FRANK

WHITEPAPER #3

Agentes de IA na mediação de seguros

O que muda e por onde começar

Outubro de 2026
Equipa FRANK

NÍVEL 04
IA nativa

NÍVEL 03
IA vertical

NÍVEL 02
Software ligado

NÍVEL 01
IA genérica

FRANK

WHITEPAPER #3

Agentes de IA na mediação de seguros: o que muda e por onde começar

AUTORES
Equipa FRANK

EDIÇÃO
Outubro de 2026

ÍNDICE

	Sumário executivo	3
01	Do software aos agentes de IA	4
02	O custo de ficar parado	6
03	O panorama da IA: quatro níveis de integração	8
04	Onde está a sua mediação?	12
05	O que muda na sua operação	14
06	Novos serviços ao cliente: seis exemplos	17
07	Pôr em prática	19
08	Caso de estudo: redesenhar a operação na prática	21
09	Conclusão: o regresso da mediação	26
	Sobre a FRANK	27

EM RESUMO

Sumário executivo

A mediação de seguros entra numa década em que o software deixa de organizar o trabalho e os agentes de IA passam a fazer parte dele. Para o mediador, é a oportunidade de sair do back office e voltar ao que o cliente valoriza: o conselho.

O mercado está a mudar depressa. Há hoje 10 024 mediadores ativos em Portugal. As aquisições triplicaram em 2025, a banca ganhou 3,5 pontos de quota em dois anos e a comissão média desceu todos os anos entre 2022 e 2024. Quem mantém a operação como está não perde tudo de uma vez: perde, ano após ano.

Este whitepaper propõe quatro níveis de integração de IA, da ferramenta genérica à operação nativa em IA, e uma autoavaliação em cinco perguntas para cada mediador saber onde está. Mostra o que fica humano, porque é isso que os clientes continuam a pedir, e onde a automação deixa de ser vantagem para passar a ser condição. Propõe seis novos serviços que o tempo libertado torna possíveis, um roteiro de seis meses e um caso em curso num corretor nacional.

> *A automação mantém a mediação no jogo, e o que a faz ganhar é o serviço construído com o tempo que ela devolve.*

SECÇÃO 01

Do software aos agentes de IA

O software organiza o trabalho. Os agentes de IA fazem o trabalho. É esta a diferença que vai mudar o dia a dia da mediação de seguros nos próximos anos:

SEGUNDA-FEIRA, NOVE DA MANHÃ

O sistema de gestão mostra três renovações a vencer, um sinistro por acompanhar e um pedido de cotação que chegou por email na sexta. Tudo está registado. Nada está feito.

01	Para a cotação, alguém abre o email.
02	Descarrega os anexos.
03	Lê os documentos do cliente.
04	Confirma se falta algum dado.
05	Pede o que falta.
06	Espera pela resposta.
07	Entra no portal da primeira seguradora.
08	Escreve os dados.
09	Repete em mais quatro portais.
10	Copia os preços para uma folha de cálculo.
11	Compara coberturas e franquias.
12	Monta a proposta.
13	Envia ao cliente.
14	Regista tudo no sistema de gestão.

O software esteve presente em cada passo. Não fez nenhum deles. Enquanto este pedido está a ser tratado, os restantes ficam à espera.

O que o software sempre fez

Nas últimas duas décadas, a tecnologia da mediação foi desenhada para registar e organizar informação:

- **Sistema de gestão (ERP):** carteira, apólices e contactos.
- **Portais das seguradoras:** recolha de dados e execução de processos como cotações, emissões, alterações e sinistros.
- **Email e telefone:** entrada de pedidos e comunicação com o cliente.
- **Folha de cálculo:** análise e preparação de propostas.

Cada ferramenta cobre uma parte do processo. A integração entre elas continua a ser feita por pessoas, que transferem dados manualmente de um sistema para o outro.

O que muda com a IA agêntica

A IA agêntica (agentic AI) designa o conjunto de sistemas de IA capazes de receber um objetivo e executá-lo de ponta a ponta. A execução é distribuída por agentes de IA, cada um responsável por uma tarefa concreta. O processo passa a ser este, mas executado por agentes:

1. Ler o email e o documento do cliente.
2. Verificar que dados faltam, ou avançar se estão todos.
3. Entrar nos portais das seguradoras e pedir as cotações.
4. Analisar as propostas e preparar um documento para o cliente.
5. Parar e pedir ao mediador que aprove antes de enviar.

No último passo, a decisão fica com o mediador: os agentes de IA executam, mas nenhuma proposta é enviada sem a sua aprovação.

	SOFTWARE TRADICIONAL	AGENTES DE IA
Função	Registar, organizar e lembrar	Executar tarefas de ponta a ponta
Papel do mediador	Opera o software	Supervisiona e aprova
Informação processada	Dados estruturados, em campos	Emails, PDFs, imagens e mensagens
Integração entre sistemas	Manual	Automática, sobre os canais existentes

Porque é que isto importa agora

O valor da mediação sempre esteve no aconselhamento. Com o tempo, a carga administrativa foi ocupando esse espaço. Ao transferir as tarefas repetitivas para agentes de IA, o mediador recupera capacidade para o que o diferencia: análise de risco, aconselhamento e relação com o cliente.

SECÇÃO 02

O custo de ficar parado

O mercado está a crescer, mas a fatia de cada mediador está a encolher. As comissões totais subiram para 1 475 milhões de euros em 2025, mais 9,7% num ano.[1] Nos últimos anos, a banca ganhou quota, a comissão média desceu e a mediação começou a concentrar-se.

Menos mediadores, mais velhos

Em 2012 havia 22 048 agentes de seguros pessoas singulares. No fim de 2025, somando todas as categorias, havia 10 024 mediadores ativos, menos de metade dos agentes pessoas singulares de 2012, e a idade média dos que trabalham em nome próprio chegou aos 54,1 anos.[1]

A lei da distribuição de 2019, o seguro de responsabilidade civil obrigatório e a formação contínua tiraram do mercado as carteiras pequenas.[2] Ficaram os que têm escala, ou os que a vão procurar.

