



# **Programa de Educação Financeira e Previdenciária**

## **Atualização e Acompanhamento**

### **2012 - 2013**



## Sumário

1	Introdução.....	4
2	Sobre a Prevdato.....	5
3	O papel e os desafios da Educação Financeira e Previdenciária.....	6
4	Medição para subsidiar Programa de Educação Financeira e Previdenciária.....	7
	Pesquisas realizadas.....	8
	Plano de Ação à Pesquisa de Satisfação 2011.....	8
5	Ações desenvolvidas.....	10
5.1	Manutenção das Ações desenvolvidas – Plano de Renda Vinculada - PRV.....	11
5.1.1	Presença na Internet / Portal da Prevdato.....	11
5.1.2	Encontro com Assistidos dentro do Programa Prevdato vai até você.....	11
5.2	Ações desenvolvidas – Plano CV – Prevdato II.....	12
5.2.1	1º Quiz de Educação Financeira e Previdenciária.....	12
5.2.2	Campanha de Beneficiário – Plano CV – Prevdato II.....	13
5.2.3	Presença na Internet / Portal da Prevdato.....	13
5.2.4	Palestras para novos empregados.....	14
5.2.5	Apresentação do Plano CV – Prevdato II no Programa Prevdato vai até você.....	15
5.2.6	Palestras para empregados em SIPATs.....	15
5.2.7	Histórias em Quadrinhos - Previberto.....	16
5.3	Ações desenvolvidas – ambos os planos de benefícios.....	16
5.3.1	Eleições Prevdato 2012.....	16
5.3.2	Prestação de contas dentro do Programa Prevdato vai até você.....	18
5.3.3	Momento do Gestor dentro do Programa Prevdato vai até você.....	18
5.3.4	Relacionamento com Participante e Assistido.....	19
5.3.5	Jornal PrevFolha.....	19
5.3.6	Informativo Interno PrevNews.....	20
5.3.7	Mural.....	20
5.3.8	Mensagens eletrônicas internas.....	21
5.3.9	Presença na Internet / Portal da Prevdato.....	21
5.3.10	Programa de Treinamento da Equipe Interna.....	22
5.3.11	Programa de Incentivo à Graduação e Pós-graduação.....	23
5.3.12	Prevdato: Notícias (edição interna).....	23
5.3.13	Destaque Prevdato (edição interna).....	24
5.3.14	Prevdato: Notícias (edição para empregados da Patrocinadora).....	24
5.3.15	Prevdato: Notícias (edição para autopatrocinados e demais externos à Patrocinadora).....	25
5.3.16	Prevdato: Notícias (edição para assistidos – aposentados e pensionistas).....	25
5.3.17	Fatos Relevantes para Conselheiros.....	26
5.3.18	Relatório Ranking Prevdato.....	26
5.3.19	Acompanhamento de ações.....	27
5.3.20	Campanhas específicas: ações específicas dependendo do tema e da necessidade de abordagem.....	27
5.3.21	Relatório Anual de Informações.....	28



5.3.22 Palestras para entidades (Colégios, Sindicatos, Federações e Centrais Sindicais)...	28
5.3.23 Encontro de Representantes da Prevdato.....	29
5.3.24 Notícias na Mídia Externa.....	30
5.3.25 Cursos on-line.....	31
6 Ações a Desenvolver.....	31
6.1 Ações a Desenvolver – Plano de Renda Vinculada – PRV.....	31
6.2 Ações a Desenvolver – Plano CV – Prevdato II.....	31
6.2.1 Perfis de investimentos.....	31
6.3 Ações a Desenvolver – ambos os planos.....	32
6.3.1 Jogos Educativos.....	32
6.3.2 Sala de atendimento on-line.....	32
7 Relatórios de Acompanhamento.....	33



## 1 Introdução

Este documento se propõe a atualizar as informações do Programa de Educação Financeira e Previdenciária da Prevdato, apresentando as realizações de 2012, bem como o acompanhamento das ações que a Entidade tem adotado.

As ações desenvolvidas e as previstas objetivam orientar os participantes, os conselheiros, os empregados da Entidade e da Patrocinadora, assistidos e público em geral, ampliando os conhecimentos orçamentários, financeiros e previdenciários para que, uma vez dispostos de informação de qualidade, possam, de forma consciente, tomar decisões para a vida e terem condições de, no futuro, usufruir dos benefícios da Previdência Social e Complementar.

Além disto, buscamos conscientizar sobre a importância da boa administração dos recursos financeiros, orientar e esclarecer dúvidas para melhor utilização das informações e instruções, incentivar os participantes à mudança para hábitos financeiros positivos, valorizar o Sistema de Previdência Social e complementar, envolvendo também os familiares dos participantes.



## 2 Sobre a Prevdato

A Prevdato administra dois planos de previdência complementar, nas modalidades de Contribuição Variável e Benefício Definido, conforme a seguir:

**Plano de Contribuição Variável, chamado CV – Prevdato II**, com a população abaixo discriminada (posição novembro de 2012):

Participantes	2661
Assistidos	25
População Total	2686

A patrocinadora Dataprev contava com 3663 empregados em novembro/2012, sendo que 1118 não eram participantes do Plano CV – Prevdato II, que está aberto a adesões. Todos os empregados da Prevdato (38) são participantes do plano.

**Plano de Benefício Definido, chamado PRV – Plano de Renda Vinculada**, saldado em 31/12/2008, com a população abaixo discriminada (posição novembro de 2012):

Participantes	1822
Assistidos	1359
População Total	3181

### 3 O papel e os desafios da Educação Financeira e Previdenciária

A partir de 2009, a Prevdata passou a ter relação bem mais próxima de seus participantes e assistidos ocasionada, principalmente, pela necessidade de informação e explicação do processo de equacionamento e saldamento do Plano de Renda Vinculada – PRV e do lançamento do Plano de Contribuição Variável – CV - Prevdata II.

Essa relação de proximidade se consolidou nos anos subsequentes, com constante manutenção e ajustes, conforme necessidades específicas de cada novo evento e do demandado por participantes e assistidos. Foram criadas ações específicas para responder às demandas apresentadas pelos participantes nas pesquisas de satisfação realizadas, sendo a primeira em meados de 2010, e, a segunda em 2011.

As pesquisas validaram as percepções de que grande parte dos participantes viam a entidade como uma financeira, um local onde conseguiam, por meio do empréstimo pessoal, recursos a taxas reduzidas e sem burocracia.

Através de Campanha de Comunicação promovida com palestras, material impresso e atendimento presencial, antigos participantes passaram a prestar atenção aos detalhes de seu plano e da legislação que rege as EFPC.

Observa-se entre os empregados da patrocinadora dois grupos distintos, ambos carecendo de ações de mobilização ao planejamento financeiro e previdenciário.

O **primeiro grupo**, de participantes mais antigos, em idade e tempo de empresa, tem (ou tinha) uma visão paternalista de sua relação com a patrocinadora/empregadora e, da mesma forma, com a Prevdata, delegando a estas “prover” o futuro e tendo na Prevdata o empréstimo como principal atrativo.

Para estes, deve ser reforçado o objetivo da existência da entidade, devem ser trabalhados planos de ação contra o endividamento excessivo, preparação para a aposentadoria e o papel ativo do participante no seu fundo de pensão.

O **segundo grupo**, de participantes mais jovens e admitidos por meio de concursos recentes (até cerca de 8 anos de casa), mais exigente quanto a informações financeiras e de investimentos, se vê muito distante da aposentadoria e, ainda, não se imagina permanecendo no mesmo emprego, na patrocinadora, até o final da vida laboral.

Para este segundo grupo toda a apresentação e divulgação do plano deve se concentrar nos institutos previdenciários, dando-se ênfase no ganho financeiro de aderir ao plano, tratando claramente as opções de saída da empresa, diante da grande rotatividade.

A Educação Financeira e Previdenciária tem o importante papel de sensibilizar o participante à reflexão sobre seu futuro, ao planejamento financeiro habitual, ao cuidado com sua saúde e qualidade de vida, ao seu papel como participante e fiscal de seu fundo de pensão.

