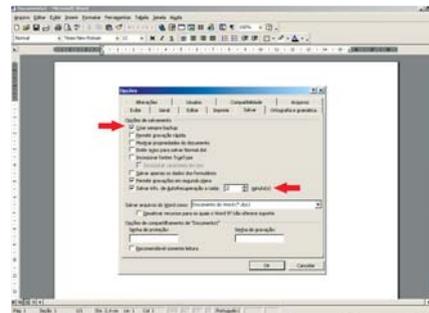


Algumas pessoas consideram invasiva a solicitação da famosa “Confirmação de leitura” do e-mail. Invariavelmente, você tem que ficar escolhendo “Sim” ou “Não” quando o programa pergunta se o usuário deseja enviar a confirmação de leitura. Para eliminar esta fatídica pergunta, existem duas opções: 1 – sempre enviar a confirmação ou 2 – nunca enviar a confirmação.

Para configurar o sistema, usuários do Microsoft Outlook (programa incorporado no pacote Office) devem clicar no menu “Ferramentas” e depois em “Opções”. Aperte o botão “Opções de correio”, na aba “Preferências”. Em seguida, clique em “Opções de controle”. Na janela que será exibida, escolha a opção desejada: “Sempre enviar resposta”, “Nunca enviar resposta”, ou “Perguntar antes de enviar resposta”. No Outlook Express, clique em “Ferramentas” e depois em “Opções”. Abra a aba “Confirmações” e selecione o item desejado.

Um outro problema muito comum é a perda de alterações em arquivos anexados a e-mails. Às vezes o usuário abre o arquivo direto do e-mail, altera o que achar necessário e clica apenas em “Salvar”. Na hora de responder à mensagem, ele dificilmente vai encontrar o arquivo alterado, pois o sistema salva a alteração em uma pasta temporária difícil de ser encontrada. A opção mais simples é fazer um “Salvar como” assim que o arquivo é aberto na tela. Salve com o nome que desejar em uma pasta que você saiba como encontrar. Altere o que achar necessário, salve e crie um novo e-mail anexando o novo arquivo.

## Para não perder documentos do Word



Para não perder aquele texto que você passou horas elaborando, o que normalmente acontece quando o Word trava, clique no menu “Ferramentas” e depois em “Opções”. Na aba “Salvar”, marque o item “Criar sempre backup”. Normalmente, o programa salva o arquivo de recuperação a cada 10 minutos, mas configure para um tempo mais baixo (1 ou 2 minutos), assim a margem de erro é bem menor e você poderá trabalhar com tranquilidade.

## Chato de plantão

Para finalizar a lista de utilidades, vamos eliminar de vez o “Clippy”, aquele personagem animado, característico do Microsoft Word, que cisma em dar dicas aos usuários fazendo a pergunta: “Você precisa de ajuda?”. Além daquele formato que todos já conhecem, ele ainda pode se transformar em Einstein, em um robô ou em um doce gatinho. Para mandá-lo embora, clique com o botão direito do mouse em cima dele, selecione “Opções”, desmarque o item “Usar o assistente” na tela exibida e dê adeus àquele personagem considerado pela imensa maioria dos seres humanos um chato.



# Empreendedorismo desde cedo

Estimular desde cedo o espírito empreendedor é uma das receitas para se ter sucesso no mercado no futuro. Este é o papel da Comissão de Jovens Corretores do Sincor-SP.

Criado em dezembro de 2005 com o objetivo de aproximar os jovens corretores do debate técnico e do conhecimento do setor, o Sincor-SP – Sindicato dos Corretores de Seguros do Estado de São Paulo – reuniu um grupo de jovens empreendedores, além de filhos e sobrinhos de corretores, e criou a Comissão Jovem Corretor de Seguros, atualmente com mais de 80 pessoas que participam ativamente tanto das atividades da Comissão como dos assuntos do próprio Sindicato.

Com pouco mais de um ano de atividades, o seletivo grupo de jovens



já tem conquistado bons resultados. “A nossa preocupação é com o futuro do mercado. Queremos trazer aos jovens corretores uma melhor qualificação técnica e profissional”, explica o coordenador da Comissão, Paulo Bosisio. Segundo ele, esses objetivos são sempre balizados por princípios éticos e empreendedores, o que gera uma maior credibilidade perante a sociedade.

Dentre os trabalhos já realizados, é possível destacar a atuação dos coordenadores da Comissão na elaboração de eventos do próprio Sindicato. No 24º Encontro Estadual dos Corretores de Seguros, realizado

na cidade de Águas de Lindóia, alguns dos palestrantes foram convidados pelos jovens corretores. “Esses jovens têm participado ativamente das atividades do Sindicato”, conta o presidente do Sincor-SP, Leôncio de Arruda. “Como eles são muito dinâmicos e hiperativos, muitas vezes não conseguimos acompanhar o ritmo frenético desses garotos”, explica. Segundo ele, a relação entre a diretoria da entidade e os jovens corretores é a melhor possível, pois o intercâmbio de idéias é muito freqüente. “Eles aprendem muito conosco e vice-versa”, conclui.

Os trabalhos desenvolvidos estão a todo o vapor. As idéias para ensinar lições empreendedoras aos jovens



Integrante da comissão de jovens do SINCOR, Paulo Bosisio

## Esses jovens têm participado ativamente das atividades do Sindicato



Presidente do SINCOR Leônicio de Arruda

empresários da corretagem de seguros surgem a cada dia. Para isso, encontros organizados com nomes de peso são freqüentes, nos quais são discutidos assuntos de interesse geral dos participantes. Em um café da manhã, por exemplo, os jovens que fazem parte da Comissão conversaram com um especialista em sucessão familiar, assunto que está presente no dia-a-dia dos jovens empreendedores.

A aproximação com as seguradoras também faz parte dos planos. Organizar encontros com representantes das empresas de seguros os ajuda a conhecer o trabalho desenvolvido por esses parceiros de negócios, além, é claro, de aprender como é a estrutura dessas empresas.

Para os próximos meses, o Comitê pretende angariar mais pessoas para fazer parte das atividades do grupo. Eles acreditam que o papel que eles desempenham é de extrema importância para o futuro do mercado, pois, com a formação de corretores empreendedores e bem capacitados logo cedo, o futuro da corretagem só tem a ganhar em excelência profissional. ■

**Mais informações no site:**

[www.sincor.org.br](http://www.sincor.org.br)

É só clicar em “Departamentos Técnicos” e procurar o link “Departamento Jovem Corretor”

**MAPFRE** | Programa  
**CORRETOR Jr.**

Visando o potencial dos jovens corretores, a MAPFRE Seguros desenvolveu um programa chamado Corretor Jr MAPFRE.

Por meio desta ação, corretores de seguros recém-formados pela FUNENSEG ou com pequena produção com a MAPFRE têm uma oportunidade de ampliar o seu desenvolvimento, incrementando sua produção.

Neste programa, o jovem corretor conta com vantagens diferenciadas para sua atuação comercial, além de apoio para suas rotinas administrativas e operacionais.

Constituído por um plano de carreira, o projeto oferece muitas vantagens para esses profissionais que estão ingressando no mercado segurador, pois as Sucursais MAPFRE distribuídas por todo o Brasil contam com uma infra-estrutura completa que auxiliará o corretor a desenvolver o seu trabalho.

“Essa é uma forma de estimularmos os jovens profissionais a se engajarem e terem sucesso nos seus negócios”, conta o superintendente de distribuição e varejo da MAPFRE Seguros, Miguel Gallego.

# Redescobrimo a Argentina

A Campanha Historiadores MAPFRE – Redescobrimo o Novo Mundo está muito disputada. Afinal, os vencedores poderão desfrutar de momentos inesquecíveis num adorável passeio por cidades como Buenos Aires e Mendoza, na Argentina. Conheça um pouco o que os Historiadores encontrarão por lá.



