

Uso de IA no crédito já rendeu pelo menos R\$ 250 milhões ao Bradesco

Valor Econômico/Finanças/São Paulo

Data Veiculação: 14/04/2026

[Acesse a notícia aqui](#)

IA no crédito já rendeu pelo menos R\$ 250 milhões ao Bradesco, diz Oliveira

Banco tem usado ferramentas, incluindo as desenvolvidas pela investida Kunumi, para aprimorar processos existentes e criar novas funcionalidades

Muitas vezes o uso de inteligência artificial (IA) no setor bancário é visualizado principalmente no atendimento ao cliente ou desenvolvimento de códigos. Mas a utilização dessa nova tecnologia nos modelos usados para concessão de crédito, que são a essência da atividade bancária, já vêm dando resultados concretos. O Bradesco estima ter um impacto de ao menos R\$ 250 milhões só nessa vertical.

Em entrevista ao Valor, André Duarte Oliveira, membro do comitê-executivo do Bradesco e responsável pela área de crédito, explica que no novo plano estratégico do banco, lançado há dois anos, a unidade ganhou uma equipe de inteligência artificial dedicada, que usa dados para ajudar na precificação, modelagem, concessão e cobrança, tanto no varejo como no atacado. A abordagem é dividida em duas partes, uma chamada de "AI powered", algo como "impulsionada por IA", em que a tecnologia é usada para impulsionar e melhorar processos que já existem; e outra de "AI first", quando se criam novos processos a partir da inteligência artificial. "O nosso mote é muito fugir do 'hype' [a moda da IA] e ir para prática", diz o executivo.

Com diversas iniciativas em andamento, fica até difícil mensurar o impacto da IA no crédito, mas o banco precisou delimitar bem o escopo de algumas estratégias em função da sua parceria com a Kunumi, que havia sido fundada em 2016 por Nívio Ziviani e Alberto Colares. O Bradesco comprou a startup de IA, originada na Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), em 2023, mas manteve a total autonomia e independência da companhia. E, por conta das cláusulas de "earn-out" [pagamento baseado no desempenho futuro de ativos], precisa calcular os impactos das ferramentas que utiliza. "Com o primeiro bloco de entregas da Kunumi que estão amadurecendo, a gente já vê um resultado de R\$ 250 milhões", conta Rafael Cavalcanti, diretor de inteligência de dados e CRM (Gestão de Relacionamento com o Cliente).

Em uma leitura mais abrangente, Oliveira diz que o uso da IA no crédito já gerou um impacto estimado de mais de R\$ 1 bilhão no lucro líquido anual do Bradesco, usando como base de comparação o ano de 2023, antes do início do processo de transformação do banco. Isso sem contar outras externalidades positivas que não são fáceis de mensurar, como redução na fricção na relação com parceiros, maior engajamento de clientes etc.

No atacado, por exemplo, a IA já é usada para fazer clipping de notícias. Pode parecer uma tarefa simples, mas coletar informações em milhares de jornais e sites espalhados pelo país, que podem afetar a economia de determinada microrregião, era algo impossível de fazer em escala de maneira manual. "Isso nos ajuda a ter tempestividade na gestão do crédito. Se a gente detecta a notícia de um evento climático no interior de Goiás, por exemplo, isso nos gera um alerta para um analista de crédito que consegue avaliar e tomar uma decisão", conta Cavalcanti.

O Bradesco também já tem um modelo de machine learning com agentes de IA atuando como se fossem cientistas de dados. "A concepção de um modelo de machine learning lembra uma programação, e com agentes de IA a gente consegue acelerar a construção de modelos. O que demorava seis meses, agora

leva três. Fizemos algumas experimentações com modelos feitos de um dia para o outro, que depois comparamos com um modelo oficial feito por cientistas de dados, e os resultados são muito próximos", aponta Oliveira.


