

Por Bruna Chieco



Lançado em dezembro de 2017, o Plano Família da Fundação Copel completou 3 anos no final do ano passado e atingiu a marca de 4,2 mil participantes – número que era esperado apenas no quinto ano de funcionamento do plano. Com R\$ 60 milhões em patrimônio, o plano superou também as expectativas em termos de arrecadação, sendo que a projeção era de um volume de R\$ 20 milhões em 5 anos. O sucesso do plano garante perenidade à entidade, que acaba de ter a aprovação da Previc para formar convênio com dois novos instituidores deste plano: o Instituto de Engenharia do Paraná (IEP) e a Associação Comercial do Paraná (ACP).

Em entrevista ao Blog Abrapp em Foco, o Presidente da Fundação Copel, Marcos Domakoski, destacou que o lançamento do plano família foi uma quebra de paradigma diante de um cenário em que os planos de previdência, em especial os patrocinados, passavam por um ponto de inflexão. “Na maioria dos planos patrocinados atrelados a grandes empresas, muitas delas estatais, no início a adesão era crescente, praticamente de 100% dos funcionários. Todo mundo que passava em concursos nas estatais naturalmente aderiu ao plano patrocinado visto que o empregador contribuiu com 50% do valor. Com as revoluções que estão acontecendo, busca por produtividade permanente, revoluções tecnológicas, as patrocinadoras estão fazendo demissões voluntárias e enxugando sua força de trabalho. Naturalmente, a gente já vinha experimentando um decréscimo

dos planos patrocinados”, conta.

Domakoski ressalta que a Fundação Copel chegou a ter 22 mil participantes e hoje soma 17,5 mil, sendo mais de 8 mil ativos, cerca de 7 mil aposentados e pouco mais de 1,5 mil pensionistas, administrando, assim, um patrimônio total de R\$ 12 bilhões. “Foi uma surpresa agradável ter conseguido em 3 anos atingir a quantidade de participantes estimada para 5 anos no Plano Família, além de termos multiplicado o volume de recursos. O dado mais recente é que hoje os planos família no Brasil administram R\$ 210 milhões, o que significa que estamos com 25% desse volume”, reitera. “Basicamente, o plano familiar oxigenou bastante nossa entidade, o que garante a perenidade para fazer frente ao aumento da longevidade e qualidade de vida dos nossos participantes”.

Com a entrada dos novos instituidores, o potencial de crescimento é ainda maior, já que o IEP possui mais 4 mil associados, enquanto a ACP conta com 12 mil empresas associadas que representam 18 mil estabelecimentos. “Isso nos dá um universo aproximado de mais de 100 mil pessoas”, destaca Domakoski.

Atratividade – O Presidente da Fundação Copel destaca a importância da criação do plano para perenidade das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPC). “Foi uma estratégia importante, pois queremos continuar crescendo. E para continuar crescendo não há outra alternativa senão utilizar a credibilidade que nós temos”. Ele diz ainda que com a queda da confiança na previdência pública e suas incertezas, existe um campo amplo para ser explorado com alguns grandes desafios para as EFPC. “Estamos acostumados a receber participantes, e a partir do plano família tivemos que aprender a vender planos de previdência com uma área comercial, que até então não existia”.

Segundo Domakoski, a confiança que os participantes detêm na governança da entidade dá maior credibilidade para que novos entrantes, que não têm tanta aproximação com a fundação, façam adesão ao plano de maneira segura. “Temos pontos fortes, uma taxa de administração muito baixa, pois não visamos lucro, e nos últimos dois anos entregamos ao plano família 40% de rentabilidade nominal. Além disso, temos uma governança cada vez mais robusta”, ressalta.

A Fundação Copel conta ainda com mais um atrativo aos participantes, que é o PrevCash, programa de consumo consciente onde parte dos gastos vai para o fundo previdenciário. “Temos uma rede bastante expressiva de parceiros entre restaurantes, postos de gasolina, estabelecimentos comerciais e vários setores, dando desconto para o consumidor, e o valor desse desconto é transferido para o plano de previdência. Com a entrada da ACP entre nossos instituidores, estamos falando de 18 mil estabelecimentos que poderão ter acesso a essa parceria do PrevCash, intensificando o volume de clientes nos seus estabelecimentos, vendendo mais e com desconto, e quem vai comprar aumenta a sua poupança previdenciária”.

Próximos passos – A divulgação do Plano Família para os novos instituidores iniciará a partir de fevereiro, o que contará com um trabalho bastante árduo de educação financeira por parte da entidade, segundo Marcos Domakoski. “Quando você vai para essas associações, há uma oferta de educação financeira através de palestras para dar conhecimento a todo esse público e depois treinar equipes para que possam fazer abordagens e trazer o maior número possível de participantes ao nosso plano”, destaca.

A ideia da Fundação Copel é seguir expandindo o alcance de seu Plano Família, e a entidade já está em conversas com outras instituições da área empresarial que demonstram interesse em estudar a possibilidade de adesão. “Ainda está no terreno de estudos”, reforça Domakoski. “A nossa estratégia bem definida e clara é buscar novas instituições para ampliar a nossa massa e o volume de dinheiro administrado, proporcionando nosso benefício para um número maior de pessoas”, complementa.

Fonte: Abrapp em Foco, em 14.01.2021