A primeira vista a história nos mostra que a relação entre brasileiros e argentinos pode ser um pouco conturbada. Mas, por incrível que pareça, a relação entre os dois países é de amor. Ao mesmo tempo que torcemos contra nossos vizinhos no futebol, aplaudimos um belo espetáculo de tango ou nos deliciamos com um belo alfajor de dulce de leche, ou degustamos um saboroso vinho da Província de Mendoza. Já do outro lado, é cada vez mais comum observarmos argentinos tomando um banho de sol em alguma praia de Florianópolis, ou no Rio de Janeiro.

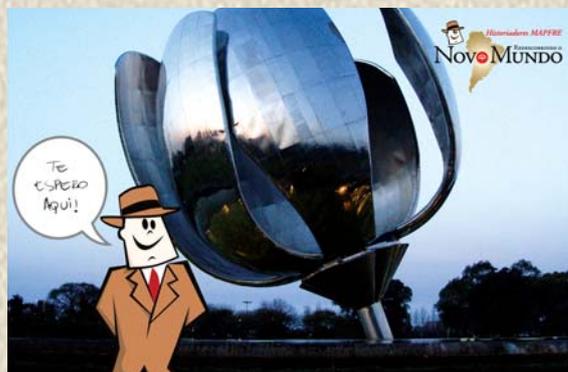
Vamos considerar que este intercâmbio tanto cultural como turístico seja interessantíssimo para o entretenimento e diversão de ambas as nacionalidades. A cidade de Buenos Aires, por exemplo, encanta cada vez mais turistas brasileiros atraídos por programas culturais, além de pontos turísticos extraordinários que contam um pouco da história da Argentina. A população e o governo daquele país perceberam que o volume de brasileiros atraído pelo turismo cresceu, impulsionado por passagens aéreas com preços cada vez mais convidativos, por isso, eles têm investido na conservação de parques e praças, criaram diversos restaurantes luxuosos e hotéis que possuem cada vez mais estrelas em seus currículos. Resumindo: o brasileiro que viaja à Argentina encontrará boa comida, boa diversão e ótimas opções de hospedagem.

As ruas da capital portenha abrigam diversas construções antigas que valem a pena conhecer. Por isso pode-se fazer uma caminhada para ver os edifícios históricos da

Av. de Mayo, com pausa para um cortado com medialunas (o croissant argentino) no célebre café Tortoni. Ande um pouco mais até a Plaza de Mayo e a Casa Rosada, sede do governo argentino, e volte, depois, para o começo da calle Florida. Esta é a rua comercial mais conhecida da cidade. Trata-se de um calçadão de dez quadras com lojas mais populares e também grandes marcas, além de muitos ambulantes e turistas (principalmente brasileiros).

As avenidas 9 de Julio e Corrientes e o Obelisco são clássicos portenhos. Passando por ali, o corretor vai conhecer o dia-a-dia da cidade. Caminhar pela Avenida Corrientes é quase uma obrigação. Entre teatros e cafés, encontram-se várias livrarias e inúmeras publicações.

## La Recoleta



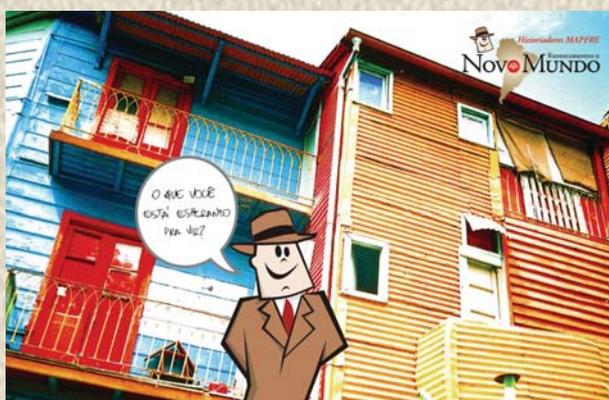
Com suas ruas arborizadas, este é um elegante e sofisticado bairro que tem como atrações principais: cafés, restaurantes e antiquários, além do complexo cultural, que vale a pena ser visitado. Na calle Arroyo, o turista encontrará diversos antiquários badaladíssimos. Após circular em meio a lojas de grife e marcas famosas, a recomendação é subir a calle Junín e entrar no Cementerio de la Recoleta, o mais antigo e aristocrático da cidade. Nele estão sepultados presidentes da República, figuras históricas importantes, militares, artistas; entre eles, Eva Perón, que descansa no mausoléu da família Duarte - um dos mais visitados do lugar.

## Puerto Madero



Uma das melhores e mais respeitadas áreas gastronômicas da cidade que, no passado, foi principalmente usada para alojar armazéns portuários. Seja qual for o seu paladar, Puerto Madero oferece carnes argentinas tradicionais, massas e frutos do mar. Lá há um prédio da MAPFRE que com certeza merecerá uma foto para mostrar ao pessoal da corretora!

## La Boca



Um bairro pitoresco e cheio de atrações tradicionais, como influência dos primeiros imigrantes europeus. Famosos por suas casas multicoloridas e pelo clima nostálgico com o qual os “tangueros” se apresentam ao ar livre ou nos diversos bares do bairro.

Neste bairro, o turista vai conhecer praticamente a origem do tango. Um dos lugares mais conhecidos é o Caminito, que consiste em uma viela de casas coloridas de zinco. Com 100 metros de comprimento, a passagem é um dos cartões-postais mais famosos da cidade. Na região está La Bombonera, o estádio de futebol do Boca Juniors, um dos principais times

do país. No museu, além de troféus e fotografias, relíquias como a camisa que Pelé vestiu na final da Copa Libertadores de 1963. Emende com a Feira de Antigüidades de San Telmo, na Plaza Dorrego onde, além das mercadorias, o turista confere apresentações musicais e performances artísticas.

## Cidade de Mendoza



A beleza natural da cidade, que fica ao pé da Cordilheira dos Andes, já encanta logo de cara. Vale a pena conhecer os magníficos locais onde são fabricados os melhores vinhos e azeites argentinos. A maioria das vinícolas presentes na cidade são localizadas em bairros um pouco afastados do centro, nas chamadas “bodegas”, praticamente ao pé da charmosa Cordilheira dos Andes.

No sul da província de Mendoza, há ainda o deserto vulcânico de La Payunia (na região de Malargüe) e o Cânion do Atuel (perto de San Rafael).

Todas essas atrações são apenas uma prévia que os ganhadores da Campanha Historiadores MAPFRE – Redescobrimdo o Novo Mundo poderão conferir pessoalmente. Como parte do cronograma da campanha, foram enviados aos corretores alguns cartões postais falando um pouco das novidades de cada lugar que eles irão visitar. “Os corretores que se transformarem em Descobridores terão a oportunidade de conhecer lugares fascinantes”, explica a superintendente de incentivos da MAPFRE Seguros, Fátima Lima, que completa: “a disputa está acirrada. Os corretores deverão se esforçar muito para conseguirem explorar a Argentina”.

Os corretores que quiserem desfrutar desta fantástica viagem, têm até o dia 31 de agosto para contabilizarem suas vendas e as transformarem em pontos válidos para a Campanha Historiadores MAPFRE – Redescobrimdo o Novo Mundo. Não perca tempo.



# Você Sabia, Corretor?

## Cotações do AutoMais Frota e AutoMais Gold estão disponíveis on-line

Seguro

**MAPFRE** | AUTOMAIS  
Frota

Atuando sempre com o objetivo de melhorar o trabalho do corretor de seguros, fazendo com que ele ganhe mais agilidade no atendimento ao cliente, a MAPFRE Seguros disponibilizou mais uma facilidade para estes profissionais no MAPFRE Connect Site. Agora é possível fazer cotações on-line para os produtos AutoMais Gold e AutoMais Frota.

