Programa de Educação Financeira e Previdenciária

Atualização e Acompanhamento

2015 – 2016

Sumário

1 Introdução....4
2 Sobre a Prevdata....5
2.1 Planos administrados....5
2.2 Órgãos de Governança....5
3 Ações do Programa....6
3.1 Momentos específicos ao enfoque educativo....6
4 Acompanhamento das Ações desenvolvidas....7
4.1 Programa Prevdata Vai até Você....7
4.1.1 Objetivo analítico....8
4.1.2 Principais atividades desenvolvidas e seus objetivos....8
4.1.3 Organização do cronograma....9
4.1.4 Despesas....9
4.1.5 Indicadores de acompanhamento do Programa Prevdata Vai até Você....10
4.2 Plano de Renda Vinculada – PRV (plano antigo, saldado)....11
4.2.1 Presença na Internet / Portal da Prevdata....11
4.2.2 Encontro com Assistidos dentro do Programa Prevdata Vai até Você....13
4.2.3 Campanha Planejamento do Empréstimo para a aposentadoria....13
4.2.4 Campanhas específicas: ações específicas dependendo do tema e da necessidade de abordagem....14
4.3 Plano CV – Prevdata II....15
4.3.1 Campanha de Aumento de Contribuição - “Contribuição Ideal”....15
4.3.2 Campanha de Contribuição Adicional e Aporte....16
4.3.3 Campanha de Beneficiário – Plano CV – Prevdata II....18
4.3.4 Presença na Internet / Portal da Prevdata....19
4.3.5 Termo de Oferecimento de Plano....22
4.3.6 Apresentação do Plano CV – Prevdata II no Programa Prevdata Vai Até Você....22
4.3.7 Kit de Participante....25
4.3.8 Campanhas específicas: ações específicas dependendo do tema e da necessidade de abordagem....26
4.3.8.1 Campanha de Adesão....26
4.3.8.2 Campanha de Adesão empregados extraquadro (ad nutum)....26
4.4 Ambos os planos de benefícios....28
4.4.1 Presença na Internet / Portal da Prevdata....28
4.4.2 Apresentação de Resultados e Prestação de contas dentro do Programa Prevdata Vai Até Você....31
4.4.3 Participação nas SIPATs....34
4.4.4 Promoção das Eleições Prevdata....36
4.4.5 Momento do Gestor dentro do Programa Prevdata Vai até Você....36
4.4.6 Atendimento aos Participantes e Assistidos....36
4.4.7 Jornal PrevFolha....40
4.4.8 Comunicado aos participantes e empregados da Dataprev....41
4.4.9 Comunicado aos participantes externos (edição para autopatrocinados, participantes em BPD, cedidos e demais externos à Patrocinadora)....42
4.4.10 Comunicado aos Assistidos (edição para aposentados e pensionistas)....44
4.4.11 Campanhas específicas: ações específicas dependendo do tema e da necessidade de abordagem....46
4.4.11.1 Campanha de Email particular....46
4.4.12 Relatório Anual de Informações - RAI....46
4.4.13 Calendário Prevdata....47

4.4.14 Cursos on-line....48
4.5 Representantes Regionais da Prevdata e equipes de Gestão de Pessoas....49
4.5.1 Encontro de Representantes da Prevdata....49
4.5.2 Encontro com Representantes Regionais e Gestão de Pessoas (dentro do Prevdata Vai até Você)....49
4.5.3 Área do Representante no Portal da Prevdata....50
4.6 Empregados da Prevdata....52
4.6.1 Extranet – rede interna da Prevdata....52
4.6.2 Programa de Treinamento da Equipe Interna....52
4.6.3 Prevdata: Notícias (edição interna)....53
4.6.4 Destaque Prevdata....54
4.7 Membros dos Conselhos Deliberativo e Fiscal....56
4.7.1 Fatos Relevantes para Conselheiros....56
4.7.2 Palestras sobre mercado financeiro e opções de investimento....56
4.7.3 Palestras e treinamentos sobre Educação Previdenciária....57
4.8 Entidades vinculadas ao sistema....59
4.8.1 Palestras para entidades (Colégios, Sindicatos, Federações e Centrais Sindicais)....59
4.8.2 Notícias na Mídia Externa....59
5 Ações a Desenvolver....60
5.1 Ações a Desenvolver – Plano de Renda Vinculada – PRV....60
5.2 Ações a Desenvolver – Plano CV – Prevdata II....60
5.2.1 Perfis de investimentos....60
5.3 Ações a Desenvolver – ambos os planos....60
5.3.1 Jogos Educativos....60
5.3.2 Sala de atendimento on-line....60

1 Introdução

Este documento propõe-se a atualizar as informações do Programa de Educação Financeira e Previdenciária da Prevdata, registrando as realizações de 2015, o acompanhamento das ações que a Entidade tem adotado e seu planejamento para 2016.

As ações desenvolvidas e as previstas objetivam orientar os participantes, os conselheiros, os empregados da Entidade e da Patrocinadora, os representantes regionais e os profissionais das áreas de Gestão de Pessoas da patrocinadora, assistidos e público em geral, ampliando os conhecimentos orçamentários, financeiros, previdenciários e sobre os planos de benefícios de que participam e fortalecer a cidadania, para que, uma vez dispondo de informação de qualidade e pensamento crítico, possam, de forma consciente, tomar melhores decisões em sua vida financeira e melhor usufruir dos benefícios da Previdência Social e Complementar.

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

2 Sobre a Prevdata

2.1 Planos administrados

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

Plano de Contribuição Variável, chamado CV – Prevdata II, com a população abaixo discriminada (posição novembro de 2015):

Participantes	3.112
Assistidos	110
População Total	3222

A patrocinadora Dataprev contava com 3851 empregados em novembro/2015, sendo que 895 não eram participantes do Plano CV – Prevdata II, que está aberto a adesões. Todos os empregados da Prevdata (36) 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 2015):

Participantes	1.604
Assistidos	1.472
População Total	3076

2.2 Órgãos de Governança

Diretoria Executiva: 3 membros, sendo Presidente, Diretor de Atendimento e Seguridade, Diretor de Administração e Finanças.

Conselho Deliberativo: 4 membros titulares, sendo 2 eleitos pelos participantes e assistidos e 2 indicados pela patrocinadora principal, e 4 membros suplentes.

Conselho Fiscal: 4 membros titulares, sendo 2 eleitos pelos participantes e assistidos e 2 indicados pela patrocinadora principal, e 4 membros suplentes.

Comitê de Investimento: 5 membros titulares, sendo 1 membro do Conselho Deliberativo indicado dentre os eleitos pelos participantes, 1 participante indicado pelo Conselho Deliberativo, 3 diretores (com direito a 1 voto somente) e, como convidados, 2 empregados da área de investimentos.

Comitê de Ética: 4 membros, sendo 1 membro eleito do Conselho Deliberativo, 1 membro eleito do Conselho Fiscal, 1 empregado da Prevdata e 1 assistido.

3 Ações do Programa

A Prevdata vem aprimorando e consolidando suas ações junto a seus diversos públicos, com vistas a atender às demandas decorrentes dos diferentes perfis e necessidades:

- empregados,
- diretores,
- conselheiros,
- participantes e assistidos de ambos os planos,
- representantes regionais e equipes de Gestão de Pessoas.

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/Previc 11, de 10.09.14, 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.

3.1 Momentos específicos ao enfoque educativo

Como temos reiterado, a Prevdata utiliza momentos específicos para valorizar o enfoque educativo previdenciário, objeto deste 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 e previdenciária, conforme:

> *"Esses momentos podem se traduzir 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 da patrocinadora.

4 Acompanhamento das Ações desenvolvidas

4.1 Programa Prevdata Vai até Você

No dia a dia da Entidade, o Programa de Educação Financeira e Previdenciária da Prevdata é sinônimo do **Programa Prevdata Vai até Você**, cujas ações se desmembram no presente relatório, conforme o público a que se dirigem.

O Prevdata Vai até Você teve início com a constatação de que a Entidade precisa estar presente em todas as unidades da Dataprev, esclarecendo seus participantes e assistidos sobre seus planos de benefícios, bem como reafirmando o que os mesmos oferecem de cobertura.

Foi criado em 2010, com foco em importantes pontos tratados no planejamento estratégico da época, em especial para atendimento aos seguintes objetivos estratégicos:

- ✔ Aumentar Adesão ao Plano CV – Prevdata II
- ✔ Desenvolver Marketing de relacionamento com ênfase no atendimento e nos níveis de satisfação e confiabilidade.

E, ainda, considerando como pano de fundo o seguinte objetivo estratégico:

- ✔ Desenvolver Plano de Comunicação Integrada (PCI), com ênfase nas perspectivas internas, dos clientes e do mercado.

Na revisão do Planejamento Estratégico de 2014, “Clientes” foi definido como um dos Pilares Estratégicos e, assim, o programa reafirma sua importância estratégica, registrada nos seguintes objetivos estratégicos:

- ✔ Objetivo Estratégico 4.1 - Ampliar a base de Participantes;
- ✔ Objetivo Estratégico 4.2 - Tratar de forma segmentada a base de Participantes e Assistidos;
- ✔ Objetivo Estratégico 4.4 - Aumentar o aporte médio;
- ✔ Objetivo Estratégico 5.1 - Aumentar o nível de fidelização dos clientes.

Além de fortalecer a imagem da Prevdata perante a população abrangida por seus dois planos de benefícios, há uma clara necessidade de desvincular o Plano PRV Saldado 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 as 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 pelos trabalhos executados anualmente pela Dataprev no momento que encaminha seu grupo de auditores para aferir a situação dos planos.

Por fim, a Prevdata disponibiliza vários meios de acesso a seus públicos, tais como videoconferência, canais de atendimento eletrônico e telefônico, vídeos explicativos, etc. Contudo, somente a presença dos representantes da entidade, que possibilita que dúvidas sejam esclarecidas de imediato, consegue reduzir o desgaste resultante da situação vivida no passado pela Prevdata e que levou ao saldamento do plano PRV, bem como agregar um número maior de adesões ao plano CV - Prevdata II, além de conquistar a confiança e oferecer segurança aos diferentes públicos.

4.1.1 Objetivo analítico

O programa Prevdata Vai Até Você propõe a presença constante da Entidade nas unidades da Dataprev, dentro da perspectiva de que todos os participantes serão contemplados nos ciclos de evento realizados.

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

4.1.2 Principais atividades desenvolvidas e seus objetivos

Encontro com Representantes Regionais e Gestão de Pessoas: Treinamento dado aos representantes regionais e empregados que trabalham nas áreas de Gestão de Pessoas sobre a Prevdata, os planos administrados, as diferenças entre os planos, concessão de benefícios, profissionais a quem contatar na Prevdata, esclarecendo-os e capacitando-os no atendimento diário aos empregados. Na oportunidade, recebem informações gerais sobre a administração da Prevdata e o reforço à ideia de que a Prevdata é um benefício oferecido pela Dataprev a seus empregados, como forma de atração e retenção de mão de obra. Além disto, o grupo é valorizado enquanto multiplicadores da Prevdata e é dado destaque a sua importância como Formadores de Opinião. A proposta é que esta ação ocorra ao final da visita, quando o grupo já terá participado da Prestação de Contas e da Apresentação do Plano CV – Prevdata II, podendo-se aprofundar conceitos e vinculá-los ao dia a dia da relação com os empregados e a cada momento de sua vida laboral, da admissão ao desligamento.

Prestação de Contas e Apresentação de Resultados: Reunião para a qual são convidados os participantes de ambos os planos para receberem informações gerais sobre a administração da Prevdata, prestação de contas sobre a gestão, rentabilidade dos planos, recursos de fiscalização e controles internos e objetivos institucionais eleitos no planejamento estratégico. Recentemente, vem sendo dado destaque às mudanças na definição da meta atuarial e impactos aos planos.

Apresentação do Plano CV – Prevdata II: Palestra para a qual são convidados os empregados que não são participantes do Plano CV – Prevdata II, e também os participantes que queiram aprofundar conceitos, para receberem informações gerais sobre o plano, com ênfase em paridade, rentabilidade, fiscalização, incentivo fiscal, comparativo entre entidades abertas e fechadas, além dos benefícios do plano.

Atendimento aos participantes e potenciais participantes: atendimento individual onde são esclarecidas dúvidas individuais dos participantes, feitas simulações para adesão dos empregados não participantes e de aposentadoria em ambos os planos àqueles que pensam em se desligar da patrocinadora.

Seminário para Consultores Regionais: É o Encontro dos Representantes Regionais da Prevdata, decorrente do papel mais forte desses empregados da Dataprev que auxiliam a Entidade no dia a dia de atendimento aos participantes. O seminário é momento intenso de capacitação, composto de prestação de contas, informações gerais sobre a administração da Prevdata, treinamento sobre detalhes do Plano CV – Prevdata II, concessão de benefício, rotinas operacionais, municiando-os das informações sobre os planos e trabalhando seu papel enquanto multiplicadores da Prevdata e sua importância como Formadores de Opinião.

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

Seminário de Previdência Complementar: Já tendo sido realizado três vezes, tem como objetivo oferecer aos participantes e assistidos do Rio de Janeiro, considerado um polo difusor de informações na patrocinadora, uma visão mais ampla do segmento de Previdência Complementar e como a Prevdata se insere neste contexto, permitindo uma comparação de nossos resultados com aqueles do segmento. Para isto convidamos profissionais de renome no mercado para passar a nossos participantes a imagem de que a Prevdata não é isolada, mas sujeita aos humores do mercado. Na edição de 2015 tivemos as participações, dentre outros, do então Secretário de Políticas de Previdência Complementar, Dr. Jaime Mariz, e do Presidente da Fundação Petrobras de Seguridade Social – PETROS, Dr. Henrique Jagger.

Todas essas ações anteriormente descritas, que fazem parte do Programa de Educação Financeira e Previdenciária da Prevdata, aprovado pela Previc, objetivam, de forma resumida: Adesão de novos participantes e a manutenção dos participantes; Aumento da cultura previdenciária; Esclarecimentos sobre a saúde dos planos, por meio da apresentação de resultados da gestão; Fortalecimento da imagem, visando redução de reclamações, aumento de confiança e segurança, com mitigação de eventuais contenciosos.

4.1.3 Organização do cronograma

O cronograma de visita 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 UD – Unidades de Desenvolvimento ou CP – Centros de Processamento de Dados, 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 mensais, especialmente no período de março a novembro. Entretanto, sempre são consideradas as necessidades de cada unidade da Dataprev, o que ocasiona remanejamentos de agenda por conta das agendas locais.

4.1.4 Despesas

O programa tem previsão orçamentária e suas despesas diretas se referem a diárias e passagens aéreas. Estimamos em dois dias a média de cada visita, dependendo dos temas que serão abordados nas regionais.

4.1.5 Indicadores de acompanhamento do Programa Prevdata Vai até Você

O programa se relaciona ao Pilar Clientes do Planejamento Estratégico, com suas ações participando de vários objetivos estratégicos, cujos indicadores abaixo permitem a mensuração dos resultados alcançados:

4.1.5.1 – Ampliar a base de Participantes, cujo indicador é a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento. As metas de adesão global são definidas anualmente pela Diretoria Executiva.

4.1.5.2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e potenciais participantes, cujo indicador é apresentar uma estratégia anual de aumento da base de participantes de forma segmentada. Anualmente a Diretoria Executiva determinará as metas de acordo com a segmentação por faixa/segmento.

4.1.5.3 – Dentro da segmentação dos participantes e assistidos, aprimorar as ações de educação financeira e previdenciária, atingindo cada um dos segmentos de clientes identificados, cujo indicador será a aprovação anual pelo Conselho Deliberativo do programa de educação financeira e previdenciária, em função das orientações dos órgãos regulador e fiscalizador.

4.1.5.4 – Aumentar o aporte médio, cujo indicador é o aumento de contribuição mensal e de aportes ao Plano CV – Prevdata II. As metas de crescimento serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.

4.1.5.5 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes, cujo indicador é a diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev.

4.1.5.6 – Elevar o grau de satisfação dos diversos públicos, expresso nas avaliações realizadas após as palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação.

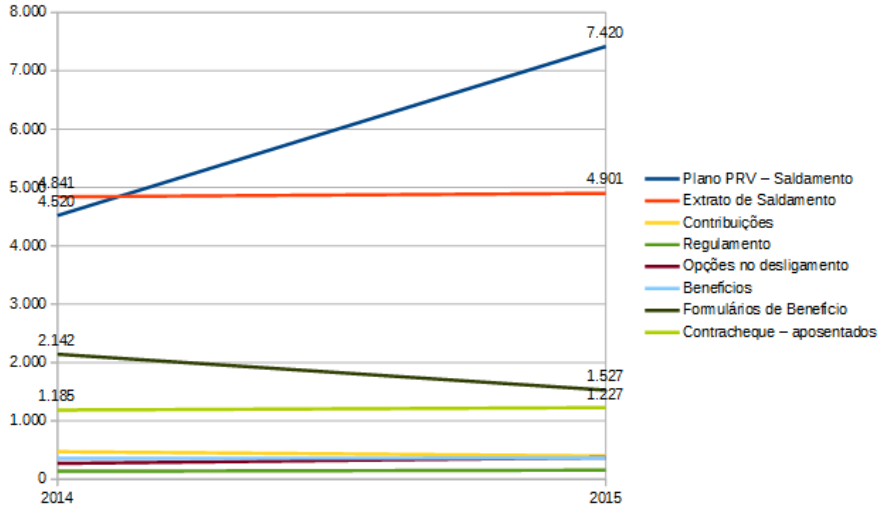
4.1.5.7 – Cumprir a agenda de visitas proposta, cujo indicador é a realização dos eventos programados e realizados ao longo de cada ano.

