

Por Alexandre Teixeira (*)

A Associação Brasileira das Entidades Fechadas de Previdência Complementar (Abrapp) divulgou a informação de que a modalidade de previdência complementar conhecida como plano instituído corporativo tem o potencial de dobrar o número de patrocinadoras existentes que atualmente é de 3,5 mil em todo o país. O número representa um indicador significativo de crescimento do setor, mas ainda assim é considerado inferior ao potencial a ser desenvolvido.

Por qualquer ângulo que se avalie essa constatação se repete.

Mesmo administrando um patrimônio que somado chega a R\$ 1 trilhão, as Entidades Fechadas de Previdência Complementar (EFPCs) ainda estão distantes do potencial que poderiam alcançar, afinal, segundo a pesquisa Raio X do Investidor Brasileiro, feita pela Associação Brasileira das Entidades dos Mercados Financeiro e de Capitais (Anbima), apenas 3% dos aposentados brasileiros têm a previdência privada como parte do sustento.

Com base neste diagnóstico, foi formado um consenso no segmento de que a forma mais rápida de expandir o alcance dos planos de previdência é transformar o participante atual em um embaixador da cultura previdenciária, transmitindo os benefícios desta modalidade a quem ainda não os conhece.

Neste sentido, o primeiro passo a ser dado, sem nenhuma dúvida é melhorar a comunicação com este público, o que já está começando a acontecer. Para isso, as EFPCs começaram a trabalhar em parceria com as pensiontechs, startups que atuam no desenvolvimento e implementação de tecnologias, criação de canais e ferramentas digitais para os fundos de pensão, além de apoiar estratégias de marketing.

Com este olhar inovador, muitas organizações têm escolhido como primeiros passos o aprimoramento da comunicação com seu público por meio de multicanais digitais como os aplicativos para celular, o WhatsApp e o Portal do Cliente Web.

Uma das primeiras entidades do segmento a apostar no modelo foi a EnergisaPrev, cujo patrimônio é de aproximadamente R\$ 1,8 bilhão com mais de 11 mil participantes. A instituição desenvolveu um projeto para oferecer aos participantes uma comunicação fluida e integrada por múltiplos canais digitais num modelo semelhante aos das fintechs e neo banks.

A solução, desenvolvida no conceito White Label, permite que a EnergisaPrev e seus participantes se comuniquem tanto por meio de um aplicativo customizado com as cores, a logomarca e toda a estética da empresa, assim como acontecerá em breve, por um portal do cliente (web) totalmente remodelado.

Em todos estes canais, o participante tem condições de gerir e controlar mais facilmente o patrimônio investido. Por meio do dispositivo móvel, por exemplo, ele passa a ter acesso ao histórico de rendimentos, à alteração do valor de contribuição, crédito em tempo real com consulta e contratação, além de autoatendimento com a opção de realizar prova de vida.

O principal benefício da multicanalidade é aproximar as fundações e os participantes de forma que os usuários destas ferramentas acompanhem mais de perto os seus patrimônios, façam simulações e consigam enxergar de uma forma mais clara as melhorias na qualidade de suas vidas financeiras.

Por ser uma atividade altamente regulada, as entidades fechadas de previdência complementar acabaram tendo um pouco mais de dificuldade para adotar uma jornada mais agressiva de transformação digital. Felizmente as pensiontechs estão ajudando a recuperar o tempo perdido e muitas inovações estão surgindo neste mercado.

(*) **Alexandre Teixeira** é CEO da uFund.

Fonte: Compliance Comunicação, em 21.09.2022