

Pesquisa:

RETRATO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NO MERCADO DE CAPITAIS

1ª Edição - 2026

ÍNDICE

03 **APRESENTAÇÃO**

A IA ganhou espaço no mercado financeiro. Agora começa a jornada da maturidade.

04 **PARTE 1 — TODOS A BORDO**

- 05 1. Uso de IA já é realidade
 - 07 2. O que o mercado faz com IA
 - 08 3. Estágio atual: entre pilotos e escala
 - 09 4. Não usuários: um grupo pequeno, mas revelador
-

10 **PARTE 2 — A JORNADA**

- 12 5. Governança, dados e risco: a fundação ainda em construção
 - 17 6. Cultura, liderança e capacitação
-

20 **PARTE 3 — O DESTINO**

- 21 7. O que precisa ser solucionado: barreiras para uma adoção segura e sólida
 - 22 8. Mensuração: a lacuna
 - 23 9. Índice de maturidade: a régua da evolução
-

25 **METODOLOGIA**

26 **CONCLUSÃO**

- 26 Uma agenda para a maturidade no uso de IA
-

27 **EXPEDIENTE**

ÍNDICE INTERATIVO. CLIQUE NOS TÍTULOS DE INTERESSE.

A IA GANHOU ESPAÇO NO MERCADO FINANCEIRO. AGORA COMEÇA A JORNADA DA MATURIDADE.

A inteligência artificial deixou de ser uma promessa distante e já é parte da rotina das instituições do mercado financeiro. Está presente em processos internos, análises, controles, gestão de riscos, produtividade e relacionamento com clientes. O movimento é disseminado, mas não é uniforme. Ele avança em ritmos diferentes e com níveis distintos de estruturação.

Para compreender esse movimento com base em evidências, este relatório apresenta uma pesquisa realizada pela Anbima, em parceria com o Datafolha, com 177 empresas do mercado financeiro. O levantamento nasceu da percepção de que, embora a IA estivesse cada vez mais presente nas discussões do setor, ainda faltava um diagnóstico estruturado sobre como a tecnologia vinha sendo adotada na prática e quais resultados já gerava.

A primeira resposta oferecida pelo levantamento é clara: 92% das empresas já utilizam alguma forma de IA. O dado lança luz no estágio atual do mercado e desloca a discussão. A questão já não é saber se a tecnologia chegou ao setor. Com a adoção amplamente instalada, o ponto passa a ser entender em que grau essa incorporação se traduz em maturidade, governança, controle, mensuração, integração estratégica e geração de valor seguro e recorrente.

Com isso, a pesquisa cumpre um papel que vai além de medir o uso de tecnologia. Ela cria uma fotografia de partida para o mercado de capitais e organiza uma base concreta para acompanhar a evolução dessa agenda nas próximas edições.

</body>

</html>

Os resultados mostram um mercado em aceleração. Para 59% das empresas, a IA ganhou muita relevância nos últimos 12 meses. Para 63%, ganhará ainda mais relevância no próximo ano. O mercado reconhece o potencial da tecnologia e já identifica benefícios, sobretudo em eficiência, produtividade e automação de tarefas.

Ao mesmo tempo, os dados revelam um retrato mais complexo do que o debate público sobre IA costuma sugerir. A adoção é ampla, mas ocorre com diferentes níveis de maturidade. O uso ainda se concentra em aplicações mais táticas, especialmente em processos internos e backoffice. A expansão para usos mais integrados à estratégia depende de avanços em governança de dados, gestão de riscos, capacitação, controles e mensuração de resultados.

Para sintetizar esse retrato, o relatório apresenta um índice de maturidade em IA. A proposta é reunir diferentes dimensões da adoção, como uso da tecnologia, governança, gestão de riscos, dados, cultura, pessoas e mensuração, e posicionar as empresas em uma escala de 1 a 5.

A média geral ficou em 2,7. O resultado indica um mercado em estágio intermediário: a IA já saiu da fase inicial de adoção, mas ainda não alcançou níveis amplamente disseminados de escala, governança consolidada, mensuração e integração estratégica.

Esse mapeamento também se conecta à atuação da Rede Anbima de Inovação. Ao consolidar uma fotografia setorial da IA, a pesquisa oferece insumos para orientar jornadas de capacitação, fóruns de discussão, projetos colaborativos, produção de boas práticas e futuras discussões técnicas sobre o tema. Os resultados ajudam a direcionar iniciativas que respondam às necessidades reais do mercado.

O mercado já embarcou na IA. Agora começa a etapa mais importante: aprender a navegar.

1 USO DE IA JÁ É REALIDADE

92% DAS EMPRESAS UTILIZAM IA

O principal resultado da pesquisa é a quase universalização da IA no mercado de capitais. E com 92% das empresas usando alguma prática de inteligência artificial, o nível de adoção deixou de ser o principal ponto de dúvida. A questão passou a ser o peso que esse uso tem para as instituições e o quanto ele já influencia decisões.

Se a adoção está estabelecida, o estágio de maturidade do uso de IA ainda é muito desigual. Adoção, neste relatório, significa presença e uso da tecnologia; maturidade diz respeito a nível de governança, capacidade de mensuração, estágio de escala e direcionamento do uso da inteligência artificial em áreas estratégicas das empresas.

Quatro em cada dez (39%) dão nota 9 ou 10 para a importância atual da IA, e a média geral fica em 7,39. O porte da empresa faz diferença nesse quesito. Quanto maior o número de funcionários e o patrimônio líquido, maior tende a ser a importância atribuída ao tema.

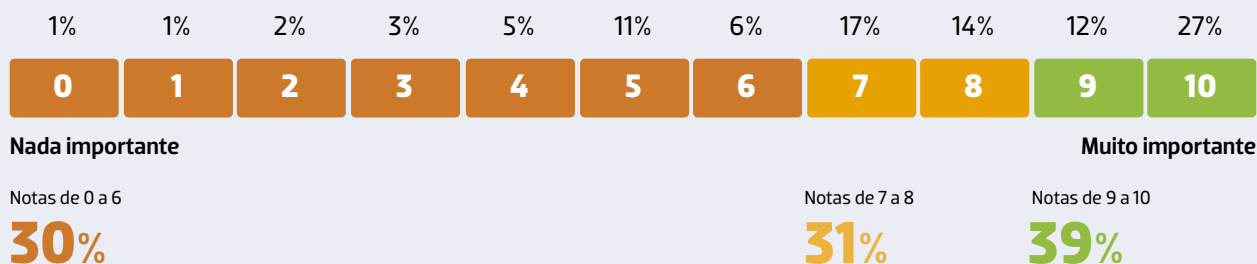
A trajetória recente reforça esse movimento. Para 59% das empresas, a IA ganhou muita relevância nos últimos 12 meses. E, para os próximos 12 meses, 63% esperam que ela cresça ainda mais. Nenhum dos grupos avaliados aponta perda de relevância no horizonte. O futuro é visto, portanto, com expectativa de avanço.

Praticamente nenhuma empresa espera uma redução da relevância da IA no futuro, indicando um consenso pouco comum entre agendas tecnológicas sobre sua trajetória.

Essa percepção se traduz em ação. Oito em cada dez empresas participaram de alguma atividade voltada à IA no último ano. As mais comuns foram os projetos exploratórios, como experimentações, pilotos, provas de conceito e iniciativas de desenvolvimento, presentes em 69% dos casos. Logo atrás vêm formações e conteúdos, como cursos, fóruns e palestras, com 65%.