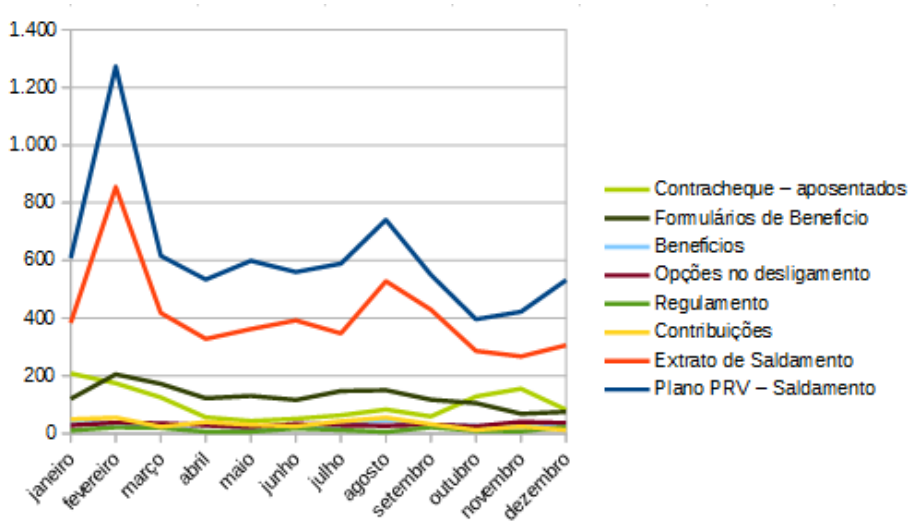
4.2 Plano de Renda Vinculada – PRV (plano antigo, saldado)

4.2.1 Presença na Internet / Portal da Prevdata

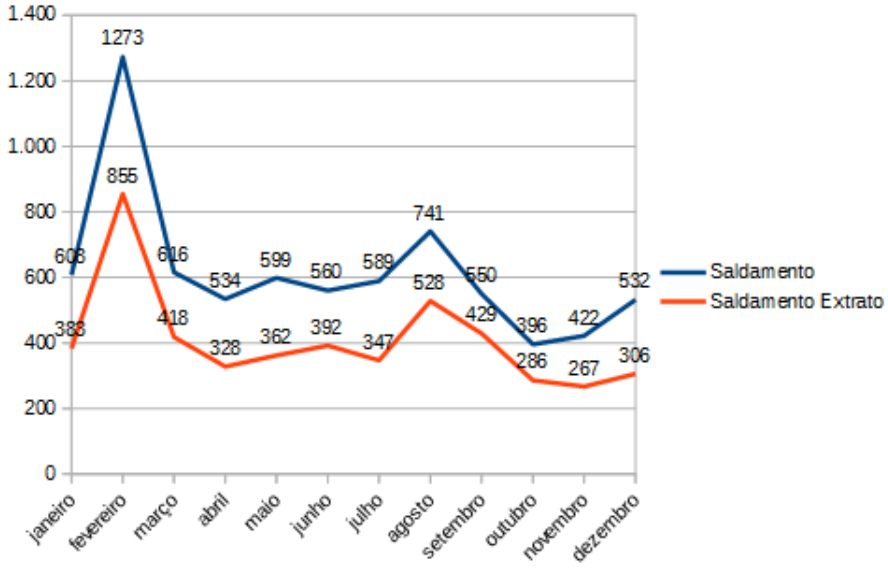
Objetivo Específico: Disponibilizar com facilidade e informar com transparência a relação do participante com o plano, dúvidas frequentes, extrato do benefício saldado, extrato de contribuição, contracheque dos assistidos, recadastramento de tempo de contribuição, palestras sobre prestação de contas e redução da meta atuarial. Material 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 2016:
7 dias úteis para atualizações de documentos, criação de áreas ou seções
Prazo previsto na legislação para casos mais complexos/específicos, que terão metas e cronogramas conforme o caso;
Em 2016, avaliar a viabilidade de aperfeiçoar a metodologia de contagem de acessos às páginas do site, buscando retratar efetivamente os acessos de participantes, excluindo acessos das equipes de atendimento da Prevdata.
Cronograma: atualização permanente, com adequação ou inclusão de áreas ou seções por demanda, o que é avaliado pelo grupo que apoia a atividade de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: efetivação da alteração no site dentro do prazo estabelecido;
b) avaliações de implementação: prints das telas ou cópia dos documentos;
c) avaliação de resultados: Contadores de acesso às diversas áreas do site; Pesquisa de Satisfação, registros do SRP – Sistema de Relacionamento com Participante.

Acompanhamento 2015: As metas de atualização foram cumpridas, atualizando informações sobre Plano de Custeio, Resultados da Gestão, Informativos, etc.
Sobre a meta de aumentar o total de acessos às principais páginas em 10%, observamos a seguir que esse incremento em relação às informações sobre o saldamento ocorreu. Quanto às demais páginas não se realizou. Temos ainda que considerar que os profissionais de atendimento também usam os simuladores do site no dia a dia de atendimento.





Anualmente, observamos uma elevação sazonal do interesse dos participantes do Plano PRV pelas informações do saldamento, bem como pelo Extrato individual de saldamento, em especial no início de ano, quando participantes avaliam suas condições de adesão ao PDI – Programa de Demissão Incentivada da Patrocinadora e é também a época em que divulgamos comunicados sobre a atualização anual do valor do benefício saldado.



4.2.2 Encontro com Assistidos dentro do Programa Prevdata Vai até Você

Objetivo Específico: Melhorar o conhecimento do plano pelos assistidos - aposentados e pensionistas – mantendo a aproximação da Prevdata com esse público. Prevê o atendimento aos objetivos definidos no Planejamento Estratégico 2014-2017 de "4.2 - Tratar de forma segmentada a base de Participantes e Assistidos". 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 2016:
Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora;
Em 2016, realizar pelo menos 1 evento na sede da Prevdata, no Rio de Janeiro, com presença de, no mínimo, 20 pessoas e que pelo menos 80% das avaliações do evento indiquem-no como ótimo ou bom e 1 evento na matriz da patrocinadora, em Brasília, com presença de, no mínimo, 5 pessoas e que pelo menos 80% das avaliações do evento indiquem-no como ótimo ou bom.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: agenda de encontros;
b) avaliações de implementação: listas de presença;
c) avaliação de resultados: Resultado consolidado da avaliação das palestras; Pesquisa de Satisfação, registros do SRP – Sistema de Relacionamento com Participante.

Acompanhamento 2015:
Foi realizado um evento na sede da Prevdata, no Rio de Janeiro, com adesão bem baixa, de cerca de 11 pessoas, e um evento em Brasília, com somente uma presença. Não há folha de presença nem fichas de avaliação do evento do Rio de Janeiro.

4.2.3 Campanha Planejamento do Empréstimo para a aposentadoria

Objetivo Específico: Reduzir o endividamento e o impacto da prestação de empréstimo na renda dos futuros aposentados. Promover a reflexão sobre o planejamento financeiro necessário à decisão da aposentadoria.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: diretamente, participantes do Plano PRV elegíveis à condição de assistido e que tenham prestação de empréstimo superior a 30% do benefício saldado; de forma indireta, todos os participantes do plano PRV com altas prestações de empréstimo;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: e-mail marketing / mala direta e comunicado; Meio de comunicação: internet;
Meta de Implementação 2016: realizar 1 campanha direcionada por ano e 1 comunicado no mesmo período;
Em 2016, obter, pelo menos, 5% de amortizações/quitações para o total de malas diretas enviadas.
Cronograma: anualmente, a cada mês de agosto.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização da campanha, elaboração e discussão do teor do e-mail marketing, texto e controle de envio, geração da base de participantes envolvidos;
b) avaliações de implementação: quantidade de mensagens visualizadas/abertas;

c) avaliação de resultados: Registros no SRP – Sistema de Relacionamento com Participantes, quantidade de amortizações e quitações de empréstimo antes da aposentadoria.
Acompanhamento 2015:
Foi cumprida a meta de envio da campanha em agosto e de envio de comunicado na mesma época. Este tema também foi incluído nas palestras da Sipat e do Encontro com Representantes e Gestão de Pessoas, além de ser tratado nos atendimentos individuais.

Foram enviadas malas diretas por e-mail aos participantes elegíveis ao benefício saldado com prestação de empréstimo alta: foi comparado o valor do benefício saldado previsto no plano com a prestação de empréstimo atual e, para aqueles cuja prestação é superior a 30% do benefício, foi enviada mala direta com essas informações e sugestões de encaminhamentos para melhorar a renda disponível após o desligamento da Dataprev e passagem à condição de assistido da Prevdata.

Das 228 malas diretas enviadas, **8** participantes fizeram amortizações e **4** quitaram seus saldos devedores de empréstimo, o que representa **5%** de retorno.

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

Cartilhas, Hotsite, Cartazes, Folhetos e Vídeos.

Objetivo Específico: Mobilizar os diversos públicos para determinado tema, como, por exemplo: campanha pelo Empréstimo Consciente, 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 Prevdata, 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 2016: Conforme demanda e calendários específicos
Metodologia de monitoramento e avaliação: conforme a ação

4.3 Plano CV – Prevdata II

4.3.1 Campanha de Aumento de Contribuição - "Contribuição Ideal"

Objetivo Específico: Reduzir a quantidade de participantes em contribuição reduzida ao plano. Promover a reflexão para o aumento de contribuição aos participantes, aproveitando a "contribuição ideal", a maior contribuição possível que é acompanhada em paridade pela patrocinadora, visando o aumento das contas no plano, um maior benefício futuro e o incentivo fiscal do imposto de renda.
Ações de divulgação:

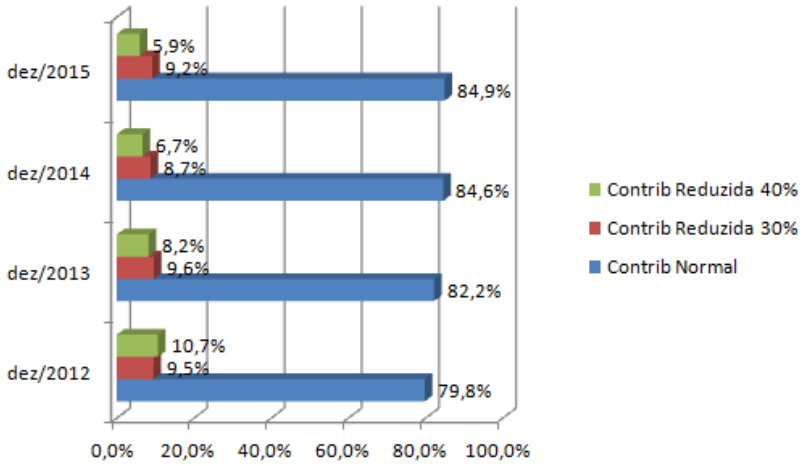
- Envio de mala direta aos participantes optantes da contribuição reduzida, sugerindo a verificação no simulador do site dos impactos positivos do aumento de contribuição. Na mensagem, foi enviado o formulário para aumento de contribuição.
- Envio de comunicados aos empregados das patrocinadoras, tratando de aumento de contribuição, paridade e incentivo fiscal do imposto de renda.

Nível de atuação: orientação
Público alvo a ser atingido: diretamente todos os participantes do Plano CV com contribuição reduzida; de forma indireta, todos os participantes do plano CV;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: e-mail marketing ou mala direta impressa, comunicados; Meio de comunicação: internet ou carta impressa;
Meta de Implementação 2016: realizar 1 campanha direcionada (por mala direta) por ano e 1 comunicado por mês;
Em 2016, reduzir o percentual de participantes com contribuição reduzida, no mínimo, para 13,5% do total de participantes, enviando carta impressa, incluindo o formulário de alteração de contribuição.
Cronograma: anual, a cada mês de junho.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização da campanha, elaboração e discussão do teor do e-mail marketing, texto e controle de envio, geração da base de participantes envolvidos;
b) avaliações de implementação: cópia do material gerado;
c) avaliação de resultados: Registros no SRP – Sistema de Relacionamento com Participantes e quantidade de alterações de contribuição.

Acompanhamento 2015:
Em 2014, foram enviadas *cartas* aos 494 participantes com contribuição reduzida e tivemos o retorno imediato de 54.
Em 2015, a campanha foi feita com *mala direta por e-mail*, enviada a 454 participantes, explicando a contribuição ideal, que é a maior acompanhada pela Dataprev, dando ênfase no aumento da poupança previdenciária e no incentivo fiscal do imposto de renda. O retorno de somente 9 participantes, menos de 2%, nos demonstra que o envio eletrônico não proporcionou efetividade como ocorreu com a carta em papel. Tivemos ainda a reclamação de 2 participantes.
Para 2016, devemos resgatar a mala direta impressa, já acompanhada do formulário de alteração, em vez de correspondência por e-mail.

Observamos, no gráfico a seguir, o percentual de participantes que faz contribuição normal ao plano (maior contribuição acompanhada pela patrocinadora em paridade), contribuição reduzida em 30% e reduzida em 40%. Podemos verificar que há **suave, mas constante**, declínio das opções por contribuição reduzida, em especial a reduzida em 40%, com incremento das opções pela contribuição normal.

A meta era reduzir o percentual de participantes com contribuição reduzida, no mínimo, para 13% do total de participantes, o que não foi alcançado. Há 15,10%.



4.3.2 Campanha de Contribuição Adicional e Aporte

Objetivo Específico: Aumentar volume financeiro e quantidade de participantes que fazem contribuições adicionais (mensais) ou aportes (esporádicos), visando o aumento das contas no plano, um maior benefício futuro e o incentivo fiscal do imposto de renda. Promover a reflexão sobre o aumento da poupança previdenciária.
Ações de divulgação: comunicados semanais, cartaz nos quadros de avisos
Nível de atuação: orientação
Público alvo a ser atingido: todos os participantes do plano CV, em especial, especificamente aqueles que já fazem a contribuição normal (sem redução)
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: e-mail marketing, comunicados, cartaz; Meio de comunicação: internet e físico, para cartazes;
Meta de Implementação 2016: realizar 1 campanha direcionada por ano, no último trimestre, e 1 comunicado por mês;
Em 2016, crescer mais de 10% no valor dos aportes ao ano, atingindo R$ 1.000 mil.
Cronograma: anual, a cada mês de outubro.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização da campanha, elaboração e discussão do teor do material de divulgação (e-mail marketing, cartaz, folheto), texto e controle de envio, geração da base de participantes envolvidos;
b) avaliações de implementação: cópia do material gerado;
c) avaliação de resultados: Registros no SRP – Sistema de Relacionamento com Participantes; quantidade de participantes contribuições adicionais ou aportes e volume financeiro envolvido; Pesquisa de Satisfação.

Acompanhamento 2015: A meta era de realizar 1 campanha direcionada, no último trimestre, e 1 comunicado por mês. A campanha direcionada foi feita, com cartazes nos quadros de avisos da Dataprev e Prevdata, comunicados, Perguntas Frequentes, etc, mas não enviamos todos os meses um comunicado sobre o assunto.
A meta financeira era de crescimento em mais de 10% no valor dos aportes no ano, atingindo R$ 900 mil. Foram alcançados **R$ 933 mil**, atingindo a meta.

A Prevdata vem fazendo campanhas contínuas sobre a importância de aumentar a poupança previdenciária, usufruindo do incentivo fiscal no Imposto de Renda. O material aborda de forma didática que toda a contribuição à previdência complementar reduz o imposto de renda devido, apresentando limites e formas de dedução, além da reflexão sobre a importância do planejamento do futuro.

Em março, foi enviada mala direta para todos os participantes que fizeram pagamento de aportes por boleto, para lembrá-los de lançar esses valores na declaração de imposto de renda e mostrar a importante redução do imposto em suas declarações, por conta de sua poupança previdenciária.

Data de Envio	Assunto	Enviados	Lidos	Lidos	Falhas	Falhas	ID	Grupo
25/03/2015	Imposto de Renda - Informações Previdência Complementar	59	34	57,63%	0	0,00%	1531	ContribAdicional_F
25/03/2015	Imposto de Renda - Informações Previdência Complementar	83	58	69,88%	0	0,00%	1533	ContribAdicional_M
25/03/2015 Resultado		***142***	***92***	***64,79%***				

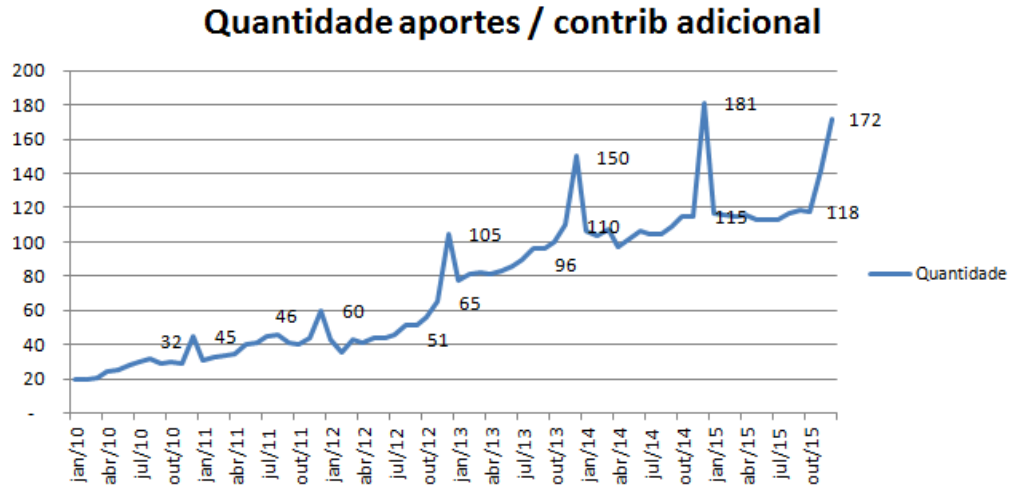
A Campanha do último trimestre de 2015 incluiu a distribuição de cartazes nos quadros de aviso da patrocinadora Dataprev e da própria Prevdata, envio de comunicados semanais aos participantes, além da divulgação do simulador de aporte do site. A Entidade também ofereceu a possibilidade de realização dos aportes e contribuições adicionais ao Plano CV – Prevdata II na Folha de Pagamento do 13º salário.