A consolidação chegou a Portugal

Em 2025 anunciaram-se 15 aquisições de corretores e agentes em Portugal, o triplo de 2024. Na Europa, 61% dos negócios tiveram fundos de private equity do lado comprador.[3] A MDS comprou a Seguramos, o grupo espanhol Concentra comprou a Obimedia e, em abril de 2026, o PIB Group, do Reino Unido e com capital de private equity, comprou a AQS, um ano depois de ter entrado em Portugal com a Vitorinos.[4]

Um grupo que compra carteiras herda a cultura, as pessoas e os processos. Quem tiver a operação arrumada vale mais na mesa de negociação. Quem quiser ficar independente concorre com grupos muito eficientes.

Margens mais curtas

A comissão média da mediação desceu de 9,5% em 2022 para 9,3% em 2023 e 9,1% em 2024.[5]

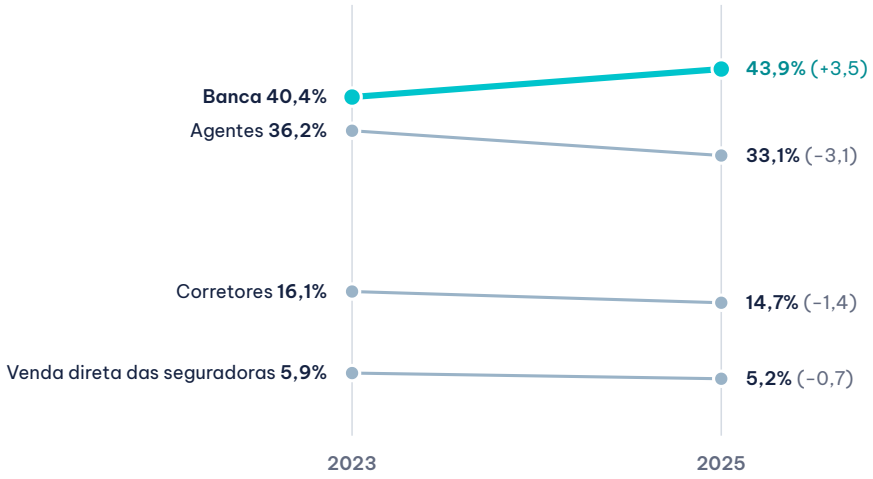
O custo, esse, não desce. Cada cotação continua a consumir tempo nos vários portais, cada renovação continua a obrigar a comunicação proativa, e o sinistro a precisar de acompanhamento.

Quem disputa o cliente

A ameaça não é a venda direta das seguradoras: balcões, telefone e internet juntos valem 5,2% das vendas em 2025.[6] A ameaça é quem já trabalha com o cliente todos os dias.

A banca ganhou quota nas vendas de seguros entre 2023 e 2025

Banca: +3,5 pontos em dois anos. Quota de cada canal no total das vendas, em %.



Fonte: APS, Canais de Distribuição, via ECO (07/09/2026). Venda direta = balcões, telefone e internet.

A banca passou de 40,4% para 43,9% do mercado entre 2023 e 2025. Os CTT, que vendem seguros desde o fim de 2023, já têm 4,2% do ramo Vida.[6] Agentes e corretores perderam quota no total, mesmo crescendo em Não Vida.

O custo real: uma carteira cada vez menos fiel

O cliente que vê a encomenda no telemóvel em tempo real espera o mesmo do seu seguro. Quer saber em que ponto está o sinistro sem ter de ligar. Quer ouvir falar da renovação antes de chegar o aviso de pagamento.

Os grandes grupos e a banca têm duas vantagens em comum: processos eficientes e capacidade para inovar de forma contínua. Respondem mais depressa, antecipam renovações e apresentam um serviço que parece sempre atualizado. O cliente nota a diferença e compara.

Para o mediador que mantém a operação como está, o custo não chega de uma vez. Chega em renovações que não voltam, em clientes que passam a decidir pelo preço e numa carteira que perde fidelidade. A relação continua a ser o maior ativo do mediador, mas deixa de bastar quando o serviço à volta dela fica para trás.

SECÇÃO 03

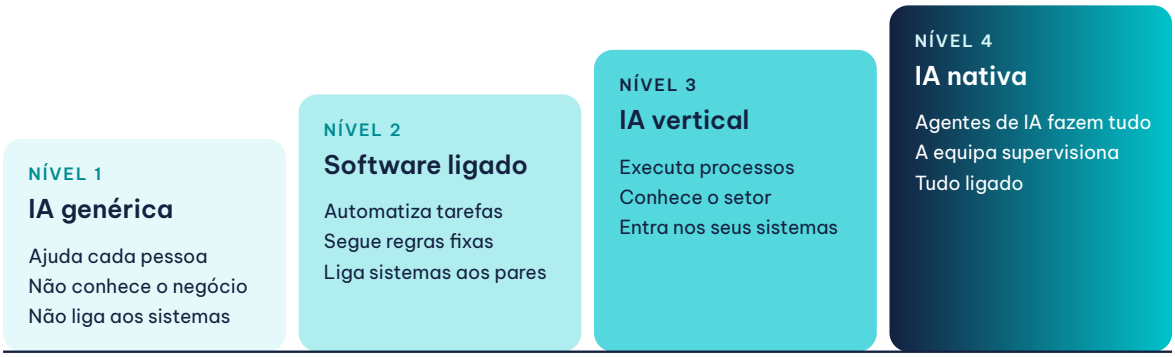
O panorama da IA: quatro níveis de integração

A IA já está em quase todas as empresas, mas raramente no centro do negócio. Em 2025, 88% das organizações usavam IA em pelo menos uma função. Só 39% viam impacto nos resultados da empresa como um todo.[7]

A diferença entre usar IA e ser transformado por ela depende do nível de integração de IA em que se está. Em cada um, a IA conhece mais do negócio, liga-se a mais sistemas e assume uma parte maior da operação.

A cada nível de integração, a IA conhece mais do negócio e assume mais da operação

Os quatro níveis de integração de IA, em três frases cada



Os quatro níveis de integração de IA · o que cada um faz, em três frases

3.1 IA genérica: a mesma ferramenta para todos

O primeiro nível é o assistente de uso geral: ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude. É a mesma infraestrutura para toda a gente, da advogada ao estudante, do banco ao restaurante.