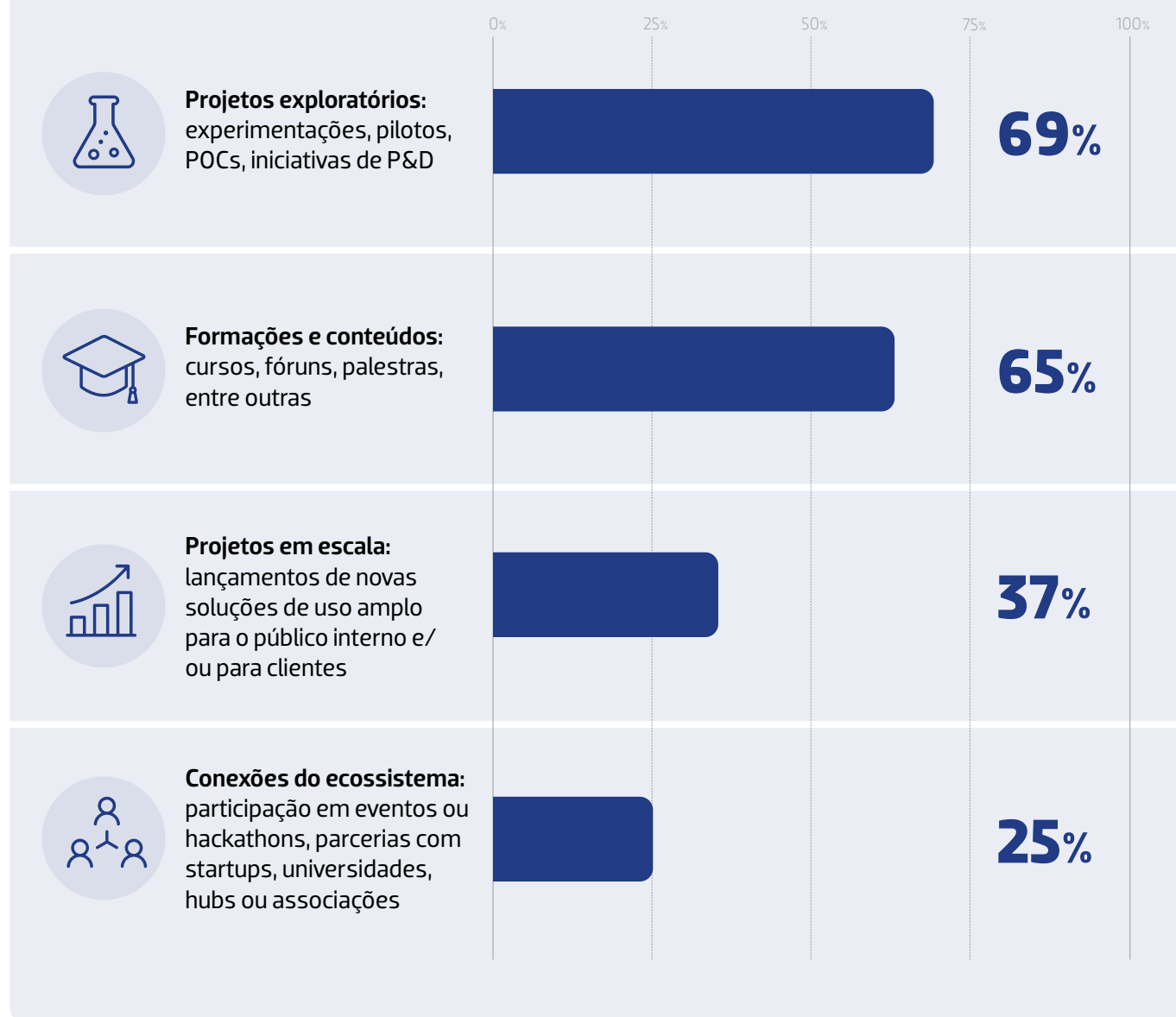
39% das empresas deram nota 9 ou 10 para a importância da IA

IMPORTÂNCIA DA IA PARA A EMPRESA



As atividades voltadas à IA revelam uma diferença relevante entre experimentar e escalar. Enquanto iniciativas exploratórias e de formação já mobilizam parcela significativa das empresas, projetos em escala são menos disseminados. Essa distância ajuda a explicar por que a maturidade ainda não acompanha o ritmo de adoção: boa parte da mobilização do mercado permanece concentrada nas etapas de exploração, capacitação e teste.

PARTICIPAÇÃO EM ATIVIDADES VOLTADAS PARA IA NO ÚLTIMO ANO



Consultamos também as empresas sobre os impactos da tecnologia esperados para os próximos 12 a 24 meses. A maior concordância está no ganho de eficiência para os processos internos, mas as expectativas também apontam para o potencial da IA como fonte de diferenciação competitiva. O mercado parece, assim, enxergar a tecnologia simultaneamente como instrumento de eficiência e de competitividade. A visão geral é otimista, embora ainda não seja possível saber em que medida essas expectativas se traduzirão em iniciativas estruturadas, escala e resultados concretos.

[Nota]: T2B é a soma das notas 4 (Concorda em parte) e 5 (Concorda totalmente).

IMPACTOS ESPERADOS DO USO DE IA

DISTRIBUIÇÃO DAS RESPOSTAS (%)

A Inteligência Artificial aumenta a eficiência dos processos internos



A Inteligência Artificial gera diferenciais competitivos no mercado



A Inteligência Artificial traz estímulo à aprendizagem organizacional e cultura de inovação



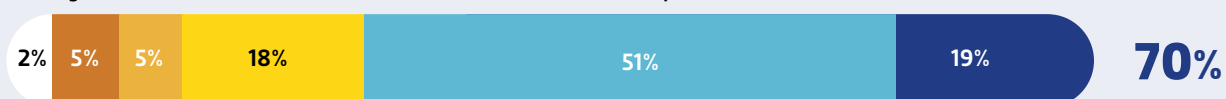
A Inteligência Artificial melhora a qualidade da tomada de decisão da empresa



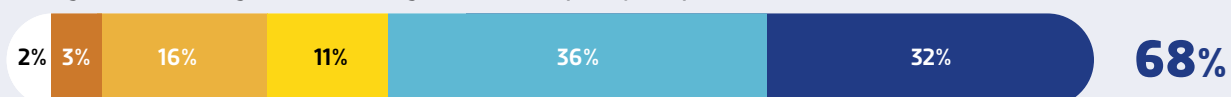
A Inteligência Artificial abre oportunidades para criação de novos produtos ou serviços, novas fontes de receita e/ou novos modelos de negócio



A Inteligência Artificial facilita o relacionamento com os clientes da sua empresa



A Inteligência Artificial exige investimentos significativos em capacitação de pessoas



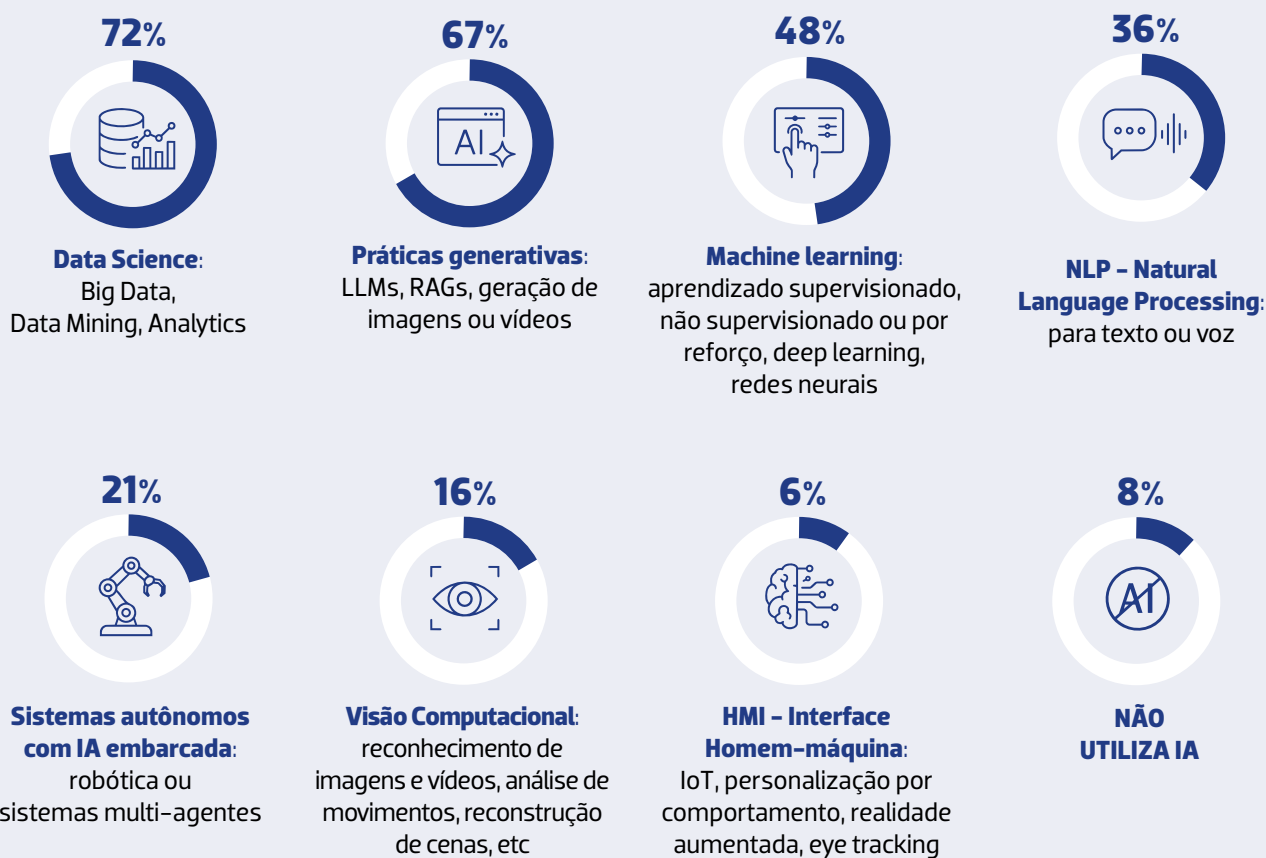
A Inteligência Artificial gera dependência de fornecedores externos de tecnologias



2 O QUE O MERCADO FAZ COM A IA

O centro de gravidade do uso de IA no mercado de capitais ainda está nas aplicações táticas e nos ganhos operacionais. As práticas mais utilizadas são data science¹ e IA generativa. Na sequência, aparecem machine learning², processamento de linguagem natural, sistemas autônomos com IA embarcada, visão computacional e interfaces homem-máquina.