Diante da história recente de equacionamento do Plano PRV, através de seu saldamento, o



Programa de Educação Previdenciária tem ainda a responsabilidade de reforçar a credibilidade da entidade junto a seus públicos, trabalhar arduamente na reconstrução da imagem da Entidade, oferecendo segurança e credibilidade.

Assim, manter o Programa, repensá-lo e promover novas ações é excelente oportunidade para disseminação de conhecimentos sobre finanças e Previdência Complementar aos participantes, assistidos e demais empregados, estimulando a formação de poupança de longo prazo e contribuindo para o fortalecimento de sua relação com a Entidade e para o desenvolvimento do país.

Este programa tem como foco os participantes e assistidos dos planos, os empregados e Conselheiros da Entidade, os representantes regionais da Prevdato, demais empregados da patrocinadora, lideranças sindicais e, enquanto ação multiplicadora, a sociedade em geral.

Na revisão anual do Planejamento Estratégico da Entidade para 2012, aprovado pelo Conselho Deliberativo, foi mantida a diretriz de Melhoria dos Resultados Corporativos, trazendo como Objetivo Estratégico o aumento da adesão ao Plano CV – Prevdato II e, dentro do Plano de Ação para este objetivo, temos a promoção de eventos de Educação Financeira e Previdenciária, o que reforça a importância deste trabalho para a gestão da entidade. As próprias reuniões de planejamento estratégico, envolvendo as diversas áreas da entidade, são, em si, ações de educação financeira e previdenciária, promovendo troca de conhecimentos e informações entre os grupos.

As ações desenvolvidas são pautadas nos seguintes desafios a serem enfrentados:

- Utilização de recursos e tecnologias que alcancem e sensibilizem os diferentes públicos;
- Relação custo / benefício envolvida na utilização de diferentes mídias;
- “Rejeição” ao papel: todo material impresso vinha sendo criticado pelos participantes;
- Tornar interessantes os temas pela interatividade;
- Altos níveis de endividamento dos participantes: empréstimos na entidade e consignados;
- Poupança previdenciária e o conceito de gestão pessoal do patrimônio.

#### **4 Medição para subsidiar Programa de Educação Financeira e Previdenciária**

A Prevdato vem realizando pesquisas de opinião visando o levantamento da percepção de seus públicos, avaliando conhecimento, satisfação e aderência das campanhas de comunicação realizadas, bem como subsidiar o desenvolvimento de novas campanhas e o alinhamento do atendimento aos participantes. As pesquisas visam também captar a imagem da entidade percebida pelos públicos, seus ganhos e vulnerabilidades em relação ao saldamento do plano anterior.

Além das pesquisas formais, os participantes de cada evento são convidados a preencher formulários de avaliação, que são consolidados, como instrumento de monitoramento e medição de efetividade das ações do programa, que seguem em anexo a este documento (citados no item 5 – Ações Desenvolvidas).



## Pesquisas realizadas

Em 2010: Pesquisa Qualitativa com público formado por empregados da Dataprev lotados no município do Rio de Janeiro, participantes e não participantes de cada um dos planos de benefícios, além de entrevistas individuais com gestores da Dataprev, totalizando cerca de 50 (cinquenta) pessoas.

Em 2011: Pesquisa Quantitativa com três grupos, em abrangência nacional, incluindo Participantes dos planos de benefícios, Empregados da patrocinadora não participantes e Assistidos (aposentados e pensionistas), tabulando por perfis de participantes e considerando idade, tempo de empresa, tempo de plano, sexo e localidade. Foram analisados os resultados da pesquisa, que impactaram, consolidaram ou redirecionam as ações do presente programa.

Ao final de 2011, foi realizada Pesquisa de Clima Organizacional entre os empregados da Prevdato. Dos diversos temas trabalhados, para a finalidade do presente trabalho, temos a identificação de necessidade de aprimorarmos a comunicação, tanto em termos de conteúdo, quanto de veículos a serem utilizados.

## Plano de Ação à Pesquisa de Satisfação 2011

**Assistidos:** Os índices de satisfação dos assistidos demonstram a necessidade de melhorar a informação para esse grupo, esclarecer sobre o plano de benefícios, regras de cálculo e reajuste. Na comunicação e atendimento deve-se incluir detalhes, exemplos práticos, maior cuidado com o vocabulário utilizado e redução de termos técnicos, tanto em correspondências, quanto no atendimento presencial e telefônico.

Avaliar a viabilidade de utilizar novas mídias. Deve haver busca contínua de inclusão digital do grupo de assistidos, o que facilita o acesso às informações.

Os assistidos preferem o atendimento pessoal e telefônico, evidenciando que o Plano de Capacitação da Entidade precisa contemplar treinamento dos empregados, tanto em abordagem e atendimento ao público, quanto em questões técnicas e específicas dos planos de benefícios.

O índice de satisfação deve ser um indicador da entidade, que mede o atendimento que é dado ao nosso público, e que se deve buscar a melhoria a cada ano, o que deve ser medido por meio de pesquisas periódicas.

**Participantes:** O bom índice de entrevistados que se dizem bem informados demonstra o acerto da criação do Programa Prevdato vai até você e das ações de comunicação e atendimento. Há necessidade de ações na Região Norte e no Rio de Janeiro. Os prédios menores da patrocinadora, como Unidades Regionais, são atingidos mais facilmente nas visitas, devido à mobilização realizada pelos gerentes, representantes regionais e recursos de comunicação.

Ainda observamos dificuldade de atingir os participantes, fazer com que participem dos eventos, leiam informes, etc. Temos cobrado ações junto ao órgão de Gestão de Pessoas da patrocinadora para que no ato da admissão o empregado receba informação sobre a Prevdato.

A questão do saldamento do Plano PRV ainda não foi totalmente esclarecida e absorvida. Há



efeitos negativos na imagem que devem ser continuamente trabalhados, buscando-se termos menos técnicos, tratando das vantagens, condições e demais possibilidades (caso o plano não tivesse sido saldado).

Foi ratificada a necessidade de criação de ação de informação constante sobre os benefícios do plano e termos de previdência.

O atendimento pessoal e o telefônico são os mais valorizados e, complementarmente, devem ser realizados treinamentos periódicos com representantes regionais, aumentando sua atuação e disseminação das informações.

Atenção especial também será dada a formadores de opinião. Há a intenção de organizarmos evento de esclarecimento voltado especificamente a pessoas que participam mais ativamente da entidade, que comentam conosco notícias da mídia, que dão retorno a nossos comunicados.

Deve ser considerado o interesse pelos simuladores, que precisam ser continuamente valorizados e repaginados. Deve haver a preocupação com a linguagem acessível e menos técnica, utilizando-se recursos como jogos e vídeos, avaliando o custo x benefício.

O recurso de Notícias por e-mail, eleito como a melhor forma da Prevdato se comunicar, deve ser continuamente valorizado, otimizando-se as informações para atingir os diferentes públicos.

O Programa Prevdato Vai Até Você é reconhecido pelos participantes, mas os números demonstram a necessidade de aumentarmos os esforços para realização de palestras no Rio de Janeiro: criar recursos diferenciados de divulgação para os diferentes perfis de lotação, com “panfletagem”, convites, etc. O Programa deve ser permanente. O recurso de videoconferência deve ser mais utilizando, pelo baixo custo, oferecendo atendimento a todos os participantes.

O resultado da Pesquisa reitera a avaliações dos participantes do Programa, feitas durante as visitas. As palestras costumam receber boa avaliação e é nítida a aproximação que os eventos promovem.

