

**GLOBAL INSURANCE
& RISK CONSULTANTS**

MDS

**JACQUES GOLDENBERG:
DO EGITO AO BRASIL, UM PERCURSO
TRAÇADO PELA PAIXÃO**

**ENRIQUE SCHOCH: UM MARINHEIRO
NO MUNDO DOS SEGUROS**

**O PODER DA VONTADE: DESCUBRA
A NOVA MARCA MDS**

MDS NEWS



Jacques Goldenberg

**Do Egito ao Brasil, um percurso
traçado pela paixão**

São já mais de cinco as décadas que o separam da viagem que o afastou do Egito, mas **Jacques Goldenberg** descreve com minúcia um passado que parece distante, mas que se mantém bem presente na sua memória. “Acho interessante contar um pouco da nossa vida, das experiências, das emoções que passamos. Assim pelo menos voltamos a viajar”, confessa. Talvez por isso mesmo, pela vontade de manter presente as suas origens, o seu último companheiro de cabeceira tenha sido o livro “Nasser, a águia do Egito”¹. Com um percurso profissional ímpar, Jacques Goldenberg é atualmente Diretor Internacional e de Riscos Empresariais da MDS Brasil e mais do que um profissional, é hoje um modelo e uma inspiração para muitos.

A queda da monarquia em 1952 e a eleição de Gamal Abdel Nasser como presidente ditaria um novo rumo para o Egito e também para Jacques Goldenberg, que com apenas 12 anos, se viu forçado a deixar o Cairo na sequência do processo de nacionalização da companhia do Canal do Suez, até então propriedade da Inglaterra. “Para algumas nacionalidades foram concedidas 24 horas para abandonar o país”, recorda. “No caso dos judeus não havia propriamente um prazo, mas o meu pai ficou preocupado com a situação” e acabaria por rumar a Israel, de onde era natural. A estadia viria a ser no entanto bastante curta e em 1958 a família de Jacques juntar-se-ia aos restantes familiares que se encontravam no Brasil.

No ADN trazia já o “bichinho” dos seguros, uma herança do pai, também ele profissional do setor e, embora a medicina fosse o seu sonho, acabou por se licenciar em Administração de Empresas pela Pontifícia Universidade Católica (PUC). “Sempre quis ser médico mas quando o meu filho Dov decidiu seguir medicina, pensei, o meu sonho está de uma certa forma a concretizar-se”, explica. “Não me arrependo do caminho que segui, só tive resultados ótimos”.

O início da carreira

Iniciou a sua carreira na área dos seguros como *office boy*, com apenas 17 anos. Dois anos mais tarde assumia já a função de gerente de seguros nas áreas de Automóvel, Acidentes de Trabalho, Vida, Patrimonial. O seu percurso profissional ficaria indiscutivelmente marcado pela influência do pai, durante muitos anos responsável pela gestão da carteira de seguros da Mercedes-Benz, no seio da própria empresa. Nessa altura Jacques chegava a ir com o pai 3 a 5 vezes por semana para a Mercedes, num período de aprendizagem que considera ter sido bastante importante e que lhe permitiu adquirir um vasto *know-how* no setor automóvel.

Jacques recorda a realidade do setor segurador, na altura monopólio do Estado: “quando comecei, no Brasil a área dos seguros era uma coisa muito quadrada. Existia uma tarifa e era aquilo que se chama de *bíblia*”. Depois, dependendo das características do risco, através de um processo específico, poder-se-ia solicitar um tratamento diferente. “O meu pai dizia: *está aqui a tarifa de incêndio e você vai ler do início ao fim*. Era algo sem graça, mas aprendi assim, lendo as tarifas, lendo os clausulados de todas as apólices. Foi desta aprendizagem que nasceu o hábito, ainda hoje, de efetuar uma constante auditoria a tudo”, explica Jacques.

O pai acabaria por criar a sua própria corretora, a Integridade, sem nunca ter perdido no entanto a ligação à Mercedes-Benz, na qual continuou por 23 anos, período em que manteve uma corretora cativa em sociedade com a marca alemã.

