

P O R T F O L I O

KARIN LÖFFLER

INFO - GRAFIKERIN

Langjähriger Erfahrung in der Management Beratung.

Präsentationen, Animationen, Web-Grafiken, Printprojekte.

Teamorientiert, zuverlässig, mit Fokus auf Qualität,

Zielerfüllung und konstanter Weiterbildung

GESTALTUNG UND ANIMATION IN POWERPOINT



SED UT PERSPICIATIS UNDE OMNIS ISTE NATUS

Perspiciatis unde omnis

Neque porro quisquam
At vero eos et accusamus
Est laborum et dolorum fug
Cumque nihil impedit

ERROR SIT VOLUPTATEM ACCUSANTIUM DOLOREMQUE LAUDANTIUM

At vero eos et accusamus et iusto odio

Perspiciatis unde omnis

blanditiis praesentium voluptatum deleniti atque corrupti quos dolores et quas molestias excepturi sint

Occaecati cupiditate non provident, similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et dolorum fuga

SED UT PERSPICIATIS UNDE OMNIS ISTE NATUS ERROR SIT VOLUPTATEM ACCUSANTIUM

Perspiciatis

- Doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo
- Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

NEMO ENIM IPSAM VOLUPTATEM QUIA VOLUPTAS

Zwischenfazit

AT VERO EOS ET ACCUSAMUS ET IUSTO ODDIO DIGNISSIMOS DUCIMUS QUI BLANDITIIS

Explicabo

~~Blanditiis~~ Deleniti Fuga

Similique sunt in culpa qui officia deserunt mollitia animi, id est laborum et do

AT VERO EOS ET ACCUSAMUS ET IUSTO ODDIO DIGNISSIMOS DUCIMUS QUI BLANDITIIS

Vero eos et accusamus et iusto odio
Nemo enim ipsam voluptatem

Dignissimos ducimus qui blanditiis

- Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.
- Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate ve

At vero eos et accusamus et iusto odio dignissimos ducimus qui blanditiis praesentium

GESTALTUNG UND ANIMATION FÜR SOCIAL MEDIA



Motivated to
**TRANSFORM
INDUSTRIES?**

Excited
to solve
**COMPLEX
PROBLEMS?**

Curious
about
**STRATEGY
CONSULTING?**

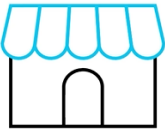
Apply by
NOVEMBER
15TH
for entry level **29TH**
for internship
positions

Discover
**OLIVER WYMAN
TURKEY**
And apply now

**APPLY
NOW**

GESTALTUNG UND ANIMATION FÜR SOCIAL MEDIA

BEWERTUNG DER LEBENSMITTELHÄNDLER WÄHREND COVID-19
Oliver Wyman-Befragung 07/2020 mit 1.000 Konsumenten in Deutschland

LEISTUNG DER SUPERMÄRKTE  **79%**
bewerten positiv

OLIVER WYMAN

+2 CENT PRO BECHER*

Mehrkosten für den Konsumenten für einen Joghurtbecher, der mit einem Wasserstoff-LKW transportiert wird



* Basiert auf einem 500g Becher à 60 Cent

OLIVER WYMAN

BEWERTUNG DER LEBENSMITTELHÄNDLER WÄHREND COVID-19
Oliver Wyman-Befragung 07/2020 mit 1.000 Konsumenten in Deutschland

VERTRAUEN IN SUPERMÄRKTE  **Steigerung 19%**

SocialCard-Lebensmittel_2

00:00:07 00:00:00

BROSCHÜRE UND PRÄSENTATION FÜR "INNOTRANS BERLIN 2018"

Zwei-Falt-Flyer



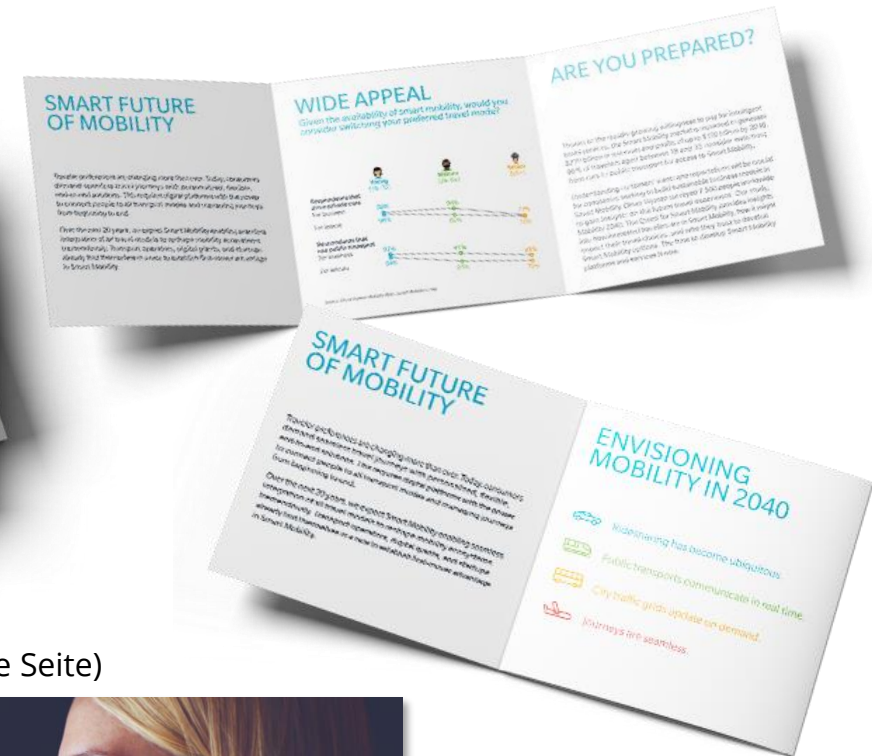
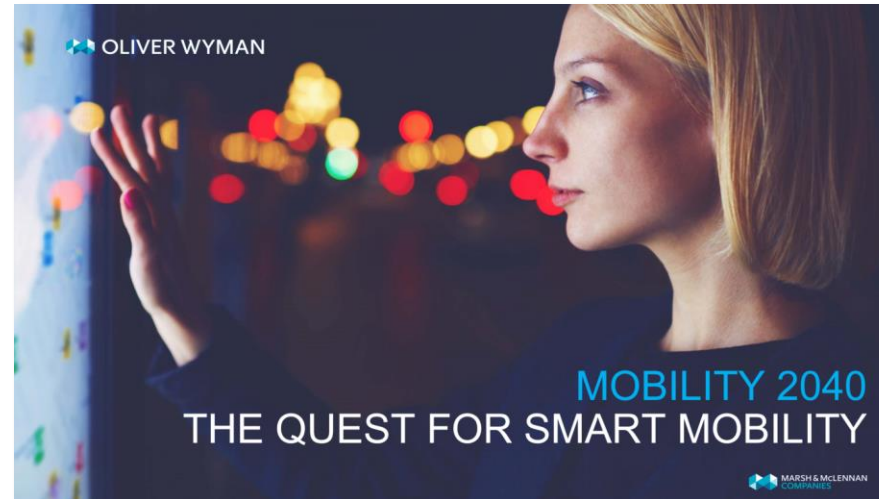
Original POV



