

Por Bruna Chieco



Em torno de 60 Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC) possuem Planos Família, o que representa cerca de 26% do total de fundações associadas à Abrapp. Os números são de 2024 e mostram o potencial de crescimento que este tipo de plano possui, sendo uma das principais ferramentas de fomento do setor atualmente. Para impulsionar esse crescimento, a Comissão Técnica Leste-Sudeste de Fomento de Planos Previdenciários da Abrapp lançou o e-book [Plano Família 2.0: Plano Tático Para o Fomento](#).

O material, [lançado em julho deste ano](#), traz um panorama estratégico sobre o papel das EFPC no crescimento sustentável do país. Entre os dados apresentados está o fato de que, em quase 10 anos, o Plano Família viu seu público crescer em mais de 25 vezes, saindo de 5.368 participantes em 2015 para 141.419 em 2023.

O volume de recursos administrados também cresceu de R\$ 30 milhões em 2015, para R\$ 2,4 bilhões no fechamento de 2024. “Acreditamos que os planos família são uma grande via de crescimento já comprovado. Crescer é algo necessário e validado como estratégia da Abrapp”, diz Daniel Coelho, coordenador da Comissão Técnica responsável pelo e-book e Gerente Educação e Marketing na Valia, em entrevista ao Blog Abrapp em Foco.

Por ser uma via já consolidada, Coelho explica que o principal intuito do guia é orientar tanto quem já tem Planos Família a potencializar esses planos, quanto quem não tem, para apoiar a criação. “Já existem outros guias voltados para orientações em termos de legislação ou com um olhar mais conceitual, mas este Guia 2.0 tem uma visão estratégica ampla de contexto, cenário e futuro. Além disso, é mais prático, detalhado e traz ações aplicáveis para apoiar as fundações”, explica.

Ele destaca que para a elaboração do material, a CT fez uma pesquisa com as EFPC para conhecer os grandes gargalos e dificuldades dessas fundações, e também olhar os casos de sucesso para poder estruturar e dar o “caminho das pedras” para quem não usa esse plano.

Superando desafios – Silas Devai Jr., que é o Diretor responsável pelo Colégio de Coordenadores das CTs de Fomento de Planos Previdenciários e o Diretor-Presidente da Fundação Viva Previdência, explica que o e-book não passa apenas pelos argumentos de convencimento sobre vantagens e benefícios de se implementar um Plano Família, mas também pelas dificuldades e desafios para tal.

“Falamos não somente da parte operacional, mas da dificuldade de chegar nas pessoas para torná-las participantes do planos, de custeio, etc. Esse guia ajuda a montar um check list do que as entidades devem olhar para ter sucesso na implementação dos Planos Família”, declara em entrevista ao Blog.

Assim, as EFPC podem seguir o caminho sugerido pelo guia como atalho a partir de dicas práticas para uma implementação mais rápida e com menos problemas. “Um desafio importante que existe nas fundações está ligado à questão da cultura e estratégias de oferta de produtos”, destaca Coelho. “Quando elas lançam os planos, acreditam que já terão sucesso natural a exemplo dos patrocinados, mas a dinâmica é completamente diferente”, pontua.

O coordenador da CT alerta que é preciso ter uma visão mais ampla de risco que pode afetar todas as áreas da entidade, com um olhar conjunto para desburocratizar a implementação desses planos. “É um público diferente, pensando em família, e o objetivo do plano é diferente. Algumas vezes é pensado em aposentadoria, mas pode ter outros projetos que exigem uma adequação dos argumentos de oferta”, reitera.

Devai Jr. complementa dizendo que questões operacionais, de comunicação e tecnologia são

cruciais no processo de oferta dos Planos Família. “É diferente, por exemplo, fazer a cobrança da contribuição, que não será descontada na folha de pagamento do participante. Além disso, é preciso ter cuidado no planejamento do plano para não fazer estimativas irrealistas sobre o processo de adesão e crescimento”, ressalta o diretor.

O e-book traz ainda sugestões de comunicação para sensibilizar o público mais jovem, muitas vezes alvo desses planos. “São pessoas com perfil diferente das que estão trabalhando na patrocinadora. É importante estar preparado para fazer essa avaliação, conhecendo o máximo possível o público-alvo, usando também a proximidade da família, pois o plano já tem uma boa imagem, no geral, para o titular da conta”, aconselha Devai Jr.

Casos de sucesso - Os entrevistados relatam que dentro das entidades em que atuam, esse processo foi realizado, mas não isento de dificuldades. “Na Viva, a gente começou nosso Plano Família em 2019, estamos com R\$ 80 milhões em recursos administrados, mas parte dos desafios que tivemos são esses que estão no manual: alcançar as pessoas, cobrar a contribuição de participantes de todas as regiões do país etc.”, diz Devai Jr.

Segundo ele, o trabalho feito na fundação foi de tentativa e erro justamente por não existir uma experiência compartilhada como a do e-book, que pode auxiliar demais entidades. A Valia também superou os desafios e hoje conta com um Plano Família que tem 5 anos de existência, 12 mil participantes e R\$ 170 milhões em recursos. “O grande desafio que o plano tem ao ser implementado é se tornar sustentável financeiramente em até 5 anos, tanto pelo crescimento do plano, quanto pela gestão dos custos, que deve ser criteriosa”, explica Coelho.

Para que esse caminho seja trilhado com maior facilidade, fundações maiores e estabilizadas com plano família podem fazer parceria com entidades menores que não conseguem criar esse plano. “É possível criar parcerias de maneira que a entidade menor receba uma fonte de receita, enquanto a nova administradora ganha um novo público potencial. Ganha o participante, que não tem acesso ao plano e passa a ter; ganha a entidade que não tem condições de estruturá-lo, mas tem interesse; e ganha a fundação que tem o plano maduro e conseguirá crescer de maneira mais sustentável, fortalecendo seu plano”, complementa o coordenador da CT.

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 01.08.2025.