A intenção é de facilitar a operação da cotação e tornar independente o gerenciamento de todo o processo feito pelo corretor. Para o AutoMais Frota, a grande novidade está por conta do novo sistema e o processo de administração de frotas. Assim, os clientes ganharão mais rapidez nos tempos de análise e liberação das cotações e repiques. Para o corretor, ficou mais fácil realizar solicitações, pois com o novo sistema será possível fazer alteração de coberturas e limites em lote, além de permitir efetuar o enquadramento dos veículos com uma descrição genérica, que torna a cotação adequada para a necessidade de cada cliente.

No caso do AutoMais Gold, o novo sistema, além de reduzir os tempos de análise e liberação das cotações e repiques, permite o corretor ter uma maior

competitividade e eficácia nos fechamentos do produto. Para este produto, estará disponível para coberturas adicionais, a possibilidade de contratação com até cinco itens Gold, a cobertura para blindagem do veículo (inclusive vidros) e a assistência 24 horas Gold, com reboque de 250 km e possibilidade de extensão para 1.000 km, entre outras vantagens.

Para mais informações a respeito das novidades no sistema de cálculo, a equipe comercial da MAPFRE Seguros estará treinada e disponível para apresentar em detalhes e treinar os colaboradores da corretora. Basta entrar em contato com a Sucursal mais próxima.

## Tratamento VIP para clientes Special

**MAPFRE**  
*Special*

O mercado brasileiro de produtos de luxo deve crescer 6% neste ano, o que representará um faturamento de 4,1 bilhões de dólares. Estes produtos e serviços, por exemplo, são feitos especificamente para um público diferenciado, que valoriza e protege o seu patrimônio de forma exclusiva. Voltando as atenções para este seletivo público exigente, a MAPFRE Seguros lançou um novo conceito para clientes VIPs: a linha MAPFRE Special.

Essa linha se diferencia das outras pelo alto requinte na apresentação, na entrega dos produtos e na qualidade. “É um novo

conceito em seguros para proteger seu patrimônio de uma forma diferenciada”, explica o gerente de marketing de produtos, Ilan Segre. Este novo conceito está disponível para segurados AutoMais Gold e clientes que possuem o novo MAPFRE Duas Rodas, mas a idéia, ainda segundo Segre, é expandi-lo para outras linhas de produtos e consolidar a MAPFRE nesse nicho de mercado.

## Renovar é cada vez mais fácil



Agora os corretores ganharam mais agilidade no momento da renovação dos seguros, pois o Sistema Renovação MAIS, no MAPFRE Connect Site, otimiza os aspectos de subscrição, e permite maior competitividade nos preços das renovações. Nesta nova ferramenta, o corretor de seguros visualizará uma agenda de apólices que vencerão em até 30 dias (Residencial e AutoMais) e seus novos prêmios já estão calculados com validade até o fim da vigência da apólice atual, o que agiliza o atendimento ao cliente

Além disso, o sistema oferece melhores condições de preço nas renovações MAPFRE de acordo com o histórico de cada segurado. Com todas essas vantagens, o segurado terá disponível a antecipação da renovação mantendo a data da vigência do seguro.

# Especialidades MAPFRE

**AINDA BEM QUE VOCÊ ESTÁ LENDO  
ESTE ANÚNCIO. IMAGINE QUE CHATO  
OUTRO CORRETOR VENDENDO SEGUROS  
QUE VOCÊ NEM SABIA QUE EXISTIAM.**

**MAPFRE. A SEGURADORA DIFERENTE.**

Seguro  
**MAPFRE** | CRÉDITO  
à Exportação

Seguro  
**MAPFRE** | AUTOMAI  
Táxi



Seguro  
**MAPFRE** | ALUGUEL

A MAPFRE é mesmo uma seguradora diferente. Além de oferecer uma variedade enorme de produtos e serviços para você, apresentamos diversas ferramentas e opções para cotação online. Tudo isso para tornar seu trabalho mais ágil e produtivo. Vá até uma de nossas sucursais e conheça todas as especialidades que a MAPFRE traz para você.



conheça

# Campos do Jordão

## O inverno na "suíça brasileira"

Situada a 1.700 metros de altitude, no coração da Serra da Mantiqueira, a cidade tem clima de montanha e uma qualidade do ar reconhecida como uma das melhores do país. Suas quatro estações são bem definidas, podendo-se observar cenários de grande beleza durante todo o ano.

Um dos mais belos espetáculos de Campos ocorre no outono quando as folhas dos plátanos (árvore abundante na região, cuja folha é o símbolo da Canadá) começam a secar e a cair, adquirindo colorações verdes, amarelas, marrons e vermelhas.

Ao fundo pode-se ver sempre os pinheiros com sua folhagem verde contrastando com um céu de um azul impressionante. É um espetáculo de tirar o fôlego.

Outra árvore que é símbolo de Campos do Jordão é a araucária. Sua beleza e imponência dão um charme todo especial à paisagem da cidade. Desafiando o frio e o vento, suas folhas permanecem verdes mesmo no auge do inverno e seu fruto, o pinhão, vai despencando de seus altos galhos.

A paisagem natural se completa por trilhas e cachoeiras, formações rochosas impressionantes como pode ser visto no "box" a seguir com os principais pontos turísticos.

Mas não é só de natureza que vive a cidade. O comércio, os restaurantes, os bares e a experiência de estar numa atmosfera similar a um inverno europeu também atraem o público.

Os hotéis e pousadas, mesmo as mais baratas, em sua maioria são muito bem decorados, contam com arquitetura diferenciada e são, principalmente, aconchegantes.

Como todos os anos, no inverno, o paulista, entre outros habitantes de locais frios, não se contenta em ficar debaixo dos cobertores em casa. Passar apenas frio não é suficiente, tem que ser algo realmente "congelante".

A combinação de passar muito frio num lugar charmoso tem seduzido um público cada vez maior para Campos do Jordão.

A cidade tem dois bairros, considerados dois "centros" definidos: Abernêssia (comercial) e Capivari (turístico). O primeiro é onde fica os principais bancos e comércio mais voltado ao dia-a-dia da cidade. E o segundo, onde ficam os bares, restaurantes e hotéis mais procurados pelos turistas. É verdade que as malharias mais baratas estão em Abernêssia, mas hoje em dia os preços de Capivari não são tão elevados como antes.

Para quem vai em buscas de blusas de lã e outros artigos de vestuários, existem locais estratégicos, como as ruas menores e não tão movimentadas. Para se ter uma idéia, é possível comprar roupa de qualidade e bom preço no final da subida do pico do Itapeva (a mais de 2000 m de altitude).

Mas, quem tem o foco em griffes, grandes marcas e sofisticação, tem seu lugar garantido, além de outros pontos, no Market Plaza, shopping que funciona apenas no inverno.



Fotos: André Guerra, José Alfredo, Kadu Schiavo, Luiz Garves, Vander Rodrigues



# Pontos Turísticos



## Pedra do Baú

No alto da Serra da Mantiqueira, localiza-se a majestosa Pedra do Baú, a 1.950 metros de altitude. Embora pertença ao município de São Bento do Sapucaí, a Pedra do Baú faz parte do roteiro turístico de Campos do Jordão, podendo ser vista de quase todo o município. Vários grupos organizam

caminhadas para escalar a Pedra partindo de São Bento do Sapucaí e de Campos do Jordão.

Antes chamada de Pedra do Embaú (vigia), foi batizada pelo povo de “Baú”, em virtude do seu formato retangular. A Pedra consiste de um imponente bloco de granito com uma base de 540 metros de comprimento por 40 metros de largura, e uma altura de 340 metros.

Para quem olha de Campos do Jordão, ela é ladeada à esquerda pela Pedra Ana Chata (altitude de 1.670 metros), e à direita pela Pedra Bauzinho (altitude de 1.760 metros).

