

Por Alexandre Sammogini



Um dos grandes desafios atuais para o segmento de entidades fechadas de previdência complementar (EFPC) é o fomento do setor baseado fortemente em dois aspectos: novos negócios e crescimento do segmento, temas estes pelos quais sou uma grande entusiasta.

No entanto, para que isso seja possível, é fundamental que, enquanto dirigentes de EFPCs, tenhamos uma visão clara de que tudo o que foi feito no passado não vai garantir o sucesso do futuro. Embora este primeiro passo de reconhecimento seja um processo difícil, ele é extremamente necessário.

Esta mudança de modelo mental torna-se ainda mais complexa nos casos de entidades fortes e bem estabelecidas pois, em muitas vezes, elas apresentam um número tão grande de participantes que garantem muitos anos de funcionamento perene.

É preciso, no entanto, se questionar continuamente sobre como garantir esta perenidade e projetar, por exemplo, situações adversas como a redução da quantidade de participantes ativos, já que a redução do número de empregados pela automação já é uma realidade e, conseqüentemente, seguir sustentável ao longo do tempo.

A Valia é a sétima maior entidade fechada de previdência complementar do país que conta atualmente com cerca de 25 mil assistidos e 110 mil participantes ativos e, mesmo assim, buscamos estabelecer novos projetos e negócios no nosso planejamento estratégico, sendo inclusive provocados e apoiados pelo nosso Conselho. Foi assim que estruturamos o Prevaler, o nosso plano família.

Entendemos que a implementação deste tipo de plano traz uma relação tripla de ganhos. É vantajoso ao participante, uma vez que ele consegue ter acesso a uma previdência competitiva e de alta relação de confiança, podendo servir como produto de PrevSonho, funcionando como um investimento para médio prazo.

Do ponto de vista da entidade é possível ampliar os seus modelos de negócio garantindo sua sustentabilidade a partir do recebimento de mais recursos com a taxa de administração. Já a patrocinadora pode oferecer mais um benefício de atração e retenção de talentos sem custo ou risco financeiro, além de se beneficiar com a redução do custo administrativo pelo ganho de escala.

É preciso destacar, ainda que existe uma mudança de mentalidade quando implementamos este tipo de plano, uma vez que saímos de um modelo B2B para um sistema B2C. Ou seja, deixamos de pescar no aquário para olhar para um oceano azul de oportunidades.

Neste sentido, é fundamental a criação de estratégias que permitam uma boa experiência de adesão ao plano, campanhas e estímulos para a tomada de decisão. Eu costumo dizer que os nossos maiores concorrentes são o celular, carro novo, ou seja, o consumo imediatista presente. Por isso, é fundamental um trabalho forte de educação financeira juntamente com o marketing e comunicação.

Por fim, ressalto a importância de mudar a cultura da organização, trazendo ao plano família uma visão de negócio que deve ter retorno. Hoje, nosso plano família está com 80 milhões de patrimônio com 7 mil participantes, nós consideramos isso um sucesso já que no desenho inicial prevíamos que ele só conseguiria se sustentar em cinco anos, mas conseguimos atingir essa sustentabilidade em três anos.

Este resultado é consequência de muito trabalho colaborativo de toda organização, desde o desenho de premissas realistas com buscas incessantes para ganhar eficiência e elaborar estratégias para aumentar o volume de vendas, portabilidade e contribuições voluntárias.

A experiência positiva do Prevaler nos credencia a dar passos maiores em direção ao fomento, mostrando ao Conselho e às patrocinadoras que a entidade tem musculatura para novos negócios, como a oferta do Prevaler como instituído corporativo já em negociação com a Vale, nossa patrocinadora instituidora.

O caminho não é fácil, mas é o nosso papel desenvolver iniciativas que fortaleçam o cumprimento do nosso propósito de ajudar as pessoas na construção de um futuro mais digno e sustentável.

***Elisabete Teixeira**

é diretora de Seguridade da Valia

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 27.06.2023.