

Por Claudinéia Pereira

***Gamificação no seguro engaja, educa e fideliza, mas exige atenção à LGPD, transparência e equilíbrio contratual para evitar riscos legais***

À medida que o setor de seguros se adapta às exigências de um mercado cada vez mais orientado por dados, inovação e experiência do usuário, surgem estratégias que transcendem o modelo tradicional de proteção contratual. A gamificação, ao aplicar mecânicas típicas de jogos em contextos securitários, transforma a interação entre seguradoras e segurados, promovendo o engajamento ativo dos clientes e incentivando condutas que reduzem riscos. Mais do que um recurso lúdico, trata-se de uma ferramenta de gestão comportamental com potencial de impactar positivamente a sinistralidade, a fidelização e a educação securitária - elementos que, juntos, fortalecem a sustentabilidade técnica das carteiras e ampliam o alcance social do seguro.

**[Leia aqui na íntegra.](#)**

**Fonte:** Migalhas, em 08.05.2025