

Por Débora Soares



Os ganhos de escala possibilitados pelos planos família somados à eficiência gerada pelo uso da tecnologia e equipes capacitadas proporcionando experiências encantadoras aos clientes mostram-se como nova tônica para o crescimento da previdência complementar fechada. Para as entidades menores e médias, há o desafio de conciliar esses investimentos, tão necessários, com as limitações do PGA.

Essa reflexão tem sido trazida ao longo dos Encontros Regionais, e no Encontro Regional Centro-Norte/Nordeste, encerrado na segunda-feira (21), não foi diferente. O evento contou com a participação de mais de 500 pessoas

[Ainda dá tempo para se inscrever no Encontro Regional Sudeste e Leste, marcado para a próxima sexta-feira. Clique aqui.](#)

**Forças complementares** – O painel “Intensificação tecnológica, fidelização e satisfação do cliente da previdência complementar fechada” teve como moderadora Cláudia Trindade, Diretora da Conecta Soluções Associativas. Ela ressaltou que há alguns anos esses temas poderiam ser tratados em painéis diferentes, mas atualmente estão conectados.

“Não adianta falar em tecnologia, em mundo digital, sem falar de pessoas, cultura e mudança de mindset”, ressaltou Cláudia. Ela aproveitou a oportunidade para convidar as associadas para o 1º Encontro Nacional de Gestão de Pessoas, que acontecerá nos dias 30 de junho e 1º julho, e está com inscrições abertas.

**Ganho de escala com tecnologia** – O uso de aplicativos e demais canais digitais para gerar resultados na maior previdência cooperativa do País foi compartilhado por Glauco Balthar, Diretor de Tecnologia e Operações da Quanta Previdência. A entidade, que cresce em ritmo de dois dígitos, tendo registrado expansão 37% em 2019, 20% em 2020 – com previsão de crescimento entre 20% e 30% em 2021. A Quanta caminha para 130 mil participantes e já possui mais de R\$ 4 bilhões em patrimônio administrado.

A entidade lançou seu “embarque digital” em setembro de 2019, e desde então já obteve 43 mil novos participantes. O ganho de escala e eficiência facilitado pela tecnologia também permitiu à Quanta anunciar no último dia 1º a redução pela metade de sua taxa de administração, de 0,50% para 0,25%.

“Isso tudo fruto de um amplo trabalho, que vem desde 2018, de transformação digital: revendo processos, otimizando, simplificando, automatizando e robotizando... utilizamos tudo isso”, observou Glauco. Ele também destacou a importância desse movimento estar alinhado à visão estratégica e cultura corporativa. “Seguimos a cartilha de empresas ágeis. Aprendemos aqui todos os dias, com erros, acertos, e assim vamos transformando culturalmente e digitalmente a nossa entidade”.

**Importância da cultura corporativa** – A importância de uma cultura corporativa que incentiva o aprendizado dos colaboradores e seu papel para a entrega de experiências encantadoras aos clientes também foi destacada por Marisa Bravi, Secretária Executiva do Colégio de Coordenadores das Comissões Técnicas de Estratégias e Criação de Valor da Abrapp e especialista da UniAbrapp.

As entidades precisam oferecer experiências bem-sucedidas aos clientes, do começo ao fim da sua jornada, ressaltou a especialista. “Se eu tenho equipe dedicada, empenhada, eu vou gerar uma interação simples e fácil para o meu cliente externo com a entidade. Se a equipe interna gera acolhimento, proximidade, um toque de emoção... Estabeleceremos vínculos e relacionamentos duradouros”, ressaltou.

Ela destacou que colaboradores satisfeitos geram clientes satisfeitos, e as lideranças têm papel fundamental em proporcionar um ambiente em que se sintam valorizados, com feedback adequado. Marisa comentou os resultados de uma pesquisa feita com as associadas. Enquanto 87% das EFPC reconhecem a importância dos treinamentos, estes são realizados com frequência de 1 a 2 vezes por ano.

**Pessoas e processos** – Durante o debate, Glauco reforçou que grande parte dos desenvolvimentos dos canais digitais da Quanta foram feitos internamente, com times de design de sistemas e user experience (UX). “As pessoas que fizeram isso acontecer”, ressaltou. “Inclusive revimos toda a nossa estrutura de pessoas e atuação, desenvolvendo skills que até então não tínhamos. Hoje temos nos times P.O.s (Product Owners) – antigo analista de sistemas – que têm a missão de priorizar sprints (eventos do método Scrum)”. Ele também destacou que a entidade usa soluções facilitadas pela Conecta, como a Contraktor, plataforma de assinatura digital e gestão de contratos

**Desafios com PGA** – Outro ponto discutido no debate foi o desafio para pequenas e médias entidades realizarem investimentos em tecnologia e marketing diante das limitações do Plano de Gestão Administrativa – PGA. Cláudia Trindade observou que o tema vem sendo discutido pela Abrapp há vários anos com órgãos reguladores, mas ainda não se chegou a solução adequada.