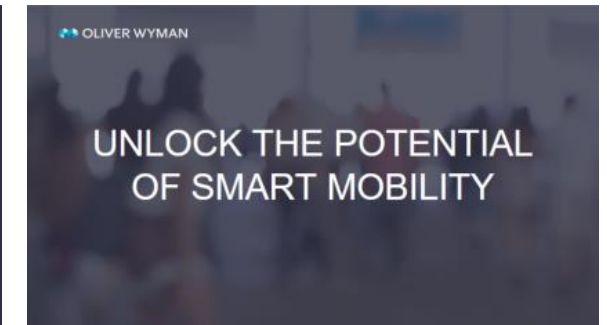
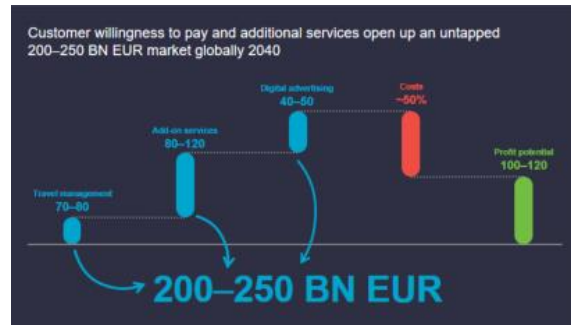
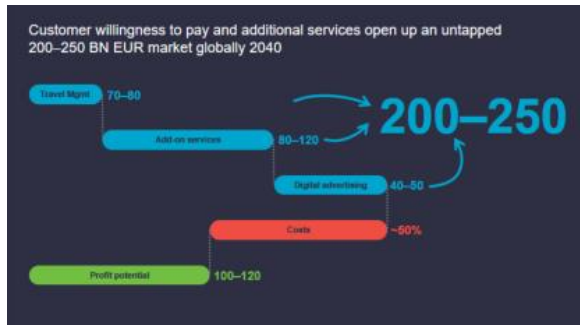
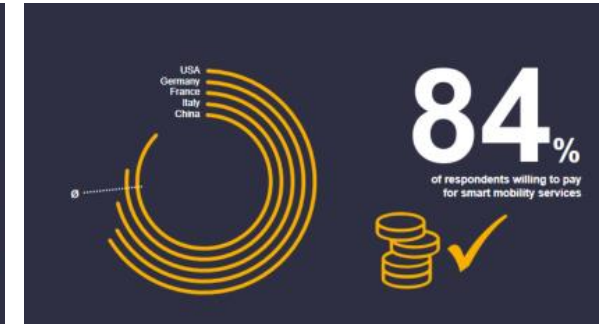
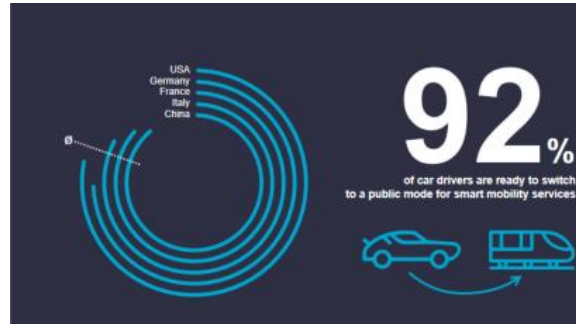
Das Marketing-Team und der Präsentator für das "InnoTrans Berlin 2018 Event" benötigten einen **Zwei-Falt-Flyer** als Handout für die Zuhörer und eine **Präsentation**.

Ich erstellte Flyer und Präsentation im gleichen Look wie den bereits existierenden POV "Mobility 2040".

Präsentation (siehe auch nächste Seite)



PRÄSENTATION UND ANIMATION



BANNER UND EINLADUNGEN FÜR ONLINE UND PRINT



OLIVER WYMAN

CONSUMER LEADERSHIP CIRCLE

München
Düsseldorf
Virtuell



OLIVER WYMAN

BACHELOR ACADEMY

26.-27.04.2018 – MÜNCHEN

RESPONDING TO COVID-19

Six things banks should do to minimize impact to the economy



OLIVER WYMAN

Webinar – 23. April 2020

NACHHALTIGE RESTRUKTURIERUNG




OLIVER WYMAN

ALUMNI GET-TOGETHER | VON BERLIN IN DIE WELT – VOM START-UP ZUM KONZERN

EINLADUNG | 19. MAI 2017

MARSH & MCLENNAN COMPANIES



OLIVER WYMAN

SAVE THE DATE

ROUNDTABLE NACHHALTIGE RESTRUKTURIERUNG

2. APRIL 2019 IN MÜNCHEN

MARSH & MCLENNAN COMPANIES

CHILDREN - EIN PRO-BONO PROJEKT



Leporello (Taschen-Flyer)



Portrait Broschüre (10-Seiter)



Weihnachtskarte

Volume 3 | Spring 2020

PROFITING FROM PROPHET

MODEL HOUSEKEEPING

Editor's words: Welcome to the Spring 2020 edition of our Prophet modeling newsletter. This issue discusses the benefits and considerations of model consolidation and takes a closer look at user defined functions, an exciting new Prophet coding tool. You will also find helpful tips and tricks and a summary of the vendor-owned model showcasing US GAAP ("GAAP") long-duration targeted improvements ("LDTI") capabilities. Finally, all these topics should be viewed against the backdrop of the new Actuarial Standard of Practice ("ASOP") 56, Modeling, which takes effect in October 2020.

We hope you enjoy the newsletter. Please look for our next edition in Fall 2020!

IN THIS ISSUE

Executive Corner
Model Consolidation: Is it Worth it?

In the Spotlight
Defining User Defined Functions

What's New in Prophet
GAAP LDTI Toolkit

Tips & Tricks

Executive Corner

MODEL CONSOLIDATION: IS IT WORTH IT?

INTRODUCTION

Actuarial models serve as the backbone of an insurance organization's financial success and are heavily relied upon to understand expected future outcomes, satisfy regulatory requirements, and support strategic decisions. The new ASOP 56, Modeling, increases focus on the actuary's use of and reliance on models and ensuring they are robust and "fit for purpose".

Actuarial model development and maintenance often become decentralized as a natural consequence of the segregation of business units within an organization, even though there may exist a large overlap in modeling requirements. Exhibit 1 illustrates common actuarial business functions with a heavy reliance on actuarial models.

Exhibit 1. Common actuarial business functions



INDUSTRY ALERT!

ASOP 56: Modeling
ASOP 56¹ was developed recognizing the importance of modeling applications in actuarial science and underwent four exposure periods, with over 100 comment letters submitted. ASOP 56 serves to provide guidance to actuaries when performing actuarial services related to the design, development, modification, evaluation, selection, use or review of any type of model. ASOP 56 applies to the extent of the actuary's responsibilities, which may involve performing actuarial services related to an entire model or a subset of a model.

The Actuarial Standards Board ("ASB") voted in December 2019 to adopt ASOP 56 effective for work performed on or after October 1, 2020. As a next step, the ASB will review ASOP 38, Catastrophe Modeling, for any changes necessitated by ASOP 56.

1. ASOP 56 may be viewed here: <http://files.actuary.org/f/128407773601728f11011f/>

In the Spotlight

DEFINING USER DEFINED FUNCTIONS

INTRODUCTION

User Defined Functions ("UDFs"), first introduced in Prophet 2019Q3, are modular blocks of code that can be repeatedly called to execute calculations and return a value. A long-anticipated addition to the system, UDFs improve code maintainability without drastic changes to existing workspaces.

UDFs have drawbacks that should be considered before implementation by a developer. The following exhibit discusses considerations in using UDFs.

Benefits	Considerations
Clearer variable code	Complexity introduced to the workspace via additional lines to format
Code reusability - shared code can be reused across developers	New functionality may create a learning curve for less experienced modelers
Potential for increased model efficiency	Introduces model-execution limitations

USING UDFs

UDFs can be used to replace repetitive sections of code where a calculation uses multiple inputs and returns a single number within a variable. They provide a developer the ability to create and call a custom function in a similar fashion to system functions such as MAX or MIN. Primary uses of UDFs are variable assignment, error reduction, simplification of complex formulas, and code efficiency.

UDFs are stored in the library level and can be called from standard, extended, and independent extended formulas. They are referenced with the following syntax in Exhibit 2:

Exhibit 2. Sample UDF snippet

```
FunctionName = UDF_FunctionName(Parameters_1, Parameters_2, ...)
```

Exhibit 3 shows a code snippet of a variable calling UDF: `INTER_LINEAR` and assigning the return value to `Arg1_Temp`.

```
Arg1_Temp = UDF_FunctionName(Param1, Param2, Param3, Param4, Param5, ...)
```

Editing UDF code is similar to editing extended formulas. For example, the UDF code editor shows familiar capabilities including code folding, syntax highlighting, and auto complete.

Model developers should be prepared to identify segments of code that are repetitive in nature, can be driven by input parameters, and return a single value or array. These code segments represent prime targets to be encapsulated within UDFs.

UDFs can also be a component of the standard libraries; however, at the time of writing, UDFs had not been introduced into the latest versions of most standard libraries. Exhibit 4 lists usage for the primary US libraries:

Library	Current UDF usage
US Life & Annuity 2019Q3	50 unique UDFs called 158 times in 19 formulas
US Life & Annuity 2020 - Fall 2020	0
US General Account 2019 - Fall 2020	0
US Life & Annuity - 2019Q2	0
US GAAP Common - 2019Q2	0

Quick UDF Tip
When viewing a variable in Formula Editor, you can right-click on a UDF. Click "Open Function (Function Name)", and the UDF editor will open from the library.



