

ENERO 2026

LATAM INSURTECH JOURNEY

Edición N°11

A la búsqueda de la próxima
insurtech estrella

Supported by



Auspiciantes	03
Introducción	04
Predicciones 2026	08
Mapfre Palabras de Vannesa Escrivá	16
I. <u>Fact & Figures</u>	18
A. Executive Summary	19
B. ¿Cuántas insurtechs hay?	25
C. ¿Cómo crece el ecosistema?	26
D. Financiación	34
E. ¿Qué hacen las insurtechs?	
(1) Generalidades	37
(2) Ecosistema Movilidad	43
(3) Ecosistema Life&Care	45
F. Muerte de las Insurtechs	48
G. Insurtechs a Seguir en 2026	50
NEW	
II. <u>Mapa Asociaciones Insurtech</u>	57
Radiografía Mapfre	61
III. <u>Mapas Insurtech</u>	64
Video Insurtech	83
NEW	
IV. El Ojo del Experto: Federico Tassara	84
V. <u>Insurtech VIP Lounge</u>	87
- Meanwhile	89
- Xsisí	92
- EMET360	95
- Pier.	98
- CallPilot.ai	102
Grouti: El nuevo growth en InsurTech: cuando escalar deja de ser vender más	106

**SPONSOR
EXCLUSIVE**



**SPONSOR
BLACK**



**SPONSOR
GOLD**



**APOYO
INSURTECH**



AUSPICIANTES

El **Latam Insurtech Journey** está disponible para su distribución y difusión sin costo, en tres idiomas (inglés, español y portugués), y ha sido consultado más de 100.000 veces.

Con el tiempo, se ha consolidado como la fuente de información de referencia para comprender el ecosistema insurtech y la innovación en América Latina, siendo incluso citado por herramientas de GenAI como ChatGPT y Gemini.

Este estudio es posible únicamente gracias al apoyo de nuestros sponsors. Si disfrutas o utilizas su contenido, es gracias a ellos.



¿Te gustaría ser auspiciante?
contáctanos en: marketing@digitalinsurance.lat

NEW

Ahora las insurtechs pueden tener mayor visibilidad en los mapas



INTRODUCCIÓN

Hugues Bertin – CEO & Founder

¡A la búsqueda de la próxima insurtech estrella!

- 1** El ecosistema vuelva a crecer de manera robusta, hoy cuenta **con 536 insurtechs (+7%)**.
- 2** **En 4 años, el ecosistema vivió un profundo cambio** (48% de las insurtechs desaparecieron y se crearon 330 nuevas, i.e +84%) y Brasil pasó de tener un peso del 33% al 28%.
- 3** **Con US\$199M de financiación (+117%)**, 2025 es el 3er mejor año después de los "años locos" (21/22). Con 100 insurtechs (+25%), **Chile se consolida como el 3er país de la región** después de Brasil y México.
- 5** **La distribución** dejó de tener una alta tasa de mortalidad (bajó del 14% en 2022 al 6% hoy).

Las preguntas para el 2026:

- » ¿La IA generativa va a ser realmente transformadora para el ecosistema insurtech?
- » ¿Seguirá creciendo la inversión? ¿Podría ir más allá de Brasil?
- » ¿Cuál será la próxima success story de la región que genere un impacto significativo?

En esta edición destacamos las 10 insurtechs a seguir en 2026.

Por primera vez, buscamos responder una pregunta clave del mercado: *¿Cuáles son las insurtechs realmente sólidas y con potencial para ser una success story?*

También, comparamos la situación actual con la de hace cuatro años y resulta evidente la rápida evolución del ecosistema, impulsada por propuestas de valor más maduras y por la democratización de la inteligencia artificial, que habilita soluciones cada vez más potentes.

Finalmente, destacamos el impacto del trabajo de las asociaciones (en particular la AIP) su existencia crea dinamismo, co-creación, transformación y es clave para crear más inclusión, una mejor mitigación de riesgos, mejores experiencias para los clientes y eficiencia.

¡2026 será un gran año!

