

## Balanço de 2007

A FHE e a POUPEX têm motivos para comemorar, pois em 2007 conseguiram atender muitos clientes em suas necessidades.

Foram 4.505 financiamentos imobiliários concedidos, sendo 2.657 para militares, nas modalidades: aquisição de imóvel residencial ou comercial, novo ou usado; construção de imóvel residencial; aquisição de terreno e de material de construção.

O Consórcio Nacional POUPEX, outra opção para a compra da casa própria, fechou 2007 com chave de ouro. Foram 3.933 novas cotas, entre imóvel, carro, moto, eletroeletrônico e turismo, e 1.296 consorciados contemplados que realizaram projetos de vida.

No Empréstimo Simples, 130.672 clientes contaram com recursos extras para suas demandas pessoais; 1.056 militares compraram suas fardas com o Empréstimo Fardamento.

O Seguro Auto FHE proporcionou tranquilidade a 10.229 clientes, segurando veículos, passageiros e terceiros, em casos de incêndio, roubo e colisão.

O Fundo de Apoio à Moradia – FAM possuía, em 31 de dezembro de 2007, 236.240 participantes, que dispõem da mais completa cobertura e a melhor relação prêmio X capital segurado.

O Seguro Decessos – assistência funeral – contava, até o final do ano passado, com 210.129 segurados. Esses beneficiários têm total apoio em caso de falecimento do ente querido segurado.

Estamos na era digital e, para acompanhar o mundo tecnológico, 1.440 clientes adquiriram equipamentos e acessórios de informática com o Micro Fácil FAM.

Esses números comprovam o cumprimento de nossa missão: “promover melhor qualidade de vida aos clientes, mediante acesso à moradia e aos seus produtos e serviços.”

## Juro menor

A POUPEX decidiu reduzir para 8,5% a.a. a taxa de juros da linha de financiamento imobiliário, Plano Especial, destinada aos militares até o posto de capitão ou correspondente, para imóveis até R\$ 150 mil. Esta medida visa facilitar, ainda mais, a compra da casa própria, objetivo principal da Empresa.

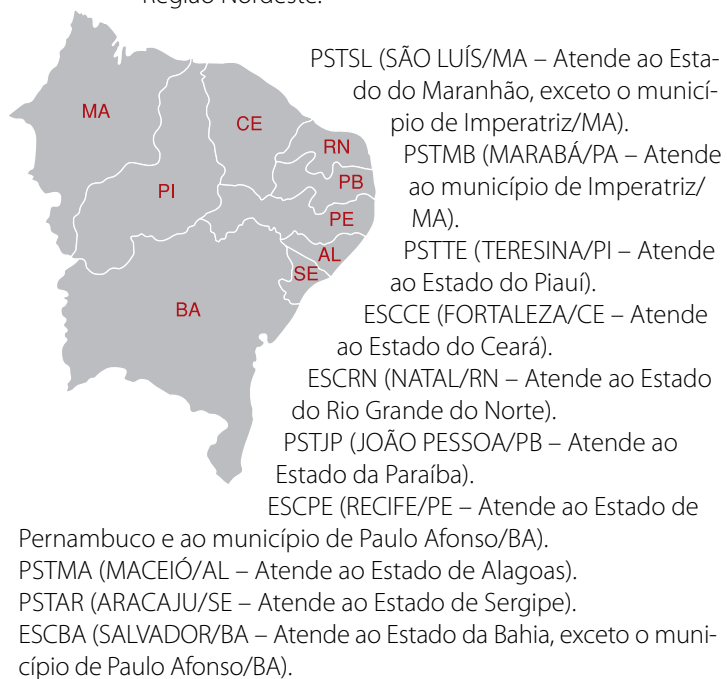
## Atualização de endereço

É fundamental que todos os clientes da FHE e da POUPEX atualizem seus respectivos endereços e telefones quando de eventual mudança. Aqueles que não adotam esse procedimento deixam de receber todas as correspondências emitidas por nossas Empresas, inclusive o Conquista.

Estamos em campanha! Por isso, converse com seus colegas sobre o assunto para que todos os militares, clientes da FHE e da POUPEX, estejam, sempre, bem informados.

## Crescimento planejado

Dando continuidade à divulgação dos pontos de atendimento da FHE, nesta edição estão contemplados os Escritórios e Postos da Região Nordeste.



Consulte a relação completa de endereços, os respectivos telefones e horários de atendimento nos sites [fhe.org.br](http://fhe.org.br) ou [poupex.com.br](http://poupex.com.br).

