

***A Revista da Previdência Complementar Fechada traz na edição de novembro/dezembro 2019 como a Fundação Viva, gestora de um dos maiores planos instituídos do país, aposta em excelência no atendimento para fazer crescer o segmento família***

Rentabilidade, custo e qualidade no atendimento: esses são os diferenciais da Viva Previdência segundo seu diretor-presidente, Silas Devai Junior. Com 40 anos de história, 3 bilhões de reais em ativos e 50 mil participantes espalhados pelo Brasil, a entidade decidiu, em 2017, focar o segmento de instituídos. A fim de atrair novos patrocinadores e instituidores, prima pela boa governança e tem investido fortemente em fomento, tanto que foi a primeira fundação a patrocinar o Congresso Brasileiro da Previdência Complementar Fechada, em 2019.

A experiência, conta Devai Junior, foi bastante proveitosa. “Tomamos uma decisão acertada. Tivemos a oportunidade de conversar com muitas instituidoras e patrocinadores. É um momento importante não só de relacionamento, mas de construção da nossa marca.”

**Processo individual**

A Viva gerencia três planos: o Plano Viva de Previdência e Pecúlio (desde 1974), o Plano GEAPREV e o Plano Viva Futuro, na modalidade de Plano Família. Este último, lançado em junho deste ano, já conta com 300 participantes, número considerado expressivo pelo diretor-presidente da entidade. “Diferente de um plano patrocinado, a gente não tem funcionários de empresa que contratam o plano para os seus filhos. Trata-se de um processo de venda totalmente individual e desafiador.”

A meta é chegar a 2 mil participantes até a metade de 2020. Para tal, uma campanha vem sendo realizada no intuito de comunicar o benefício. “A gente fala com os potenciais participantes por e-mail, portal, SMS, telefone. Acreditamos que a curva vai aumentar e vamos conseguir as adesões”, assinala Devai Junior.

A Viva é essencialmente focada em entidades de classe, como a Associação Nacional dos Procuradores e Advogados Públicos Federais (Anprev) e a Associação Nacional dos Auditores Fiscais da Receita Federal do Brasil (Anfip). Portanto, seu público é em grande parte formado por funcionários públicos que chegam à fundação por meio dessas associações representativas, explica o dirigente.

**Plano flexível**

A flexibilidade do plano Viva Futuro está refletida na ausência de limite de idade para adesão e na possibilidade de o participante definir o quanto deseja contribuir, com aportes bem acessíveis, que partem de R\$30 reais ao mês. Também é possível suspender temporariamente as contribuições sem que isso implique no desligamento do plano.

Os valores são creditados na conta individual e investidos. O retorno líquido das aplicações volta integralmente para o participante, que poderá escolher quando quer receber o benefício (a partir de 18 anos). Resgates parciais ou totais são permitidos após cumprida carência de 36 meses.

O Plano Família garante uma renda mensal ou uma renda por invalidez. Para os beneficiários do participante, há o pecúlio ou a pensão por morte. Disponibiliza-se, ainda, a contratação de seguro adicional para cobertura de invalidez e morte.

**Atendimento e educação**

Uma das marcas registradas da EFPC é o atendimento ao público, cuja qualidade vem sendo atestada por pesquisa permanente junto aos participantes, a qual revela 99% de satisfação com o plano. “Atender bem as pessoas é uma vontade legítima, não um discurso de venda. A gente de fato entrega isso.”

Também contribui para o crescimento da fundação o seu programa de educação financeira, batizado de Viva Educa, que alinhado a uma tendência crescente do mercado, procura estimular nas pessoas a consciência sobre No Plano Família Viva Futuro, o participante pode definir o quanto deseja contribuir, com aportes que partem de R\$ 30 reais ao mês a importância da poupança de longo prazo.

Silas Devai Junior atribui o fato de muitos participantes estarem contratando o Viva Futuro para familiares justamente a esse processo de educação. “A preocupação de fazer uma previdência para alguém tão novo é muito bacana. As pessoas estão mais conscientes de que é preciso poupar desde cedo, pois quanto mais cedo se começa, mais barato fica poupar para obter um bom benefício lá na frente.”

### **Resultado consistente**

Outro motivo de orgulho é a rentabilidade alcançada pela fundação, que bateu a média de 13% no acumulado do ano, mais que o dobro do mercado e bem acima da meta atuarial. O Plano VivaPrev registrou, até outubro de 2019, resultado de 13%; já o GEAPREV (de Contribuição Variável) acumulou, no mesmo período, retorno de 17,49%.

