O futuro do crédito consignado depende de mais do que juros baixos

Túlio Matos (*)

O crédito destinado às pessoas físicas cresceu 10,5% em 12 meses e alcançou R$ 4,7 trilhões em agosto de 2026, segundo dados do Banco Central. Os números refletem a importância crescente do financiamento na economia brasileira e reforçam uma questão para o setor: oferecer juros competitivos continua sendo fundamental, mas já não é suficiente para definir quem estará preparado para atender às demandas dos consumidores nos próximos anos.

Historicamente, o crédito consignado conquistou espaço por oferecer condições mais acessíveis em comparação a outras modalidades de empréstimo pessoal. O desconto das parcelas diretamente na folha de pagamento ou no benefício previdenciário reduz o risco das operações e permite que as instituições trabalhem com taxas mais atrativas.

Setembro mostrou o quanto a regra pesa. A Medida Provisória 1.355, editada em maio dentro do Novo Desenrola, havia reduzido de 45% para 40% a margem consignável de aposentados e pensionistas do INSS e previa cortes anuais a partir de 2027, até chegar a 30%. Sem votação no Congresso, a MP perdeu a validade em 31 de agosto, a margem voltou a 45% e as contratações do consignado do INSS cresceram com força já no mês seguinte. Quando a regra abre espaço, a demanda aparece rápido; o que define se esse crédito chega bem ao aposentado é a qualidade de quem o atende.

Entretanto, a evolução do mercado exige uma visão mais ampla sobre competitividade. O consumidor não busca apenas uma taxa de juros menor. Ele também espera facilidade para contratar, clareza nas informações, agilidade na liberação dos recursos e segurança durante toda a operação. Isso significa que simular, contratar e acompanhar o contrato sem atrito, tende a ganhar tanta relevância quanto as condições financeiras apresentadas.

A tecnologia desempenha um papel decisivo nessa transformação. A digitalização de processos, a integração de sistemas e o uso de ferramentas mais avançadas de análise de dados permitem reduzir etapas burocráticas, aprimorar a avaliação das operações e acelerar a tomada de decisões. Para as instituições, esses avanços representam ganhos de produtividade. Para os consumidores, significam menos obstáculos entre a necessidade de crédito e o acesso efetivo aos recursos.

Mas existe um aspecto dessa transformação que merece atenção. A digitalização não elimina a importância do relacionamento humano. O Brasil reúne consumidores com diferentes níveis de familiaridade com ferramentas digitais, além de realidades econômicas e sociais bastante distintas. Enquanto alguns preferem realizar toda a contratação pelo celular, outros valorizam a possibilidade de conversar com um profissional, esclarecer dúvidas e compreender melhor as alternativas disponíveis.

Por isso, acredito que um dos caminhos mais promissores para o consignado está na integração entre tecnologia e atendimento especializado. As plataformas digitais podem tornar os processos mais rápidos e seguros, enquanto os correspondentes bancários e seus agentes desempenham um papel importante na orientação dos consumidores e na aproximação das instituições com diferentes regiões do país. Em vez de modelos concorrentes, esses canais devem funcionar de maneira complementar, ampliando as possibilidades de acesso e respeitando as preferências de cada cliente.

Essa combinação também está diretamente relacionada a outro desafio do setor: a capilaridade. Em um país de dimensões continentais, ampliar a oferta de serviços financeiros exige mais do que disponibilizar produtos em aplicativos. É necessário construir estruturas de distribuição capazes de alcançar municípios de diferentes portes, compreender as particularidades de cada público e oferecer soluções adequadas às suas necessidades. A expansão do crédito depende tanto da inovação tecnológica quanto da capacidade de chegar a quem precisa dele. Numa cidade de 15 mil habitantes, quem explica a um aposentado a diferença entre refinanciar e portar um contrato costuma ser o correspondente da praça, que ele conhece pelo nome, e não um aplicativo.

Nesse processo, simplificar a operação também vira diferencial competitivo. Instituições capazes de simplificar procedimentos, integrar diferentes canais e aprimorar seus mecanismos de análise conseguem construir operações mais escaláveis e sustentáveis. Isso não significa apenas crescer em volume, mas desenvolver estruturas que permitam atender mais consumidores sem comprometer a qualidade dos serviços prestados.

A confiança, por sua vez, continuará sendo indispensável. A ampliação do acesso precisa estar acompanhada de informações transparentes, proteção de dados e mecanismos de prevenção a fraudes. Esses elementos não devem ser vistos apenas como exigências regulatórias, mas como componentes essenciais de uma relação duradoura entre instituições financeiras e consumidores. Quanto mais simples e segura for a experiência, maiores serão as possibilidades de fortalecer esse relacionamento.

O mercado de crédito consignado tem diante de si uma oportunidade importante de evolução. A combinação entre novas modalidades, como o Crédito do Trabalhador, que levou o consignado aos empregados com carteira assinada, avanços tecnológicos e modelos de distribuição mais abrangentes abre espaço para que o produto alcance diferentes perfis de consumidores e continue contribuindo para a democratização do acesso a condições de financiamento mais competitivas.

Os juros baixos seguirão como um dos principais atrativos do consignado, mas o futuro do setor será construído por instituições capazes de entregar mais do que uma boa taxa. Será necessário reunir tecnologia, eficiência, proximidade e conhecimento das necessidades do consumidor em uma experiência cada vez mais acessível. Afinal, o verdadeiro potencial do crédito consignado não está apenas em oferecer dinheiro a um custo menor, mas em fazer com que essa oportunidade chegue a mais brasileiros, de maneira simples, segura e eficiente.

(*) CEO da iCred.

