

FUNDAÇÃO SÃO FRANCISCO APRESENTA SUA NOVA IDENTIDADE VISUAL

Marca inspirada no Rio São Francisco reforça o compromisso da Fundação com a segurança, confiança e qualidade de vida dos participantes.

A Fundação São Francisco de Previdência Complementar tem uma nova identidade visual. A marca une em um só desenho a história da Fundação, o compromisso com os participantes e a visão de futuro que orienta a gestão dos planos de benefícios.

O símbolo é inspirado na curva do Rio São Francisco, a partir de uma imagem aérea de um trecho entre Ponto Chique e Pirapora, no norte de Minas Gerais. A escolha também dialoga com a origem da patrocinadora Codevasf, criada em 1974 como Companhia de Desenvolvimento do Vale do São Francisco, patrocinadora da Entidade.

A inspiração vai além da geografia, incluindo conceitos relacionados ao negócio da Fundação São Francisco. Do mesmo modo que o rio ganha força e volume da nascente à foz, a jornada previdenciária começa com contribuições pequenas que, ao longo do tempo, se acumulam até chegar à aposentadoria. O rio flui e gera vida; a previdência planeja, protege e gera segurança para o futuro.

As cores adotadas traduzem valores como segurança, confiança, transparência e acolhimento, além de referenciar temas como bem-estar, qualidade de vida, saúde e sustentabilidade.

A nova identidade visual também expressa a missão da Fundação: prover soluções previdenciárias sustentáveis que assegurem um futuro melhor aos participantes e seus familiares e traduz a visão de excelência na gestão e valores como ética, transparência, comprometimento e foco no participante. O objetivo é padronizar a presença visual da Fundação e fortalecer seu reconhecimento no mercado de previdência complementar.

Nesse sentido, a nova marca dialoga com pessoas em diferentes momentos da vida, desde quem está começando a planejar o futuro financeiro, passando por quem está consolidando seu patrimônio, aqueles que se aproximam da aposentadoria e, por fim, os participantes que já estão usufruindo dos benefícios previdenciários.

"Nossa nova marca traduz quem somos e para onde caminhamos. Inspirada no Rio São Francisco, ela nos lembra que a previdência é uma jornada construída ao longo do tempo, com planejamento, cuidado e confiança. Queremos que cada participante e sua família se reconheçam nela e sintam que podem contar com a Fundação em todas as fases da vida", destaca Maurício Pietro da Rocha, Diretor Presidente da Fundação.