

A partir desta semana os participantes dos planos de previdência complementar da SP-PREVCOM estão sendo os protagonistas das peças publicitárias que a fundação veicula pelas redes sociais e para sua base de 20 mil servidores, plantões de atendimento, parceiros e departamentos de recursos humanos. As primeiras peças com imagens de pessoas que aderiram à campanha “Seja a cara da SP-PREVCOM” foram divulgadas nesta quinta-feira, 9/3, a parceiros e representantes da área de Recursos Humanos de várias instituições governamentais. Todo material criado pela área de comunicação e marketing da SP-PREVCOM traz os funcionários públicos fotografados em seus espaços preferidos, desempenhando as atividades que melhor resumem seus momentos de felicidade e bem-estar, além de refletir as visões e conceitos pessoais de previdência complementar e a diversidade de interesses dos participantes. A campanha integra a comemoração dos 5 anos da SP-PREVCOM.

**Fonte:** [Diário dos Fundos de Pensão](#), em 10.03.2017.