Tips & Tricks

INNER LOOP GROUPING

Prophet Nested Structures has introduced significant improvements to nested model operations and grouping capabilities. These improvements can allow for various in-force of business. Inner loop grouping within Nested Structures can address this by allowing modelers to group information to the inner loop.

Inner loop grouping is accomplished by using pre-compiled Data Conversion System ("DCS") code during the inner loop model print mapping process.

When defining inner loop grouping, the user should keep the following tips in mind:

- Grouping syntax can be created directly from Prophet Professional through pre-compiled versions of DCS that automatically create an input and output format that matches the model's print logic. However, this functionality is available when using DCS development.
- Grouping syntax will behave the same in Prophet Enterprise and Prophet Professional.
- DCS does not need to be installed separately on Prophet Enterprise member machines.
- Errors, warnings, and messages from the grouping code can be sent to the Prophet Professional console as they are performed by "TCS".



1. A DCS program can be embedded within a run to perform the inner loop grouping.

Tips & Tricks

ENUMERATIONS

Enumerations are very useful data types to map meaningful integer values used for modeling, such as calendar months, gender identifiers and premium modes. To bring through both grouping, the modeler can benefit from both the modeling efficiency of simple integer variables and the descriptive nature of strings.

The use of enumerations has the potential to significantly improve the readability of Prophet code, improve the maintainability of Prophet workbooks and reduce the risk of erroneous assumptions.

Model developers should keep these tips in mind when using enumerations:

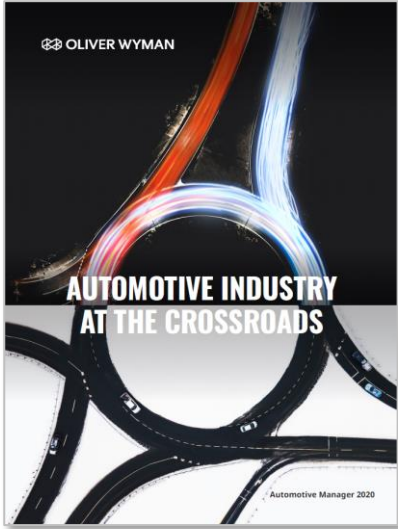
- Instead of adding elements to the enumeration and trying to fit them in, proceed from each side into the Enumeration (duh, duh).
- Enumerations can be used as constants for variables and labels, similar to specified value constraints.
- With the exception of extended formula internal models, which can be defined as enumerations, variables that are modeled as data type "Number" and generally only use "VALUE" to map to enumerations within definitions.
- The Prophet Designer will display both the enumerated value and name.
- Be cautious when defining an enumeration. Code that refers to existing enumerations must be treated carefully, and references to existing enumerations within a project will cause an error.
- Enumerations can be compared and imported across workbooks.
- As enumerations typically follow a distinctive naming structure (e.g. Enumerations), developers functionality across projects and workbooks works extremely well.

REPORTS UND JOURNALS

Sprachadaptionen und neue Artikel für Journal



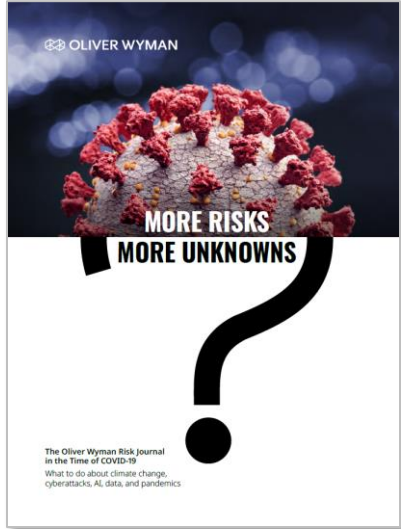
Report im neuen Branding



Journal für Print und Online



Journal für Online

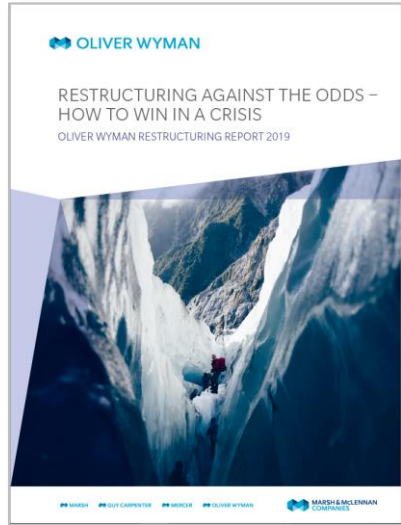


Journal für Print und Online



POVS (POINT-OF-VIEW BROSCHÜREN)

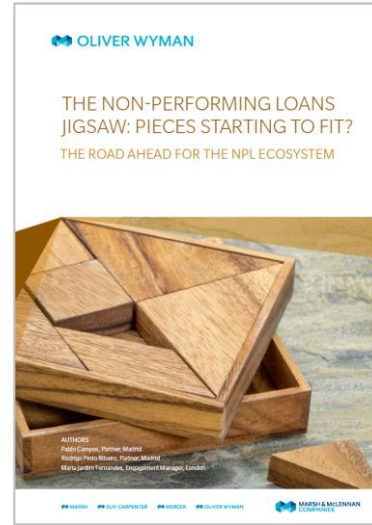
Updates jährlicher Reports



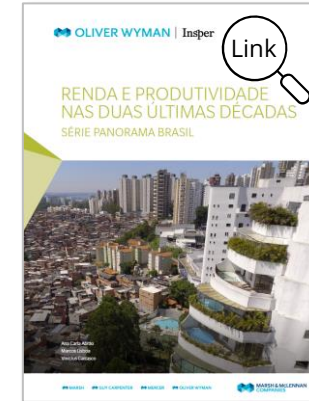
20-seitige Broschüren



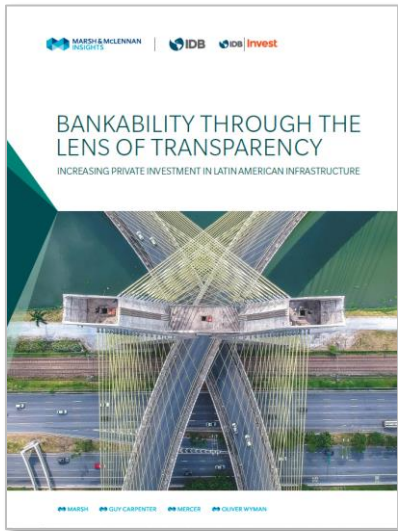
20-seitige Broschüren



Panorama Brazil Report-Serie



BEISPIEL: 80-SEITEN-REPORT FÜR PRINT UND ONLINE



INFOGRAFIKEN

Exhibit 1: Populism and the changing business environment

What is populism?

Rejection of elites in favor of "the people".



Focus on national interests, narrowly defined, and rejection of internationalism.



Rejection of existing institutions, which are viewed as broken or rigged.



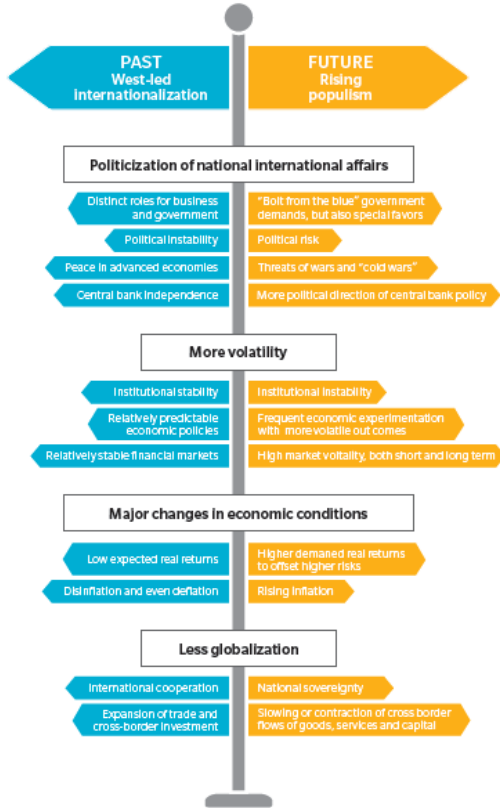
Scorn for experts and the embrace of "common sense".



