



E-BOOK  
**boas  
práticas**  
que geram  
**VALOR**  
mix de ideias

**ABRAPP**

Comissão Técnica de Estratégias e Criação de Valor

E-BOOK

# BOAS PRÁTICAS QUE GERAM VALOR

MIX DE IDEIAS

São Paulo  
Setembro/2019

The logo for ABRAPP features a stylized, bold letter 'A' on the left, which is partially enclosed by a curved line that extends to the right. To the right of this graphic, the letters 'BRAPP' are written in a clean, sans-serif font. The entire logo is positioned above a thin horizontal line.

ABRAPP





Apresentação

**1.** Programa Integrado de Educação Financeira e Previdenciária  
A Escolha Certa - SC

**2.** Programa Parceria Premiada  
CAPEF

**3.** Estratégias para alavancar o nível de adesão  
CBS  
PREVIDÊNCIA

**4.** Aporte extra: comunicação com nudges que geram resultados  
ELETROS

**5.** O desafio de comunicar um equacionamento de déficit inédito no País  
FAPES

**6.** Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo.  
FASC

**7.** PrevCash  
FUNDAÇÃO COPEL

**8.** Aplicativo Meu Plano  
FUNDAÇÃO FAMÍLIA  
PREVIDÊNCIA

**9.** Projeto E-Funpresp: adesão digital online  
FUNPRESP-EXE

**10.** Ampliação dos Canais de Comunicação  
INFRAPREV  
PREVIDÊNCIA PRIVADA

**11.** Como você quer envelhecer?  
OABPREVGO

**12.** Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes  
PETROS

**13.** Programa “Prevdata vai até você”  
PREVDATA

**14.** Educação financeira para todos: conteúdos EAD para os participantes  
PREVDOW

**15.** Pequenos Gestos  
SICOOB PREVI

**16.** Novos Canais Digitais: Portal, Chatbot e App  
VALIA



# APRESENTAÇÃO

# Apresentação

## COMPARTILHAR EXPERIÊNCIAS!

Eis um dos grandes objetivos da Comissão Técnica de Estratégias e Criação de Valor.

Tanto que este ano a CT convidou as entidades que integram o Sistema de Previdência Complementar a participarem do **Mix de Ideias**, ocorrido durante o **1º Encontro Nacional de Estratégias e Criação de Valor**.

O formato do Mix de Ideias foi pensado para aproximar os participantes das apresentações e possibilitar que todos sejam agentes de discussão dos temas tratados, por meio das experiências bem-sucedidas que são apresentadas simultaneamente.

Assim, os estudos de casos divulgados nesta Coletânea são fruto de um movimento, que nos permite a clara compreensão de que tanto as ações mais inovadoras quanto as mais simples constituem um importante diferencial às Entidades de pequeno, médio e grande porte, estimulando-as a realizarem cada vez melhor.

Com esta publicação a Comissão pretende compartilhar as ações implementadas pelas entidades e os resultados alcançados, além do aprendizado que cada uma dessas ações gerou. A finalidade é uma só: inspirar outras entidades na definição de suas estratégias de comunicação, relacionamento e educação.

É preciso incentivar nossos profissionais a transformarem criatividade em algo de valor, que contribua para a construção

de uma cultura forte que torne possível assegurar confiabilidade ao serviço prestado.

Hoje os novos clientes se baseiam nos propósitos das empresas. Então, vale refletir: como as entidades estão sendo percebidas?

É fundamental ter propósito, foco e meta para que juntos, entidades e colaboradores, possam fazer essa entrega. Afinal, nos detalhes é que se faz a diferença!

**NEM SEMPRE É PRECISO FAZER MAIS.  
MAS, SEMPRE É PRECISO FAZER MELHOR!**

**Lucas Ferraz Nóbrega**

Diretor

CT Estratégias e Criação de Valor

**Marisa Santoro Bravi**

Secretária Executiva

CT Estratégias e Criação de Valor





1

Programa  
Integrado de  
Educação  
Financeira e  
Previdenciária  
A Escolha Certa - SC



# Programa Integrado de Educação Financeira e Previdenciária | A Escolha Certa - SC



## ► COMO ERA E O QUE FOI FEITO?

Um dos maiores desafios de quem lida com a educação é conquistar a atenção e o interesse. O lúdico é o elo entre o ensino e a educação e os jogos fazem a interação entre a realidade e os conhecimentos que devem ser trabalhados. O lúdico incentiva e desafia, criando um ambiente que aguça o pensamento crítico e facilita a tomada de decisão. Por este motivo, o programa A Escolha Certa experimentou utilizar Quizes para repassar conteúdos sobre finanças e previdência e observou que a estratégia foi muito positiva. Estudos demonstram que o uso de tecnologias e jogos associados ao ensino facilitam o aprendizado.

## ► RESULTADO(S) ALCANÇADO(S)

Os diversos Quizes aplicados possibilitaram a ampliação da comunicação e a diversificação da linguagem, com o objetivo de alcançar públicos de várias idades e segmentos. Houve estímulo e envolvimento, em função de pontuação e competição, possibilitando, também, a exploração de várias temáticas. Dentre os assuntos abordados nos Quizes, destacaram-se: O despertar para a educação financeira e previdenciária; Uma reflexão sobre o futuro; A importância da Previdência Complementar; A longevidade e o hábito de poupar; Adesão e Aportes ao Plano de Previdência Complementar; Gastar ou Poupar? dentre diversos outros. Além destes fatores, foi identificado por meio da consolidação dos resultados, que houve aumento no número de participantes que gabaritaram as respostas, passando de 20,7% em 2016, para 45,3% em 2018. Também houve aumento de 33,5% na visualização do site

e de 11% no acesso às redes sociais do programa, em função da integração dos Quizes com as demais mídias e ferramentas. Por fim, a pesquisa realizada com o objetivo de obter indicadores sobre noções de finanças e previdência, demonstrou um crescimento de 72,5% em 2016 para 74,5% em 2018, no nível de conhecimento financeiro e previdenciário do público-alvo do programa, possibilitando que sejam aplicadas práticas educativas mais alinhadas com a realidade vigente.

## ► APRENDIZADO / REFLEXÃO

Há a necessidade de serem exploradas novas maneiras de interação com os públicos das Entidades Fechadas de Previdência Complementar, adequando a linguagem e os conteúdos às reais necessidades de aprendizado desse público, para que as mensagens façam sentido e consigam ser compreendidas. Com isso, o objetivo comum será alcançado, que é educar financeiramente os participantes para elevar o nível de poupança e, deste modo, prepará-los para um futuro financeiramente equilibrado.



# Programa Integrado de Educação Financeira e Previdenciária | A Escolha Certa - SC



**Quiz**  
**Despertar para a Educação Financeira e Previdenciária**

**O programa A Escolha Certa tem, de forma sistemática, utilizado o Quiz como uma alternativa para despertar o interesse nos assuntos sobre finanças e previdência.**

**Nome do Quiz: Você é Previdente?**



**Temática:**  
*Reflexões sobre o futuro*

**Público-alvo:**  
*participantes ativos e aposentados das Entidades*

**Número de respondentes:**  
**4.819**

**Prêmios:**  
*Cofres eletrônicos*

**Nome do Quiz: Minuto da Previdência III**



**Temática:**  
*Reflexão sobre alternativas para garantir seu futuro*

**Público-alvo:**  
*participantes ativos e aposentados das Entidades*

**Número de respondentes:**  
**3.291**



# Programa Integrado de Educação Financeira e Previdenciária | A Escolha Certa - SC



**Temática:**  
Copa do Mundo 2018

**Público-alvo:**  
participantes ativos e  
aposentados das Entidades

**Prêmio:**  
Televisão 55 polegadas Full HD



**DICA #01**

**CARTÃO VERMELHO**

Não extrapole com os gastos nesta Copa do Mundo para não levar um cartão vermelho nas suas finanças.  
*Divirta-se, mas gaste com moderação!*

Para participar do Quiz no dia 12/07, leia o texto abaixo.

Concurso Cultural **Jogada Certa**

**DICA #02**

Cuidar dos seus gastos e poupar o seu dinheiro para o futuro é como uma cobrança de pênalti: mantenha o foco para não errar o alvo.

Para participar do Quiz no dia 12/07, leia a matéria abaixo.

www.aescolhacerta.com.br

Concurso Cultural **Jogada Certa**

**ESCANTEIO**

Não perca tempo e mantenha a regularidade dos seus investimentos. O tempo é fundamental para maximizar o seu dinheiro no longo prazo.

**DICA #06**

Com o estímulo ao consumo e a oferta de crédito o cenário pode tornar-se propício ao impedimento. Muito cuidado com despesas extras.



2

Programa  
Parceria  
Premiada  
CAPEF



## ► COMO ERA?

Nos últimos anos focamos muito as estratégias de VENDA do Plano para captação de novos participantes. Desde o final do ano passado, redirecionamos nosso olhar para o engajamento dos nossos Participantes, criando programas que estimulam o relacionamento desses com a Entidade.

## ► PROBLEMÁTICA?

Com uma rotina ROBUSTA e CRESCENTE de atividades, 100% conduzidas INTERNAMENTE e com o desafio do MARKETING DE ATENÇÃO, detectamos que estávamos fazendo muito, mas obtendo um retorno menor que o esperado, e por isso precisávamos alavancar o engajamento de nossos Participantes.

## ► O QUE FOI FEITO?

### 1. Parceria Premiada

Por meio do PROGRAMA PARCERIA PREMIADA, buscamos FORTALECER o engajamento nas iniciativas da Entidade, ESTIMULAR o interesse do público pela educação financeira e previdenciária e INCENTIVAR o autoatendimento pelo site/app.

A ideia principal do programa é fazer com que a participação nas iniciativas Capef (programa de educação financeira por meio dos acessos ao site, informativos, publicações, vídeos e participação em eventos e EAD), Autoatendimento (acesso ao serviços e

simuladores via site e app) e adesão às ações estratégicas (pesquisa de satisfação, inscrição no plano, recadastramento, aporte facultativo...) gerem pontos, que acumulados podem ser trocados por prêmios institucionais, semelhante a um programa de fidelidade, cujo lema é: Participou, pontuou, ganhou!

## ► RESULTADOS ALCANÇADOS

Apesar de ter sido lançado no início do mês de abril/2019, o Programa já conta com 1.772 participantes cadastrados e totaliza mais de 500.030 pontos acumulados (posição: 29/07/19).

## ► APRENDIZADO / REFLEXÃO

Com essa iniciativa, conseguimos “tratar três questões com uma única ação”, ou seja, obter maior engajamento em nossas ações, reduzir o volume de demandas em nossa central de atendimento, além de ampliar o conhecimento dos Participantes sobre temas relevantes como educação financeira e previdenciária, fato que favorece o melhor acompanhamento da gestão do plano e fortalece a relação de confiança e parceria entre a Entidade e o Participante.

## Programa Parceria Premiada | CAPEF



Ações	2018	2019
Índice Satisfação	80,63%	90,68%
Conhecimento sobre as regras e os benefícios do plano de previdência	69,91%	77,13%
Uso App	6.767	15.345
Participação Iniciativas CAPEF (EAD, Jogo Previdência, Revista Acontece e Mercado em Foco, vídeos...)	17.633	30.372



# Programa Parceria Premiada | CAPEF



**PARCERIA PREMIADA CAPEF**

**SEUS ACESSOS VALEM PRÊMIOS**

Engajar os Participantes nas iniciativas Capef, ampliando o nível de conhecimento sobre as regras dos planos, previdência e finanças tem sido um dos objetivos da gestão.

No Parceria Premiada, a participação nas ações identificadas com o selo do programa valem pontos, que serão trocados por prêmios.

Quanto maior a participação, mais pontos acumulados e prêmios conquistados!

**QUAIS AÇÕES PONTUAM?**

- Adesão, Portabilidade e Aporte Extra
- Recadastramento
- Autoatendimento
- Participação em eventos
- Curso EADs
- Informativos, vídeos e publicações

**COMO FUNCIONA?**



ACESSE O SITE E CADASTRE-SE

PARTICIPE DAS AÇÕES COMO SELO

TROQUE POR PRÊMIOS

ACUMULE PONTOS





3.

Estratégias para  
alavancar o nível  
de adesão  
CBS PREVIDÊNCIA



# ⋮ Estratégias para alavancar o nível de adesão I

## CBS PREVIDÊNCIA



### ► COMO ERA?

- Após as palestras de ambientação, não eram realizadas pesquisas de satisfação para identificar os pontos fortes e as oportunidades de melhoria, tanto do ponto de vista dos recursos audiovisuais, como do próprio conteúdo apresentado.
- O tempo disponível para realização das palestras de ambientação era insuficiente, não permitindo o esclarecimento de todas as dúvidas.
- As apresentações utilizadas nas palestras de ambientação eram desenvolvidas pelos profissionais de Relacionamento, sem o domínio das técnicas de comunicação.
- O kit de adesão entregue aos novos participantes não era funcional e invariavelmente despadronizado.
- O formulário de adesão precisava ser inteiro preenchido à mão pelos novos participantes, o que atrasava as palestras seguintes e dificultava o cadastro das informações no banco de dados da CBS.
- Não havia monitoramento do nível de adesão nas integrações realizadas pelos profissionais de RH dos patrocinadores.
- As palestras de ambientação eram realizadas somente na integração dos novos colaboradores nos patrocinadores e os que recusavam a adesão ao plano de benefícios não recebiam nenhum material e nem eram abordados de novo posteriormente.

### ► O QUE FOI FEITO?

- Foi implementada uma pesquisa com o objetivo de medir o nível de satisfação dos novos colaboradores em relação à cada tema abordado na palestra, inclusive sobre a apresentação do plano de benefícios. Os resultados são consolidados mensalmente e servem de base para a melhoria do processo e o monitoramento dos resultados.
- Foi negociado com o RH dos patrocinadores a ampliação do tempo destinado à apresentação do plano de previdência complementar.
- A área de Comunicação da CBS foi chamada para conhecer a dinâmica do processo de adesão e os materiais utilizados com o objetivo de ajudar a aprimorar a forma de apresentação do plano de benefícios para os novos colaboradores.
- O kit de adesão foi totalmente reformulado e passou a contar com novos materiais desenvolvidos com o auxílio da área de Comunicação, como cartilha do plano de benefícios com linguagem mais simples e objetiva, folders sobre a opção de tributação e acesso ao Minha Conta (Autoatendimento), entre outros itens.
- Foi implementada com o RH dos patrocinadores uma rotina de envio antecipado dos dados dos novos colaboradores, o que permitiu que as propostas de adesão passassem a ser emitidas já parcialmente preenchidas, otimizando o tempo da palestra de ambientação e trazendo mais segurança para a inclusão das informações no cadastro da CBS.



# ⋮ Estratégias para alavancar o nível de adesão | CBS PREVIDÊNCIA



- O monitoramento do nível de adesão foi ampliado para todas as unidades dos patrocinadores, o que possibilitou também o alinhamento da forma de apresentação do plano de benefícios para os novos colaboradores.