## Trem Turístico

Idealizada no início do século pelos médicos sanitaristas Emílio Ribas e Victor Godinho, sua construção visava o acesso a então pequena vila de Campos de Jordão, para aproveitamento do clima na cura de doenças respiratórias.

Construída em 1912, teve seus primeiros carros movidos a vapor, posteriormente a gasolina. Em 1924, foi eletrificada e atualmente está subordinada à Secretaria de Esportes e Turismo do Estado de São Paulo e é totalmente voltada ao turismo.

O trecho de visitação vai de Pindamonhangaba a Campos do Jordão, percorrendo em 2 horas uma distância de 47 km entre os dois municípios.



## Bondinho

Andar no bondinho urbano é voltar ao passado. O passeio é muito agradável e permite uma visão completa da estrutura urbana de Campos do Jordão. A viagem de ida e volta dura 40 minutos, partindo da Estação de Vila Capivari (construída em estilo alpino), passando por Jaguaribe e Abernêssia, indo até a Parada São Cristovão do outro lado da cidade, já próxima ao portal. Nos dias mais frios, recomenda-se levar um agasalho porque o vento pode ficar muito forte.



## Morro do Elefante

Local onde hoje está instalada a prefeitura. No alto do morro, a 1700 m de altitude, há um mirante que proporciona uma visão panorâmica de toda a região. O acesso é feito através do teleférico ou por estrada asfaltada.



## Teleférico

Foi inaugurado em outubro de 1972, sendo o primeiro do gênero no Brasil. Uma das atrações preferidas das crianças, circula entre Capivari e o topo do Morro do Elefante. As cadeiras são individuais.



## Pico do Itapeva

Itapeva em linguagem indígena significa “Pedra Chata”. O pico, que é o quinto mais alto do Brasil com 2.030 m de altitude. Ele está distante 14 km do Centro de Capivari, e o acesso se faz pela Vila Abernêssia. Apesar de estar situado no município de Pindamonhangaba, pode ser

considerado uma atração de Campos do Jordão.

## Dica

Para quem estiver interessado em conhecer a cidade, a dica, é procurar hospedagem pela Internet. Existem vários sites que concentram informações e contato dos hotéis e pousadas. O mais completo deles é o [www.centraldepousadas.com.br](http://www.centraldepousadas.com.br) Por meio dele, é possível inclusive solicitar de forma simultânea, cotação em mais de 40 estabelecimentos, com apenas alguns cliques.



### Palácio Boa Vista

Sua construção teve início em 1938, idealizado por Adhemar de Barros para ser a casa de inverno dos governadores de Estado. O projeto arquitetônico é de Jorge Ptzrembel. Somente em 1947, suas obras foram reiniciadas. Em 21 de julho de 1964, o Palácio foi inaugurado. Em 1970 o Governador Abreu Sodré transformou-o em “Monumento Público” e “Centro Cultural”, sem perda de sua função original de residência de inverno do Governador do Estado de São Paulo.

O Palácio Boa Vista tem 105 cômodos e foi decorado no estilo inglês com um rico mobiliário dos séculos XVII e XVIII, antiguidades, obras de artistas contemporâneos, esculturas, peças decorativas e objetos religiosos, entre outros. Em seu acervo de 1.887 obras há exemplares de Tarsila do Amaral, Anita Malfatti, Aldo Bonadei, Cândido Portinari, Di Cavalcanti, Ismael Nery e Cícero Dias, e outros artistas de renome.

A visitação é permitida de quarta a domingo, mas quando o Palácio está sendo utilizado pelo Governador do Estado e seus convidados a visitação pode ser parcial ou até mesmo suspensa. O Palácio Boa Vista está situado a 3 km da Vila Abernêssia.

### Gruta dos Crioulos

Os visitantes que não se intimidarem pelo caminho difícil para chegar até a gruta poderão ver uma enorme pedra (o segundo maior monólito do mundo), meio côncava, chata e arredondada, com um diâmetro de aproximadamente 30m de altura e 20m de profundidade, formando a ampla gruta de aspecto bastante acidantado e pitoresco. Uma lenda conta que, no passado, escondiam-se no local escravos foragidos das fazendas.



### Igreja Matriz de Santa Terezinha

A igreja foi batizada em homenagem à padroeira da cidade e é sede das principais festas religiosas da cidade. Está localizada onde era Antigo Convento dos Franciscanos.



### Igreja de São Benedito

Localizada na Praça São Benedito na Vila Capivari. Apresenta uma decoração sacra de rara beleza, destacando-se ainda a originalidade arquitetônica do templo.

### Ducha de Prata

Localiza-se no bairro de Vila Inglesa, na estrada para a Vila Capivari. É um conjunto de duchas artificiais, formado pela canalização de uma cachoeira onde o banho é liberado aos visitantes mais corajosos para enfrentar o frio das águas.



### Floresta Encantada

No caminho do Pico do Itapeva, o parque tem vários ambientes temáticos voltados às crianças, como Casa dos Gnomos e Casa do Papai Noel.

### Parque Estadual Campos do Jordão

Distante 13 km da Vila Capivari, o Parque Estadual é o mais antigo do Brasil. Também conhecido como Horto Florestal, abrange 8.341 hectares junto à divisa dos Estados de São Paulo e Minas Gerais e ocupa um terço da superfície total da Estância de Campos do Jordão. Criado em 1941, conserva a biodiversidade e protege os últimos remanescentes da Floresta de Araucárias da Serra da Mantiqueira, apresentando inclusive árvores de reflorestamento identificadas por espécie.





## Parque Estadual da Usina do Fojo

Espaço de lazer com 70 mil metros quadrados de muito verde, com várias cachoeiras, a maior delas tem 30 metros de altura.

Recentemente, a área era utilizada como centro de lazer dos funcionários da CESP Centrais Elétricas, mas com a privatização da estatal, o governo do Estado transformou a área em Parque Estadual do Fojo.

Em 1968 a Usina do Fojo foi desativada, mas representa uma espécie de monumento histórico que mostra como funcionava uma hidrelétrica há mais de 50 anos.

## Cervejaria Baden Baden

Além do bar e loja, ambos no bairro Capivari, é interessante visitar a fábrica, próxima ao portal da cidade. Lá os visitantes têm visita monitorada e podem conhecer como nascem os mais de oito sabores diferentes da casa, fundada em 1985.

## Museu Felícia Leirner

Localizado no Alto da Boa Vista, no mesmo terreno do Auditório Cláudio Santoro e na mesma região do Palácio Boa Vista é um dos únicos museus ao ar livre do Brasil, possuindo em pontos estratégicos cerca de 100 esculturas semi-abstratas em bronze e cimento. Nos dias de sol o Museu é um dos melhores pontos de observação da Pedra do Baú.



## Casa da Xilogravura



Abriga um acervo de xilogravuras de gravadores brasileiros e estrangeiros, além de uma exposição didática sobre artes gráficas, atelier para gravura em madeira e espaço para cursos de arte, em especial a xilogravura.

## Mosteiro de São João

Está situado em Abernésia, bem no coração da cidade, no início da estrada que leva ao Palácio do Governo saindo do Mercado Municipal.

É um espaço para aqueles que buscam a paz e integração com a natureza em seus prédios situados no meio de um bosque com árvores frondosas, arbustos e flores. ■



### Como chegar:

O principal acesso para Campos do Jordão, partindo de São Paulo, é a Rodovia Floriano Rodrigues Pinheiro (SP-123), que inicia no entroncamento da Rodovia Carvalho Pinto/Ayrton Senna, na altura do km 310 da Rodovia Presidente Dutra. Esse entroncamento fica no sub-distrito de Quiririm, entre Taubaté e Caçapava. É uma rodovia sinuosa, turística, com belos mirantes para a região do Vale do Paraíba e Serra da Mantiqueira. Abriga dois postos de abastecimentos (km 11 - Poço Grande e km 18 - acesso a Tremembé) e vários pontos de parada com produtos da região e atrações turísticas. A viagem, saindo de São Paulo, para Campos do Jordão tem duração aproximadamente de 2 horas.