Para aqueles participantes que já fazem contribuição adicional mensal em folha de pagamento, foi enviada mala direta oferecendo a possibilidade de aporte na folha de 13º também.

Data de Envio	Assunto	Enviados	Lidos	Lidos
09/12/2015	Contribuição Adicional 13º Salário	105	51	48,57%

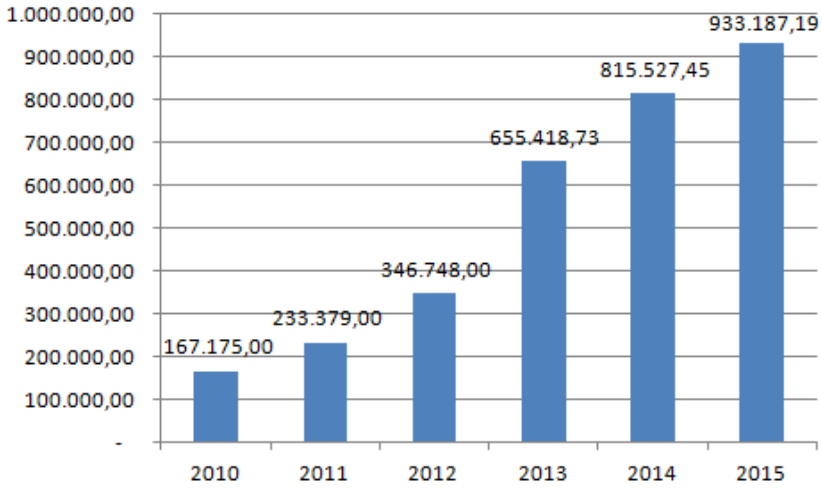
No mês de dezembro, alcançamos **R$ 284 mil** em aportes e contribuições adicionais ao Plano CV – Prevdata II de **172** participantes. Esse crescimento constante demonstra o amadurecimento do plano e de seus participantes, como resultado das ações de Educação Financeira e Previdenciária, em especial dos esforços do Programa Prevdata Vai até Você.

Vemos a seguir a quantidade de participantes que realiza contribuição adicional/aporte ao plano.



Neste quadro, vemos os valores das referidas contribuições

A seguir, os totais anuais.



4.3.3 Campanha de Beneficiário – Plano CV – Prevdata II

Objetivo Específico: Reduzir até eliminar a quantidade de participantes sem beneficiário cadastrado. Aumentar a proteção previdenciária e os esclarecimentos sobre os benefícios do plano, por meio de contato direto, nominal, aos participantes do Plano CV – Prevdata II que não têm beneficiários cadastrados, ou que têm grande quantidade de beneficiários. Envio de mala direta, informando sobre os benefícios do plano, a proteção previdenciária e sugerindo a possibilidade de reavaliação dos seus beneficiários.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: diretamente, participantes do Plano CV sem beneficiários cadastrados ou com grande quantidade de beneficiários; de forma indireta, todos os participantes do plano CV;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: mala direta impressa ou e-mail marketing, comunicados; Meio de comunicação: carta impressa ou internet;

Meta de Implementação 2016: realizar 1 campanha direcionada por ano e 1 comunicado por mês.
Em 2016, obter 10% de retorno de alteração cadastral, reduzindo a quantidade de participantes sem beneficiário cadastrado.
Realizar ação específica para subgrupo, de 8 participantes, que tem beneficiário cadastrado no Plano PRV e não tem no CV, o que parece demonstrar falta de conhecimento sobre a necessidade de inscrição dos dependentes, cuja meta é que 50% cadastrem dependentes no CV.
Realizar ação específica aos 213 participantes do Plano CV – Prevdata II que têm 4 ou mais dependentes, reduzindo a média de 4,22 dependentes para 3,5 dependentes.
Cronograma: anualmente, a cada mês de setembro.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização da campanha, elaboração e discussão do teor do material de divulgação (e-mail marketing, cartaz, folheto), texto e controle de envio, geração da base de participantes envolvidos;
b) avaliações de implementação: cópia do material gerado e da base de participantes;
c) avaliação de resultados: Quantidade de retornos de fichas de alteração de beneficiário; Registros no SRP – Sistema de Relacionamento com Participantes.

Acompanhamento 2015*:*
A meta era de realizar 1 campanha direcionada e 1 comunicado por mês. Foi realizada a campanha anual, com carta impressa e acompanhada de formulário de recadastramento, com retorno de 11% de alteração cadastral.

Quando	Qtdd mala direta enviada	Inclusão de beneficiário set a nov/2015	Total de alteração (resultado)
Setembro/15	100	11	11%

4.3.4 Presença na Internet / Portal da Prevdata

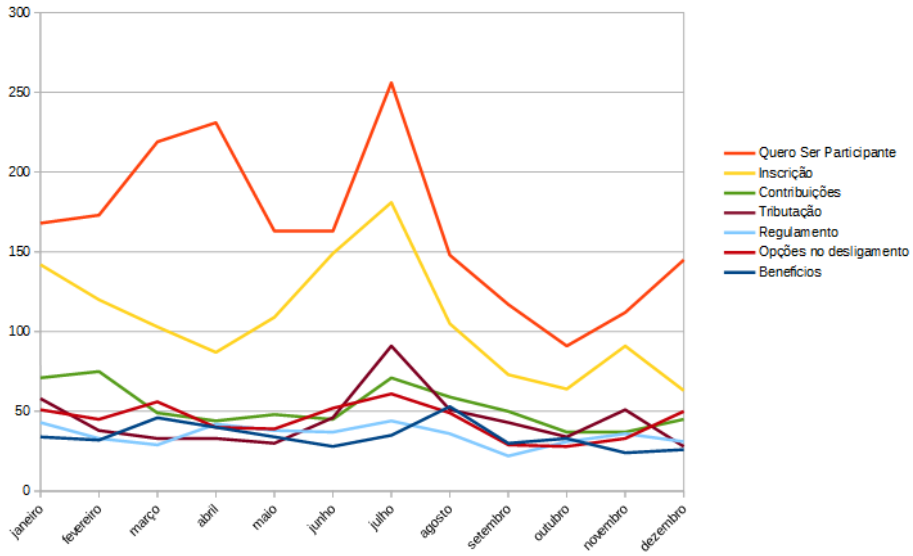
Plano CV – Prevdata II (características, benefícios);
Área Quero Ser Participante; informações sobre adesão ao plano;
Simuladores de benefício e contribuição do plano CV;
Simulador de aporte / contribuição adicional;
Simulador de incentivo fiscal do imposto de renda;
Extratos de contribuição do plano CV; e
Solicitação de empréstimo.

Objetivo Específico: Disponibilizar informações com transparência sobre a relação do participante com o plano, dúvidas frequentes, simulador de incentivo fiscal do imposto de renda, extrato de contribuição, 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 2016:
7 dias úteis para atualizações de documentos, criação de áreas ou seções
Prazo previsto na legislação para casos mais complexos/específicos, que terão metas e cronogramas conforme o caso;

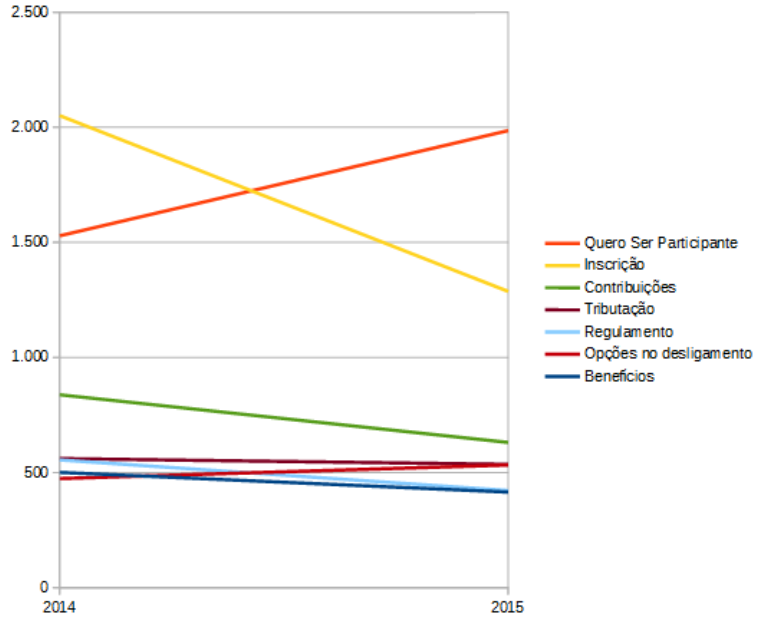
Em 2016, implementar completa revisão no site, em conteúdo e forma, visando aumentar o total de acessos às principais páginas e avaliar a viabilidade de aperfeiçoar a metodologia de contagem de acessos às páginas do site, buscando retratar efetivamente os acessos de participantes, excluindo acessos das equipes de atendimento da Prevdata.
Cronograma: atualização permanente, com adequação ou inclusão de áreas ou seções por demanda, o que é avaliado pelo grupo que apoia a atividade de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: efetivação da alteração no site dentro do prazo estabelecido;
b) avaliações de implementação: prints das telas ou cópia dos documentos;
c) avaliação de resultados: Contadores de acesso às diversas áreas do site; Pesquisa de Satisfação, registros do SRP – Sistema de Relacionamento com Participante.

Acompanhamento 2015*:*
Verificamos a seguir os contadores de acessos ao site.

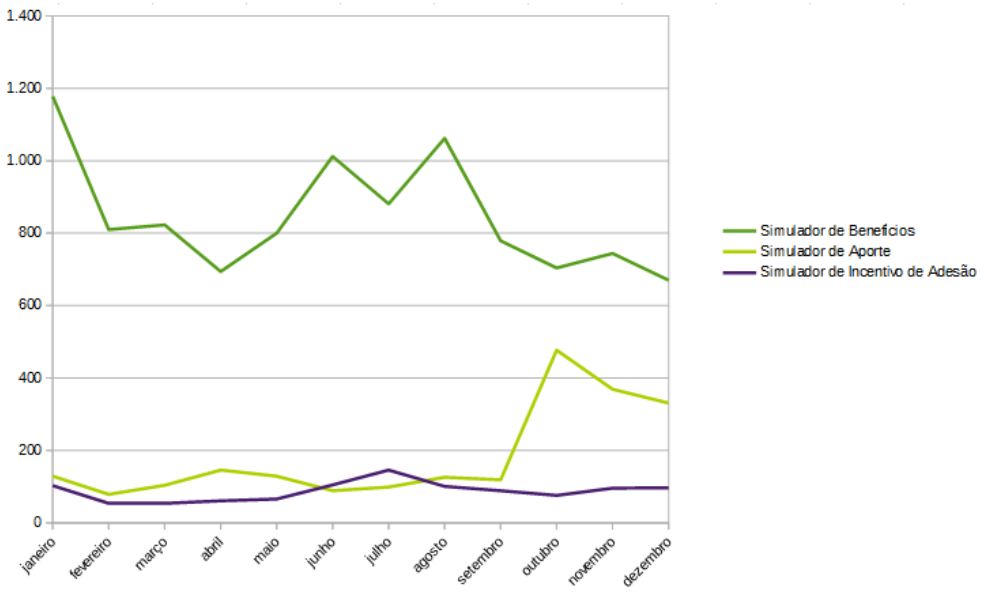
Categoria	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro
Plano CV												
Extrato de Conta Global	9	7	3	7	9	7	8	32	17	7	2	7
Quero Ser Participante	168	173	219	231	163	163	256	148	117	91	112	145
Inscrição	142	120	103	87	109	149	181	105	73	64	91	63
Contribuições	71	75	49	44	48	45	71	59	50	37	37	45
Tributação	58	38	33	33	30	46	91	51	43	34	51	28
Regulamento	43	33	29	42	38	37	44	36	22	31	36	31
Simulador de Benefícios	1.178	810	823	694	800	1.012	881	1.062	779	704	744	670
Simulador de Aporte	129	79	104	146	129	89	99	126	119	477	369	331
Simulador de Incentivo de Adesão	103	54	54	61	66	105	146	101	89	76	96	97
Cotas	27	29	31	22	22	25	37	33	38	22	20	24
Opções no desligamento	51	45	56	40	39	52	61	49	29	28	33	50
Regras de adesão incentivada	16	8	9	11	11	11	18	12	8	8	12	23
Benefícios	34	32	46	40	34	28	35	53	30	33	24	26
Formulários de Benefício	162	233	221	164	192	168	232	222	183	140	101	104



A seguir a movimentação anual.



Os gráficos demonstram que o Simulador de Benefícios e Contribuição do site é bastante utilizado pelos participantes, para acompanhamento da conta acumulada, simulação de benefício futuro, com as diversas variáveis. Observamos os momentos de crescimento do uso do referido simulador no início do ano, por conta do PDI – Programa de Demissão Incentivada da patrocinadora, com participantes avaliando sua saída da empresa. E, em julho, por conta da campanha de aumento de contribuição. Os demais simuladores, de incentivo fiscal para adesão e de aporte também tem uso ampliado. O de aporte tem o crescimento identificado no período em que começa a campanha de aporte.



4.3.5 Termo de Oferecimento de Plano

Objetivo Específico: A Dataprev não realiza mais programas de Formação Corporativa presenciais, que era importante momento de apresentação do plano aos novos empregados, ação que passou a ser feita em modelo EaD.
Em atividade conjunta com a Patrocinadora, foi criado Termo de Oferecimento de Plano para ser entregue e assinado pelo novo empregado da Dataprev, no momento da admissão, fazendo parte da rotina de contratação da patrocinadora. A iniciativa supre a necessidade legal de registro do oferecimento do plano de previdência complementar, como prevê o artigo 16 da LC 109 e, principalmente, faz com que a Prevdata formalmente participe da admissão. O empregado escolhe entre as opções

- *"Eu opto por ADERIR ao Plano CV Prevdata II" ou*
- *"Eu opto por NÃO ADERIR ao Plano CV Prevdata II, reservando-me o direito de aderir em outra oportunidade".*

Recebendo cada Termo, a entidade entra em contato, com abordagens diferenciadas, conforme o caso, visando ampliar os conhecimentos previdenciários e específicos do plano e, ainda, apresentar o plano para quem não quis aderir. Complementarmente, criou-se uma situação em que, obrigatoriamente, o responsável por fornecer informações básicas ao novo empregado da Patrocinadora tem que abordar o tema previdência complementar/Prevdata e, ainda, passou a ser possível ter batimento do total de admissões com o total de termos recebidos., permitindo identificar filiais que não estivessem cumprindo o procedimento.

Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: novos empregados da Patrocinadora;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: formulário Termo de Oferecimento; Meio de comunicação: presencial;
Meta de Implementação 2016: Receber o Termo de Oferecimento de plano de todos os novos empregados.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento**:** Termos de Oferecimento de todos os novos empregados
b) avaliações de implementação: recebimento dos Termos de Oferecimento de todos os novos empregados;
c) avaliação de resultados: quantidades de adesão nos primeiros três meses após a admissão.

Acompanhamento 2015: Foram recebidos os Termos de Oferecimento de plano de todos os novos empregados, inclusive contratados ad nutum e conselheiros da Dataprev.

4.3.6 Apresentação do Plano CV – Prevdata II no Programa Prevdata Vai Até Você

Objetivo Específico: Iniciativa de aproximação constante com os participantes e potenciais participantes, aumentando os conhecimentos previdenciários e específicos do plano e, ainda, reduzindo a utilização de material impresso.
Na revisão do Planejamento Estratégico de 2014, "Clientes" foi definido como um dos Pilares Estratégicos e, assim, esta etapa do Programa Prevdata Vai até Você reafirma sua importância estratégica, registrada nos seguintes objetivos estratégicos:

- Objetivo Estratégico 4.1 - Ampliar a base de Participantes;
- Objetivo Estratégico 4.2 - Tratar de forma segmentada a base de Participantes e Assistidos;

A Apresentação do Plano CV – Prevdata II ocorre em palestras específicas com este tema ou nos horários agendados de atendimento individual. Em todas elas, explicamos os detalhes do plano, seus benefícios, contribuição, incentivo fiscal, etc, com variáveis de estimulação, como vídeos.
Nível de atuação: informação / instrução / orientação;
Público alvo a ser atingido: empregados da Patrocinadora que não aderiram ao novo plano e participantes que queiram aumentar seus conhecimentos do 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 2016: Realizar os eventos previstos na agenda anual, aprovada pela Diretoria Executiva, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora, em especial de novos empregados.
Em 2016, obter quantitativo de adesões equivalente a 80% da quantidade de admissões feitas pela patrocinadora; quanto às palestras obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização das palestras previstas na agenda, com a participação de um diretor e um profissional de atendimento. Relacionamos abaixo os indicadores do Programa Prevdata Vai até Você e, para esta ação, consideramos, em especial os de nº 1 e 2:
1 – Ampliar a base de Participantes, cujo indicador é a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento. As metas de adesão global serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e potenciais participantes, cujo indicador é apresentar uma estratégia anual de aumento da base de participantes de forma segmentada. Anualmente a Diretoria Executiva determinará as metas de acordo com a segmentação por faixa/segmento.
3 – Dentro da segmentação dos participantes e assistidos, aprimorar as ações de educação financeira e previdenciária, atingindo cada um dos segmentos de clientes identificados, cujo indicador será a aprovação anual pelo Conselho Deliberativo do programa de educação financeira e previdenciária desenvolvido pela Prevdata, em função das orientações do órgão fiscalizador.
4 – Aumentar o aporte médio, cujo indicador é o aumento de contribuição mensal e de aportes ao Plano CV – Prevdata II. As metas de crescimento serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
5 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes, cujo indicador é a diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev.
6 – Elevar o grau de satisfação dos diversos públicos, expresso nas avaliações realizadas após as palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação.
7 – Cumprir a agenda de visitas proposta, cujo indicador é a realização do evento programado e realizado ao final de cada ano.
b) avaliações de implementação: formulário de avaliação ao final do evento, lista de presença;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação, Formulário de Avaliação das palestras e quantitativo de adesão ao plano.