O valor é real e imediato. Escreve um email em segundos, resume um documento de 40 páginas, traduz, prepara uma reunião. Num escritório de contabilidade, prepara a resposta a um cliente. Numa loja online, escreve a descrição de um produto. Numa equipa comercial, resume a reunião da manhã.

Os limites também são claros:

- **Não conhece o negócio.** Não sabe quem são os clientes, que produtos ou serviços têm, nem como a empresa trabalha.

- **Não está ligada aos sistemas.** Tudo o que sabe é o que alguém copiou para dentro da conversa, e tudo o que produz tem de ser copiado para fora.
- **Começa sempre do zero.** Cada pedido é uma tarefa isolada, sem memória do processo a que pertence.
- **Levanta questões de dados.** Colar dados de clientes numa ferramenta pública exige cuidado com o RGPD e com as regras internas.

O resultado é produtividade individual. Cada pessoa fica um pouco mais rápida, mas o processo continua igual, e continua a depender de quem copia e cola.

3.2 Software ligado: liga partes do negócio, nunca o todo

O segundo nível junta ferramentas externas que ligam sistemas entre si. A IA, ou simples regras de automação, passa a mover informação de um sítio para outro sem intervenção manual.

As categorias mais comuns:

- **Plataformas de automação** (Zapier, Make, n8n): encadeiam ações entre aplicações. Quando acontece uma coisa num sistema, desencadeia-se outra noutro, como emitir um documento, enviar um aviso ou atualizar um registo.
- **RPA** (UiPath, Power Automate): robôs de software que imitam os cliques de uma pessoa. Transferem dados entre sistemas que não comunicam, sempre pelo mesmo caminho.
- **Conectores entre aplicações**: integrações prontas que põem o CRM, a faturação, a assinatura digital ou o email a partilhar informação sem duplicação.
- **Chatbots**: no site ou nas apps de mensagens, respondem a perguntas frequentes e recolhem os dados de um pedido antes de chegar a uma pessoa.

O ganho é concreto. Cada ligação elimina uma tarefa de copiar e colar, e duas ou três automações bem escolhidas podem poupar horas por semana.

O limite é estrutural. Cada ferramenta resolve um troço do processo, nunca o processo inteiro. A automação envia o aviso de renovação, mas não repara que o cliente mudou de carro. O robô copia o prémio do portal, mas não vê que a franquia mudou. O chatbot dá o estado do sinistro, mas não sabe que o cliente já reclamou duas vezes.

Entre cada ligação continua a haver uma pessoa a decidir o passo seguinte. E as exceções, que em muitos negócios são a regra, voltam sempre para cima da secretária.

Para um mediador com poucos ramos e pouco volume, este nível pode ser suficiente: o ganho das ligações chega e as exceções ainda cabem no dia.

3.3 IA vertical: especializada no setor, integrada na operação

O terceiro nível é a IA construída para um setor específico. É uma plataforma feita para o negócio, que trabalha dentro dele.

Três capacidades distinguem-na:

- **Conhece.** Entende os documentos, os produtos, os processos e as regras do setor. Não precisa que lhe expliquem o vocabulário, os documentos-tipo ou as obrigações de cada profissão.
- **Integra.** Liga-se à infraestrutura que já existe: ERP, CRM, portais de parceiros, email, WhatsApp. Trabalha onde a equipa trabalha.
- **Executa.** Usa agentes de IA para levar um processo do princípio ao fim, com aprovação humana nos pontos que contam.

Outros setores já fizeram este caminho. No direito, os clientes da Harvey, entre eles a Cuatrecasas, já correm mais de 25 000 agentes de IA feitos à medida.[8] Na saúde, a Abridge funciona dentro do processo clínico eletrónico de mais de 300 sistemas de saúde.[9]

O padrão repete-se. A ferramenta genérica abre a porta, mas quem fica é a que conhece o ofício, entra nos sistemas que já existem e respeita as regras de cada profissão.

Na prática, é a diferença entre uma ferramenta que responde a perguntas e uma que conhece os clientes, os produtos e os parceiros da empresa, e age com base nisso.

3.4 IA nativa: a operação desenhada à volta dos agentes de IA

Uma empresa nativa em IA redesenha a forma como trabalha. Os agentes de IA executam os processos; as pessoas supervisionam, aconselham e decidem.

A diferença está na pergunta de partida. Nos outros níveis pergunta-se "onde é que a IA pode ajudar?". Aqui pergunta-se "onde é que as pessoas são únicas e acrescentam valor indiscutível?".

Muito poucas empresas são hoje inteiramente nativas em IA, mas o horizonte já as tem em vista. O CEO da OpenAI, Sam Altman, inclusivamente afirma já ter expectativas:

> *"(...) vai existir uma empresa de uma só pessoa avaliada em mil milhões de dólares. Algo que seria inimaginável sem IA e que agora vai acontecer."*[10]

É difícil imaginar empresas enormes com uma só pessoa, mas acreditamos numa visão em que as pessoas vão ter superpoderes e conseguir atingir objetivos e volumes de negócio antigamente inalcançáveis.

O processo é o mesmo dos níveis anteriores, levado ao limite: agentes de IA que executam processos e outros que os coordenam e que, também eles, são coordenados, numa orquestra de agentes à imagem de uma equipa. O agente que prepara as publicações das redes sociais reporta ao agente de conteúdo, que reporta ao de marketing, que responde à direção. Nem todos os negócios e indústrias estão feitos para esta estrutura, e algumas áreas conseguem adotá-la com mais facilidade do que outras. É importante notar que um agente do tipo diretor de marketing não torna este cargo obrigatoriamente dispensável: iterar, aprovar e dar direção continua a pedir critério, criatividade e decisão humana. Por isso, mesmo nas empresas que vão mais longe, a pergunta de partida mantém-se: onde é que as pessoas são únicas?