## Empregados solidários

Amar o próximo é um dos principais mandamentos de Cristo. A FHE e a POUPEX, por meio dos empregados, promovem, anualmente, a Gincana do Amor e da Solidariedade, que tem como objetivo arrecadar alimentos não-perecíveis, produtos de limpeza e de higiene pessoal, além de roupas e brinquedos para doação a creches, orfanatos, asilos e outras entidades filantrópicas indicadas pelos próprios funcionários.

Em 2007, realizamos a sétima edição da gincana com êxito total, não só pelos 35 mil itens arrecadados e repassados a 66 instituições, mas, principalmente, pela mobilização dos empregados, que, a cada ano que passa, fica maior. Para angariar recursos visando à compra de mantimentos, as várias Unidades promoveram eventos, como bazar, feira de artesanato, festa temática, festival de tortas, cachorro quente, sorvete, pizza, crepe e sorteios diversos. Foi muito gratificante ver o envolvimento de todos, que não pouparam esforços e criatividade para melhorar o final de ano de muita gente. Em 2007, amor e solidariedade foram abundantemente distribuídos na FHE e na POUPEX!

## OPINIÃO DO ESPECIALISTA

POR CLÁUDIO SHIMOYAMA  
 Texto baseado em artigo publicado na Revista FAE Business nº 8 – maio/2004, de autoria de Cláudio Shimoyama, economista, mestre em Engenharia de Produção pela UFSC e professor da FAE Business School.

## A Importância da Pesquisa de Marketing para as Empresas

Novas empresas surgem a cada instante para disputar os consumidores e, entre elas, há muitas que são criadas por pessoas que se arriscam, muitas vezes despreparadas, a abrir suas próprias empresas com o intuito de ganhar dinheiro e fazer sucesso. Nisso reside o fato de muitos desses empreendedores não serem bem-sucedidos, pois há uma grande diferença entre aqueles que têm grandes idéias e aqueles com talento para extrair lucro delas. O Programa Brasil Empreendedor: orientação para o crédito, realizado em 2000 pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), aponta dez razões para o sucesso empresarial: perseverança/persistência; boa administração; dedicação do empresário; boa estratégia de vendas; capital próprio; experiência no ramo; mercado favorável; reinvestir na empresa; qualidade do produto; única fonte de renda. Além dessas características necessárias aos empreendedores que buscam sucesso, destacam-se: estabelecimento de metas; “correr” riscos calculados; busca de informações mercadológicas; planejamento e monitoramento sistemático; exigência de qualidade e eficiência; comprometimento; entre outras.

### Monitorar o ambiente

Todos os fatores fundamentais para a garantia do sucesso estão na dependência de informações sobre o ambiente, em especial dados sobre consumidores e concorrentes. Disso, surge a necessidade da pesquisa de mercado, uma das principais ferramentas estratégicas de *marketing* de uma empresa, principalmente para as micro e pequenas. A pesquisa visa reunir uma amplitude de dados qualitativos e quantitativos que pode subsidiar decisões mercadológicas, diminuindo o risco e potencializando os impactos positivos na organização. Em muitas empresas é comum observar que elas elaboram o planejamento estratégico sem, contudo, conhecer o perfil do seu cliente e as suas necessidades, desejos e expectativas.

### Mais chinelos

Um exemplo de empresa bem-sucedida, cuja estratégia utiliza pesquisas para monitorar o ambiente, é a paranaense RICSSEN, que comercializa pantufas, chinelos, mochilas e artigos para armarinhos e, atualmente, é líder no mercado brasileiro. Em novembro de 1999, a RICSSEN realizou a primeira pesquisa. Na época, estava um pouco receosa pelo recurso financeiro que estava empregando em pesquisa, ou seja, tinha dúvidas quanto ao retorno que esse investimento iria trazer para a empresa. A pesquisa tinha como objetivo avaliar a imagem e o posicionamento da RICSSEN junto ao canal de distribuição, bem como os serviços e os produtos (pantufas e chinelos). O estudo abrangeu amostra de 180

entrevistas junto a clientes localizados em São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul.

A pesquisa revelou ao empresário Jose Carlos Senden (*in memoriam*) que a maioria dos clientes estava satisfeita com a qualidade dos serviços prestados, apresentando grau de satisfação de 78%, mas existia uma oportunidade de melhoria, principalmente no Estado do Paraná, em relação à comercialização dos chinelos. Apenas pouco mais da metade (52%) dos entrevistados mostrava-se satisfeita com a comercialização de chinelos. A outra parte não comercializava o produto (oportunidade) porque não lhes era oferecido, embora tivessem interesse, justificado em boa parte pelo fato de que a venda de chinelos é realizada durante todo o ano (oportunidade).