Acompanhamento 2015:
A meta, que era obter quantitativo de adesões equivalente a 80% da quantidade de admissões feitas pela patrocinadora, foi cumprida: foram realizadas **179** adesões ao plano, enquanto a meta era de 100, equivalente a 80% das 126 admissões de novos empregados na Dataprev.

Quanto às palestras, a meta, que era obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom, também foi cumprida. Temos, como resultado das 10 palestras realizadas, **92,3%** de resultados ótimo ou bom, como no gráfico ao lado.

A seguir a agenda de eventos e, em anexo, as avaliações dos participantes dos eventos:

data	horário	onde	evento	público	quem	participantes
14/4/15	09:30	DF Sala Multiuso C 11º andar	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Andrea	23
5/5/15	15:00	SC	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	4
19/05/15	14:30	CE - Auditório 8º andar	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Paulo	23
26/05/15	14:30	PB - Auditório (térreo)	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes	Ary	11
16/06/15	14:30	RN	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	13
07/07/15	14:30	MG - Auditório 6º andar	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Paulo	37
11/08/2015	14:30	PE - Sala Multiuso - 4º andar	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	13
19/08/2015	14:30	RS Auditório (sala 304)	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	34
26/08/2015	10:00	BA - Auditório do INSS (8º andar)	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	33
11/11/2015	15:00	SP - Sala 50A - Térreo	Plano CV - Prevdata II	Empregados não participantes e todos os interessados em conhecer os benefícios do Plano CV - Prevdata II	Ary	6
						197

Até 2014, o volume das adesões de participantes ao Plano CV – Prevdata II estava diretamente ligado à presença da entidade nas diversas localidades da Dataprev, nas ações do Programa Prevdata Vai até Você. Em 2015, com a presença da Prevdata na admissão dos empregados, observa-se que a adesão ao plano vem ocorrendo na entrada na empresa e não somente nas visitas. Entretanto, ainda observamos volume de escolhas por não aderir.

Segue adesões por estado, onde grifamos o mês de visita a cada localidade.

	2015												
UF	JANEIRO	FEVEREIRO	MARÇO	ABRIL	MAIO	JUNHO	JULHO	AGOSTO	SETEMBRO	OUTUBRO	NOVEMBRO	DEZEMBRO	TOTAL
BA	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	2
CE	3	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	2	8
DF	1	1	4	7	2	6	5	5	2	0	0	2	35
ES	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
GO	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3
MG	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3
MS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	2
PB	2	1	0	1	3	2	1	0	0	0	1	0	11
PE	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PI	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
PR	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	2
RJ	6	3	4	2	1	14	17	8	4	2	5	1	67
RN	2	1	0	0	1	4	0	1	1	1	3	0	14
RS	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
SC	1	1	1	0	2	0	0	2	0	0	2	0	9
SP	1	0	0	0	1	0	9	5	1	0	2	0	19
													179

4.3.7 Kit de Participante

Objetivo Específico: Reforçar as informações sobre o plano de benefícios e a Prevdata. Feita a adesão, é enviada mala direta por e-mail, cobrando documentos pessoais e de beneficiários, reiterando a escolha de tributação e sugerindo visita à Área do Participante do site; em seguida, é enviado o kit ao novo participante, quando são entregues os livretos impressos do estatuto, regulamento do plano, cartilhas explicativa e de tributação, certificado de participante e cópia dos documentos de adesão, além de informações de boas vindas, com incentivo ao uso do site e conteúdo disponível na Área do Participante.

Nível de atuação: informação / instrução;
Público alvo a ser atingido: novos participantes do Plano CV – Prevdata II;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: material impresso; Meio de comunicação: textos e tabelas;
Meta de Implementação 2016: Distribuir os kits em até 30 dias após a adesão do participante;
Em 2015 manter a distribuição dos kits para 100% dos novos participantes;
Cronograma: mensal, ao final de cada mês.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: material gerado e enviado ao final de cada mês, com protocolo de recebimento;
b) avaliações de implementação: Controle de protocolo de entrega;
c) avaliação de resultados: Confirmação do recebimento dos kits por todos os novos participantes.

Acompanhamento 2015: Foram devolvidos pelos novos participantes todos (100%) os protocolos dos kits de participante, que são arquivados nas pastas dos participantes.

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

Cartilhas, Hotsite, Cartazes, Folhetos e Vídeos.

Objetivo Específico: Mobilizar os diversos públicos para determinado tema, como, por exemplo: campanha pelo Empréstimo Consciente, por Aporte no Plano CV – Prevdata 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;

4.3.8.1 Campanha de Adesão

Foi realizada ação focada nos empregados não participantes com idade até 40 anos, para fortalecer o conceito de capitalização de recursos e da paridade de contribuição da patrocinadora. Neste ano, tratou-se de mala direta por e-mail para 368 empregados.

Público alvo a ser atingido: Empregados da Dataprev não participantes do Plano CV – Prevdata II com idade até 40 anos;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: texto, com link para artigo de especialista; Meio de comunicação: mala direta por email;
Meta de Implementação 2016: 10% de adesão do grupo envolvido.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: Envio da mala direta;
b) avaliações de implementação: informações registradas pelo pessoal de atendimento sobre a mala direta enviada;
c) avaliação de resultados: Quantidade de adesões do grupo específico da campanha.

Acompanhamento 2015: Das **368** malas diretas enviadas, **32** fizeram adesão ao plano em 2015, equivalente a 11,5%.

4.3.8.2 Campanha de Adesão empregados extraquadro (*ad nutum*)

Foi realizada ação focada nos empregados contratados extraquadro, após verificarmos que alguns desconheciam a possibilidade de adesão, como equiparados a empregados. Ratificamos o conceito de poupança previdenciária, simulamos conta acumulada pelo tempo de falta de adesão e as opções do plano em caso de desligamento, os institutos previdenciários. Foi enviada mala direta por carta para 32 empregados.

Público alvo a ser atingido: Empregados extraquadro (*ad nutum*) contratados pela Dataprev não participantes do Plano CV – Prevdata II;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: texto, carta; Meio de comunicação: mala direta por correspondência;
Meta de Implementação 2016: 10% de adesão do grupo envolvido.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: Envio da mala direta;
b) avaliações de implementação: informações registradas pelo pessoal de atendimento sobre a mala direta enviada e dúvidas de adesão;
c) avaliação de resultados: Quantidade de adesões do grupo específico da campanha.

Acompanhamento 2015: Das **32** malas diretas enviadas, **1** empregado extraquadro fez adesão ao plano em 2015, não alcançando a meta proposta para a campanha.

4.4 Ambos os planos de benefícios

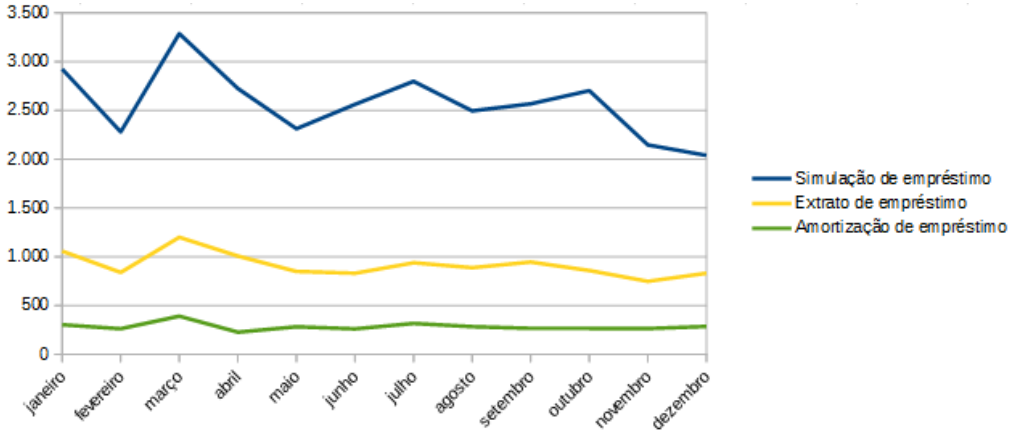
4.4.1 Presença na Internet / Portal da Prevdata

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, Relatórios Anuais de Informações, 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 2016:
7 dias úteis para atualizações de documentos, criação de áreas ou seções
Prazo previsto na legislação para casos mais complexos/específicos, que terão metas e cronogramas conforme o caso;
Em 2016, implementar completa revisão no site, em conteúdo e forma, visando aumentar o total de acessos às principais páginas e avaliar a viabilidade de aperfeiçoar a metodologia de contagem de acessos às páginas do site, buscando retratar efetivamente os acessos de participantes, excluindo acessos das equipes de atendimento da Prevdata.
Cronograma: atualização permanente, com adequação ou inclusão de áreas ou seções por demanda, o que é avaliado pelo grupo que apoia a atividade de Comunicação e pela Assessoria de Informática;
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: efetivação da alteração no site dentro do prazo estabelecido;
b) avaliações de implementação: prints das telas ou cópia dos documentos;
c) avaliação de resultados: Contadores de acesso às diversas áreas do site; Pesquisa de Satisfação, registros do SRP – Sistema de Relacionamento com Participante.

Acompanhamento 2015:
Contadores de acesso às diversas áreas do site.

Categoria	janeiro	fevereiro	março	abril	maio	junho	julho	agosto	setembro	outubro	novembro	dezembro	2015
Ambos os Planos													
Página inicial	7.770	7.868	10.272	8.271	6.575	6.526	7.242	6.990	6.844	7.180	6.223	5.783	87.544
Informe de Rendimentos – IR	134	371	1.422	1.009	74	63	64	103	61	74	57	106	3.538
Notícias	1.541	1.607	2.261	1.810	1.233	1.406	1.553	1.380	1.350	1.458	1.384	1.183	18.166
Empréstimos	906	680	970	757	763	531	548	467	517	465	368	310	7.282
Simulação de empréstimo	2.924	2.280	3.287	2.725	2.312	2.562	2.798	2.496	2.568	2.703	2.146	2.039	30.840
Extrato de empréstimo	1.058	839	1.200	1.007	849	831	938	888	946	859	748	831	10.994
Amortização de empréstimo	303	262	391	227	282	261	317	283	266	266	264	285	3.407
Institucional	156	188	240	186	259	188	235	188	186	238	202	156	2.422
Investimentos	89	67	137	82	68	130	65	54	130	97	103	81	1.103
Fale conosco	446	282	598	400	350	342	386	469	435	345	402	355	4.810
Educação Previdenciária	57	33	50	67	57	87	98	65	68	45	53	61	741
Alteração cadastral	348	344	477	665	371	399	455	446	491	334	288	219	4.837
Perguntas	196	90	125	131	48	48	50	57	30	49	59	40	923
Resumo de plano	0	0	0	0	0	0	0	0	0	314	398	526	1.238
Prevfolha	16	16	9	11	10	12	26	21	17	20	22	15	195
Rai	80	130	172	895	640	307	201	224	197	234	263	156	3.499
Imposto de Renda	2	82	673	572	38	13	11	11	8	16	14	6	1.446
PDI	12	8	40	22	18	16	14	16	40	54	50	560	850
Resultados da Gestão	29	18	24	143	67	30	21	15	19	14	12	27	419
Evento de Previdencia Complementa	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	57	186	243
Extrato de Contribuição	623	699	820	639	598	550	677	875	735	649	548	586	7.999
Saiba mais investimentos	0	0	0	0	0	0	15	78	49	122	131	12	407

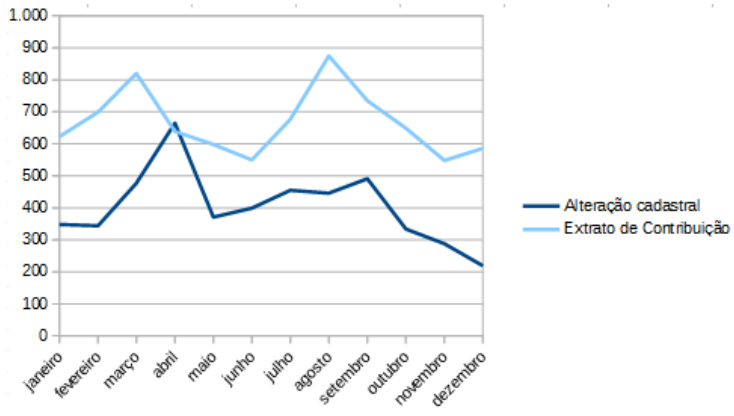
Observamos nos dados acima e no gráfico a seguir que, além das Notícias sobre Previdência, que são bastante acessadas, o Simulador de Empréstimo é o recurso mais utilizado do site, seguido pelo extrato de acompanhamento do empréstimo e as simulações de amortização ou quitação de saldo.



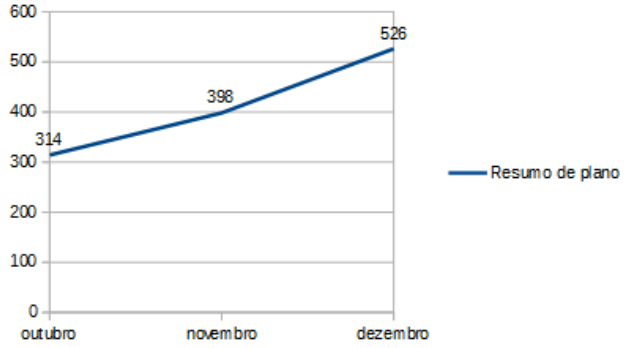
A seguir observamos o interesse dos participantes por seus dados pessoais de plano, como os dados cadastrais e de dependentes, além dos extratos de contribuições aos planos de benefícios.

O grande movimento de alteração de dados cadastrais em abril se refere à campanha de atualização de e-mail particular.

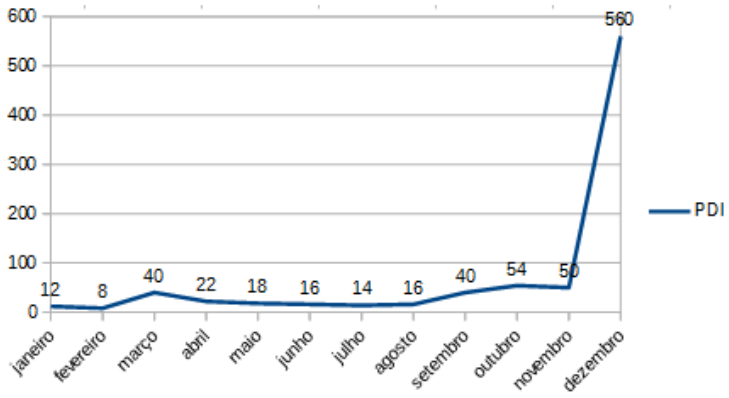
A busca acentuada pelo extrato de contribuições em agosto parece estar relacionada à implantação da nova contribuição extraordinária do Plano PRV e às visitas do Prevdata Vai até Você.