### **Empregados Não Participantes**

Para todos os motivos apresentados para a falta de adesão ao plano há ações a serem desenvolvidas:

- ➔ Para “falta de dinheiro”: demonstrar o incentivo fiscal do imposto de renda e a opção de contribuição reduzida.
- ➔ Para “falta de confiança”: divulgar informações da entidade e trabalhar a imagem de transparência e segurança entre todos os empregados.
- ➔ Para “não sei quanto tempo vou trabalhar na Dataprev”: demonstrar o valor dos institutos previdenciários na continuidade da poupança previdenciária e a paridade de contribuição da Dataprev, evidenciando que não há perda de recursos na participação no plano.
- ➔ Para “já participo de outro plano”: demonstrar os benefícios da entidade fechada em detrimento da aberta: inexistência de retirada de lucros, o que leva a reduzidas taxas de administração, paridade, regras de benefícios, portabilidade, participação na administração



da entidade, etc.

- ➔ Para aqueles que “não sabem como funciona”: buscar a aproximação e a divulgação dos benefícios do plano, promover palestras e material explicativo em diversas mídias, buscando atingir os grupos.

É importante o apoio da Dataprev, em especial da Diretoria de Pessoas, na divulgação do Plano CV - Prevdato II, convidando a Entidade a participar de programas de ambientação e entregando material explicativo sempre que houver admissão de novos empregados, para facilitar a adesão.

Deve haver a continuidade de campanha de esclarecimentos sobre os benefícios da Prevdato, preferencialmente por meio de mídias alternativas, como, por exemplo, revista em quadrinhos e palavras cruzadas, com linguagem fácil e acessível.

## 5 Ações desenvolvidas

A Prevdato vem aprimorando e consolidando suas ações junto aos participantes e assistidos, com vistas a atender às demandas decorrentes dos perfis e cenários acima tratados.

Este Programa foi construído e é mantido tomando-se por base a Recomendação CGPC 1, de 28.04.08, a Portaria MPS 418, de 18.12.08 e a Instrução MPS/SPC 32, de 04.09.09, observando o desenvolvimento de ações em três níveis de atuação:

- **Informação:** fornecimento de fatos, dados e conhecimentos específicos;
- **Instrução ou Formação:** desenvolvimento das habilidades necessárias para a compreensão de termos e conceitos, mediante treinamentos;
- **Orientação:** provimento de orientações gerais e específicas para melhor uso das informações e instruções recebidas.

A Prevdato tem utilizado momentos específicos para valorizar ainda mais o enfoque educativo, objeto do presente programa. O Guia da Previc ressalta a importância das campanhas em “momentos propícios para educar”, que se colocam como oportunidades de conscientizar e sensibilizar diferentes públicos da importância da preparação financeira.

*“Esses momentos podem traduzir-se como situações vivenciadas por quase todos os participantes dos planos, tais como: entrada no mercado de trabalho, promoções na carreira, alterações de estado civil, gravidez e nascimento de filhos, compra de imóvel próprio, dentre outros. Essas situações se colocam como oportunidades a serem exploradas pelas entidades para transmitir de forma mais eficaz as informações necessárias, sendo fundamental que todas as etapas visem relacionar a sua aplicação com a necessidade de conhecimento dos participantes.”*

Outro dado importante a ser valorizado é o envolvimento direto dos seus gestores e a experiência das áreas de atendimento, pela vivência e participação dos seus profissionais e na busca de integração com as ações das patrocinadoras, como veremos a seguir e, em especial nas ações especiais realizadas por ocasião de: Eleições Prevdato 2012, 1º Quiz de Educação Financeira e Previdenciária, Campanha de Beneficiário – Plano CV – Prevdato II, Encontro dos Representantes Regionais da Prevdato.



## 5.1 Manutenção das Ações desenvolvidas – Plano de Renda Vinculada - PRV

### 5.1.1 Presença na Internet / Portal da Prevdata

Plano PRV  
Extrato de benefício saldado do PRV  
Formulários de Requerimento de benefício  
Extratos de contribuição do PRV  
Solicitação de empréstimo  
Contagem de Tempo de Contribuição  
Contracheque dos assistidos

**Objetivo Específico:** Informar com transparência a relação do participante com o plano, dúvidas frequentes, extrato do benefício saldado, extrato de contribuição, contracheque dos assistidos, cadastramento de tempo de contribuição. Disponível no site da Entidade.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes e assistidos do PRV;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, simuladores, extratos; Meio de comunicação: internet;

**Meta de implementação:** permanente. Atualizações de documentos, extratos e processos têm metas e cronogramas específicos, conforme o caso;

**Cronograma:** permanente.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pelo Comitê de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos, acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** página do extrato do benefício saldado do site no **Anexo 1**.

### 5.1.2 Encontro com Assistidos dentro do Programa Prevdata vai até você

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora que visa reduzir a utilização de material impresso e, simultaneamente, manter a aproximação da Prevdata com seus assistidos – aposentados e pensionistas. Prevê o atendimento aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico de “Desenvolver marketing de relacionamento com ênfase no atendimento e nos níveis de satisfação e confiabilidade” e “Desenvolver plano de comunicação integrada, com ênfase nas perspectivas internas, dos clientes e do mercado”. Esta etapa do Programa inclui palestra e atendimento individual aos aposentados e pensionistas, incluindo Prestação de contas do PRV, rentabilidade, evolução do equacionamento, conceito de Renda Mensal Vinculada e Desvinculação de benefício, esclarecimentos sobre reajuste de benefícios e informações sobre gestão.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** assistidos do plano PRV;



**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, discussões em grupo e material explicativo; Meio de comunicação: palestras e atendimento presencial;

**Meta de Implementação:** Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** duas ações por mês, com a participação de um diretor e profissional de atendimento;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de inscrições por local visitado, formulário de avaliação das palestras;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e formulário de avaliação ao final do evento.

## 5.2 Ações desenvolvidas – Plano CV – Prevdato II

### 5.2.1 1º Quiz de Educação Financeira e Previdenciária

**Objetivo Específico:** Foi realizado, no período de 26 de setembro a 03 de outubro, o 1º Quiz de Educação Financeira e Previdenciária com seus participantes e assistidos. O objetivo foi estimular, de forma lúdica, a reflexão sobre assuntos pertinentes à Educação Financeira e Previdenciária e aos planos administrados pela Prevdato.

Foi lançado o jogo no site, onde os participantes e assistidos responderam a cinco questões de múltipla escolha. Os vencedores ganharam um kit do filme “Até Que a Sorte nos Separe”, baseado no best-seller “Casais inteligentes enriquecem juntos”, escrito por Gustavo Cerbasi, além de um par de ingressos para assistir ao filme. O kit e os ingressos foram cedidos por parceria com a distribuidora Paris Filmes.

Foram premiadas as 30 primeiras pessoas que acertaram todas as perguntas, e as respostas certas foram aquelas adequadas ao objetivo da proposta e à realidade da Prevdato.

Ações de divulgação:

- ➔ Envio de comunicados por e-mail aos 4 públicos distintos: empregados da Prevdato (participantes de ambos os planos), empregados da Dataprev (participantes de um ou dois planos e também não participantes), participantes afastados em auxílio-doença e assistidos.
- ➔ Disponibilização de área no site da Prevdato para o Quiz, com banner especial, e do sistema de controle de acessos.
- ➔ Envio de e-mail informando aos ganhadores como receberão os brindes
- ➔ Envio de comunicados aos 4 públicos distintos, informando os vencedores e fornecendo as respostas às perguntas do Quiz.
- ➔ Divulgação da ação na mídia especializada: Diário Abrapp, AssPrevisite, Radio Previdência, com o objetivo de incentivar ações afins.