Algumas empresas já fizeram essa pergunta em voz alta. Em março de 2025, o CEO da Shopify escreveu a toda a empresa que usar IA passava a ser "uma expectativa fundamental de todos". Antes de pedir mais pessoas, cada equipa tem de demonstrar porque é que não consegue fazer o trabalho com IA.[11] E a empresa não abrandou: em 2025, a receita da Shopify cresceu 30%, para cerca de 11,6 mil milhões de dólares.[11]

Na Klarna, que fechou 2025 com 3,5 mil milhões de dólares de receita e 118 milhões de consumidores ativos, o assistente de IA trata cerca de dois terços das conversas de apoio ao cliente. Resolve cada uma em dois minutos, contra onze de um atendimento humano, com a mesma satisfação. Ao mesmo tempo, a empresa voltou a contratar pessoas para as conversas mais complexas, onde conhecer bem o cliente faz a diferença.[12]

Nos dois casos, ser nativa em IA não tirou as pessoas do processo: pô-las onde fazem mais diferença.

Na mediação de seguros, a resposta a essa pergunta é o aconselhamento, a confiança e a relação com o cliente. Tudo o resto pode, aos poucos, passar para agentes de IA.

Há que saber quanto desse caminho já está feito na sua operação.

SECÇÃO 04

Onde está a sua mediação?

Cinco perguntas, cinco minutos, para descobrir o nível de integração de IA da sua mediação.

Para cada pergunta, escolha a resposta mais próxima do que acontece hoje, não do que está planeado. A vale 1 ponto, B vale 2, C vale 3 e D vale 4.

1 Como prepara uma cotação com várias seguradoras?

- **A** Portal a portal, à mão. Por vezes usamos o ChatGPT ou outra IA para escrever o email ao cliente.
- **B** Usamos algumas automações, como modelos de proposta ou dados importados do sistema de gestão, mas cada cotação ainda passa por vários passos manuais.
- **C** Uma plataforma especializada lê os documentos, pede as cotações nos portais e prepara a análise e proposta. Revemos e aprovamos.
- **D** As cotações correm com agentes de IA do pedido à proposta. A equipa só entra nas exceções, na validação e no aconselhamento.

2 Como responde aos pedidos dos clientes por email e WhatsApp?

- **A** Cada pessoa responde a partir do seu email e telemóvel. A IA ajuda, às vezes, a escrever uma resposta.
- **B** Temos respostas automáticas ou um chatbot para as perguntas mais frequentes.
- **C** Os pedidos chegam a um sistema que os lê, identifica o cliente e prepara a resposta com o contexto da carteira. A equipa aprova antes de enviar.
- **D** A maioria dos pedidos é tratada por agentes de IA do princípio ao fim. A equipa fica com os casos que pedem conselho, e audita, supervisiona e treina os modelos.

3 Como acompanha renovações e sinistros?

- **A** Pelo calendário, por uma folha de cálculo ou pela memória de quem trata do cliente.
- **B** O sistema de gestão envia lembretes automáticos, mas o trabalho de cada processo é feito à mão.
- **C** Uma plataforma prepara cada renovação com preço, coberturas e histórico, e mantém o cliente informado sobre o sinistro. A equipa valida.
- **D** Renovações e sinistros correm com agentes de IA desde o primeiro aviso até ao fecho. A equipa intervém para negociar e aconselhar.

4 Como decide onde usar IA?

- **A** É uma escolha de cada pessoa. Não há regras nem plano.
- **B** Escolhemos algumas ferramentas para tarefas concretas, à medida que surgem.
- **C** Temos um plano para levar processos inteiros para a IA, um de cada vez, com métricas para cada um.
- **D** A operação está desenhada à volta dos agentes de IA. Antes de contratar, perguntamos o que a IA pode fazer.

5 Onde passa a equipa a maior parte do dia?

- **A** Em tarefas administrativas: portais, emails, documentos e confirmações.
- **B** Algumas tarefas saíram da agenda, mas o back office continua a dominar o dia.
- **C** Parte da equipa já passou de executar para supervisionar e aprovar.
- **D** A maior parte do tempo vai para aconselhamento, vendas e relação com os clientes.

O seu resultado

PONTOS	NÍVEL	O QUE SIGNIFICA	POR ONDE COMEÇAR
5 a 8	1 IA genérica	A IA ajuda pessoas, não processos. A operação depende de quem copia e cola.	Escolher o processo que mais tempo consome e medi-lo.
9 a 12	2 Software ligado	Há automações, mas cada uma resolve um troço. As exceções voltam para a equipa.	Passar um processo inteiro, como as cotações, para uma IA vertical.
13 a 16	3 IA vertical	Processos-chave já correm com agentes de IA, com aprovação humana.	Alargar a outros processos e redesenhar os papéis da equipa.
17 a 20	4 IA nativa	A operação corre sobre agentes de IA. A equipa está onde faz mais diferença.	Usar o tempo libertado para criar novos serviços ao cliente.

O total dá o nível. As respostas, uma a uma, são o mapa: uma pergunta com uma pontuação abaixo das outras é, quase sempre, o sítio onde está a maior oportunidade.

SECÇÃO 05

O que muda na sua operação

Sábado, onze da noite. O telefone toca. É um cliente de há quinze anos: a tempestade inundou-lhe a cave e a água chegou ao quadro elétrico. Não quer saber do número da apólice. Quer saber o que fazer agora, e quer ouvi-lo de alguém em quem confia.

São momentos como este que justificam a mediação. Seja qual for o nível de integração de IA, esta parte do trabalho não muda.

5.1 O que fica humano: o aconselhamento, a confiança e a relação

O cliente quer a tecnologia e uma pessoa ao mesmo tempo. Os inquéritos mais recentes mostram-no.

Num estudo com 4 000 adultos nos Estados Unidos, Reino Unido e Austrália, 88% preferem receber aconselhamento sobre seguros de uma pessoa.[13]

Na União Europeia, 37% dos consumidores compraram seguros nos últimos dois anos apenas através de um agente ou corretor, presencialmente ou por telefone. Só 24% compraram exclusivamente online.[14] E quando a IA toma conta do processo sozinha, a desconfiança aparece: em Espanha, França, Alemanha e Reino Unido, 47% dos segurados não se sentem à vontade com sinistros tratados de forma totalmente automática, e 39% querem poder levar uma decisão da IA a uma pessoa.[15]

Os números confirmam a cena de sábado à noite: o cliente aceita a tecnologia nos bastidores, e até a espera, mas quer uma pessoa à frente quando a decisão é difícil ou quando alguma coisa corre mal.