- Foi feito um folder específico sobre as vantagens da previdência complementar e implementada uma rotina de novas abordagens com contatos telefônicos e envio de e-mails para os colaboradores que recusaram a adesão ao plano de benefícios durante o processo de integração.

- Em 2018, buscamos identificar os colaboradores das nossas empresas patrocinadoras que ainda não tinham aderido ao plano de benefícios oferecido ou que solicitaram a desvinculação ao longo do tempo. A partir daí, entramos em contato com todos para explicar novamente as vantagens de contar com uma previdência complementar.

## ▶ RESULTADOS ALCANÇADOS

- As diversas ações realizadas resultaram na adesão de **56 novos participantes**, de um total de 215 profissionais que não haviam aderido ao plano de benefícios oferecido ou que solicitaram a desvinculação ao longo dos últimos anos. Este número representa **mais de 25% do total** de colaboradores abordados.

- Elevação do nível de adesão geral dos empregados dos patrocinadores, inclusive superando a meta estabelecida pela Entidade.

- Melhora dos resultados da pesquisa de satisfação realizadas após as palestras de adesão.

- Maior disseminação da Educação Previdenciária e das coberturas oferecidas pelo plano de benefícios.

- Elevação da Receita de Contribuições e da cobertura social do plano.

## ▶ APRENDIZADO / REFLEXÃO

A área responsável pelo Relacionamento com o participante precisa ser vista como uma área estratégica da CBS e não apenas como uma simples interlocutora entre a entidade e seus milhares de participantes. Além disso, todos os seus profissionais devem se sentir responsáveis pelo nível de adesão ao plano de benefícios e não somente aqueles envolvidos diretamente no processo. É imprescindível o comprometimento de todas as áreas da CBS, especialmente da Diretoria Executiva, na melhoria contínua da qualidade do relacionamento com os participantes.

É extremamente importante que a equipe de Relacionamento alinhe as estratégias de atuação com a área de Comunicação e também que esteja em sintonia com o RH dos patrocinadores, que precisa ter consciência da importância do benefício oferecido aos seus colaboradores. Os profissionais precisam ficar sempre atentos as oportunidades de melhoria, antecipando necessidades



# ⋮ Estratégias para alavancar o nível de adesão | CBS PREVIDÊNCIA



e buscando desenvolver novos conteúdos/ações e disponibilizar ferramentas que proporcionem mais facilidade para os participantes no dia a dia. Tudo isso contribui para manter um relacionamento transparente e de confiança entre a CBS e os seus participantes.



# ⋮ Estratégias para alavancar o nível de adesão | CBS PREVIDÊNCIA



Quando você se torna participante da CBS Previdência, juntos, traçamos um caminho no tempo, mantendo o foco no seu futuro com o objetivo de trazer segurança financeira para a sua vida no pós-carreira.

## Você conhece as vantagens de ter um plano de previdência complementar?

### Renda adicional

Os planos de previdência complementar funcionam como uma poupança de longo prazo, na qual você aplica recursos mensalmente durante o período em que está ativo, com o objetivo de garantir uma renda melhor para si e seus familiares no momento da aposentadoria.

Aproveite que a CSN oferece este benefício para você e faça seu planejamento financeiro. Já pensou ter a certeza de que no futuro você poderá ter uma renda adicional a sua previdência social (INSS)?

Pense como é prático reservar uma pequena parte do seu salário e saber que está investindo este recurso para desfrutar na aposentadoria de um complemento financeiro que pode te auxiliar a realizar projetos e sonhos e trazer mais segurança para a sua família em situações imprevistas.

### Gestão especializada

Há 58 anos trabalhamos para oferecer uma gestão de investimentos dedicada e especializada e os resultados alcançados têm sido muito bons quando comparados com outros investimentos disponíveis no mercado. Temos o compromisso de fazer uma gestão transparente e eficiente do patrimônio que administramos.

### Investimento em dobro

Como patrocinadora do plano, a CSN também aplica recursos mensalmente na sua conta, o que ajuda a aumentar ainda mais o seu saldo.

Imagine uma poupança na qual todos os meses você aplica uma quantia e a patrocinadora contribui com o mesmo valor.

### Proteção para imprevistos

Proteção para você e sua família contra situações imprevistas, como invalidez ou morte.

### Vantagem fiscal

Quem faz a declaração completa do IR pode deduzir dos rendimentos tributáveis anuais as suas contribuições, até o limite de 12% da sua renda.

### Conforto e segurança

Mais conforto e segurança financeira para você e sua família agora e no futuro.

### Planejamento financeiro

Planejamento financeiro para a realização de projetos e sonhos.

## Você conhece as vantagens de ter um plano de previdência complementar?

Os planos de previdência complementar fechados são uma opção de planejamento financeiro para o futuro e a CSN oferece este benefício para você.

### Renda Adicional

Os planos de previdência complementar funcionam como uma poupança de longo prazo, na qual você aplica recursos mensalmente durante o período em que está ativo, com o objetivo de garantir uma renda melhor para si e seus familiares no momento da aposentadoria.

Já pensou ter a certeza de que no futuro você poderá ter uma renda adicional ao valor da sua aposentadoria pela previdência social?

### Investimento em dobro

Como patrocinadora do plano, a CSN também aplica recursos mensalmente na sua conta, o que ajuda a aumentar ainda mais o seu saldo.

Imagine uma poupança na qual todos os meses você aplica uma quantia e a patrocinadora contribui com o mesmo valor.

Confira mais vantagens de aderir a um plano de previdência complementar:

### Planejamento Financeiro

- Planejamento financeiro para a realização de projetos e sonhos;

### Conforto e Segurança

- Mais conforto e segurança financeira para você e sua família agora e no futuro;

### Proteção para imprevistos

- Proteção para você e sua família contra situações imprevistas, como invalidez ou morte;

### Vantagem Fiscal

- Dedução das suas contribuições na declaração de ajuste anual do Imposto de Renda, até o limite de 12% do total de rendimentos tributáveis no ano.

Pense como é prático você reservar uma pequena parte do seu salário e saber que está investindo este recurso para um dia poder desfrutar com viagens, estudos para os filhos ou compra de bens e ainda ter a certeza de estar protegendo a sua família em situações imprevistas.

Administrado pela CBS Previdência, o plano de previdência complementar que está aberto para adesão atualmente é o **Plano CBSPREV**. Ele funciona na modalidade Contribuição Definida, que permite que você defina o quanto quer contribuir, de acordo com o seu rendimento mensal.

**Faça a sua adesão e garanta um futuro mais seguro e tranquilo para você e sua família.**

Para isso, basta entrar em contato com a CBS Previdência pelo e-mail [cbsatendimento@cbsprev.com.br](mailto:cbsatendimento@cbsprev.com.br) ou pela Central de Atendimento Telefônico 08000 26 81 81.



Investimos seu presente  
Projetamos seu futuro



Investimos seu presente  
Projetamos seu futuro





4.

**Aporte Extra:  
comunicação  
com *nudges*  
que geram  
resultados  
ELETROS**



# Apote Extra: comunicação com *nudges* que geram resultados | ELETROS



## ► COMO ERA

A Eletros enviava um e-mail informando sobre o fim do prazo para aporte extra no plano de previdência e aproveitar a dedução na declaração do imposto de renda do ano seguinte. Os clientes que se interessavam pelo assunto entravam em contato com o atendimento, que calculava o valor necessário para atingimento dos 12% de dedução e emitia o boleto para pagamento.

## ► O QUE FOI FEITO

Quando perguntamos para qualquer pessoa se ela quer pagar menos imposto de renda, dificilmente vamos encontrar alguém que não queira.

Com base nessa premissa, bastaria enviar uma comunicação para os clientes avisando que toda a contribuição feita para a previdência gera um benefício fiscal e, portanto, eles pagariam menos ao leão. Simples assim, contribuindo para a sua previdência com até 12% da sua renda bruta anual, você tem dedução fiscal.

Porém, na prática, sabemos que não acontece dessa maneira, muitas pessoas não aproveitam essa vantagem.

É neste contexto que todas as descobertas dos estudiosos da economia comportamental são base para a elaboração de novas abordagens para as campanhas de incentivo ao aporte extra, por exemplo.

Sabendo dos vieses comportamentais que fazem com que, muitas vezes, as pessoas não tomem as melhores decisões, as campanhas devem ser criadas considerando caminhos de decisão (*nudges*), que driblam esses vieses e levam à melhor decisão.

Para a campanha anual de incentivo ao benefício fiscal, a Eletros resgatou as reações mais comuns dos clientes em relação às ações dos anos anteriores:

- “Quanto falta para eu completar os 12%?”;
- “Ou eu invisto ou eu faço as compras de Natal”;
- “As contribuições que faço durante o ano já não são suficientes?”;
- “Se sobrar dinheiro vou deixar na poupança mesmo. É mais prático”.

As manifestações são a verbalização de um sentimento que, por sua vez, está baseado em um viés comportamental.

Assim, o desafio da campanha de 2018 foi incluir os *nudges* que responderiam a estes questionamentos e levariam o cliente a realizar o aporte extra.

Como peça principal da campanha, desenvolvemos um e-mail personalizado, com um conteúdo de construção do raciocínio que levava o cliente a conclusão de que investir na previdência era a melhor opção.



# Aporte extra: comunicação com nudges que geram resultados | ELETROS



**INVISTA NO SEU PLANO**

Nome,

as contribuições que você fez durante o ano para o seu plano CD Eletrobrás podem ser deduzidas na próxima declaração do imposto de renda.

Faça um aporte extra de R\$ 4.336,47 e alcance a alíquota máxima deste benefício.

**12x**

Com os planos de previdência você pode reduzir até 12% da sua renda tributável no caso de declaração completa do IR.

**VEJA COMO FUNCIONA:**

Se você aplicar no seu plano os R\$ 4.336,47 que faltam para atingir a alíquota máxima do benefício fiscal, **você deixará de pagar R\$ 1.192,53 de imposto de renda na próxima declaração.** Esse dinheiro pode ser investido no seu plano e ficará rendendo até o momento da sua aposentadoria, quando a alíquota de IR pode chegar a apenas 10% após 10 anos na tributação regressiva.

Entre em contato com a Central de Atendimento **ELETROS** e solicite o seu boleto até o dia **20/12/2018**.

**Nudge**  
Valor que falta para atingir o benefício fiscal máximo já calculado.

**Nudge**  
Valor que deixará de pagar no imposto de renda.

**O SEU PLANO É UMA ÓTIMA ALTERNATIVA DE INVESTIMENTO**

Compare o retorno do investimento no seu plano e na poupança durante o mesmo período.

Comparação em números de que investimento no seu plano é mais rentável do que deixar na poupança.

Ano	Plano ELETROS	Poupança
2000	0,00%	0,00%
2001	10,00%	5,00%
2002	20,00%	10,00%
2003	30,00%	15,00%
2004	40,00%	20,00%
2005	50,00%	25,00%
2006	60,00%	30,00%
2007	70,00%	35,00%
2008	80,00%	40,00%
2009	90,00%	45,00%
2010	100,00%	50,00%
2011	110,00%	55,00%
2012	120,00%	60,00%
2013	130,00%	65,00%
2014	140,00%	70,00%
2015	150,00%	75,00%
2016	160,00%	80,00%
2017	170,00%	85,00%
2018	180,00%	90,00%

O gráfico mostra que o Plano CD mais antigo da Eletros rendeu aproximadamente 3,7 vezes mais que a poupança nos últimos 18 anos. No comparativo de rentabilidades acumuladas, o Plano CV ONS rendeu 1153%, enquanto a poupança 313% de Janeiro de 2000 a agosto de 2018. Vale lembrar que sobre o valor da reserva de previdência, haverá incidência de Imposto de Renda de acordo com a tabela de resgate escolhida pelo participante. O valor da rentabilidade já está sem a taxa de administração.

**Central de Atendimento ELETROS**

[atendimento@eletros.com.br](mailto:atendimento@eletros.com.br) ou (21) 2138-6000, opção 2.

**Central de Atendimento ELETROS**

[atendimento@eletros.com.br](mailto:atendimento@eletros.com.br) ou (21) 2138-6000, opção 2.

**Nudge**  
Compare o retorno do investimento no seu plano e na poupança durante o mesmo período.

Comparação em números de que investimento no seu plano é mais rentável do que deixar na poupança.

**Nudge**  
[atendimento@eletros.com.br](mailto:atendimento@eletros.com.br) ou (21) 2138-6000, opção 2.

Call to action simples.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

O resultado da campanha foi excelente, com aumento de 50% da arrecadação de aporte extra em relação à campanha do ano anterior.

## APRENDIZADO / REFLEXÃO

A Eletros está aprimorando constantemente a sua comunicação, visando aplicar as valiosas descobertas da economia comportamental com o objetivo de aproximar os clientes da Fundação e ajudá-los no planejamento de sua aposentadoria.





5.

O desafio de  
comunicar um  
equacionamento  
de déficit inédito  
no País  
**FAPES**



# III O desafio de comunicar um equacionamento de déficit inédito no País | FAPES



## ► COMO ERA?

A FAPES tinha um déficit de R\$ 2,3 bilhões relativo ao ano de 2017 em seu plano de Benefício Definido. Em 2018, era preciso uma solução para equacioná-lo, evitando sobrecarregar as contribuições extraordinárias de seus quase 5 mil participantes, que já arcavam com um equacionamento relativo a 2015. Havia um intenso debate nas redes sociais sobre o problema, recheado de desinformação sobre a nova proposta de equacionamento.

Além de lidar com um tema que afeta diretamente as finanças dos participantes, o equacionamento incluía uma série de assuntos complexos sobre direitos adquiridos, regras de concessão de benefícios e partilha das contribuições entre os diferentes grupos de custeio, entre outros.

Participantes ativos, aposentados e pensionistas defendiam interesses antagônicos e a FAPES tinha pouca interlocução nestes grupos. As críticas eram generalizadas sobre a gestão do problema e sobre as possíveis soluções. Diariamente, eram disseminadas inverdades e propostas juridicamente inviáveis para devolver o equilíbrio financeiro ao plano de previdência. Esse cenário prejudicava a chance de sucesso de uma solução a ser aprovada por patrocinadores e órgãos reguladores e ampliava o risco de judicialização.

## ► O QUE FOI FEITO?

A FAPES propôs uma solução inédita para equacionamento entre todas as EFPCs no Brasil até hoje: reduzir os benefícios

futuros das aposentadorias e pensões, alterando o regulamento do plano. A reforma da previdência da Fundação incluía também o fechamento do plano a novas adesões, a desvinculação das regras do INSS, a criação de benefício mínimo, a adoção de uma regra de transição e uma série de questões técnicas e atuariais que não são de fácil entendimento mesmo para funcionários de um banco.

Isto demandou uma mudança na postura da comunicação. Até então atuando de forma tímida e reativa em face das críticas ao projeto de reestruturação do plano, foi preciso tomar a frente da narrativa. Em primeiro lugar, foi adotado o monitoramento do que era dito sobre o tema, separando ruídos de preocupações legítimas dos participantes, que demandavam ações de comunicação. Essas informações foram a base da estratégia e do posicionamento da FAPES perante o problema, passando a divulgar notícias e comunicados de forma intensa e ágil para diferentes grupos de participantes. Por se tratar da primeira vez que um plano de previdência fazia equacionamento com contrapartida em direitos de participantes, a comunicação tinha que ser didática, precisa e convincente sobre as vantagens da solução a ser adotada.