¹ N.T.: Título Original: Sinoué Gilbert - Nasser, l'aigle égyptien

Com a criação da Integridade conseguiram alcançar alguns clientes no Egito e conquistar contas importantes no Brasil, como o Banco Bozano Simonsen, a Embraer ou a Anglo American.

A paixão pelos seguros e pela vida

Apesar de apaixonado confesso pelos seguros, para além do curso de Administração de Empresas, fez alguns cursos paralelos, entre eles, Técnico de Laboratório, Eletrotécnica e Análise Transaccional. Fê-lo por divertimento, para enriquecimento cultural, para ter uma visão diferente daquela que a licenciatura e a própria experiência de vida lhe deram e dão.

“Gosto muito da área de seguros ao ponto de tomar café, almoço e janta de seguros”, graceja. “Seguros é uma das poucas atividades que faz com que você não se canse, não ache a vida monótona. Porque são situações que não se renovam. Existem sempre coisas novas. É preciso usar a imaginação e a criatividade”.

A par do percurso profissional viu também crescer a família. Teve quatro filhos – Denys, Dov, Cyntia e Ariel – e 6 netos. Não escondendo o carinho por todos eles, não hesita em dizer que uma das suas fontes de energia e inspiração é Denys, aquele que seguiu as pisadas do pai no mundo dos seguros e que quis o destino que seguisse uma “outra missão, num outro mundo”.

Tendo sempre acompanhado a evolução do setor no Brasil e a nível global, rapidamente se apercebeu do movimento de consolidação entre os corretores e, não tendo a possibilidade de adquirir uma outra corretora, mas tendo consciência da solidez da Integridade, encetou negociações e em Agosto de 2004 junta-se à Lazam-MDS (corretora de seguros resultante da *joint venture* entre o grupo Sonae e o grupo Suzano).

Quando iniciou o seu percurso na Lazam-MDS era suposto ficar o tempo suficiente para assegurar a transição da carteira. Juntamente com 7 outros colaboradores, o filho Denys acompanhou-o neste percurso tendo assumido a função de Diretor Comercial. Infelizmente Denys não pode terminar o seu percurso e Jacques decidiu continuar o sonho do filho.

Um encontro decisivo

É por ocasião da aquisição da Integridade pela Lazam-MDS que Jacques vem a conhecer o CEO da MDS, José Manuel Fonseca. Nos primeiros tempos trabalham em conjunto, e cria-se uma grande empatia entre ambos – talvez, pensa Jacques, pelo facto de ambos terem um passado de seguros em comum. Jacques reconhece em José Manuel Fonseca uma grande visão de futuro e o facto de conseguir transmitir essa vontade de planear a médio/longo prazo – sem esquecer, todavia, o presente.

É nesse período que nasce a Brokerslink, e rapidamente se constata que a rede à qual a Lazam pertencia anteriormente – Uniba – nada tinha a ver com o perfil da

MDS, pois tratava-se de uma rede de pequenos corretores. Ao invés, a Brokerslink era uma associação de *brokers* maiores e tinha outra ambição – começou como uma rede e transformou-se em algo maior”. O José Manuel foi pai e mãe da Brokerslink” diz Jacques, sorrindo.

Para Jacques, José Manuel tem uma faceta muito humana, a par da sua visão objetiva de negócio e de uma grande exigência. Reconhece-o como um homem de cultura – conhece história, geografia, música, o mercado de seguros e resseguros, e é respeitado em todos os continentes.

E, a propósito, Jacques conta-nos uma história: “Num passeio de barco em Nova Iorque, falando com o José Manuel de algumas personalidades políticas, ele disse-me que tinha lido dois livros fantásticos – um sobre Golda Meir e outro sobre Nasser, e aconselhou-mos. Li ambos com muita atenção, até porque, tendo nascido no Egipto com origem judaica ambos me interessavam. E por incrível que pareça, tocou-me mais a história de Nasser que a de Golda Meir – algo que só foi possível graças ao conselho do José Manuel, sem o qual nunca teria comprado esses livros!”. E conclui: “a nossa é uma amizade muito bonita”.