O tradicional acesso ferroviário pode ser feito por meio da Estrada de Ferro Campos do Jordão, saindo de Pindamonhangaba em automotriz movida à eletricidade, parando em pontos turísticos e de recreação, como o Parque das Águas Claras e a estação de Santo Antônio do Pinhal, subindo vagarosamente a Serra da Mantiqueira até chegar, em 3 horas, a Campos do Jordão. A Estação Ferroviária de Campos do Jordão oferece também opções de passeios de tremzinho saindo de Campos do Jordão para Santo Antônio do Pinhal e vice-versa.



Fotos: Divulgação

# MOTOS

## Um mercado de vento em popa

Nunca se vendeu tanta moto no país. A estabilidade econômica, associada às facilidades de financiamento e ao preço do produto está fazendo o mercado de motocicletas crescer rapidamente.



O segmento de motos tem se transformado num mercado em grande expansão. Especialistas apontam que o setor de duas rodas atingiu sua “velocidade de cruzeiro”, pois desde 1993 vem acumulando um aumento acima da média em suas vendas (se comparado com outros setores). Com um número maior de motocicletas circulando nas ruas, a probabilidade de acidentes, além de roubos e furtos aumenta. Por isso, o motociclista deve tomar alguns cuidados essenciais para sua segurança.

A Fenabrave – Federação Nacional da Distribuição de Veículos Automotores – divulgou em seu balanço mensal, os dados de vendas dos primeiros cinco meses deste ano. De acordo com o presidente da entidade, Sérgio Reze, o setor de motos apresentou acréscimo de 13,04% nas vendas em maio, aumentando de 128.253 unidades para 144.981. Comparando o resultado de maio de 2007 com o mesmo mês de 2006, o setor cresceu 28,82%. Até maio de 2007, foram vendidas 640.678 motos, contra 503.649 no mesmo período do ano anterior, registrando elevação de 27,21%. Foi o melhor mês de maio na história do mercado, além de ser o melhor ano nas vendas acumuladas desde quando se iniciou a compilação dos dados.

O bom momento vivido pelo setor é consequência da estabilidade econômica, taxa de juros em queda e alongamento dos prazos de financiamento. Por este motivo, as previsões de vendas para 2007 já foram revistas. Antes, o crescimento esperado era em torno de 19%, agora é 20,7%, ou seja, 1.596.239 unidades. “A Honda CG150 cilindradas, por exemplo, vendeu mais que o Gol, da Volkswagen, que é o veículo mais vendido há anos”, analisa Reze.

Uma pesquisa desenvolvida por especialistas do setor de motos aponta que, em 2010, serão vendidas mais motos do que carros no Brasil. “Há alguns anos, a demanda estava reprimida com receio da dívida, pois a instabilidade econômica influenciava a decisão de compra. Com a economia estável, a população pode se arriscar mais em busca do sonho”, conta o presidente da Fenabrave. Com isso, as pessoas com menor poder aquisitivo estão se motorizando.

## Mercado de luxo também é atraente

Se de forma geral o mercado de duas rodas está crescendo, no segmento de motos de luxo ocorre uma verdadeira explosão de consumo. Neste segmento, o crescimento das vendas de motos já é de mais de 100% ao ano e a expectativa é que o índice de expansão seja ainda maior em 2007.

De olho no mercado super premium, a Honda, líder no mercado brasileiro de motocicletas está investindo nos modelos de maior cilindrada. No ano passado, a empresa passou a importar moto Gold Wing GL, com motor de 1800 cm<sup>3</sup>, além da VTX 1800. Estes modelos que reúnem alta tecnologia, como sistema antitravamento de freios ABS e controle eletrônico de velocidade e sistema de áudio (apenas na Gold Wing GL). De origem americana o modelo é comercializado em diversos países do mundo e chegou ao Brasil com configuração exclusiva e na cor prata metálica.

O Grupo Izzo, representante de marcas tradicionais como a Harley-Davidson, fez parceria com a Bramont, de Manaus (AM), para produzir motos da categoria premium das marcas Triumph, Husqvarna e Malaguti, atualmente importadas da Europa e EUA. Também devem ser feitos quadriciclos da italiana Malaguti.

O presidente do Grupo Izzo, Paulo Izzo, não revela investimentos nem volumes de produção, por enquanto, mas diz que a intenção é montar em Manaus todos os modelos que serão comercializados no Brasil das quatro marcas, algumas delas que ele passa a representar este ano. A empresa já é revendedora exclusiva, além da Harley-Davidson, da Buell, Triumph, Ducati e Polaris e passa a representar também a Husqvarna, MV Agusta e Malaguti. O Grupo Izzo vendeu 3.750 motos em 2006, um aumento de 130% ante 2005. Para este ano, com as novas marcas, o volume deve chegar a 7 mil unidades. “O mercado de alta cilindrada que mais cresce no mundo é o brasileiro, em média 70% ao ano desde 2002”, diz Izzo. A Harley-Davidson operou no limite de capacidade na fábrica de Manaus em 2006, de 1.800 motos e está ampliando instalações para chegar a 3 mil.

A segurança também faz parte das preocupações dos proprietários de motocicletas. Não é apenas a preocupação com acidentes, mas também o cuidado caso o veículo seja roubado ou sofra algum tipo de pane na rua. Para isso, uma das opções é fazer o seguro do veículo, que garantirá ao proprietário da moto uma tranquilidade na hora de circular nas ruas.

É o caso do fotógrafo Eduardo Tarran, de 33 anos, que possui uma Honda Shadow de 600 cilindradas. Ao comprar sua moto no início de 2006, não teve dúvidas em segurar seu novo bem. “O seguro me deixa mais tranquilo. Com ele, eu rodo sossegado com a minha moto sem medos”, explica. Segundo ele, o valor pago no prêmio (entre 6% e 10% do valor do bem), compensa a série de benefícios que ele possui como segurado.

## Prevenção de acidentes



Uma pesquisa recentemente divulgada pelo Corpo de Bombeiros do Estado de São Paulo revelou que o número de acidentes com motocicletas cresce a cada ano. Segundo os dados preliminares, apenas na cidade de São Paulo é registrada uma média de 25 acidentes envolvendo motociclistas, por dia.

Pelo menos 430 mil motos circulam todos os dias pelas ruas da capital paulista. Os motoboys, especialmente, dirigem sempre com pressa, pois geralmente são remunerados de acordo com o número de entregas feitas. Mas o resultado dessa maratona sobre duas rodas é a imprudência e a relação motorista-motociclistas quase sempre está em crise.

O professor Sérgio Berti, especialista em direção preventiva, acredita que é preciso melhorar a formação dos profissionais que trabalham com motos. “Precisaria de um entendimento dos empresários que têm as empresas de motofrete, através de uma maior exigência e de uma melhor formação”.

“Se nós tivermos motoristas e motociclistas entendendo que eles dividem o mesmo espaço, e que esse comportamento tem que ser saudável, talvez nós tenhamos menos acidentes”, completa Berti.

Não é sempre que o motociclista encontrará pela frente um asfalto em perfeito estado ou não precisará pilotar em um dia chuvoso. Por isso, é necessário estar atento às adversidades que possam ser encontradas ao longo do percurso, como condições da pista ou clima desfavorável. De acordo com os instrutores do Centro Educacional de Trânsito Honda (CETH), é fundamental que, além de utilizar vestuário apropriado, o condutor saiba como reagir em algumas situações inesperadas.

Para uma pilotagem segura, seja em terrenos irregulares ou à noite, é indispensável que o piloto conheça técnicas e tenha precisão nos movimentos. Cautela e concentração redobradas também são de extrema importância para que não ocorra nenhum imprevisto durante o trajeto.