Seguradoras recorrem à tecnologia para reduzir falhas nas cobranças e enfrentar a inadimplência

Soluções de inteligência artificial e automação de pagamentos ajudam a recuperar recebimentos, reduzir custos operacionais e aumentar a eficiência da cobrança

As receitas do setor supervisionado pela Superintendência de Seguros Privados (Susep) somaram R$ 281,27 bilhões entre janeiro e agosto de 2026, alta nominal de 0,49% em relação ao mesmo período de 2025. Em um mercado que movimenta volumes expressivos de recursos, manter a regularidade dos recebimentos é um desafio para as seguradoras, especialmente diante de falhas no processamento de pagamentos, atrasos e dificuldades para recuperar cobranças não concluídas. Nesse cenário, a tecnologia ganha espaço como ferramenta para aumentar a eficiência operacional e reduzir perdas de receita.


BlackJack3D_CANVA

Soluções de automação, integração de meios de pagamento e inteligência artificial podem ajudar as empresas a identificar pagamentos recusados, retomar o contato com clientes e oferecer alternativas para regularizar pendências. A Toku, empresa especializada em gestão de pagamentos recorrentes, atua nesse mercado com uma plataforma que conecta diferentes meios e instituições de pagamento e permite automatizar etapas da cobrança.

"Quando um pagamento não é concluído, a seguradora precisa entender o que aconteceu e agir rapidamente para tentar recuperar aquele recebimento. A tecnologia permite automatizar parte desse processo, identificar oportunidades de recuperação e oferecer uma jornada mais simples para o cliente", afirma Raphael Emerick, CEO da Toku no Brasil.

Inteligência artificial aplicada à cobrança

Entre as aplicações da tecnologia está o uso de agentes de inteligência artificial para conduzir etapas da cobrança. Essas ferramentas podem enviar lembretes, interagir com clientes por diferentes canais, negociar débitos e agendar pagamentos, além de registrar o histórico das tentativas e das falhas identificadas. Com disponibilidade contínua, os agentes também podem atuar fora do horário comercial, ampliando as oportunidades de contato.

Em um caso de uso no setor de seguros apresentado pela Toku, a operação registrou 87% de arrecadação nos primeiros 28 dias e redução de 7% nos custos de cobrança. A companhia também reporta 2,5 milhões de atendimentos bem-sucedidos por mês nessa frente. Os indicadores ilustram os resultados de uma aplicação específica da tecnologia, e não uma média de desempenho do mercado segurador.

A automação pode contribuir para diminuir o trabalho manual das equipes, organizar as tentativas de recuperação e dar mais consistência ao acompanhamento das cobranças. A partir do histórico de interação e pagamento, a operação pode direcionar as próximas ações de acordo com a situação de cada cliente, em vez de depender exclusivamente de processos manuais ou de contatos padronizados.

Integração de pagamentos reduz a complexidade operacional

Além da cobrança em si, administrar diferentes meios de pagamento e instituições financeiras pode aumentar a complexidade tecnológica das seguradoras. Cada integração pode exigir configurações, acompanhamento e processos próprios de conciliação. Quando os sistemas não estão conectados de maneira eficiente, identificar a origem de uma falha e definir a melhor ação para recuperar um pagamento pode se tornar mais difícil.

A expansão das opções de pagamento amplia as possibilidades para o consumidor, mas também exige das empresas capacidade de integração e gestão. É o caso do Pix Automático, que permite estruturar pagamentos recorrentes com autorização do pagador, mas cuja adoção também demanda adequações técnicas e integração aos sistemas das companhias.

A proposta da Toku é atuar como uma camada inteligente de arrecadação, conectando sistemas, gateways e diferentes instituições de pagamento em uma operação centralizada. Com isso, as empresas podem administrar os fluxos de recebimento e acompanhar as cobranças de forma integrada, sem precisar tratar cada canal como uma operação isolada.

Tecnologia também apoia vendas e atendimento

O uso de inteligência artificial pode se estender a outras etapas da jornada do segurado. Nos casos apresentados pela Toku, agentes de IA também são utilizados em atividades comerciais e de suporte, com recursos para responder dúvidas, recomendar produtos, conduzir interações de venda e auxiliar na resolução de solicitações de atendimento.

Na frente comercial, a empresa reporta redução de 68% no tempo para fechamento de negócios e recuperação de 25% dos carrinhos abandonados. No atendimento, os indicadores apresentados incluem resolução integral de 82% dos casos pela inteligência artificial e aumento de 30 pontos na satisfação dos clientes. Assim como os números de cobrança, esses resultados correspondem aos casos de uso divulgados pela companhia e podem variar conforme a operação.

"Quando a tecnologia conecta cobranças, pagamentos e atendimento, ela deixa de atuar apenas na correção de problemas e passa a contribuir para uma experiência mais fluida ao longo da jornada. O objetivo é reduzir atritos para o cliente e permitir que as equipes concentrem seus esforços nas situações em que a atuação humana é mais necessária", afirma o executivo.

Debate sobre inteligência artificial no mercado de seguros

Os desafios e as oportunidades da adoção de inteligência artificial no setor estarão em discussão no CQCS Inovação 2026, marcado para os dias 4 e 5 de novembro, no Transamerica Expo Center, em São Paulo. Raphael Emerick participará do painel "IA construindo o novo mercado de seguros", ao lado de Marcelo Picolo, diretor-executivo para a América Latina da Solera Holdings, LLC, e Saint'Clair Lima, diretor da Bradesco Auto/RE.

O encontro será uma oportunidade para discutir como a inteligência artificial pode transformar operações, apoiar a tomada de decisão e contribuir para a evolução da relação entre seguradoras e clientes. Entre as aplicações possíveis, a eficiência da arrecadação e a redução de falhas nos pagamentos representam frentes relevantes para a sustentabilidade financeira das companhias.