A relação com a MDS

“Estou na MDS há 11 anos e espero ficar aqui ainda alguns anos. Eu gosto de trabalhar, sempre gostei. Até hoje não levo um *Não* para casa. Tento que o *Não* seja um *Talvez* e, quando possível, se torne um *Sim*”, refere Jacques.

É com orgulho que fala do percurso da MDS, do crescente reconhecimento do mercado como “corretora técnica, ética, dedicada aos seus clientes. A MDS de hoje é fruto do trabalho de pessoas que já estiveram, que ainda estão, da filosofia, e particularmente, do facto de existir uma orientação que vem da matriz – os grupos Sonae e Suzano”. Estes dois grupos fornecem “raízes muito profundas, com fortes valores associados – seriedade, pujança, solidez”. Mas acrescenta: “a imagem da empresa era muito respeitada no mercado, mas José Manuel queria uma imagem mais ousada. E o facto é que hoje estamos no topo do ranking de corretores no Brasil. José Manuel encontrou no Hélio Novaes (CEO MDS Brasil) a pessoa que tornou possível realizar a sua visão para a empresa, que continua a ser respeitada, mas também, muitas vezes, temida pelos seus concorrentes”. Jacques recorda ainda um momento muito especial para si: “Foi no aniversário dos 30 anos da MDS. Fui convidado para vir à celebração no Porto. A dada altura, qual é a minha surpresa quando José Manuel Fonseca me chama ao palco para receber um prémio, como agradecimento pela minha colaboração de 10 anos com o grupo. Este gesto tocou-me muito, vindo do profissional, mas também do amigo”.



Jacques Goldenberg discursa após receber um prêmio das mãos de José Manuel Fonseca no 30º aniversário da MDS.

O papel do broker no futuro e a Brokerslink

“A visão do *broker* vendedor vai, pouco a pouco, ser substituída pelo *broker* consultor, aquele que orienta o cliente, as empresas sobre o melhor caminho, a melhor alternativa, a melhor forma de gerenciar todos os riscos que possam colocar o negócio em risco”, explica. “O corretor tem de aprender a ser menos vendedor, tem de ser um consultor e oferecer ao cliente instrumentos e ferramentas que facilitem as tarefas e tenham sempre uma visão geral, a qualquer momento – *online*”.

Referindo-se à Brokerslink, reconhece que tem desempenhado um papel importante para a MDS no Brasil. “A partir de uma ideia, constituiu-se uma organização mundial respeitada, reconhecida, com bases sólidas de crescimento. A ideia é que faz a força dela”.

Uma energia inesgotável

Incansável, dentro e fora do escritório, os seus *hobbies* são a leitura, a música e o ginásio. Todos os dias de manhã, bem cedo vai para o ginásio, “é muito importante para mim, sinto-me bem. É mais do que um hobby, faz parte da minha vida. É a minha cocaína”.

E afirma com satisfação: “eu não fico velho, quem está ficando velho são os meus filhos. Eu parei no tempo. Nesta idade estou ótimo, vou continuar nela! Com ela tenho a experiência de vida, a sabedoria que os jovens têm de conquistar com o tempo”. E deixa-nos um aviso: “É habitual as pessoas reformarem-se a partir de uma certa idade, mas eu não tenho planos para tal. Gosto tanto do que faço e da empresa onde trabalho, que enquanto estiver bem e de saúde, estarei por cá!”.

Detentor de um sentido de humor apurado afirma que “o mercado de seguros tem uma relação direta com a culinária. Sempre que você apresenta um negócio com um risco diferente, algumas pessoas falam que não temos apetite por esse tipo de risco!”. E partilha connosco o seu lema de vida: “Eu vivo o momento que é a equação entre ontem, hoje e amanhã. Hoje é o sonho de ontem, hoje sonho o amanhã”. •



Enrique Schoch

Um marinheiro no mundo dos seguros

Em final de 2015 **Enrique Schoch** assumiu o cargo de CEO da *joint venture* entre a Filhet-Allard e a MDS. Em conversa com a **FULLCOVER** falou-nos dos seus 25 anos de experiência no mercado segurador, dos planos para o futuro e da sua visão para o sucesso.