Isto define o que fica com o mediador:

- **Aconselhar.** Perceber o risco real de cada cliente e recomendar a cobertura certa, não apenas a mais barata.
- **Estar presente.** Acompanhar o cliente num sinistro, explicar, tranquilizar e defender os seus interesses junto da seguradora.
- **Construir confiança.** Manter uma relação de anos, que nenhum comparador nem nenhum agente de IA consegue substituir.
- **Decidir.** Assumir a responsabilidade pelo que é proposto e pelo que é enviado em nome da mediação.
- **Supervisionar e treinar.** Acompanhar o trabalho dos agentes de IA, corrigir o que falha e treiná-los com as regras e o conhecimento da mediação.

Nada disto diminui com a IA. Quando os agentes de IA ficam com as tarefas repetitivas, o mediador passa a ter tempo para fazer mais daquilo que o cliente valoriza.

5.2 Automação: a base obrigatória

Automatizar passou a ser condição para competir. A banca e os grandes grupos de mediação estão a reduzir o custo de cada apólice com processos cada vez mais automáticos. Quem não acompanhar paga mais pelo mesmo trabalho e responde mais devagar ao mesmo cliente.

O caminho depende do nível em que cada mediação está hoje:

NÍVEL	O QUE JÁ ESTÁ AUTOMATIZADO	PRÓXIMA OPORTUNIDADE	EXEMPLOS NA MEDIAÇÃO
1 **IA genérica**	Textos e resumos, pessoa a pessoa	Automatizar um processo do início ao fim	• Cotações Automóvel de ponta a ponta • Dados de cartas verdes e apólices lidos automaticamente • Emails organizados por cliente e pedido
2 **Software ligado**	Tarefas soltas: lembretes, modelos, respostas automáticas	Juntar as peças num processo contínuo	• Renovações que chegam já com proposta • Avisos de recibos em atraso adaptados ao cliente • Alterações de apólice pedidas por WhatsApp
3 **IA vertical**	Processos-chave com agentes de IA e aprovação humana	Alargar a mais ramos e processos	• Sinistros acompanhados da participação ao fecho • Cotações de Saúde, Habitação e Acidentes de Trabalho • Apólices emitidas e enviadas sem passos manuais
4 **IA nativa**	A operação corre sobre agentes de IA	Transformar o tempo libertado em serviço	• Revisão anual de cada carteira, com venda cruzada • Relatórios de sinistralidade para empresas • Equipa dedicada ao aconselhamento

Em todos os níveis, o ganho é concreto: cotações em minutos, renovações que não escapam, menos erros de transcrição, uma equipa que deixa de passar o dia em portais.

O cliente recebe a proposta mais depressa, e isso conta, mas a experiência continua parecida com a de qualquer outra mediação. E à medida que a tecnologia se generaliza, a rapidez deixa de distinguir: torna-se o mínimo que o cliente espera.

5.3 A diferença está no serviço

Na maior parte dos ramos, as mediações vendem os mesmos produtos das mesmas seguradoras. Para o cliente, uma apólice Automóvel de uma mediação é igual à da mediação ao lado. O que muda é o que acontece à volta dela.

Hoje, essa experiência é muito parecida em quase todo o lado. O cliente pede, a mediação responde. A apólice é emitida e o contacto seguinte acontece na renovação, ou quando há um sinistro.

Acompanhar cada cliente de forma próxima e regular sempre exigiu mais horas do que a carteira consegue pagar. Por isso ficou reservado aos maiores clientes, ou simplesmente não se fez.

A IA muda estas contas. Quando os agentes de IA tratam do trabalho repetitivo, um serviço que antes era caro passa a ser possível para toda a carteira:

- **Contactar primeiro.** Falar com o cliente antes de ele precisar de ligar.
- **Personalizar.** Ajustar coberturas e mensagens à vida de cada cliente, e não apenas ao ramo.
- **Mostrar valor entre renovações.** Fazer o cliente sentir que a mediação está presente o ano inteiro.

A automação garante que a mediação continua competitiva. Continuar a ser escolhida depende do serviço que cria com o tempo que ganha, e de o criar antes das outras.

Se a sua equipa tivesse mais dez horas por semana, que serviço novo daria aos seus clientes? A próxima secção propõe seis respostas.

SECÇÃO 06

Novos serviços ao cliente: seis exemplos

Seis serviços que a automação já torna possíveis para toda a carteira, e não apenas para os maiores clientes. Em cada um, os agentes de IA tratam do trabalho de fundo e o mediador fica com a parte que o cliente valoriza.

6.1

Alertas de sinistro

O CLIENTE RECEBE
uma mensagem assim que o sinistro é registado, com os próximos passos e o contacto de quem o acompanha.

OS AGENTES DE IA
detetam a participação, pedem os documentos em falta e enviam atualizações a cada mudança de estado.

O MEDIADOR
liga nos casos graves e defende o cliente junto da seguradora.

6.2

Renovações proativas

O CLIENTE RECEBE
uma revisão de coberturas e preço antes de a renovação chegar, com alternativas quando fazem sentido.

OS AGENTES DE IA
identificam as renovações a vencer, pedem cotações alternativas e preparam a análise e proposta.

O MEDIADOR
recomenda e explica a escolha.

6.3

Eventos de vida

O CLIENTE RECEBE
uma revisão das coberturas quando muda de casa, tem um filho ou se reforma.

OS AGENTES DE IA
reconhecem estes sinais nas mensagens e nos dados do cliente, com o seu consentimento, e preparam uma proposta de revisão.

O MEDIADOR
faz a conversa, que é pessoal e pede sensibilidade.

6.4

Análise de lacunas na carteira

O CLIENTE RECEBE
uma lista clara dos riscos que não estão cobertos, com prioridades.

OS AGENTES DE IA
cruzam as apólices de cada cliente com o seu perfil e assinalam o que falta.

O MEDIADOR
decide o que propor e quando.

6.5

Alertas de risco

O CLIENTE RECEBE

um aviso antes de uma tempestade ou onda de calor, com conselhos para proteger a casa ou o negócio.

OS AGENTES DE IA

cruzam os avisos meteorológicos com as moradas seguras e enviam a mensagem certa a cada cliente que aceitou receber estes avisos.

