

Abrapp: Por Jorge Wahl



A exemplo de tantos outros mercados que sofrem com a rapidez das transformações, o ecossistema de benefícios oferecidos pelas empresa aos seus colaboradores também se encontra em ebulição e reunir ideias sobre como a previdência complementar pode ganhar com isso foi a missão na tarde de quinta-feira (22/10) da Plenária 2 do 47º CBPP. Os dois expositores chegaram à conclusão de que essa possibilidade existe, apesar de inúmeros desafios que devem ser superados.

Os palestrantes foram Lilian Kazama, Diretora de Total Rewards & People Operations do iFood, ao lado de Clayton Pedro, Diretor de Negócios e Expansão da ABRH-SP e CEO da Biz Benefícios. Lilian não escondeu o peso dos desafios a serem vencidos, mas em seguida apontou um possível caminho. Começou relatando ter o iFood incluído a previdência complementar no cardápio de benefícios oferecidos, mas a experiência enfrentou dificuldades para avançar nas adesões.

Para entender a dificuldade, o iFood fez uma pesquisa interna sobre qual seria o interesse de seus colaboradores se a empresa contribuísse oferecendo uma contrapartida aos funcionários que viessem a aderir. “E reação saiu de uma baixíssima adesão inicialmente para 90%”, disse Lilian.

Clayton disse não ter dúvidas quanto à importância da previdência complementar no futuro do trabalhador e atribuiu a dificuldade ao baixo acesso dos jovens à educação financeira. No seu entendimento tal desafio só será respondido no momento em que todos os atores interessados nisso estudarem a fundo como vender a ideia da acumulação via poupança previdenciária.

Lilian e Clayton alinharam algumas possibilidades de as entidades fechadas serem bem sucedidas, talvez aproveitando a atual tendência de hiper personalização dos benefícios. A própria iFood ampliou o seu cardápio para 10 benefícios, seis deles acessados livremente e outros quatro obrigatórios, por um sistema de pontos acumulados. Dessa forma os funcionários podem fazer as suas escolhas obedecendo às suas prioridades.

As chances podem crescer, por exemplo, se num momento de tanto estresse causado pela inadimplência das famílias e as tensões diárias o marketing da previdência conseguisse vender a poupança previdenciária como planejamento financeiro capaz de trazer a sensação de estabilidade. Ou mesmo de acumulação importante não só no futuro, mas também para uma emergência.

E ao mesmo tempo, num cenário de preocupação com a saúde mental do trabalhador, caberia talvez associar uma aposentadoria financeiramente protegida ao bem estar físico futuro.

Tal marketing poderia igualmente tentar convencer as empresas do quanto a oferta de previdência complementar poderia reforçar uma marca que se mostrasse preocupada com o futuro de seus colaboradores. Afinal, avolumam-se os sinais de insuficiência futura quanto aos valores pagos pela Previdência Social.

E como os trabalhadores trocam de empregadores com muito mais frequência do que no passado, caberia mais que nunca mostrar que as reservas poupadas podem transitar sem perda de um emprego para o outro.

O 47º CBPP é uma realização da Abrapp, UniAbrapp, Sindapp, ICSS e Conecta. Patrocinador Diamante: ASA, Evertex, 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 23.10.2026.