Para facilitar o planejamento de aposentadoria, foi criado **Resumo dos Planos de Benefício**: tela onde o participante vê consolidadas suas informações sobre valor de benefício de cada plano, simulação de resgate e pode digitar seu benefício do INSS para ter uma visão de sua renda global de aposentado. Foi planejada como opção para o participante "levar para casa" um resumo de seu atendimento e ajudá-lo a tomar decisões. Vejamos os acessos:



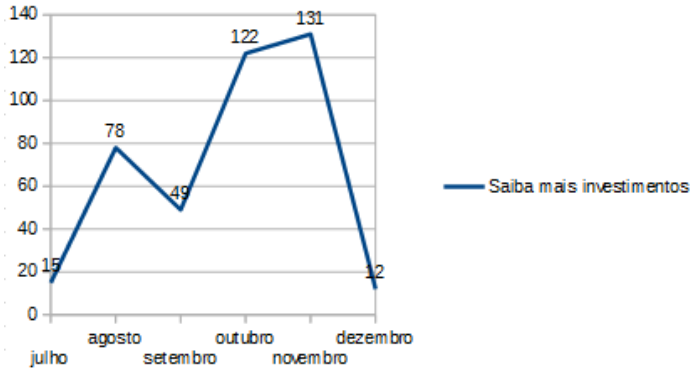
Com o lançamento de **Programa de Demissão Incentivada** pela Dataprev, foram disponibilizadas informações relevantes para facilitar o participante que planeja aderir ao programa. Vejamos os acessos:



Com o objetivo de ampliar os conhecimentos dos participantes sobre o mercado financeiro e as modalidades de investimentos do fundo de pensão, foram lançados comunicados sobre os diversos segmentos, com links para textos mais profundos no site, em **Saiba mais sobre investimentos,** cujos comunicados foram expedidos como abaixo:

DATA	PÚBLICO	ASSUNTO
30/07/15	EXTERNOS	RENDA FIXA
31/07/15	ASSISTIDOS	RENDA FIXA
04/08/15	DATAPREV	RENDA FIXA
10/09/15	EXTERNOS	RENDA VARIÁVEL
11/09/15	ASSISTIDOS	RENDA VARIÁVEL
15/09/15	DATAPREV	RENDA VARIÁVEL
03/11/15	DATAPREV	EMPRÉSTIMO
05/11/15	EXTERNOS	EMPRÉSTIMO
06/11/15	ASSISTIDOS	EMPRÉSTIMO
10/11/15	DATAPREV	INVESTIMENTOS EM IMOVEIS
12/11/15	EXTERNOS	INVESTIMENTOS EM IMOVEIS
13/11/15	ASSISTIDOS	INVESTIMENTOS EM IMOVEIS
17/11/15	DATAPREV	INVESTIMENTOS NO EXTERIOR

Vejamos os acessos:



4.4.2 Apresentação de Resultados e Prestação de contas dentro do Programa Prevdata Vai Até Você

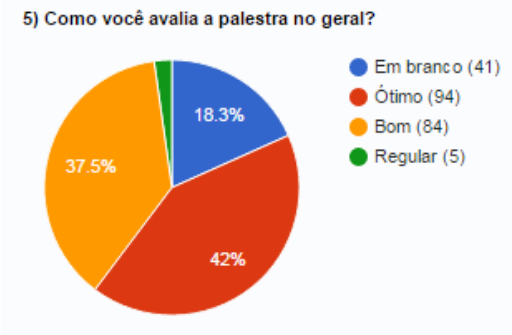
Objetivo Específico: A iniciativa visa manter a aproximação da Prevdata com seus participantes, ampliando seus conhecimentos sobre previdência complementar e o acompanhamento de seu plano, além de, simultaneamente, reduzir a utilização de material impresso. Prevê o atendimento ao Pilar Estratégico "Clientes". O Programa Prevdata Vai até Você reafirma sua importância estratégica, registrada nos seguintes objetivos estratégicos:

- Objetivo Estratégico 4.1 – Ampliar a base de Participantes;
- Objetivo Estratégico 4.2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e Assistidos;
- Objetivo Estratégico 4.4 – Aumentar o aporte médio;
- Objetivo Estratégico 5.1 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes.

Em 2015, a Prestação de Contas ofereceu as explicações sobre fechamento de exercício, criação da nova contribuição extraordinária, novas regras para taxa atuarial e precificação do patrimônio.
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 2016: Agenda anual, aprovada pela Diretoria Executiva, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.
Em 2016, obter participação de, no mínimo, 10% do quadro de empregados de cada localidade e obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom.
Em próxima pesquisa de opinião que vier a ser realizada, obter um índice de aprovação (ótimo/bom) para o programa de, pelo menos, 95%.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização das palestras previstas na agenda, com a participação de um diretor e um profissional de atendimento. Relacionamos abaixo os indicadores do Programa Prevdata Vai até Você e, para esta ação, consideramos, em especial os de nº 2, 3, 4, 5, 6 e 7:
1 – Ampliar a base de Participantes, cujo indicador é a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento. As metas de adesão global serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e potenciais participantes, cujo indicador é apresentar uma estratégia anual de aumento da base de participantes de forma segmentada. Anualmente a Diretoria Executiva determinará as metas de acordo com a segmentação por faixa/segmento.

3 – Dentro da segmentação dos participantes e assistidos, aprimorar as ações de educação financeira e previdenciária, atingindo cada um dos segmentos de clientes identificados, cujo indicador será a aprovação anual pelo Conselho Deliberativo do programa de educação financeira e previdenciária desenvolvido pela Prevdata, em função das orientações do órgão fiscalizador.
4 – Aumentar o aporte médio, cujo indicador é o aumento de contribuição mensal e de aportes ao Plano CV – Prevdata II. As metas de crescimento serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
5 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes, cujo indicador é a diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev.
6 – Elevar o grau de satisfação dos diversos públicos, expresso nas avaliações realizadas após as palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação.
7 – Cumprir a agenda de visitas proposta, cujo indicador é a realização do evento programado e realizado ao final de cada ano.
b) avaliações de implementação: formulário de avaliação ao final do evento, lista de presença;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e Formulário de Avaliação das palestras.

Acompanhamento 2015: Quanto às palestras, a meta era obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom. Temos, como resultado dos 20 eventos realizados, que 471 pessoas participaram. Dos 13 eventos presenciais, 79,5**%** de resultados ótimo ou bom, como no gráfico ao lado. Entretanto, há 18% em branco.



Vejamos, a seguir, os eventos. E, em anexo, as avaliações dos participantes dos eventos.

data	horário	onde	evento	público	quem	participantes
16/03/2015	09:30 às 12h	sala de vídeo RJ-AR- Andar 11- SL 1103.B	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados por videoconferência	Ceará (CE-SD - Andar 2 sala 201) / Goias (GO-PF - Andar 4 sala 1) / Espírito Santo (ES-JM - Andar 6 sala 1) / Amazonas (AM-URAM - Andar 1) / Acre (AC-GV- Andar 1) / São Paulo (SP-MV - Andar 0 salaL 08)	Edu , Ary e Andrea	27
17/03/2015	09:30 às 12h	sala de vídeo RJ-AR-Andar 9 SL 904	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados por videoconferência	Maranhão (MA-UA - Andar 1) / Mato Grosso (MT-GV - Andar 1) / Pará (PA-DC - Andar 3) / Paraíba (PB-EP - Andar 0 sala 2) / Pernambuco (PE-BV - Andar 5 sala 1)	Paulo, Ary e Andrea	26
18/03/2015	09:30 às 12h	sala de vídeo RJ-AR-Andar 6 SL 604	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados por videoconferência	Rio Grande do Norte (RN-AP - Andar 5 sala 515) / Rondônia (RO-UARO - Andar 5) / Roraima (RR-UARR) / Sergipe (SE-IP - Andar 3)	Paulo, Edu e Fábia	7
18/03/2015	15:00	Auditório da Prevdata	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados e	empregados da Prevdata	Ary e Edu	26
19/03/2015	09:30 às 12h	sala de vídeo RJ-AR-Andar 8 SL 804.B	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados por videoconferência	Tocantins (TO-NS - Andar 2) / Santa Catarina (SC-PR - Auditório - Andar 2 sala 201) / Bahia (BA-JG - Andar 2 sala 402) / Paraná (PR-MT - Andar 12 sala 2) / Piauí (PI-FS - Andar 1) / Rio Grande do Sul (RS-GC-Andar 6 sala 603)	Paulo, Edu e Fábia	32
20/03/2015	09:30 às 12h	sala de vídeo RJ-AR-Andar 8 Sala 503.B	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados por videoconferência	Minas Gerais (MG-PM - Andar 6 sala 1) / Alagoas (AL-URAL - Andar 5) / Mato Grosso do Sul (MS-AP - Andar 0) / Amapá (AP-URAP - Andar 3 / Distrito Federal (DF-sede - Andar 9 - Sup) / Rio Grande do Sul (RS-GC-Andar 6	Ary , Edu e Fábia	37
24/03/2015	09:30	Sala Multiuso/RJ	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Direx	66
27/03/2015	09:30	Cosme Velho/RJ	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Direx	12
07/04/15	14:00	Auditório da Prevdata	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados e Nova Contribuição	assistidos de ambos os planos	Direx	26
14/4/15	11:00	DF Sala Multiuso B 11° andar	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	assistidos (aposentados e pensionistas)	Ary	1
14/4/15	15:00	DF Sala Multiuso C 11° andar	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	16
6/5/15	09:30	SC	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	9
20/05/15	09:30	CE - Auditório 8° andar	Prestação de Contas e Apresentação de	participantes de ambos os planos	Paulo	14
27/05/15	09:30	PB - Auditório (térreo)	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	29
17/06/15	09:30	RN	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	24
08/07/15	09:30	MG - Auditório 6° andar	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Paulo	44

data	horário	onde	evento	público	quem	participantes
12/08/2015	09:30	PE - Sala Multiuso - 4º andar	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	20
20/08/2015	09:30	RS Auditório (sala 304)	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	29
26/08/2015	14:30	BA - Auditório do INSS (8º andar)	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	Ary	23
12/11/2015	09:30	SP - Sala 50A - Térreo	Prestação de Contas e Apresentação de Resultados	participantes de ambos os planos	1 Direx 1 CSEG	3

O **Programa Prevdata Vai Até Você**, desenvolvido durante todo o ano, já faz parte da agenda da Prevdata e dos participantes. As suas diversas atividades são adequadas ao público, ao tamanho da localidade e às expectativas apresentadas pelos representantes locais antes de cada evento.

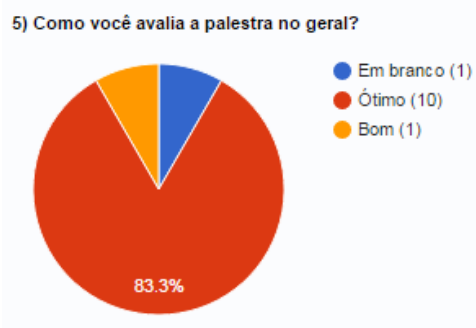
Em alguns estados, verificamos ainda a dificuldade de mobilização dos públicos. Foi implantada etapa de mobilização, onde a equipe percorre as diversas áreas da empresa, reiterando a agenda de eventos.

4.4.3 Participação nas SIPATs

Objetivo Específico: Aproveitar a mobilização da Semana Interna de Prevenção de Acidentes do Trabalho de cada unidade da patrocinadora para, em conjunto com a CIPA, valorizar a questão das escolhas conscientes, planejamento para aposentadoria, prestar esclarecimentos sobre os planos de benefícios e suas alternativas. Realização de palestras, que têm o foco em educação previdenciária, as possibilidades de cada plano de benefícios, a necessidade de planejamento financeiro e redução de saldos de empréstimo ao futuro do empregado.
Para as palestras nas SIPAT, incluímos vídeo motivacional sobre previdência complementar, desenvolvido por entidades do sistema e disponibilizado no site aescolhacerta.com.br. Nessa palestra, também incluímos reflexão financeira sobre o momento da aposentadoria, as novas receitas e despesas.
A Prevdata participa também de patrocínio de lanches e brindes, sempre registrando a presença da entidade, com o objetivo de fortalecimento de nossa imagem.
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 2016: Conforme calendário das filiais da Dataprev; participar com palestra de todos os convites para SIPAT.
Em 2016, obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização das palestras previstas na agenda. Relacionamos abaixo os indicadores do Programa Prevdata Vai até Você e, para esta ação, consideramos, em especial os de nº 2, 3, 4, 5, 6 e 7:
1 – Ampliar a base de Participantes, cujo indicador é a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento. As metas de adesão global serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.

2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e potenciais participantes, cujo indicador é apresentar uma estratégia anual de aumento da base de participantes de forma segmentada. Anualmente a Diretoria Executiva determinará as metas de acordo com a segmentação por faixa/segmento.
3 – Dentro da segmentação dos participantes e assistidos, aprimorar as ações de educação financeira e previdenciária, atingindo cada um dos segmentos de clientes identificados, cujo indicador será a aprovação anual pelo Conselho Deliberativo do programa de educação financeira e previdenciária desenvolvido pela Prevdata, em função das orientações do órgão fiscalizador.
4 – Aumentar o aporte médio, cujo indicador é o aumento de contribuição mensal e de aportes ao Plano CV – Prevdata II. As metas de crescimento serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
5 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes, cujo indicador é a diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev.
6 – Elevar o grau de satisfação dos diversos públicos, expresso nas avaliações realizadas após as palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação.
b) avaliações de implementação: formulário de avaliação ao final do evento, lista de presença;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e Formulário de Avaliação das palestras.

Acompanhamento 2015: A metas para 2015 eram participar com palestra de todos os convites para SIPAT e obter, pelo menos, 80% das avaliações do evento como ótimo ou bom.
Foram solicitadas várias ajudas com patrocínio, para as quais enviamos material de divulgação da Prevdata, mas somente 1 convite para palestra, que obteve **91,5%** de avaliação ótimo/bom.



4.4.4 Promoção das Eleições Prevdata

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. Além de, objetivamente, ampliarem os conhecimentos sobre os planos dos participantes e assistidos que se candidatam
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: reuniões, discussões em grupo, material explicativo, debate; Meio de comunicação: folhetos impressos, internet, correspondência;
Meta de Implementação 2016: A cada 2 anos, criando sempre novidades na divulgação para ampliar a quantidade de votantes em 10% de um pleito para outro.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização das ações previstas no calendário eleitoral
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de votantes e percentuais parciais de cotação;
c) avaliação de resultados: Quantidade de votantes e percentuais nos estados.

Acompanhamento 2015: Em 2015 não houve eleições na Prevdata.

4.4.5 Momento do Gestor dentro do Programa Prevdata Vai até Você

Objetivo Específico: Visa reunir os gestores para receberem informações gerais sobre a administração da Prevdata, 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 Prevdata 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.
Em 2013, foi alterada a forma de mobilização dos gestores, de forma experimental. Foram feitos contatos por telefone e e-mail antes de cada abordagem nos estados; além destes, foi feito contato presencial, sem aviso prévio, pedindo apoio na mobilização para os eventos.
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 2016: Ciclo anual, onde busca-se percorrer as capitais com maior contingente de empregados da patrocinadora.
Acompanhamento 2015: Evento suspenso, em reavaliação.

4.4.6 Atendimento aos Participantes e Assistidos

Atendimento telefônico;
Atendimento presencial;
Atendimento presencial nas unidades da Dataprev; e
Atendimento por email.

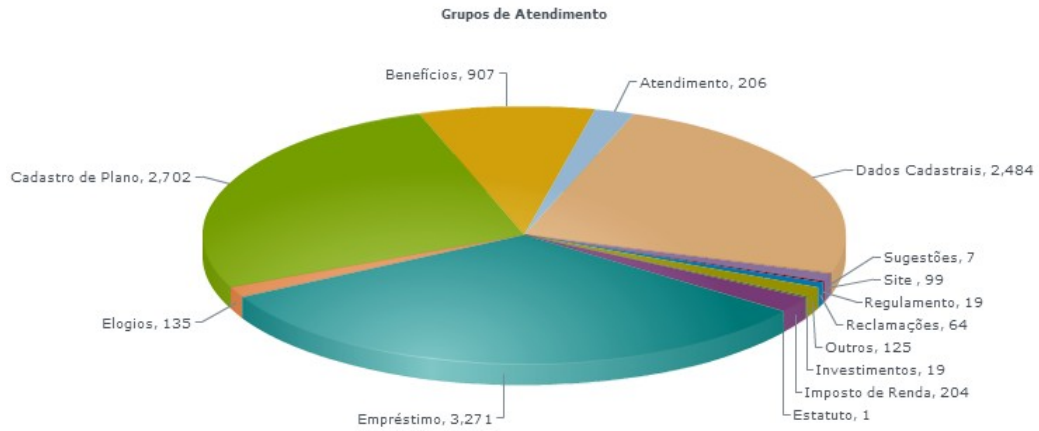
Objetivo Específico: Prestar informações e esclarecimentos sobre os planos de benefícios e suas alternativas, orientar sobre contribuições, beneficiários, aportes, incentivo fiscal, permitindo que os empregados da Entidade e da Patrocinadora, participantes e assistidos façam escolhas conscientes e acompanhem a gestão de seu plano de benefícios, buscando fidelizar e reter o participante.

Nível de atuação: informação e orientação;
Público alvo a ser atingido: empregados da Patrocinadora, participantes e assistidos de ambos os planos de benefícios;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: atendimento presencial; Meio de comunicação: salas de atendimento, internet e telefone;
Meta de Implementação 2016: Atendimento diário na sede da Prevdata e semanal nas unidades da patrocinadora no Rio de Janeiro, além de, conforme planejamento anual, nas demais unidades da Dataprev;
Em 2016, promover a evolução da estrutura de atendimento em função da Remodelagem de Processos, implantando gravação de ligações telefônicas e aprimorando os registros efetuados no SRP.
Reduzir a proporção de saída (resgate/portabilidade) em relação à manutenção dos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) no momento da saída da patrocinadora.
Cronograma: permanente, durante todo o ano.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização dos atendimentos externos previstos na agenda. Relacionamos abaixo os indicadores do Programa Prevdata Vai até Você, onde o atendimento aos públicos tem papel fundamental:
1 – Ampliar a base de Participantes, cujo indicador é a quantidade de adesões após cada palestra ou atendimento. As metas de adesão global serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
2 – Tratar de forma segmentada a base de Participantes e potenciais participantes, cujo indicador é apresentar uma estratégia anual de aumento da base de participantes de forma segmentada. Anualmente a Diretoria Executiva determinará as metas de acordo com a segmentação por faixa/segmento.
3 – Dentro da segmentação dos participantes e assistidos, aprimorar as ações de educação financeira e previdenciária, atingindo cada um dos segmentos de clientes identificados, cujo indicador será a aprovação anual pelo Conselho Deliberativo do programa de educação financeira e previdenciária desenvolvido pela Prevdata, em função das orientações do órgão fiscalizador.
4 – Aumentar o aporte médio, cujo indicador é o aumento de contribuição mensal e de aportes ao Plano CV – Prevdata II. As metas de crescimento serão definidas anualmente pela Diretoria Executiva.
5 – Aumentar o nível de fidelização dos clientes, cujo indicador é a diferença positiva entre participantes mantidos nos planos (benefício/autopatrocínio/BPD) e que optam pela saída (portabilidade/resgate), após seu desligamento da Dataprev.
6 – Elevar o grau de satisfação dos diversos públicos, expresso nas avaliações realizadas após as palestras, registros nos canais de atendimento e resultado de Pesquisa de Satisfação.
7 – Cumprir a agenda de visitas proposta, cujo indicador é a realização do evento programado e realizado ao final de cada ano.
b) avaliações de implementação: quantidades de agendamento e realização de atendimento, registros no SRP – Sistema de Relacionamento com o Participante;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e Relatórios do SRP.

