

A Caixa de Previdência do Banco do Nordeste do Brasil (Capef) tem concentrado esforços para ampliar o nível de adesão à entidade. Para isso vem realizando uma campanha que já percorreu mais de 10 mil quilômetros para aumentar o nível de adesão ao plano CV I entre os funcionários do patrocinador que ainda não são participantes. Além disso, a entidade planeja o lançamento de um novo plano setorial voltado aos atuais participantes e seus familiares. Em fase de preparação, o novo plano será estruturado através do Fundo Setorial Abrapp.

Enquanto o plano setorial está em fase de aprovação, os dirigentes e profissionais da entidade não ficam parados. Em uma ação que percorreu 75 cidades entre outubro de 2018 e abril de 2019, conseguiram a adesão de 135 funcionários ao plano, de um total de 258 visitados - eficiência de 52,3%. Dos quase 2 mil municípios da região Nordeste, cerca de 300 são atendidos pelo Banco do Nordeste por meio de agências. Com o apoio da área de Desenvolvimento Humano do banco, os dirigentes e funcionários da equipe de vendas da Capef iniciaram as viagens para visitar cada agência e conversar com os funcionários.

De acordo com o Diretor de Previdência da Capef, Fran Bezerra, a campanha surgiu após uma constatação da diretoria da entidade, em 2011 - um ano após a criação do plano -, que não bastava apenas oferecer um plano patrocinado e ficar aguardando o interesse das pessoas em aderir. "Na época, sentimos necessidade de estreitar mais o contato com nossos potenciais participantes e tentar ampliar esse quadro. Já tínhamos feito algumas ações, criamos a figura da ouvidoria, além de realizar encontros anuais nas nove capitais do Nordeste em que atuamos, mas sentimos necessidade de ir até onde estava nosso participante, nas cidades de menor porte", explica Bezerra.

Durante as reuniões, os profissionais da Capef buscam compreender as motivações de cada funcionário para ainda não estar no plano. Entre as justificativas estavam renda comprometida ou outros investimentos já realizados. "Mostramos que, mesmo sob a ótica estritamente financeira, qualquer investimento de mercado não seria capaz de gerar um retorno igual ao do nosso plano. Essa estratégia vem se mostrando extremamente acertada e conseguimos, ano a ano, um número de adesões expressivo. Hoje, o plano CV I conta com 6,5 mil participantes. É um esforço bem sucedido nessa pesca no aquário", diz Fran Bezerra.

O diretor da Capef destaca que o último ano teve um crescimento em taxa de adesão maior que os anos anteriores. "No final de 2018 e primeiros meses de 2019 vimos um aumento positivo que acreditamos estar relacionado à Reforma da Previdência". Bezerra acredita que as pessoas estão com percepção mais forte que o caminho da previdência pública não é tão garantido, sendo melhor buscar alternativas.

Plano Setorial - A Capef possui ainda um plano de benefício definido (BD), que tem 52 anos de existência e está fechado para adesões desde 2001. Os dois planos somados totalizam patrimônio de R\$ 5 bilhões e mais de 12 mil participantes. Para promover uma renovação do quadro de participantes, a entidade está planejando a abertura de um novo plano através de parceria com o Fundo Setorial Abrapp. O desenho do novo plano será baseado no regulamento do Prevsonho Plus (modelo CD5), que é pré-aprovado pela Superintendência Nacional de Previdência Complementar (Previc).

"Vamos lançar o plano para familiares dos nossos participantes ainda este ano", diz Bezerra, explicando que a entidade apenas aguarda aprovação da Abrapp para enviar regulamento à Previc. O plano prevê, além da renda de aposentadoria, a possibilidade de rendas temporárias, enquanto a Abrapp entra como instituidor setorial. "Fizemos pesquisas sobre interesses dos nossos participantes atuais em ter acesso a um plano para seus familiares e tivemos quase 70% de resposta positiva. Caso tenha esse nível de aceitação, já contaremos com 8,4 mil pessoas no plano, e cada um deles deve envolver uma média de dois familiares. Então temos projeção de alcançar 25 mil participantes para o novo plano em dois ou três anos", complementa Bezerra.

O dirigente explica que a campanha de adesões ao plano CV I serviu de base para a formação de uma futura equipe de vendas para os novos produtos. "Formamos uma equipe dedicada a isso, o embrião da nossa área de vendas, que são pessoas que atendem o participante", conta Bezerra.

Fonte: Acontece Abrapp, 15.07.2019.