As principais ferramentas foram a internet (novo site da FAPES), uma newsletter quinzenal (enviada por e-mail e *WhatsApp*), redes sociais (*LinkedIn*) e reuniões presenciais entre participantes, associações, diretoria e atuário. A estratégia de comunicação trouxe informações corretas para o debate, esclarecendo pontos polêmicos da proposta do novo regulamento e do equacionamento do plano. Com isso, as críticas arrefeceram, gerando um clima mais positivo para a avaliação das medidas.



# III O desafio de comunicar um equacionamento de déficit inédito no País | FAPES



Assim, o novo regulamento e o plano de equacionamento de déficit foram aprovados pelos patrocinadores e órgãos reguladores e estão em vigor desde dezembro de 2018. As mudanças permitiram que as contribuições extraordinárias sejam hoje 12 vezes menores do que seriam em um equacionamento comum. Além disso, o plano de previdência voltou ao equilíbrio financeiro ainda no ano de 2018.

## ▶ RESULTADOS ALCANÇADOS

Quando adotou uma nova postura na comunicação, a FAPES passou a ser a principal voz ativa sobre a proposta de novo regulamento e de equacionamento. A newsletter, enviada a cada quinzena aos 5 mil participantes, impulsionou os acessos ao site da FAPES, que atingiu a marca de 1 milhão de visualizações de página antes mesmo de completar um ano no ar, em 29 de maio de 2018. A notícia mais lida até hoje, sobre a aprovação no Conselho Deliberativo do novo regulamento do plano, acumula 16 mil acessos.

Uma das premissas foi a de não interferir no direito dos participantes à liberdade de expressar opiniões favoráveis ou contrárias ao equacionamento, porém os argumentos falsos sobre as medidas foram esclarecidos prontamente. Isso fez com que ao mesmo tempo a FAPES mantivesse um monitoramento próximo dos pontos polêmicos e pudesse agir para eliminar ruídos de comunicação.

As menções à gestão da previdência da FAPES - positivas e negativas - chegavam a gerar quase 100 postagens de comentários na rede social em um único dia e hoje não passam de 10 a cada mês. A área de notícias teve seu espaço ampliado e é a segunda área do site com maior visitas a cada mês, atrás apenas da área de Saúde, na qual é possível consultar o guia da rede médica credenciada.

Recentemente, uma nova ferramenta foi incorporada para ampliar o alcance das mensagens: desde o início de abril de 2019, os participantes podem se inscrever para receber informativos da Fundação via WhatsApp.

## ▶ APRENDIZADO / REFLEXÃO

A nova postura da comunicação teve sucesso porque houve suporte da diretoria executiva durante toda a execução do projeto. O site da FAPES tornou-se o principal hub de informações sobre a Fundação e suas atividades. As notícias e comunicados agora são proativos e frequentes, visando informar e evitar questionamentos dos participantes em outros meios.

A Fundação aproximou-se ainda mais das associações de funcionários e de aposentados, produzindo conteúdos que passaram a ser divulgados também nos seus canais de comunicação, impressos e online. Isso amplia o alcance da versão oficial sobre os assuntos de interesse dos participantes.

## ❑ O desafio de comunicar um equacionamento de déficit inédito no País | FAPES



Todas estas ações, juntamente ao monitoramento das opiniões dos participantes nas redes sociais, estão mantidas na política de comunicação da FAPES, mesmo após superado o equacionamento do déficit. O posicionamento transparente é um trunfo da FAPES frente a seus participantes e a comunicação agora estuda novos canais e ferramentas para aperfeiçoar este relacionamento e melhorar a prestação de serviços aos usuários.

Da mesma forma, os conteúdos gerados para a comunicação deste equacionamento até então inédito no País podem subsidiar futuras soluções semelhantes, caso sejam adotadas por outras entidades.

**FAPES BNDES**  
4.396 seguidores  
9 m

FAPES será o primeiro fundo de pensão a fazer equacionamento de déficit com redução de direitos. De acordo com a diretora superintendente da FAPES, Solange Vieira, as mudanças representam um marco para o segmento de previdência no país. "É um momento histórico não só para a FAPES, mas para todo o segmento de fundos de pensão. Conseguimos encontrar um caminho alternativo de equacionamento que usa alíquotas de contribuição e redução de benefícios futuros". Leia mais em <https://lnkd.in/dRAf-Fy>



FAPES será o primeiro fundo de pensão a fazer equacionamento de déficit com redução de direitos  
fapes.com.br

28

Gostei Comentar



# O desafio de comunicar um equacionamento de déficit inédito no País | FAPES



Previdência

Compartilhar: 12 de Julho de 2018



## Fundos pagam entre 45% e 60% para pensionistas

Proposta de reestruturação do PBB alinha a FAPES à prática da maior parte das principais entidades fechadas de previdência do País

Cinco entre as 10 maiores entidades fechadas de previdência complementar no Brasil adotam percentuais de pensão entre 45% e 60% do valor do benefício.



Institucional

Compartilhar: 01 de Setembro de 2018



## Parecer esclarece direitos sobre pensão

Documento foi emitido pela Procuradoria Federal, mediante consulta solicitada pela PREVIC

Em respeito aos participantes que receberam mensagens pelas redes sociais questionando a viabilidade das alterações nos valores de pensão e pecúlio por morte do Plano Básico de Benefícios (PBB), a FAPES esclarece que existe segurança jurídica para efetuar a mudança.

FAPES INFORM De 1º a 15 de agosto de 2018

### Comunicados e notícias

1. Atenção ao prazo para assinatura de contrato de empréstimos e financiamentos na regra anterior.  
2) Mudanças de endereços na rede credenciada estão disponíveis no site.

Leia mais



**Novo FAPES Informa amplia comunicação com participante**  
Boletim, agora 6 quinzenais e reúne notícias e comunicados sobre a Fundação

Leia mais



**Empréstimo pessoal já pode ser contratado online**  
Novidade faz parte das novas regras de financiamentos imobiliários e consignados

Leia mais



**MPT arquivou denúncias trabalhistas contra a FAPES**  
Novo serviço sobre vagas disponíveis e possibilita cadastro de currículos

Leia mais



**Abertas as inscrições para o Programa de Estágio FAPES**  
Estudantes universitários a partir do 4º período podem se candidatar

Leia mais



**Saúde: o desafio de fazer mais com menos**  
Leia na íntegra o artigo da Diretora da FAPES sobre as mudanças no plano de saúde

Leia mais

Acompanhe a FAPES também no LinkedIn



**MAIS DE 30% DOS REEMBOLSOS DE CONSULTAS JÁ SÃO FEITOS ONLINE**  
FAÇA O SEU TAMBÉM!

Adicione o comunicacao@comunicacao.fapes.com.br na lista de endereços seguros e continue recebendo as novidades da Fundação diretamente na caixa de entrada do seu e-mail.  
Quer sugerir conteúdos para a nossa newsletter? Envie sua mensagem para comunicacao@fapes.com.br

www.fapes.com.br  
Fundação de Assistência e Previdência Social do BNDEx - FAPES





6.

+

Exemplos de  
como entidades  
pequenas podem  
desenvolver  
ações simples e  
efetivas, com  
baixo custo  
FASC



# Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo | FASC

## ► COMO ERA?

**Acompanhamento do Saldo:** Devido ao número de demandas no 0800 e no Fale Conosco, identificamos que os participantes ativos da Entidade não tinham o hábito de acompanhar o saldo na área restrita do site e não sabiam como esse saldo era composto.

**Admitidos:** Como o contato com os admitidos é feito pela Patrocinadora, verificamos que o número de admitidos que faziam a adesão estava caindo.

**Alteração Perfil e Percentual:** Duas vezes ao ano a FASC abre a janela de alteração de perfil e percentual de contribuição e durante os últimos dois anos o layout do comunicado era o mesmo.

**Atualização Cadastral:** Por conta de uma ação realizada em 2018, identificamos que alguns dados da base cadastral dos participantes assistidos e vinculados não estava atualizada e isso acabava impactando na área de atendimento da Entidade.

## ► O QUE FOI FEITO?

Todas as ações foram desenvolvidas ou reformuladas por conta de uma necessidade observada no dia a dia da Entidade.

**Acompanhamento do Saldo:** Desenvolvemos internamente um comunicado chamado “Acompanhamento do Saldo” para estimular

o acompanhamento do saldo entre os participantes ativos. O comunicado foi desenvolvido nas ferramentas disponíveis no pacote office (ppt), com uma mensagem objetiva e que pudesse ser encaminhada para todos os participantes por meio dos canais de comunicação disponibilizados pela Patrocinadora (e-mail, mural e TV Corporativa).

Essa ação começou com uma demanda no atendimento, transformamos em uma ação de educação e por meio da comunicação conseguimos despertar o interesse.

**Admitidos:** Desenvolvemos um comunicado com uma mensagem muito simples e aproveitamos uma ferramenta que já tínhamos disponível no nosso site para chamar a atenção desse grupo de empregados. Encaminhamos o comunicado por e-mail e incluímos na imagem um link de acesso ao simulador disponível na área restrita do site.

Além de despertar o interesse, esse comunicado proporciona maior autonomia ao empregado, pois é ele que realiza a simulação do próprio benefício.

**Alteração Perfil e Percentual:** Reformulamos o layout do comunicado que já era encaminhado, adequando a identidade visual.

Por ser um comunicado padrão, identificamos uma oportunidade de passar as mesmas informações de uma maneira diferente do que estava sendo realizado.

# Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo | FASC

Atualização Cadastral: Desenvolvemos um comunicado e encaminhamos para todos os participantes assistidos e vinculados com e-mail cadastrado.

Além da atualização cadastral, esse comunicado conseguiu estimular a utilização de outras ferramentas e formulários disponíveis na área restrita do site.

## ▶ RESULTADOS ALCANÇADOS

Das quatro ações apresentadas, tivemos os seguintes retornos: aumento de cadastro no site, aumento no número de adesões, aumento de percentual de contribuição e aumento do número de cadastros atualizados:

Acompanhamento do Saldo: A ação é educativa, mas observamos que além de estimular o acompanhamento do saldo, no mês do envio do comunicado o número de cadastros na área restrita do site aumentou.

(2018: Aumento de 51% do número de cadastros se comparado ao mesmo período do ano anterior)

Admitidos: O número de adesões dos empregados admitidos que não contribuía aumentou, independente do percentual de contrapartida da patrocinadora.

(36% dos admitidos contatados começaram a contribuir)

Alteração Perfil e Percentual: Verificamos que o maior número

de solicitações de alteração de percentual, foi para 12% (limite máximo de contribuição disponível).

(35% das alterações realizadas foi para percentual máximo de contribuição (12%))

Atualização Cadastral: O número de dados cadastrais atualizados aumentou e outros formulários e funcionalidades disponíveis na área restrita do site começaram a ser utilizados.

(17% do público alvo atualizou o cadastro)

(79% das atualizações foram realizadas pelo formulário disponível na área restrita do site)

## ▶ APRENDIZADO / REFLEXÃO

Verificamos que um conjunto de ações simples, com baixo custo e que podem ser desenvolvidas por Entidades com equipes pequenas, podem aumentar a efetividade do programa de educação financeira e previdenciária e impactar nos números da Entidade.

# Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo | FASC

VOCÊ  
CONHECE  
AS  
VANTAGENS  
DE CONTRIBUIR  
PARA A FASC?

FAÇA UMA  
SIMULAÇÃO  
E CONFIRA!



### Já consultou seu saldo na FASC?

Veja abaixo como é composto o valor:



Contribuição Participante

+



Contribuição Empresa

+



Rentabilidade

=



Saldo

Acesse a área restrita do site da FASC e acompanhe o seu saldo. Aproveite o começo do ano para programar o seu futuro!



HOME Área Restrita

#### 1 Preenchimento dos dados

Informe os dados e parâmetros que serão utilizados na simulação.

#### 2 Resultado do benefício

Será apresentado os valores das suas contribuições, saldo, resgate e demais dados, de acordo com as informações que você preencheu.

#### 3 Resultado do imposto de renda

Compare as alíquotas e o valor a ser pago pelas regras dos dois regimes tributários: Progressivo e Regressivo.

Importante: Os valores apresentados são apenas simulações e não servem como garantia de recebimento. Caso você já seja participante acesse o simulador disponível na área restrita.

### INFORME OS DADOS PARA SIMULAÇÃO

(\*) Campos de Preenchimento Obrigatório!

Nascimento \*

Nascimento \*

Data de Admissão \*

Data de Admissão \*

Adesão ao Plano \*

Adesão ao Plano \*

Salário de Participação ⓘ

0,00

Tributação

PROGRESSIVA

Dependentes para IR

0

UPFASC

R\$505,00

Data Base

07/2019



# Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo | FASC

**MÊS DE ALTERAÇÃO**

Novembro é mês de alteração na FASC:

Perfil de Investimento

- Conservador - Selic
- Conservador
- Moderado
- Agressivo

Prazos: 7 | DEZ → Prazo de Recebimento do Formulário  
JAN | 2019 → Vigência da Alteração

Acesse a área restrita do site [www.fascprev.com.br](http://www.fascprev.com.br), preencha o formulário e encaminhe o documento assinado para a FASC.



**MÊS DE ALTERAÇÃO**

Novembro é mês de alteração na FASC:

Percentual de Contribuição

- Contribuição Básica
- Contribuição Voluntária (13ª e FRR)

Perfil de Investimento

- Conservador - Selic
- Conservador
- Moderado
- Agressivo

Prazos: 7 | DEZ → Prazo de Recebimento do Formulário  
JAN | 2019 → Vigência da Alteração

Acesse a área restrita do site [www.fascprev.com.br](http://www.fascprev.com.br), preencha o formulário e encaminhe o documento assinado para o SAF (CA/SP - 4º andar).



**MÊS DE ALTERAÇÃO**

Novembro é mês de alteração na FASC:

Prazo ou Percentual de Recebimento

- Prazo (5, 10, 15 ou 20 anos)
- Percentual (0% a 25%)

Perfil de Investimento

- Conservador - Selic
- Conservador
- Moderado
- Agressivo

Classe de Investimento associada a este perfil de investimento.

Prazos: 7 | DEZ → Prazo de Recebimento do Formulário  
JAN | 2019 → Vigência da Alteração

**i** Antes de alterar a forma de recebimento, acesse o simulador de renda disponível no site e verifique se a opção é a mais adequada aos seus objetivos futuros.

Acesse a área restrita do site [www.fascprev.com.br](http://www.fascprev.com.br), preencha o formulário e encaminhe o documento assinado para a FASC.