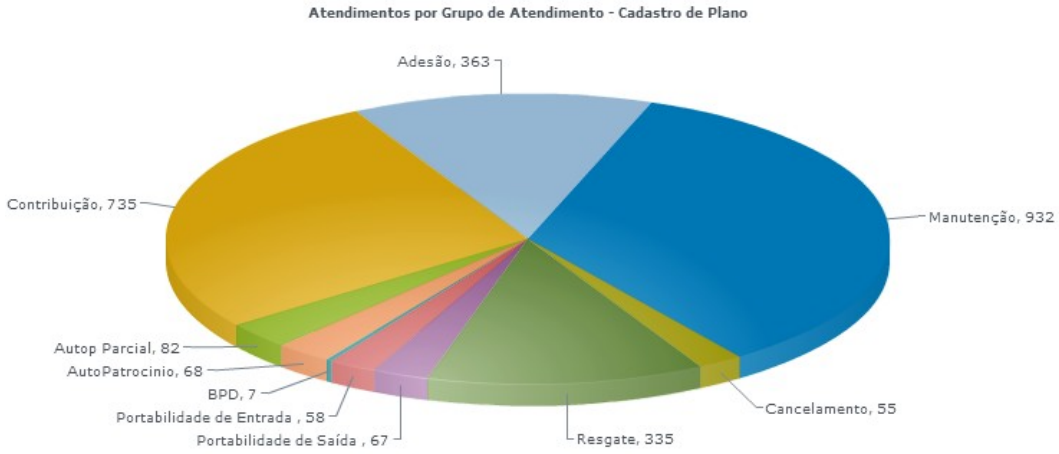
Acompanhamento 2015: Seguem os atendimentos realizados nas dependências da Dataprev, num total de **472**, e **43** inscrições ao Plano CV – Prevdata II realizadas nessas oportunidades.

DATA	HORÁRIO	LOCAL	ATENDIMENTOS	INSCRIÇÕES
08/01/15	09 às 18h	Botafogo - sala 603	8	2
15/01/15	09 às 18h	Cosme Velho - SI de crise - 320.2	4	1
23/01/15	09 às 18h	Botafogo - sala 803B	8	1
29/01/15	09 às 18h	Botafogo - sala 1103	2	0
05/02/15	09 às 18h	Cosme Velho - Sala (antigo HSBC)	8	1
26/02/15	09 às 18h	Botafogo - sala 1503	1	0
05/03/15	09 às 18h	Cosme Velho - Sala (antigo HSBC)	3	0
13/03/15	09 às 18h	Botafogo - sala 1104	5	0
19/03/15	09 às 18h	Botafogo - sala 1403	5	3
26/03/15	06 às 15h	Cosme Velho - Sala (antigo HSBC)	7	0
02/04/2015	9 às 18h	Botafogo - sala 1403	3	0
14 e 15/04/2015	9 às 18h	Brasília	29	7
30/04/2015	9 às 12h	Botafogo - sala 1403	2	0
05 e 06/05/2015	09 às 18h	Santa Catarina	11	0
15/05/2015	09 às 18h	Botafogo - sala 803	5	1
19 e 20/05/2015	09 às 18h	Ceará	13	0
26 e 27/05/2015	09 às 18h	Paraíba	17	2
11/06/2015	09 às 18h	Botafogo - sala 804B	8	2
16 e 17/06/2015	09 às 18h	Natal	18	5
23/06/2015	11 às 20h	Cosme Velho - Antiga sala HSBC	15	1
25/06/2015	09 às 13h	Botafogo - sala 1104	4	2
02/07/2015	09 às 18h	Botafogo - sala 904	7	2
07 e 08/07/2015	09 às 18h	Minas Gerais	16	1
16/07/2015	09 às 18h	Botafogo - sala 1403	9	0
20 e 21/07/2015	14 às 18h e 08 às 16h30min	Brasília	18	2
30/07/15	09 às 18h	Cosme Velho	6	2
06/08/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1304	8	1
11 e 12/08/2015	09 às 18h	PE	31	0
19 e 20/08/2015	09 às 18h	RS	37	1
26 e 27/08/2015	09 às 18h	BA	38	0
03/09/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1303	7	0
10/09/15	09 às 18h	Cosme Velho	7	0
17/09/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1403	12	1
01/10/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1403	8	0
08/10/2015	09 às 18h	Cosme Velho	12	0
15/10/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1403	0	0
22/10/2015	09 às 18h	Cosme Velho	16	0
29/10/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 703	6	0
05/11/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 804	13	1
10,11 e 12/11/2015	22 às 02h / 14 às 18h e 09 às 17h	São Paulo	24	3
19/11/15	09 às 18h	Cosme Velho	5	1
26/11/15	09 às 18h	Botafogo - Sala 1103	5	0
03/12/2015	09 às 18h	Botafogo - Sala 1104	6	0
10/12/15	09 às 19h	Botafogo - Sala 1403	5	0
			472	43

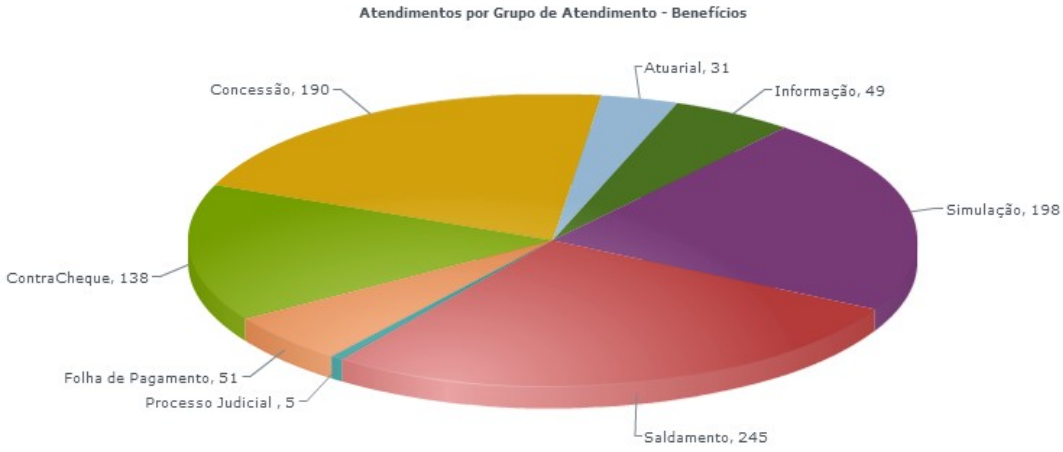
O SRP – Sistema de Relacionamento com Participantes foi implantado em 2013 e vem se mostrando eficiente ferramenta de registro de demandas, controle de atendimento a solicitações e registro do histórico dos atendimentos. Vejamos resumos dos atendimentos nos últimos 12 meses:
a) Quais os assuntos abordados:



Dentro de **Cadastro de Plano**, os assuntos foram os seguintes:



Os assuntos de **Benefícios** foram os seguintes:



O meio de comunicação mais utilizado pelos participantes e assistidos é o e-mail, seguido pelo telefônico, o que demonstra inversão dos anos anteriores.

Quanto à fidelização de participantes nos planos, o acompanhamento foi feito no Plano CV – Prevdata II, observando-se a decisão do participante no momento de sua saída da patrocinadora, em relação a manter o plano – passando a receber benefício, se autopatrocinar ou ficar em BPD - e optar pela saída – pela portabilidade ou resgate -, cujo resultado segue abaixo:

Estatistica		
Movimentação Total	*136*	*100%*
Mantidos	*57*	*42%*
Desligados	*79*	*58%*

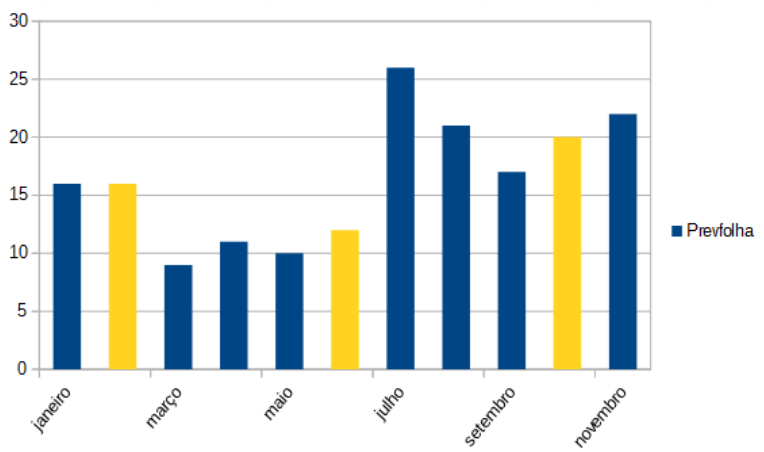
4.4.7 Jornal PrevFolha

Objetivo Específico: Informar com transparência sobre a Entidade e divulgar informações gerais de Educação Financeira e Previdenciária. Disponível no site da Entidade e em material impresso enviado aos assistidos ou quando solicitado pelos participantes.
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 2016: definir periodicidade ideal que equilibre variedade de assuntos com quantidade de páginas e acessos; aprimorar contador de acessos do site para contabilizar acessos a arquivos do tipo PDF.
Cronograma: em andamento durante todo o ano, incluindo elaboração de pauta, confecção do material, impressão, publicação e divulgação.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização das edições na periodicidade definida segundo a meta;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, acompanhamento da quantidade de acessos;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso do site.

Acompanhamento 2015: Só foram feitas três edições no ano, não alcançando a meta trimestral.

Seguem assuntos abordados a cada edição e acessos à página do site onde ficam os informativos. Em amarelo registramos os meses de cada edição. É importante esclarecer que os contadores não contemplam arquivos em pdf, mas somente páginas html e, com isto, o acesso pelo link divulgado nos comunicados não está sendo computado, prejudicando a medição.

Edição 35	21/10/2015	✔ Entrevista: Jaime Mariz - Secretário de Políticas de Previdência Complementar e participante do Plano CV – Prevdata II ✔ Oportunidade na Crise: Para as entidades de Previdência Complementar, este momento pode ser visto como uma oportunidade ✔ O nosso Prevfolha está de cara nova e novo formato. Com muitas novidades, novas seções e vários assuntos de seu interesse!
Edição 34	11/06/2015	✔ Rentabilidade dos Planos Prevdata no primeiro trimestre de 2015 ✔ Conversando com a aposentada: Marinês Paim ✔ Nova Contribuição do PRV-Saldado: Saiba mais.
Edição 33	12/02/2015	✔ Novo cálculo da taxa atuarial e impacto no resultado da Prevdata. ✔ Entrevista: Mauro Theodoro dos Santos ✔ Dataprev inaugura nova sede ✔ Prevdata apresenta seus resultados em evento de Previdência Complementar no Rio de Janeiro.



4.4.8 Comunicado aos participantes e empregados da Dataprev

Objetivo Específico: Em iniciativa conjunta com a Patrocinadora, informar com transparência sobre a Prevdata aos empregados da Dataprev via mensagem e-mail, incluindo a agenda de atendimento aos participantes, divulgação de atas dos conselhos, novas regras de limites de empréstimo, agenda do Programa Prevdata 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 2016: publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos empregados da patrocinadora.
Em 2016, implantar a segmentação dos públicos de envio e aumentar a abertura de mensagens.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;

c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso do site. Nas Pesquisas realizadas, foi identificada como sendo a forma preferida pelos empregados (participantes e não participantes) de ser informado pela Prevdata.

Acompanhamento 2015: A mensagem é enviada para a Comunicação da Dataprev, que a divulga aos empregados. Assim, não temos controle sobre mensagens abertas ou devolvidas pelos empregados/destinatários. Temos a clareza da importância de segmentar os diversos públicos nos comunicados, mas não tivemos ainda condições operacionais de praticá-la.

4.4.9 Comunicado aos participantes externos *(edição para autopatrocinados, participantes em BPD, cedidos e demais externos à Patrocinadora)*

Objetivo Específico: Informar com transparência sobre a Prevdata via mensagem e-mail, fazer a divulgação de atas dos conselhos, novas regras de limites de empréstimo, agenda do Programa Prevdata Vai até Você e assuntos de mobilização para o tema da Previdência Complementar e educação previdenciária.
Público alvo a ser atingido: grupo de cerca de 200 pessoas, em dez/2015, composto por autopatrocinados, participantes em BPD, 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 2016: publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos empregados da patrocinadora.
Em 2016, tem-se como meta reavaliar a estratégia, eventualmente alterando a frequência de envios, além do crescimento de sua efetividade em 10%, ou seja, que 45% das mensagens enviadas sejam lidas pelo grupo.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso à mensagem enviada e ao site. Nas Pesquisas realizadas, foi identificada como sendo a forma preferida pelos empregados (participantes e não participantes) de receber informações da Prevdata.

Acompanhamento 2015: Em 2015, a meta era o crescimento de sua efetividade em 10%, ou seja, que 47% das mensagens enviadas fossem lidas. Meta não alcançada.
Identificamos, pela estatística a seguir, que em torno de **41%** das mensagens enviadas foram lidas pelo grupo, o que é um quantitativo bastante reduzido, inferior ao ano anterior. Precisa ser avaliada alternativa para torná-lo mais atrativo.

2014 - 43%
2013 - 37%

Data de Envio	Assunto	Enviados	Lidos	Lidos
08/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Mudanças na Política de Investimentos	196	96	48,98%
15/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Aumentar contribuição é aumentar o benefício!	193	85	44,04%
22/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/ Atualize seu cadastro!	196	68	34,69%
29/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Nova alíquota para IOF	200	78	39,00%
05/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Verifique a atualização do seu benefício saldado	200	75	37,50%
12/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Redução no Plano de Custeio. Veja!	200	75	37,50%
19/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Plano PRV Saldado: alteração no deficit.	201	105	52,24%
26/02/2015	Comunicado aos Participantes/Informes para Imposto de Renda: Contribuições Avulsas e Empréstimos	200	100	50,00%
05/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Imposto de Renda: Verifique seus informes!	206	89	43,20%
12/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Informações sobre Imposto de Renda	212	87	41,04%
19/03/2015	pantes/Apresentação de Resultados e Prestação de Contas 2014 no Rio de Janeiro: Confira a agenda!	212	91	42,92%
26/03/2015	ntes/Apresentação de Resultados e Prestação de Contas 2014 no Rio de Janeiro: é nesta sexta-feira!	204	92	45,10%
02/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prestação de Contas	196	87	44,39%
09/04/2015	pantes/Brasília – Palestra de Apresentação de Resultados, Plano CV-Prevdata II e encontro com o RH	196	84	42,86%
16/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prestação de Contas no ar!	197	91	46,19%
22/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prevdata vai até você - Santa Catarina!	197	66	33,50%
24/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/EXTRA/RAI no ar!	197	69	35,03%
30/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Relatório Anual de Informações- Acesse!	394	82	20,81%
07/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/RAI 2014: Acesse!	197	66	33,50%
14/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prevdata vai até você: Ceará!	194	79	40,72%
21/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Meu saldo de empréstimo está aumentando. Isso é normal?	201	102	50,75%
28/05/2015	data - Comunicado aos Participantes/Mudanças no Regulamento do Plano CV-Prevdata II. Saiba mais!	196	91	46,43%
03/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Regulamento do Plano CV-Prevdata II terá alterações.	205	100	48,78%
11/06/2015	data - Comunicado aos Participantes/Contribuição Extraordinária para o Plano PRV Saldado: em julho!	214	105	49,07%
18/06/2015	revdata - Comunicado aos Participantes/Regulamento do Plano CV - Prevdata II terá pequenos ajustes	210	106	50,48%
19/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Extra/Regulamento Plano CV-Prevdata II	210	77	36,67%
25/06/2015	vdata - Comunicado aos Participantes/Regulamento do Plano CV-Prevdata II – confira o que vai mudar!	203	75	36,95%
02/07/2015	vdata - Comunicado aos Participantes/Atenção, Minas Gerais! Prevdata vai até você semana que vem!	410	110	26,83%
09/07/2015	- Comunicado aos Participantes/Você conhece todas as modalidades dos participantes da Prevdata?	206	93	45,15%
16/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prevdata vai até você em números	208	97	46,63%
23/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Contribuição Extraordinária - Plano PRV Saldado.	210	78	37,14%
30/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Saiba mais sobre Investimentos	213	107	50,23%
06/08/2015	data - Comunicado aos Participantes/Plano PRV Saldado ("plano antigo") - Contribuição Extraordinária	216	83	38,43%
13/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Plano CV – Prevdata II: bom para seu futuro e seu bolso	218	84	38,53%
20/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Conhece esses termos?	221	109	49,32%
27/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Atas dos Conselhos	223	88	39,46%
03/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Planejar a aposentadoria sem dívidas	221	104	47,06%
10/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/ Você sabe o que é renda variável?	222	104	46,85%
17/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Atas do Conselho Fiscal	219	79	36,07%
24/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Fale com a Prevdata	221	109	49,32%
01/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Já pensou no seu futuro hoje?	214	67	31,31%
08/10/2015	Comunicado aos Participantes/Tenha um futuro tranquilo e aproveite para pagar menos imposto HOJE.	213	72	33,80%
15/10/2015	icado aos Participantes/ Tenha um futuro sossegado. Faça um aporte ao seu Plano CV – Prevdata II!	426	111	26,06%
22/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes	214	104	48,60%
29/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Prevfolha	215	78	36,28%
05/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes	219	95	43,38%
12/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Faça seu aporte	215	93	43,26%
19/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/ Empréstimo Eletrônico	214	84	39,25%
26/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Evento de Previdência Complementar. Não Perca!	212	93	43,87%
03/12/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Evento de Previdência Complementar. Ainda dá tempo!	219	90	41,10%
10/12/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes/Últimas semanas para fazer aporte!	217	75	34,56%
17/12/2015	Prevdata - Comunicado aos Participantes	213	92	43,19%
		219,73	88,846	41,31%

4.4.10 Comunicado aos Assistidos *(edição para aposentados e pensionistas)*

Objetivo Específico: Informar com transparência sobre a Prevdata via mensagem e-mail, fazer a divulgação de atas dos conselhos, novas regras de limites de empréstimo, agenda do Programa Prevdata Vai até Você e assuntos de mobilização para o tema da Previdência Complementar e educação previdenciária.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: assistidos que têm e-mail cadastrado (em torno de 1033 pessoas em dezembro de 2015*);*
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: artigos, mensagens curtas; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;
Meta de Implementação 2016: publicação semanal, informando sobre a entidade e ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar junto aos assistidos.
Em 2016, tem-se como meta o crescimento de sua efetividade em 10%, ou seja, que 45% das mensagens enviadas sejam lidas pelo grupo.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação por semana, no mínimo. Ocorrem outras ações na semana na eventualidade de necessidade de pronta divulgação;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso à mensagem enviada e ao site. Nas Pesquisas realizadas, foi identificada como sendo a forma preferida pelos empregados (participantes e não participantes) de receber informações da Prevdata.