### Pista molhada



A pilotagem sob a chuva exige bastante atenção do piloto, que deve ter consciência de que nessa ocasião o atrito do pneu com o solo diminui pela metade. Isso significa que o espaço necessário de parada duplica, sendo aconselhável reduzir a velocidade e ampliar a distância em relação aos veículos. O piloto também precisa redobrar a atenção no início da chuva. Nesse momento,

a pista fica mais lisa em razão da poeira e do óleo, formando uma película escorregadia. A dica é aguardar, se possível, o tempo necessário para que a chuva “lave” a pista. Isso melhora a condição de atrito entre o pneu e o solo, reduzindo consideravelmente o perigo de um acidente.

### Pilotagem noturna

A visão fica reduzida em relação à pilotagem durante o dia, deixando o motociclista com apenas 1/6 da visualização diurna. Existe uma alteração na noção de profundidade e os faróis dos outros veículos causam ofuscamento.

A redução de velocidade e a utilização de luz baixa são algumas das providências a serem tomadas. Caso isso seja feito, é comum que o veículo no sentido contrário faça o mesmo. Outra dica é semicerrar os olhos para adaptar a visão mais rapidamente à falta de luz. É recomendável ainda não olhar diretamente para os faróis que vêm na pista oposta.

### Terrenos irregulares



O condutor precisa observar ondulações ou superfícies irregulares para evitar possíveis choques. Deve-se levantar sobre as pedaleiras, uma vez que os pés e as mãos são as únicas áreas do corpo em contato com a motocicleta, segurar firme o guidão, ficar com os joelhos

relaxados junto ao tanque e manter pulsos e braços prontos para receber o choque.

Em caso de terrenos com buracos, o motociclista deve contar com a grande manobrabilidade do veículo. Essa característica é de extrema importância e favorece a mudança rápida de trajetória, auxiliando na segurança do piloto.

### Derrapagens



No caso de uma situação de derrapagem, o motociclista deve agir com rapidez e de forma adequada, mantendo as rodas girando e a aceleração constante. Como último recurso, caso a velocidade esteja baixa ao derrapar, o condutor pode

utilizar os pés como apoio para endireitar a moto.

Os instrutores do CETH alertam que a melhor maneira para se controlar uma derrapagem é evitá-la. É aconselhável, por exemplo, reduzir a velocidade ao atravessar um local desconhecido. ■

# Cuidados essenciais para a boa relação entre motoristas e motociclistas.

## Motociclistas:

- **Habilite-se e faça cursos:** apesar de não ser suficiente, a habilitação exigida pelas autoridades ajuda os iniciantes a se acostumarem com a motocicleta. É importante também participar de cursos de pilotagem defensiva oferecidos por concessionárias e associações.
- **Use equipamento de segurança:** o capacete é essencial, mas não suficiente. Use luvas, roupas e calçados apropriados. Sandálias e chinelos não são calçados apropriados.
- **Pilote sóbrio:** nunca beba ou use outras drogas quando for pilotar. Segundo a pesquisa da NHTSA, do total de mortos em acidentes, 17.941 apresentavam um alto nível de álcool no sangue.
- **Pilote de acordo com seus limites:** não pilote mais rápido ou por muito mais tempo que suas habilidades permitem.



Para as pessoas que se preocupam com conforto e segurança em cima de suas motos, a MAPFRE criou um seguro específico para quem faz da motocicleta um estilo de vida. Feito sob medida para motos acima de 500 cilindradas, o MAPFRE Duas Rodas oferece um amplo conjunto de vantagens e benefícios.

A proteção contra colisão, incêndio e roubo está garantida na cobertura básica do produto, além de cobertura para danos materiais, corporais e morais. Se o cliente preferir, poderá agregar mais proteção e tranquilidade contratando as coberturas adicionais, como a reposição de roupas de proteção (capacete,

## Motoristas de outros veículos:

- **Fique atento às motocicletas:** muitas vezes as motocicletas são difíceis de serem vistas. Preste atenção aos espelhos para ver o que está a sua volta.
- **Não se distraia:** desligue o telefone celular para dirigir, deixe de lado seu lanche, seu animal de estimação e seu MP3 player quando for dirigir. A maioria dos acidentes envolvendo motos e carros é causada por falta de atenção.
- **Dê espaço para as motocicletas:** não “cole” na motocicleta a sua frente e nem a “esprema” nas faixas. Motos são mais ágeis e mudam de direção com mais facilidade, além de pararem mais rapidamente.
- **Use as setas:** sinalize suas intenções. Isso também é uma exigência que está na lei.
- **Mantenha seu lixo no carro:** não arremesse objetos, como pontas de cigarro, papéis, entre outras coisas pela janela. No caso de caminhões e camionetes, transporte a carga apropriadamente para evitar que algo caia nas ruas e estradas e transforme-se em um obstáculo perigoso.



macacão e jaqueta) e a extensão de 180 dias para a reposição por um novo veículo em caso de sinistro (roubo, furto ou incêndio). Dentre as assistências do produto estão ainda a remoção inter-hospitalar, transporte ou hospedagem para passageiro, envio de combustível, serviços de despachantes, transporte para recuperação da moto, troca de pneu, etc.

A cobertura de responsabilidade civil (RC) pode ser contratada para danos materiais, corporais e morais a terceiros e o MAPFRE Duas Rodas proporciona ainda contratação do seguro para acidentes dos ocupantes para morte e invalidez permanente e assistência nos países do Mercosul. ■

# Empresas familiares: como lidar com a sucessão?

Sem dúvida alguma, o maior desafio de uma empresa familiar refere-se à substituição de uma geração por outra, momento em que se discute o envolvimento dos filhos dos fundadores com a empresa. Mas como executar este processo de uma forma segura, sem que a empresa acabe?



Diretor da Bernhoeft Consultoria,  
Renato Bernhoeft

Fotos: Igor Francisco/Keystone

**D**iante da abertura de novos mercados, da globalização e da crescente concorrência das multinacionais, esse tipo de empresa, de caráter familiar, pode se deparar com a necessidade de profissionalização de sua estrutura, o que abre o debate sobre o papel da família: deve ela participar da gestão do dia-a-dia da empresa ou deve limitar-se a seu papel de acionista?

De que meios dispõe a empresa familiar para crescer? Essas são algumas questões que ainda assombram a maioria das empresas que possui entre seus gestores os membros de uma mesma família.

De acordo com uma estatística feita pela FBCGI – Family Business Consulting Group International –, uma rede que reúne os especialistas em empresas familiares no mundo, cerca de 65% das empresas sob esta classificação tendem a desaparecer. É um dado assustador, já que, segundo a Business School São Paulo, cerca de 40% das empresas listadas na “Fortune 500” são controladas por famílias ou são de propriedade familiar e cerca de 65% a 80% das empresas no mundo são familiares, incluindo desde grandes conglomerados até pequenos negócios. Então, o que fazer para reverter esse caminho?

O diretor da Bernhoeft Consultoria, especializada em empresas familiares, Renato Bernhoeft explica que, antes de qualquer coisa, os fundadores dessas empresas devem se preparar de forma preventiva, ou seja, o fundador deve tratar do assunto da sucessão, em vida, com os herdeiros. “Depois que o patriarca morre, os herdeiros não são simplesmente irmãos, mas sim sócios que não se escolheram”, conta. A partir desse momento, os conflitos familiares podem se misturar com os assuntos profissionais, gerando o fim dos negócios. Grandes grupos empresariais oriundos de empresas

## Depois que o patriarca morre, os herdeiros não são simplesmente irmãos, mas sim sócios que não se escolheram

familiares, como Votorantim, Pão de Açúcar, TAM e Casas Bahia, já introduziram mudanças significativas em sua administração, tendo em vista o sucesso de seus negócios. De maneira geral, as grandes empresas começam por incorporar profissionais de várias atividades, modificando as relações de poder e a estrutura hierárquica. Outra medida muito recomendada por especialistas é afastar os integrantes da família, colocando-os em um conselho administrativo e substituindo-os por profissionais experientes no mercado. Para perpetuar suas atividades, as grandes organizações adotam planos estratégicos formulados com o apoio de consultores, admitem até a entrada de novos sócios, ou abrem seu capital lançando ações no mercado por intermédio das bolsas de valores.

