

Seguradora aposta inteligência artificial e modelo modular para aproximar proteção financeira do cotidiano dos brasileiros



Foto: Divulgação Generali Brasil

A Generali Brasil reforça sua estratégia de expansão no mercado de seguros com uma abordagem centrada na inclusão e no desenvolvimento de produtos que respondam às necessidades reais da população. A iniciativa combina o uso intensivo de dados, inteligência artificial e escuta ativa dos parceiros de negócios para criar soluções acessíveis e transparentes.

Entre os produtos desenvolvidos nessa linha estão coberturas para transações via Pix, Bolsa Protegida e proteções voltadas ao período gestacional, iniciativas que refletem o compromisso da companhia em democratizar o acesso ao seguro para perfis que antes encontravam poucas opções no mercado.

“Temos um olhar muito atento para a forma como nossos produtos impactam o dia a dia das pessoas. Nosso foco é desenvolver soluções que façam sentido e tenham usabilidade real”, afirma Conrado Gordon, Chief Insurance Officer da Generali Brasil.

Tecnologia como alavanca de inclusão

A aplicação de machine learning e inteligência artificial tem permitido à companhia ampliar o escopo das coberturas com mais segurança. Um exemplo prático é o seguro para celulares, que passou a contemplar a perda do aparelho, situação antes inviável pelo risco de fraude. Com ferramentas de análise preditiva, tornou-se possível identificar padrões e controlar sinistros com maior precisão.

A tecnologia também contribui para a educação financeira dos consumidores. Por meio de aplicativos, os clientes passam a compreender melhor as coberturas contratadas, inclusive conceitos técnicos, de forma acessível e intuitiva.

Modelo modular e seguros paramétricos

Outro destaque da estratégia é a construção de produtos no modelo "plug and play", ou seja, coberturas modulares que o cliente pode combinar conforme suas necessidades. Essa flexibilização é viabilizada por avanços regulatórios e pela expansão do Open Finance.

A companhia também avança no desenvolvimento de seguros paramétricos, que utilizam dados externos (como índices climáticos) para automatizar o pagamento de indenizações sem necessidade de aviso de sinistro.

Regionalização e diversidade como diferenciais

A capilaridade geográfica da operação é tratada como um ativo estratégico. Diante das marcantes diferenças sociais, econômicas e regionais do Brasil, a companhia considera essas variáveis no processo de desenvolvimento de produtos, buscando maior aderência às realidades locais.

“Inclusive estamos abertos a analisar novas parcerias com redes regionais, criando produtos inovadores que atendam a todos de forma democrática e descomplicada”, finaliza o executivo.

Fonte: Generali/Approach, em 04.05.2026.