Acompanhamento 2015: Em 2015, a meta era o crescimento de sua efetividade em 10%, ou seja, que 47% das mensagens enviadas fossem lidas. Meta não alcançada.
Identificamos, pela estatística a seguir, que em torno de 41,55% das mensagens enviadas foram lidas pelo grupo, o que é um quantitativo bastante reduzido, inferior ao ano anterior. Precisa ser avaliada alternativa para torná-lo mais atrativo.

2014 – 43%
2013 – 40%

Data de Envio	Assunto	Enviados	Lidos	Lidos
02/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Nova Política de Investimentos	1004	377	37,55%
09/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Mudanças na Política de Investimentos	1002	433	43,21%
16/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Seu cadastro está atualizado?	1001	482	48,15%
23/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Reajuste de Benefícios Prevdata!	1002	513	51,20%
30/01/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento dos Assistidos já está com reajuste. Confira!	1003	418	41,67%
06/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Resultados dos Investimentos 2014	1004	368	36,65%
13/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Novo valor para Plano de Custeio	1004	376	37,45%
20/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Plano de Custeio 2015-Entenda os impactos no seu benefício	1005	418	41,59%
27/02/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Resultados Prevdata	1008	442	43,85%
06/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Seu benefício terá alterações- Entenda!	1012	474	46,84%
13/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Convite Palestra no Rio de Janeiro	1017	399	39,23%
20/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Convite: Apresentação de Resultados no Rio de Janeiro	1019	411	40,33%
27/03/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento de Benefícios.	1017	419	41,20%
02/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Palestra no Rio de Janeiro – última chance. Inscreva-se!	1008	349	34,62%
10/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Aposentados e Pensionistas do DF: A Prevdata vai até você!	1009	461	45,69%
17/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento dos assistidos	1019	401	39,35%
24/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/RAI no ar!	1021	466	45,64%
30/04/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Relatório Anual de Informações. Acesse!	1021	362	35,46%
08/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/RAI 2014: Acesse!	1021	363	35,55%
15/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Resumo do RAI: Em breve na sua residência	1020	428	41,96%
22/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento dos benefícios	1027	483	47,03%
29/05/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Mudanças no Regulamento do Plano CV-Prevdata II. Saiba mais!	1033	469	45,40%
05/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Contribuição Extraordinária: Em julho!	1031	409	39,67%
12/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Em julho, contribuição extraordinária para o Plano PRV Saldado!	1032	458	44,38%
19/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Regulamento do Plano CV - Prevdata II terá pequenos ajustes	1040	453	43,56%
26/06/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento dos assistidos	1045	401	38,37%
03/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Comunicação da Prevdata no Primeiro Semestre de 2015	1044	438	41,95%
10/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Você conhece todas as modalidades dos participantes da Prevdata?	1043	384	36,82%
17/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Prevdata vai até você em números	1040	421	40,48%
24/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Recadastramento no Rio de Janeiro!	1052	413	39,26%
31/07/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Saiba mais sobre Investimentos	1047	426	40,69%
07/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Feliz Dia dos Pais	1047	364	34,77%
14/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Notícias importantes!	1047	495	47,28%
21/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Última semana para Recadastramento no RJ!	1052	411	39,07%
28/08/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Recadastramento no RJ: Dia 31 é o último dia!	1051	388	36,92%
04/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Recadastramento 2015.	1047	463	44,22%
11/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Quais as deduções do meu contracheque?	1044	486	46,55%
18/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Deduções do Contracheque:Saiba mais!	1052	495	47,05%
25/09/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Prazo para Recadastramento está acabando! Fique atento!	1050	451	42,95%
02/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Recadastramento: Avisos Importantes	1050	398	37,90%
09/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Notícias sobre Recadastramento	1053	386	36,66%
16/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos- Recadastramento	1054	465	44,12%
23/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Reajuste	1060	520	49,06%
30/10/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Prevfolha	1068	413	38,67%
13/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Investimentos em Imóveis	1063	434	40,83%
27/11/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Gestão dos seus Planos de Benefícios: fique tranquilo!	1073	477	44,45%
11/12/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Calendário 2016	1072	454	42,35%
18/12/2015	Prevdata - Comunicado aos Assistidos/Pagamento dos Assistidos	1052	386	36,69%
		1033	429,19	41,55%

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

Cartilhas, Hotsite, Cartazes, Folhetos e Vídeos.

Objetivo Específico: Mobilizar os diversos públicos para determinado tema, como, por exemplo: campanha pelo Empréstimo Consciente, por Aporte no Plano CV – Prevdata 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;

4.4.11.1 Campanha de Email particular

Ação focada nos participantes de ambos os planos que não têm e-mail particular cadastrado, somente o funcional, fortalecendo a necessidade de fazermos contato direto com o participante: "A Prevdata quer falar com você", aproximando participantes da entidade e, consequentemente de seus planos.

Público alvo a ser atingido: Empregados da Dataprev sem e-mail particular cadastrado;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: texto; Meio de comunicação: mala direta por email;
Meta de Implementação 2016: 20% de inclusão de e-mail particular para o grupo envolvido.
Em 2016, repetir a campanha, visando obter 33% de inclusão de e-mail particular para o grupo envolvido
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: Envio da mala direta;
b) avaliações de implementação: Registros de alteração de email;
c) avaliação de resultados: Quantidade de e-mail particular cadastrado para o grupo específico da campanha.

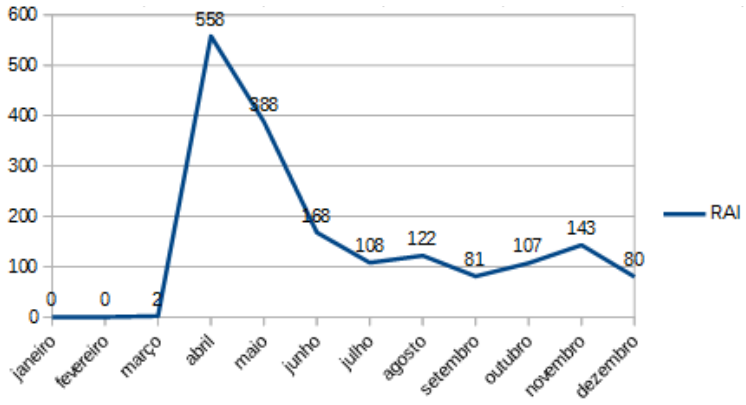
Acompanhamento 2015: Em 2015, foi enviado comunicado a todos os empregados e mala direta aos participantes sem e-mail particular, num total de **1416** pessoas, e, como estímulo, oferecemos brinde aos 50 primeiros que atualizaram o e-mail particular. Das 1416 malas diretas enviadas, 469 participantes atualizaram e-mail particular em 2015, o que significa 33% das malas diretas enviadas, tendo sido superada a meta estabelecida.

4.4.12 Relatório Anual de Informações - RAI

Objetivo Específico: Em cumprimento à legislação em vigor a Prevdata 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 dos planos de benefícios; informações referentes à política de investimentos; relatório resumo das informações sobre os demonstrativos 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 da entidade, tanto em pdf quanto em um hotsite, por meio do qual é mais fácil a busca e consulta dos conteúdos de interesse.
Nível de atuação: informação;
Público alvo a ser atingido: participantes e assistidos de ambos os planos e público em geral;

Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: artigos, relatórios e planilhas demonstrativas, Meio de comunicação: relatório impresso e disponibilizado no site da entidade;
Meta de Implementação 2016: publicação anual, informando sobre a entidade, seus resultados financeiros e de gestão, promovendo e ampliando as discussões sobre a entidade e a Previdência Complementar.
Em 2016, tem-se como meta o crescimento de sua efetividade em 10%, ou seja, que haja, pelo menos, 930 acessos considerando os meses de abril e maio.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação anual, com planejamento com três meses de antecedência;
b) avaliações de implementação: ter o hotsite do RAI e a versão pdf publicadas;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso ao site.

Acompanhamento 2015: Considerando o período de divulgação do RAI, houve 846 acessos, nos meses de abril e maio. A meta para 2015 era de haver o crescimento de efetividade em 10%, ou seja, que houvesse, pelo menos, 688 acessos ao hotsite, o que foi alcançado.



4.4.13 Calendário Prevdata

Objetivo Específico: Reforçar a marca Prevdata, oferecer acesso rápido aos contatos da entidade, apresentar reforço aos conceitos de Educação Financeira e Previdenciária.
Nível de atuação: orientação;
Público alvo a ser atingido: empregados da Patrocinadora, da Prevdata, participantes e assistidos de ambos os planos administrados pela Entidade;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: calendário impresso; Meio de comunicação: peça impressa;
Meta de Implementação 2016: publicação anual;
Em 2016, tem-se como meta manter a publicação e distribuição do calendário impresso.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação anual, com planejamento com três meses de antecedência;
b) avaliações de implementação: ter o calendário distribuído até 15 de dezembro;
c) avaliação de resultados: registros de sugestões, reclamações e elogios sobre o calendário;

Acompanhamento 2015: Calendário foi impresso e entregue na primeira quinzena de dezembro. Foram utilizadas as imagens do concurso de fotografias anterior. Incluídas frases sobre Educação Financeira e Previdenciária.

4.4.14 Cursos on-line

Objetivo Específico: Incentivar e premiar a 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, representantes regionais, 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 2016: reavaliar e ter um curso completo disponível até dezembro;
Acompanhamento 2015: Evento suspenso, sendo reavaliado.

4.5 *Representantes Regionais da Prevdata e equipes de Gestão de Pessoas*

4.5.1 Encontro de Representantes da Prevdata

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 Prevdata reune, em parceria com a patrocinadora Dataprev, os empregados da Dataprev que representam a entidade nos estados.
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 2016: 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. Não há previsão de realização do evento.
Acompanhamento 2015: Ação não foi realizada. Evento suspenso, sendo reavaliado.

4.5.2 Encontro com Representantes Regionais e Gestão de Pessoas (dentro do Prevdata Vai até Você)

Objetivo Específico: Treinar, oferecer informações, material de trabalho e orientações diretas sobre as melhores formas de atendimento e orientação aos participantes dos planos de benefícios. Aprofundar temas e conceitos, explicar rotinas, preparando os representantes ao melhor atendimento aos participantes. Palestra com duração aproximada de 2 horas, realizada após a Prestação de Contas dos planos e Apresentação do CV – Prevdata II, aprofundando conteúdos e dando exemplos do dia a dia.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: Representantes regionais da Prevdata e empregados que atuam nas áreas de Gestão de Pessoas;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: palestra com exemplos práticos; Meio de comunicação: presencial;
Meta de Implementação 2016: Em 2016, a participação de 80% dos representantes e da equipe de gestão de pessoas em cada localidade.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação mensal, com foco em formação;
b) avaliações de implementação: registrar público convidado e efetivamente participante;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso ao site.

Acompanhamento 2015: A meta para 2015 era ampliar a participação para multiplicar o tema previdência complementar dentro da patrocinadora. Com a nova estrutura da empresa, foram incluídos os empregados lotados em Gestão de Pessoas. Esse grupo participou com os representantes, além de ter recebido acesso à Área de Representantes do site.

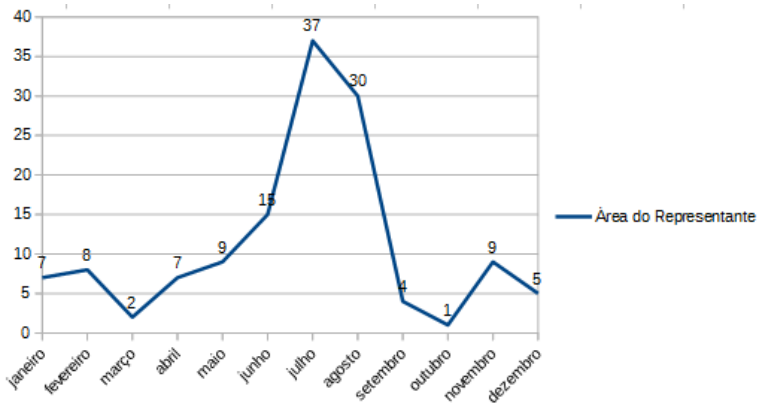
A avaliação das 46 pessoas que responderam à avaliação é de que o evento foi ótimo. A avaliação completa dos 9 eventos realizados segue em anexo.

4.5.3 Área do Representante no Portal da Prevdata

Objetivo Específico: Oferecer informações e material de trabalho de maneira diferenciada e mais adequada. Aprofundar temas e conceitos, preparando os representantes ao melhor atendimento aos participantes. Disponível no site da Entidade.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: Representantes regionais da Prevdata e, a partir de 2015, aos empregados de Gestão de Pessoas que participaram do evento de formação, como descrito no item 4.5.2, acima;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: artigos, apresentações; Meio de comunicação: internet;
Meta de Implementação 2016: Em 2016, ampliar a utilização da área pelos representantes regionais e empregados de gestão de pessoas em 10%; além de disponibilizar pelo menos um novo conteúdo a cada bimestre.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação mensal, com foco em formação;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pelo pessoal de atendimento, estatísticas de acesso ao site;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Satisfação e contadores de acesso ao site.

Acompanhamento 2015: A meta para 2015 era ampliar a utilização da área pelos representantes regionais em 10%; além de disponibilizar um novo conteúdo a cada bimestre. A meta foi cumprida.
2015 – 134 acessos/ano
2014 – 73 acessos/ano

Acessos à área dos Representantes do site em 2015:



Foram atualizados os conteúdos e as palestras do Prevdata Vai até Você, palestra de explicação do Plano CV – Prevdata II resumida, para ser usada pelos representantes, principais contatos na entidade, vídeos, etc. Foi também feita a divulgação de cada uma dessas atualizações.

4.6 Empregados da Prevdata

4.6.1 Extranet – rede interna da Prevdata

Objetivo Específico: É a rede interna da Entidade, reunindo, em área de acesso restrito do site, informações atualizadas sobre o dia a dia da Entidade. Área de mensagens da Diretoria, notícias, entrevistas com empregados, dicas sobre saúde, língua portuguesa, educação previdenciária, planejamento financeiro, orientações formais relativas à administração de pessoal, ações que vêm sendo desenvolvidas, indicadores internos, entre outros.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: empregados da Entidade;
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: artigos, simuladores, formulários, extratos; Meio de comunicação: internet;
Meta de Implementação 2016: Gerar pelo menos um novo conteúdo a cada mês; avaliar viabilidade de contabilização adequada de acessos a conteúdos e não aos sistemas corporativos.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização de uma ação semanal, com foco em formação e informação;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pela área de RH e Pesquisa de Clima Organizacional, estatísticas de acesso;
c) avaliação de resultados: Pesquisa de Clima Organizacional.

Acompanhamento 2015: A meta em 2015, era ampliar a utilização pelos empregados em 10%, além de gerar pelo menos um novo conteúdo a cada bimestre. A meta não é adequada por somar todos os acessos de forma indiscriminada, inclusive aos sistemas corporativos.

