

Uma mudança geracional em muitos sistemas de previdência está transferindo a responsabilidade pela renda na aposentadoria, pelo planejamento sucessório e pelos cuidados na terceira idade das instituições para os indivíduos

Essa mudança está criando oportunidades para seguradoras, bancos e consultores - e uma corrida para alcançar as pessoas antes da aposentadoria, quando elas estão tomando decisões cruciais sobre como administrar suas economias, gerar renda e proteger seu patrimônio

Essa corrida já está remodelando o mercado de seguros de vida: apenas três empresas americanas apoiadas por fundos de private equity realizaram mais de 300 aquisições entre 2017 e 2025

As instituições financeiras estão investindo pesadamente em tecnologia e IA, mas as pessoas ainda buscam interação humana ao tomar decisões de alto risco

Zurique, 8 de outubro de 2026 – Milhões de pessoas em mercados como os EUA e o Reino Unido estão se aproximando da aposentadoria com a opção de administrar suas próprias economias, em vez de receber uma renda garantida por toda a vida, de acordo com um novo estudo sigma do Swiss Re Institute. Essa mudança geracional está proporcionando aos indivíduos maior liberdade de escolha sobre suas finanças, mas também maior responsabilidade pelas decisões que podem definir sua segurança financeira por décadas – desde a geração de renda na aposentadoria até a transferência de patrimônio e o financiamento dos cuidados na terceira idade.

Velina Peneva, CEO da Swiss Re Life & Health Reinsurance, afirmou: “O seguro de vida existe para ajudar as pessoas a lidar com algumas das maiores decisões financeiras de suas vidas. Tornar o seguro mais fácil de entender e acessar pode ajudar na identificação das soluções certas. Ao combinar os pontos fortes das seguradoras, consultores, bancos e da tecnologia, nosso setor pode ajudar mais pessoas a obter a proteção e a segurança financeira de que precisam, quando precisarem.”

As decisões relacionadas à aposentadoria estão se tornando mais complexas

Já é possível observar uma mudança na forma como as pessoas administram suas aposentadorias.

De acordo com o relatório da Sigma, em um dos maiores planos de previdência dos EUA, mais da metade dos aposentados optou por sacar e administrar por conta própria seus fundos em 2018, em comparação com apenas 10% em 2000. No Reino Unido, em 2024, 36% dos ativos de previdência aos quais os aposentados tiveram acesso foram retirados em dinheiro, em vez de renda vitalícia.

Isso significa que as pessoas estão se tornando responsáveis por escolhas cada vez mais complexas sobre quanto de sua renda receber em dinheiro, quanto manter investido, o que deixar para a família e como arcar com os custos dos cuidados na terceira idade. Para tomar as decisões certas, a necessidade de orientação está aumentando – não apenas em relação à renda na aposentadoria, mas também à transferência de patrimônio e aos cuidados na terceira idade.

James Finucane, chefe de Pesquisa Econômica em Vida e Saúde do Swiss Re Institute, afirmou: “À medida que as pessoas assumem maior responsabilidade pela própria aposentadoria, a consultoria confiável se torna mais valiosa. Isso está mudando a dinâmica econômica de como os consumidores adquirem seguros de vida e aumentando a concorrência no setor. Para os consumidores, isso é positivo, pois um maior acesso à proteção seguradora e a soluções de aposentadoria pode fortalecer a resiliência financeira de longo prazo das famílias.”

Essa mudança está transformando o mercado de seguros de vida

À medida que mais pessoas buscam ajuda para tomar decisões financeiras importantes, os bancos e consultores estão desempenhando um papel cada vez mais significativo na forma como os seguros de vida e os produtos de assistência na terceira idade são comercializados.

Isso está aumentando a concorrência para alcançar e assessorar os consumidores e atrair novos investimentos para o mercado. O estudo da Sigma constata que apenas três grupos intermediários norte-americanos apoiados por fundos de private equity realizaram mais de 300 aquisições anunciadas publicamente de organizações de marketing independentes, agências de campo e grupos de consultoria entre 2017 e 2025. Essa consolidação está criando empresas maiores, com mais capacidade para investir em tecnologia e apoio aos consultores, o que pode lhes conferir maior influência sobre a forma como os produtos de seguro e previdência são vendidos. Para as seguradoras de vida, isso torna cada vez mais importante a parceria com bancos, consultores e outros distribuidores que atendem a esses clientes. Isso também significa que está se tornando mais importante tornar os produtos e serviços fáceis de entender, recomendar e implementar por consultores e clientes.

O momento certo também é importante. O relatório da Sigma identifica os anos que antecedem a aposentadoria como um período crítico, quando as decisões sobre renda, investimentos, herança e cuidados futuros geralmente começam a tomar forma. Os cuidados de longo prazo são um bom exemplo. Geralmente, é preciso contratar um seguro anos antes de os cuidados serem necessários, o que torna importante o planejamento antecipado para as pessoas que podem precisar de proteção mais tarde na vida.

A tecnologia está facilitando o seguro de vida, mas a orientação humana continua sendo importante

O estudo “sigma” do Swiss Re Institute analisou 197 iniciativas de IA e tecnologia divulgadas publicamente pelas principais seguradoras de vida globais e por intermediários selecionados. O relatório constatou que cerca de 70% se concentram nos aspectos do seguro com os quais os consumidores têm contato direto. A tecnologia está sendo utilizada para ajudar as pessoas a entender suas opções, contratar um seguro, ter acesso a suporte após a contratação de uma apólice e solicitar indenização.

A tecnologia também pode ajudar os consultores a encontrar informações, comparar opções e cuidar de tarefas administrativas e de acompanhamento. O objetivo é simples: menos tempo dedicado à administração e mais tempo ajudando as pessoas a tomar as decisões certas. Embora a IA possa tornar a consultoria e os processos mais eficientes, as pessoas ainda contam com a ajuda humana para decisões mais complexas. Uma pesquisa com quase 3.000 consumidores em sete países revelou que quase dois terços preferiam a interação humana para transações complexas, como sinistros.

Esse equilíbrio entre tecnologia e orientação humana será ainda mais importante à medida que os sistemas de previdência forem evoluindo. As escolhas relacionadas à aposentadoria são profundamente pessoais e podem definir a segurança financeira das pessoas por décadas, aumentando a necessidade de orientação antes e durante toda a aposentadoria. Para as seguradoras e seus parceiros, a oportunidade consiste em usar a tecnologia para facilitar o acesso à orientação e ao seguro, garantindo, ao mesmo tempo, que as pessoas continuem contando com apoio humano quando precisarem.

A versão em inglês do Sigma 4/2026, “Distribuição de seguros de vida: competição pelo acesso aos clientes em um mercado orientado pela consultoria”, está disponível em formato eletrônico. Você pode baixá-la [aqui](#).

Fonte: Swiss Re, em 15.10.2026