Em função do superávit financeiro, a Viva ofereceu vantagens adicionais ao seu público. A contribuição mensal dos participantes ativos do VivaPrev, maior plano sob gestão, está suspensa até dezembro de 2022, sem nenhuma mudança nos benefícios do plano.

Boa parte dos resultados deveu-se, segundo Silas Devai Junior, ao posicionamento acertado da carteira de títulos públicos. “A gente foi feliz não só no ano passado, mas nos anos anteriores, então essa rentabilidade é consistente. Trata-se de uma marca registrada da fundação e motivo de bastante orgulho.”

Contudo, o futuro promete ser bem mais desafiador. No ano que vem, pondera o dirigente, será preciso rever a estratégia, o que inclui olhar para outros ativos e “fazer um movimento diferente para poder continuar entregando boa rentabilidade”, diz ele.

Diferencial relevante da EFPC na área de investimento é a independência, já que não há exclusividade nem compromisso especial com nenhuma gestora. “Trabalhamos com seis assets, mas posso trabalhar com quantas e quais eu quiser”, afirma o diretor-presidente. Ou seja, se uma instituidora quiser levar o seu plano para a Viva e ela tiver uma carteira específica com determinada asset com a qual a EFPC ainda não trabalha, isso pode ser viabilizado.

### **Eficiência operacional**

A exemplo do que fazem outros fundos de pensão, a Viva não cobra taxa de carregamento, um diferencial que a fundação faz questão de reforçar junto ao seu público. “A questão do custo e a rentabilidade são dois argumentos que utilizamos para convencer outras empresas, instituidoras ou patrocinadoras a trazer os seus planos para a Viva.”

Manter a eficiência operacional é preocupação constante, em especial diante de um cenário mais desafiador de investimento, que demandará maior tomada de risco em instrumentos cuja gestão pode ser mais onerosa. “É possível que os retornos não continuem tão altos por conta do mercado e de taxas de juros mais baixas. Mas a gente se vale de um histórico muito bom de investimento e esperamos continuar acertando nos próximos anos”, argumenta o dirigente.

### **100% eleitos**

Entidade privada sujeita à Lei Complementar nº 109, a Viva passou recentemente por uma modificação em sua estrutura, tornando-se um fundo instituído. Optou-se, assim, pela adoção de uma nova marca. “Nós fazíamos parte da GEAP, então havia saúde junto de previdência. Depois houve a separação e, em 2017, a fundação entendeu que era importante mudar seu nome para

consolidar esse novo posicionamento.”

A mudança também teve reflexos na governança da EFPC. Um aspecto que a distingue das demais é o fato de os membros do Conselho Deliberativo, num total de oito, serem 100% eleitos pelos participantes. O Conselho Fiscal também tem todos os seus membros escolhidos dessa forma.

Conforme definido no Estatuto da entidade, o candidato precisa cumprir um critério mínimo de tempo de participação nos planos. Todos os conselheiros eleitos são certificados e treinados, devendo preencher as qualificações exigidas pela legislação para que possam assumir a função. “Entre a eleição e a posse, há um período de preparo. Temos um cuidado grande com essa certificação.”

Devai Junior explica ainda que o processo de eleição é totalmente transparente. “É bacana porque não existe indicação política nem de espécie alguma. O processo acontece 100% por eleição dos próprios participantes.”

### **Construção da marca**

A participação no Congresso Brasileiro da Previdência Complementar Fechada de 2019 foi consequência de uma discussão iniciada, ainda em 2018, no âmbito do planejamento estratégico da Viva. Na época, Conselho e Diretoria entenderam que era importante dar um viés mais de fomento à fundação a fim de se buscar o aumento do número de participantes, instituidores e patrocinadores.

“Quando definimos esse movimento de abordar outras instituidoras para que elas trouxessem os planos para a Viva, concluímos que seria extremamente importante estar no Congresso da Abrapp porque todos os nossos potenciais ‘clientes’ participam”, explica Silas Devai Junior.

A experiência, a seu ver, foi muito positiva. “Recebemos muita gente no nosso stand, conversamos com muitas instituidoras, patrocinadores”, reforça o dirigente, que considerou a oportunidade muito importante não apenas para o relacionamento, mas para a construção de marca da EFPC. Afinal, embora a fundação tenha mais de 40 anos de história, a marca Viva é nova e ainda pouco conhecida. “Ficamos bem contentes e satisfeitos com a participação no Congresso”, conclui o diretor-presidente.

Leia a edição completa da Revista da Previdência Complementar Fechada: <http://bit.ly/34T5Euf>

**Fonte:** Viva Previdência, em 05.12.2019