Enrique Schoch sempre gostou do mar e foi por isso que iniciou a sua carreira na Marinha Mercante.

Este amor só poderia vir do seu lado português. “Sou bisneto de um almirante da Armada Portuguesa”, diz com orgulho. Parece até quase natural que a sua escolha profissional tenha sido a vida de marinheiro. Esteve na Marinha Mercante durante oito anos até que o destino lhe trocou as voltas. Com a queda do muro de Berlim e a desagregação da União Soviética, o mercado da navegação comercial fica saturado com a chegada de um sem número de marinheiros dos países de Leste – da Polónia, da Rússia, etc. E, de repente, Enrique percebeu que estava na hora de mudar de rumo/profissão.

Felizmente, a sua formação académica tinha-o preparado bem. Para além de todos os temas relacionados com a navegação, estudara muitos temas legais, de seguros, de economia marítima, entre outros, que lhe permitiram encontrar um novo rumo.

O início no mundo dos seguros

É aqui que a sua vida se cruza com o mundo dos seguros. Quis um feliz acaso que, nessa altura, as companhias de seguros em Espanha procurassem pessoal para alguns dos ramos que estavam em desenvolvimento: além do Ramo Vida, o Ramo de Transportes e, neste em particular, o seguro marítimo.

Uma dessas companhias, a Sun Alliance, procurava um responsável para o departamento de Transportes. E, a 1 de outubro de 1991, Enrique acaba por ser o escolhido para ocupar esta posição, ainda sem saber “realmente” de seguros: “Eu sabia de barcos, de transportes, de negócios de mercadorias – porque tinha navegado por todo o mundo. Mas de seguros, não”.

É nesse momento que surge na sua vida uma figura que se tornará determinante, o diretor do departamento de Transportes da Sun Alliance (hoje já reformado): “Tive um grande padrinho, que me ensinou tudo o que sei de seguros e ensinou-me à moda antiga”. Enrique recorda com carinho o tempo que passou com este verdadeiro mentor, que ao longo de vários anos, todas as tardes, lhe respondia a todas as questões que formulava, enquanto ia estudando entusiasticamente as cláusulas das apólices: “Foi uma época verdadeiramente maravilhosa”.

Até a assinatura num guardanapo era suficiente para fechar um negócio: “São 500 milhões, aqui está a minha assinatura e já está”. Foi este conceito algo “romântico” de subscrever que o apaixonou.

No mundo dos seguros e na amplitude de possibilidades que os seguros oferecem, Enrique reconhece a grandiosidade do mar: “No final, seguramos tudo”. É possível segurar tudo, desde uma multinacional, uma petrolífera até ao negócio da esquina. E as potencialidades são infinitas.

Recorda uma história que o marcou profissionalmente no seu tempo na Sun Alliance – o “pior 31 de dezembro que vivi durante muitos anos” – quando assumiu o

risco de uma exposição (à época com um valor aproximado de 5 milhões de dólares) desconhecendo que não havia cobertura de resseguro para o ano seguinte. O seu diretor, a pessoa que o tinha formado, manteve a calma, disse-lhe que ele se equivocara mas que o risco tinha de ser assumido. “Foi aí que entendi realmente o que era um subscritor e que me tornei um”.

Na Sun Alliance, tornou-se diretor de Transportes e, mais tarde, assumiu a direção de *brokers* e de negócio industrial pela sua “capacidade para falar com os grandes *brokers* do mercado”. Quando se dá a fusão com a Royal que cria a Royal Sun Alliance, assume a gestão do negócio industrial da companhia.

Em 2001, quando a Liberty compra a Royal Sun Alliance em Espanha, abraça um novo desafio na sua vida. Era sabido no mercado que a companhia pretendia abandonar o negócio industrial. Na época, Enrique dedicava já grande parte do seu tempo ao mercado dos *brokers* e quando surge o convite da EOS para assumir o cargo de Diretor Geral resolve aceitar: “Toda a gente me dizia que eu estava do lado errado da mesa, que era mais *broker* do que segurador, e tanto me disseram, que acabei por acreditar”. Pouco tempo depois será nomeado CEO e durante 14 anos, até 2015, fica a gerir a EOS RISK em Espanha.