Baseada nas informações da pesquisa, a empresa elaborou planejamento mercadológico e obteve sucesso nas vendas no ano seguinte (2000). A partir desse momento, o empresário passou a utilizar a pesquisa em todas as ações estratégicas. Realizou pesquisa de satisfação junto aos clientes intermediários, pesquisa para lançamento de novos produtos e pesquisa junto aos representantes. A RICSSEN soube usar a pesquisa de *marketing* no momento certo, obtendo sucesso em suas ações. Ela cresceu rapidamente, havendo a necessidade de buscar espaço maior para acompanhar o crescimento.

### Antecipar o futuro

A competitividade acirrada leva as empresas a buscar, cada vez mais, soluções rápidas. Para isso, elas, principalmente as micro e pequenas, precisam de informações sobre o ambiente no qual estão inseridas, em especial sobre clientes e concorrentes. Também necessitam determinar como os mercados-alvo respondem a um composto de *marketing* atual e como reagiriam às mudanças, além de saber como os concorrentes estão se saindo e prever o que eles planejam fazer no futuro.

Segundo pesquisa do Instituto Datacenso, as empresas que utilizaram a pesquisa como instrumento para monitorar o ambiente afirmam que ela trouxe resultado/benefício para as próprias empresas. “A pesquisa apresenta sempre qual o passo a ser dado pela empresa. Mostra situações que nós, na empresa, acabamos não vendo e que assim possibilitam novas ações.”

Joyce Adriane Nardin – O Boticário.

# conQuista

Informativo da FHE e da POUPEX  
 Encartado no Noticiário do Exército

Ano X – nº 127 :: JANEIRO/2008



## Onde você quer morar?

É isso que a FHE e a POUPEX querem saber. Para conhecer a sua resposta, nossas Empresas estão realizando Pesquisa de Demanda de Moradia. Conheça, nesta edição, os detalhes sobre essa iniciativa da Diretoria de Habitação.

## More no que é seu!

A FHE e a POUPEX foram criadas com a missão principal de facilitar o acesso à casa própria aos militares.

Para isso, desde a criação, em 1981, não medem esforços para cumprir esse objetivo.

Em 2008, conforme anunciado no Conquista de dezembro de 2007, será iniciada a construção de empreendimento no Rio de Janeiro/RJ e outro em Águas Claras/DF. Pelo Programa Especial de Moradia - PEM, será dada continuidade aos projetos para construção do empreendimento Realengo III, no Rio de Janeiro/RJ. Além disso, estudos estão sendo feitos para verificar a viabilidade da edificação de outro, em Formosa/GO.



**Cel Antônio Gonçalves**  
Gerente de Engenharia

Encontra-se em construção e em fase de comercialização o Condomínio Villa POUPEX I, em Manaus/AM, e o Conjunto Habitacional Jardim Anahy, em Campo Grande/MS.

Todas essas iniciativas visam possibilitar ao militar a compra de imóvel próprio.

Para conhecer melhor os anseios e aspirações do público-alvo preferencial no tocante à demanda de moradia, a FHE e a POUPEX estão promovendo, desde novembro último, pesquisa que visa identificar as cidades onde os militares têm intenção de adquirir a casa própria. A matéria de capa trata, em detalhes, desse assunto.

Para o sucesso dessa iniciativa, precisamos que você, ao ser contatado/abordado por um de nossos empregados, responda à pesquisa. Assim, fica aqui o nosso pedido para que isso aconteça. Desejamos, em breve, vê-lo morando no que é seu. A FHE e a POUPEX querem participar desse sonho!

## MATÉRIA DE CAPA

# A casa própria ao seu alcance

A Fundação Habitacional do Exército - FHE quer saber onde seus clientes desejam adquirir um imóvel! Para isso, está sendo promovida, desde novembro de 2007, Pesquisa de Demanda de Moradia, que visa identificar as necessidades habitacionais dos militares.

A pesquisa é realizada, por telefone, pela Central de Teletendimento ao Cliente, e, pessoalmente, pelos Escritórios e Postos da Empresa em todo País, que entrevistam os clientes que os procuram.

Numa primeira fase, foram contatados os militares de graduação até subtenente/suboficial, público-alvo do Programa Especial de Moradia - PEM, que oferece condições especiais para essa faixa de renda.

Mais de sete mil militares responderam à pesquisa e entre as cidades mais procuradas estão, em ordem de prioridade, Rio de Janeiro/RJ, Porto Alegre/RS, Juiz de Fora/MG, Brasília/DF e Campo Grande/MS.