PRÁTICAS DE IA NA EMPRESA



Essa distribuição indica que a adoção da IA ainda está mais consolidada nas frentes diretamente ligadas a dados, sistemas, automação e processamento de informação. O predomínio de Data Science e IA Generativa sugere que esse avanço ocorre, sobretudo, a partir de ativos já existentes nas instituições, como dados, processos e conhecimento corporativo, em aplicações mais imediatas e com ganhos de eficiência mais visíveis. A expansão para usos mais integrados ao negócio, à estratégia e à geração de novas receitas aparece em estágio mais gradual.

Nota: 1 ciência de dados; 2 aprendizado de máquina.

A presença de data science e IA generativa mostra duas frentes de adoção. A primeira está ligada ao uso de dados, analytics, mineração de informação e apoio à análise. A segunda se conecta ao avanço recente dos modelos generativos, como assistentes, grandes modelos de linguagem e aplicações de geração ou processamento de conteúdo.

Quando as empresas descrevem casos de sucesso na aplicação de IA, a concentração em eficiência fica ainda mais evidente. Entre as que usam IA, 94% souberam apontar algum exemplo.

CASOS DE SUCESSO COM IA

BackOffice e Operações



Projetos em Andamento



Research, Investimentos e Análise de Dados



Compliance, Jurídico e Gestão de Riscos



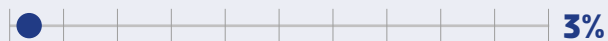
Relacionamento com Cliente e Front Office



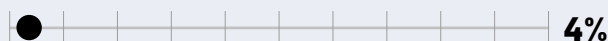
Planejamento, Estratégia e Logística



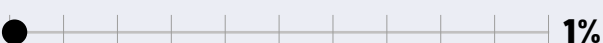
Outras



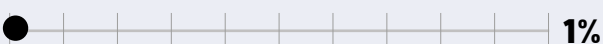
Nenhum



Recusa



Não sabe



Os casos relatados reforçam o mesmo padrão. A IA tem sido usada principalmente em atividades com alto volume de informação, tarefas repetitivas ou necessidade de ganho de eficiência. Na prática, as empresas citam usos como:

- ✓ processamento de informações;
- ✓ resumo de documentos;
- ✓ apoio a análises;
- ✓ organização de dados;
- ✓ automação de rotinas;
- ✓ aceleração de consultas;
- ✓ revisão de processos;
- ✓ apoio a decisões pontuais.

A concentração desses exemplos em operações e backoffice mostra que os ganhos mais tangíveis da IA ainda estão associados à produtividade e à eficiência, áreas em que os resultados tendem a ser percebidos mais rapidamente. Esse valor tático é relevante e pode criar as condições para avanços posteriores, expandindo o uso atual, mais voltado à eficiência interna, para áreas diretamente relacionadas ao modelo de negócio.

Quanto aos impactos percebidos, entre as empresas que utilizam ao menos um tipo de IA, 93% afirmam notar algum efeito.

IMPACTOS PERCEBIDOS COM O USO DE IA

72%

Eficiência operacional/
redução de custos

54%

Qualidade da
tomada de decisão

40%

Compliance e
gestão de riscos

24%

Relacionamento
com clientes

17%

Receita/geração
de novos negócios

7%

Nenhum impacto
perceptível

Há uma diferença importante entre onde a IA gera valor hoje e onde poderá gerar valor no futuro. Atualmente, os benefícios percebidos estão mais concentrados em eficiência operacional, com ganhos de produtividade, agilidade e otimização de processos. As expectativas para os próximos anos, porém, ampliam esse horizonte, apontando para um papel mais estratégico da tecnologia, com potencial para transformar produtos, serviços e modelos de negócio.

A lista de impactos positivos já percebidos pela adoção de IA nas empresas segue na mesma direção do aumento de produtividade, citado por 80% das empresas que usam a tecnologia, e da automação de tarefas, citada por 75%. O apoio à decisão em áreas específicas e a redução de riscos ou erros aparecem em patamar semelhante, ambos acima de 50%. A melhoria na qualidade dos processos e das decisões também supera a metade das respostas.

IMPACTOS POSITIVOS DA IA NA EMPRESA



Embora o valor mais visível da IA hoje esteja em fazer a instituição funcionar melhor por dentro, a transformação do modelo de negócio começa a

aparecer: a criação de novos produtos ou serviços é citada por 17%, a vantagem competitiva por 14% e a mudança de modelo de negócio chega a apenas 6%.

3 ESTÁGIO ATUAL: ENTRE PILOTOS E ESCALA

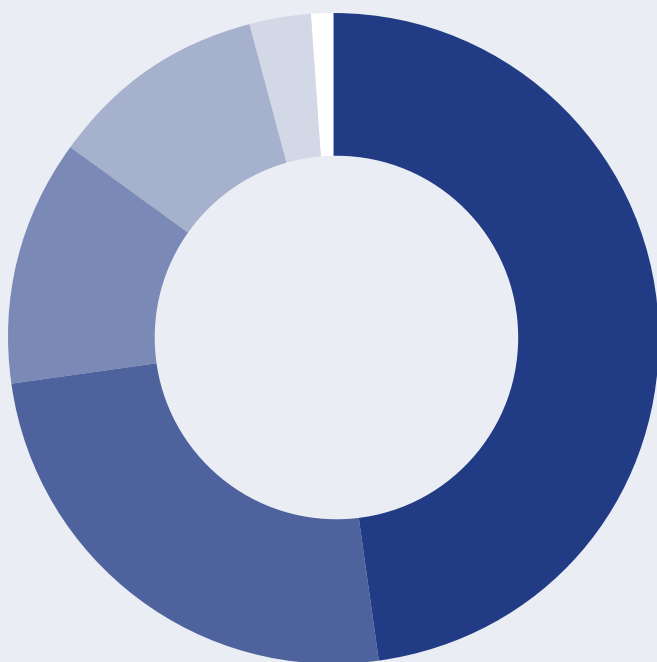
A adoção da IA não significa maturidade homogênea. Entre as empresas que usam IA, 48% se colocam em estágio intermediário, com aplicação em áreas-chave e melhoria de processos. Esse é o centro da curva. A IA já gera efeitos perceptíveis, mas ainda não aparece, para a maioria, como parte integrada de processos críticos ou como fonte clara de vantagem competitiva. A concentração das empresas nessa faixa sugere um mercado que já acumulou experiências suficientes para avançar, mas ainda não converteu esse aprendizado em transformação ampla.

Nos estágios iniciais, 12% observam algum movimento dentro da instituição, mas sem impacto perceptível. Outros 25% relatam projetos isolados com ganhos pontuais. Esses dois grupos indicam um mercado que experimenta, aprende e testa usos, mas ainda não consolidou plenamente seu modelo de adoção.

Nos estágios mais avançados, 11% dizem ter IA integrada em processos críticos, com ganhos de produtividade e uso em novos negócios. Apenas 3% afirmam ter vantagem competitiva clara. Embora pequeno, esse grupo mostra que a fronteira de maturidade já existe no mercado brasileiro.

Há um contraste importante: a IA já é amplamente utilizada, mas ainda não é diferenciadora. A fronteira competitiva está menos no simples acesso à tecnologia e mais na qualidade de sua implementação, integração ao negócio e capacidade de levá-la à escala.

ESTÁGIO ATUAL DA IA QUANTO AO NEGÓCIO



48%

Aplicação em áreas-chave com melhoria de processos

25%

Existem projetos isolados com ganhos pontuais

12%

Observa algum movimento dentro da instituição, mas sem impacto perceptível

11%

Integrado em processos críticos com ganhos de produtividade e uso em novos negócios

3%

Existe vantagem competitiva clara

1%

Não sabe dizer

AMOSTRA: 162 RESPONDENTES QUE UTILIZAM IA

4 NÃO USUÁRIOS: UM GRUPO PEQUENO, MAS REVELADOR

Os não usuários de IA representam uma parcela pequena da amostra. Apenas 8% das empresas entrevistadas afirmam não utilizar nenhuma das práticas de IA listadas na pesquisa. Esse grupo corresponde a 15 casos, uma base insuficiente para análises estatísticas robustas. Ainda assim, suas respostas ajudam a entender as barreiras de entrada.