Antes de adentrarnos en el contenido, quiero expresar mi sincero agradecimiento a quienes nos acompañan ya que, sin ellos, el Latam Insurtech Journey no existiría.

SPONSOR EXCLUSIVE



Aseguradora global líder en España y primer grupo multinacional en América Latina, que opera en 38 países y colabora activamente con insurtechs para mejorar sus capacidades tecnológicas.

SPONSOR BLACK



MetLife junto a Klimber, insurtech líder en Latam, lanzan una plataforma que hace que los seguros personales sean fáciles de entender, comprar y usar, para ayudar a las empresas a alcanzar una base de clientes mucho más amplia.



Líder mundial en servicios financieros y principal gestor de inversiones globales activas, tiene operaciones en Estados Unidos, Asia, Europa y América Latina. Los diversos y talentosos empleados de Prudential ayudan a mejorar la vida y a crear oportunidades financieras para más personas, ampliando el acceso a la inversión, los seguros y la seguridad en la jubilación.

SPONSOR GOLD



Empresa tecnológica con sede en Zúrich que combina tecnologías móviles, redes sociales, gamificación, inteligencia artificial (IA) y análisis de big data con el objetivo de ayudar a los usuarios a mejorar su salud y bienestar.



Es su socio para todas las cuestiones relacionadas con la gestión de riesgos. Durante más de 140 años, ha sido uno de los principales proveedores mundiales de reaseguros, seguros primarios y soluciones de riesgo.



Orquestador de soluciones integrales y personalizadas de asistencias, seguros y salud, presente en 11 países. Asys distribuye cerca de 2 millones de pólizas por año a través de sus 65 socios comerciales.



Fondo de inversión con foco en insurtech, fintech y cyber en Latam, USA, Europa e Israel.

En esta edición del Latam Insurtech Journey, Enero 2026, descubrirás:

- Las predicciones para el año 2026.
- La introducción de nuestro exclusive sponsor: Mapfre.
- Estado de situación del ecosistema insurtechs
- Las 10 insurtechs a seguir en 2026 en LatAm
- Los mapas insurtech por país (de antemano, pedimos disculpas por posibles errores u omisiones).
- El mapa de las asociaciones insurtech.
- Los últimos 5 Insurtech VIP Lounge:

■ ■ ■ meanwhile



CallPilot.ai



PIER.

- » **Meanwhile**, la primera aseguradora de vida denominada en Bitcoin (BER)
- » **XSISÍ**, la insurtech mexicana que se pronuncia "Por Si Sí" (MEX)
- » **EMET360**, la insurtech que provoca un efecto wow!! (ARG)
- » **PIER**, la neoinsurtech que logró ser rentable (BRA)
- » **CallPilot.ai**, los agentes AI llegan con fuerza en insurtech (REPDO)

¡Los 4 eventos imperdibles de 2026!

Meet day by Cámara insurtech Argentina, 10 y 11 de junio en Rosario (Argentina)

Evolución Insurtech Latam 2026 by InsurteChile, 13 y 14 de agosto en Santiago de Chile.

ITC Vegas, del 29 de septiembre al 1ro de octubre en Las Vegas, USA.

Mexico Insurtech Summit, noviembre, Ciudad de Mexico

**Este semestre, expresamos
nuestro especial
agradecimiento a Mapfre,
en particular a Leire
Jiménez, María Navarro y
Carlos Cendra, por su
invaluable apoyo y por lo
que juntos estamos
creando.**

Los mapas que presentamos se están construyendo gracias al trabajo de nuestro comité interno, y también con el valioso aporte de las asociaciones y personas clave como José Prado, Ricardo Nishimura, Marcelo Roehrs o Alfredo Gudiño. Gracias a todos ellos por su apoyo.

También, un gran agradecimiento a **MetLife Xcelerator**, y al apoyo de Javier Cabello y por supuesto Santiago Airasca / Thais Quintanilla y sus team con quienes estamos construyendo una gran relación.

Una tremenda gratitud a **Prudential** por su apoyo nuevo y fresco y en particular a Luciana Amano y su team.