Na cobrança, o banco tem usado IA para monitorar centenas de milhares de ligações feitas pelos atendentes de call-center para renegociação com clientes. A tecnologia analisa os diálogos e sugere abordagens individualizadas para cada atendente sobre como negociar com um cliente naquela situação. Além disso, também começa a trabalhar na inteligência de dados para identificar macro tendências que surgem nessas conversas e podem afetar o cenário de crédito em geral. Para empresas de médio porte (middle market), modelos de machine learning impulsionados por inteligência artificial já decidem cerca de 20% das propostas de renegociação automaticamente. Além disso, a IA ajuda a identificar clientes em situação de pré-inadimplência. "Vamos supor que o cliente tem uma série de ativos e condições, e tem relacionamento com quatro, cinco bancos. Quem chega primeiro, consegue resolver melhor a vida do cliente e bebe água limpa; pode ficar com a melhor garantia", diz Oliveira.

Em casos de empresas em recuperação judicial, por exemplo, a inteligência artificial também tem ajudado. A ferramenta auxilia a listar todos os fornecedores, clientes e credores, que são dados não estruturados, elencados de maneira organizada no processo. Antes isso era feito manualmente por analistas de crédito do Bradesco, que avaliavam as consequências daquela recuperação judicial para os clientes do banco, considerando suas exposições líquidas àquele ecossistema. "Hoje, no dia seguinte de uma recuperação judicial, eu já tenho uma cadeia semianalisada e já tem aqueles clientes que merecem, aí sim, uma avaliação julgamental rápida", diz o responsável pela área de crédito.

Ainda na concessão de crédito para o atacado, o chamado "time to yes" — ou seja, quanto tempo o banco leva para analisar o pedido de um cliente e aprová-lo, se for o caso — passou de dez dias para 3,3 dias. "Os próprios clientes sentiram que a gente está mais rápido. A gente faz painéis com as empresas e elas estão nos dizendo isso. E ganhamos velocidade com segurança, porque a probabilidade de default dessas safras se reduziu e estabilizou em um patamar bem mais baixo que antes." No varejo, um desafio que o setor bancário sempre teve foi estimar a renda de determinados públicos, como profissionais autônomos. Mesmo com o avanço do open finance, e com base de dezenas de milhões de clientes, fazer essa estimativa não é tão simples quanto parece. Cavalcanti explica que técnicas de machine learning têm muito poder de interporlar dados, ou seja, obter informações dentro de um conjunto. O poder de extrapolar inteligência sempre foi mais complicado, e é justamente nisso que a IA vem ajudar.

"Se eu nunca dei crédito para um determinado nicho de clientes, como eu posso inferir a performance daquele grupo? A IA generativa permite que a gente gere dados sintéticos. Esses dados têm uma grande vantagem porque não violam a privacidade. E era algo que a gente não tocava, a Kunumi é que veio nos provocar e falar sobre dados sintéticos", diz Cavalcanti. Com alma de "bancário", os executivos do Bradesco tinham certo receio em testar dados sintéticos, que são uma área de fronteira mesmo no conhecimento acadêmico. "A beleza da parceria com a Kunumi é que eles ficaram aqui seis meses, usando uma base de dados reais, e sendo questionados por cientistas de dados internos nossos muito bons", explica Oliveira. Cavalcanti compara os dados sintéticos com vídeos gerados por IA, que hoje já são quase impossíveis de serem distinguidos de imagens reais.

"Da mesma maneira que a gente vê o vídeo de um bebê e vem aquele aviso: 'esse bebê não existe, ele foi gerado por IA', poderíamos falar: 'esse dado não existe, ele foi gerado por IA', mas a nossa base de dados identifica que é um registro válido para a gente fazer modelagem", diz.



"Se a gente detecta um evento climático em Goiás, isso gera um alerta para um analista de crédito avaliar e tomar uma decisão"

Rafael Cavalcanti

André Duarte Oliveira, do Bradesco: "Com agentes de inteligência artificial, o que demorava seis meses, agora leva três"

Álvaro Campos De São Paulo