Um desafio irrecusável

Em 2015, Enrique Schoch é desafiado para um projeto inovador, a *joint venture* em Espanha de dois *brokers* europeus de primeiro nível, a Filhet-Allard e a MDS. “A união de uma empresa familiar de muitas gerações e com larga experiência no setor segurador na Europa e de uma empresa com a pujança, o tamanho, a grandiosidade e o volume de negócio como a MDS foi um desafio a que não consegui resistir”.

Enquanto CEO desta *joint venture* Enrique entende que a empresa reúne todas as condições para ser bem-sucedida: “O mercado a que nos dirigimos é um mercado fundamentalmente de empresas e este mercado necessita de mais *brokers* que atuem de uma forma profissional e sejam capazes de prestar um serviço especializado aos seus Clientes. Há, de facto, um espaço interessante a ocupar no mercado espanhol de seguros – irá haver uma diminuição do número de atores e um aumento da dimensão destes. E logicamente este movimento de unificação só pode ser levado a cabo pelas empresas líderes e pertencentes a grupos fortes, como é o nosso caso. Temos a experiência, *know-how*, profissionalismo e dimensão global e desenvolvemos soluções personalizadas à medida das necessidades dos nossos clientes, quer a nível local quer internacional”.

O futuro do setor segurador

Num momento em que a economia espanhola se encontra finalmente em recuperação e Madrid está a tornar-se um centro de seguro e resseguro internacional para o mercado da América Latina, Enrique Schoch identifica três grandes desafios para o setor segurador espanhol.

O primeiro é o impacto do Solvência II no mercado segurador. Não pondo em causa a segurança que o novo regime traz, a verdade é que levanta a questão premente da capacidade das companhias de seguros resistirem às novas imposições e de se manterem em atuação. “Quantos serão, de facto, os *players* que se manterão no mercado dentro de cinco anos?”

O segundo é questão da dimensão (escala) e da internacionalização. Para Enrique, apenas duas empresas no mercado espanhol corporizam estes princípios. Uma delas é a MAPFRE, que é uma empresa verdadeiramente impressionante e de âmbito internacional. A outra, ainda que num setor muito concreto – o do crédito e caução –, é a Atradius. As restantes não têm capacidade para uma aventura global, atuando esporadicamente, numa ou noutra operação.

Por fim, uma temática de âmbito mais interno, a da eficiência operacional. Num momento em que a preocupação comum ao mercado das companhias de seguros é a captação de cliente, é premente assegurar que todos estão alinhados do ponto de vista de assegurar um serviço de elevada qualidade ao cliente.

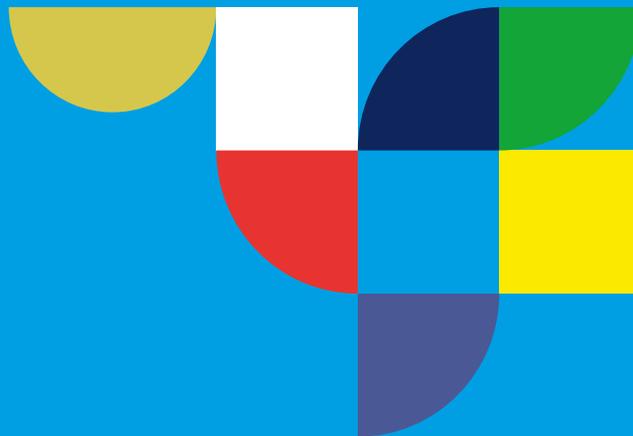
O lado pessoal

Nos tempos livres Enrique gosta de praticar desporto. Atualmente dedica-se ao padel, uma modalidade em crescimento nos últimos anos. Os comboios em miniatura e a fotografia, são velhas paixões, agora relegadas para segundo plano.