Para 2008, a FHE destinou R\$ 3 milhões para aquisição de terrenos visando à construção de empreendimentos por intermédio do PEM. Ainda no 1º trimestre de 2008, essa mesma pesquisa será aplicada junto aos oficiais. Além do financiamento individual, a Fundação quer incentivar a formação de grupos para construir empreendimentos de acordo com as necessidades e possibilidades do grupo. A escolha do local e as particularidades do empreendimento serão definidas pelos próprios componentes do grupo.

Confira, abaixo, algumas simulações de financiamento e veja como é fácil planejar a aquisição da casa própria!

### Para Militares das Três Forças, até o posto de capitão ou correspondente, consignantes.

Valor de Aquisição do Imóvel .....	R\$ 150.000,00 (máximo para esta modalidade)
Valor de Financiamento .....	R\$ 120.000,00 (máximo para esta modalidade)
Taxa de Juros .....	8,50% a.a.
Prazo de Financiamento .....	240 meses
Modalidade .....	SFH/SAC/REA
Encargo Mensal Inicial .....	R\$ 1.447,24
Renda Exigida .....	R\$ 5.788,96
Projeção para o último Encargo Mensal* .....	R\$ 879,64

### Para Militares das Três Forças, consignantes.

Valor de Aquisição do Imóvel .....	R\$ 150.000,00 (máximo para esta modalidade)
Valor de Financiamento .....	R\$ 120.000,00 (máximo para esta modalidade)
Taxa de Juros .....	8,95% a.a.
Prazo de Financiamento .....	240 meses
Modalidade .....	SFH/SAC/REA
Encargo Mensal Inicial .....	R\$ 1.492,24
Renda Exigida .....	R\$ 5.968,96
Projeção para o último Encargo Mensal* .....	R\$ 879,99

### Para Militares das Três Forças, consignantes.

Valor de Aquisição do Imóvel .....	R\$ 350.000,00 (máximo para esta modalidade)
Valor de Financiamento .....	R\$ 245.000,00 (máximo para esta modalidade)
Taxa de Juros .....	10,80% a.a.
Prazo de Financiamento .....	240 meses
Modalidade .....	SFH/SAC/REA
Encargo Mensal Inicial .....	R\$ 3.412,24
Renda Exigida .....	R\$ 13.648,96
Projeção para o último Encargo Mensal* .....	R\$ 1.791,22

\*Evolução das prestações, admitindo-se o atual nível inflacionário brasileiro

### FHE/PEM - Para Militares das Três Forças, estabilizados, com graduação até subtenente ou suboficial, consignantes e participantes do FAM.

Valor de Aquisição do Imóvel .....	R\$ 60.000,00 (excepcionalmente, R\$ 70.000,00)
Valor de Financiamento .....	R\$ 48.000,00 (máximo para esta modalidade)
Taxa de Juros .....	8,50% a.a.
Prazo de Financiamento .....	180 meses
Modalidade .....	PRICE
Encargo Mensal Inicial .....	R\$ 504,57
Renda Exigida .....	R\$ 1.681,90
Projeção para o último Encargo Mensal* .....	R\$ 481,28

\*Desde que não haja aumento salarial para os militares durante a vigência do contrato

Para conhecer, em detalhes, as linhas de financiamento imobiliário da FHE e da POUPEX, acesse os sites [fhe.org.br](http://fhe.org.br) e [poupex.com.br](http://poupex.com.br), lembrando que para o público militar consignante as taxas de juros são diferenciadas, conforme exemplos acima. Se preferir, entre em contato com a Central de Teletendimento ao Cliente, no telefone 0800 61 3040, ou procure, pessoalmente, um dos Escritórios e Postos da Empresa. A relação completa de endereços está em nossa página na internet.

## ATUALIDADES

# Poupança bate recorde de captação em 2007

O Banco Central informou, no dia 8 de janeiro, que o saldo nacional da caderneta de poupança foi positivo em R\$ 33 bilhões, o que representa novo recorde histórico. O recorde anterior foi em 1997, com R\$ 13,1 bilhões.

Somente em dezembro, ainda segundo o BC, a poupança captou R\$ 9,1 bilhões em recursos, o maior volume mensal desde 1995. A captação da poupança tradicionalmente cresce nesse mês, em função do pagamento do 13º salário aos trabalhadores.

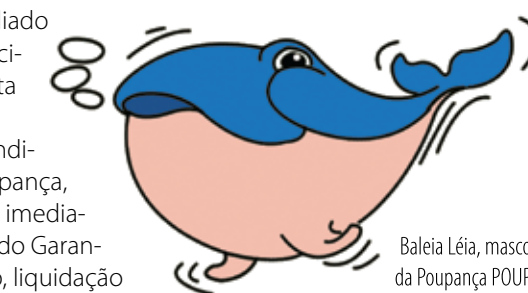
O ano passado também registrou outro importante fato: foi a primeira vez, desde o início da série histórica do Banco Central (1995), que os depósitos em caderneta superaram as retiradas, resultando em ingresso líquido de recursos, em todos os meses do ano.

