Boletim Notícias do Seguro T3#21: Aposentadoria aos 60 anos é plano ou sonho?

Aposentadoria, Títulos de Capitalização e gestão de riscos no campo estão entre os destaques do Boletim Notícias do Seguro

Aposentadoria aos 60 anos: sonho ou plano possível? Seis em cada dez brasileiros querem parar de trabalhar até essa idade, mas muitos ainda veem incertezas sobre o futuro. No Boletim Notícias do Seguro, você confere os dados que ajudam a entender os desafios do planejamento para a aposentadoria e da proteção financeira.

? Títulos de Capitalização também estão em destaque. No primeiro semestre do ano, essa modalidade movimentou mais de R$ 2 bilhões como instrumento de garantia. Entenda como os Títulos de Capitalização podem ser utilizados nessa finalidade.

? E o que um reality show tem a ver com gestão de riscos no campo? Do universo de A Fazenda para a vida real, o episódio mostra por que quem trabalha no setor rural precisa estar atento aos riscos da atividade e às formas de proteção disponíveis.

? Dê o play para acompanhar essas e outras notícias que movimentam o mercado de seguros. Entenda como o seguro e a proteção financeira fazem parte de diferentes momentos da vida e da economia.

Youtube - Spotify

Como a inteligência artificial está mudando a relação entre seguradoras e clientes

A IA já apoia clientes, atendentes e corretores, enquanto profissionais se dedicam às situações que exigem análise, contexto e interação humana

Tecnologia começa a assumir tarefas repetitivas, interpretar diferentes formatos de informação e apoiar atendentes e corretores, enquanto profissionais se concentram nas situações que exigem análise, contexto e interação humana

A inteligência artificial está mudando a relação entre seguradoras e clientes de uma maneira que vai além dos chatbots. A tecnologia já começa a interpretar mensagens de voz e imagens, localizar informações em diferentes sistemas, apoiar atendentes durante uma conversa, organizar solicitações e permitir que etapas de um atendimento sejam resolvidas diretamente pelos canais digitais.

O resultado é uma mudança na divisão de tarefas: a tecnologia pode assumir processos repetitivos e ajudar a encontrar informações rapidamente, enquanto pessoas permanecem responsáveis pelas situações que exigem análise, decisão, negociação ou maior sensibilidade.

Esse movimento já ganhou escala no mercado brasileiro. Pesquisa da Confederação Nacional das Seguradoras (CNseg) divulgada em fevereiro de 2026 mostra que 80% das seguradoras participantes já haviam implantado soluções de inteligência artificial, em processos internos ou aplicações voltadas ao cliente. As empresas pesquisadas representam mais de 50% do mercado. Entre os motivos para adoção da tecnologia, 81% indicaram a melhoria da experiência do cliente.

O que é inteligência artificial generativa?

A inteligência artificial generativa, ou IA generativa, é um tipo de inteligência artificial capaz de

produzir novos conteúdos, como textos, respostas e resumos, a partir de padrões encontrados nos dados e informações aos quais tem acesso.

No atendimento, isso permite que um sistema deixe de trabalhar apenas com menus e respostas previamente programadas e passe a interpretar perguntas feitas em linguagem mais próxima da conversa cotidiana.

No mercado de seguros, essa tecnologia pode aparecer tanto diante do consumidor — em um assistente virtual, por exemplo — quanto nos bastidores, ajudando um atendente, corretor ou especialista a encontrar e organizar as informações necessárias para responder a uma solicitação.

A própria Superintendência de Seguros Privados (Susep) destacou, em debate sobre tecnologia e inovação no setor, que a inteligência artificial já aparece em discussões sobre distribuição, uso de dados, subscrição e regulação de sinistros e, transversalmente, ao longo da jornada do cliente.

Do menu para a conversa

Uma das mudanças mais visíveis está na forma como o cliente explica o que precisa.

Em fevereiro de 2026, a Mapfre ampliou o uso de inteligência artificial generativa em seu atendimento pelo WhatsApp. O sistema passou a permitir que clientes solicitem assistência Auto descrevendo uma ocorrência por texto ou áudio e enviando imagens durante a conversa.

O agente conversacional pode interpretar essas informações, identificar o tipo de ocorrência, verificar dados da apólice e solicitar documentos ou informações adicionais quando necessário. A companhia informou que, nos primeiros meses de uma etapa anterior do projeto, que permitia comunicar sinistros por voz, houve mais de 14 mil acessos e aproximadamente 1,6 mil sinistros registrados e concluídos.

A proposta não elimina os demais canais. Segundo a seguradora, situações que fogem ao fluxo previsto continuam contando com atendimento humano. A companhia resume a estratégia como ser digital quando o cliente deseja e manter o suporte humano quando ele é necessário.

