

Por Débora Soares

O “Momento Insights – Talks de Valor” abriu o segundo dia do 2º Encontro Nacional de Estratégias e Criação de Valor nesta sexta-feira (02). O evento, iniciado em 1º de outubro, reuniu mais de 450 pessoas no centro de eventos digital da Abrapp.

Diversos especialistas compartilharam pílulas de conhecimento sobre temas como fake news, trabalho na maturidade, experiência do cliente, Resolução CNPC 32/2019, perfil do investidor e educação financeira. Os insights foram mediados por Ana Paula Peralta, Superintendente de Relacionamento e Educação da Abrapp.

O fenômeno das fake news – A estrategista de marketing e professora da ESPM e PUC-GO, Alline Jajah Franco, explicou como a disseminação de informações falsas, principalmente nas redes sociais, é potencializada pela coleta de dados sobre os usuários e o modelo pré-pago de publicidade online. O indivíduo tem papel importante para combater esse fenômeno, buscando ter discernimento sobre a origem da informação que recebe e verificar diferentes fontes, antes de compartilhar.

A solução para esse problema, apontou Alline, passa por pilares como a regulação governamental, a responsabilização das empresas e inundar as redes com a verdade, conscientizando o público sobre esse fenômeno. O conselho da especialista para as EFPCs é abordar o tema com frequência em seus canais e explicar como funciona o atendimento feito aos participantes. “Quanto mais se fala sobre isso, mais credibilidade e segurança essa comunicação gera para o cliente”.

Desmistificando a maturidade – Mórris Litvak, fundador e CEO da Maturijobs, destacou que vivemos a revolução da longevidade. A população acima de 50 anos vai dobrar no mundo e quase triplicar no Brasil. Até 2025, o país será o sexto maior em número de idosos. Até 2040, a força de trabalho será formada em 50% por pessoas acima de 50 anos. Contudo, apesar de sua crescente importância econômica e social, essa faixa etária ainda está praticamente invisível para o mercado de trabalho, em função do preconceito etário.

Ciente desse potencial, a Maturi começou há cinco anos com a proposta de fazer a ponte entre esses profissionais e as empresas, tendo contribuído para mais de 2 mil recolocações no mercado de trabalho. A organização conta também com uma plataforma de educação, para auxiliar esse público não só a conseguir uma vaga, mas também empreender. “A forma de trabalho está mudando. O emprego tradicional existirá cada vez menos. Mas não ter emprego não significa não ter trabalho; muito pelo contrário, existem novos formatos: empreendedorismo, autônomo, consultoria, economia compartilhada”, destacou Mórris, ressaltando que as EFPCs podem abraçar essa causa, sensibilizando suas equipes e lideranças para o combate ao preconceito etário.

Success Experience – Roberto Madruga, CEO e Fundador do ConQuist Labs, apresentou essa estratégia, que é baseada nas metodologias de customer success e customer experience. Esse trabalho engloba a revisão de processos, tecnologia, produtos e modelagem da cultura, para que todos os colaboradores da entidade estejam engajados em gerar emoções positivas para os clientes. E, assim, torná-los mais que pessoas satisfeitas, mas verdadeiros promotores da marca. Estudos da Universidade de Harvard comprovam que clientes felizes e conectados são consumidores muito mais fiéis e frequentes.

“Na previdência privada, você tem um relacionamento constante com o cliente na medida em que ele faz o pagamento da fatura. Mas se ele apenas paga a fatura, e terá o benefício daqui a 30 anos, há algo errado nessa relação. A boa experiência não pode ser gerada só quando ele for obter o benefício”, destacou Madruga, aconselhando as EFPCs a pensarem em agregar produtos e serviços que gerem bons motivos para a comunicação mais frequente com seus participantes.

Raio X do Investidor Brasileiro – Ana Leoni, Superintendente de Educação Financeira e Market

Data da Anbima, apresentou o resultado da pesquisa realizada em 2019. Foram ouvidas quase 3.500 pessoas, em 149 municípios brasileiros, envolvendo as classes A, B e C. O levantamento mostrou que apenas 38% da população conseguiu fazer algum investimento em 2019, e desse total apenas 10% investiram em produtos financeiros.

Leoni chamou atenção para o fato de que 28% da população acredita que os investimentos trarão alguma tranquilidade financeira no futuro, mas apenas 9% investiram pensando na velhice ou aposentadoria. Ela destacou que, apesar dos debates gerados pela Reforma da Previdência em 2019, 51% ainda creem que a renda de sua aposentadoria virá pelo INSS. Frente a esse desafio, a Superintendente reforçou a importância das estratégias de educação financeira feitas pelas EFPC: “É preciso investir em relacionamento. Entender as necessidades de cada pessoa de forma individualizada, prestando a informação relevante para sua tomada de decisão, de forma clara, acessível e ética”.

Resolução CNPC 32/2019 – O Diretor de Fiscalização e Monitoramento da Previc, Carlos Marne Dias Alves, destacou que a norma visa maior engajamento e transparência das informações prestadas aos participantes. Com maior parte de sua vigência a partir de 31 de dezembro deste ano, a Resolução atualizou a CGPC 23/2006, e teve como balizadores outros dois importantes normativos: a Lei de Acesso à Informação e a Lei Geral de Proteção de Dados.

Carlos Marne ressaltou dois principais pontos da norma: o estímulo à divulgação da informação pela EFPC de forma ativa e passiva. Ele destacou a importância da divulgação de informações de forma ativa, ou espontânea, com incentivo ao uso de meios eletrônicos, como site próprio, sem descartar redes sociais e outros canais. Ele acrescentou que a grande maioria das entidades já está adiantada em relação à própria Resolução CNPC 32, prestando o máximo de informações possíveis. “Os participantes estão ávidos por informações. Nosso negócio depende de educação previdenciária e transparência. Quando mais dados abertos colocamos no site, de forma acessível, mais valor agregamos”.

Cidadania financeira – Fechando as talks do evento, Katharinny Bione, Presidente da ONG Meu Propósito, destacou o inspirador trabalho da organização, empenhada em levar educação financeira de forma gratuita e acessível para a população mais vulnerável. Segundo levantamento da OCDE, realizado em 2017, o Brasil é um dos países cujos povos possuem menor nível de conhecimento e aplicação da educação financeira no mundo.

A ONG, sediada em Recife (PE), trabalha para que a população da classe D não só tenha acesso a esse tipo de formação básica, como também a evolua para o conceito de “cidadania financeira”. “O objetivo da cidadania financeira é promover o grau de consciência de direitos e deveres e autonomia na tomada de decisão. A partir daí, subimos um novo patamar e criamos a cultura financeira, quando a cidadania financeira é replicável”.

Para financiar os projetos sociais, a ONG presta serviços de educação financeira para entidades e empresas, ajudando a estruturar estratégias e ações. Entidades como Capef e Celpos são parceiras da organização. Apenas em 2019, a Meu Propósito realizou 47 ações, beneficiando 788 pessoas, com 3.984 horas de serviço voluntário e 129 horas de mentoria financeira para negócios de impacto.

Continue acompanhando a cobertura do evento no Blog Abrapp em Foco. O 2º Encontro Nacional de Estratégias e Criação de Valor tem o Patrocínio Ouro de Base Viral, MAG, mLabs e Startse; e Patrocínio Prata da Maturi.

Fonte: Abrapp em Foco, em 02.10.2020