4.6.2 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 2016: Em 2016, executar, pelo menos, 80% do orçamento aprovado para o plano de capacitação. Reavaliar a meta após trabalho de Gestão por Competências, quando serão avaliadas lacunas de formação.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: no mínimo um evento mensal, seguindo cronograma de Abrapp e definido no Planejamento Estratégico
b) avaliações de implementação: Formulário de avaliação ao final do evento, repasse aos colegas sobre evento realizado e acompanhamento regular das ações executadas;
c) avaliação de resultados: Testagem de conhecimento, dinâmicas de avaliação e Pesquisa de Clima organizacional.

Acompanhamento 2015: Em 2015, a meta era executar, pelo menos, 80% do orçamento aprovado para o plano de capacitação, o que deveria ser reavaliado após trabalho de Gestão por Competências, pelas lacunas de formação. O realizado, de 32,13%, foi bastante inferior à meta, como abaixo:

Tabela III Orçamento Cursos, Seminários e Viagens	Orçado para 2015	Realizado nov.2015	Percentual comprometido	Esperado dez. 2015	Total Estimado 2015	Dif. (R$) Estimado 15 (-) Orçado 15	Variação Estimado 15 / Orçado 15
	(R$)	(R$)	(%)	(R$)	(R$)	(R$)	(%)
Total Cursos, Seminários e Viagens	**248.457**	**154.566**	**62,21%**	**14.051**	**168.618**	**79.839**	**32,13%**
Total Conselhos	**63.027**	**34.894**	**55,36%**	**3.172**	**38.066**	**24.961**	**39,60%**
Conselho Deliberativo Cursos, Seminários e Participação em reuniões.	39.597	27.168	68,61%	2.470	29.638	9.959	25,15%
Conselho Fiscal Cursos e Seminários	23.430	7.726	32,97%	702	8.428	15.002	64,03%
Total Diretoria	**83.430**	**72.413**	**86,79%**	**6.583**	**78.995**	**4.435**	**5,32%**
Diretoria Executiva Cursos e Seminários	23.430	26.646	113,73%	2.422	29.068	-5.638	-24,06%
Programa Prevdata Vai ate Você	60.000	45.767	76,28%	4.161	49.927	10.073	16,79%
Total Funcionários	**102.000**	**47.260**	**46,33%**	**4.296**	**51.556**	**50.444**	**49,45%**
Congresso e Treinamento de Funcionários (R$ 30 mil por Diretoria)	90.000	44.384	49,32%	4.035	48.419	41.581	46,20%
Terceiros Luz Eng em Dezembro)	12.000	2.876	23,97%	261	3.137	8.863	73,86%

(*) Os valores acima incluem cota fixa, deslocamento, custo de inscrição, etc.

4.6.3 Prevdata: 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, Conselheiros e representantes regionais da Prevdata e outros interessados mediante solicitação.
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: artigos; Meio de comunicação: mensagem eletrônica;
Meta de Implementação 2016: publicação diária, informando sobre o segmento de Previdência Complementar. Em 2016, tem-se como meta o crescimento de sua efetividade em 10%, atingindo, no mínimo, 50% de mensagens abertas.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: ação diária;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pela Comunicação e contadores de envio;
c) avaliação de resultados: Recepção e leitura das mensagens; Pesquisa de Clima Organizacional.

Acompanhamento 2015: A meta era o crescimento de sua efetividade em 10%, atingindo 45,5%. Foi utilizada medida para buscarmos o atingimento da meta, com mudanças nos títulos para tornar mais atraente a abertura dos e-mails. Meta alcançada.
Em **2015**, foram enviadas 175 mensagens, para cerca de 104 pessoas (empregados, conselheiros e representantes regionais). Alcançamos **45,95%** de mensagens abertas.

2014: **41,46%** de mensagens abertas
2013: **43,36%**

4.6.4 Destaque Prevdata

Objetivo Específico: Separação dos veículos de informação aos empregados, entre notícias da mídia (Prevdata Notícias) e comunicados/informes internos (Destaque Prevdata). 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 2016: publicação semanal ou periódica, conforme demanda, com assuntos de interesse. Em 2016, ampliar a leitura em 10% ao ano, atingindo, no mínimo, 65% de mensagens lidas.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: publicação semanal ou periódica, conforme demanda;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pela Comunicação e contadores de envio;
c) avaliação de resultados: Recepção e leitura das mensagens; Pesquisa de Clima Organizacional.

Acompanhamento 2015: A meta era de ampliar a leitura em 10% ao ano, atingindo, no mínimo, 67%.
Em 2015, vemos no quadro a seguir que houve a redução do percentual de leitura para **59%**.

2014: 61,31%
2013: 60%

Data de Envio	Assunto	Enviados	Lidos	Lidos
05/01/2015	Destaques Prevdata/ 13º salário	35	22	62,86%
23/01/2015	Destaques Prevdata/92 anos de Previdência Social!	36	22	61,11%
03/02/2015	Destaques Prevdata/Expediente Carnaval	36	21	58,33%
04/02/2015	Destaques Prevdata/Novos Crachás	36	21	58,33%
06/02/2015	Destaques Prevdata/Novo prazo da Avaliação de Desempenho	36	18	50,00%
20/02/2015	Destaques Prevdata/Campanha Doação de Sangue 2015	35	22	62,86%
04/03/2015	Destaques Prevdata/Nova designação Comitê de Ética	35	18	51,43%
06/03/2015	Destaques Prevdata/Dia Internacional da Mulher	35	20	57,14%
10/03/2015	Destaques Prevdata/Apresentação de Resultados 2014	35	18	51,43%
18/03/2015	Destaques Prevdata/Apresentação de Resultados às 15h!	35	19	54,29%
02/04/2015	Destaques Prevdata/Feliz Páscoa!	36	20	55,56%
02/04/2015	Destaques Prevdata/Parabéns Atuário!	36	21	58,33%
09/04/2015	Destaques Prevdata/Corrida e Caminhada contra o câncer de Mama	35	18	51,43%
13/04/2015	Destaques Prevdata/Nova designação Comitê de Responsabilidade Socioambiental	35	20	57,14%
15/04/2015	Destaques Prevdata/Cerimônia homenageia funcionários que aderiram ao PDI	35	22	62,86%
20/04/2015	Destaques Prevdata/Campanha Vacinação contra a gripe!Retificação.	72	24	33,33%
20/04/2015	Destaques Prevdata/Estagiário de Informática	35	26	74,29%
27/04/2015	Destaques Prevdata/ Campanha Doação Leite em Pó.	72	22	30,56%
28/04/2015	Destaques Prevdata/Dia do Trabalhador	36	23	63,89%
08/05/2015	Destaques Prevdata/Feliz Dia das Mães	36	23	63,89%
25/05/2015	Destaques Prevdata/Corrida e Caminhada contra o câncer de mama. Não fique de fora!	36	18	50,00%
26/05/2015	Destaques Prevdata/Regulamento Plano CV-Prevdata II	36	22	61,11%
08/06/2015	Destaques Prevdata/Instrução 140/2015	35	21	60,00%
12/06/2015	Destaques Prevdata/Estagiário de Contabilidade	35	25	71,43%
15/06/2015	Destaques Prevdata/O Processo de Compras da Prevdata vai mudar!	35	21	60,00%
19/06/2015	Destaques Prevdata/Regulamento Plano CV-Prevdata II	35	20	57,14%
22/06/2015	Destaques Prevdata: Confira as novidades!	35	22	62,86%
25/06/2015	Destaques Prevdata/Nova data para reuniões sobre processo de compras e Orçamento.	35	24	68,57%
30/06/2015	Destaques Prevdata/Campanha de Doação de Sangue.	35	18	51,43%
03/07/2015	Destaques Prevdata/Reunião sobre Acordo Coletivo!	35	22	62,86%
06/07/2015	Destaques Prevdata/Bônus por Resultados.	35	26	74,29%
16/07/2015	Destaques Prevdata/Nova Contratação.	35	25	71,43%
20/07/2015	Destaques Prevdata/Autorização e Comprovação de Viagem	35	20	57,14%
11/08/2015	Destaques/CPI PRECISA SEPARAR JOIO DO TRIGO	36	24	66,67%
25/08/2015	Destaques Prevdata/Ranking da Época Negócios destaca governança corporativa na Dataprev	36	20	55,56%
02/09/2015	Destaques Prevdata/Novas Contratações Prevdata	36	25	69,44%
09/09/2015	Destaques Prevdata/Exame Periódico dia 29! Fique ligado!	36	23	63,89%
10/09/2015	Destaques Prevdata/Campanha de Doação de Sangue.	36	19	52,78%
17/09/2015	Destaques Prevdata/Campanha do Quilo!	36	18	50,00%
25/09/2015	Destaques Prevdata/Não esqueça do Exame Periódico!	36	21	58,33%
05/10/2015	Destaques Prevdata/Expediente Dia do Previdenciário.	36	22	61,11%
09/10/2015	Destaques Prevdata/Concessão e Manutenção dos Benefícios do Plano CV - Prevdata II: O que muda!	36	22	61,11%
19/10/2015	Destaques Prevdata	37	19	51,35%
20/10/2015	Destaques Prevdata	37	24	64,86%
22/10/2015	Destaques Prevdata	37	21	56,76%
30/10/2015	Destaques Prevdata	37	20	54,05%
30/10/2015	Destaques Prevdata/ Pintura	37	19	51,35%
04/11/2015	Destaques Prevdata/Comitê de Responsabilidade Social	37	21	56,76%
05/11/2015	Destaques Prevdata/Novo Portal Dataprev	37	21	56,76%
23/11/2015	Destaques Prevdata/Expediente 24 e 31 de dezembro de 2015 / Saldo de banco de horas	37	27	72,97%
24/11/2015	Destaques Prevdata/Convite - Projeto Gestão de Pessoas.	39	29	74,36%
02/12/2015	Destaques Prevdata/Notícias	39	26	66,67%
09/12/2015	Destaques Prevdata/Plano de Contigência atualizado!	39	25	64,10%
11/12/2015	Destaques Prevdata/Instrução 143/2015 - Comitê de Investimentos	39	24	61,54%
		37,31	21,74	59,22%

4.7 Membros dos Conselhos Deliberativo e Fiscal

4.7.1 Fatos Relevantes para Conselheiros

Objetivo Específico: Relatório em que são apresentados fatos considerados relevantes pela Diretoria Executiva para apreciação dos Conselhos da Entidade, incluindo:
Diretoria de Atendimento e Seguridade: parecer atuarial, 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 de 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 Prevdata (oito pessoas);
Forma e meio de comunicação utilizados: Forma: textos, planilhas demonstrativas, gráficos; Meio de comunicação: relatório escrito;
Meta de Implementação 2016: publicação mensal.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: publicação mensal;
b) avaliações de implementação: discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
c) avaliação de resultados: Feedback dos conselheiros.
Acompanhamento 2015: Foram publicados mensalmente os documentos.

4.7.2 Palestras sobre mercado financeiro e opções de investimento

Objetivo Específico: Realização de palestras e conversas técnicas com parceiros do mercado financeiro, tratando das expectativas econômicas brasileiras e mundiais, das oportunidades e ameaças para investimentos de EFPC, com o objetivo de melhor preparar os conselheiros e diretores para a tomada de decisão de investimento.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: conselheiros deliberativos, diretores e membros do Comitê de Investimentos (oito pessoas);
Forma e meio de comunicação utilizados: palestras, planilhas demonstrativas, gráficos
Meta de Implementação 2016: bimestral. Implantar formulário de avaliação específico para esta ação.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: realização bimestral;
b) avaliações de implementação: discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
c) avaliação de resultados: Feedback dos conselheiros.

Acompanhamento:

10/07/2015: Gestora de Fundos de Investimentos Rio Bravo realizou apresentação sobre o fundo FIP Energia ao Conselho Deliberativo. Trataram do contexto macroeconômico e do setor de energia na época da constituição do fundo e sua evolução até a atualidade. Citou os principais pontos que impactaram no fundo (medidas estratégicas do fundo e pertinentes ao setor). Finalizou falando dos principais riscos e possíveis retornos para o fundo e da expectativa de retorno dos investimentos.

30/07/2015: A empresa Victoire participou da reunião do Comitê de Investimentos, apresentando visão geral sobre o mercado acionário asiático. Falou sobre o produto Victoire Smid Cap Ásia Emergente FIM IE, que tem como objetivo de investimento buscar auferir retornos absolutos e consistentes no médio e longo prazo por meio do investimento em ativos negociados no exterior. Informou, também, sobre o produto Índia Bollywood que tem como tese de investimentos a distribuição independente de filmes indianos. Finalmente, falou do produto China – Plasma Humano que investe na 2ª maior empresa biofarmacêutica a base de plasma completamente integrada a China. A empresa Victoire é uma gestora de Recursos Independentes que possui R$ 1,5 bilhão em ativos sob gestão.

17/06/2015: A BBDTVM fez uma apresentação ao Comitê de Investimentos sobre investimento no exterior. O Sr. Luiz Felipe informou que a proposta de Fundos de Investimentos no exterior, em pareceria com Gestores Globais, com foco na segurança e estratégia de diversificação do portfólio. A BBDTVM utiliza a expertise de quatro gestores que possuem estrutura para desenvolver este investimento fora do Brasil, são eles: Black Rock, Franklin Templeton, J.P. Morgan, e Schroders. A diversificação de investimentos é um item importante a ser avaliado na atual conjuntura econômica, pois a diversificação global mitiga riscos sistemáticos de maneira mais eficiente. Acrescentaram que investimento no exterior deve ser encarado como uma alocação estratégica e não tática. É um horizonte temporal deve ser de médio a longo prazo. Estratégias de renda variável parecem fazer mais sentido para alcançar a diversificação desejada.

11/09: Asset Brasil Plural fez apresentação do cenário econômico ao Conselho Deliberativo.

09/09: Apresentação Institucional da ARX Investimentos sobre cenários macroeconômicos ao Comitê de Investimentos. A ARX Capital Management é uma empresa adquirida pelo BNY Mellon.

4.7.3 Palestras e treinamentos sobre Educação Previdenciária

Objetivo Específico: Realização de treinamentos e palestras para melhor capacitação dos conselheiros para cumprimento de sua missão estatutária, para a gestão e avaliação dos resultados alcançados pela entidade.
Nível de atuação: informação / orientação;
Público alvo a ser atingido: conselheiros deliberativos e fiscais, diretores e membros do Comitê de Investimentos (doze pessoas);
Forma e meio de comunicação utilizados: palestras, workshops, treinamentos
Meta de Implementação 2016: bimestral.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: participação no evento;
b) avaliações de implementação: discussões promovidas em reuniões dos Conselhos;
c) avaliação de resultados: Feedback dos conselheiros.
Acompanhamento 2015: Verificar execução orçamentária com item de Empregados da Prevdata.

07 a 09/10	Congresso da Abrapp/DF	Mark Queiroz (CD), José Ivanildo (CD), Rosangela Oliveira (CD), Sergio Conde (CF), Paulo Sergio Carmo (Presidente), Ary Follain (DAS)
13/11/15	"Foco no Participante", com Edevaldo Fernandes da Silva (Prevdata)	
16/12/15	Evento de Investimentos, com Desafios da Economia para 2016, Investimentos no Exterior	Sérgio Basile (CD), Mark Queiroz (CD), Rosangela Oliveira (CD), Sergio Conde (CF), Luis Gustavo (CF), Diretoria da Prevdata, coordenadores e substitutos

4.8 Entidades vinculadas ao sistema

4.8.1 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 2016: Realizar pelo menos 1 (uma) palestra.
Acompanhamento 2015: Em 2015, a meta era realizar pelo menos 1 (uma) palestra, o que não foi realizado.

4.8.2 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 Prevdata, como as da Dataprev (intranet DTPnet), do Ministério do Trabalho e Previdência Social (PrevNotícias Servidor), e dos Fundos de Pensão em geral (RadioPrevidência, Diário Abrapp e Assprevisite). Informativos eletrônicos dos diversos órgãos.
Público alvo a ser atingido: Intranet da Patrocinadora (empregados da Dataprev), PrevNotícias Servidor (servidores da Previdência Social incluindo Ministério do Trabalho e Previdência Social, Previc, INSS e Dataprev), RadioPrevidência, 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 2016: publicação eventual, ampliando as discussões sobre a Previdência Complementar para além dos públicos diretos da Prevdata.
Em 2016, comprovar obtenção de espaço em mídia externa pelo menos 2 (duas) vezes a cada semestre.
Metodologia de monitoramento e avaliação:
a) indicadores de monitoramento: 2 (duas) vezes a cada semestre, no mínimo;
b) avaliações de implementação: Acompanhamento de informações registradas pela Comunicação;
c) avaliação de resultados: *Feedback* dos participantes, do público do segmento e servidores da Previdência Social.

Acompanhamento 2015: A meta para 2015 era obter espaço em mídia externa pelo menos 2 (duas) vezes a cada semestre, o que não foi alcançado.
Foram enviadas somente as notícias sobre a publicação do RAI e sobre o registro da marca da Prevdata no INPI, ambas publicadas no Assprevisite e no Diário Abrapp, em 29 de abril e 24 de novembro, respectivamente.

5 Ações a Desenvolver

5.1 Ações a Desenvolver – Plano de Renda Vinculada – PRV

Não há ações previstas a serem desenvolvidas para o PRV.

5.2 Ações a Desenvolver – Plano CV – Prevdata II

5.2.1 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 2016: a definir;
Acompanhamento 2015: Evento suspenso, aguardando definição.

5.3 Ações a Desenvolver – ambos os planos

5.3.1 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 2016: ter um jogo completo disponível até dezembro de 2016.
Acompanhamento 2015: Ação não realizada.

5.3.2 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 2016: avaliar viabilidade de implementação.
Acompanhamento 2015: Ação não realizada.