Desire for a strong leader to drive change.



What could increasing populism look like?



Source: Oliver Wyman

HEADWINDS TO BEAR

While the populist mood continues to translate into policies around the world, the advantageous position of Singapore companies would be challenged by 5 main factors:

Exhibit 2: Five factors impacting Singapore companies in the new world order

Increasing requirements to conform with broader societal demands

shines a spotlight on reputation risk and corporate social responsibility (CSR) that could create additional backlash. Some companies are deploying this as a differentiating business strategy, which could insulate them against political or public scrutiny.



Populism can empower political CSR and an activist consumer base



Growing political risk and uncertainty around foreign investments

deeply concern Singapore companies who have heavily and increasingly depended on internationalization. Business sentiment among Asian companies has slid from a 7-year high, and foreign investors' confidence has been shaken up.

20%↓ FDI flows to ASEAN region fell by 20%, with general decline in global FDI flows



Increasing demands on management or governance accountability

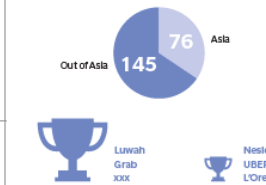
highlights any lack of sufficient oversight, risk management and compliance. Regulators are increasingly prescriptive of expected accountability, leaving "industrial policies" might align companies to sector-specific roadmaps or control functions...



Source: Marsh & McLennan Asia Pacific Risk Center

Shift in consumer tastes and business value

challenge companies to remain agile and closer to the market. With driven local competition and industrial strategies, MNCs are receiving lesser consumer preferences. As business value shifts, a pro-business ecosystem is also increasing recognized within the region. Superior knowledge of local environment enables local or smaller players to effectively compete with global rivals.



Increasing friction and costs in supply chain,

due to rupture of global supply-chains, are bound to spill over to businesses in East and South-East Asia. The proliferation of Non-Tariff Measures also limit regional common markets. Trade-intensive open economies like Singapore would be hit the hardest and might need sound inventory management or reshaping of supply chains.

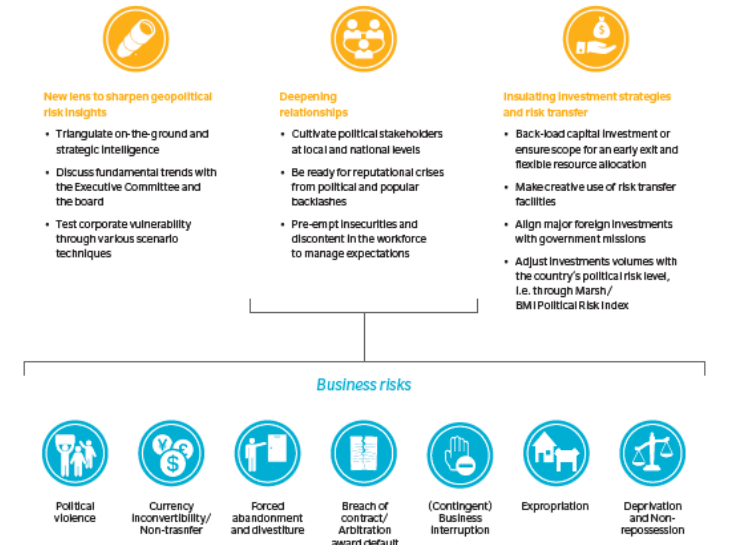


>20% Exports to US & China combined (Singapore's domestic product)
1.1% Singapore's GDP indirectly attributed to bilateral trade between US and China

Copyright © 2018 Oliver Wyman. All Rights Reserved.

Exhibit 3: Pragmatic approaches for companies and Business risks due to rising populism and political risks

Approaches for companies



Source: Marsh & McLennan Companies' Asia Pacific Risk Center

VORHER-NACHHER BEISPIEL



Vorher

CONSUMER LEADERSHIP CIRCLE®
Schwerpunkt 2017:
Beyond Disruption and Volatility – Consumer 2025

Unser dritter C-Level-Event Handel und Konsumgüter fand im Oktober in Hamburg statt. Im Mittelpunkt stand dieses Mal der „Konsumt 2025“ und seine Anforderungen an Handel und Hersteller. Gerade die digitalen Veränderungen haben in den letzten Jahren zu einer immer höheren Erwartungshaltung geführt – Einkauf und Konsum sollen praktisch überall sofort stattfinden können, das Angebot perfekt auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sein und selbst die Unternehmen sich automatisch verstellen werden. Diese Anspruchshaltung stellt etablierte Unternehmen, die noch ganz am Anfang ihrer digitalen Transformation stehen, vor enorme Herausforderungen. Mehr als 30 Entscheider folgten unserer Einladung, um den aktuellen Herausforderungen und möglichen Antworten auf den Grund zu gehen.

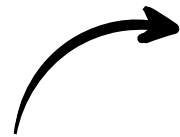
In vertraulicher Runde wurden Erfahrungen ausgetauscht. Der CEO und Co-Gründer eines in Deutschland führenden Online-Motor-Unternehmens berichtete von den Erwartungen der Millennials, ein YouTube-Pionier der ersten Stunde sprach über die Möglichkeiten und Grenzen des Influencer Marketings und ein hochkarätiger Politiker nahm in puncto Angebotsgestaltung auch die Großstädte in die Verantwortung. Aus dem Zusammenspiel der unterschiedlichen Perspektiven ergaben sich spannende Einblicke. Insbesondere wurde deutlich, welche hohen Anforderungen die Kunden in Zukunft an Handel und Hersteller stellen werden. Gleichzeitig wurden Impulse ausgetauscht, welche Anpassungen dafür im Geschäftsmodell und Leistungsspektrum der Unternehmen erforderlich sind.

Digitale Realitäten in China
 Der Leiter unserer Retail und Consumer Goods Practice in Asien Wai-Chan Chan zeigte eindrücklich auf, wie China heute bereits von einem grundlegend neuen, digitalen Konsumverhalten geprägt wird. Produkte und lokale Dienstleistungen werden dort jederzeit und überall per WeChat gesucht, gebucht und bezahlt. Aber auch die Verschmelzung von Online und Offline geht rasend voran. Anbieter wie JD.com oder Alibaba überleben sich mit ambitionierten Expansionsplänen hinsichtlich ihrer stationären Präsenz gegenwärtig. Und der in den USA als einmalig gefilmte Kassenschiefe Filmaffäre Go wird in China in abgewandelter Form bereits von mehreren Anbietern pilotiert und für den Rollout freigegeben.

Taddy Hall, Senior Partner unserer Schwesterfirma Lippincott, erfolgreicher Bestsellerautor und langjähriger Forschungspartner der Innovations-Korymben Clayton Christensen von der Harvard Business School, sagte für Hersteller passende Antworten auf die gestiegenen Kundenanforderungen. In seiner „Jobs Theory“ betrachtet er Produkte als Services, die einen Job für den Kunden erfüllen. Erfolgreiche Innovationen sind demnach darauf zurückzuführen, dass Unternehmen sich nicht mit einfacher Konsumentenforschung begnügen, sondern den Alltagsproblemen der Kunden eingehend auf den Grund gehen. Auf diese Weise werden „Job Openings“ identifiziert und mit den richtigen Produkten bedient.

Das ganze Unternehmen mitnehmen
 Zum Abschluss unseres C-Level-Events ging die Geschäftsführerin von „The Good School“, einem Kooperationspartner von Oliver Wyman, darauf ein, wie es „aragolen“ Unternehmen gelingen kann, tausende Mitarbeiter mit auf den Weg in eine erfolgreiche Digitalisierung zu nehmen. Hier gilt es zunächst, die Rolle der Führungskräfte für die Potenziale, die sich aus Veränderungen ergeben, zu begreifen – sei es durch Information und pädagogische Vielfalt oder spielerische Elemente. Diese wurden in verkürzter Form unmittelbar vor Ort geteilt und sorgten für den ein oder anderen Aha-Effekt.

