

Por Rafael Cló (*)

E se o maior potencial da inteligência artificial não estiver em fazer as mesmas tarefas mais rápido, mas em mudar a forma como toda a indústria trabalha? Essa foi uma das reflexões que levei ao ITC Vegas, em setembro, ao lado de outros fundadores que estão repensando o futuro do seguro. A discussão passou por três forças que estão transformando o setor: avanços da medicina, eficiência operacional e distribuição personalizada.

A primeira vem de fora do mercado segurador. Medicamentos para perda de peso e novas tecnologias médicas estão mudando a forma como prevenimos e tratamos doenças. Um estudo publicado no [New England Journal of Medicine](#) encontrou menor incidência de eventos cardiovasculares importantes entre pessoas com sobrepeso ou obesidade e doença cardiovascular preexistente que receberam semaglutida. Esses avanços estão influenciando o setor da saúde e a longevidade das pessoas, mas seus efeitos sobre o risco segurado e os preços dependerão de como os resultados clínicos se refletirão nos indicadores de longo prazo.

A segunda força está dentro das companhias. Segundo levantamento da [CNseg em parceria com a EY, citado na cobertura do ITC](#), 80% das seguradoras brasileiras já utilizam alguma solução de inteligência artificial. O desafio agora é transformar adoção em resultado. Um relatório de 2026 do [Society of Actuaries Research Institute](#) destaca que o valor da IA na subscrição depende, entre outros fatores, da qualidade dos dados e do desenho dos processos. Começar pelo problema e pelo fluxo de trabalho, não pela ferramenta, é parte dessa mudança.

Na Azos, vemos esse potencial na prática. Nosso Copiloto de IA já superou 5 mil interações e foi acessado por mais de 2,1 mil corretores. Nas categorias em que a ferramenta executa tarefas, os acionamentos aos gerentes comerciais caíram 46%, e as demandas direcionadas à equipe de experiência do cliente diminuíram 32%. O ganho não está apenas em responder mais rápido, mas em liberar as equipes para atividades em que a experiência humana faz diferença.

Isso nos leva à terceira transformação: a distribuição. O corretor não precisa competir com a inteligência artificial, pode trabalhar melhor com ela. Ao reduzir o tempo gasto em tarefas operacionais e facilitar o acesso às informações, a tecnologia permite que o corretor dedique mais atenção às necessidades de cada cliente e identificar coberturas mais adequadas a diferentes momentos de vida.

Essa evolução importa em um mercado que ainda tem espaço para ampliar a proteção financeira. Segundo a [Susep](#), o seguro de vida arrecadou R\$23,46 bilhões em prêmios entre janeiro e julho de 2026, alta nominal de 9,49% em relação ao mesmo período de 2025. Crescer, porém, não é suficiente. Precisamos tornar o produto mais compreensível, acessível e conectado às necessidades das pessoas.

O principal aprendizado do ITC é que essas transformações não devem ser tratadas isoladamente. Avanços médicos podem mudar os riscos, a IA pode transformar a operação, e uma distribuição mais inteligente pode aproximar a proteção do consumidor. A tecnologia é o meio para conectar essas mudanças. O desafio da indústria é usá-la para simplificar o seguro de vida e ampliar seu alcance, sem perder de vista aquilo que sustenta o setor: a confiança.

(*) **Rafael Cló** é cofundador e CEO da Azos

Fonte: NR7, em 05.10.2026