**Nível de atuação:** orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes do Plano CV e, de forma indireta, empregados não participantes (possíveis participantes);



**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: comunicados, jogos, premiação; Meio de comunicação: internet;

**Meta de Implementação:** realizar 1 quiz ou jogo por semestre;

**Cronograma:** definido de acordo com a ação.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pelo Comitê de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos, acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

### **5.2.2 Campanha de Beneficiário – Plano CV – Prevdato II**

**Objetivo Específico:** Foi enviada correspondência nominal aos participantes do Plano CV – Prevdato II que não tinham beneficiários cadastrados no plano, informando sobre os benefícios do Plano, a proteção previdenciária e sugerindo a possibilidade de inclusão de beneficiários, com o objetivo de aumentar a proteção previdenciária e os esclarecimentos sobre os benefícios do plano.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes do Plano CV;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: mala direta; Meio de comunicação: carta;

**Meta de Implementação:** anual, com metas e cronogramas específicos, conforme o caso;

**Cronograma:** definido de acordo com a ação.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pela Coordenação de Seguridade, em parceria com o Comitê de Comunicação e a Assessoria de Informática;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de retornos de fichas de alteração de beneficiário, registros pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

### **5.2.3 Presença na Internet / Portal da Prevdato**

Plano CV – Prevdato II (características, benefícios)  
Formulário de adesão ao plano  
Simuladores de benefício e contribuição do plano CV  
Simulador de aporte / contribuição adicional  
Simulador de incentivo fiscal do imposto de renda  
Extratos de contribuição do plano CV  
Solicitação de empréstimo

**Objetivo Específico:** Informar com transparência sobre a relação do participante com o plano, dúvidas frequentes, simulador de incentivo fiscal do imposto de renda, extrato de contribuição, dúvidas frequentes, simulador de benefícios e contribuição, entre outros. Disponível no site da

Entidade.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes e assistidos do Plano CV;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, simuladores, extratos; Meio de comunicação: internet;

**Meta de implementação:** permanente. Atualizações de documentos, simuladores e processos com metas e cronogramas específicos, conforme o caso;

**Cronograma:** permanente.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pelo Comitê de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos, acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** página dos simuladores de aporte e de benefícios e contribuição do site no **Anexo 2**.

#### 5.2.4 Palestras para novos empregados

Palestra de Ambientação de Novos Empregados

Atendimento presencial

Entrega do Kit de Participante

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora para apresentar a Entidade e esclarecer sobre Previdência Social e Complementar, o plano de benefícios e suas alternativas, permitindo que os novos empregados da Patrocinadora façam escolhas conscientes.

São entregues aos empregados folheto informativo sobre o plano de benefícios e estimulada a visita ao site, onde são disponibilizados estatuto, regulamento do plano e cartilha explicativa, cartilha de tributação – com as diferenças entre os regimes progressivo e regressivo – filme sobre tributação e arquivo em formato de apresentação.

Feita a adesão é enviado kit ao novo participante, quando são entregues os livros impressos do estatuto, regulamento do plano, cartilhas explicativa e de tributação, certificado de participante e cópia dos documentos de adesão.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** novos empregados da Patrocinadora;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras e atendimento presencial; Meio de comunicação: palestra;

**Meta de implementação:** estar presente a todos os programas de ambientação da Patrocinadora para novos empregados. Ação esporádica e por demanda;

**Cronograma:** gerado pela patrocinadora a cada ciclo.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pela Diretoria de Seguridade, em função do programa da patrocinadora;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Controle de presença e formulário de avaliação ao final do evento. Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, Análise de relatório periódico contendo as principais dúvidas e Pesquisa de Satisfação;



- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e quantitativo de adesão ao plano.

**Exemplos:** Folhetos Explicativos; controle de presença e formulário de avaliação de evento no Anexo 3.

### 5.2.5 Apresentação do Plano CV – Prevdato II no Programa Prevdato vai até você

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora que visa reduzir a utilização de material impresso e, simultaneamente, manter a aproximação da Prevdato com seus participantes e potenciais participantes. Prevê o atendimento aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico de “Aumentar adesão ao Plano CV”, “Desenvolver marketing de relacionamento com ênfase no atendimento e nos níveis de satisfação e confiabilidade” e “Desenvolver plano de comunicação integrada, com ênfase nas perspectivas internas, dos clientes e do mercado”. Esta etapa do Programa inclui Apresentação do Plano e Atendimento Personalizado.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Patrocinadora que não aderiram ao novo plano;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, discussões em grupo e material explicativo; Meio de comunicação: palestras e atendimento presencial;

**Meta de implementação:** Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** duas ações por mês, com a participação de um diretor e um profissional de atendimento;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de inscrições por local visitado, formulário de avaliação das palestras;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação, formulário de avaliação ao final do evento e adesão ao plano de benefícios.

**Exemplos:** Cópia do Cartaz de divulgação e Avaliação das palestras no Anexo 4.

### 5.2.6 Palestras para empregados em SIPATs

**Objetivo Específico:** Aproveitar a mobilização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho para, em conjunto com a CIPA da Patrocinadora, prestar esclarecimentos sobre os planos e suas alternativas, permitindo que os empregados da Patrocinadora façam escolhas conscientes. As palestras têm o foco em educação previdenciária e o impacto da adesão ao plano CV – Prevdato II no futuro do empregado.

**Nível de atuação:** informação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Patrocinadora;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, artigos, vídeos, atendimento; Meio de comunicação: folhetos, apresentações;

**Meta de implementação:** Conforme calendário das unidades regionais da Dataprev; participar com palestra e *stand* de atendimento na SIPAT.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** Conforme demanda e calendários específicos;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Controle de presença e formulário de



avaliação ao final do evento;

- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e formulário de avaliação ao final do evento.

**Exemplos:** Convite eletrônico no **Anexo 5**.

### 5.2.7 Histórias em Quadrinhos - Previberto

**Objetivo Específico:** Esclarecer sobre os planos e suas alternativas, em especial sobre o Plano CV – Prevdato II, permitindo que os empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos façam escolhas conscientes, com humor e de forma leve e agradável, buscando atrair público avesso a outras mídias.

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade, em especial empregados não participantes do Plano CV – Prevdato II;

**Nível de atuação:** informação;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: história em quadrinhos; Meio de comunicação: revista impressa ou eletrônica;

**Meta de implementação:** no mínimo trimestral, encartada na Jornal PrevFolha;

**Periodicidade:** trimestral.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** montar histórias em quadrinhos para distribuição entre os públicos ou encartada no PrevFolha;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** Convite em quadrinhos à palestra do Plano CV no **Anexo 6**.

## 5.3 Ações desenvolvidas – ambos os planos de benefícios

### 5.3.1 Eleições Prevdato 2012

**Objetivo Específico:** As ações de divulgação promovidas para as eleições, bem como o estímulo aos candidatos às suas campanhas, maximizaram entre participantes e assistidos a discussão de previdência complementar, de governança, controles internos, modalidades de investimentos, entre outros.

Em 2012, o processo para escolha de representantes dos participantes e assistidos nos Conselhos Deliberativo e Fiscal teve importante efeito de educação previdenciária. Desde as primeiras divulgações do processo eleitoral foram tratadas questões como certificação, governança, controles internos, participação dos diversos públicos, além dos temas específicos sobre os planos de benefícios. Como exemplo, segue trecho da agenda:

a) Reunião dos candidatos com a Comissão Eleitoral para dirimir dúvidas sobre os temas propostos para debate. Muitas dúvidas surgiram e a Comissão Eleitoral esteve à disposição para saná-las. Os temas / perguntas abordados foram:

- ➔ Qual a importância da comunicação em um fundo de pensão?