## MÊS DE ALTERAÇÃO FASC

- Perfil de Investimento
- Percentual de Contribuição
- Prazo ou Percentual de Recebimento

## MÊS DE ALTERAÇÃO

- Perfil de Investimento
- Percentual de Contribuição
- Prazo ou Percentual de Recebimento

# Exemplos de como entidades pequenas podem desenvolver ações simples e efetivas, com baixo custo | FASC



## ATUALIZAÇÃO CADASTRAL



**MANTENHA-SE SEMPRE CONECTADO COM A FASC!**

A atualização cadastral é necessária para que a FASC faça sempre o melhor para você.

Você pode fazer sua atualização onde você estiver, é prático e rápido!

Acesse agora a área restrita do site [www.fascprev.com.br](http://www.fascprev.com.br) ou entre em contato pelo 0800 021 2781.

### DICAS!



**Ainda não está cadastrado na área restrita do site?**  
Basta acessar a opção "Quero me cadastrar".



**Sua senha de acesso expirou?**  
Solicite uma senha temporária na opção "Esqueci minha senha".



## ATUALIZAÇÃO CADASTRAL

- **Assistidos:** Acesse a área restrita do site
- **Ativos:** Solicite a atualização ao SAF

**Não perca essa oportunidade!**



## ATUALIZAÇÃO CADASTRAL

- **Assistidos:** Acesse a área restrita do site
- **Ativos:** Solicite a atualização ao SAF

**Não perca essa oportunidade!**

Aposentados e Pensionistas: Informamos que o pagamento do abono será realizado no dia 14/12.



7

● Prevcash  
FUNDAÇÃO  
COPEL





## ► O QUE É?

Uma rede de parceiros que oferece descontos aos participantes no ato da compra.

## ► O QUE FOI FEITO?

Os clientes deste plano podem converter em desconto imediato parte de seu consumo em uma rede conveniada de produtos e serviços. Com este novo formato, quem aderir abre mão do desconto hoje para ganhar no futuro. O valor do benefício é convertido em aportes em sua poupança previdenciária, garantindo um aumento de renda mensal quando chegar a aposentadoria.

O objetivo é que os aportes do consumo consciente sejam um complemento para o Plano Família, o participante não é obrigado a fazer outras contribuições regulares ou esporádicas. Selecionada por georreferenciamento, a rede de parceiros da Associação dos Empregados e Participantes da Fundação Copel - AFC inclui estabelecimentos das categorias de combustíveis, alimentação, viagens, gastronomia, educação, cinema e teatro, roupas e acessórios, entre outras.

## ► RESULTADOS ALCANÇADOS

Contribui levando conhecimento sobre finanças e previdência entre os participantes e seus familiares. Amplia o total de ativos de investimentos para benefício dos resultados.

Lançado em Agosto de 2018, possui, em menos de 1 ano mais de 200 estabelecimentos parceiros e um faturamento mensal de mais de R\$ 11 mil.

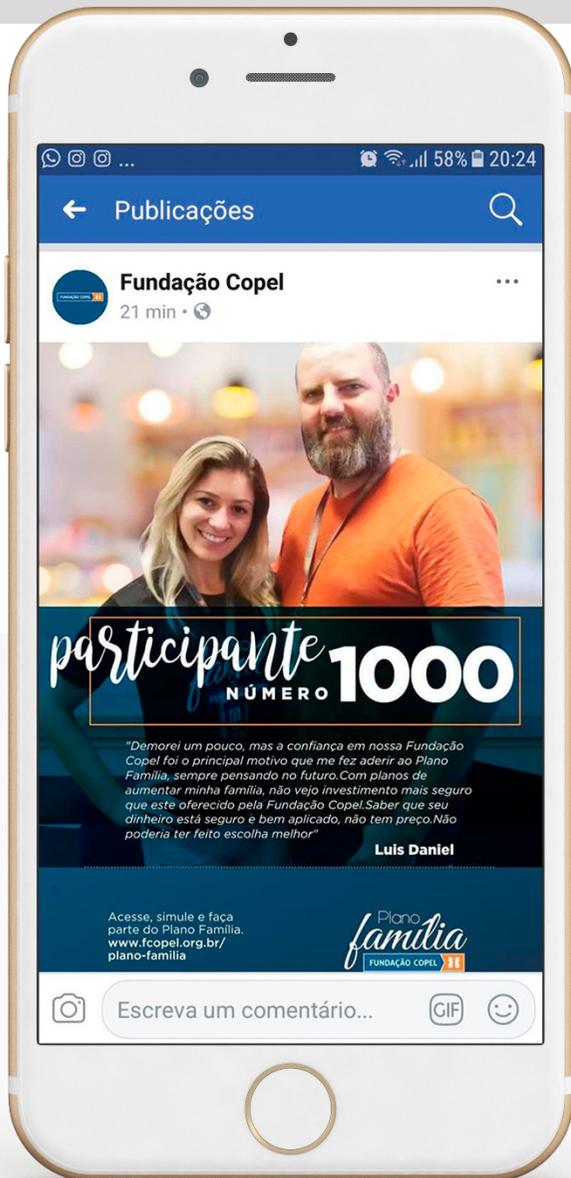
## ► APRENDIZADO/REFLEXÃO

Para a Fundação Copel os planos instituídos e o PrevCash são a solução previdenciária para um futuro incerto na previdência oficial.

As Entidades Fechadas de Previdência Complementar têm um papel importante na previdência do país ao conscientizarmos nossos participantes quanto a importância de pensar no futuro, buscando o consumo em uma rede que acredita no nosso segmento. Há muito espaço para ampliação deste conceito.



*Por toda vida*





## Adesão na sua mão

Se você ainda tem dúvidas sobre o Plano Família ser a melhor escolha para você ou sua família, então fale agora mesmo com a nossa consultora.

É fácil, simples e rápido. Adesão sem sair de casa, diretamente pelo WhatsApp no seu celular!

A consultora está disponível para tirar suas dúvidas e te mostrar que o Plano Família vai mudar o seu futuro.



## CONHEÇA AS VANTAGENS

1. Segurança na administração do plano;
2. Taxas mais competitivas que as previdências abertas (bancos)
3. Praticamente o dobro dos planos abertos;
4. O valor de contribuição fica a critério do participante;
5. O participante recebe 100% do que poupou acrescido dos rendimentos;
6. Não há custos com contribuições mensais compulsórias (aportes);
7. A família recebe o saldo remanescente;
8. Os recursos são isolados do patrimônio do instituidor;
9. Possibilidade de resgate total ou parcial.



8.

Aplicativo  
Meu Plano  
FUNDAÇÃO  
FAMÍLIA  
PREVIDÊNCIA



# Aplicativo Meu Plano | FUNDAÇÃO FAMÍLIA PREVIDÊNCIA



## ► COMO ERA?

Até fevereiro de 2018, a Fundação Família Previdência não disponibilizava informações aos participantes por meio de aplicativos para dispositivos móveis. Os canais eletrônicos de atendimento estavam limitados ao site institucional (área restrita de autoatendimento) e por telefone (URA).

## ► O QUE FOI FEITO?

Seguindo as tendências da transformação digital, a Fundação desenvolveu, em 2017, um projeto no segmento de aplicativos para dispositivos móveis a fim de oferecer aos participantes as funcionalidades do autoatendimento pela internet. A entidade disponibiliza uma série de informações e serviços, tais como: consulta ao saldo dos planos de contribuição definida, pagamento de contribuições mensais, possibilidade de alterar a contribuição ou de fazer aportes nos planos previdenciários, rentabilidade do período, contracheque para assistidos, concessão de empréstimos e pagamento de parcelas de empréstimos em andamento, extrato de contribuições, comprovante de rendimentos para fins de imposto de renda, Informativo Meu Retrato, documentos do plano (regulamento, cartilha, relatório anual, política de investimentos), decisões da governança, atualização de dados cadastrais, entre outros.

A estratégia adotada pela Fundação foi definir um escopo mínimo de serviços para disponibilizar a primeira versão do app com a maior agilidade possível. Assim, em março de 2018, a Fundação

lançou a primeira versão do app Meu Plano, com funcionalidades de maior valor para os clientes nas plataformas iOS e Android. Aos poucos, agregou novos serviços nas versões subsequentes. Hoje, outros recursos estão em desenvolvimento para agregar mais valor ao aplicativo.

A estratégia de lançar um produto menos abrangente (MVP) e incluir novas funcionalidades ao longo do tempo está alinhada às metodologias de transformação ágil. Os métodos ágeis permitem a entrega de pacotes completos e reduzidos de produtos e serviços, mantendo janelas abertas para seu aprimoramento e inclusão de novos entregáveis a cada novo ciclo de desenvolvimento.

## ► RESULTADOS ALCANÇADOS

O app Meu Plano, da Fundação Família Previdência, completou seu primeiro ano em março de 2019 e já está mostrando o quanto pode facilitar o acesso dos participantes às informações de sua previdência privada e demais serviços da Entidade. Até agosto de 2019, mais de 3.800 participantes já estão utilizando o aplicativo, cerca de 22% dos participantes. O app é acessado por pessoas de todas as idades: 46% estão na faixa dos 30 aos 49 anos, enquanto 38% estão na faixa dos 50 aos 69 anos. Aproximadamente, 68% são participantes ativos, ou seja, aqueles que ainda estão na fase contributiva.

O App Meu Plano também abriu um novo canal de comunicação da Entidade com os participantes por meio de mensagens “push” enviadas diretamente para o celular, informando quando está



# Aplicativo Meu Plano | FUNDAÇÃO FAMÍLIA PREVIDÊNCIA



disponível uma nova edição do contracheque dos assistidos, o extrato de contribuições e atividades da Fundação. As mensagens podem ser direcionadas para públicos segmentados, ampliando as chances de leitura, já que são curtas e objetivas.

O app também proporciona mais autonomia e controle ao participante sobre a sua poupança previdenciária, com informações atualizadas sobre o saldo, rentabilidade e possibilidade de efetivar aportes com poucos toques na tela do smartphone. Desta forma, o aplicativo se transforma em uma poderosa ferramenta de educação financeira e previdenciária.

## ▶ APRENDIZADO / REFLEXÃO

O aplicativo agiliza o contato da entidade com os participantes por meio de uma ferramenta que está sempre à mão das pessoas.

Desenvolver o app Meu Plano em etapas menores, com entregas mais ágeis e de maior valor para os clientes, agregando novidades nas versões subsequentes, facilitou a execução do projeto. Com isso, a Fundação dispõe de um produto em constante aprimoramento e alinhado às necessidades dos clientes.

Esta metodologia possibilita a correção de rumos por conta da identificação de necessidades dos usuários (por meio de *feedback* sobre o que esperam de um aplicativo previdenciário). Por exemplo, muitos participantes da Fundação possuem mais de um plano previdenciário. Os usuários precisavam de uma funcionalidade que facilitasse alternar de um plano para outro,

sem precisar fazer *logoff* no app. Assim, foi criada uma tela na qual eles podem cadastrar todos os planos, incluindo, também, os planos administrados para seus dependentes. Esta funcionalidade não estava prevista no projeto original, mas foi incorporada logo após os primeiros *feedbacks* dos usuários.

A criação do app Meu Plano também ajudou a aprimorar processos. Por exemplo, o extrato de contribuições e o Informativo Meu Retrato eram enviados trimestralmente. Hoje, a Fundação envia essas informações mensalmente para que o participante tenha o saldo de seu plano sempre atualizado no app.

Além disso, a ferramenta possibilitou o desenvolvimento de uma nova linguagem no relacionamento com o participante, mais simples e direta, adaptada ao meio digital que exige uma interface mais intuitiva e de fácil compreensão para os usuários.



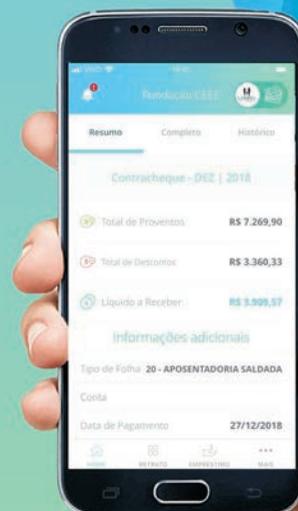
# Aplicativo Meu Plano | FUNDAÇÃO FAMÍLIA PREVIDÊNCIA

## É muito fácil ver seu contracheque pelo App Meu Plano

- Resumo com valores dos proventos, descontos e líquido a receber.
- Detalhamento dos descontos.
- Histórico com os contracheques anteriores.

Uma forma inteligente e moderna de acompanhar o seu benefício.

**BAIXE AGORA!**



Use o QR Code para acessar a página do aplicativo no seu celular.





9

Projeto  
E-Funpresp:  
adesão digital  
online

FUNPESP-EXE



# Projeto E-Funpresp: adesão digital online | FUNPRESP-EXE



O projeto de adesão digital ao plano ExecPrev da Funpresp faz parte da transformação digital da Entidade, juntamente com o lançamento de três novos produtos de relacionamento com os participantes: portal, aplicativo para *smartphone* e nova Sala do Participante (ambiente restrito no site)<sup>2</sup>. Em aperfeiçoamento contínuo, o projeto foi coordenado pelas áreas de Comunicação e Relacionamento e de Tecnologia da Informação, com a participação das áreas de Cadastro, Arrecadação e Atuária.

A oferta é direcionada a servidores públicos do Poder Executivo Federal que desejem aderir ao plano de benefícios ExecPrev<sup>3</sup>. O processo é rápido e simples. O servidor acessa o portal da Funpresp, na seção “Tenho interesse em aderir”<sup>4</sup>, e, em poucos cliques, a adesão ao plano é processada e recebida pelo cadastro da Fundação, sem a necessidade de uso de papel.

## ► A FUNPRESP

Com pouco mais de 6 anos, a Funpresp foi criada por meio da Lei nº 12.618/2012, que instituiu o Regime de Previdência Complementar

(RPC) para os servidores federais. Hoje conta com mais de 86 mil adesões, 183 patrocinadores e 82 beneficiários e assistidos e já atingiu um patrimônio de R\$ 1.953 bi, com rentabilidade acumulada nos últimos 12 meses de 12,02%<sup>5</sup>.

As dificuldades para realizar a adesão advinham da necessidade de preenchimento de formulário próprio em três vias, sendo uma para o participante, uma para a área de gestão de pessoas e outra para a própria Funpresp. Posteriormente, a Lei nº 13.183/2015 estabeleceu a inscrição automática aos planos ExecPrev e LegisPrev, trazendo um grande ganho para os novos servidores. Então, a partir novembro de 2015, os servidores que tomam posse e têm remuneração maior que o teto do INSS<sup>6</sup> são inscritos automaticamente, podendo desistir da adesão em até 90 dias.