Ela lembrou que a Abrapp provê às associadas diversos produtos e serviços, a UniAbrapp capacitações com baixos valores e a Conecta soluções compartilhadas a custo acessível para responder a esses desafios. “Não vejo outra maneira a não ser a entidade repensar seu PGA e buscar essa transformação digital e mudança na cultura das pessoas. Se não nos reinventarmos, fazermos essa mudança, será mais difícil”, completou, notando que é preciso agir.

**Fomento com planos família** – Mais casos de sucesso de entidades fechadas foram apresentados no último painel do Encontro Centro-Norte/Nordeste, com o tema “Fomento através dos Planos Família e Planos Instituídos Corporativos”. “Isso já está consolidado dentro do sistema, percebemos que é um caminho natural e necessário para as entidades ganharem escala e alcançarem novos mercados”, ressaltou o Presidente do ICSS, Guilherme Leão, responsável pela moderação.

Leão destacou que muitas EFPC já atingiram a maturidade em seus planos de previdência. Portanto, estas precisam pensar nas possibilidades de expansão existentes, como planos família,

planos instituídos setoriais e corporativos.

**Flexibilidade e construção conjunta** – Os planos família apresentaram expansão relevante no sistema a partir de 2018, destacou Ana Carolina Baasch, Diretora de Licenciamento na Previc. Dentre os motivos para esse crescimento acelerado, ela notou a flexibilidade em aspectos como benefício temporário e possibilidade de resgate parcial, a extensão a familiares dos participantes, o licenciamento automático, dentre outros.

Ana Carolina observou que a Previc disponibiliza dois modelos de regulamentos que podem ser licenciados por essa metodologia automática, no momento em que são protocolados. Ela também destacou o papel da Abrapp na idealização do PrevSonho (plano CD pré-aprovado pela Previc), construção conjunta com o órgão de fiscalização e órgãos reguladores. “Foi uma ideia muito acertada”.

Ela também trouxe números que refletem a população coberta pelos planos família, que já representam 34% (31 planos) dos 90 planos instituídos ativos. Se até 2017 esses planos tinham uma média de 800 a 1.000 novas pessoas cobertas por ano, em 2018 houve o incremento de 10 mil participantes, assistidos e designados, e mais 45 mil em 2019. “E fechamos dezembro de 2020 com cerca de 81 mil pessoas abrangidas por esses planos família – e aí me refiro à população em geral: participantes, assistidos, beneficiários e respectivos designados”.

Questionada durante o debate se haveria alguma proposta de estímulo às entidades como flexibilização do uso do PGA para ações de fomento e investimento em tecnologia e prospecção de novos clientes, Baasch respondeu que o momento é de discussão e recebimento de ideias, mas ainda não há algo concreto. “A Previc tem se mostrado bastante aberta para discutir e avançar em todos os pontos que conseguirmos”.

**Instituído corporativo abre nova frente** – “Temos que enaltecer o trabalho realizado pela Abrapp buscando o fomento do sistema através dos planos família e instituídos”, destacou Rodrigo Sisnandes, Diretor-Presidente da Fundação Família Previdência. Ele apresentou o caso de sucesso da entidade, que conseguiu sair de um panorama de redução de tamanho com plano patrocinado para retomada do crescimento com planos instituídos.

Originalmente patrocinada por uma empresa pública, a EFPC se reinventou, buscando parcerias com associações de classes, sindicatos etc., e hoje conta com plano no modelo associativo multi-instituído para sindicatos, cooperativas e associações profissionais; corporativo para empresas; e família voltado a municípios. Ele ressaltou a necessidade de um forte trabalho de conscientização junto à governança (conselhos e diretoria) para que essa mudança de paradigma seja possível. E assim, mostrar que trazer novos participantes gera ganhos de escala à entidade, possibilitando a redução das taxas de administração, e assegura sua perenidade. Sisnandes também ressaltou o necessário envolvimento de todos com a cultura comercial.

A criação de planos instituídos corporativos, figura defendida pela Abrapp e em análise pelo órgão de supervisão, seria mais um passo na direção do fomento do sistema. Sisnandes explicou que a proposta permitirá que as EFPC atuem como instituidoras setoriais de planos de previdência em empresas de um determinado grupo econômico, diminuindo a burocracia para a abertura de novos planos.