- ➔ Como a Prevdatta pode se aproximar dos empregados da Dataprev, de seus participantes e assistidos?
- ➔ Qual a sua opinião sobre a importância da Educação Financeira e Previdenciária nas EFPC?
- ➔ Qual a importância da fiscalização e controles internos em uma Entidade Fechada de Previdência Complementar?
- ➔ Qual o papel da PREVIC para a segurança do sistema de previdência complementar?
- ➔ Por que deseja ser conselheiro da Prevdatta?
- ➔ Quais são os benefícios que a Prevdatta oferece?
- ➔ Qual a sua visão sobre governança corporativa, profissionalização e certificação dos gestores das EFPC?
- ➔ Quais as competências estatutárias de um conselheiro?
- ➔ Qual o papel do conselheiro em um fundo de pensão?
- ➔ Como se dá o processo de decisão de investimentos em um fundo de pensão?

b) Apresentação do site de votação aos candidatos pela empresa responsável pelo processo, apresentando esclarecimentos sobre "como votar", segurança do processo, entre outras.

c) Debate Eleições 2012. Realizado nas instalações da patrocinadora Dataprev, mediante a utilização do recurso de videoconferência para todas as localidades da Dataprev. Os participantes assistiram ao debate de outras salas. O debate também foi transmitido ao vivo, pela internet, gravado e está disponível no site da Prevdatta.

d) Divulgação aos candidatos de material de estudo e sites de interesse para consulta e preparação ao cargo e às suas campanhas: como Coletânea de Normas da Previdência Complementar, Guia Previc de Melhores Práticas dos Fundos de Pensão, documentos legais da Prevdatta (Estatuto, Regulamento dos planos, Relatório Anual dos Administradores - RAI 2011, sites da Abrapp e da Previdência Social).

e) Comunicados aos participantes e assistidos, marcando cada etapa do processo e incentivando a participação.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes e assistidos de ambos os planos, candidatos às eleições;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, discussões em grupo, material explicativo, debate; Meio de comunicação: debate transmitido em várias mídias, internet, correspondência;

**Meta de implementação:** A cada 2 anos.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** ações diversas organizadas pela Comissão Eleitoral;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de acessos ao site e de eleitores;
- **Resultado:** Quantidade de eleitores e Pesquisa de Satisfação.



### 5.3.2 **Prestação de contas dentro do Programa Prevdato vai até você**

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora que visa manter a aproximação da Prevdato com seus participantes e potenciais participantes e, simultaneamente, reduzir a utilização de material impresso. Prevê o atendimento aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico de “*Desenvolver marketing de relacionamento com ênfase no atendimento e nos níveis de satisfação e confiabilidade*” e “*Desenvolver plano de comunicação integrada, com ênfase nas perspectivas internas, dos clientes e do mercado*”. Esta etapa do Programa inclui Momento do Gestor e Prestação de Contas aos participantes de ambos os planos, incluindo a gestão e rentabilidade dos planos.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes de ambos os planos de benefícios;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, discussões em grupo e material explicativo; Meio de comunicação: palestras e atendimento presencial;

**Meta de Implementação:** Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** duas ações por mês, com a participação de um diretor e profissional de atendimento;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de inscrições por local visitado, formulário de avaliação das palestras;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e formulário de avaliação ao final do evento.

**Exemplos:** Cópia de e-mail de divulgação e Avaliação das palestras no **Anexo 7**.

### 5.3.3 **Momento do Gestor dentro do Programa Prevdato vai até você**

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora. Visa reunir os gestores para receberem informações gerais sobre a administração da Prevdato, rentabilidade dos planos, recursos de fiscalização e controles internos, dados da campanha de adesão, objetivos institucionais e, em especial, reforçar a ideia de que a Prevdato é um benefício oferecido aos empregados, como forma de atração e retenção de mão-de-obra. Os gestores são valorizados enquanto multiplicadores e Formadores de Opinião. Prevê o atendimento aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico de “*Desenvolver marketing de relacionamento com ênfase no atendimento e nos níveis de satisfação e confiabilidade*” e “*Desenvolver plano de comunicação integrada, com ênfase nas perspectivas internas, dos clientes e do mercado*”. Esta etapa do Programa inclui Momento do Gestor e Prestação de Contas aos participantes de ambos os planos, incluindo a gestão e rentabilidade dos planos.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** gestores da Dataprev, participantes ou não de ambos os planos de benefícios;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, discussões em grupo e material explicativo; Meio de comunicação: palestras e atendimento presencial;

**Meta de Implementação:** Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** duas ações por mês, com a participação de um diretor e profissional de atendimento;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de inscrições por local visitado, formulário de avaliação das palestras;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e formulário de avaliação ao final do evento.

#### 5.3.4 *Relacionamento com Participante e Assistido*

Atendimento telefônico  
Atendimento presencial  
Representantes da Prevdato nos estados  
Atendimento por email

**Objetivo Específico:** Prestar informações e esclarecimentos sobre os planos de benefícios e suas alternativas, permitindo que os empregados da Entidade e da Patrocinadora, participantes e assistidos façam escolhas conscientes. Estão disponíveis kits contendo estatuto, regulamento e folhetos explicativos.

**Nível de atuação:** informação e orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora e participantes e assistidos de ambos os planos;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: atendimento presencial, eletrônico ou telefônico; Meio de comunicação: área e salas de atendimento, internet e telefone;

**Meta de implementação:** Atendimento diário pela equipe de atendimento e pelos representantes da Prevdato nos estados; semanal nas unidades da patrocinadora no Rio de Janeiro e anual nas demais unidades, disponibilizando-se o atendimento a todos os participantes de ambos os planos;

**Cronograma:** permanente, em andamento, durante todo o ano.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** ações diárias, semanais e anuais, cumpridas pela equipe de atendimento;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Quantidades de agendamento de atendimento, Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, Análise de relatório periódico contendo as principais dúvidas, Pesquisa de Satisfação, contadores de acesso do site;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação, quantitativos de atendimento e números de adesão.

**Exemplos:** Folhetos explicativos, Comunicado convocando ao atendimento no **Anexo 8**.

#### 5.3.5 *Jornal PrevFolha*

**Objetivo Específico:** Informar com transparência sobre a Entidade e divulgar informações gerais de Educação Financeira e Previdenciária. Disponível no site da Entidade e enviado em papel reciclado aos assistidos ou quando solicitado.

**Nível de atuação:** informação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora,



participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, entrevistas, histórias em quadrinhos; Meio de comunicação: jornal impresso;

**Meta de Implementação:** trimestral, enviado em papel reciclado a todos os assistidos e disponibilizado no site da Entidade para participantes e empregados não participantes;

**Cronograma:** em andamento durante todo o ano, incluindo elaboração de pauta, confecção do material, impressão, publicação e divulgação.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** 4 ações anuais, trimestral;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento, Pesquisa de Satisfação, contadores de acesso do site;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso do site.

**Exemplo:** Edição do PrevFolha no **Anexo 9**.

### 5.3.6 *Informativo Interno PrevNews*

**Objetivo Específico:** Informativo distribuído eletronicamente ao público interno, com mensagem da Diretoria, notícias, entrevistas com empregados, dicas - sobre saúde, língua portuguesa, educação previdenciária, planejamento financeiro, orientações formais relativas à administração de pessoal, ações que vem sendo desenvolvidas, indicadores internos, entre outros. Busca informar com transparência sobre a Entidade e divulgar informações gerais aos empregados da Entidade e conselheiros. Divulgação de mensagem por e-mail. Disponível em área reservada do site da Entidade.

**Nível de atuação:** informação e orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Prevdato e conselheiros;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, entrevistas, simuladores; Meio de comunicação: eletrônico;

**Meta de Implementação:** mensal, enviado por e-mail a todos os empregados e conselheiros;

**Cronograma:** em andamento, durante todo o ano, incluindo elaboração de pauta, confecção do material, publicação e divulgação.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** 12 publicações anuais. Já foram realizadas 11 edições;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Clima organizacional, mobilização dos empregados para participação em entrevistas, contadores de acesso;
- **Resultado:** Pesquisa de Clima organizacional.

**Exemplos:** Página inicial da newsletter no **Anexo 10**.

### 5.3.7 *Mural*

**Objetivo Específico:** Informativo instalado em local de destaque na sede da Prevdato, onde são divulgados Missão, Visão e Valores Institucionais da Entidade, resultados do planejamento estratégico, aniversariantes do mês, notícias e outros assuntos de interesse.

**Nível de atuação:** informação;



**Público alvo a ser atingido:** empregados, prestadores de serviço, Diretoria Executiva e Conselheiros da Prevdato;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, fotos, quadros; Meio de comunicação: mural;

**Meta de Implementação:** permanente, com atualização mínima mensal;

**Cronograma:** em andamento, durante todo o ano.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** permanente;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento do clima motivacional interno, mobilização dos empregados;
- **Resultado:** Pesquisa de Clima organizacional.