## ► OBJETIVOS DA ADESÃO DIGITAL

Mesmo com a inscrição automática, a Funpresp tinha a necessidade de ofertar uma forma de adesão descomplicada aos servidores que não foram aderidos automaticamente. Ou seja, aqueles

- 1 Case apresentado no Mix de Ideias 2019 do 1º Encontro de Estratégias e Criação de Valor da Abrapp.
- 2 O lançamento do novo portal e do aplicativo foi realizado em abril de 2018, enquanto o da nova Sala do Participante ocorreu em dezembro do mesmo ano.
- 3 Exceto aos servidores do Banco Central, uma vez que a plataforma é interligada ao sistema de gestão de pessoas do poder executivo federal (Siape/Sigepe), que não é utilizado por esse órgão.
- 4 Para visualizar, acessar: <https://www.funpresp.com.br/tenho-interesse>
- 5 Os dados de adesão, patrocinadores, beneficiários, patrimônio e rentabilidade estão posicionados em 9 de agosto de 2019. Para dados atualizados, acessar: <https://www.funpresp.com.br/investimentos/funpresp-em-numeros>
- 6 Em 2019, o valor foi fixado em R\$ 5.839,45, conforme definido pelo Ministério da Economia.



# Projeto E-Funpresp: adesão digital online | FUNPRESP-EXE



que ingressaram antes de novembro de 2015 ou que possuíam remuneração menor do que o teto do INSS.

Além disso, a Fundação possui um grande número de patrocinadores, espalhados em todas as unidades da Federação. Dessa forma, era preciso ganhar capilaridade nos diferentes estados e dar a oportunidade aos servidores que se encontram longe das unidades de gestão de pessoas de aderirem ao plano com facilidade.

A plataforma de adesão também veio dar continuidade ao projeto de transformação digital da Entidade e atender ao primeiro objetivo estratégico da Fundação, que é ampliar a taxa de adesão, bem como dialogar com um dos principais valores da Funpresp: a inovação.

## DESAFIOS PARA A IMPLANTAÇÃO

Os principais desafios do percurso foram:

- 1) Definição do público-alvo:** o servidor é um público muito heterogêneo, dividido entre carreiras distintas, com remuneração e lotação diferentes.
- 2) Elaboração de um produto simples e fácil de utilizar:** era necessário formatar uma plataforma que qualquer servidor, independentemente da idade ou carreira, conseguisse utilizar sem o auxílio de outra pessoa.

**3) Identificação positiva do participante:** havia a necessidade de verificar a autenticidade da solicitação do servidor. Ou seja, se quem estava solicitando a adesão era de fato o servidor. Para solucionar a situação, realizou-se a integração com o sistema dos órgãos patrocinadores, via *web service*.

**4) Autenticação do pedido:** obrigação de confirmar a solicitação por meio de um *token*, análogo à assinatura física.

**5) Acompanhamento do pedido:** necessidade de haver número de protocolo e área no portal para acompanhamento do pedido, em cumprimento à Resolução CNPC/MF nº 26, de 2017.

## RESULTADOS

Desde o lançamento, ocorrido em fevereiro de 2019, foram realizadas 430 adesões digitais ao ExecPrev<sup>7</sup>. Muitas delas foram provenientes de participantes de institutos e universidades federais, que têm a característica de possuírem *campi* no interior dos estados.

## PRÓXIMOS PASSOS

O projeto de adesão digital está em constante aperfeiçoamento. A próxima etapa é ampliar a oferta para os servidores das diferentes Casas do Poder Legislativo Federal, bem como aos do Banco Central. Para isso, será necessária a integração da aplicação com os sistemas desses órgãos.

<sup>7</sup> Dados posicionados em 9 de agosto de 2019.



## Projeto E-Funpresp: adesão digital online | FUNPRESP-EXE



Além disso, em breve, também será ofertada a possibilidade de o participante realizar contratação da Parcela Adicional de Risco (PAR) no ato da adesão ao plano. Trata-se de um produto optativo, que traz coberturas em caso de morte ou invalidez permanente. Hoje, essa contratação é realizada apenas com os representantes da Funpresp espalhados pelo País.





10.

+

Ampliação  
dos Canais de  
Comunicação  
INFRAPREV  
PREVIDÊNCIA  
PRIVADA



# Ampliação dos Canais de Comunicação I INFRAPREV PREVIDÊNCIA PRIVADA



## ► OBJETIVO

O Infraprev foi a 1ª entidade fechada de previdência complementar a entrar nas redes sociais com o objetivo de ampliar os canais de comunicação e solidificar sua imagem junto aos participantes, ao mercado de previdência e à sociedade. Trata-se de uma nova forma de se relacionar com os diversos públicos do Instituto para mantê-los a par de novidades; abordar temas relevantes; tirar dúvidas; ensinar um pouco sobre educação financeira e previdenciária; dar dicas de investimentos e divulgar notícias importantes.

A exposição nas redes sociais primeiro teve de ser respaldada pelos resultados das pesquisas aplicadas aos participantes, que revelavam índices de satisfação de até 90%. Diante desses números, a Gerência de Comunicação tinha ciência que, caso o novo canal fosse utilizado para o envio de críticas ou reclamações, seriam episódios pontuais, como ocorre até hoje, e o Infraprev conseguiria responder aos questionamentos com propriedade.

## ► COMO ERA ANTES

Os canais de comunicação voltados aos participantes à época eram o portal [www.infraprev.org.br](http://www.infraprev.org.br); o Jornal Futuro, uma publicação bimestral; e o envio de comunicados por e-mail sempre que necessário.

## ► O QUE FOI FEITO

O Infraprev gradativamente criou perfis nas redes sociais, convergindo o conteúdo para o portal corporativo, estratégia que

desde então vem contribuindo para aumentar o engajamento e a quantidade de acessos. A primeira experiência do Instituto nas redes sociais foi no Twitter, lançado em fevereiro de 2010.

A rede foi escolhida por não requerer grandes investimentos, a facilidade de interação com os usuários e a possibilidade de publicar informações de no máximo 140 caracteres. O principal objetivo do perfil oficial no Twitter foi formar “embaixadores da marca”, seguidores com um bom sentimento em relação ao Infraprev, que fizessem comentários positivos e ajudassem a divulgar conteúdo relevante, além de defender o nome do Instituto.

O segundo passo foi o lançamento da página do Instituto no Wikipédia, enciclopédia colaborativa disponível na internet. Depois houve a inauguração de uma conta oficial no Facebook, rede que permite mais interação com os usuários. O perfil do Infraprev no Twitter, nesse período, já não apresentava o crescimento desejado. À medida que a presença do Infraprev no Facebook se consolidou, foram lançados novos perfis oficiais no LinkedIn e no Instagram. A página no Twitter, por sua vez, foi encerrada em 2017.

**Facebook** - A inauguração da *fanpage* do Infraprev no Facebook, em 2012, segue a mesma linha de dar visibilidade à marca e tomou como base o grande alcance da rede social, o número de usuários conectados e a facilidade de se comunicar com os diversos públicos de interesse (participantes, empresas, opinião pública). Atualmente, por conta de uma mudança na política interna do Facebook, as empresas não conseguem crescimento orgânico



# Ampliação dos Canais de Comunicação I INFRAPREV PREVIDÊNCIA PRIVADA



sem o patrocínio de posts.

**Wikipédia** - O Infraprev entrou para a enciclopédia coletiva global em outubro de 2013 com o objetivo de aumentar a visibilidade do Instituto, atrair mais visitantes ao portal do Infraprev e integrar as estratégias de mídia social, por ser meio de comunicação e ferramenta colaborativa.

**LinkedIn** - O crescimento no LinkedIn vem acontecendo de forma orgânica e o objetivo é potencializar o uso dessa ferramenta para influenciar e sensibilizar sobre o tema da previdência complementar fechada.

**Instagram** - A mais recente empreitada digital do Infraprev foi no Instagram, maior aplicativo de fotos do planeta, com mais de um bilhão de usuários ativos. O perfil oficial na rede foi lançado em maio de 2019, com o objetivo ampliar a presença digital do Instituto. Como existe um movimento de usuários migrando do Facebook para o Instagram, o Infraprev adotou a estratégia de estar nas duas redes sociais.

**Youtube** - O Infraprev estreou mais um canal de comunicação em 2011 e passou a exibir vídeos sobre educação financeira, investimentos, benefícios, vídeo institucional. Os assuntos relacionados à previdência na maioria das vezes são bastante complexos e com vídeos é possível adotar uma linguagem mais leve, atraente e de fácil entendimento.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

O Infraprev, além de contar com mais canais de comunicação, se alinhou a tendência mundial que integra as redes sociais aos smartphones e aos usuários, aumentando exponencialmente o número de pessoas conectadas. Desde quando entrou nas redes sociais, o Instituto tem mais participantes acessando os seus perfis oficiais. Os aposentados têm presença significativa e os acessos ao portal aumentaram.

Rede Social	Criação	Objetivo	Seguidores*
Youtube	2011	Facilitar o acesso à informação, sobretudo de assuntos relacionados à previdência, que na maioria das vezes são bastante complexos e com vídeos é possível uma linguagem mais leve	-
Facebook	2012	Informar aos participantes sobre as principais notícias relacionadas ao Instituto.	5.852
Wikipédia	2013	Aumentar a visibilidade do Instituto, atrair mais visitantes ao portal	-
LinkedIn	2017	Reforçar seu posicionamento institucional, informar assuntos relacionados à previdência privada e futuras vagas.	1.678
Instagram	Maio/2019	Informar aos participantes sobre as principais notícias relacionadas ao Instituto.	438



# Ampliação dos Canais de Comunicação I INFRAPREV PREVIDÊNCIA PRIVADA



## APRENDIZADO / REFLEXÃO

É preciso estar preparado para as mídias sociais, para não ser surpreendido por informações divulgadas por blogueiros, grupos de discussão e notas negativas em fóruns públicos. Neste momento, as mídias tradicionais não serão eficientes para contornar o caos que pode se formar com a disseminação de um fato altamente negativo neste ambiente. E não são necessários grandes investimentos, mas disposição para desenvolver conteúdo que seja relevante e fazer monitoramento dos comentários nos posts, assim como solicitações de informações. A presença nas redes sociais permite comunicação e relacionamento, que proporciona transparência.

OBRIGADO!

5,000

curtidores

Com você até o futuro.

O Infraprev  
agora também está no

LinkedIn



11

Como você quer  
envelhecer?  
OABPREVGO



# Como você quer envelhecer? | OABPREVGO



## ► COMO ERA?

Não existia

## ► O QUE FOI FEITO?

Por entender que a terceira idade deve ser desfrutada não apenas com conforto financeiro, mas com qualidade de vida, saúde e bem-estar, a OABPrev GO/TO idealizou, elaborou e executou, a partir de 2018 até os dias atuais, um programa com vistas a incentivar, auxiliar e apoiar seus associados a adquirirem bons hábitos de alimentação e de atividades físicas. O projeto, denominado Clube de Vantagens possui quatro pilares que, juntos, colaboram de forma indiscutivelmente eficiente para que seus participantes adotem boas práticas de saúde. São eles: O Medida Certa - um projeto no qual os participantes (sorteados após se inscreverem no site da Entidade) são acompanhados gratuitamente, durante dois meses, por uma nutricionista, que os auxiliará, individualmente, a perder ou manter o peso, por meio de uma alimentação nutritiva, equilibrada e de baixa caloria. Além das consultas e acompanhamento semanal da profissional, os participantes serão estimulados a se exercitar e a consumir produtos de melhor qualidade, por meio de descontos e acessos facilitados a academias e empresas do segmento fitness. O programa Correndo para o Futuro integra o projeto e consiste na formação de um grupo de corrida de rua, formado pelos participantes, que é então orientado e acompanhado pelo coach Fernando Diniz, sendo que os participantes eventualmente sorteados mas moradores do interior do Estado também contam

com o mesmo acompanhamento, via aplicativo próprio, pelo *smartphone*. Considerando os aspectos particulares de cada participante, Fernando Diniz elabora uma agenda de treinos para cada um e, semanalmente, avalia seus resultados. Além deste acompanhamento gratuito com o coach de corrida, os contemplados podem usufruir de descontos exclusivos com profissionais da área de nutrição e academias, para treinamentos funcionais de fortalecimento e melhoria do condicionamento. O atleta que apresenta melhor desempenho ganha uma inscrição para participar da Corrida de São Silvestre, com uma diária de hospedagem e passagens aéreas de ida e volta. Terceiro pilar do Clube de Vantagens é o FutPrev, pelo qual associados que tenham interesse são incentivados a formar equipes para a prática de futebol e futevôlei, sendo realizadas competições com prêmios, entre outras atrações. Finalmente, o quarto pilar do programa é o *Voucher* Mais, que consiste em oferecer aos participantes descontos exclusivos em estabelecimentos dos mais variados segmentos comerciais e de serviços, mas com foco nas áreas de bem-estar, saúde, nutrição e exercícios físicos.

## ► RESULTADO(S) ALCANÇADO(S)

Desde sua primeira edição, o Clube de Vantagens da OABPrev GO/TO surpreendeu não apenas seus idealizadores mas, também aqueles que puderam participar dos programas, muitos dos quais relatam terem mudado completamente seus hábitos de alimentação, abandonando também o sedentarismo, optando por alimentos mais nutritivos, saudáveis e de baixo teor calórico. Vários testemunhos e relatos foram divulgados na imprensa, e a OABPrev



# Como você quer envelhecer? | OABPREVGO

GO/TO chegou a ser convidada por dois anos consecutivos pela Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (Abrapp) para apresentar o Clube de Vantagens como case de sucesso e exemplo de boas práticas. Para essas ocasiões, a entidade levou consigo associados que passaram pelo programa, para relatar pessoalmente suas experiências, bem como o coach Fernando Diniz. O programa já está em sua terceira edição, cada vez com maior número de associados inscritos, interessados em adotar novos hábitos de vida.

## APRENDIZADO / REFLEXÃO

O sucesso e a grande adesão ao programa nos serviu de estímulo e reforçou a crença, já enraizada na OABPrev GO/TO, de que também é de nossa responsabilidade - para muito além de administrar financeiramente a confiança que nossos associados nos depositam - conscientizá-los e orientá-los sobre a importância de também se preparar para gozar de bem estar, saúde e boa disposição no período em que não estiverem mais na ativa. Cada vez mais nos convencemos da necessidade de novas práticas e iniciativas que tenham esse intuito, que ofereçam aos nossos associados condições e informações acerca de longevidade com saúde. Nosso interesse é que tenham conforto financeiro quando aposentados, mas que o tenham em pleno gozo, também de saúde física, mental e emocional, algo pelo quê eles já podem trabalhar desde já, com nosso apoio.





12

+

Modernização  
e digitalização:  
estratégias de  
aproximação da  
Petros com seus  
participantes  
**PETROS**



# Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes | PETROS



## MODERNIZAÇÃO E DIGITALIZAÇÃO: ESTRATÉGIAS DE APROXIMAÇÃO DA PETROS COM SEUS PARTICIPANTES

Com o objetivo de modernizar e consolidar a digitalização dos canais de comunicação da Petros e aproximar a Fundação de seus participantes, duas medidas importantes foram adotadas em 2018: a reformulação do Portal Petros e a criação de um aplicativo para *smartphones* e *tablets*. Os dois produtos foram integralmente desenvolvidos *in house* pelas equipes de comunicação e tecnologia, sem custos extras para a Fundação. O primeiro passo desta estratégia foi reformular o Portal Petros, relançado de cara nova em maio. A segunda etapa, o aplicativo, foi entregue em dezembro.