Por outro lado, nas pequenas e médias empresas, as dificuldades mais freqüentes começam com as tentativas de integrar os membros da família nos diversos cargos da administração a fim de responder à pergunta: temos alguém na família preparado para assumir a função?

Ocorre que nem sempre estão à disposição pessoas com talento ou competência para assumir cargos que exijam conhecimentos especializados. Por exemplo, recursos humanos, logística, marketing, finanças, contabilidade, tecnologia da informação são áreas que requerem estudos e conhecimentos específicos. A conscientização de que há necessidade da contratação de um ou mais profissionais no mercado para suprir as deficiências da empresa pode se transformar em um problema de difícil solução. É compreensível a dificuldade dos parentes da segunda ou terceira geração em aceitar que pessoas de fora venham a desempenhar funções que eles poderiam suprir. Entretanto, a experiência tem demonstrado que somente um grupo unido sob um planejamento estratégico preparado com antecedência poderá tomar essas decisões sem atropelos. Afinal, eles podem ter alguém na família que, tendo tido experiências em outras empresas ou com vivência no mercado, esteja em condições de assumir a responsabilidade. Mas é raro que isso ocorra.

Uma dica muito importante é o empresário reduzir a dependência financeira da família no negócio. Além disso, o patriarca e fundador da empresa tem que entender que sua criação é maior que ele. Ele deve compartilhar a empresa com os herdeiros ainda em vida. “A mistura entre família e empresa gera sempre um grande dilema”, explica Bernhoeft. Segundo ele, o grande desafio no processo é classificar claramente a diferença entre empreendedor e empresário. “Empreendedor é aquele que constrói. Empresário é aquele que perpetua a obra. Parte deste desafio depende do compromisso da família em se tornar uma família empresária”.

A dificuldade pode ser maior caso não haja herdeiros para assumir a posição de comando da empresa. Neste caso, o fundador deve se preocupar ainda mais cedo com sua sucessão. “Nos casos em que não há herdeiro, o empresário vislumbra apenas duas hipóteses: ou fazer um parente mais distante herdeiro do negócio, ou vender a empresa ainda em vida”, conclui.

Fóruns, congressos e cursos ajudam na orientação de como proceder em situações de risco tanto para a empresa como para a família. A ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) possui um núcleo chamado Family Business, cujo objetivo é propiciar a membros de empresas familiares um espaço para transmitir e compartilhar idéias e experiências sobre o mercado, principalmente em relação à sucessão. ■



**Mais informações estão disponíveis no site:**

**[www.espm.br](http://www.espm.br)**

Clicando em Cursos > Educação Continuada > São Paulo > Núcleo Family Business.

Para entrar em contato com a Bernhoeft Consultoria, basta acessar

**[www.bernhoeft.com](http://www.bernhoeft.com)**

Neste site, há uma agenda repleta de cursos e workshops sobre o tema.

# ADVB premia **Fundação MAPFRE** pela quinta vez consecutiva

Foto: Paulo Pepe



Rafael Marinelli, André Fagundes, Fátima Lima e Dirceu Tiegs, recebem o prêmio em nome da Fundação MAPFRE

Fundação  
**MAPFRE**  
 BRASIL

Com o Programa Educação Viária é Vital, que completa quatro anos junto à rede estadual de ensino de São Paulo e um ano junto às redes de ensino de São Luís, no Maranhão, a Fundação MAPFRE Brasil recebe este consagrado prêmio.

**A** Fundação MAPFRE se consagrou, em 2007, pela quinta vez consecutiva, vencedora do importante prêmio Top Social, promovido pela ADVB – Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil. Concorrendo com outros 187 cases, a Fundação se destacou com outras 35 organizações graças ao Programa Educação Viária é Vital. No ano passado, o Programa Cine-Educação na Cinemateca foi o projeto vencedor na premiação.

O Programa Educação Viária é Vital é uma ação educativa contínua e permanente, implantada nas escolas através de projetos. Ele foi desenvolvido para o Ensino Fundamental e o Médio com o intuito de envolver os alunos em uma ampla pesquisa sobre as condições da circulação viária das comunidades próximas da escola, bem como levá-los a implementar ações que visem melhorias nessas condições, tornando a circulação mais segura e eficiente.

Seus resultados já são vistos na prática. Implantado no Estado de São Paulo com a parceria firmada junto à Secretaria de Estado de Educação, e em São Luís/MA, o Programa mobilizou

mais de 2,5 milhões de alunos e 5 mil escolas da rede estadual de ensino. Os projetos de educação no trânsito superaram as expectativas e trouxeram resultados palpáveis para a comunidade do entorno das escolas. “Implantações de semáforos, sinalização de trânsito e conscientização de motoristas e pedestres foram alguns dos objetivos alcançados com o programa”, comemora a superintendente da Fundação MAPFRE Brasil, Fátima Lima.

Preocupada em ressaltar o mérito dessas empresas, a ADVB criou o Instituto ADVB de Responsabilidade Social (IRES) e instituiu, em 1999, o Top Social, premiação que visa reconhecer organizações que tenham demonstrado visão quanto à importância do desenvolvimento social como fator fundamental de crescimento, de uma sociedade que deixa de buscar somente o lucro e também desempenha o papel de agente social. O Prêmio Top Social reconhece publicamente programas e ações que incorporam o conceito de Responsabilidade Social. Neste ano, ao lado da Fundação MAPFRE, foram contemplados com o prêmio a AES Eletropaulo, a Alston do Brasil, a General Motors, o Grupo Gerdau, a Fundação Itaú Cultural e a Nestlé, entre outras empresas. ■

# III Seminário Fundação MAPFRE Transporte de produtos perigosos



No dia 26 de junho, a Fundação MAPFRE Brasil, em parceria com a FIESP (Federação das Indústrias do Estado de São Paulo), a Secretaria Estadual do Meio Ambiente e o ITSEMAP do Brasil (Instituto de Serviços Tecnológicos da MAPFRE Seguros), realizou mais um Seminário sobre Gestão de Risco, Saúde e Meio Ambiente. Em sua terceira edição, a iniciativa, que visa fomentar um amplo fórum de discussão técnico-empresarial, abordou o tema Gerenciamento de Risco no Transporte de Produtos Perigosos.

**E**ste é um tema de extrema importância quando falamos do transporte de produtos perigosos dentro da cidade de São Paulo. Segundo dados da CET – Companhia de Engenharia de Tráfego, apenas na área do chamado “Centro Expandido”, circulam, diariamente, mais de 1,450 milhão de veículos por dia. Dentre esses veículos, os caminhões representam 3% do total. São mais de 11 mil viagens realizadas transportando produtos perigosos, por dia, na Capital. “São muitos veículos transportando cargas perigosas dentro do município. A cidade de São Paulo é ponto de passagem de muitos transportadores, principalmente quando o destino é o Porto de Santos ou outros Estados, como Rio de Janeiro e Curitiba”, explica o engenheiro da CET, Antônio Tadeu Prestes, que foi o primeiro palestrante do Seminário. Para se ter uma idéia da gravidade da situação, apenas no ano passado ocorreram 23 acidentes envolvendo o transporte desse tipo de produtos. Na maioria dos casos, a causa foi por falha operacional do motorista.