**Exemplos:** Foto quadro mural no **Anexo 11**.

### 5.3.8 *Mensagens eletrônicas internas*

**Objetivo Específico:** Informativos enviados eletronicamente ao público interno com notícias e/ou orientações relativas a diversos assuntos da Entidade, não necessariamente de caráter formal, tais como: mensagens de datas comemorativas, aniversariantes, convites para cursos e eventos, bem como outras dessa natureza.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados, prestadores de serviço, Diretoria Executiva e Conselheiros da Prevdato;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos e mensagens; Meio de comunicação: e-mail / internet;

**Meta de Implementação:** permanente, por demanda;

**Cronograma:** por demanda.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pelo Comitê de Comunicação e pela Diretoria Executiva;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento do clima motivacional interno e das respostas às mensagens, conforme o caso;
- **Resultado:** Pesquisa de Clima organizacional.

**Exemplos:** Comunicados por mensagens eletrônicas no **Anexo 12**.

### 5.3.9 *Presença na Internet / Portal da Prevdato*

Área Institucional (informações gerais)  
Área de acesso restrito aos participantes  
Notícias  
Formulários (empréstimo, benefícios)  
Informações sobre empréstimos  
Simulador de empréstimo  
Liquidação de empréstimo  
Extrato de empréstimo  
Amortização de empréstimo  
Módulo de educação financeira e previdenciária

Documentos de gestão: Atas de reunião dos Conselhos, Política de Investimentos  
Código de ética  
Atos regimentais  
Informações sobre investimentos da Entidade  
Pareceres  
Balanços  
Fale conosco

**Objetivo Específico:** Informar com transparência sobre a Entidade e divulgar informações gerais de Educação Financeira e Previdenciária. A Entidade disponibiliza em seu portal todas as Atas de reunião dos Conselhos Deliberativo e Fiscal, jornais, notícias diárias, regulamentos, estatuto, normas de procedimento, dados institucionais, balanço, dados patrimoniais, canais de acesso à Entidade, dúvidas frequentes, simulador de benefícios e contribuição, pareceres atuariais, entrevistas e artigos de temas variados, entre outros. Disponível no site da Entidade.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos e público em geral;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, simuladores, extratos; Meio de comunicação: internet;

**Meta de implementação:** permanente. Atualizações de documentos, simuladores e processos têm metas e cronogramas específicos, conforme o caso;

**Cronograma:** permanente.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** por demanda, o que é avaliado pelo Comitê de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos, acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** Home do site no **Anexo 13**.

### **5.3.10 Programa de Treinamento da Equipe Interna**

**Objetivo Específico:** Qualificar e preparar equipe interna e agentes intervenientes para a prestação de serviço de qualidade, disseminação de informações, além de oferecer recursos para maior qualificação do atendimento às demandas; incluindo o repasse interno de eventos e treinamento.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, conselheiros e multiplicadores (*cerca de 50 pessoas*);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, cursos, apostilas; Meio de comunicação: palestra, material escrito;

**Meta de implementação:** Cumprir cronograma definido no Planejamento Estratégico, contando com a participação de 80% do público pretendido. Ação permanente, com periodicidade mensal.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** no mínimo um evento mensal, seguindo cronograma de Abrapp e definido no Planejamento Estratégico;

- **Efetividade e abrangência do programa:** Formulário de avaliação ao final do evento, repasse aos colegas sobre evento realizado e acompanhamento regular das ações executadas;
- **Resultado:** Testagem de conhecimento, dinâmicas de avaliação e Pesquisa de Clima organizacional.

**Exemplos:** controle de presença e formulário de avaliação de evento no **Anexo 13 - A**.

### 5.3.11 Programa de Incentivo à Graduação e Pós-graduação

**Objetivo Específico:** Qualificar e preparar equipe interna para a prestação de serviço de qualidade, disseminação de informações, além de oferecer recursos para maior qualificação do atendimento às demandas; incluindo o repasse interno de eventos e treinamento.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: cursos de formação superior e pós-graduação, palestras, cursos, apostilas; Meio de comunicação: palestra, material escrito;

**Meta de Implementação:** Cumprir cronograma definido no Planejamento Estratégico. Ação permanente.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** conforme possibilidades orçamentárias, seguindo cronograma anual e definido no Planejamento Estratégico;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Formulário de avaliação, repasse aos colegas e acompanhamento regular das ações executadas;
- **Resultado:** Testagem de conhecimento, dinâmicas de avaliação e Pesquisa de Clima organizacional, controle de histórico escolar.

### 5.3.12 Prevdatta: Notícias (edição interna)

**Objetivo Específico:** Clipping diário de notícias, distribuído eletronicamente ao público interno, contendo notícias sobre Previdência Complementar, Previdência Social, e outras de interesse. Foi feita a contratação do AssPreviSite, com clipping diário de notícias especializado em previdência complementar e educação financeira e previdenciária, que também vem alimentando diariamente o módulo de Educação Financeira e Previdenciária do site da Entidade.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados, Diretoria Executiva e Conselheiros da Prevdatta;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;

**Meta de Implementação:** publicação diária, com assuntos de interesse.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** diário;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações registradas pelo Comitê de Comunicação;
- **Resultado:** Pesquisa de Clima Organizacional.

**Exemplos:** Edição de 05/12 no **Anexo 14**.



### 5.3.13 *Destaque Prevdato (edição interna)*

**Objetivo Específico:** Separação dos veículos de informação aos empregados, entre notícias da mídia (Prevdato Notícias) e comunicados e informes internos (Destaque Prevdato). Informativos enviados eletronicamente ao público interno com orientações de procedimentos, ações realizadas, andamento de trabalhos, entre outros.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados e Diretoria Executiva;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: textos, artigos; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;

**Meta de Implementação:** publicação semanal ou periódica, conforme demanda, com assuntos de interesse.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** publicação semanal ou periódica, conforme demanda;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações registradas pelo Comitê de Comunicação;
- **Resultado:** Pesquisa de Clima Organizacional.

**Exemplos:** Edição de 28/10 no **Anexo 15**.

### 5.3.14 *Prevdato: Notícias (edição para empregados da Patrocinadora)*

**Objetivo Específico:** Em iniciativa conjunta com a Patrocinadora, informa com transparência sobre a Prevdato aos empregados da Dataprev via mensagem e-mail, incluindo a agenda atendimento aos participantes, divulgação de atas dos conselhos, novas regras de limites de empréstimo, agenda do Programa Prevdato vai até você e assuntos de mobilização para o tema da Previdência Complementar e educação previdenciária.

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Dataprev;

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, mensagens curtas; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;

**Meta de Implementação:** publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;
- **Resultado:** *Feedback* dos participantes e Pesquisa de Satisfação. Na Pesquisa de 2011, foi identificada como é a forma preferida pelos empregados (participantes e não participantes) da Prevdato se comunicar.

**Exemplos:** **Anexo 16**.



### 5.3.15 *Prevdato: Notícias (edição para autopatrocinados e demais externos à Patrocinadora)*

**Objetivo Específico:** Separação dos veículos de informação aos empregados da Dataprev, com criação de notícias direcionadas aos autopatrocinados, empregados cedidos a outros órgãos, participantes afastados em auxílio-doença, com o objetivo de aproximar esses públicos, informar com transparência sobre a Prevdato via mensagem e-mail, fazer a divulgação de atas dos conselhos, novas regras de limites de empréstimo, agenda do Programa Prevdato vai até você e assuntos de mobilização para o tema da Previdência Complementar e educação previdenciária.

**Público alvo a ser atingido:** autopatrocinados, empregados cedidos a outros órgãos, participantes afastados em auxílio-doença;

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, mensagens curtas; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;

**Meta de Implementação:** publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos empregados da patrocinadora.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;
- **Resultado:** *Feedback* dos participantes e Pesquisa de Satisfação.

### 5.3.16 *Prevdato: Notícias (edição para assistidos – aposentados e pensionistas)*

**Objetivo Específico:** Informa com transparência sobre a Prevdato, além de incluir notícias relevantes sobre Previdência Social e Complementar, aos assistidos.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** assistidos que têm e-mail cadastrado (608 pessoas em novembro de 2011);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, mensagens curtas; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;

**Meta de Implementação:** publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos assistidos.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;
- **Resultado:** *Feedback* dos assistidos e Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** Anexo 17.