Em 2007, o volume total de recursos aplicados em caderneta de poupança somou R\$ 235 bilhões, contra R\$ 187,9 bilhões de 2006.

## Motivos

O crescimento da economia brasileira, com aumento do emprego e da renda, aliado ao processo de corte do juro, iniciado em setembro de 2005 pelo BC, são os principais fatores que contribuíram para o crescimento dos investimentos em caderneta de poupança.

Com juros em queda, a remuneração obtida pela poupança ficou próxima do rendimento dos fundos de investimento em renda fixa, além de outras vantagens: na poupança, não há imposto de renda (IR) e nem taxa de administração. A aplicação tem liquidez imediata, ou seja, o cliente pode retirar os recursos quando quiser. Outra vantagem é o Fundo Garantidor de Crédito, que garante os depósitos de até R\$ 60 mil, em caso de intervenção, liquidação ou falência da instituição financeira.



Baleia Léia, mascote da Poupança POUPEX

## Crédito Imobiliário

O aumento da captação em poupança significa, automaticamente, mais recursos disponíveis para o crédito imobiliário.

Assim, em 2008, a POUPEX espera financiar R\$ 288,3 milhões em imóveis novos ou usados, R\$ 24 milhões em material de construção e R\$ 7,2 milhões em imóveis comerciais. Na FHE, cujos financiamentos são destinados aos militares de menor poder aquisitivo, estima-se financiar R\$ 15,6 milhões no Programa Especial de Moradia - PEM e R\$ 24 milhões em material de construção. Para 2008, a Fundação destinou recursos para a aquisição de terrenos, visando à construção de novos empreendimentos, a serem definidos em função do resultado da Pesquisa de Demanda de Moradia que está sendo realizada com os militares.

Fonte: globo.com

## Canal aberto

Nesta coluna estão os principais questionamentos dos clientes da FHE e da POUPEX. Fale com a gente, ligue 0800 61 3040.

### Quais são as vantagens do Programa Especial de Moradia - PEM em relação às outras linhas de financiamento imobiliário?

O PEM é uma linha de financiamento imobiliário da FHE destinada aos militares de menor poder aquisitivo, estabilizados, até a graduação máxima de subtenente ou suboficial e seus respectivos pensionistas, todos estes participantes do Fundo de Apoio à Moradia - FAM.

Trata-se de linha de crédito para aquisição de imóvel residencial, terreno e construção individual ou coletiva da casa própria.

O principal diferencial do PEM, em relação às demais modalidades de financiamento imobiliário, é que a prestação só é

reajustada se houver aumento salarial dos militares, não levando em consideração eventuais promoções ao longo da vigência do contrato, sendo que o índice de reajuste da prestação será limitado ao percentual do aumento dos militares ou ao IGPM do ano do referido aumento, o que for menor.

Outra grande vantagem competitiva é a garantia da quitação do saldo devedor ao final do prazo contratual, sem nenhum resíduo.

Faça uma simulação no site [fhe.org.br](http://fhe.org.br) e comprove os benefícios do Programa Especial de Moradia!

## conQuista

Informativo da FHE e da POUPEX - Publicação do Centro de Comunicação Social da FHE e da POUPEX dirigida aos militares das Forças Armadas.

**Jornalista Responsável:** Carla Siqueira Lima de Alcântara - RP: 2711/13/31/DF. **Redação:** Carla Siqueira Lima de Alcântara, Fabiana de Castello Branco e Rita Carnaval. **Produção e Editoração Eletrônica:** SetteGraalNossagência Comunicação. **Distribuição:** Centro de Comunicação Social da FHE e da POUPEX. **Tiragem:** 97.000 exemplares. **Contatos:** FHE e POUPEX - CECOM - Esplanada dos Ministérios - Bloco O - Anexo II - Exército - Térreo - Sala 182 - 70052-900 - Brasília/DF. **Fone:** (61) 3314-7500 - **Fax:** (61) 3314-7708.

**Central de Teletendimento ao Cliente da FHE e da POUPEX:** 0800 61 3040.

Este veículo é de caráter informativo. Os interessados em aderir aos produtos/serviços da FHE e da POUPEX deverão obter informações sobre as normas para aquisição nos Pontos de Atendimento da Empresa em todo o País.