“Seria uma forma de simplificar que, sem dúvida nenhuma, representaria um avanço muito grande para ampliar o potencial de adesão. A EFPC estaria ao centro e os convênios de adesão criariam vínculos diretos com empresas e associações que disponibilizam planos de previdência. E a partir daí temos os familiares que vão sendo vinculados aos planos, e cada familiar que entra abre opção para seus familiares também”, esclareceu Sisnandes.

**Novos planos e lições aprendidas** – Outra entidade que conseguiu reverter a tendência de redução de tamanho com a criação de planos família foi a Fachesf. O Presidente, Helder Falcão, ressaltou que a entidade conta com 3.400 participantes ativos da patrocinadora Chesf e a própria

Fachesf, 8.500 assistidos, e já 1.800 novos participantes com o plano família RealizePrev.

“Nós também vínhamos enfrentando problemas de desligamentos da patrocinadora, os PDVs, e as pessoas saindo da condição de participantes ativos para assistidos”, observou Helder. “Nós queríamos que a entidade mantivesse o seu porte e continuasse crescendo. Então, o RealizePrev veio nesse sentido”. Com o plano família, a fundação conseguiu se sobrepor aos últimos três PDVs da patrocinadora e os novos participantes já representam quase 40% do corpo total de entidade.

Fazendo uma analogia à transição dos planos patrocinados para os instituídos, observou que as EFPC estão saindo da pesca no “aquário” para um açude de potenciais novos clientes. “Para isso tivemos que fazer um forte ajuste em nossas equipes fortemente em marketing e comunicação e partir para a venda ativa”, ressaltou Helder, notando que os profissionais foram redirecionados para esse novo desafio.

Ele acrescentou a importância de as entidades utilizarem o alto índice de participantes satisfeitos a favor desse movimento para alcançar novos clientes, proporcionando a eles argumentos para ‘vender’ os planos para seus parentes em um almoço de família no domingo, por exemplo.

**Participante é a ponte** – A Superintendente da Conecta, Cláudia Janesko, reforçou a mensagem de que as EFPC devem fazer a mudança da postura de “esperar o cliente” para buscá-lo. Para auxiliá-las nesse desafio, a Conecta oferece a solução “Central de Serviços” que engloba o stack de ferramentas e suporte estratégico para todas as etapas da jornada do cliente, desde a captação dos leads ao pós-venda.

Questionada durante o debate sobre como a Conecta pode ajudar as entidades a buscar os familiares dos participantes que são desconhecidos e fazer isso em adequação à LGPD – Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, Cláudia explicou que a metodologia utilizada na Central trabalha muito o relacionamento que a EFPC já possui com os atuais participantes.

“É esse participante que tem o vínculo forte com a entidade e com o grupo de familiares que desconhecemos. Então, precisamos utilizá-lo como ponte”, explicou Cláudia, acrescentando que é feita uma abordagem intensa no sentido de informá-lo sobre o novo plano e vantagens existentes, para que perceba isso como uma oferta de valor e recomende para seus familiares. “A recomendação é feita por ele. E o seu familiar, ao aceitar essa recomendação, nos dá o opt-in para fornecer seus dados e iniciar essa relação de abordagem com esse lead”, completou ela, notando que todas essas etapas são mapeadas e rastreadas com o uso de tecnologia.

[Confira a matéria da abertura do Encontro Centro-Norte/Nordeste e o primeiro painel.](#)

[Veja também: painéis tratam de Autorregulação e diversificação em investimentos.](#)

**Patrocínio** – Os Encontros Regionais são uma realização da Abrapp e do Sindapp com apoio institucional da UniAbrapp, ICSS e Conecta. Os encontros contam com Patrocínio Ouro da Giant Steps Capital; Patrocínio Prata do Bradesco Asset Management, JP Morgan Asset Management, Rio Bravo, e Santander Asset Management; e Patrocínio Bronze do BNP Paribas Asset Management e Captalys; além do apoio da Apoena Consultoria em Seguros e da Mapfre Investimentos.

Este ano, os encontros foram divididos em três módulos, englobando duas regionais em cada dia. No dia 25 de junho, o Encontro Sudeste e Leste encerra a série de eventos. A participação assegura 4 créditos no Programa de Educação Continuada – PEC do ICSS.

Ainda dá tempo de se inscrever por meio [deste link!](#)

Acompanhe a cobertura completa dos Encontros Regionais nas matérias publicadas no Blog Abrapp em Foco.

**Fonte:** Abrapp em Foco, em 22.06.2021