Die gesamte Unternehmenswelt
 Zum Abschluss unseres C-Level-Events ging die Geschäftsführerin von „The Good School“, einem Kooperationspartner von Oliver Wyman, darauf ein, wie es „aragolen“ Unternehmen gelingen kann, tausende Mitarbeiter mit auf den Weg in eine erfolgreiche Digitalisierung zu nehmen. Hier gilt es zunächst, die Rolle der Führungskräfte für die Potenziale, die sich aus Veränderungen ergeben, zu begreifen – sei es durch Information und pädagogische Vielfalt oder spielerische Elemente. Diese wurden in verkürzter Form unmittelbar vor Ort geteilt und sorgten für den ein oder anderen Aha-Effekt.



Nachher

CONSUMER LEADERSHIP CIRCLE

SCHWERPUNKT 2017:
BEYOND DISRUPTION AND VOLATILITY – CONSUMER 2025

Unser dritter C-Level-Event Handel und Konsumgüter fand im Oktober in Hamburg statt. Im Mittelpunkt stand dieses Mal der „Konsumt 2025“ und seine Anforderungen an Handel und Hersteller. Gerade die digitalen Veränderungen haben in den letzten Jahren zu einer immer höheren Erwartungshaltung geführt – Einkauf und Konsum sollen praktisch überall sofort stattfinden können, das Angebot perfekt auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sein und selbst die Unternehmen sich automatisch verstellen werden. Diese Anspruchshaltung stellt etablierte Unternehmen, die noch ganz am Anfang ihrer digitalen Transformation stehen, vor enorme Herausforderungen. Mehr als 30 Entscheider folgten unserer Einladung, um den aktuellen Herausforderungen und möglichen Antworten auf den Grund zu gehen.

In vertraulicher Runde wurden Erfahrungen ausgetauscht. Der CEO und Co-Gründer eines in Deutschland führenden Online-Motor-Unternehmens berichtete von den Erwartungen der Millennials, ein YouTube-Pionier der ersten Stunde sprach über die Möglichkeiten und Grenzen des Influencer Marketings und ein hochkarätiger Politiker nahm in puncto Angebotsgestaltung auch die Großstädte in die Verantwortung. Aus dem Zusammenspiel der unterschiedlichen Perspektiven ergaben sich spannende Einblicke. Insbesondere wurde deutlich, welche hohen Anforderungen die Kunden in Zukunft an Handel und Hersteller stellen werden. Gleichzeitig wurden Impulse ausgetauscht, welche Anpassungen dafür im Geschäftsmodell und Leistungsspektrum der Unternehmen erforderlich sind.

DIGITALE REALITÄTEN IN CHINA
 Der Leiter unserer Retail und Consumer Goods Practice in Asien Wai-Chan Chan zeigte eindrücklich auf, wie China heute bereits von einem grundlegend neuen, digitalen Konsumverhalten geprägt wird. Produkte und lokale Dienstleistungen werden dort jederzeit und überall per WeChat gesucht, gebucht und bezahlt. Aber auch die Verschmelzung von Online und Offline geht rasend voran. Anbieter wie JD.com oder Alibaba überleben sich mit ambitionierten Expansionsplänen hinsichtlich ihrer stationären Präsenz gegenwärtig. Und die in den USA als einmalig gefilmte Kassenschiefe Filmaffäre Go wird in China in abgewandelter Form bereits von mehreren Anbietern pilotiert und für den Rollout freigegeben.

Taddy Hall, Senior Partner unserer Schwesterfirma Lippincott, erfolgreicher Bestsellerautor und langjähriger Forschungspartner der Innovations-Korymben Clayton Christensen von der Harvard Business School, sagte für Hersteller passende Antworten auf die gestiegenen Kundenanforderungen. In seiner „Jobs Theory“ betrachtet er Produkte als Services, die einen Job für den Kunden erfüllen. Erfolgreiche Innovationen sind demnach darauf zurückzuführen, dass Unternehmen sich nicht mit einfacher Konsumentenforschung begnügen, sondern den Alltagsproblemen der Kunden eingehend auf den Grund gehen. Auf diese Weise werden „Job Openings“ identifiziert und mit den richtigen Produkten bedient.

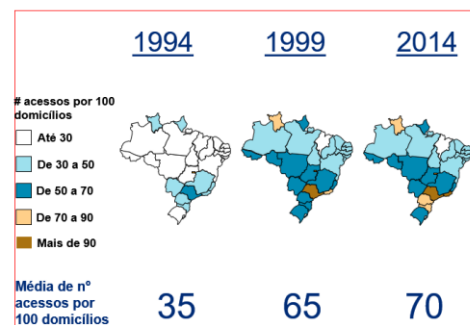
DAS GANZE UNTERNEHMEN MITNEHMEN
 Zum Abschluss unseres C-Level-Events ging die Geschäftsführerin von „The Good School“, einem Kooperationspartner von Oliver Wyman, darauf ein, wie es „aragolen“ Unternehmen gelingen kann, tausende Mitarbeiter mit auf den Weg in eine erfolgreiche Digitalisierung zu nehmen. Hier gilt es zunächst, die Rolle der Führungskräfte für die Potenziale, die sich aus Veränderungen ergeben, zu begreifen – sei es durch Information und pädagogische Vielfalt oder spielerische Elemente. Diese wurden in verkürzter Form unmittelbar vor Ort geteilt und sorgten für den ein oder anderen Aha-Effekt.

Zwischen den inhaltlichen Impulsen der Redner boten sich auch zahlreiche Gelegenheiten zum Austausch in vertraulicher Atmosphäre. Nicht zuletzt dieser Erfahrungsaustausch zu versuchen wie auch erprobten Transformationsprozessen wurde von den Teilnehmern als wertvolle Anregung in das eigene Tagesgeschäft mitgenommen.

Im September gehen wir mit unserem C-Level-Event Handel und Konsumgüter in erlesenen Kreis und mit hochkarätigen Gastrednern in die vierte Auflage. Bei Fragen zum Consumer Leadership Circle 2018 – Inhalte, Termin, Teilnahme – steht Ihnen Tiona Abella gerne unter Tiona.Abella@oliverwyman.com zur Verfügung.

VORHER-NACHHER BEISPIELE FÜR INFO-GRAFIKEN

Figura 1. Universalização da telefonia fixa no Brasil

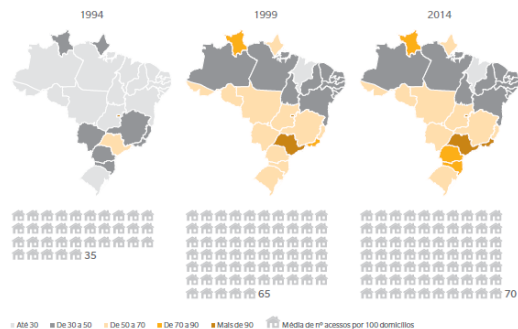


Foi nesse contexto que se deu a aprovação da Lei Geral das Telecomunicações (LGT) e a criação da Anatel (Agência Nacional de Telecomunicações), órgão regulador desse mercado. A Anatel foi responsável por implementar a política nacional do setor e propor um Plano Geral de Metas para Universalização dos Serviços (PGMU).

O mercado mudou de vez em 1998. Nesse ano, realizou-se uma série de privatizações, dentre as quais a do Sistema Telebrás. Foi a maior operação do gênero no país, seu leilão arrecadou R\$22 bilhões à época, com um ágio de 63% sobre o preço mínimo estipulado.² A estatal foi desmembrada em doze empresas que teriam o direito de concessão por sete anos: oito de telefonia móvel, três de fixa e uma de longa distância. Após ter sido renovado, o acordo expira em dezembro de 2025.

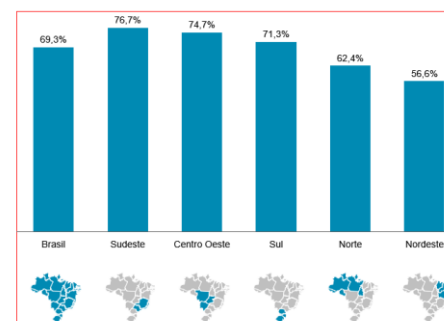
Com o objetivo de ampliar o acesso a telefonia fixa para população, uma das condições para essas empresas vencedoras no leilão era o cumprimento do PGMU. Ele, previa uma série de obrigações, como metas e prazos de instalação de acessos a telefonia fixa, quantidade mínima de terminais urbanos públicos (TUR, mais conhecidos como orelhões) por habitante, dentre outros. Para incorporar atualizações da demanda da sociedade, como mudanças de mercado e outros fatores não antecipados, a lei previa revisões quinzenais do PGMU.