O MEDIADOR

acompanha os clientes mais expostos.

6.6

Relatórios para empresas

O CLIENTE RECEBE

um relatório periódico de sinistralidade e risco, com recomendações.

OS AGENTES DE IA

recolhem os dados de sinistros e apólices e montam o relatório.

O MEDIADOR

apresenta-o ao cliente e transforma-o em plano de prevenção.

Renovações proativas e alertas de sinistro dão mais valor com menos esforço

Os seis serviços por valor para o cliente e esforço de implementação. Posição indicativa.



Seis novos serviços · valor para o cliente e esforço de implementação, posição indicativa

Renovações proativas e alertas de sinistro são o ponto de partida natural: o cliente sente a diferença logo, e assentam em processos que a mediação já faz. Eventos de vida e lacunas na carteira pedem mais dados e mais maturidade, mas são onde está o maior valor a prazo.

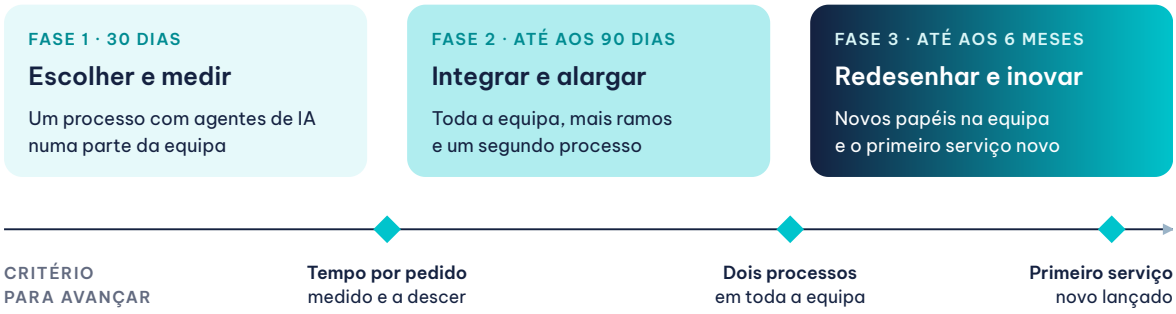
SECÇÃO 07

Pôr em prática

Seis meses chegam para passar do primeiro processo automatizado ao primeiro serviço novo. Começa-se por um processo, mede-se, e só depois se alarga.

Do primeiro processo ao primeiro serviço novo em seis meses

Três fases, cada uma com um critério para avançar



Roteiro de implementação · 3 fases e o critério para avançar em cada uma

FASE 1 PRIMEIROS 30 DIAS

Escolher e medir

- Escolher um processo com volume e repetição, como as cotações Automóvel ou as renovações.
- Medir o ponto de partida: tempo por pedido, tempo de resposta ao cliente, erros.
- Pô-lo a correr com agentes de IA numa parte da equipa, com aprovação em cada passo.

FASE 2 ATÉ AOS 90 DIAS

Integrar e alargar

- Estender o processo a toda a equipa e aos principais ramos.
- Juntar um segundo processo, como sinistros ou comunicação com clientes.
- Rever as métricas todos os meses e ajustar os pontos de aprovação.

FASE 3 ATÉ AOS 6 MESES

Redesenhar e inovar

- Redistribuir o tempo libertado: menos back office, mais aconselhamento e vendas.
- Lançar o primeiro serviço novo, a partir da matriz da secção 6.
- Definir quem na equipa supervisiona os agentes de IA e com que regras.

Integração: trabalhar com o que já existe

Não é preciso trocar de sistema de gestão, nem pedir integrações às seguradoras. Uma IA vertical trabalha sobre a infraestrutura que a mediação já usa: o ERP, os portais das seguradoras, o email e o WhatsApp. Replica a ação humana: acede aos mesmos sítios da equipa, com as mesmas credenciais e as mesmas regras, e com os cuidados de segurança garantidos.

Isto torna a implementação mais rápida e mantém a relação com cada seguradora tal como está.

Os agentes de IA trabalham dentro de limites claros, pensados para evitar erros críticos, e cada processo define os pontos em que uma pessoa tem de intervir. Várias seguradoras já autorizaram este modo de trabalho.

Como mudam os papéis da equipa

HOJE	COM AGENTES DE IA
Preencher portais e copiar dados	Rever e aprovar o que os agentes de IA prepararam
Responder a pedidos à medida que chegam	Tratar os casos que pedem conselho ou negociação
Acompanhar renovações e sinistros à mão	Acompanhar os clientes mais expostos e os de maior valor
Pouco tempo para o cliente	Tempo para aconselhar, vender e desenhar novos serviços

O objetivo não é reduzir a equipa. É mudar o que cada pessoa faz no dia a dia, e quem fazia o trabalho mais repetitivo costuma ser o primeiro a sentir o alívio.

SECÇÃO 08

Caso de estudo: redesenhar a operação na prática

Um corretor nacional decidiu redesenhar a operação inteira, em vez de automatizar tarefas soltas. Definiu métricas concretas e traçou o caminho: por onde começar, o que muda em cada passo e como se mede o progresso.

O que já se mede

Dois mediadores que usam a plataforma de forma madura há vários meses dão a referência. Entre maio e julho de 2026, cada um fez entre 8 200 e 9 500 simulações por mês com agentes de IA. Só nesse processo, cada um evitou entre 610 e 710 horas de trabalho manual por mês, o equivalente a quatro a cinco pessoas a tempo inteiro.[16]

Num mediador mais pequeno, a conta faz-se da mesma forma: cada 100 simulações correspondem a cerca de 7,5 horas de trabalho manual evitado.

Isto é só a cotação: cobranças, sinistros, renovações e venda cruzada ficam fora desta conta, e é aí que está a maior parte do valor. No corretor deste caso, os resultados ainda estão a ser medidos.

O cliente

Corretor de seguros com presença nacional, vários escritórios, uma central de apoio ao cliente e milhares de clientes. Já usava agentes de IA nas simulações Automóvel há vários meses.

O desafio

- Mais de metade do dia de cada colaborador ia para tarefas operacionais.
- Os pedidos chegavam por email, telefone e WhatsApp, de vários escritórios, sem uma fila comum.
- Os mesmos dados eram reintroduzidos no portal de cada seguradora.
- Os recibos eram descarregados portal a portal e a reconciliação fazia-se à mão, no fim do mês.
- Os sinistros eram acompanhados por email, um a um.