### 5.3.17 *Fatos Relevantes para Conselheiros*

**Objetivo Específico:** Relatório em que são apresentados fatos considerados relevantes pela Diretoria Executiva para apreciação dos Conselhos da Entidade. Cada diretoria gera seus relatórios, incluindo, como exemplo:

Diretoria de Atendimento e Seguridade: parecer atuarial, informações sobre a folha de pagamento dos assistidos, informações consolidadas sobre empréstimos, atendimento, quantidades de participantes, novas inscrições e saídas, resumo das atividades de Comunicação, contencioso judicial, participação em eventos e posicionamento sobre o andamento do Planejamento Estratégico.

Diretoria de Administração e Finanças: Apresentação de cenário de investimentos, rentabilidade das carteiras por plano de benefícios no mês e acumulado, em comparação a meta atuarial, apresentação dos ativos que compõe as carteiras, bem como o percentual que representam dentro do patrimônio, operações estratégicas realizadas e operações que devem ser aprovadas pelo Conselho Deliberativo. Apresentação da distribuição dos segmentos por plano de benefícios de acordo com os gestores, estudo comparativo realizado pela empresa Riskoffice com EFPC, principais ocorrências no mês, movimentações realizadas, direitos recebidos até o mês. Apresentação da execução orçamentária e a projeção até o final do exercício, com indicadores do PGA.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** conselheiros da Prevdato (oito pessoas);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: textos, planilhas demonstrativas, gráficos; Meio de comunicação: relatório escrito;

**Meta de implementação:** relatório mensal, que objetiva aproximar o conselheiro da gestão da entidade e obter um acompanhamento da evolução Patrimonial dos Planos de Benefícios e do Plano de Gestão Administrativa.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** duas ações por mês para o Conselho Deliberativo e uma para o Conselho Fiscal, elaboradas pelos coordenadores das áreas e pelos Diretores;
- **Efetividade e abrangência do programa:** discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
- **Resultado:** *Feedback* dos conselhos.

**Exemplos:** Anexo 18.

### 5.3.18 *Relatório Ranking Prevdato*

**Objetivo Específico:** Relatórios diários com a abertura descritiva da carteira de ativos de renda fixa, segmentada por plano, ativo, vencimento, forma de marcação, e liquidez. Demonstrada a rentabilidade dos ativos de renda fixa e variável em relação à meta no período, liquidez, patrimônio dos planos.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** conselheiros e Diretores da Prevdato, além das áreas de investimentos e comunicação (dezesseis pessoas);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: textos, planilhas demonstrativas, gráficos; Meio de comunicação: relatório escrito por e-mail;

**Meta de Implementação:** relatório diário, que objetiva aproximar o conselheiro da gestão da entidade e obter um acompanhamento da movimentação patrimonial dos planos, dando agilidade à tomada de decisão.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** ações diárias, elaboradas pela área de investimentos;
- **Efetividade e abrangência do programa:** discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
- **Resultado:** *Feedback* dos conselhos.

**Exemplos:** Anexo 19.

### 5.3.19 Acompanhamento de ações

**Objetivo Específico:** Relatório diário pelo qual são encaminhadas notícias do mercado financeiro que impactam a carteira de ações da entidade, análise gráfica e de preço justo dos ativos, realizada pela consultoria Lopes Filho; composição das carteiras por planos e uma série de análises descritivas da evolução das carteiras e dos fundos de renda variável.

**Nível de atuação:** informação / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** conselheiros e Diretores da Prevdato, além das áreas de investimentos e comunicação (dezesseis pessoas);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: textos, planilhas demonstrativas, gráficos; Meio de comunicação: relatório escrito por e-mail;

**Meta de Implementação:** relatório diário, que objetiva aproximar o conselheiro da gestão da entidade e obter um acompanhamento da movimentação patrimonial dos planos, dando agilidade à tomada de decisão.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** ações diárias, elaboradas pela área de investimentos;
- **Efetividade e abrangência do programa:** discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
- **Resultado:** *Feedback* dos conselhos.

**Exemplos:** Anexo 20.

### 5.3.20 Campanhas específicas: ações específicas dependendo do tema e da necessidade de abordagem

Cartilhas  
Hotsite  
Cartazes  
Folhetos  
Vídeos

**Objetivo Específico:** Mobilizar os diversos públicos para determinado tema, como, por exemplo: campanha pelo Empréstimo Consciente, por Aporte no Plano CV – Prevdato II, aumento da contribuição, atualização cadastral de beneficiários, através de diferentes mídias, aproveitando a oportunidade para divulgar os conceitos de Previdência Complementar e divulgar a própria Entidade.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;



**Público alvo a ser atingido:** Empregados da Dataprev e da Prevdato, participantes e assistidos de ambos os planos;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, vídeos, debates, mensagens eletrônicas, cartazes, folhetos; Meio de comunicação: cartilha impressa, internet;

**Meta de Implementação:** Conforme demanda e calendários específicos, ampliando a participação dos participantes nas propostas e a adesão ao Plano CV – Prevdato II.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** Conforme demanda e calendários específicos;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Índice de participação, acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** Cartaz do empréstimo no **Anexo 21**.

### **5.3.21 Relatório Anual de Informações**

**Objetivo Específico:** Em cumprimento à legislação em vigor a Prevdato divulga aos seus participantes e assistidos informações sobre a Entidade a cada encerramento de exercício. Com o objetivo de tornar o relatório mais acessível aos participantes e assistidos, permitindo o acompanhamento e a fiscalização do seu Fundo de Pensão, são incluídas as principais informações do Demonstrativo patrimonial e de resultados do plano de benefícios; informações referentes à política de investimentos; relatório resumo das informações sobre o demonstrativo de investimentos; pareceres atuariais dos planos de benefícios; informações segregadas sobre as despesas dos planos e pareceres de auditorias e conselhos. O material é disponibilizado na íntegra no site na Internet. A distribuição em 2010 foi feita em meio impresso e também tornada disponível no site da Entidade na Internet. A edição 2011 só foi divulgada por meio impresso para autoridades e em atendimento a pedido.

**Nível de atuação:** orientação;

**Público alvo a ser atingido:** participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade e público em geral;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos, planilhas demonstrativas, Meio de comunicação: jornal/relatório impresso e disponibilizado no site da entidade;

**Meta de Implementação:** Realização anual. Realizar repasse para todos os eventos realizados, abrangendo, no mínimo, os membros da área de trabalho do empregado.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** anual, com planejamento com três meses de antecedência;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, Análise de relatório periódico contendo as principais dúvidas e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** RAI 2011 no **Anexo 22**.

### **5.3.22 Palestras para entidades (Colégios, Sindicatos, Federações e Centrais Sindicais)**



**Objetivo Específico:** Ampliar a divulgação do Sistema de Previdência Social e Complementar. Prestar esclarecimentos sobre os planos de benefícios e suas alternativas, buscando ajudar a um público amplo para que faça escolhas conscientes. Divulgar a ideia de entidades participarem do sistema como Instituidoras.

**Nível de atuação:** informação;

**Público alvo a ser atingido:** alunos de colégios selecionados e associados e dirigentes de entidades de trabalhadores;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras; Meio de comunicação: folhetos;

**Meta de Implementação:** realizar pelo menos 4 (quatro) palestras ao ano;

**Cronograma:** permanente;

**Periodicidade:** trimestral.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** realizar quatro eventos, com planejamento e cronograma a ser estudado no Plano de Ação do Planejamento Estratégico;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Controle de presença e formulário de avaliação ao final do evento.
- **Resultado:** formulário de avaliação ao final do evento.

### 5.3.23 Encontro de Representantes da Prevdato

**Objetivo Específico:** Iniciativa conjunta com a Patrocinadora para informar com transparência sobre a Entidade e qualificar os representantes e demais empregados das áreas de gestão de pessoas para relacionamento com nossos participantes e assistidos.

