O 47º Congresso Brasileiro de Previdência Privada (CBPP) contou com a participação de Renato Meirelles, Presidente do Instituto Locomotiva, que realizou a palestra “Previdência POP”. Durante a apresentação, ele apresentou os resultados de uma pesquisa inédita sobre como os jovens pensam o futuro, tomam decisões financeiras e o que faria a previdência privada se tornar uma opção relevante para essa geração.

“Quanto antes as pessoas começarem com a previdência, mais conseguirão acumular no futuro. Então, por que as pessoas começam a se preocupar com isso depois dos 30 anos de idade? Porque a previdência fala em décadas, e o jovem fala em meses”, disse.

Renato Meirelles ressaltou que os jovens têm rendimentos menores e que o desafio está em desenvolver e adequar produtos e linguagem para se aproximar desse público. Para isso, é necessário compreender como eles imaginam o próprio futuro e como administram a renda no presente. Segundo ele, os imprevistos financeiros do dia a dia influenciam diretamente a decisão de poupar ou investir.

Objetivos e preocupações financeiras – A pesquisa ouviu cerca de mil jovens e identificou seus principais objetivos financeiros. Conquistar a independência financeira foi citado por 39% dos entrevistados, seguido pela formação de uma reserva para emergências (36%) e pela possibilidade de viajar mais (25%). Entre as principais preocupações estão a falta de dinheiro, a dependência financeira de outras pessoas e os problemas de saúde.

“A preocupação com o futuro financeiro já existe. A questão é que esse jovem não está conseguindo se preparar para o futuro”, afirmou o palestrante.

O levantamento aponta que oito em cada dez jovens se preocupam com o futuro financeiro, mas apenas um terço sente que está fazendo algo concreto para se preparar. Além disso, 65% consideram que a preparação financeira deve começar antes dos 30 anos, enquanto 60% tomam decisões financeiras com foco no curto prazo.

“Guardar dinheiro com regularidade está longe de ser a regra. Um terço diz que guarda com frequência, 27% conseguem guardar dinheiro às vezes e 41% quase nunca têm sobra ou têm dívidas superiores à renda”, destacou.

A tecnologia também trouxe novas formas de guardar dinheiro, o que representa um desafio para a previdência privada, que precisa concorrer com outras alternativas de construção de patrimônio. As chamadas “caixinhas” oferecidas por aplicativos são utilizadas por 55% dos entrevistados.

Segundo a pesquisa, sete em cada dez jovens afirmam ter alguma reserva de emergência, mas apenas 19% possuem recursos suficientes para cobrir mais de três meses. Entre as principais dificuldades para guardar dinheiro estão os imprevistos e as emergências frequentes, apontados por 28% dos jovens, a renda insuficiente, mencionada por 26%, e o pagamento de dívidas, também citado por 26%.

Conhecimento sobre previdência – Outro desafio identificado pela pesquisa é o pouco conhecimento dos jovens sobre o funcionamento da previdência privada, além do receio de assumir compromissos financeiros de longo prazo. Para o palestrante, é necessário explicar o produto de maneira mais intuitiva e demonstrar que a previdência pode ser uma parceira também nos momentos de dificuldade financeira.

“Dois terços dos jovens dizem que conhecem pouco ou não conhecem nada sobre previdência privada. Apenas 39% dos jovens concordam que as instituições financeiras explicam a previdência de forma compreensível”, afirmou.

Para ampliar o conhecimento sobre o produto, reduzir os receios e torná-lo mais atrativo, Renato destacou a importância de apresentar um propósito concreto para esse público, mostrando como a previdência pode contribuir para a construção de renda e autonomia.

Também apontou a necessidade de oferecer opções de entrada acessíveis, que permitam começar com pouco, contribuições flexíveis e ferramentas que ajudem o jovem a visualizar, no dia a dia, os benefícios de se preparar financeiramente.

“O jovem tem disposição, só que não está encontrando algo que dialogue com tudo isso. Eles consideram importante em uma solução de investimento de longo prazo poder pausar contribuições sem perder o que já acumularam, ver o saldo e a evolução de forma simples no aplicativo e poder aumentar ou reduzir a contribuição”, explicou.

Ao concluir, o palestrante destacou que além de ajustar os produtos, é fundamental repensar a forma de apresentá-los e comunicá-los. O desafio é mostrar como uma solução de longo prazo, que tradicionalmente trabalha com horizontes de décadas, pode gerar benefícios percebidos no cotidiano de quem planeja a vida financeira mês a mês.

O 47º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocinador Diamante: ASA, Evertec, Itajubá Investimentos AI e XP Banco de Atacado. Patrocinador Ouro: Aditus, Aon, Azimut, BB Asset, BNP Paribas Asset Management, Bradesco Asset, Galapagos Capital, Itaú Asset Management, MAG Seguros, Principal Asset Management, Safra, Santander Asset Management e SulAmérica Investimentos. Patrocínio Prata: Anbima, CAIXA Asset, Cavezzale Advogados Associados, Consepro, IIA Brasil, Investira, Leto Capital, Maraey, Mirador, Oceana Investimentos, Porto Asset, PRP Soluções, RJI Investimentos, Sabesprev, Vila Velha Corretora de Seguros, Vinci Compass e Wedan. Patrocínio Bronze: FRAM Capital, Icatu Vanguarda, Investo, IP Capital Partners, MAF Consultoria, Mapfre, Polo Capital, REV Corretora de Seguros e Sparta. Parceiros de Mídia: Broadcast, CNN Brasil e Gazeta Mercantil. Apoio Promocional: ABDE, Abipem, ABRH, ABRH-ES, Abvcap, Ancep, Apimec, ASCPrev, CFC, CRA-SP, Febraban, Fiap, Fipecafi, FPE, IBA, IBGC, IBPE, Ibracon, Servir Brasil, Previpar, Tchê Previdência e Unidas.

Fonte: Abrapp em Foco, em 22.10.2026.