Quando lhe perguntamos se tem um lema de vida, sorri e confessa-nos: “O meu lema de vida – fazer os outros felizes – mudou”. Com o tempo, Enrique percebeu que a vida é longa e por vezes dura, com muitos obstáculos pela frente. E ainda que continue a ser fundamental fazer os outros felizes, é necessário que também nós sejamos felizes: “também eu tenho de ser feliz”. •

MDS
Group

Global
Insurance & Risk
Consultants



O poder da vontade:

Descubra a nova marca da MDS

E tudo começou com a vontade

A MDS tem percorrido um longo caminho, desde que começou a sua atividade como uma pequena corretora portuguesa de seguros, em 1984. Naquela época, o que lhe faltava em clientes, sobrava em força de vontade.

Graças a uma combinação de autoconfiança, eficiência e perseverança, esta consultora em seguros e risco foi, pouco a pouco, criando uma rede global de clientes e parceiros,

que não tem parado de se expandir. Foi este poder da vontade que a levou a investir em conhecimento e inovação, e lhe permitiu construir uma equipa multi-especializada, muito experiente. Dessa forma, conseguiu concretizar uma ambição de longa data: estar sempre com os seus clientes, independentemente da geografia, dos planos e dos riscos. Este ‘upgrade’ em escala alterou profundamente a empresa, mas a sua ambição e os seus valores de base permaneceram inalterados.

O posicionamento da MDS passou a ser o de empresa multi-especializada, a operar com equipas experientes em todas as áreas de negócio – gestão de risco, consultoria de risco, ‘wholesale’, ‘captive management’, resseguro, etc.

Em 2004, a MDS fundou a Brokerslink, uma rede internacional pioneira de corretores independentes. Em 2009, lançou a FULLCOVER, a revista que se encontra nas suas mãos e que tem como missão partilhar o

“ Only those who will risk going too far can possibly find out how far can one go”

T.S. Eliot, 1931

A marca anterior, criada em 2008, já não refletia a dimensão global do Grupo MDS

m&s

CONSULTORES DE SEGUROS E RISCO

conhecimento e a experiência de algumas das mentes mais brilhantes do mercado, para que a comunidade de seguros, como um todo, possa beneficiar da partilha de ideias, tendências e melhores práticas.

Progressivamente, a MDS transformou-se num 'player' global e a sua marca precisou, naturalmente, de passar a refletir essa dimensão internacional e dotar a empresa de outro poder de comunicação.

Uma vontade que deixa marca

A principal força por trás da nova marca da MDS é o "poder da vontade". A nova identidade reforça a ideia, tanto visual como verbalmente, que o segredo para o sucesso da empresa reside na sua força de vontade.

A nova assinatura de marca - "We will be there" - exprime um compromisso da MDS para com os seus clientes e parceiros. Mas, acima de tudo, vem dotar a empresa de uma nova voz positiva, focada e ativa, que reflete a expansão crescente da MDS. Visualmente, o "poder da vontade" é traduzido por duas simples

formas dinâmicas: um quadrado e um semicírculo. O quadrado representa a força de vontade, um valor fundamental aperfeiçoado pela experiência e know-how.

O semicírculo representa a confiança e a visão da empresa, assinalando tanto a sua capacidade de estabelecer metas para o futuro, como a convicção de que as irá alcançar. A interação entre estas duas formas permite criar aquilo a que chamamos de 'momentum': um movimento contínuo impulsionado pela força de vontade, capaz de gerar novos cenários - algo que faz parte do dia-a-dia da atividade de consultoria em seguros e risco.

Perceber para evoluir

A nova marca da MDS foi projetada para revelar a sua força interior, fornecendo

as ferramentas de identidade de que a empresa precisa para poder continuar o seu percurso internacional de sucesso.

Com ela, compreendemos que a evolução de uma corretora de seguros não depende apenas do seu negócio. É imperativo olhar para dentro, perceber o que a empresa é, perceber o que quer ser, e ter a força de vontade para o alcançar.

**We
will be
there.**

A marca precisava de refletir a dimensão global da empresa

O semicírculo representa confiança e visão

A nova marca foi projetada para revelar a força interior da MDS

O quadrado representa o poder da vontade

