



\*Edição n. 441 da Revista de Previdência Complementar - uma publicação da Abrapp, ICSS, Sindapp e UniAbrapp.

**Por Paulo Henrique Arantes**

**Para que os planos família alcancem todo seu potencial, é necessário esforço de marketing para fomentar a cultura previdenciária, sobretudo entre as entidades menores** - O salto que os planos família podem proporcionar à Previdência Complementar é enorme, como já está demonstrado. Segundo dados da Previc (Superintendência Nacional de Previdência Complementar), hoje há 37 planos família em funcionamento, os quais agregam 105.040 participantes e assistidos e somam recursos de 928 milhões de reais. O modelo, criado há pouco mais de três anos, consolida-se como um dos mais importantes instrumentos de fomento do sistema.

“Imagine o patrimônio dos planos família quando sua população chegar a 1 milhão de pessoas protegidas”, projeta José Reynaldo Furlani, Diretor de Licenciamento da Previc. O órgão fiscalizador aposta no modelo. Na avaliação de Furlani, o plano família “foi a melhor forma encontrada para ampliar o fornecimento de produtos de Previdência Complementar para fora daquelas entidades que dependem da figura de um patrocinador”.

Para que o desempenho do modelo alcance todo seu potencial, contudo, é necessário esforço de marketing por parte das EFPCs, sem o qual esse novo viés da cultura previdenciária patinará. Para Furlani, as entidades, especialmente as de menor porte, “têm um longo caminho a percorrer com relação à oferta do produto”. (Continua...)

[Clique aqui](#) para ler a matéria completa na íntegra

**Fonte:** [Abrapp em Foco](#), em 08.08.2022.