A Prevdato reuniu, em parceria com a patrocinadora Dataprev, os empregados da Dataprev que representam a entidade nos estados. Além destes, foram convidados empregados da área de Gestão de Pessoas da sede da Dataprev. A programação do evento contou com as seguintes palestras:

- ➔ Educação Previdenciária
- ➔ Ser Prevdato: o relevante papel do representante regional Marisa Bravi
- ➔ Aspectos Gerais e Análise conjuntural da Previdência Complementar no Brasil
- ➔ Prevdato, Plano PRV Saldado. Saldamento, prestação de contas e perspectivas
- ➔ O Benefício Saldado, informações do site e as Hipóteses Atuariais do Plano
- ➔ Educação Previdenciária: Previdência Social e a importância da orientação adequada ao empregado
- ➔ Plano CV – Prevdato II – estrutura do plano, benefícios, institutos previdenciários, tributação progressiva e regressiva, site, investimentos
- ➔ Investimentos e controle de riscos em EFPC
- ➔ Cursos EAD SPPC e Abrapp; conteúdo de regulamentação disponibilizado aos participantes
- ➔ Previdência Complementar Hoje: Visão Previc
- ➔ Dúvidas mais comuns no atendimento, escolha da tributação, escolha da renda programada ou vitalícia, simuladores do site
- ➔ Empréstimo: benefício ou investimento?
- ➔ Concedendo benefícios: diferenças entre os planos, decisões a serem tomadas, crédito adicional do Plano CV, documentos necessários e porquês,



apresentação do site.

➔ Novidades na Previdência Complementar: o que vem por aí

Antecedendo o evento, foi criada e enviada newsletter especial por e-mail aos representantes, com orientações e dicas sobre o plano, informações de preparação ao evento e curiosidades sobre a cidade do Rio de Janeiro, onde o evento ocorreu.

Foi feita a divulgação do evento no Diário da Abrapp e na Rádio Previdência, enquanto ação multiplicadora do tema educação previdenciária.

**Nível de atuação:** informação / instrução / orientação;

**Público alvo a ser atingido:** um empregado da Patrocinadora de cada Estado e dois dos estados maiores (cerca de 40 pessoas);

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras, cursos, folhetos explicativos, dinâmicas de grupo, apostilas; Meio de comunicação: palestra, material escrito;

**Meta de Implementação:** realizar o evento a cada dois anos, contar com a participação de, pelo menos, um empregado de cada região. Incentivar a participação em programas de capacitação à distância.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** um evento por ano, que é planejado com 2 meses de antecedência;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Formulário de avaliação ao final do evento e acompanhamento regular das ações executadas;
- **Resultado:** Testagem de conhecimento, dinâmicas de avaliação e Pesquisa de Satisfação.

**Exemplos:** Programação completa e resultado das avaliações no **Anexo 23**.

### 5.3.24 Notícias na Mídia Externa

**Objetivo Específico:** Ampliar a divulgação do Sistema de Previdência Social e Complementar. Prestar esclarecimentos sobre os planos de benefícios e suas alternativas, buscando ajudar a um público amplo para que faça escolhas conscientes. Divulgar a ideia de participação do sistema de previdência complementar, por meio de mídias externas à Prevdato, como as da Dataprev (intranet DTPnet), do Ministério da Previdência (PrevNotícias Servidor), e dos Fundos de Pensão em geral (Diário Abrapp e Assprevisite). Informativos eletrônicos dos diversos órgãos.

**Público alvo a ser atingido:** DTPnet (empregados da Dataprev), PrevNotícias Servidor (servidores da Previdência Social incluindo Ministério da Previdência Social, Previc, INSS e Dataprev), Diário Abrapp e Assprevisite (entidades de previdência, seus empregados, gestores e participantes);

**Nível de atuação:** informação;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: artigos; Meio de comunicação: jornal eletrônico;

**Meta de Implementação:** publicação eventual no periódico, ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar para além dos públicos diretos da Prevdato.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** uma ação por ano, no mínimo, em cada veículo;
- **Efetividade e abrangência do programa:** acompanhamento de informações



registradas pelo pessoal de atendimento;

- **Resultado:** *Feedback* dos participantes, do público do segmento e servidores da Previdência Social.

**Exemplos:** Anexo 24.

### 5.3.25 *Cursos on-line*

**Objetivo Específico:** Incentivar à participação em cursos a distância para ensinar a lidar com os recursos financeiros e aumentar conhecimentos previdenciários.

**Nível de atuação:** instrução;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: Curso on-line; Meio de comunicação: internet;

**Meta de Implementação:** incentivar a participação em cursos oferecidos por outras entidades em 2012 e ter um curso completo disponível até dezembro de 2013;

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** elaborar um programa completo com cronograma a ser definido com a patrocinadora;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos aos cursos e formulário de avaliação;
- **Resultado:** avaliação de resultado de teste de conhecimento.

**Exemplos:** Relação dos Representantes regionais inscritos no curso oferecido pela SPPC no Anexo 25.

## 6 Ações a Desenvolver

### 6.1 Ações a Desenvolver – Plano de Renda Vinculada – PRV

Não há ações previstas a serem desenvolvidas para o PRV.

### 6.2 Ações a Desenvolver – Plano CV – PrevdData II

#### 6.2.1 *Perfis de investimentos*

**Objetivo Específico:** Divulgar as alternativas oferecidas no mercado, buscando esclarecer e apoiar decisão do participante quanto a perfil de investimento mais adequado, usando as mídias disponíveis (mensagens email, hotsite, palestras, fóruns de discussão).

**Nível de atuação:** instrução;

**Público alvo a ser atingido:** participantes do plano CV;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: palestras e artigos; Meios de comunicação: folhetos, mensagens email e internet;

**Meta de Implementação:** a definir;

**Cronograma:** a definir;

**Periodicidade:** anual;

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** a definir;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos ao hot site, controle de presença e formulário de avaliação ao final de eventos;
- **Resultado:** realização de pesquisa.

### 6.3 Ações a Desenvolver – ambos os planos

#### 6.3.1 Jogos Educativos

**Objetivo Específico:** Ensinar, de forma lúdica, a lidar com os recursos financeiros.

**Nível de atuação:** instrução;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: jogos on-line; Meio de comunicação: internet;

**Meta de Implementação:** ter um jogo completo disponível até dezembro de 2013;

**Cronograma:** a definir;

**Periodicidade:** permanente.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** elaborar um jogo com cronograma a ser definido;
- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento da quantidade de acessos ao site;
- **Resultado:** avaliação de resultado de teste de conhecimento.

#### 6.3.2 Sala de atendimento on-line

**Objetivo Específico:** Realização de bate-papos (chats) com horário pré-definido para orientação e esclarecimento de dúvidas.

**Nível de atuação:** orientação;

**Público alvo a ser atingido:** empregados da Entidade, empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade;

**Forma e meio de comunicação utilizados:** Forma: discussão on-line; Meio de comunicação: internet;

**Meta de Implementação:** dezembro de 2013;

**Cronograma:** a definir;

**Periodicidade:** mensal.

**Metodologia de monitoramento e avaliação:**

- **Implementação das ações:** 8 ações ano ano, sendo o 1º em março de 2012; avaliar participação e cronograma;



- **Efetividade e abrangência do programa:** Acompanhamento de informações registradas pelos canais de atendimento e Pesquisa de Satisfação;
- **Resultado:** Próprio desenrolar da sala de bate-papo, Pesquisa de Satisfação e Relatório de Acompanhamento

## 7 Relatórios de Acompanhamento

O Relatório de Acompanhamento Mensal tem o objetivo de registrar as ações realizadas dentro do Programa de Educação Financeira e Previdenciária, envolvendo sua implementação, efetividade e resultados alcançados. A Prevdato vem aprimorando e consolidando suas ações junto aos participantes e assistidos, com vistas a atender às demandas decorrentes dos seus diferentes perfis.

Os Relatórios de janeiro a dezembro de 2012 constam no **Anexo 26**.