A direção pediu para repensar a operação como se fosse desenhada hoje, a começar por recibos e reconciliação, sinistros, renovações e uma leitura da operação a partir dos dados do ERP.

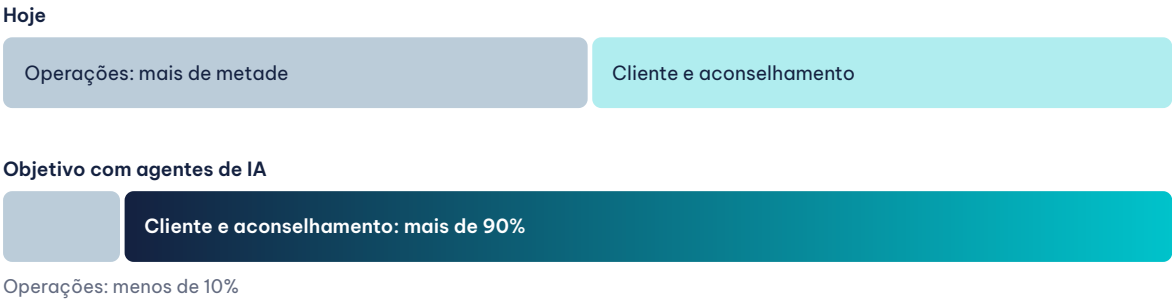
Os objetivos

O projeto fixou um objetivo a dois anos: uma operação em que as tarefas operacionais ocupam menos de 10% do dia, os agentes de IA executam nas seguradoras e cada pessoa da equipa se dedica ao cliente. A mudança faz-se processo a processo, com validação humana no último passo e sem rutura para clientes nem para a equipa.

PARA	OBJETIVO
Clientes	Resposta em minutos, em qualquer canal; carteira revista a cada renovação; sinistro acompanhado em horas
Equipa	Nenhum dado reintroduzido em portais; o dia dedicado à relação, ao aconselhamento e à decisão
Direção	Os mesmos processos em todos os escritórios, incluindo os novos; indicadores da operação sempre atualizados

O objetivo: mais de 90% do dia para o cliente

Como se divide o dia de um colaborador. Valores indicativos, a medir face à base acordada.



Observação FRANK em mediadores da plataforma: mais de 50% do dia em operações; objetivo do projeto: menos de 10%

A solução: antes e depois



A operação no primeiro dia

Um pedido entra por qualquer canal e sai executado nas seguradoras, com uma pessoa a validar o último passo. Cada parte fica com o seu papel: os agentes de IA executam o meio da cadeia, as seguradoras mantêm o produto, o risco e a decisão de sinistro, e o corretor decide e assina.



No arranque, quatro processos já estavam disponíveis com agentes de IA: cotação, emissão, sinistros e renovações. Os restantes entram por ordem de valor.

Como avança

O projeto avança em ciclos trimestrais. Em cada ciclo, as duas equipas levantam processos e volumes, definem as prioridades por valor e esforço, constroem os agentes de IA a partir das gravações que cada colaborador escolhe fazer, testam-nos com casos reais e medem horas, receita e tempos de resposta face à base acordada.

A revisão no fim de cada ciclo decide o passo seguinte de um roteiro a dois anos, que só avança na parte que os resultados justificam: primeiro cobranças e reconciliação e uma fila única de pedidos, depois sinistros, renovações e uma vista única de cada cliente em toda a rede, e por fim novos canais e escritórios novos a trabalhar com os mesmos processos desde o primeiro dia.

O cliente final vê sempre a marca do corretor, em todos os canais. Os agentes de IA trabalham por baixo, e nada sai sem a validação de uma pessoa.

Como se mede o sucesso

INDICADOR	O QUE MEDE
Tempo por pedido	Minutos entre a entrada do pedido e a resposta pronta a validar
Tempo de resposta ao cliente	Horas entre o pedido e a resposta enviada
Taxa de sucesso da automação	Pedidos executados pelos agentes de IA sem intervenção manual
Horas libertadas por pessoa	Trabalho manual evitado, por mês
Peso das operações no dia	Parte do dia passada em tarefas operacionais
Retenção na renovação	Apólices renovadas face às que venciam
Venda cruzada	Apólices por cliente
Satisfação	Da equipa e dos clientes, medida a cada ciclo

SECÇÃO 09

Conclusão: o regresso da mediação

SEGUNDA-FEIRA, NOVE DA MANHÃ

As três renovações que vencem esta semana já têm proposta preparada, com alternativas de coberturas e assistências. O sinistro tem os documentos pedidos e o cliente recebeu a atualização no sábado. O pedido de cotação que chegou no domingo está pronto a validar.

O mediador abre o dia com uma lista curta de decisões e duas chamadas para fazer. Uma é ao cliente que mudou de casa. A outra é a uma empresa cuja sinistralidade subiu e que precisa de um plano de prevenção.

Nada disto exige uma equipa maior. Exige que o trabalho de back office passe para quem o faz melhor e mais depressa, e que o tempo que sobra volte para onde a mediação sempre teve valor: o conselho.

Três passos para começar:

- **Perceber onde está.** As cinco perguntas da secção 4 mostram o nível de integração de IA da sua operação.
- **Começar por um processo.** Escolher o que mais tempo consome, medir o ponto de partida e pô-lo a correr com agentes de IA.
- **Transformar tempo em serviço.** Usar as horas libertadas para criar um serviço novo que os clientes notem.

A mediação sempre foi um ofício de confiança. Os agentes de IA tiram do caminho tudo o que está a atrapalhar.

PRÓXIMO PASSO

Marque um diagnóstico de 30 minutos com a equipa FRANK. Revemos juntos o resultado da autoavaliação, identificamos o processo com mais potencial na sua operação e desenhamos os primeiros 30 dias.

info@meet-frank.com · frankinsurance.ai

SOBRE NÓS

Sobre a FRANK

A FRANK é o Operador IA para mediadores de seguros. Os seus agentes de IA executam o trabalho operacional da mediação, da cotação à renovação, nos sistemas e portais que cada mediador já usa, e deixam a decisão sempre com uma pessoa. Em setembro de 2026, a plataforma servia mais de 350 mediadores e agências, com mais de 1 500 utilizadores por dia e mais de 80 000 tarefas por mês.[17]

Autores: Equipa FRANK.