A reformulação do portal e o desenvolvimento do aplicativo foram pensados com o objetivo de aproximar a Fundação de seus participantes num mundo cada vez mais digitalizado, em que a informação está na palma da mão, a qualquer hora e lugar. Além disso, atendem a uma demanda dos próprios participantes, que têm demonstrado que preferem se comunicar com a Petros pelos meios digitais. Esta foi a opção escolhida por 67% deles, segundo a Pesquisa de Satisfação de 2017, e por 65,8%, na sondagem de 2018.

## REFORMULAÇÃO DO PORTAL PETROS

Até a reformulação de maio de 2018, o Portal Petros ([www.petros.com.br](http://www.petros.com.br)) tinha um desenho desatualizado, *layout* pouco atraente, praticamente sem imagens e sem o recurso da responsividade, que permite adaptação a qualquer tamanho de tela. Os textos

eram complexos, com linguagem difícil. Algumas informações estavam disponíveis apenas na área fechada, que só pode ser acessada com login e senha, dificultando o acesso.

O portal passou por uma ampla mudança de *layout* e conteúdo. Com desenho mais moderno, deixou de ter as notícias como foco e passou a dar destaque aos serviços prestados, como empréstimo, extrato e contracheque - com caixas com imagem e uso de ícones, como os que indicam os canais de relacionamento.

Além disso, tornou-se responsivo, adaptando-se às diferentes telas de celulares e *tablets*. A responsividade foi um passo essencial na estratégia de aproximar a Petros do participante por meio da comunicação digital, pois permite melhor experiência de navegação, independentemente do canal utilizado pelo participante.

O portal também facilitou o acesso ao conteúdo. Informações antes restritas à área fechada migraram para a aberta. A linguagem ficou mais simples, com textos curtos e explicativos. Na aba “A Petros”, por exemplo, foi incluída a descrição do que fazem os conselhos Deliberativo e Fiscal. Os principais números da Fundação, antes atualizados anualmente, passaram a ser ajustados todo mês. Também foi criado um espaço só sobre governança, que trata de temas como princípios fundamentais e controle de riscos.

Em “Serviços”, item de maior destaque do novo portal, há uma área exclusivamente para pensionistas e outra com informações sobre educação financeira. As principais regras dos empréstimos



# Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes | PETROS



foram para a área pública, onde também há um tira-dúvidas sobre o tema. Mesmo sem ter havido troca da plataforma na qual funciona o portal, serviços que antes não estavam disponíveis 24 horas passaram a ser acessados a qualquer momento.

Outra novidade foi a criação de um espaço exclusivo para fornecedores e empresas que queiram se tornar parceiros comerciais da Fundação. No “Espaço do Fornecedor”, estão listados todos os requisitos necessários para se tornar um parceiro da Petros, assim como os valores e princípios que a Fundação espera que seus fornecedores compartilhem.

## ► CRIAÇÃO DO PETROS APP

Até o fim de 2018, a Petros não dispunha de um aplicativo para dispositivos móveis e a comunicação digital se limitava ao portal e a informativos enviados por e-mail. Em dezembro de 2018, com o lançamento do Petros App, o participante passou a ter acesso rápido e direto, de onde estiver, a alguns dos principais serviços da Fundação. O aplicativo está disponível para *download* gratuito nas lojas App Store e Google Play.

Com linguagem simples, o app aproxima o participante da Petros, facilitando o acompanhamento do plano. Basta entrar uma única vez com matrícula e senha Petros para acessar o app e acompanhar dados como a rentabilidade do plano no mês, ano, comparação com a meta atuarial, inflação etc.

Para os participantes ativos, a ferramenta permite ver o saldo

da conta, com os valores depositados pelo participante e pelo patrocinador, os contratos de empréstimos e o valor disponível para resgate. No caso de aposentados e pensionistas, o app traz contracheque, valor líquido depositado na conta, calendário de pagamentos e demonstrativo de empréstimo.

O aplicativo também abriu mais um canal para envio de mensagens. Informações relevantes agora são disparadas em notificação via app, o que permite uma comunicação rápida, direta e eficaz. Também é possível ler no app as notícias publicadas no portal.

Além disso, o app dá acesso às quase 150 empresas do Clube Petros, que estão na internet e em mais de 550 endereços em todo o país. A busca dos parceiros do clube de vantagens e descontos pode ser feita por nome, setor ou geolocalização. Facilitar o acesso aos descontos foi mais uma estratégia de aproximação, incentivando o participante, especialmente os ativos, a baixar o app e se conectar com a Fundação.

## ► RESULTADOS ALCANÇADOS

Com a reformulação do portal, que passou a ser responsivo, a média mensal de acessos via mobile passou de 19.873, em 2017, para 32.506, em 2018, um crescimento de 63,5%, em linha com a tendência do mercado digital e proporcionando mais engajamento com a Fundação. Numa escala de 1 a 10, a pesquisa de satisfação com os participantes registrou nota média 8 ao novo portal: 74% deram 8, 9 e 10. Entre os usuários do portal, a satisfação passou de 86% (2017) para 87,7% (2018).



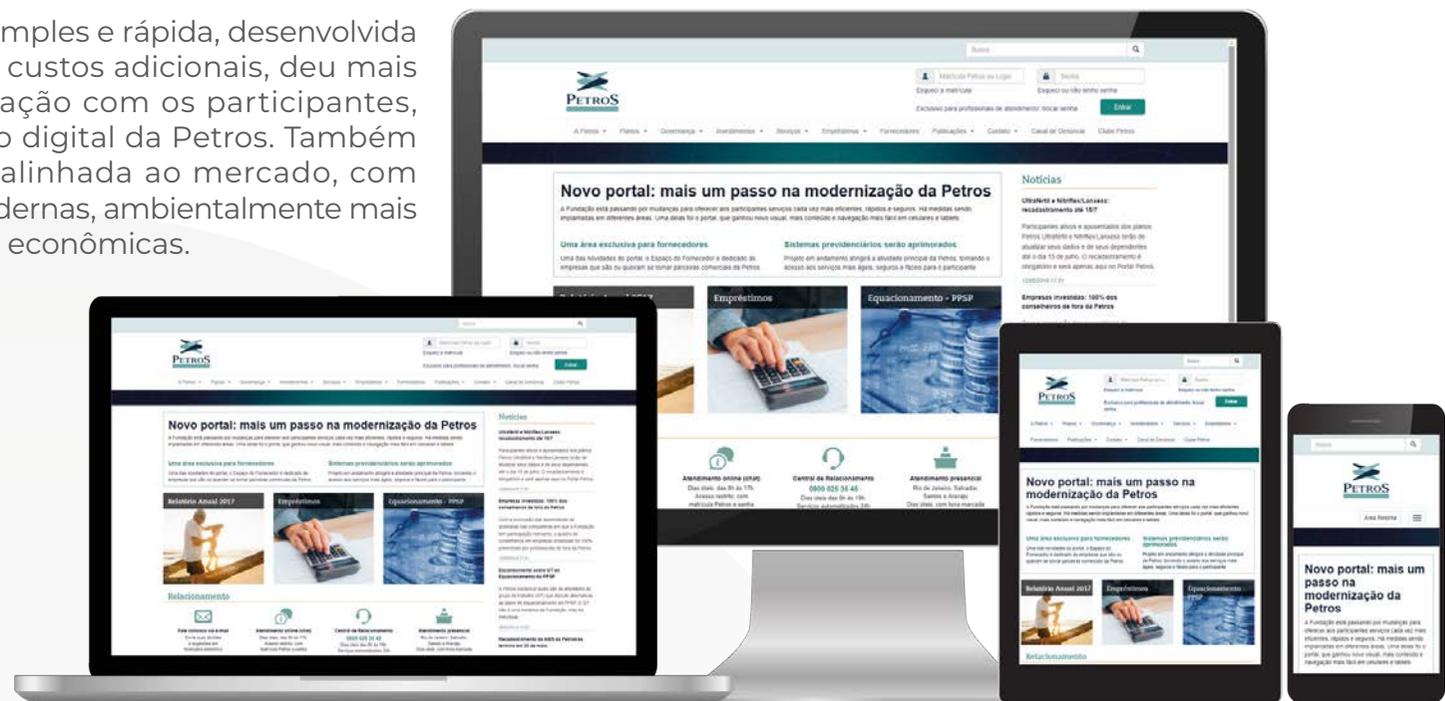
# Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes | PETROS



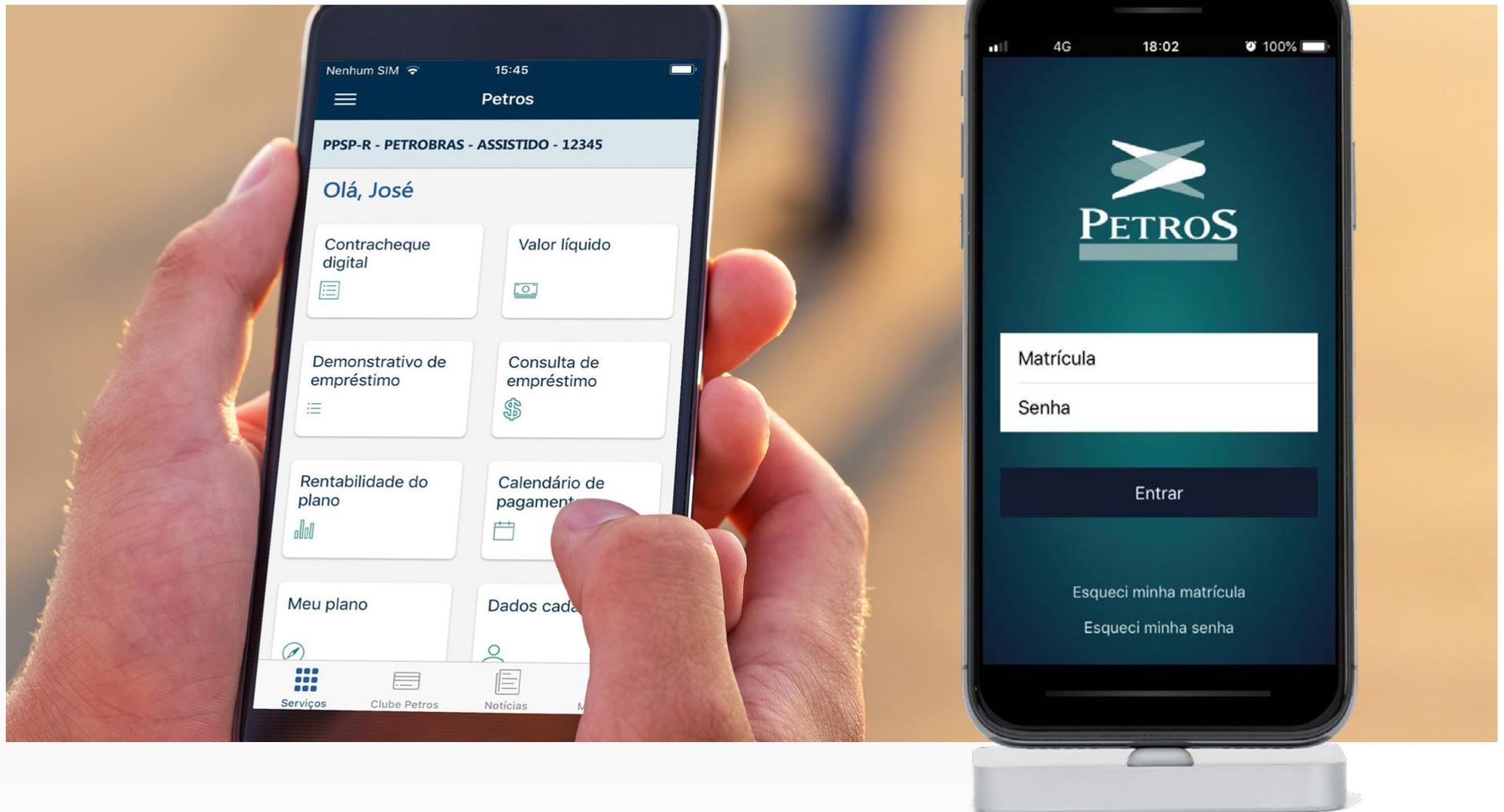
Já o app registrou mais de 43 mil *downloads* nos cinco primeiros meses após seu lançamento: 54% entre assistidos e 46% entre ativos. O bom desempenho entre ativos é relevante uma vez que este público é o que tem menos interação com a Fundação. O novo canal permite que a Petros se aproxime com mais facilidade deste grupo.

## LIÇÕES APRENDIDAS

Apostar em uma estratégia digital, simples e rápida, desenvolvida de forma totalmente interna e sem custos adicionais, deu mais agilidade à comunicação da Fundação com os participantes, passo importante na transformação digital da Petros. Também foi essencial para deixar a Petros alinhada ao mercado, com soluções tecnologicamente mais modernas, ambientalmente mais sustentáveis e financeiramente mais econômicas.



# Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes | PETROS



# Modernização e digitalização: estratégias de aproximação da Petros com seus participantes | PETROS



**Quinta-feira, 10 de Maio de 2018**

PETROS PLANOS DE PREVIDÊNCIA

Matrícula Petros ou Login Senha  
    
 Esqueci a matrícula  Esqueci ou não tenho senha

Exclusivo para profissionais de atendimento

CLUBE PETROS MAPA DO SITE FALE CONOSCO OUVIDORIA CANAL DE DENÚNCIA BUSCA

A Petros Planos Benefícios Contribuição Esporádica Investimentos Relatório Anual Notícias Informativo do Participante Revista Petros e Você TV Petros Assessoria de Imprensa Responsabilidade Social

**RESULTADOS 2017**  
 Vídeo da apresentação já está disponível. [Clique aqui para assistir](#)

**Esclarecimento sobre GT do Equacionamento do PPSP**  
 Diante das dúvidas de participantes em relação às atividades do Grupo de Trabalho (GT) que discute alternativas ao plano de equacionamento do déficit do Plano Petros do Sistema Petros (PPSP), a Fundação esclarece que o GT não é uma iniciativa da Petros. A decisão de formar o Grupo de Trabalho Partitório para discutir alternativas que possam reduzir o impacto do equacionamento do PPSP foi da maior patrocinadora do plano, a Petrobras, atendendo a um pedido de entidades sindicais. [Clique aqui e confira a nota completa.](#)  
 Publicada em 08/05/2018 15:22

**Projeto de contracheque digital chega a mais um grupo**  
 Os participantes que se aposentaram entre 2010 e 2013 não receberam o contracheque impresso de abril, que chegaria às residências até a próxima terça-feira (05), o quinto dia útil de maio, e passarão a contar exclusivamente com a versão digital, que desde o ano passado já é enviada a todos por e-mail. A mudança é parte do projeto contracheque digital, que foi iniciado em 2017 e está sendo implantado gradualmente, para que os aposentados e pensionistas tenham tempo de se adaptar. O próximo grupo será dos aposentados entre 2005 e 2009, que deixarão de receber a versão impressa a partir do contracheque deste mês de maio.  
 Publicada em 04/05/2018 18:04

**Recadastramento da AMS da Petrobras vai até 20/5**  
 Termina no dia 20 de maio o prazo para recadastramento de aposentados e pensionistas beneficiários da AMS – assistência médica oferecida pela Petrobras – e que têm o desconto do benefício diretamente no contracheque. A atualização de dados é obrigatória e, além do titular, todos os dependentes inscritos na AMS também devem fazer o recadastramento. O objetivo da campanha é manter a base de dados atualizada e aprimorar a projeção dos gastos da empresa com saúde.  
 Publicada em 03/05/2018 16:03

**Comunicado sobre eleição do novo Conselho da BRF**  
 A Petros avalia com extremamente positivo o desfecho do processo de eleição do novo Conselho de Administração da BRF. A Fundação acredita que o colegiado reúne independência, competência e pluricolinidade necessárias para recuperar a companhia, o que sempre foi objetivo da Petros quando iniciou o movimento pela reformulação do Conselho de Administração, há dois meses. A eleição da chapa de consenso prova que o colegiado está unido nesse propósito.

