

A Funcesp anunciou nesta segunda-feira, 27 de julho, a mudança de logomarca e nome, que agora é Vivest. A mudança representa a consolidação de um processo de transformação da cultura da entidade nos últimos três anos. Neste período, a fundação implementou iniciativas que prepararam a organização para o crescimento nas áreas de previdência e saúde.

Uma das principais mudanças foi a criação do Familinvest, primeiro plano instituído desenvolvido através do Fundo Setorial Abrapp. O plano foi aberto no primeiro semestre do ano passado para a adesão de familiares de até 4º grau dos participantes. Além disso, a entidade criou uma gerência comercial, encarregada de promover o processo de crescimento e garantir a sustentabilidade da organização.

Mais recentemente, a entidade passou a ter dois novos patrocinadores de planos de saúde, que agregaram 65 mil vidas ao portfólio e elevaram a Vivest à condição de maior empresa de autogestão de saúde do estado de São Paulo.

A mudança de nome e marca tem a ver com o planejamento estratégico de buscar novos patrocinadores e instituidores para os planos de previdência e saúde. “O que temos feito através da nova gerência comercial, é conversar com outras fundações, conversar com associações e sindicatos para atrair essas organizações, no caso dos planos instituídos”, disse Walter.

Ele explicou que a entidade tem um alto grau de maturidade, com grande número de aposentados, e que é necessário atrair novos patrocinadores, instituidores, para conseguir a adesão de novos participantes. “Se não tomarmos medidas deste tipo, haverá uma redução do volume de recursos, pois as pessoas não continuarão entrando nos planos. É importante manter a visão de longo prazo, para atrair novos participantes e manter o custo baixo. Ou seja, é preciso manter a escala a sustentabilidade no longo prazo”, disse o Diretor Presidente.

Walter destacou que a mudança da marca reflete bem o momento pelo qual a entidade está passando, com o alinhamento às mais recentes e melhores práticas do mercado. “Precisávamos de uma marca que mostrasse a evolução da nossa história – afinal, não atendemos mais a uma única patrocinadora e não somos mais apenas previdência. Oferecemos previdência e saúde”, explica.

O Diretor de Investimentos, Jorge Simino explicou, através de vídeo, que a mudança de nome e marca vinha sendo discutido há cerca de dois anos. Com o advento da pandemia, chegou-se a pensar no adiamento do lançamento da nova marca. Porém, como não se sabe ao certo até quando os efeitos da pandemia atrapalhará as atividades presenciais, chegou-se à conclusão que a iniciativa não poderia mais ser postergada. “Nossa marca muda, mas toda a nossa forma de gerir os investimentos continua a mesma, com atenção, transparência e respeito”, disse Simino em vídeo.

Sobre a nova marca – Baseada na essência da organização, que é o cuidado com as pessoas, a nova marca tem como propósito “fazer do bem-estar uma constante em todos os momentos da vida”, ou seja, gera bem-estar no presente - por meio do plano de saúde, que garante o bem viver hoje -, e no futuro, por meio do plano de previdência, que garante o bem- viver depois. Daí, surgiu o nome Vivest, que é uma fusão de bem-viver com bem-estar.

[Clique aqui](#) para assistir vídeo de lançamento da marca e novo nome Vivest.

Fonte: Abrapp em Foco, em 28.07.2020