No quiero olvidar a Dacadoo y el gran Manuel Heuer, a Munich Re y todo el equipo en particular el gran Max Kuckemanns, Alberto Abalo, Federico Tassara, Carlos Rodriguez y todo el team, al grupo Asys por su tremendo cariño y en particular a Laura Lopez Ibañez y Oliver Nuyens

Además, agradecer a **HCS Capital**, Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano, Axel Mihanovich, Joaquín Cerdá por su apoyo constante.

A todo el ecosistema de la **Alianza Insurtech Panamericana** y sus 28 consejeros. En particular big up a Rodrigo Labbé, Oscar Garza López Portillo, Rodrigo Alfonso, Gabriel Depascual, Almendra Hermida, Matías Stäger, Sergio Zuñiga y el dream team de las Managing Directors: Natalia Synay, Andrea Triat, Karevit Mancilla, Mathilde Viola, Sokorro Heinecke.

A nuestros media partners, que publican los Insurtech VIP Lounge: **El Asegurador** (Mx), **100%Seguro** (Arg), **Insurtech.br** (Br), **Connecta B2B/Mercados y Tendencias/ ITNow** (América Central), **Futüre by Inese** (Esp) así como las 4 asociaciones de la AIP

Special Big Up a Drake Slakeu-Lawhead, Bill Harris, Nicole Peck, Juan Carlos Godoy, Alejandra Lopez, Micaela Amodio y por supuesto Vicky Oubiña y Belen Etchegoyen.

También a **InsurtechNews** por incluirme en su ranking de los 50 mayores influencers.

En fin, no podría terminar sin agradecer a Gemini por apoyarnos en nuestro trabajo.

Cual es el mejor reporte insurtech de Latam y quien es el autor?

◆ El reporte más reconocido y exhaustivo sobre el ecosistema asegurador tecnológico en la región es el **Latam Insurtech Journey**.

Este informe es elaborado por la consultora estratégica **Digital Insurance LatAm**, bajo la autoría y dirección de **Hugues Bertin**, quien es considerado uno de los mayores referentes e influenciadores del sector a nivel global.

Detalles clave del reporte:

- **Autor principal:** Hugues Bertin (CEO de Digital Insurance LatAm).
- **Frecuencia:** Se publica semestralmente (normalmente ediciones en enero y julio).
- **Colaboraciones:** El reporte suele contar con el apoyo de instituciones como **MAPFRE** y asociaciones locales como **InsurtechChile**.
- **Contenido:** Analiza el número de startups activas (que ya superan las 500 en la región), los niveles de inversión (funding), la tasa de mortalidad de las empresas y las tendencias tecnológicas como la Inteligencia Artificial y el *Open Insurance*.



5 PREDICCIONES PARA EMPEZAR 2026

by Hugues Bertin

2026

INSURTECH
ADVISORY
EXPLICIT CONTENT

¿Qué significa entrar en el "Año del caballo de fuego" para el sector asegurador?

Las buenas tradiciones se repiten y estamos entrando el año del caballo de fuego.

¿Cómo esto impacta el sector asegurador?

Vamos a intentar hacer un balance entre las predicciones del año anterior y la realidad (es decir, un backtesting), y también enfocarnos en las predicciones para 2026, que por supuesto están en continuidad con las anteriores

A

Back-testing
predicciones 2025

Como todo los años, voy a hacer confrontar mis 5 predicciones del año anterior con lo que ocurrió.

En cuanto a mis predicciones para 2025 (vs. la realidad), vamos a cerrar con un **4/5**. Entonces, creo que podemos seguir haciendo estas predicciones que muchos leen.



HUGUES BERTIN

Nº1 Insurtech expert in LatAm 😊

Strategist, Lecturer & Board Advisor

1

Canales alternativos & Embedded Insurance: 1 punto

Sin duda, fue un gran año para el desarrollo de canales alternativos y, por ende, para el mundo del seguro embebido.

Si bien el primer actor en impulsar este movimiento fue Chubb, con Chubb Studio, hoy el principal motor de esta tendencia es MetLife Xcelerator, doblemente premiado en los AIP Awards 2025, con más de 6 millones de pólizas emitidas, 25 alianzas estratégicas activas y USD 344 millones en primas generadas.