As razões para não usar IA não indicam, em geral, rejeição à tecnologia. As mais citadas foram a percepção de que ela ainda está no começo e a ausência de necessidade ou a escala reduzida da empresa.

A leitura é coerente com o restante da pesquisa. A distância dos não usuários parece ligada mais à estrutura e ao momento de adoção do que a uma oposição ao tema. Algumas empresas relatam que ainda estudam o assunto. Outras não sentem necessidade, em função do porte ou da complexidade dos seus processos.

POR QUE NÃO USA IA

Ainda muito no começo/ tecnologia recente

27%

Não teve necessidade/ empresa pequena

27%

Em fase de adaptação

13%

Falta de tempo

7%

Custo alto para empresas menores

7%

Processos complexos

7%

Outras

20%

Recusa

7%

A intenção de adotar IA no futuro também mostra uma abertura parcial. Entre as empresas que não usam IA, 27% dizem já estar em planejamento ou implantação, enquanto 20% pretendem adotá-la em até um ano. Outros 27% não têm planos definidos, mas consideram a possibilidade.

Quando perguntadas sobre o que poderia acelerar a decisão de adotar IA, as empresas citam principalmente a redução dos custos de implementação.

MOTIVAÇÃO PARA IMPLEMENTAR IA

Redução de custos de implementação

53%

Demonstração clara de benefícios para o negócio

33%

Exemplos de sucesso em empresas similares

27%

Disponibilidade de profissionais capacitados

20%

Mudanças regulatórias ou incentivos do setor

13%

Pressão competitiva do mercado

13%

Outras respostas

7%

O grupo é pequeno, mas instrutivo. Os resultados sugerem que as principais barreiras estão menos relacionadas à aceitação da tecnologia e mais à percepção de viabilidade, necessidade e retorno para o negócio.

Em conjunto, os resultados da primeira parte mostram que a IA já entrou na rotina das instituições, mas o valor gerado ainda é majoritariamente tático. Os capítulos seguintes examinam as capacidades que separam experimentação e escala: dados, governança, gestão de riscos, políticas, cultura, capacitação e mensuração.

5 GOVERNANÇA, DADOS E RISCOS

Depois de mostrar que a IA já está disseminada no mercado financeiro, passamos a uma questão central sobre maturidade: quais estruturas sustentam esse uso? Em inteligência artificial, maturidade não se mede apenas pela quantidade de ferramentas adotadas ou de projetos em andamento. Ela depende também da existência de regras, responsabilidades, controles e mecanismos de acompanhamento que permitam usar a tecnologia com segurança e capacidade de escala.

É nesse sentido que a governança se torna uma dimensão decisiva, organizando as condições para que a IA seja aplicada de forma alinhada às necessidades da instituição. Isso envolve desde a qualidade dos dados utilizados até a definição de políticas internas, critérios de aprovação, monitoramento de riscos e prestação de contas.

Neste relatório, a governança pode ser lida em três camadas complementares:

Governança de dados: trata de qualidade, acesso, integração e responsabilidades;

Governança do uso responsável: abrange políticas, transparência, comitês e prestação de contas;

Gestão de riscos dos modelos: envolve testes, monitoramento, bloqueios e aprovação.

Quando essas camadas são parciais ou informais, o uso de IA tende a ficar menos auditável, mais difícil de escalar e mais distante de aplicações críticas.

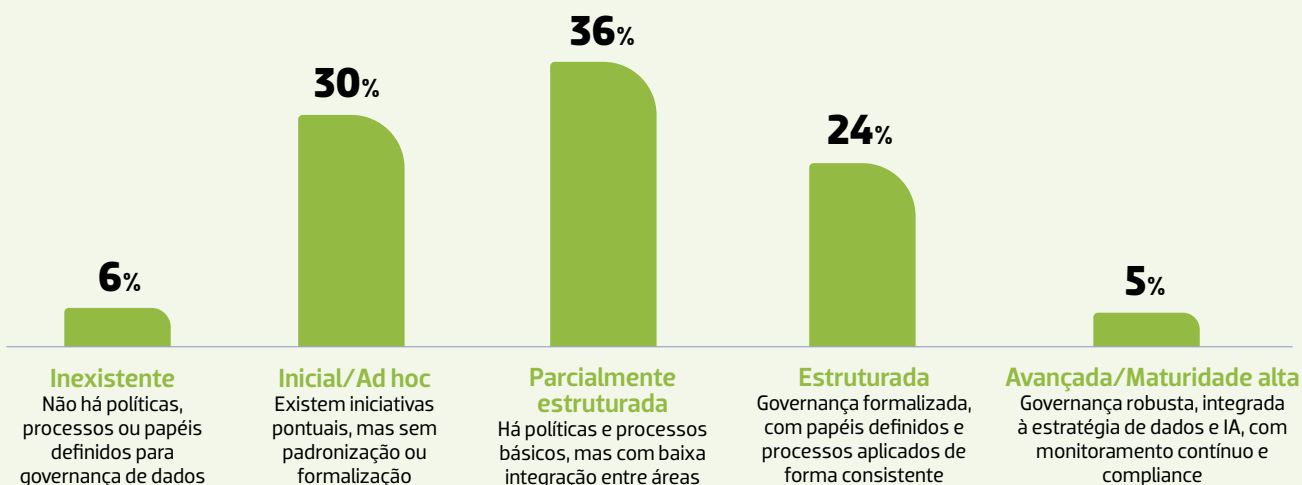
Os dados da pesquisa mostram que esse é um dos principais pontos de atenção para o mercado financeiro.

A adoção da IA avançou, mas a formalização de políticas e processos de monitoramento ainda ocorre em ritmo desigual entre as instituições. O desafio central, portanto, vai além de acessar ou usar a tecnologia. Está em criar condições para usá-la com segurança e em escala.

As informações coletadas na pesquisa indicam que esse é justamente o caminho pelo qual a adoção de IA pelo mercado financeiro está passando.

Na governança de dados, menos de um terço das empresas que usam IA afirma ter uma estrutura formalizada ou avançada para lidar com o tema. A maioria conta com políticas e processos básicos, mas com baixa integração entre as áreas, ou está em fase ainda muito inicial, sem padronização ou formalização.

GOVERNANÇA DE DADOS PARA IA



Da adoção à maturidade: confira os guias e estudos da Anbima para apoiar sua jornada em IA

Esse tópico é relevante porque a governança de dados funciona como uma das bases de maturidade em IA. A governança de dados aparece como um gargalo estrutural. Sem dados organizados, integrados e bem geridos, o potencial da IA tende a encontrar limites antes mesmo dos desafios tecnológicos. Sem papéis definidos, critérios de acesso e integração entre as áreas, a tecnologia pode até ser utilizada, mas sua expansão tende a encontrar limites operacionais e de gestão.

O quadro se repete nas políticas e na governança para o uso responsável da IA. A maioria das empresas que usam IA se declara num estágio de maturidade limitada. Ou seja: políticas formais, comitês, registro de modelos, monitoramento, gestão de incidentes, auditorias e treinamentos recorrentes ainda estão concentrados numa parcela pequena do mercado.

POLÍTICAS E GOVERNANÇA PARA O USO RESPONSÁVEL DA IA

Inexistente



8%

Não há diretrizes ou política formal sobre IA; o uso não é supervisionado e não existem mecanismos de monitoramento.

Em desenvolvimento



52%

Existem diretrizes informais ou política em elaboração; iniciativas pontuais/pilotos; monitoramento ad hoc; papéis e responsabilidades ainda não definidos.

Parcial



29%

Há política formal aprovada e comunicada em algumas áreas; diretrizes específicas por caso de uso; processos de aprovação/registo e monitoramento interno; papéis definidos, porém sem auditorias independentes ou comitê de ética atuante.

Consolidada



9%

Política formal abrangente e corporativa; governança robusta com comitê de ética em IA; avaliações de risco/impacto (AIA), registro de modelos; monitoramento contínuo com métricas; auditorias periódicas internas/externas; gestão de incidentes e treinamentos recorrentes.