Figura 1: Universalização da telefonia fixa no Brasil



Fonte: Anatel e IBGE.

Figura 5. Porcentagem de domicílios em que havia utilização da Internet, 2016

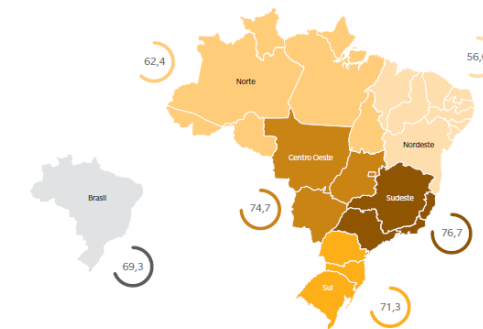


Fonte: IBGE, PNAD contínua de 2016.

Ademais, observa-se um claro desequilíbrio de acesso conforme a região do país: Sul, Sudeste e Centro-Oeste apresentam uma média acima da nacional (69,3%), enquanto no Nordeste essa proporção mal passa da metade. (Figura 4) Em relação aos nossos vizinhos, os números também não são animadores: a nossa penetração é de 12,9 acessos por 100 habitantes, enquanto a média dos países do Cone Sul (Argentina, Chile e Uruguai) é de 19,8. Nos países desenvolvidos a média de acessos por 100 habitantes é de 30,3.⁴

Ainda que o modelo atual tenha proporcionado um rápido crescimento e a universalização da telefonia fixa nos últimos 20 anos, obrigações inicialmente criadas para garantir o amplo acesso à população acabaram onerando o setor e não parecem estar mais alinhadas às necessidades atuais do mercado. Um bom exemplo disso é o efeito gerado pela demanda de acesso à telefonia móvel, tornando obsoleta a própria utilização dos terminais urbanos públicos e, portanto, também as regulamentações sobre as suas quantidades.

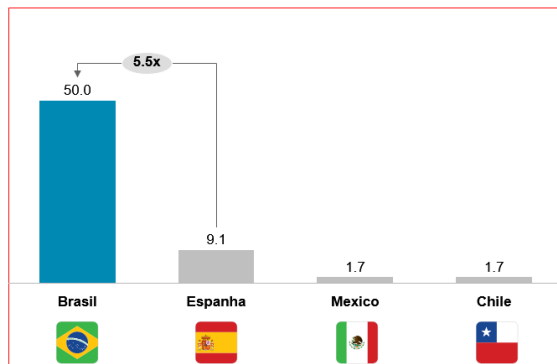
Figura 4: Porcentagem de domicílios com utilização de internet



Fonte: IBGE, PNAD contínua de 2016.

VORHER-NACHHER BEISPIELE FÜR INFO-GRAFIKEN

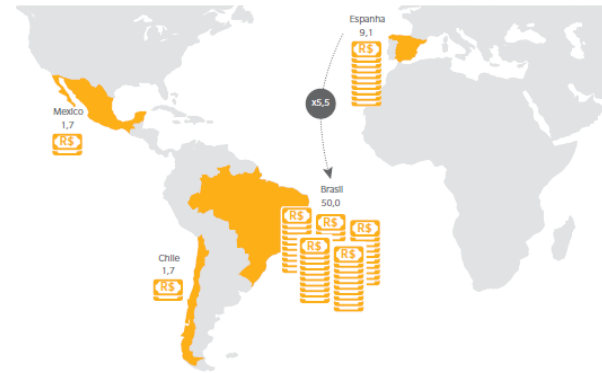
Figura 21. Comparação de valores máximos de penalidade (em R\$ milhões)



Nota: Penalidades internacionais convertidas de USD para BRL - taxa 3,48810
 Fonte: ??



Figura 20: Comparação de valores máximos de penalidade
 Em R\$ milhões



Fonte: Anatel, 2015.

Figura 21: Exemplos de multas emitidas pela Anatel
 Em R\$



- As penalidades são desproporcionais: há casos em que o motivo da penalidade é considerado muito pequeno pelas operadoras, mas com uma multa financeira muito alta. Por exemplo:

Obstrução de inspeção

R\$ 1,3 milhão por ter entregue informações à Anatel em PDF ao invés de PDF editáveis

Implementação de acessos individuais de STFC

R\$ 25 milhões por falha no atendimento a uma área, que foi causado devido a invasão a propriedade, que foi sujeita a medidas legais proibindo construção de infraestrutura

Implementação de acessos individuais de STFC3

R\$ 1,9 milhão por falha no atendimento a uma comunidade indígena, à qual tinha um acordo com a FUNAI onde firmaram o desinteresse em receber o serviço de telecomunicações

DGU (Direitos de Garantias dos Usuários)

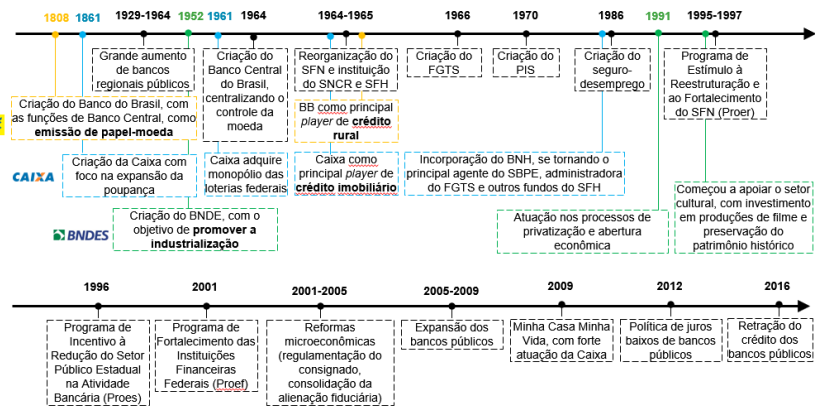
R\$ 19 milhões por antecipação de um dia da finalização do contrato de usuários de STFC (que não mais utilizavam o serviço); Penalidade - 350x maior que o dano



VORHER-NACHHER BEISPIELE FÜR INFO-GRAFIKEN

Figura 2: Histórico dos bancos públicos

Evolução do papel dos bancos públicos desde sua criação



Nota: SNCR: Sistema Nacional de Crédito Rural. PIS: Programa de Integração Social. SFN: Sistema Financeiro Nacional. SFH: Sistema Financeiro Habitacional. BNH: Banco Nacional da Habitação. SBPE: Sistema Brasileiro de Poupança e Empréstimo. Fonte: Neto, 2004. © Oliver Wyman



CASE STUDY HEADING2 WHITE

Ideniscias repere endae corem estissime labore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea ded ea m quia dolores ciendlabore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea m quia dolores ciendlabore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea m quia dolores ciendlabore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea m quia dolores.

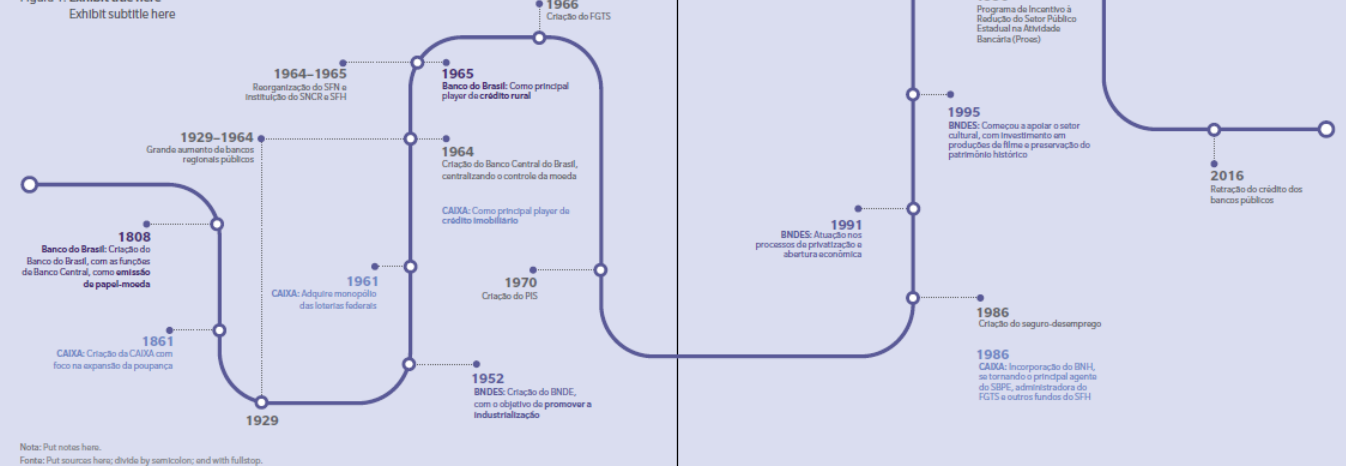
Qui lus ius et arioruntio blacill oribus lpidit doloro dolorum nihilquo velique ne nusdaeperum laborem quas qui dolupta tqulam quas d mollaborum estem. os nobis estius con nonseeae cuptatemolud audea nonseequis volupta. (Figura 4)

