

Por Bruna Chieco



Com o objetivo de seguir o planejamento focado em impulsionar o fomento do setor de Previdência Complementar Fechada, a Abrapp criou as Comissões Técnicas de Vendas de Planos Previdenciários. O Diretor-Presidente da Fundação Viva de Previdência, Silas Devai Jr., será o Diretor responsável pelo Colégio de Coordenadores das CTs.

A ideia surgiu após uma demanda das próprias Associadas, que demonstraram interesse e necessidade de alavancar as adesões aos seus planos instituídos e família, principalmente.

A princípio, seria instalado um Comitê de Vendas no âmbito da Abrapp, mas devido à alta procura das entidades para participarem do grupo, ficou definido que o modelo mais adequado seria o de Comissões Técnicas, que pode abranger fundações de todas as regionais, ficando dentro do guarda-chuva de um Colégio de Coordenadores, como já ocorre nas demais CTs da Associação.

“Estamos escutando há alguns anos a necessidade de desenvolver o fomento nas fundações, e a própria Abrapp reforça o tema. A criação das CTs está aliada a essa necessidade”, disse Silas Devai Jr. em entrevista ao Blog Abrapp em Foco.

Segundo ele, poucas entidades têm a área comercial estruturada com a gestão de vendas evidente na sua estrutura. “Não é algo comum, e tem um tempo para maturar e evoluir aos poucos”.

Na Viva, essa filosofia comercial já está funcionando desde 2019, quando houve uma reestruturação da área de marketing da fundação e, em paralelo, foi criada a área comercial. “Foi em função dessas iniciativas que fui escolhido para liderar esse processo na Abrapp”, disse Devai Jr. “Outras fundações também já estão desbravando essa área”, comentou.

Desafio e oportunidade - Por ser um tema relativamente novo no universo das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC), aos poucos a questão de venda de planos vem evoluindo como uma mudança de mindset do setor.

Em especial, fundações que possuem planos instituídos acabam se deparando com maior necessidade de atrair novos participantes, já que essas entidades não possuem patrocinadores oferecendo contrapartida da contribuição.

“Esse tema não existia nas fundações, e hoje estamos muito mais expostos a concorrências de todo o tipo. Tem participante que mesmo com a contribuição da patrocinadora prefere investir em outro lugar porque tem uma ‘venda melhor’ da ideia”, observou Devai Jr.

Entre os desafios para expandir a prática comercial dentro das EFPC, foram apontados principalmente dois: orçamentário e cultural. “Muitas vezes os orçamentos são modestos, em comparação com instituições financeiras. Temos que fazer isso com mais criatividade. Esse será nosso trabalho”, pontuou o Diretor.

Segundo ele, as barreiras culturais das entidades também não foram totalmente superadas, apesar da evolução do tema dentro do setor. “Havia um preconceito enorme em relação a vendas, e isso já mudou. Algumas fundações já contam com área comercial e fazem um trabalho de venda. Vemos uma resistência ainda, apesar de ser menor”, explicou.

A criação das Comissões Técnicas, continuou ele, é uma iniciativa para tentar quebrar essa barreiras. “Parte do desafio é continuar evoluindo para mudar essa cultura”.

Para além dos desafios, Devai Jr. vê oportunidades de expansão da Previdência Complementar

Fechada a partir de uma dinâmica comercial mais forte não somente para atrair participantes, mas também para levar a empresas a possibilidade de oferecer planos aos seus colaboradores.

“Percebemos que não tem mais empresas montando planos novos e acabam oferecendo previdência aberta. Precisamos mostrar que há uma alternativa mais interessante no segmento fechado. Isso faz parte do fomento”, disse.

Adesão automática - A venda também terá um papel na retenção de participantes aderirem automaticamente a planos patrocinados. A inscrição automática foi aprovada pelo CNPC e autoriza que participantes sejam inscritos no momento em que forem contratados pelas empresas que oferecem o benefício aos seus colaboradores, dando um prazo de até 120 dias para que o participante opte pela desistência, se assim desejar.

“A adesão automática vai ajudar muito nesse processo de fomento e de venda, e a atuação será importante para que o participante fique no plano. Ele terá o ‘empurrãozinho’ para entrar, mas é importante que não desista”, disse Devai Jr.

A primeira reunião do Colégio de Coordenadores das Comissões Técnicas de Vendas de Planos Previdenciários da Abrapp está prevista para o final de fevereiro, quando haverá definição sobre o cronograma de trabalho e os primeiros temas a serem tratados pelas CTs.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 22.02.2024.