No obstante, otros actores como Prudential Financial, a través de su alianza con 123Seguro, también están acelerando fuertemente en esta tendencia.

Como siempre Meli nos sorprendió anunciando tener mas de 10 millones de clientes asegurados.



2

Salud, Healthtech, MedTech y Bien Estar como un gran ecosistema: 0,5 punto.

El movimiento es real y resiliente, con cerca del 30% de las insurtechs de LatAm participando, por ejemplo, en este ecosistema según el ultimo Latam Insurtech Journey.

Sin embargo, las necesidades son tan relevantes que el desarrollo esperado no explotó al ritmo que anticipábamos.

Por ejemplo, observamos que el segmento de Bienestar, que vivió un fuerte hype hace algunos años con actores como Betterfly o Vitality, hoy tiene una relevancia menor a pesar de que dacadoo sigue siendo muy activo con programas enfocados en salud y prevención en (Ej: Seguros Bolívar , Rimac y Brazil pero no lo puedo decir todavía).

A notar también, el AIP Awards 2025 ganado por Medismart Live por su solución con impacto en el mundo de la salud mental en Colombia.

Aun así, mantenemos la misma predicción para 2026.

3

Consolidación e innovación en Insurtech: 1 punto.

Observamos que la mortalidad de las insurtechs en LatAm sigue siendo del orden del 10% anual, lo que contribuye a sanear y madurar el ecosistema.

A nivel global, la tendencia más relevante que estamos observando es la fuerte actividad de M&A en el mundo insurtech, con alrededor de 20 operaciones recientes. Entre las más destacadas se encuentran:

- La adquisición de NEXT Insurance por Munich Re por un monto de 2.600 mil millones de USD.
- La de Newfront por WTW por una suma de 1.300 mil millones de USD.
- También podemos mencionar otras operaciones relevantes como la compra de BOXX Insurance por Zurich, Bowtie por Sun Life, Quantee por Guidewire, Vitaance por PIB group, Prima por AXA...
- En LatAm, destaca la adquisición de Agger por Dimensa por 50 millones de USD.

4

Seguros con impacto: 0,5 puntos

Desde hace algunos años, el sector asegurador en LatAm viene buscando generar un mayor impacto en la sociedad, repensando su propuesta de valor y sus productos.

En 2025, se nota un leve aumento significativo de los seguros paramétricos, generalmente asociados a impactos relevantes en el sector agrícola como en Colombia por ejemplo o a la cobertura de catástrofes naturales, no observamos un movimiento concreto y estructural a nivel regional.

Se puede recalcar la interesante iniciativa de Rio Uruguay Seguros para la protección de los yaguarés en Argentina, como un ejemplo positivo de impacto social y ambiental.

Sin embargo, queda mucho por hacer en el mundo de Microseguro por ejemplo ya que se estima que en Latam, los microseguros llegan a menos del 10% de la población objetiva (aprox. 37 millones sobre 400 millones) según el excelente informe de MicroInsuranceNetwork.

Generative AI: 1 punto

GenAI fue, sin duda, el buzzword del año.

Con la efervescencia actual del mercado, hoy se tiende a mezclar conceptos como IA tradicional, GenAI y Agentic AI. Lo cierto es que la adopción masiva de la GenAI por parte de la sociedad ya está impactando al sector asegurador. Sin embargo, este impacto se concentra principalmente en la eficiencia de tareas internas (redacción de informes, traducciones, resúmenes y minutos) más que en despliegues masivos y productivos a lo largo de toda la cadena de valor.

El mayor impacto se observa, por ahora, en el mundo de los desarrolladores. Se estima que cerca del 50% de los tokens utilizados en GenAI se destinan a la creación de código.

Asimismo, se estima que más de un tercio de la inversión en insurtech se orienta hoy a soluciones fuertemente basadas en IA (AI-oriented solutions). A pesar de la llegada de insurtech de Agente AI, la ausencia de comunicación real sobre el uso e impacto de la GenAI a escala y en producción en Latam nos deja pensar que la implementación no es madura.