Ideniscias repere endae corem estissime labore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo.

doluptus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea ded ea m quia dolores ciendlabore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea m quia dolores ciendlabore cus, as qui arundae dolupta excestibus, snis aliquatum di blabo. Doluptinus, odis aut vittora doluptur magni conseeae ea provide voluptiore peruqui sed ea m quia dolores.

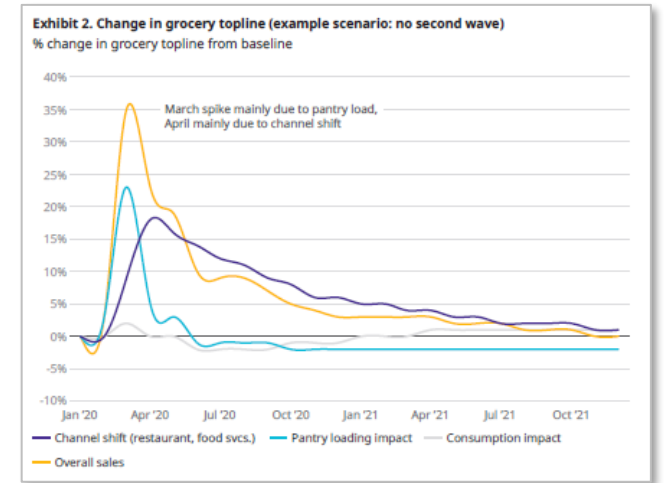
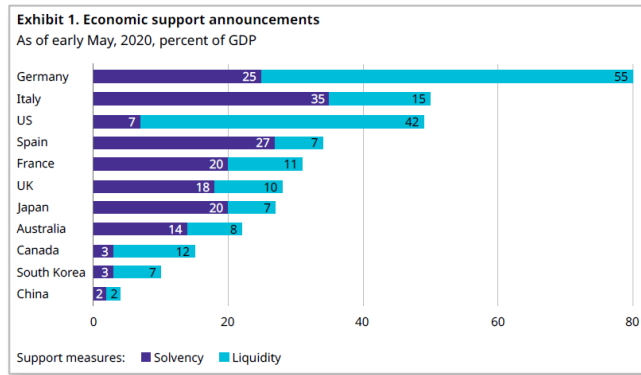
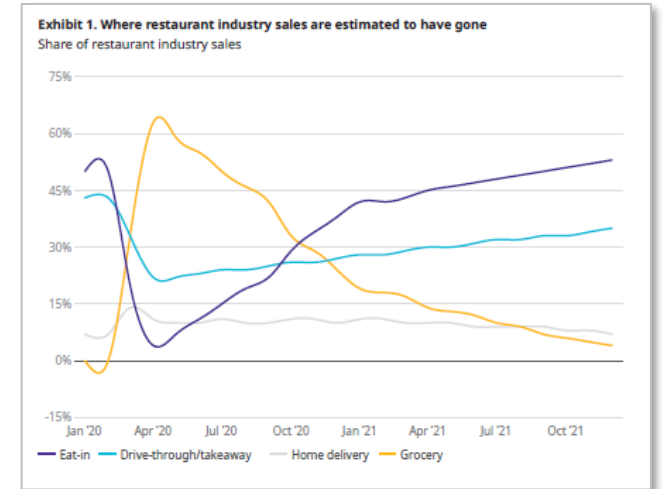
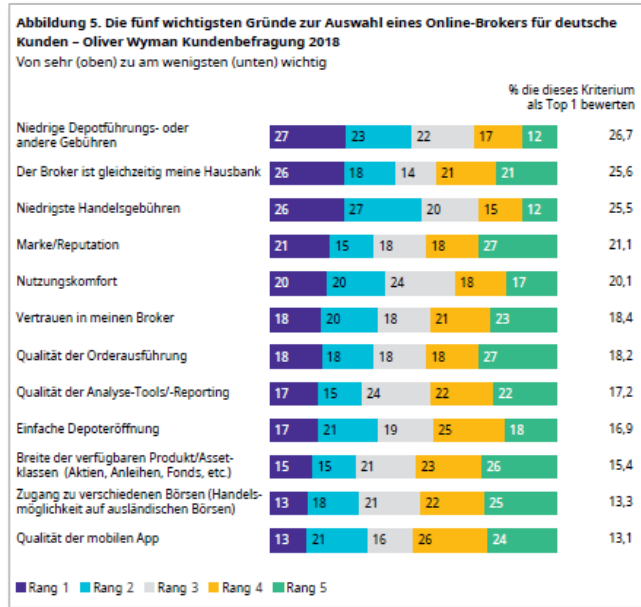
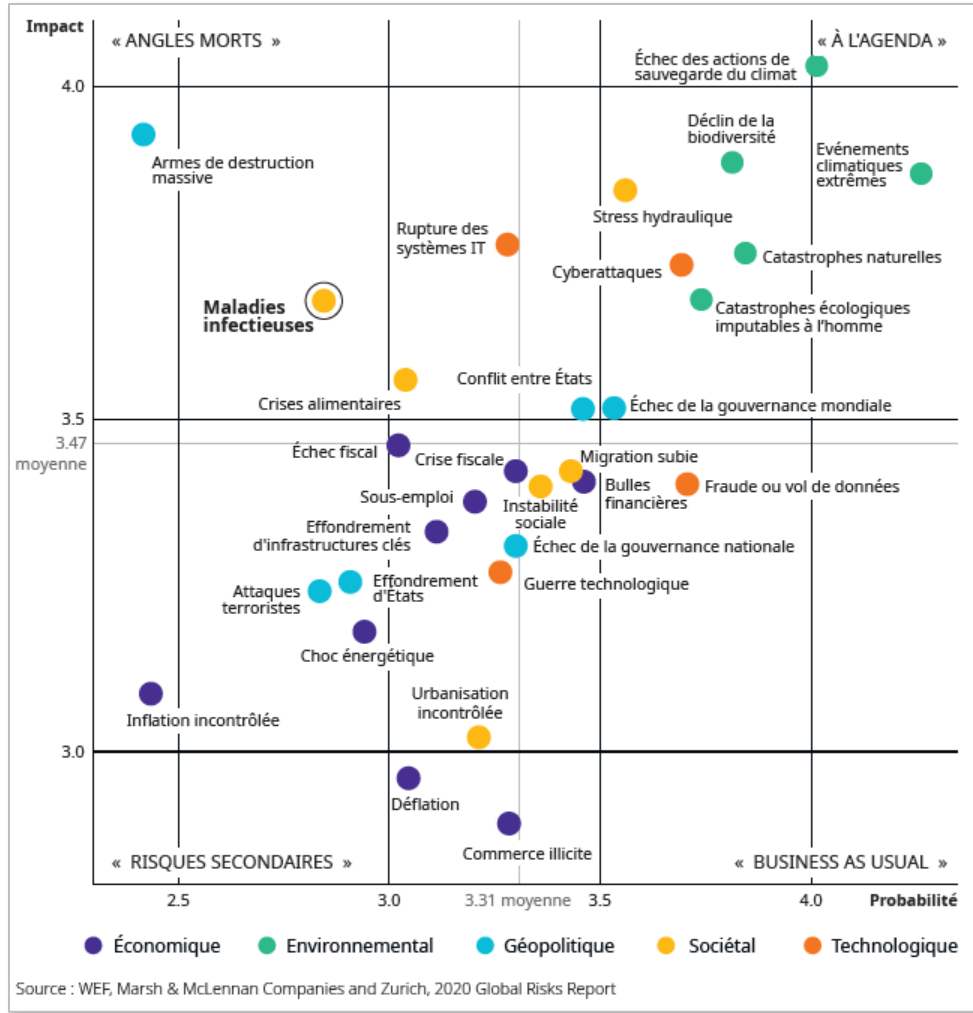
- Dolores ciend
- Voloriatut tqulam
- Ideniscias repere

Figura 1: Exhibit title here
Exhibit subtitle here



Nota: Put notes here. Fonte: Put sources here; divide by semicolon; end with fullstop.