Avançada/ Maturidade alta



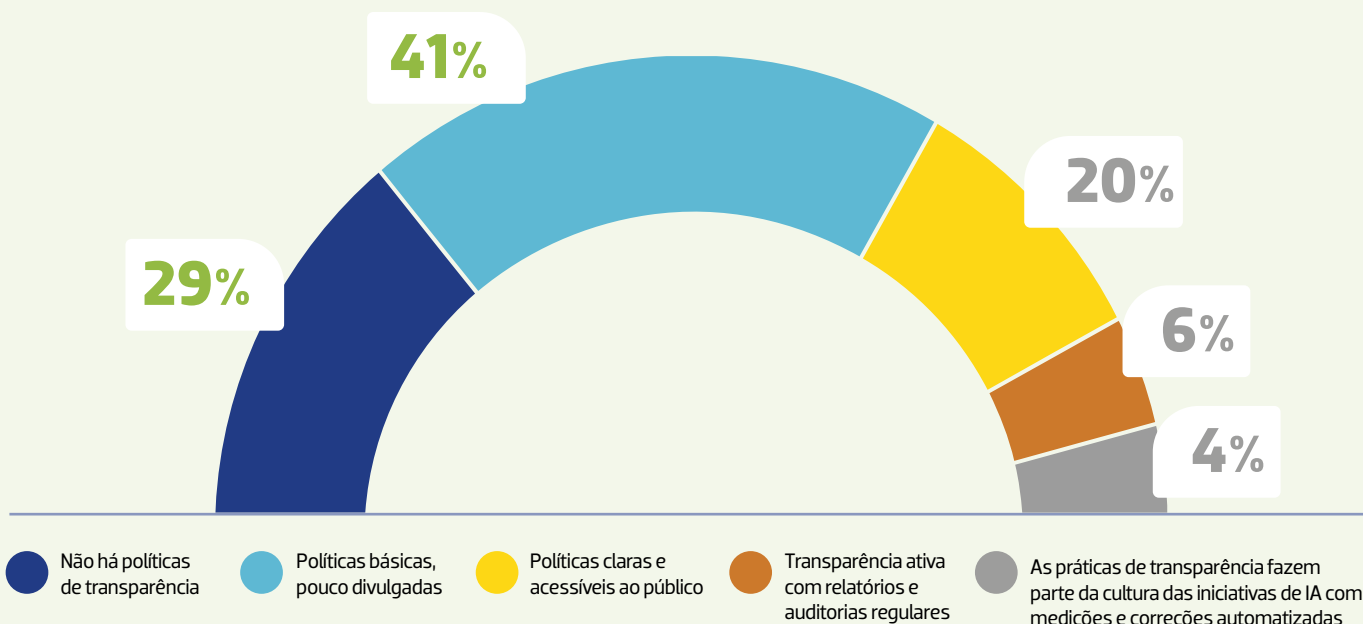
3%

Além das práticas descritas na opção "Consolidada", também formalizamos princípios de uso ético da IA e conquistamos o apoio da liderança executiva para a governança do tema e estabelecemos níveis claros de tomada de decisão em IA.

Os resultados sugerem que a institucionalização da IA ainda está em curso. O uso da tecnologia avança em ritmo mais acelerado do que a consolidação de políticas, processos e mecanismos formais de supervisão. Esse descompasso indica que, em muitas instituições, a adoção já faz parte da prática, enquanto as estruturas necessárias para orientar, acompanhar e governar seu uso ainda estão em processo de amadurecimento.

A transparência também aparece como ponto de atenção. Sete em cada dez empresas afirmam não ter políticas de transparência ou ter apenas políticas básicas. As práticas mais estruturadas, com políticas claras, relatórios, auditorias regulares e mecanismos incorporados à cultura das iniciativas de IA, ainda são menos frequentes. Esse tema tende a ganhar importância à medida que a IA se aproxima de processos críticos e de decisões com impacto sobre clientes, investidores e o mercado.

TRANSPARÊNCIA NO USO DE IA



PARA QUAL ÁREA REPORTA?

Tecnologia (CTO / TI / Engenharia)

49%

Diretoria / Presidência / Alta liderança

48%

Compliance / Conformidade

39%

Riscos / Gestão de Riscos

26%

Dados / Analytics / Inteligência de Mercado

11%

Operações / Eficiência

9%

Estratégia / Planejamento

7%

Inovação / Transformação Digital

3%

Produto / Experiência do Cliente

3%

Ainda não tem uma área/ equipe responsável

4%

Esses resultados confirmam que a maturidade em IA exige também clareza sobre quem decide e sobre quem monitora os riscos, trazendo transparência com auditorias e documentação frequentes.

O reporte da agenda de IA mostra que a responsabilidade pelo tema é distribuída. Entre as empresas que usam IA, as equipes e iniciativas se reportam principalmente à área de tecnologia e à alta liderança. Compliance e gestão de riscos aparecem na sequência. Essa multiplicidade indica que a IA já é um tema transversal e que sua governança exige coordenação entre setores técnicos, áreas de controle e liderança executiva.

Na gestão de riscos, os testes de robustez revelam uma estrutura ainda em consolidação. A maioria das empresas (79%) faz algum tipo de teste antes da implantação, mas apenas uma pequena parte realiza testes sistemáticos e abrangentes ou contínuos. O padrão mais comum ainda está em verificações informais, pontuais ou aplicadas apenas a modelos críticos e a áreas selecionadas.

TESTE DE ROBUSTEZ



O controle sobre serviços de IA não aprovados internamente mostra um quadro parecido. Esses serviços podem incluir ferramentas, plataformas ou aplicações que não passaram pelos critérios definidos pela própria instituição, seja por políticas internas, seja pela avaliação das áreas responsáveis por tecnologia, segurança, compliance ou riscos.

Metade das empresas não bloqueia ativamente os serviços de IA não aprovados. Parte delas não monitora nem bloqueia; outra parte monitora, mas não impede o uso. Entre as que adotam mecanismos de bloqueio, os controles técnicos mais abrangentes ainda aparecem em parcela menor.

BLOQUEIO DE IA

Não há bloqueio nem monitoramento de serviços não aprovados



Há monitoramento, mas sem bloqueio ativo



Alguns serviços não aprovados são bloqueados, com base em riscos identificados



Todos os serviços de IA não aprovados são ativamente bloqueados por políticas e treinamentos



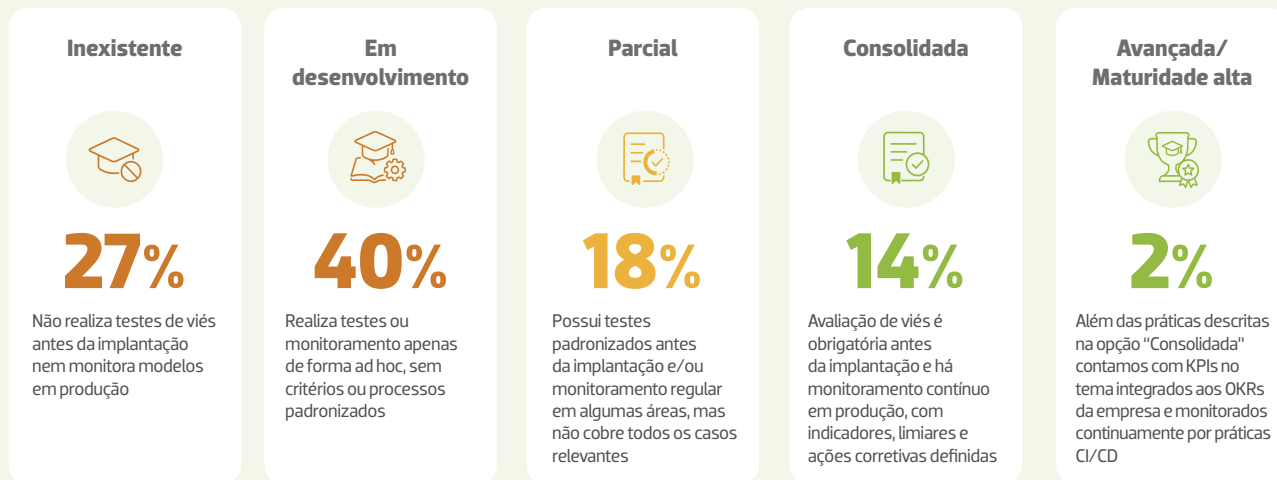
Todos os serviços de IA não aprovados são ativamente bloqueados por controles técnicos



O monitoramento de riscos de viés ou discriminação também é uma dimensão importante da governança em IA. Esse tipo de acompanhamento busca identificar se um modelo pode produzir respostas, recomendações ou decisões com tratamento desigual, inadequado ou injustificado para determinados grupos, perfis de clientes ou situações de negócio.

Entre as empresas que usam IA, quase um terço não faz testes de viés antes da implantação nem monitora os modelos em produção. A maior parcela (40%) testa ou monitora de forma pontual, sem critérios ou processos padronizados. As práticas mais estruturadas, com avaliação obrigatória antes da implantação ou monitoramento contínuo em produção, ainda aparecem em parcela menor.