De acordo com os especialistas, uma das alternativas para redução de acidentes seria o investimento maciço em treinamento para os motoristas de caminhões. Este trabalho já vem sendo realizado por associações de classe ligadas à indústria química. De acordo com o representante da ABIQUIM – Associação Brasileira da Indústria Química, Rogério Zolin, a entidade já vem realizando um papel preventivo, atuando na aplicação de sistemas de avaliação de motoristas, treinamentos para planos de emergência em caso de acidentes, além de dar suporte aos industriais no sentido de melhorarem continuamente o gerenciamento do risco no transporte de seus produtos. “O nosso objetivo é chegar a zero acidentes”, enfatiza Zolin.

A lei que regulamenta o transporte de produtos perigosos dentro da cidade de São Paulo, prevê que, para circular com algum tipo de produto perigoso, o transportador necessita de uma autorização da Secretaria do Verde e do Meio Ambiente. Esta autorização é liberada apenas quando a empresa solicitante apresentar ao órgão planos de emergência no caso de algum acidente, além de se comprometer a manter uma equipe de apoio devidamente treinada, num raio máximo de 100 km da Capital. Mesmo com estas exigências para garantir a segurança tanto da população como da cidade, muitas empresas não se enquadram de acordo com a lei. Segundo um levantamento feito pela Secretaria, o número de empresas é muito alto em relação ao número de pedidos de autorização. “Não basta apenas agir punitivamente, mas devemos ouvir o setor para saber quais são as dificuldades para eles entrarem em conformidade com a lei”, comenta o representante da Secretaria do Verde e do Meio Ambiente do Estado de São Paulo, Sinezio Xavier de Paiva Filho.

Para encerrar o encontro, o diretor técnico do ITSEMAP da Espanha, Pedro Soria, apresentou uma solução inovadora implantada na Espanha: o Emergex. Trata-se de um sistema de gestão informatizada de emergências. Este programa, permite ao usuário implantar planos de emergência, gerenciando e facilitando a ação em uma situação real de emergência. O sistema auxilia também na criação de planos e instruções de atuação oportunas, com base nos critérios de decisão estabelecidos previamente pelo responsável pela segurança. “Em muitas ocasiões, a gestão global de emergências se vê afetada em situações como a informação descentralizada, a comunicação insuficiente, localização geográfica remota e a complexidade dos procedimentos de atuação. O sistema resolve todos esses problemas”, explicou Soria. ■



## MAPFRE está entre as 100 primeiras empresas do mundo com melhor reputação

MAPFRE está entre as 100 primeiras empresas do mundo com melhor reputação, de acordo com a classificação elaborada pelo Reputation Institute. O Grupo melhorou consideravelmente, passando do 188º lugar na última edição para o 85º lugar no exercício de 2007.

MAPFRE obteve um total de 74,29 pontos sobre 100, frente aos 67,73 pontos alcançados no ranking publicado no ano passado. Junto com a MAPFRE, outras três empresas espanholas (Mercadona, El Corte Inglés e Repsol YPF) também estão entre as 100 primeiras empresas com melhor reputação.

A Espanha perdeu terreno nessa classificação e reúne 200 empresas com melhor reputação,

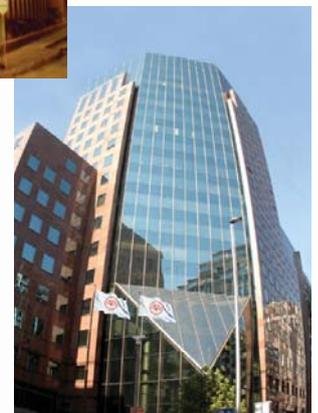
e a presença nacional foi reduzida a cinco empresas – MAPFRE, as três mencionadas anteriormente e Inditex – frente a 9 do ano anterior. Porém, todas as empresas que se mantiveram melhoraram sua pontuação.

O estudo do Reputation Institute está baseado em 9.500 entrevistas realizadas em 29 países dos cinco continentes. No relatório foram analisadas 600 empresas com o maior faturamento do mundo para medir a percepção que os cidadãos têm dessas empresas em seus países de origem em sete dimensões: produtos e serviço, resultados financeiros, liderança, inovação, governança corporativa, responsabilidade social e clima de trabalho na organização.

## Colômbia e Chile ganham novas sedes

A MAPFRE inaugurou em Bogotá, capital da Colômbia, um edifício inteligente, resultado de um investimento de 6,9 milhões de euros. Na cerimônia esteve presente o vice-presidente mundial da MAPFRE, Santiago Gayarre, que reafirmou a aposta da empresa no crescimento do setor de seguros no país.

No Chile, por sua vez, a nova sede fica em Santiago, local onde iniciou suas atividades há 20 anos. A filial chilena está imersa numa reorganização estratégica para aumentar sua participação nos mercados de seguros e assistência, com um plano de expansão que levará à marca de 150 sucursais nos próximos anos.





## MAPFRE Cattolica Auto ocupará quinto lugar de Auto na Itália

A aliança com a companhia italiana, que já dura alguns meses, se concretizará ainda mais no decorrer de 2007 e deve levar a MAPFRE a uma posição de destaque no ramo de Automóvel na Itália.

O relacionamento entre as duas companhias começou há mais de 20 anos e, em 2007, levou à criação da nova empresa, que começará a operar com um volume de negócios superior a 1 milhão de euros e uma rede de mais de 1.400 pontos-de-venda.



## MAPFRE vai adquirir 80% de seguradora turca

Foi celebrado contrato que prevê a aquisição de 80% da Genel Sigorta, seguradora do grupo turco Çukurova. A operação representa uma grande oportunidade num mercado promissor: um país de 71 milhões de habitantes onde a participação do setor no PIB (Produto Interno Bruto) é de apenas 1,6%, contra 8,6% da União Europeia.

## MAPFRE continua sua expansão na Espanha

Nos últimos meses a companhia tem fechado importantes acordos com cooperativas de crédito na Espanha. O primeiro deles foi firmado com a Caja Castilla La Mancha, para desenvolvimento e comercialização de planos de seguros de vida e planos de previdência. Outro acordo importante foi feito com o Bankinter e prevê a aquisição de 50% de suas ações pela MAPFRE Vida. O terceiro acordo, com a BBVA Seguros, tem por objetivo a atuação no ramo de Automóvel.

Para completar o momento de expansão, a MAPFRE Automóveis assumirá a carteira da Mutua Valenciana Automovilista, que integrará seus negócios.

## MAPFRE entre as favoritas para se trabalhar

Os universitários espanhóis voltaram a eleger a MAPFRE como uma das 50 melhores empresas para se trabalhar na Espanha. O ranking é resultado de uma pesquisa realizada pela Fundación Know How para el Desarrollo Directivo, que entrevistou 10 mil jovens formandos.

Ainda segundo o estudo, apenas 32% desejam um trabalho assalariado no sentido mais convencional, sendo que 65%, se contassem com financiamento adequado, abririam sua própria empresa. Entre as campeãs do ranking, além da MAPFRE, estão PricewaterhouseCoopers, El Corte Inglés e o Grupo Santander, entre outras.

Todos os benefícios estão sujeitos a alterações sem prévio aviso.





**CUIDAMOS DA SUA CASA,  
DA GELADEIRA, DO MICROONDAS,  
DA MÁQUINA DE LAVAR,  
DO FREEZER E ATÉ DA SUA CAIXINHA  
DE PRIMEIROS SOCORROS.**

**MAPFRE. A SEGURADORA DIFERENTE.**



Com o seguro **MAPFRE Residencial**, além de uma assistência completa aos seus eletrodomésticos, você ainda conta com descontos em medicamentos nas farmácias conveniadas. Para mais informações, procure seu corretor ou ligue 0800 775 1000.



# A MAPFRE AGRADECE AOS MAIS DE 10.000 CORRETORES E SEUS COLABORADORES QUE ESTIVERAM PRESENTES NOS EVENTOS ESPECIALIDADES MAPFRE.

QUER SABER MAIS? PROCURE NOSSA SUCURSAL MAIS PRÓXIMA.

