



“O Plano Família foi um dos projetos mais audaciosos da nossa gestão e dos últimos anos no segmento, que nos permitiu sair daquele estágio de estagnação e retomar o crescimento do sistema”. Com essas palavras, o Diretor-Presidente da Abrapp, Luís Ricardo Martins, deu início ao Webinar TalkPrev: Desafios e Reflexões para implantação do Plano Família, realizado nesta sexta-feira (30).

O evento on-line apresentou pesquisa inédita da Abrapp, que por meio das respostas de 87 entidades fechadas de previdência complementar (EFPC), traçou um completo panorama dos Planos Família.

A moderação do debate foi conduzida por Márcia Costanti, Coordenadora da Comissão Técnica Leste de Estratégias e Criação de Valor da Abrapp. “Construímos a pesquisa a várias mãos para conseguirmos realmente um panorama e detalhar o que precisamos refletir sobre esse tema”, disse Márcia. Ela destacou ainda que as entidades superaram os desafios da pandemia, acelerando processos e continuando o trabalho de transformação do setor.

Com 11 perguntas gerais e alguns subtópicos, o questionário elaborado pela Comissão Técnica foi respondido em julho por 35% das entidades associadas à Abrapp, trazendo a percepção de EFPC de diferentes portes, com e sem Planos Família em seus portfólios.

Planejamento e estratégia – Além de ajudar a traçar o perfil dessas entidades e sua relação com o plano – indagando, por exemplo, o total de seus recursos sob gestão, quanto de seus negócios se referem ao produto e há quanto tempo possuem Planos Família –, o estudo analisou a estratégia adotada, buscando saber como as entidades desenvolvem seus planejamentos e avaliam seus resultados considerando aspectos como estudos de mercado, concorrentes, desafios, divulgação dos planos e metas.

Para a pergunta “Qual a meta da sua Entidade para o plano?”, a resposta mais citada foi “Alcançar o mínimo do patrimônio, de acordo com o estudo de viabilidade técnica”. A segunda resposta mais escolhida foi “Ter um número específico de adesões por ano”, com 38%. “Mas 7% disseram que não têm meta e isso já é um pouco preocupante. Como você vai colocar um produto no mercado se você não estabelece uma meta? Quando a gente não sabe onde quer ir, qualquer caminho vale”,

disse o Gerente de Relacionamento com o Cliente da Fundação Libertas, Willian Zanchetta, ao apresentar o panorama.

Entretanto, na opinião dele, um resultado da pesquisa que chama atenção é que, embora as entidades façam estudos de viabilidade, grande parte desses estudos não são revisados. “Conforme o seu plano vai caminhando é necessário que você revise o estudo de viabilidade porque tem coisas que você não considerou”, completou Zanchetta.

Concorrentes - Ele também destacou o fato de 82% dos respondentes terem citado as entidades abertas como as principais concorrentes, por meio de PGBL e VGBL. “Será mesmo que temos que nos preocupar com os bancos? Precisamos mudar isso, o banco não está preocupado em vender PGBL, ele vende porque é um produto que tem ali e se puder reter o dinheiro do participante através de PGBL ele vai reter, mas o banco não tem a preocupação previdenciária que nós temos”.

Diretor Executivo da Abrapp responsável pelo Colégio de Estratégias e Criação de Valor, Rodrigo Sisnandes concorda. Ele afirmou que é preciso cessar a narrativa de que os bancos são os concorrentes das EFPC. “Na verdade, é o contrário disso, com o Plano Família nós temos a oportunidade de nos tornarmos o concorrente. Precisamos fazer esse diagnóstico interno”, disse ele, lembrando também a importância de destacar o ponto da pesquisa que mostra que as entidades com maior sucesso nos Planos Família atribuem o êxito à atuação de suas áreas de Comunicação e Marketing.

Dentro dessa linha de sucesso, o Diretor-Presidente da Abrapp, Luís Ricardo Martins, relatou o crescimento do produto nos últimos anos. “Esse segmento que nasceu há pouco tempo e já tem 28 mil participantes. Até 2017, tínhamos sete planos família aprovados na Previc (Superintendência Nacional de Previdência Complementar) e fechamos 2020 com 31 planos. O patrimônio que em 2017 era de R\$ 54 milhões acumulados, hoje está com mais de R\$ 331 milhões de reserva. A expectativa para 2022 é de 120 planos com 500 mil participantes e mais de R\$ 2 bilhões acumulados”, disse ele, completando que, neste momento, há cinco novos planos sendo analisados pelo órgão de fiscalização.

PrevSonho - Segundo Martins, o sistema se reinventou e uma nova previdência complementar está sendo estruturada, mais simples, mais flexível, voltada ao jovem digital. “Precisamos alcançar esse jovem, oferecendo para ele o PrevSonho, um desenho de plano que foi construído a quatro mãos com a Previc. É necessário mostrar a esse millenium um plano que ele possa entender e fazer uma leitura fácil”, explicou.

O PrevSonho deve ser considerado como uma ferramenta nos planejamentos para a criação de um Plano Família, em razão de suas inovações, além de estar alinhado a aspectos relacionados à economia comportamental. “Esse plano traz uma inovação que não tínhamos, que é a liquidez. Adotar esse benefício é uma forma de atrair o participante para dentro da sua entidade, pois por meio dele posso levantar esse recurso antes da aposentadoria. Eu consigo fazer com que ele viaje, pague uma faculdade, mas sempre mantendo o saldo para aposentadoria”, completou o Diretor-Presidente da Fundação Libertas, Lucas Nóbrega.

Alinhado ao pensamento do Diretor-Presidente da Abrapp, de que “a comunicação é tudo para um sistema que é sólido e nunca deixou de entregar resultados em 43 anos”, o webinar contou com a participação simultânea de 250 pessoas, que interagiram com os palestrantes enviando dúvidas e questionamentos pelo chat.

A gravação do evento on-line ficará disponível no canal do YouTube da Abrapp.

Fonte: Abrapp em Foco, em 30.07.2021