

Por Jorge Wahl

A crescente interseção entre a tecnologia da informação e o marketing já faz aparecer cada vez mais executivos *chiefs data officer* (CFO) no alto do organograma das empresas norte-americanas. No Brasil ainda não é bem assim, até por se estimar que por enquanto menos de dez pessoas têm esse nome gravado em seus cartões de visita, mas o fato é que de todo jeito o assunto vem merecendo mais e mais atenção em nosso País. Fruto dessa maior importância, por exemplo, é que a área de Marketing Digital da Fundação Getúlio Vargas já vem produzindo nos últimos meses trabalhos sobre como o tema vem evoluindo nas organizações brasileiras. Até que nos últimos dias surgiu a notícia de que pesquisa começa a ser feita a esse respeito tendo como alvo especificamente os fundos de pensão.

“Cinco entidades já nos deram entrevistas e, se adesão ajudar, o trabalho todo deverá estar concluído até o final de janeiro”, explica André Lima Cardoso, professor de Gestão de Tecnologia e de Planejamento Estratégico de Marketing Digital da FGV. O foco do trabalho são os fundos de pensão e a ideia é ao final se dispor de um Índice de Maturidade Digital, a fornecer uma visão geral e abrangente unindo o que há de comum entre TI e marketing em nosso sistema.

De onde vêm as demandas - “Um ponto importante é formarmos uma boa ideia de onde vem as demandas e como funciona o seu fluxo, em seguida”, nota André.

O novo índice, antecipa André, vai estar apoiado na avaliação de 7 variáveis: Gestão, Mídias Sociais, Conteúdo, Website, Mobile, Colaboração e Tecnologia.

A TI dos fundos de pensão já tem um quadro geral formado, providenciado pela Comissão Técnica Nacional de TI da Abrapp, o [M@PTI](#), que como o próprio nome sugere já fornece um mapa bastante amplo, inclusive permitindo uma comparação entre o estágio em que cada entidade se encontra comparativamente às demais.

Daniel Salvador, Gerente de Marketing da Infobase Interativa, lembra também de pesquisa apresentada por sua empresa em uma das palestras técnicas durante o 36º Congresso Brasileiro dos Fundos de Pensão. Segundo o levantamento, 60% das entidades pesquisadas possuem site com uma boa performance, um percentual que indica aquelas com boa velocidade de download. É algo importante, na medida em que rapidez de acesso conta pontos a favor na imagem que o participante têm de sua EFPC.

Segundo Daniel, a pesquisa revelou também que 42% dos sites estão adequados (“otimizados”) aos mecanismos de busca.

**Fonte:** [Abrapp](#), em 09.11.2015.