

## Participantes com mais tempo de contribuição são os que mais recomendam a Fundação

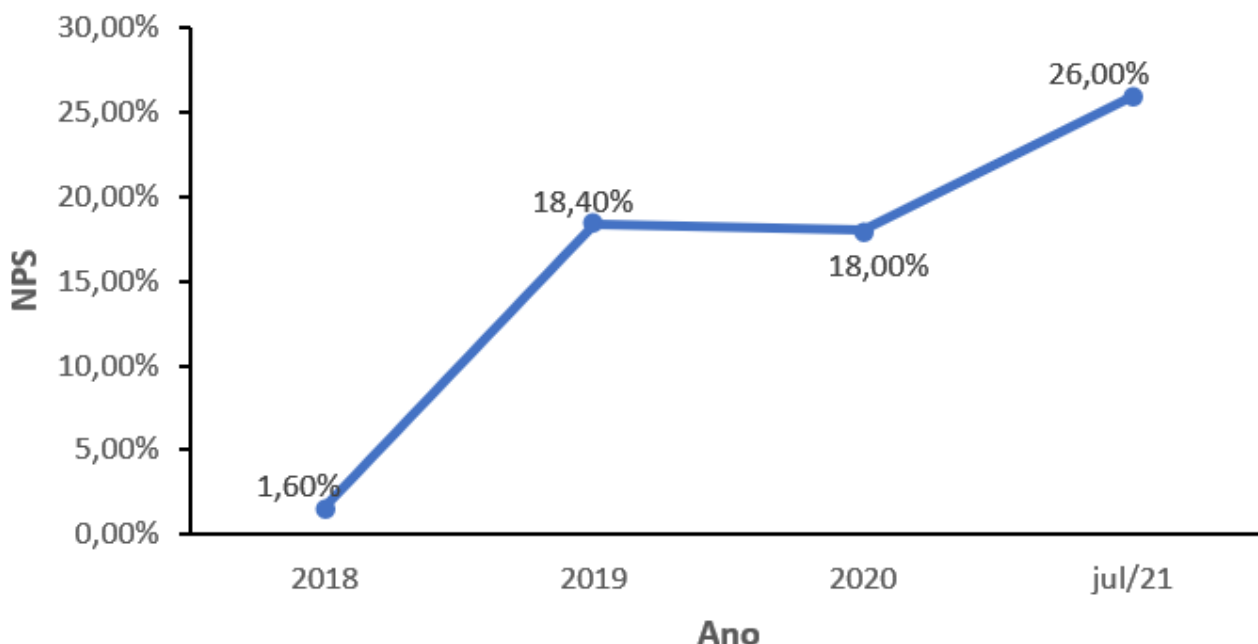
A pesquisa Net Promoter Score (NPS) realizada pelo Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica, o Ipec (ex-Ibope), com participantes da Funpresp mostra que aqueles com maior tempo de adesão a um dos planos de benefícios administrado pela Fundação são os que mais confiam na Entidade. A pesquisa foi feita com 500 participantes de todas as regiões do país, de diferentes categorias, órgãos públicos patrocinadores e carreiras profissionais do funcionalismo público dos dois planos (ExecPrev e LegisPrev), entre 12 e 22 de julho de 2021.

De forma geral, 48% dos entrevistados com data de adesão até 2018 são considerados promotores, ou seja, recomendam a Funpresp para colegas de trabalho ou amigos que também são servidores. Entre aqueles que aderiram nos anos de 2019 e 2020, o percentual é de 40%.

Os principais motivos apontados pelos entrevistados para recomendar a Fundação são a contrapartida do patrocinador (17%), a rentabilidade dos investimentos (12%), a transparência (10%) e a gestão confiável (9%) da Entidade.

**Nota subiu 44%** - A avaliação da Funpresp perante seus participantes tem melhorado desde 2018, ano em que a pesquisa do NPS começou a ser realizada na Fundação. Em 2020, a nota da Entidade foi de 18% e, em 2021, houve uma alta de 44%, quando a avaliação atingiu 26%. O gráfico 1 já mostra que a Entidade está melhorando cada vez mais os serviços prestados aos seus participantes e a satisfação deles está se refletindo no resultado da avaliação.

**Gráfico 1 - NPS da Funpresp-Exe**



**Fonte:** Gecom/Funpresp

**Melhor que a concorrência** - O resultado demonstrado pela pesquisa foi que 70% dos participantes avaliam que a Funpresp administra melhor ou igual o plano previdenciário do que os planos existentes em outras Instituições. E que 84% dos participantes entrevistados avaliam a satisfação com a Funpresp com nota igual ou superior a 7 numa escala até 10.

**Indicador** - O NPS é uma metodologia usada para medir o nível de satisfação e lealdade dos clientes de uma empresa e é feita anualmente com os participantes da Fundação, sendo uma referência mundial de qualificação amplamente reconhecida no mercado. A pesquisa é simples e pede que os participantes deem notas de 0 a 10 para perguntas e situações propostas, dividindo os respondentes em três grupos: promotores (aqueles que são “fãs” da instituição e de seus serviços, e conferem notas 9 ou 10), neutros (costumam não recomendar a organização ou o fazem com ressalvas, e que dão notas 7 ou 8) e os detratores (clientes completamente insatisfeitos, que concedem notas de 0 a 6 para a empresa).

Conhecer a zona de classificação do NPS é importante para saber qual o sentimento que o cliente tem em relação à sua empresa e o que deve ser feito para aperfeiçoar essa relação. Existem quatro zonas: excelência (pontuação de 75 a 100%); qualidade (de 50 a 74%); aperfeiçoamento (de 0 a 49%); e crítica (-100% a -1%).

**Fonte:** [Funpresp](#), em 17.08.2021.