**Recadastramento**  
 Envie suas dúvidas e sugestões em formulário eletrônico

**Baixe o aplicativo Petros**  
 Acesso restrito, com matrícula Petros e senha

**Dúvidas mais frequentes**

**Relacionamento**

Fale conosco via e-mail  
 Atendimento online (chat)  
 Central de Relacionamento  
 Atendimento presencial

**Boletins de resultado**  
 Publicações mostram a rentabilidade e a evolução do resultado dos planos PPSP-R, PPSP-NR e PP-2 a cada mês

**Educação financeira**  
 Saiba como organizar suas finanças para planejar o orçamento e manter as contas em dia

**Pensionistas**  
 Passo a passo orienta como solicitar acatamento para despesas com funeral, pecúlio e pensão por morte

**Notícias**  
**Petros assina TAC sobre custo dos planos**  
 A Petros celebrou com a Previc um Termo de Ajustamento de Conduta (TAC), com o objetivo de promover a individualização do custo administrativo dos planos de benefícios administrados pela Fundação.  
 26/05/2018 18:04

**Petros divulga seus principais investimentos**  
 Documento aborda, entre outras informações, as atividades de governança direcionadas pela Fundação para os investimentos, os direitos e deveres dos acionistas e as expectativas em relação às empresas nas quais investe.  
 16/05/2018 15:18

**Alexandre Mathias assume Diretoria de Investimentos da Petros**  
 Executivo foi habilitado pela Previc e já havia sido aprovado pelo Conselho Deliberativo, instância máxima de governança da Fundação. Novo diretor foi escolhido por meio de processo seletivo no mercado.  
 03/05/2018 17:01

**Relatório Anual de 2018 está disponível para consulta**  
 Documento apresenta as demonstrações contábeis da Fundação referentes ao ano passado, a rentabilidade dos investimentos, entre outras informações dos planos de benefícios publicadas nos anos.  
 30/04/2018 17:09

**Recadastramento: Petros faz campanha residual para chegar a 100% dos participantes**  
 A Petros está realizando uma campanha residual de recadastramento, para que os participantes que ainda não atualizaram seus dados possam deixar seu cadastro em dia na Fundação.  
 02/05/2018 10:53

Arquivo de notícias

Página Inicial Ajuda Mapa do Site Atendimento Ouvidoria Canal de Denúncia Clube Petros

Fundação Petrobras de Seguridade Social - Petros - CNPJ 34.053.942/0001-50  
 Rua do Ouvidor, 98, Centro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil CEP 20040-030  
 Central de Relacionamento: 0800 025 35 45 (das 08h às 19h)  
 Envie um e-mail

PREVIC

Copyright © 2018 - Todos os direitos reservados. Imagens: iStock





13.

Programa  
“Prevdada vai  
até você”  
**PREVDATA**



# Programa “Prevdata vai até você” | PREVDATA



## ▶ APRESENTAÇÃO

O Programa “Prevdata vai até você” faz parte do Programa de Educação Financeira e Previdenciária da Prevdata. Teve início em 2009 e foi formalizado em 2010, como uma ação do planejamento estratégico. Seu objetivo principal é buscar a adesão de novos participantes e a manutenção dos atuais; aumento da cultura previdenciária; prestar esclarecimentos sobre a saúde dos planos, por meio da apresentação de resultados da gestão; fortalecer a imagem, visando redução de reclamações, aumento de confiança e segurança, com mitigação de eventuais contenciosos.

Além de fortalecer a imagem da Prevdata perante a população abrangida por seus dois planos de benefícios, há uma clara necessidade de desvincular a imagem do Plano PRV Saldado das informações que prestamos do Plano CV – Prevdata II. Isto pelo fato de ambos possuírem formas distintas de acumulação de poupança previdenciária e de complementação de renda na aposentadoria, além de demonstrar que dificuldades enfrentadas pela Prevdata nos anos 90 estão superadas.

Atualmente, a Prevdata é uma entidade cujo patamar de transparência, solvência e segurança são referendados por consultorias independentes, órgãos reguladores e auditorias de sua patrocinadora, Dataprev.

O programa vai sendo reformulado ao longo do tempo, em função dos resultados de pesquisa de satisfação, avaliação dos canais de relacionamento da entidade e demais demandas apresentadas,

mantendo-se a perspectiva da presença da Prevdata nas diversas unidades da Dataprev.

## ▶ PRINCIPAIS ATIVIDADES DESENVOLVIDAS E SEUS OBJETIVOS

**Encontro com Representantes Regionais e Gestão de Pessoas:** Possibilidade de abordar de forma mais detalhada a Prevdata e seus planos de benefícios.

**Prestação de Contas e Apresentação de Resultados:** Para participantes de ambos os planos receberem informações gerais sobre a administração da Prevdata e prestação de contas sobre a gestão.

**Apresentação do Plano CV – Prevdata II:** Para empregados da patrocinadora ainda não participantes, com informações gerais sobre o plano.

**Atendimento aos participantes e potenciais participantes:** Oportunidade de esclarecimento de dúvidas individuais.

**Formação para Consultores Regionais:** Encontros, palestras e ações por videoconferência para orientação e formação dos Representantes Regionais da Prevdata.

**Palestras variadas:** participação em Formação Corporativa de novos empregados; Sipat – Semana Interna de Prevenção de Acidentes; eventos relacionados ao PDI - Programa de



# Programa “Prevdata vai até você” | PREVDATA



Desligamento Incentivado; reuniões por videoconferência sobre diversos assuntos, demandados pelas filiais da patrocinadora, ou sugeridos pela própria Prevdata para oferecer orientação sobre algum momento específico.

**Encontro de Previdência Complementar:** Profissionais de renome no mercado oferecem uma visão ampla do segmento de Previdência Complementar e como a Prevdata se insere neste contexto.

## ORGANIZAÇÃO DO CRONOGRAMA

O cronograma de visitas às filiais da Dataprev considera que aquelas com maior população devem ser priorizadas nas visitas regulares da Prevdata, em especial a Direção Geral e aquelas com Unidades de Desenvolvimento ou Data Centers, com constante contratação de novos empregados. As com menor contingente são visitadas em anos intercalados.

A Prevdata busca ser representada por, pelo menos, um Diretor em cada visita, além da equipe de atendimento para esclarecimentos e atendimento individual aos empregados.

São planejadas viagens especialmente no período de março a novembro. Entretanto, sempre são consideradas as necessidades de cada unidade da Dataprev, o que ocasiona remanejamentos por conta das agendas locais.

## DESPESAS

O programa tem previsão orçamentária específica. Suas despesas

diretas se referem a diárias e passagens aéreas. Estimamos em dois dias em média cada visita, dependendo dos temas abordados.

## INDICADORES DE ACOMPANHAMENTO DO PROGRAMA “PREVDATA VAI ATÉ VOCÊ”

O programa tem indicadores próprios, conforme cada ação, que incluem: a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento, aprovação anual pelo Conselho Deliberativo, aumento de contribuição mensal e de aportes, diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev, avaliações das palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação e realização dos eventos programados ao longo de cada ano.

## RESULTADOS ALCANÇADOS

Em 2018 atuamos em 15 eventos, com a participação de 309 pessoas (presencial ou por vídeo). A meta de obter, pelo menos, 80% das avaliações dos eventos presenciais como ótimo ou bom foi atingida, chegando a 96,5%.

Outros indicadores atingidos foram manter a adesão superior a 78%, a retenção superior a 50% e o incremento de 10% nos valores de aportes.



# Programa “Prevdata vai até você” | PREVDATA



**Trabalhar em uma empresa que oferece previdência complementar é um privilégio para poucos. Aproveite essa oportunidade! Faça a sua adesão ao Plano CV - Prevdata II e construa um futuro tranquilo para você e sua família.**

### Por que fazer a adesão?

Depender apenas da Previdência Social não garante que você mantenha sua qualidade de vida na aposentadoria — mesmo por que o teto da INSS é menor que o salário-base na Dataprev. Por isso, planejar-se com antecedência é fundamental para ter segurança e equilíbrio no futuro, bem como tranquilidade no presente, para o caso de imprevistos.

Você pode contar com a Prevdata, que é a Entidade Fechada de Previdência Complementar dos empregados da Dataprev, com a finalidade de proporcionar benefícios adicionais aos do INSS e outras facilidades, como empréstimos financeiros em condições especiais e redução no imposto de Renda.

### Como funciona?

Como participante, você faz contribuições mensais com desconto direto no contracheque e a Dataprev deposita o mesmo valor na sua conta previdenciária, atuando como patrocinadora. E como se o seu investimento já tivesse 100% de rentabilidade imediata! A isso, somam-se ainda os recursos do seu caso no Plano. É o montante uma renda mensal futura, com a opção de ser programada (por determinado prazo) ou vitalícia.

### Vantagens

Além da paridade com a Dataprev, que contribui junto com você para a sua reserva previdenciária, a adesão ao Plano CV - Prevdata II traz outras vantagens:

- Menos imposto de Renda:** as contribuições ao Plano reduzem o valor devido de imposto de Renda no seu contracheque, o que já proporciona um “ganho” imediato.
- Empréstimos com taxas menores:** você tem acesso à concessão de empréstimos com taxas bastante inferiores às praticadas pelo mercado financeiro.
- Livre escolha de beneficiários:** você pode indicar qualquer pessoa para receber o benefício de pensão em caso de seu falecimento, independente de grau de parentesco ou idade.
- Contribuição reduzida:** em caso de dificuldades financeiras, é possível reduzir em 30% a sua contribuição (com redução da parte da Dataprev para a sua conta na mesma proporção).

### O que o Plano CV - Prevdata II oferece?

**Renda Mensal Programada**  
Por prazo certo e definido por você, que escolhe o período de recebimento (sendo, no mínimo, até a idade de 65 anos).

**Renda Mensal Programada com Reversão em Renda Vitalícia**  
Você escolhe separar uma parte de sua reserva para, ao fim do período definido para recebimento da Renda Mensal Programada, passar a receber um benefício vitalício.

**Benefícios de Risco**  
Em caso de invalidez, morte ou afastamento por auxílio doença, você recebe uma renda mensal. Estes benefícios são parcialmente custeados por contas coletivas, o que é um grande diferencial em relação àqueles oferecidos pelos bancos e seguradoras.

### E se eu me desligar da Dataprev antes de me aposentar?

A Prevdata oferece 4 OPCÕES para você decidir o que fazer com seu Plano em caso de desligamento da patrocinadora:

- AUTOPATROCÍNIO**  
Você permanece vinculado ao Plano CV, fazendo dupla contribuição (a sua e a da Dataprev), podendo escolher a contribuição reduzida.
- BENEFÍCIO PROPORCIONAL DIFERIDO (BPD)**  
Você continua como participante do Plano CV, mas sem obrigação de realizar contribuições, desde que tenha pelo menos 36 meses de contribuição.
- PORTABILIDADE**  
Você transfere 100% das suas contas (acumuladas por você e pela Dataprev) para outro plano de previdência em Entidade aberta ou fechada, sem desconto no imposto de Renda, desde que tenha pelo menos 36 meses de contribuição.
- RESGATE**  
Você resgata toda a sua conta de participante, mais 1% da conta da Dataprev por mês de vinculação ao Plano, limitado a 90%, com desconto no imposto de Renda.

### Como fazer a adesão?

Acesse o site [www.prevdata.org.br](http://www.prevdata.org.br) e consulte a área **QUERO SER PARTICIPANTE**

Lá você encontra mais informações sobre o Plano, além de Simuladores para o cálculo da sua contribuição e estimativa do seu benefício futuro.

[prevdata@prevdata.org.br](mailto:prevdata@prevdata.org.br)  
(21) 2112-7676

Com o tipo patrocinador da Prevdata, as informações não foram em nenhum momento para nenhuma outra entidade, nem para fins de emissão de nota fiscal. Não há que este tipo de informação seja pública. Crie sua conta e não compartilhe.

**Um futuro tranquilo só depende de você!**



# Programa “Prevdata vai até você” | PREVDATA



PROTEJA QUEM VOCÊ AMA  
VERIFIQUE SEU CADASTRO  
NA PREVDATA. É RÁPIDO!

[CLIQUE AQUI E SAIBA MAIS](#)

## Apresentação dos RESULTADOS 2019



**APRESENTAÇÃO**  
● Sala Multiuso - 4º andar - RN ●  
Quarta, dia 29 de maio, às 9 horas

**ATENDIMENTO**  
● 5º andar - RN ●  
Quarta, dia 29 de maio, das 8 às 17 horas  
Quinta, dia 30 de maio, das 8 às 17 horas

## Apresentação dos RESULTADOS 2019

**PARTICIPE**  
E FIQUE POR DENTRO DA  
GESTÃO DO SEU FUNDO DE PENSÃO!

**APRESENTAÇÃO**  
● Sala Multiuso - 4º andar - RN ●  
Quarta, dia 29 de maio, às 9 horas

**ATENDIMENTO**  
● 5º andar - RN ●  
Quarta, dia 29 de maio, das 8 às 17 horas  
Quinta, dia 30 de maio, das 8 às 17 horas



# Programa “Prevdato vai até você” | PREVDATA



## PREVIBERTO



[www.marcioaraldi.com.br](http://www.marcioaraldi.com.br)





14.

Educação  
financeira para  
todos: conteúdos  
EAD para os  
participantes  
PREVDOW



# III Educação financeira para todos: conteúdos EAD para os participantes | PREVDOW



## ► COMO ERA?

PrevDow Educa, programa de educação financeira e previdenciária, lançado em 2015, trabalhava seus conteúdos por meio de eventos, treinamentos e conteúdos nos canais de comunicação. Porém, em todas as pesquisas, recebíamos como *feedback* a necessidade de trabalhar mais conteúdos voltados a finanças. Como é a realidade de muitos programas, a verba para eventos com palestras e treinamentos era restrita. Outra dificuldade, comum a outras entidades, é que o público de participantes está espalhado em todo o Brasil. Precisaríamos de uma solução que atingisse não apenas o público de ativos – concentrado nas unidades – mas também os outros participantes, em suas casas, além de contemplar níveis variados de conhecimento relacionado à educação financeira. Como fazer isso de forma dinâmica, contínua, didática e eficiente? E como agregar a família neste contexto?