Em agosto, a Mapfre também ampliou os serviços disponíveis em seu aplicativo e portal, permitindo que mais solicitações de assistência sejam iniciadas e acompanhadas digitalmente.

A IA também pode trabalhar nos bastidores do atendimento

Nem toda inteligência artificial usada no relacionamento com o cliente conversa diretamente com ele.

Na Seguros Unimed, por exemplo, a IA generativa passou a apoiar os profissionais da Central de Atendimento. A tecnologia reúne em uma única plataforma informações que antes estavam distribuídas por sistemas diferentes, permitindo que o atendente encontre dados com mais rapidez.

Segundo a companhia, a implantação reduziu em um minuto o tempo de atendimento, ao mesmo tempo em que houve aumento da nota de qualidade e do número de ligações atendidas.

Nesse modelo, a função da IA não é substituir a conversa entre cliente e atendente. É fornecer contexto para quem está conversando.

Outro exemplo está na CNP Seguradora. Uma solução interna de inteligência artificial começou apoiando a preparação de informações para tratativas relacionadas à Ouvidoria e ao Reclame Aqui e evoluiu para a plataforma Adne. A ferramenta auxilia colaboradores na análise dos casos, organização das informações e preparação das respostas.

O caso ajuda a mostrar uma mudança importante na aplicação da tecnologia: parte dos ganhos

para o consumidor pode acontecer sem que ele necessariamente esteja falando diretamente com uma inteligência artificial.

E o corretor? A tecnologia também pode chegar ao cliente por meio dele

A relação entre seguradora e cliente também passa pelo corretor de seguros. Nesse ponto, a inteligência artificial começa a funcionar como uma camada de apoio ao profissional que precisa consultar coberturas, cotações, condições comerciais, renovações e procedimentos antes de orientar o segurado.

Uma operação desenvolvida pela Bradesco Seguros em parceria com a Segura, chamada Conecta, combina inteligência artificial com atendimento especializado para apoiar corretores. O projeto, que começou com 135 profissionais, passou a atender mais de 1.200. Em maio de 2026, foram registrados mais de 3 mil acionamentos e, segundo dados divulgados pela operação, 98,61% das demandas foram atendidas pela combinação entre IA e especialistas.

Nesse modelo, a inteligência artificial responde às solicitações para as quais consegue localizar e interpretar as informações necessárias. Quando a demanda depende de conhecimento específico, análise ou decisão que não deve ser automatizada, ela é encaminhada para um especialista.

Para o cliente final, o efeito pode aparecer indiretamente: o profissional que o atende passa a ter mais apoio para localizar informações e conduzir diferentes etapas da jornada.

O que muda, na prática, para o cliente?

Os exemplos mostram que a inteligência artificial pode alterar o relacionamento com o seguro principalmente em quatro frentes.

- **Mais autonomia.** Solicitações que antes dependiam necessariamente de uma ligação podem começar e, em alguns casos, terminar em canais digitais.
- **Conversas mais naturais.** Voz, texto e imagens passam a ser usados como formas de explicar uma situação, diminuindo a dependência de menus rígidos.
- **Mais contexto para quem atende.** A IA pode localizar e organizar informações antes ou durante a interação, permitindo que o profissional concentre sua atenção na necessidade apresentada pelo cliente.
- **Integração entre tecnologia e pessoas.** Em vez de uma escolha entre atendimento digital ou humano, começam a surgir jornadas nas quais cada um atua na etapa em que pode entregar mais valor.

Essa combinação é especialmente relevante em seguros porque a relação com uma seguradora envolve situações muito diferentes. Há interações simples, como consultar uma informação, e momentos que podem envolver acidentes, perdas materiais, problemas de saúde ou a proteção financeira de uma família.

Humanizar não significa necessariamente tirar a tecnologia da conversa

O avanço da inteligência artificial pode parecer, à primeira vista, um movimento em direção a relações menos humanas. Os casos que começam a surgir no mercado mostram outra possibilidade: utilizar tecnologia justamente para retirar tarefas operacionais da interação e dar às pessoas mais informação e tempo para cuidar das situações que dependem delas.

A pesquisa da CNseg indica que a adoção da IA pelo mercado segurador brasileiro ainda está predominantemente voltada a ganhos incrementais de produtividade e eficiência. O próximo passo apontado pelo estudo envolve ampliar as aplicações centradas no cliente, acompanhadas por governança e uso responsável da tecnologia.

Assim, a mudança mais importante talvez não esteja em saber se o próximo atendimento será feito

por uma pessoa ou por uma inteligência artificial.

Ela está em como as duas podem trabalhar juntas para tornar a relação com o seguro mais simples, contextual e adequada à necessidade de cada momento.

Fonte: CNseg, em 23.09.2026