MONITORAMENTO DE RISCOS



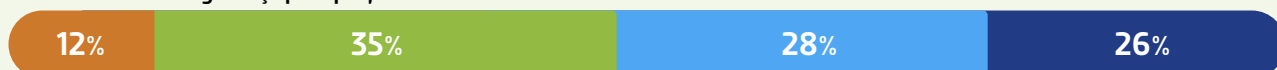
As políticas de proteção de dados e de cibersegurança para projetos de IA mostram uma maturidade um pouco maior, mas ainda com presença significativa de práticas informais. A aprovação formal de compliance para projetos de IA aparece em patamar menor, o que reforça a leitura de que a estrutura de controle ainda não acompanha a expansão do uso.

PROTEÇÃO DE DADOS E SEGURANÇA

Políticas de proteção de dados para projetos de IA



Políticas de cibersegurança para projetos de IA



Processo formal de aprovação de Compliance para IA



● Não possui ● informais ou em desenvolvimento ● formais aplicadas em alguns projetos ● formais consolidadas e aplicadas em todos os projetos de IA

O conjunto desses dados aponta para uma conclusão: governança é uma das dimensões que diferenciam adoção de maturidade.

A próxima etapa consistirá em fortalecer as bases que permitirão escalar esse uso com segurança e capacidade de demonstrar conformidade e resultado.

A construção dessas bases não depende apenas de processos formais. Ela também passa por cultura, liderança e capacitação. A forma como as empresas comunicam a estratégia de IA, preparam suas equipes e estimulam a experimentação ajuda a explicar por que algumas avançam mais rapidamente do que outras.

O mercado usa, testa e percebe valor na IA, mas a estrutura de governança que permitiria escalar com segurança avança em ritmo mais lento e, principalmente, desigual entre as instituições.

6 CULTURA, LIDERANÇA E CAPACITAÇÃO

A maturidade em IA não depende só de tecnologia. Ela exige comunicação, capacitação, confiança e disposição para experimentar. E a pesquisa mostra um mercado com abertura para a IA, ainda que com estruturas de desenvolvimento interno em formação.

Em relação à comunicação institucional da liderança sobre a estratégia de IA, 15% das empresas que usam IA dizem não ter essa prática. Outras 25% relatam uma comunicação ocasional

e pouco clara. Em 35% dos casos, a comunicação já é regular e tem objetivos definidos. E 20% afirmam ter uma comunicação clara, frequente e alinhada à visão estratégica. O estágio mais maduro, com visão de futuro e avaliação de maturidade, aparece em apenas 5%. A baixa presença dos estágios mais avançados sugere que muitas organizações ainda tratam a IA como iniciativa tecnológica, e não necessariamente como transformação estratégica.

COMUNICAÇÃO DA ESTRATÉGIA DE IA

Não há comunicação institucional sobre IA

15%

Comunicação ocasional e pouco clara

25%

Comunicação regular com objetivos definidos

35%

Comunicação clara, frequente e alinhada à visão estratégica

20%

Maturidade visível

5%

A capacitação é um dos pontos mais sensíveis. Entre as empresas que usam IA, a maior parte faz treinamentos esporádicos ou ações isoladas, sem um plano contínuo, ou mantém programas regulares, mas de alcance limitado ou sem integração estratégica. O mercado parece ter avançado mais rapidamente na adoção da tecnologia do que na preparação das pessoas para utilizá-la de forma consistente.

CAPACITAÇÃO EM IA

Inexistente



18%

Não há iniciativas estruturadas de capacitação em IA

Em desenvolvimento



45%

Treinamentos esporádicos ou ações isoladas, sem plano contínuo

Parcial



24%

Programas regulares de capacitação em IA, mas com alcance limitado ou sem integração estratégica

Consolidada



12%

Estratégia contínua e estruturada para desenvolvimento e retenção de talentos em IA, com programas abrangentes e alinhados à visão da organização

Avançada/ Maturidade alta



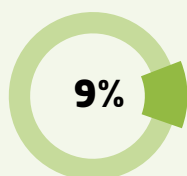
1%

Além das práticas descritas na opção "Consolidada", definimos líderes de negócio como champions ou sponsors para impulsionar o letramento em IA e implantamos mecanismos de monitoramento da prontidão dos colaboradores em relação à IA

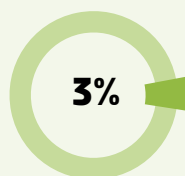
O incentivo à experimentação aparece num estágio um pouco mais favorável. O resultado sugere que a disposição para testar novas soluções aparece antes da formação de capacidades, políticas e critérios comuns para orientar esses testes.



INCENTIVO À EXPERIMENTAÇÃO COM IA



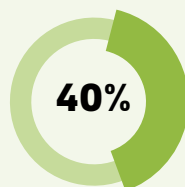
Desconhecida
– Nunca realizamos uma pesquisa ou diagnóstico de cultura para inovação ou experimentação.



Aversa à inovação com IA –
A cultura institucional não apoia iniciativas relacionadas à IA



Abertura genérica para inovação, mas sem foco em IA
– Há incentivo à inovação, porém IA não é prioridade apenas em projetos específicos, sem padronização



Valorização seletiva da IA
– A cultura apoia experimentação com IA em áreas ou projetos específicos



Cultura orientada à IA e inovação contínua
– A experimentação com IA é amplamente incentivada e integrada à estratégia organizacional

AMOSTRA: 162 RESPONDENTES QUE UTILIZAM IA

Quanto a possíveis resistências internas à IA, embora elas existam, não parecem ser o principal bloqueio. Entre as empresas que usam IA, mais da metade diz não haver resistência significativa. Os dados ajudam a desconstruir uma percepção comum: a resistência cultural existe, mas não parece ser o principal obstáculo para a expansão da IA.

RESISTÊNCIA À IA

Não há resistência significativa



Resistência pontual

Possui alguma resistência: 46%



Resistência relevante

Possui grande resistência: 10%



Resistência generalizada



Quando a resistência aparece, os motivos mais citados são a desconfiança quanto à precisão ou à segurança das soluções, com 57%, e a falta de conhecimento ou capacitação sobre IA, com 53%. A dificuldade de adaptação a novas tecnologias vem com 31%, as

preocupações éticas ou de privacidade com 30%, e o medo de substituição de empregos com 18%.



RAZÕES DE RESISTÊNCIA À IA



AMOSTRA: 74 (UTILIZA IA E ENXERGA RESISTÊNCIA)

Essa distribuição ajuda a qualificar o desafio. A resistência parece ligada à falta de confiança, preparo e clareza. O mercado demonstra abertura para experimentar, mas ainda precisa consolidar capacidades internas para que o uso deixe de depender de iniciativas pontuais.

Liderança e capacitação são, assim, elementos importantes para transformar a abertura cultural em capacidade institucional.

Não se trata de convencer as equipes sobre a importância da IA, mas de criar condições para que saibam utilizá-la de forma segura e produtiva, compreendam seus limites e conectem seu uso às prioridades estratégicas da organização.

7 O QUE PRECISA SER SOLUCIONADO: BARREIRAS PARA UMA ADOÇÃO SEGURA E SÓLIDA

A pesquisa identificou pontos que ainda precisam ser endereçados para que a adoção de IA avance de forma mais segura e estruturada e, então, evolua para um uso mais maduro e estratégico. São temas ligados à gestão do uso da tecnologia, à preparação das equipes, à segurança e à formalização de políticas e processos.

Entre as empresas que usam IA, 61% apontam desafios. O item mais citado é a necessidade de novos controles ou auditorias. Em seguida, vêm a falta de capacitação ou treinamento, acompanhados de custo de implementação, falta de segurança ou privacidade, falta de especialistas no mercado e falta de políticas e procedimentos.

IMPACTOS NEGATIVOS OU DESAFIOS DA IA



Necessidade de novos controles ou auditorias

24%



Falta de capacitação ou treinamento

22%



Custo de implementação

19%



Falta de segurança ou privacidade

17%



Falta de especialistas no mercado

16%



Falta de políticas e procedimento

15%



Necessidade de retrabalho ou revisão de processos

11%



Riscos/barreiras de compliance ou regulatórios

11%



Dados de baixa qualidade ou pouco acessíveis

11%



Resistência de colaboradores

9%



Falta de clareza sobre benefícios da IA

9%



Infraestrutura tecnológica insuficiente

9%



Aumento do custo operacional

6%



Falta de prioridade da liderança

4%

38%

Não houve impactos negativos relevantes



1%

Não sabe



A primeira leitura é que a adoção de IA cria novas exigências organizacionais. Usar IA com segurança demanda controles, auditorias, revisão de processos, gestão de riscos e clareza sobre responsabilidades. Esses elementos fazem parte do próprio processo de amadurecimento.