FONTES

1. ECO, **Mediadores de seguros ativos voltam a diminuir em 2025. Já são 10.024** https://eco.sapo.pt/2026/09/28/mediadores-de-seguros-ativos-voltam-a-diminuir-em-2025-ja-sao-10-024/, 28/09/2026, a partir do Relatório sobre a Atividade da Mediação de Seguros da ASF.
2. ECO, **1 em cada 3 agentes de seguros abandonou atividade em 2021** https://eco.sapo.pt/2022/03/03/1-em-cada-3-agentes-de-seguros-abandonou-atividade-em-2021/, 03/03/2022.
3. MarshBerry, **European Markets Review 2025** https://reports.marshberry.com/year-in-review-2025/european-markets-review.
4. ECO, **Autoridade da Concorrência não se opõe à aquisição da Seguramos pela MDS** https://eco.sapo.pt/2026/01/14/autoridade-da-concorrencia-nao-se-opoe-a-aquisicao-da-seguramos-pela-mds/, 14/01/2026; Cuatrecasas, **Grupo Concentra adquire a Obimedia** https://www.cuatrecasas.com/pt/portugal/art/grupo-concentra-expandese-na-peninsula-iberica-e-adquire-mediadora-de-seguros-portuguesa-obimedia; ECO, **Corretora britânica PIB Group compra mediadora de seguros AQS** https://eco.sapo.pt/2026/04/16/corretora-britanica-pib-group-compra-mediadora-de-seguros-aqs/, 16/04/2026.
5. ECO, **Comissões dos mediadores de seguros cresceram 17% em 2024** https://eco.sapo.pt/2025/09/08/comissoes-dos-mediadores-de-seguros-cresceram-17-em-2024/, 08/09/2025, a partir de dados da ASF e da APS.
6. ECO, **CTT começa a mexer com a distribuição de seguros em Portugal** https://eco.sapo.pt/2026/09/07/ctt-comeca-a-mexer-com-a-distribuicao-de-seguros-em-portugal/, 07/09/2026, a partir de dados da APS.
7. McKinsey, **The state of AI in 2025: Agents, innovation, and transformation** https://www.mckinsey.com/capabilities/tech-and-ai/our-insights/the-state-of-ai-2025, novembro de 2025, inquérito a 1 993 participantes em 105 países.
8. Harvey, **Harvey raises growth round at $11 billion valuation, co-led by GIC and Sequoia** https://harvey.ai/blog/harvey-raises-growth-round-at-dollar11-billion-valuation-co-led-by-gic-and-sequoia, 25/03/2026.
9. HLTH, **Abridge expands clinical intelligence AI across 300 health systems** https://hlth.com/insights/news/abridge-expands-clinical-intelligence-ai-across-300-health-systems, 18/08/2026.
10. Fortune, **Could AI create a one-person unicorn? Sam Altman thinks so** https://fortune.com/2024/02/04/sam-altman-one-person-unicorn-silicon-valley-founder-myth, 04/02/2024, a partir de uma entrevista de Sam Altman a Alexis Ohanian. Tradução livre.
11. Fortune, **Shopify CEO says no new hires without proof AI can't do the job** https://fortune.com/2025/04/08/shopify-ceo-ai-automation-no-new-hires-tech-jobs/, 08/04/2025; Digital Commerce 360, **Shopify revenue and GMV, Q4 2025** https://www.digitalcommerce360.com/2026/02/17/shopify-revenue-gmv-q4-2025/, 17/02/2026.
12. CMSWire, **Klarna CEO: we're giving AI more customer service work, not less** https://www.cmswire.com/contact-center/klarna-ceo-were-giving-ai-more-customer-service-work-not-less/, 20/05/2025; Klarna, **Klarna Group plc Publishes Full Year 2025 Results** https://www.businesswire.com/news/home/20260226134670/en/Klarna-Group-plc-Publishes-Full-Year-2025-Results, 26/02/2026.
13. Insurance Business, **Consumers prefer human insurance advisors, but AI adoption grows** https://www.insurancebusinessmag.com/au/news/cyber/consumers-prefer-human-insurance-advisors-but-ai-adoption-grows-507942.aspx, 02/10/2024. Estudo UserTesting com 4 000 adultos nos EUA, Reino Unido e Austrália.
14. EIOPA, **Eurobarometer 2025: consumer trends in insurance and pension services** https://www.eiopa.europa.eu/tools-and-data/eurobarometer-2025-consumer-trends-insurance-and-pension-services_en, inquérito a 25 846 consumidores dos 27 Estados-Membros, maio de 2025.
15. ITIJ, **One in four Europeans say nothing will make them trust insurance AI** https://www.itij.com/latest/news/one-four-europeans-say-nothing-will-make-them-trust-insurance-ai, 25/05/2026. Guidewire European Insurance Consumer Survey 2026, mais de 4 000 segurados no Reino Unido, França, Alemanha e Espanha.
16. Dados da plataforma FRANK, dois mediadores com utilização madura, maio a julho de 2026. Cálculo com 4,5 minutos evitados por simulação e 147 horas de trabalho por pessoa e por mês.
17. Indicadores da plataforma FRANK, setembro de 2026.

WHITEPAPER #3

A revolução da inteligência artificial já chegou ao mercado, incluindo à indústria seguradora.
Descubra e aprenda os próximos passos a dar para catalisar o seu negócio e como tornar a IA uma vantagem competitiva.

SOBRE O FRANK

O FRANK é uma insurtech portuguesa fundada em dezembro de 2024 que desenvolve um operador de IA para mediadores de seguros, ou seja, um assistente de inteligência artificial que executa o trabalho administrativo das agências de mediação, desde cotações nos portais das seguradoras e a gestão de sinistros, até à gestão administrativa, mantendo sempre a aprovação e o controlo humano.

Marque um diagnóstico de 30 minutos com a equipa FRANK.

info@meet-frank.com · frankinsurance.ai

FRANK