## ► O QUE FOI FEITO?

Desde o início, entendemos que uma solução presencial estaria descartada, devido ao público estar espalhado em diversas localidades. A realização de um treinamento demandaria um acompanhamento posterior, de modo que a educação financeira tivesse continuidade. Dessa forma, o melhor seria uma solução virtual e para isso, detectamos a necessidade de contratar um parceiro, uma vez que necessitávamos de três pontos: domínio do conhecimento financeiro + didática e experiência pedagógica + tecnologia. A construção de uma plataforma própria, nesse sentido, tornou-se inviável financeiramente. Buscamos no mercado

empresas que já ofertavam essa solução, mas de forma customizada (ou seja, criar cursos “exclusivos” para a PrevDow) encarecia muito o orçamento. Encontramos uma empresa (XP Educação) que possuía uma grande variedade de cursos prontos na prateleira, no sistema EAD (educação à distância). Ao escolhermos uma cartela de cursos, a empresa ainda ofereceu um curso personalizado sobre a PrevDow, com uma aula de um especialista falando sobre as vantagens do plano de previdência.

Decidimos então, lançar uma grande ação de educação financeira em 2018, em parceria com a XP Educação, com a oferta de 9 cursos, três no nível iniciante, três do intermediário e três do avançado, além do curso bônus com um especialista explicando as regras do plano PrevDow e as vantagens de um plano de previdência complementar fechado. Todos os cursos possuem certificado de conclusão.

Os 10 cursos foram oferecidos gratuitamente para todos os participantes – ativos, vinculados, autopatrocinados e assistidos – de todas as localidades, de forma igualitária, com uma única condição: que fossem cadastrados na Área Restrita do site.

Para marcar o lançamento, no dia 23 de abril, um especialista da XP Educação esteve na sede da PrevDow com a palestra: 5 erros financeiros que os brasileiros cometem e como evitá-los, da qual participaram presencialmente 200 pessoas. A apresentação também foi gravada em vídeo para contemplar os participantes de outras localidades e teve 400 visualizações. Ou seja, pelo menos 600 pessoas foram impactadas com a ação de lançamento.



## III Educação financeira para todos: conteúdos EAD para os participantes | PREVDOW



No dia do lançamento distribuimos não apenas na abertura da palestra, mas em todas as unidades da empresa nas localidades, biscoitos da sorte. O teor das mensagens dos biscoitos era: Para ter educação financeira, não conte com a sorte e sim com conhecimento. As mensagens eram customizadas com os títulos dos cursos, por exemplo: Não conte com a sorte, mas sim com conhecimento! Acesse o curso: 50 sacadas para economizar dinheiro.

### ▶ RESULTADO(S) ALCANÇADO(S)

Estamos no início de uma longa caminhada. Entendemos que trata-se de uma mudança de cultura e que os cursos foram uma novidade para muita gente. Tivemos que lidar com a quebra de paradigmas de cursos à distância, que muitas pessoas entendem que podem ser difícil ou mesmo não ter disciplina para seguir. O mais importante foi perceber, na resposta dos próprios participantes, que esses conteúdos foram porta de entrada para a procura de mais informações, ou seja, atuaram como um “despertador” para a importância de poupar, investir, entender mais sobre a economia do país e como ela impacta sua própria vida financeira.

Com o fornecedor, conseguimos autorização para que cada curso fosse acessado mais de uma vez por cada participante e definimos em contrato a autorização para que os participantes compartilhassem suas senhas com familiares de até quarto grau. Isso possibilitou que garantíssemos a disseminação dos conteúdos não apenas com os participantes, mas também suas famílias.

Conseguimos um aumento de 40% no número de participantes cadastrados, um resultado indireto, algo que almejávamos aumentar já muito antes, a fim de nos tornarmos cada vez mais online e menos off-line.

### ▶ APRENDIZADO / REFLEXÃO

Sentimos que a oferta de cursos nessa modalidade foi uma grande inovação, não apenas para a Prevdow, mas também no que vimos de educação financeira aliada a entidades no geral. Além dos cursos, as outras formas de educação financeira também continuaram, o que mostra que essa ação não substitui treinamentos, conteúdos de comunicação, mas também é suportada por estas. Como se trata de um primeiro ano, talvez a relação custo-benefício não esteja totalmente ajustada, porém, os resultados foram muito bem recebidos, principalmente em relação ao contexto de mudanças nas patrocinadoras.





15.

Pequenos  
Gestos  
SICOOB PREVI



## ► O QUE É?

A Campanha “Pequenos Gestos” tem como foco as mães e pais das empresas patrocinadoras da Fundação Sicoob Previ e foi desenvolvida com o propósito de parabenizar a família pelo nascimento do novo membro da família, além de gerar empatia pela Previdência do Sicoob e consequentemente conquistar novas adesões para o plano Sicoob Multi-Instituído.

## ► O QUE FOI FEITO?

A ação consistiu em parabenizar a família pelo novo momento que se inicia, através do envio de um kit com pequenas lembranças sendo: um *body* personalizado, cartão parabéns, dicas de primeiros cuidados, dentre outras orientações para os primeiros meses de vida do bebê.

Junto com o kit “Pequenos Gestos” é enviada uma carta personalizada para a mãe e o pai com orientações sobre como iniciar o planejamento financeiro do novo membro da família e uma ficha de inscrição personalizada para motivar a adesão ao plano.

De posse da ficha, caso o responsável (mãe ou pai) tenha interesse em inscrever seu filho, basta seguir as orientações de preenchimento da ficha, enviar uma foto da mesma via WhatsApp preenchida, da certidão de nascimento da criança, e entregar os documentos originais, posteriormente, quando for ao RH da empresa patrocinadora.

## ► RESULTADO

Por meio dessa ação a Fundação Sicoob Previ conseguiu aproximar ainda mais seus participantes, pois, com essa abordagem simpática e amorosa, geramos empatia dos funcionários das patrocinadoras com a Fundação.

A campanha Pequenos Gestos se tornou uma espécie de pós e pré venda do plano, pois a Fundação surpreende o participante de forma positiva em um momento especial de sua vida (pós venda), e pré venda, pois é a oportunidade de realizar uma nova adesão para o plano Multi-Instituído. Além das adesões de crianças recém nascidas a exposição positiva da marca tem ficado mais evidente a medida que de forma voluntária e espontânea os novos pais e mães tem exibido seus pequenos em suas redes sociais vestindo a camisa (*body*) da Previdência do Sicoob já nos primeiros meses de vida.

## ► APRENDIZADO

Sempre foi um objetivo da Fundação estar mais próximo do participante e essa ação tem cumprido esse papel. A Fundação Sicoob Previ entende que para toda relação de longo prazo é preciso estar atento aos detalhes, e reforçar a comunicação e o relacionamento é primordial para que o participante se sinta amparado e seguro quanto a Instituição que escolheu para cuidar de seu futuro e do futuro da sua família.









16.

Novos Canais  
Digitais: Portal,  
Chatbot e App  
VALIA



## Novos Canais Digitais: Portal, Chatbot e App | VALIA



Até o ano de 2017, o atendimento da Valia contava com os seguintes canais de atendimento: atendimento presencial, Disque Valia (central de atendimento telefônico), Fale Conosco (e-mail) e Portal do Participante (portal de serviços).

O portal existente, até então, estava em operação desde 2003 e foi inevitável o lançamento de um produto novo, que trouxesse mais funcionalidades e mais autonomia aos nossos participantes. Assim, em dezembro de 2017, lançamos o novo Portal do Participante, com uma interface moderna e amigável, o que aumentou expressivamente o número de serviços disponibilizados, passando de 13 para 29.

O crescimento do número de acessos foi imediato. O nosso antigo Portal do Participante recebia uma média anual de acessos de 21.878 pessoas. O novo portal, entretanto, nos fez alcançar a marca de 41.528 pessoas acessando em 2018, gerando 1.921.224 cliques, o que representa uma média de 46 cliques por pessoa durante o ano. Já em 2019, até o mês de julho, alcançamos a marca de 45.000 pessoas acessando no ano.

Não paramos por aí: visando estar cada vez mais disponíveis para o nosso público, em novembro de 2018, lançamos o aplicativo “Valia Previdência”, disponibilizado para os sistemas operacionais Android e IOS, e, em dezembro de 2018, implementamos nossa assistente virtual, a Lia.

Nosso aplicativo, por sua vez, já conta com 16.613 *downloads* e registra uma média de 3.000 pessoas acessando por mês. Além

dos 16 serviços já disponíveis, a equipe continua trabalhando na implementação de novas funcionalidades, de acordo com os conceitos da metodologia ágil.

Já a assistente virtual teve seu nome e avatar escolhidos pelos empregados, por meio de uma votação interna. Para iniciar o projeto, realizamos *benchmark* com 5 empresas de diferentes segmentos, e, com isso, entendemos “dores”, “ganhos” e “oportunidades”. Já a criação da persona se deu por meio de insumos coletados em *workshops* que realizamos com participantes e empregados da Valia, o que resultou em um mapa de personalidade, que facilita o estabelecimento de um cenário de afinidade, familiaridade e confiança.

A assistente virtual não só possui ampla base informacional, o que ajuda no esclarecimento de dúvidas cotidianas, como também presta serviços tais como consulta de saldo de conta, emissão de contracheque e boletos, entre outros, o que facilita bastante o dia a dia dos participantes. Em 7 meses de operação, ela realizou 34.143 atendimentos a 20.464 participantes distintos, com uma média mensal de aproximadamente 4.900 atendimentos.

A estratégia de lançamento adotada consistiu na disponibilização, primeiramente, de forma interna, de modo que os empregados da Valia enviassem perguntas diversas e esses dados fossem utilizados para treinamento do cérebro do produto antes da liberação para o público em geral, ocorrida em 11 de dezembro de 2018. Ainda assim, a divulgação oficial do serviço deu-se somente no mês de março de 2019, quando, por meio dos acompanhamentos realizados, a



## Novos Canais Digitais: Portal, Chatbot e App | VALIA



assistente virtual já havia alcançado um grau maior de maturação e compreensão dos questionamentos.

O foco na evolução da nossa assistente virtual é constante. Com a curadoria que realizamos internamente, que contempla análise das interações e avaliação da experiência dos participantes, é possível identificar a real forma como eles se comunicam, verificar se as informações estão sendo apresentadas de forma correta e completa, identificar oportunidades de melhoria e assuntos demandados, atualizar conteúdos e sanar eventuais problemas de forma mais eficaz.

No início da operação, a base da assistente virtual contava com 130 respostas e 827 formas de perguntas cadastradas. Hoje, já conta com 194 respostas e 3385 formas de perguntas distintas, o que viabiliza maior compreensão das mensagens recebidas e maior assertividade nas respostas.

Os ganhos obtidos são perceptíveis, uma vez que os canais digitais ofertados têm evoluído continuamente e têm cumprido seu papel de facilitar o contato entre os participantes e a Fundação, disponibilizando informações e serviços de forma rápida, prática e eficaz, a qualquer hora do dia. Além disso, a implementação de canais adequados ao público, de acordo com a análise da “jornada do cliente”, favorece o transbordo das demandas dos canais tradicionais para os digitais, aproxima e cria interesse. Desde a implantação dos canais aqui citados, já contabilizamos um aumento de 58% no número de pessoas que procuram a Valia.

**App Valia Previdência**  
**Autonomia na palma da sua mão**

**Soube da novidade?**  
Agora você pode acessar as informações do seu plano diretamente do celular!  
São várias funcionalidades e ainda virão mais pela frente

Baixe agora!

DISPONÍVEL NA Google Play | Baixe na App Store

The advertisement features a hand holding a smartphone displaying the Valia app interface. The screen shows account details: 'SALDO DE CONTA R\$ 17.335,44' and 'SEU PLANO VALE MAIS'. The background is dark blue with glowing teal icons related to finance and technology.

# Novos Canais Digitais: Portal, Chatbot e App | VALIA



**Valia**

## Oi, eu sou a Lia! Como você está? |

Como sou nova por aqui, preciso da sua ajuda para conhecer mais do nosso negócio. Você me ajuda?

Vamos bater um papo! Quanto mais conversarmos, mais eu vou entender. Ah! e eu conheço em torno de 80% dos assuntos da Valia, então pode ser que você fale comigo sobre algum tema que eu ainda não tenha aprendido.

Então, que tal conversar comigo? Minha intuição diz que a gente vai formar uma bela amizade! :)

**Clique aqui e vamos conversar.**

Se você identificar algum erro, printe a tela e envie para [marisa.duarte@vale.com](mailto:marisa.duarte@vale.com) e [juliane.malta@vale.com](mailto:juliane.malta@vale.com)  
A sua ajuda pode te gerar um brinde!

[www.valia.com.br](http://www.valia.com.br)



**Valia**

## Olá, eu sou a Lia, a assistente virtual da Valia |

Precisa de ajuda? Vem conversar comigo (:



**Valia**

## Oi, eu sou a Lia, a nova assistente virtual da Valia! :) |

**Eu posso te ajudar**a esclarecer suas dúvidas sobre a Valia.

Tô te esperando lá no Portal do Participante para conversarmos.

[www.valia.com.br](http://www.valia.com.br)



# Novos Canais Digitais: Portal, Chatbot e App | VALIA



## O QUE JÁ ERA BOM, FICOU AINDA MELHOR

O Portal do Participante acabou de sair do forno.

E, para você se deliciar a cada clique, ele está recheado de **novos serviços**. Com **navegação rápida e fluida**, é possível sentir a diferença em cada pedacinho do site. Atualize o seu cadastro e **experimente as novidades**.



Novo Portal do Participante Valia. Quem já provou, aprovou.



# Comissão Técnica de Estratégias e Criação de Valor Colégio de Coordenadores

## DIRETOR RESPONSÁVEL

Lucas Ferraz Nóbrega | ABRAPP

## SECRETARIA EXECUTIVA

Marisa Santoro Bravi | ABRAPP

## MEMBROS

Cristiano Verardo | VEXTY

Gilmar Barbosa | CELOS

Karla Camões Maia | ELETROS

Laura Jane Batista de Lima | FACHESF

Luciana da Silva Ribeiro | SEBRAE PREVIDÊNCIA

Maria Helena da Silva Netto | FUNDAÇÃO LIBERTAS

Antônia Fernanda Maynard de Oliveira | INFRAPREV

Cátia Berger Rolim | FAPERS

Eder Carvalhaes da Costa e Silva | ABRAPP

Marcia Maria Dias Constanti | FORLUZ

Paolla Christine de Oliveira Dantas | FUNPRESP-JUD

Rakel Lucianna Azevedo Pereira | CELPOS



ABRAPP

E-BOOK  
**boas  
práticas  
que geram  
VALOR**  
mix de ideias

Agência Brasileira do ISBN

ISBN 978-85-99388-61-7



9 788599 388617