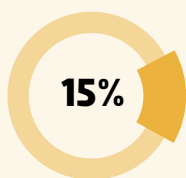
A segunda leitura é que muitas dificuldades têm a ver com viabilizar a adoção. Capacitação, especialistas, custo, políticas, infraestrutura, dados e confiança são condições de entrada ou de avanço. Quando elas não estão presentes, o uso tende a ficar restrito a testes, iniciativas isoladas ou aplicações de menor risco. O desafio do mercado está em transformar uso em capacidade institucional.

8 MENSURAÇÃO: A LACUNA

O mercado percebe valor na adoção de IA. A dificuldade está em medir esse valor de forma estruturada. Esse é um dos pontos mais importantes da pesquisa, porque revela a distância entre o benefício percebido e a gestão efetiva dos resultados. Sem mensuração consistente, torna-se mais difícil justificar investimentos, priorizar casos de uso e demonstrar retorno ao negócio.

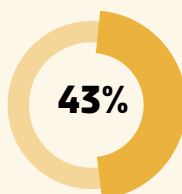
Entre as empresas que usam IA, a maioria afirma que a mensuração de resultados é percebida de forma subjetiva, sem métricas ou registros. A mensuração estruturada ou integrada à estratégia aparece em um grupo restrito.

MENSURAÇÃO DE RESULTADOS DA IA



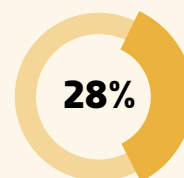
Não mensura nem acompanha resultados

– Não há mecanismos formais ou informais para avaliar impactos



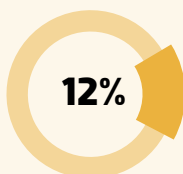
Percepção informal

– Resultados são percebidos de forma subjetiva, sem métricas ou registros



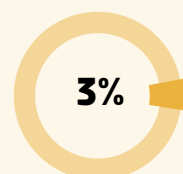
Mensuração pontual

– Indicadores ou métricas são usados apenas em projetos específicos, sem padronização'



Mensuração estruturada em algumas áreas

– Existem indicadores definidos e processos formais, mas aplicados apenas em áreas ou casos selecionados para texto ou voz



Mensuração corporativa integrada à estratégia

– Indicadores padronizados e processos formais aplicados em toda a organização, com acompanhamento periódico e indicadores ligados a metas estratégicas e relatórios para a alta liderança

AMOSTRA: 162 RESPONDENTES QUE UTILIZAM IA

Essa distribuição ajuda a explicar por que a maturidade ainda está em construção. A IA já gera ganhos percebidos em produtividade, automação, redução de erros e melhoria de processos. Sem métricas consistentes, porém, fica mais difícil comparar iniciativas, priorizar investimentos e demonstrar retorno, tornando maior o desafio de escalar o uso da IA.

Quando os resultados ficam só na percepção, a organização reconhece que algo melhorou, mas não consegue transformar esse ganho em informação gerencial sólida. Com a medição padronizada, a IA tende a ser acompanhada como parte da estratégia.

O próximo passo de maturidade depende de indicadores reconhecidos e conexão com os objetivos de negócio.

A pesquisa sugere que essa transição ainda é restrita. A maior parte das empresas está entre a percepção informal e a mensuração pontual.

A próxima fronteira de maturidade pode estar menos relacionada ao desenvolvimento de novas aplicações e mais à capacidade de medir o valor das aplicações já existentes.

9 ÍNDICE DE MATURIDADE

MATURIDADE DO MERCADO: 2,7/5



O mercado de capitais está em um estágio intermediário de maturidade em IA. Com média de 2,7 em uma escala de 1 a 5, o setor se posiciona na fase de estabilização: a experimentação já foi superada por muitas instituições, mas a escala ainda não se tornou predominante.

Para chegar a esse diagnóstico, desenvolvemos o índice de maturidade, uma régua criada para transformar o conjunto amplo de respostas da pesquisa em uma leitura comparável do estágio de adoção de IA no mercado. Seu papel também é estabelecer uma linha de base para acompanhar a evolução nas próximas edições.

A elaboração do índice teve o apoio da **MatchIT**, a partir de um framework de referência de mercado adaptado ao contexto brasileiro. A metodologia considera as respostas da pesquisa relacionadas a diferentes dimensões da maturidade em IA. Entre elas estão uso da tecnologia, infraestrutura de dados, governança, gestão de riscos, cultura, pessoas e integração da IA às operações das empresas.

A pontuação é apresentada em uma escala de 1 a 5. O primeiro estágio é o de planejamento e preparação, para empresas com nota média entre 1,0 e 1,5. Em seguida vem a experimentação, com nota entre 1,6 e 2,5. A estabilização reúne empresas com nota entre 2,6 e 3,5. Os níveis mais avançados são escala e performance, entre 3,6 e 4,5, e liderança, acima de 4,5.

Na prática, o resultado indica que a IA já deixou de ser apenas uma intenção ou uma agenda preliminar para boa parte das empresas. Ao mesmo tempo, mostra que o mercado ainda não alcançou, de forma disseminada, níveis mais altos de governança consolidada, mensuração de resultados e integração estratégica.

A forte concentração nos níveis intermediários sugere que o desafio do mercado não é iniciar a jornada de IA, mas concluir a passagem entre aprendizado e escala.

MATURIDADE NO USO DE IA

Planejamento e Preparação



5%

A organização reconhece a relevância da IA e começa a estruturar bases iniciais de dados, governança, gestão de riscos, cultura e mensuração.

Média de 1,0 a 1,5



Experimentação



34%

A organização realiza iniciativas pontuais ou pilotos de IA, ainda com práticas pouco padronizadas e integração limitada à estratégia.

Média de 1,6 a 2,5



Estabilização



40%

A organização já possui processos, papéis, controles e indicadores mais definidos para orientar o uso de IA com maior consistência

Média de 2,6 a 3,5



Escala e Performance



12%

A organização amplia o uso de IA com governança consolidada, gestão de riscos, dados estruturados e acompanhamento sistemático de resultados.

Média de 3,6 a 4,5



Liderança



1%

A organização utiliza IA de forma estratégica, responsável e integrada ao negócio, com práticas avançadas, melhoria contínua e impacto mensurável.

Média superior a 4,5



Os dados demonstram como há poucas empresas nos extremos do índice e forte concentração no meio da escala. De um lado, o grupo que ainda não usa IA ou está apenas se preparando é menor. De outro, também é restrita a parcela que chegou aos níveis superiores de escala, performance e liderança. O centro do mercado está entre experimentação e estabilização.

Para facilitar a leitura, os estágios do índice também foram agrupados por faixa de pontuação. As empresas posicionadas nas notas 1 e 2, que correspondem a planejamento, preparação e experimentação, formam o grupo de menor avanço relativo em IA. Já as empresas nas notas 3, 4 e 5, que correspondem a estabilização, escala e performance e liderança, formam o grupo com maior avanço relativo. A maior parte do grupo de "mais avançados em IA" está na nota 3, estágio de estabilização. A leitura mais adequada, portanto, é que mais da metade das empresas já passou da fase inicial, mas apenas uma parcela menor chegou aos níveis superiores de escala, performance e liderança.

O porte aparece como fator relevante nessa trajetória. Empresas maiores, considerando o patrimônio líquido sob gestão e o número de funcionários, tendem a estar mais presentes nos estágios avançados. Nesse grupo, a média de patrimônio líquido sob gestão é de aproximadamente R\$ 20 bilhões e o número médio de funcionários é 378. Entre as empresas "menos avançadas em IA", esses valores são cerca de R\$ 2,3 bilhões de patrimônio líquido sob gestão e 99 funcionários. A análise de patrimônio considera 134 das 177 empresas que responderam à pesquisa, uma vez que 43 informaram não possuir patrimônio sob gestão.

A diferença sinaliza que porte e estrutura interna tendem a estar associados a maior capacidade de consolidar governança, controles, dados e mensuração. Em empresas maiores, a adoção de IA pode encontrar mais recursos, processos e áreas especializadas para sustentar a passagem da experimentação para a escala.

