

Campanha da FenaCap estimula o consumo consciente e incentiva a população a juntar dinheiro antes de gastar

A frase-título dessa matéria traduz o conceito da campanha institucional que a Federação Nacional de Capitalização – FenaCap – e suas 17 empresas associadas lançam hoje, 16 de julho, nas mídias sociais e em portais noticiosos de grande audiência. A iniciativa é parte dos esforços de educação financeira desenvolvidos pela entidade no âmbito do Programa de Educação em Seguros, da Confederação Nacional de Seguros Gerais, a CNseg.

O diretor-executivo da FenaCap, Carlos Alberto Corrêa, explica o objetivo da iniciativa: “Num país com cerca de 60 milhões de pessoas endividadadas, outras milhares inadimplentes, que não dispõem de reservas para fazer frente a emergências financeiras e não conseguem preservar conquistas, tornou-se urgente incrementar os esforços de educação financeira, condição considerada essencial para promover e ampliar o bem-estar das famílias brasileiras, especialmente em momentos de instabilidade econômica”, assinala.

Estas ações estão alinhadas à Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF), criada pelo Governo Federal, que rapidamente obteve o engajamento de instituições como a CNSeg – Confederação Nacional de Seguros Gerais e das quatro federações empresariais a ela vinculadas.

Melhor amigo

Durante os próximos meses, usuários do Facebook e de portais de notícias poderão conhecer e acompanhar as peripécias de um cachorrinho charmoso, que estará presente com seus donos em situações bem conhecidas: uma jovem diante dos apelos de uma mega promoção de roupas; outro que se encanta com uma oferta relâmpago em um site de compras e em muitas outras circunstâncias. Remetendo à ideia de que o cachorro é o melhor amigo do homem, a campanha, criada pela agência Binder, mostrará o personagem em vídeos, banners e outras peças, ajudando seus donos a fugir dos apelos do consumo fácil e pouco consciente.

O “mascote”, especialmente criado para a Campanha – que utiliza recursos 3D para tornar ainda mais real a experiência dos usuários – é altamente convincente ao desestimular compras por impulso. Ao mesmo tempo, a campanha procura ampliar o conhecimento sobre as modalidades de títulos de capitalização existentes, com explicações simples e claras sobre o funcionamento de cada uma delas, a quem se destinam e seus benefícios.

Os vídeos exibidos nas redes e nos portais noticiosos levam o usuário a conhecer o hot site da campanha que, além de explicar didaticamente o que é um título de capitalização e suas modalidades, conta ainda com um “simulador de planos”, a fim de identificar quanto seria necessário guardar para realizá-los, seja uma viagem de férias, uma festa de 15 anos, um casamento, a reforma da casa e outros sonhos.

“De maneira lúdica e divertida, nossa expectativa é estimular as pessoas a juntar dinheiro para gastar depois, apresentando as soluções de capitalização como um caminho bastante interessante para chegar lá, por meio do planejamento e da disciplina financeira”, assinala Elena Korpuseenko, presidente da Comissão Técnica de Comunicação da FenaCap.

Essa é a primeira Campanha institucional da Federação dirigida ao consumidor final, embora também existam algumas ações previstas para parceiros de negócios e distribuidores de soluções de capitalização.

As modalidades apresentadas na Campanha incluem os títulos de capitalização Tradicional (para juntar dinheiro e concorrer a prêmios, com resgate de 100% do valor pago, corrigido pela TR, ao

fim da vigência); o Instrumento de Garantia (que permite usar o título para alugar um imóvel, dispensando fiador); o título Popular (preço acessível, com retorno de até 50% da reserva e muitos sorteios); o produto de Incentivo (para pessoas jurídicas interessadas em realizar ações proporcionais de vendas com o estímulo dos sorteios para seus clientes); e o Filantropia Premiável (consumidores concorrem a prêmios e cedem suas reservas para instituições filantrópicas credenciadas pelas empresas de capitalização).

[Assista aqui ao vídeo](#)

[Acesse o hotsite da campanha clicando aqui](#)

Fonte: [CNSeg](#), em 16.07.2018.