DATAWRAPPER-CHARTS (TOOL FÜR INTERAKTIVE CHARTS)



INTERAKTIVE FORMULARE

OLIVER WYMAN

RECRUITING EVENTS

FORMATS

You can choose between posters, flyers und postcards in the following sizes:

DIN-FORMATS

- A6 105 x 148mm
- A5 148 x 210mm
- A4 210 x 297mm

Postcard A6 Flyer A5 Flyer A4

DIN-FORMATS



- A3 297 x 420mm
- A2 420 x 594mm
- A1 594 x 841mm
- A0 841 x 1189mm

Poster A3 Poster A2 Poster A1 Poster A0

LAYOUT

For standard requests, we use the recruiting key visual (mountain climber). For special events, an individual image can be used in accordance with Recruiting/DTP.

Standard Individual

MARSH & MCLENNAN COMPANIES


FORMATS

You can choose between posters, flyers und postcards in the following sizes:

FORMATS

- 105 x 148mm
- 148 x 210mm
- 210 x 297mm

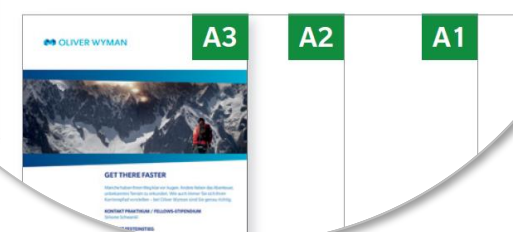
Postcard A6 Flyer A5



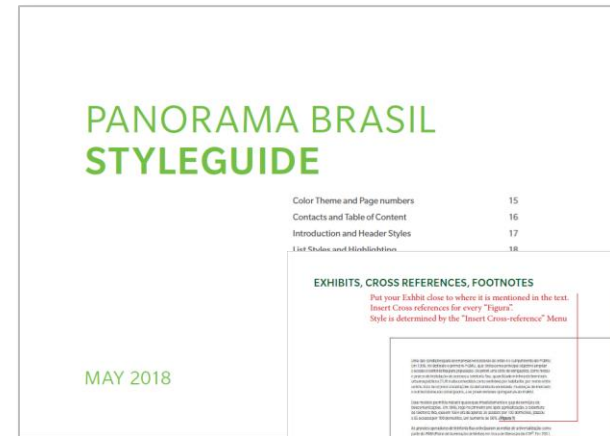
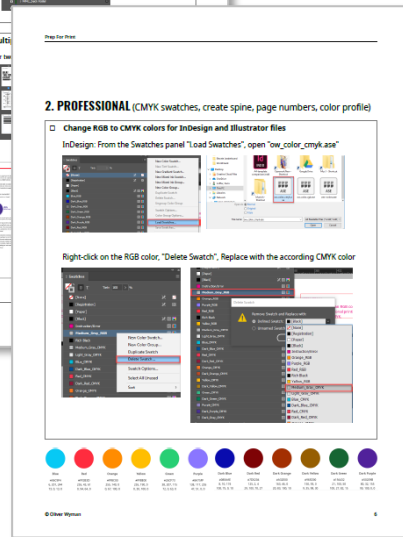
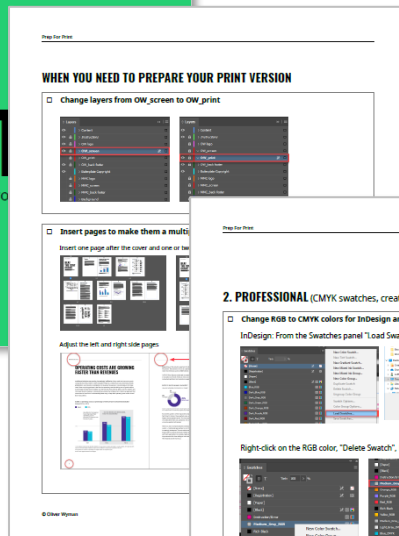
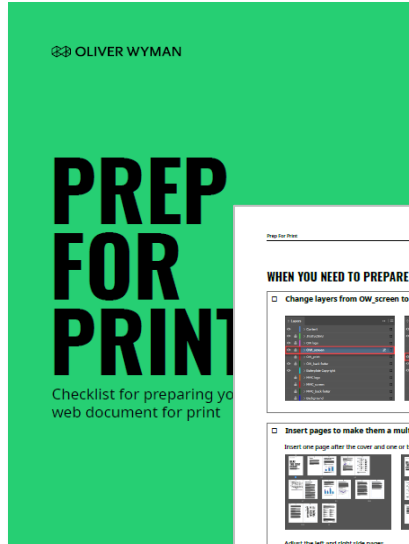
FORMATS

- 297 x 420mm
- 420 x 594mm
- 594 x 841mm
- 841 x 1189mm

Poster A3 Poster A2 Poster A1



TUTORIALS UND DOKUMENTATIONEN



Color Theme and Page numbers	15
Contacts and Table of Content	16
Introduction and Header Styles	17
List Tables and Mini-Block-Icons	18

EXHIBITS, CROSS REFERENCES, FOOTNOTES

Put your Exhibit close to where it is mentioned in the text. Insert Cross references for every "Figure". Style is determined by the "Insert Cross-reference" Menu

Footnotes will be placed by DTP at the end of the report when text is final

Distance 3 Baselines
Distance 1 Baseline
Distance 2 Baselines

COLORED PAGES (BOXES)

COLORED CASE STUDIES (BOXES) - FEW TEXT



Use one column text spread over 4/5 of the page

COLORED CASE STUDIES (BOXES) - MUCH TEXT



If you have many text you can use two columns spread over the complete page. You can position the exhibit more to the bottom of the page if necessary

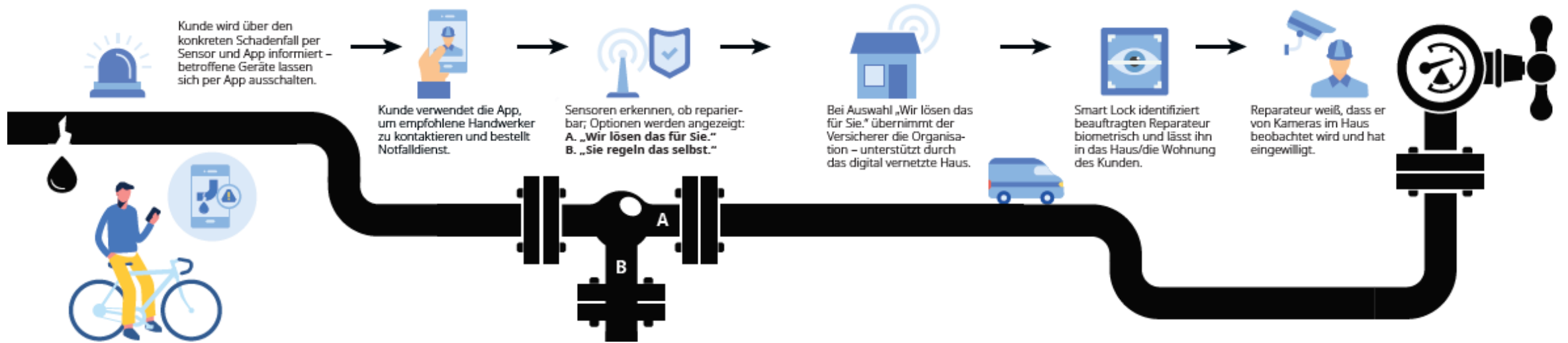


EVENT MALWAND



ICONS UND PROZESSABLÄUFE

DURCHGEHEND VOLLE TRANSPARENZ ÜBER DEN PROZESSSTATUS



DANKESCHÖN