

Por Bruna Chieco



Em um mundo de constantes mudanças, as lideranças devem ter coragem para romper com estruturas antigas, protagonizando transformações e não apenas reagindo a elas. Esse foi o mote da primeira Insight Session do 46º Congresso Brasileiro de Previdência Privada (CBPP) com Walter Longo, publicitário renomado e premiado, especialista em inovação e transformação digital, que trouxe como tema “Mudança exige coragem: liderança protagonista”.

A apresentação, realizada nesta quarta-feira, 22 de outubro, destacou que o mundo não está mais na era digital, mas sim pós-digital. “Nesse momento, tão ou mais importante que usar armas digitais é desenvolver uma alma digital. Isso quer dizer ir além dessas ferramentas”, disse.

Como exemplos, ele citou rever as estruturas piramidais de autoridade e comando nas empresas, criando modelos colaborativos de gestão da inovação. Entre as ações necessárias, citou: integrar Big Data ofensivo e defensivo; utilizar blockchain em processos de documentação e registro; desenvolver realidade aumentada para treinamento e marketing; além de trocar custo fixo por variável em todas as áreas de atividade.

O especialista destacou ainda que é preciso manter uma relação constante e individual com cada cliente, agora que a tecnologia permite fazer isso com custos acessíveis, com os algoritmos de inteligência artificial sendo aliado na formulação de estratégias e processos decisórios.

Big Data – Quem vai comandar a nova forma de gestão é o Big Data, segundo Longo, liderando as relações. “A verdade é que a internet e o mundo digital mimaram as pessoas e valorizaram o indivíduo. Os clientes não estão mais solicitando ou sugerindo, eles estão exigindo ser tratados individualmente”, ressaltou.

Nesse cenário, ele afirmou que, para ter sucesso em qualquer área de atividade, as empresas terão que atuar em três frentes: simplicidade dos produtos, flexibilidade dos processos e individualidade na relação.

“Gerir uma empresa significa entender como funcionam as pessoas individualmente, não apenas os negócios, para atendê-las do jeito que esperam. E o Big Data é o motor que move essa nova máquina de individualização”.

A tecnologia permite cruzar fontes de dados para, em poucos segundos, conhecer melhor uma pessoa. A partir desse cruzamento, é possível não apenas saber quem ela é, mas o que está acontecendo com ela naquele momento. Com base nisso, é possível tomar decisões mais personalizadas.

Celeridade x longo prazo – No setor de previdência privada, os desafios deste mundo digital cada vez mais acelerado se acentuam, já que as entidades precisam atuar com estratégias de longo prazo enquanto o curto prazo e resultado imediato é valorizado.

Segundo Longo, a solução para isso envolve uma nova estratégia de comunicação, bem como novas arquiteturas e designs de produtos. “Precisamos sair do campo do ‘depois’ e entrar no território do ‘durante’, oferecendo horizonte distante com valor imediato. Trocar promessa futura por presença contínua. Precisamos estar presentes, mesmo entregando lá na frente. Precisamos de uma relação direta e constante”.

Ele comentou que a previdência precisa se reinventar e unir responsabilidade e recompensas ao longo do caminho, previsão e prazer, planejamento e engajamento. “Não se trata de abandonar o

longo prazo, devemos ensinar as pessoas a respeitar e valorizar isso. Mas precisamos oferecer pequenas vitórias no caminho. Isso resolve grande parte do nosso desafio”.

Inteligência Artificial – Complementando o Big Data, a inteligência artificial surge como aliada fundamental, ampliando a produtividade enquanto os seres humanos podem se concentrar em outras tarefas. Além disso, ela reduz erros e falhas, pois realiza uma checagem permanente dos dados.

A inteligência artificial também elimina custos, transformando despesas fixas em variáveis, permitindo que operações sejam escaláveis de forma eficiente. A ferramenta também permite individualizar as relações: a IA trata cada pessoa como indivíduo, oferecendo gamificação e segmentação de ofertas que ampliam fidelização e permanência.

O 46º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocínio Diamante: ASA, Evertec, Itajubá Investimentos. Patrocínio Ouro: Aditus Consultoria Financeira, Aon Consultoria, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset, Galapagos Capital, Itaú, MAG Seguros, Mirae Asset, Principal Asset Management, REV Corretora, Safra, Santander Asset Management, SulAmérica Investimentos, XP Investimentos. Patrocínio Prata: Caixa Asset, Inter, MarketAxess, PFM Consultoria e Sistemas, Porto Asset, Trígono Capital, Vinci Compass. Patrocínio Bronze: Anbima, Az Quest, Consepro AI, Constância Investimentos, Fin4She, FRAM Capital, HMC Capital, Icatu Vanguarda, IIA Brasil, Investira, MAF Consultoria e Treinamento, MAPFRE Investimentos, Mirador Atuarial, Multifonds, Opportunity, Patrimonial Gestão de Recursos, Polo Capital, PORTO REAL, PRI, PRP Soluções, Real Investor, RJI Investimentos, TAG Investimentos, Tivio Capital, Vila Velha Corretora de Seguros, WEDAN Consultoria. Parceiro de Mídia: Gazeta Mercantil. Apoio Promocional: ABIPEM, Abrasca, ABRH, ABVCAP, ANABB, ANCEP, ANFIP Nacional, APIMEC Brasil, ASCPrev, B3, CRA-SP, FACPCS, FEBRABAN, FIAP, FIPECAFI, IBA, IBGE, Ibracon, PLANEJAR, Previpar, Tchê Previdência, UNIDAS.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 22.10.2025.