MATURIDADE NO USO DE IA – POR GRUPOS

Ausência ou pré-maturidade

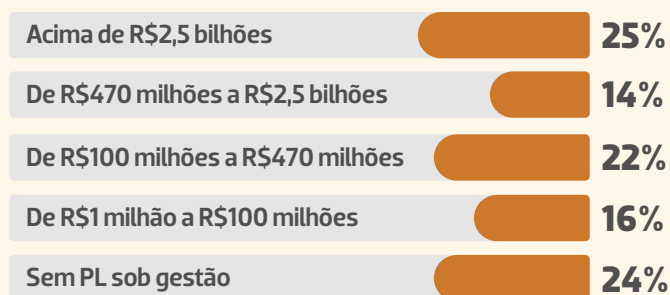
8%

39%

53%

EMPRESAS EM ESTÁGIOS INICIAIS

Soma de Planejamento e Preparação + Experimentação



EMPRESAS EM ESTÁGIOS INTERMEDIÁRIOS E AVANÇADOS

Soma de Estabilização + Escala e Performance + Liderança



O índice é um ponto de partida. Ele não encerra a discussão sobre maturidade. Ao contrário, organiza a leitura do mercado e permite observar, ao longo do tempo, se a adoção de IA se torna mais estruturada e passa a ocupar um espaço mais relevante na estratégia das instituições.

Nas próximas edições da pesquisa, será possível acompanhar se a média avança, se a concentração no meio da escala diminui e se cresce a parcela de empresas com governança consolidada, mensuração de resultados e integração estratégica da IA ao negócio.

COMO A PESQUISA FOI REALIZADA

Convidamos a participar da pesquisa as empresas que integram o ecossistema da Anbima, entre associadas e instituições aderentes aos nossos códigos de autorregulação. Desse universo, 177 empresas enviaram respostas. O objetivo foi mapear a adoção da inteligência artificial pelas instituições.

A coleta foi quantitativa e feita por e-mail, por meio de questionário online de autopreenchimento (C.A.W.I. – Computer Assisted Web Interviewing). O trabalho de campo ocorreu entre 21 de janeiro e 6 de abril de 2026. A margem de erro máxima para o total da amostra é de 7 pontos percentuais, para mais ou para menos, considerando um universo de 1.500 empresas. O nível de confiança é de 95%.

As leituras por segmentos devem considerar a base de respondentes. Resultados com menos de 30 casos foram identificados e devem ser observados com cautela estatística.

Questionário da pesquisa

Confira as perguntas realizadas no levantamento e entenda como os dados foram coletados.



80% Gestoras

20% Outras instituições*

*Securitizadoras, bancos, distribuidoras, corretoras e consultorias.

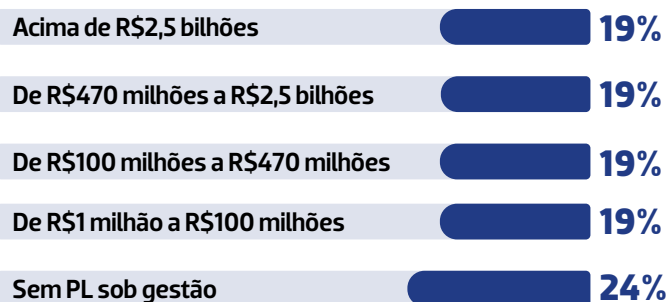


7 em cada 10 respondentes ocupam cargos de liderança C-level, diretores ou superintendentes.

Mais da metade trabalha nas áreas de operações, gerência geral ou tecnologia.

PERFIL DAS EMPRESAS

PATRIMÔNIO LÍQUIDO SOB GESTÃO



PORTE DAS EMPRESAS

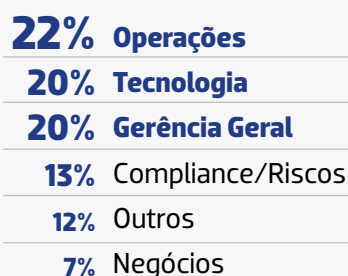


PERFIL DAS PESSOAS RESPONDENTES

CARGOS

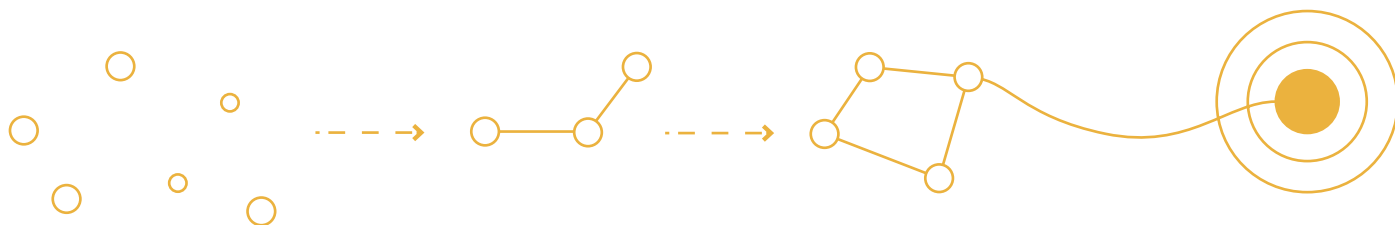


ÁREAS



Período de campo: 21 de janeiro a 6 de abril de 2026. Margem de erro: 7 pontos percentuais. Nível de confiança: 95%

UMA AGENDA PARA A MATURIDADE NO USO DE IA



A inteligência artificial já faz parte da realidade do mercado financeiro. Integra processos e rotinas da maior parte das instituições do setor. O debate agora é sobre como ela poderá gerar valor em escala, de forma segura e sustentável.

No estágio atual, os benefícios percebidos estão concentrados principalmente em ganhos de produtividade e eficiência. A IA tem sido utilizada de forma tática para automatizar atividades e reduzir esforço operacional. Os resultados obtidos até agora confirmam o potencial da tecnologia, mas também revelam o que ainda falta para um uso mais estratégico, totalmente integrado ao negócio.

A próxima etapa é a da maturidade. Isso significa avançar de iniciativas isoladas para uma abordagem sustentada por governança de dados, gestão de riscos, políticas internas, capacitação de pessoas e mecanismos consistentes de mensuração.

A fotografia está representada no índice de maturidade desenvolvido para este relatório. A média geral de 2,7 posiciona o mercado em um estágio intermediário: a experimentação já está disseminada, mas o caminho da escala, com plena integração à estratégia, está por ser percorrido.

O resultado indica, portanto, o espaço de desenvolvimento que existe à frente. E ele começa pela mensuração. Embora as empresas já reconheçam os benefícios da IA, ainda é necessário avançar na definição de indicadores que permitam avaliar resultados e riscos. A capacidade de medir o valor gerado será fator fundamental para orientar investimentos na tecnologia.

A maturidade também dependerá da capacidade das instituições de integrar competências técnicas, organizacionais e humanas. Será necessário criar condições para que elas sejam utilizadas de maneira responsável, com equipes treinadas e uma governança robusta.

Nesse contexto, a Anbima pode exercer um papel relevante na articulação da agenda setorial. A construção de referências comuns, a disseminação de boas práticas, a oferta de capacitação e orientação técnica e a criação de espaços de troca podem contribuir para reduzir assimetrias e apoiar uma evolução consistente do mercado. [Confira os conteúdos e guias da Anbima.](#)

Este relatório oferece uma primeira fotografia estruturada do uso de inteligência artificial no mercado de capitais. O objetivo é estabelecer uma linha de base para acompanhar sua evolução. Os próximos levantamentos vão mostrar tanto a velocidade na expansão do uso quanto a qualidade com a qual a IA ocupará espaços mais estratégicos.

A agenda aberta é a da maturidade.

Inteligência Artificial no Mercado de Capitais

Setembro de 2026

Superintendência de Sustentabilidade, Inovação e Educação

Marcelo Billi

Gerência de Sustentabilidade e Inovação

Luiz Pires

Equipe técnica

Antonio Matheus Sá

Giovanna Bambicini

Lucas Lucena

Yasmin de Azevedo Cardoso

Parceria técnica

Instituto Datafolha

MatchIT

Diretoria

Presidente

Roberto Paris

Diretores e diretoras

Adriano Koelle, Alessandro Chagas Farias, Andrés Kikuchi, Aquiles Mosca, Carlos Takahashi, César Mindof, Daniel Bassam, Eduardo Azevedo, Eric Altafim, Fernanda Camargo, Fernando Rabello, Flavia Palacios, Giuliano De Marchi, Gustavo Pacheco, Julya Wellisch, Luiz Sorge, Pedro Rudge, Roberto Paolino, Rodrigo Azevedo, Rubens Henriques, Sergio Bini e Zeca Doherty

Comitê executivo

Amanda Brum, Eliana Marino, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet, Lina Yajima, Marcelo Billi, Soraya Alves, Tatiana Itikawa, Thiago Baptista e Zeca Doherty

Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 501 – 704, Bloco II, Botafogo,

Rio de Janeiro, RJ – CEP: 22250-911

Tel.: (21) 2104-9300

São Paulo

Av. Doutora Ruth Cardoso, 8501, 21º andar,

Pinheiros São Paulo, SP – CEP: 05425-070

Tel.: (11) 3471 4200

www.anbima.com.br

 REDE ANBIMA DE
INOVAÇÃO



ANBIMA