



O conceito da transformação digital já vinha permeando o universo corporativo, mas essa transição foi acelerada e ganhou protagonismo com a crise sanitária provocada pelo coronavírus, que mostrou a importância do digital para a sustentabilidade dos negócios. Não é diferente no mercado previdenciário, no qual fica cada dia mais evidente a necessidade de ampliar e digitalizar os canais de atendimento para empoderar seus participantes.

Atentas a essa movimentação, as entidades fechadas de previdência complementar (EFPCs) têm pela frente o desafio de entender os novos hábitos dos participantes e adotar a tecnologia mais adequada ao perfil de cada um, de modo a aproximar o participante do seu patrimônio e tornar a jornada do acesso ao crédito mais intuitiva, transparente e amigável. Assim, sairão mais fortes as fundações que souberem se adaptar para estreitar relacionamento de modo inovador e com a oferta de tecnologia humanizada.

É um espaço que se abre com enorme potencial para multiplicar as oportunidades de negócios,

mas que vai demandar uma comunicação mais eficiente com adoção de ferramentas tecnológicas que já fazem parte da vida das pessoas e das empresas, como portal web, WhatsApp e aplicativo mobile, entre outras, porém, com uma intensidade ainda maior do que já tem ocorrido, entretanto, sem deixar de atentar para a relevância do atendimento humano através das centrais de atendimento, ou seja, disponibilizar ao cliente o canal que ele preferir usar.

Nesse cenário, é importante que as fundações acompanhem esse movimento, uma vez que seus participantes são clientes já habituados com as soluções digitais em todos os âmbitos da vida e esperam contar com essas facilidades também dentro do universo de previdência em que estão inseridos. Isso requer dos gestores uma atenção cada vez maior para o conceito de Customer Centricity, em que os clientes estão no centro de todas as decisões, principalmente na disponibilidade de novos produtos e serviços.

O mundo se transforma todos os dias e exige inovação para acompanhar novos comportamentos, novos produtos, novas mídias, tecnologias, aplicativos, plataformas e programas, os quais formam as tendências digitais. Por isso, o principal desafio da atualidade é equilibrar a automação com o atendimento humanizado, trazendo qualidade de vida e valor ao cliente, sem perder de vista que isso tudo se reflete no fortalecimento da fundação e aumento da sua competitividade.

*Alexandre Teixeira, CEO e Co-founder da uFund

Fonte: [Abrapp em Foco](#), em 21.06.2022.