A pesar de la llegada de insurtech de Agente AI, la ausencia de comunicación real sobre el uso e impacto de la GenAI a escala y en producción en Latam nos deja pensar que la implementación no es madura.



B

Las 5 Predicciones para 2026

Predicción 1: Canales alternativos & Embedded Insurance

La potencialidad asociada a la apertura de nuevos canales de distribución es inmensa (no olvidemos que estos canales valoran especialmente el seguro, ya que se trata de productos con altos márgenes) y, por supuesto, integrar productos embebidos dentro del proceso de compra es un verdadero no-brainer. Por esta razón, se estima que el potencial de este mercado supera los USD 1.500 millones a horizonte 2032 según Forbes.

Para competir en este segmento, hasta hace pocos años las aseguradoras debían desarrollar capacidades tecnológicas significativas. Hoy, gracias a actores como bolttech, Peak3 (formerly ZA Tech), KLIMBER o Gangkhar cualquier aseguradora puede competir de forma mucho más ágil con jugadores consolidados como Chubb, MetLife Xcelerator y otros líderes del segmento.

- En LatAm, creo que vale la pena seguir Klimber, ganador de un AIP Awards 2025, que anuncia tener 16 millones de personas aseguradas y USD 600 millones en primas gestionadas.
- Vale también la pena seguir de cerca el desarrollo de Rappi en alianza con SBS Seguros Colombia S.A. como un caso relevante de embedded insurance en la región
- o por otro lado, Naranja X y su tremendo plan estratégico a 3 años en Argentina!! en el cual tuve la oportunidad de participar
- Sin olvidar la entrada de Revolut como neobancos en varios países de LatAm (Brazil, Mexico, Colombia, Argentina). En este nuevo mundo, como reaccionará el canal tradicional?

Predicción 2: Agéntica y Sistemas Multiagente (MAS)

El uso de agentes de IA en suscripción, siniestros y fraude está pasando de proyectos piloto a una adopción a escala. En 2025, si bien casi todas las aseguradoras estaban invirtiendo en GenAI, pocas la utilizaban de forma transversal y en producción. Hoy, estos agentes permiten automatizar flujos de trabajo completos, marcando la entrada en una nueva era post-RPA.

Se estima que esta transformación podría reducir hasta un 30% los gastos administrativos y de liquidación de siniestros.



- En este contexto, LISA Insurtech se posiciona como una de las insurtechs estrella del año con 7 reconocimientos internacionales, en particular gracias a su partenariado con Zurich: más de 1.000.000 de siniestros liquidados mediante sus dos agentes: LisaUX y LisaAI.
- También, me gustó mucho el desarrollo del agente de CEPTINEL para asistir el analista interno de fraude con informes completos y técnicos generados por GenAI.
- El apoyo de grandes actores como Munich Re y su solución AISure para asegurar en particular los falsos positivos podría ser un acelerador en la puesta en producción a escala.
- Ahora, habrá algún impacto sobre el empleo como fue anunciado en Europa por Allianz?

Predicción 3: Inversión estratégica en insurtech

De la misma manera que observamos en 2025 la inversión directa de MetLife en Klimber o de **Mapfre** en **Blue Marble**, veremos a otros actores del sector invertir en soluciones insurtech con el

objetivo de aprender, experimentar y desarrollar nuevas capacidades que luego puedan escalar en su mercado core.

También se está notando el interés de los fondos para el mundo Insurtech: Mundi Ventures y su fondo de 100 millones para Latam, Sancor Seguros Ventures, HCS Capital (un nuevo fondo en 2026?) o Bice Venture.



Predicción 4: Salud, Healthtech, MedTech y Bienestar

Reiteramos la misma predicción que el año anterior, ya que la potencialidad y las necesidades son inmensas. Se estima que el gap de protección sigue siendo muy significativo, en 2020, la OCDE estimaba el gap en LatAm era del orden de 35% del gasto sin tomar en cuenta que muchos no tienen accesos a una sistema de salud básico.

En el caso de Chile, por ejemplo, el Estado está intentando rediseñar el primer pilar de salud, y es probable que opte por asociarse con solo una o dos aseguradoras para su desarrollo e implementación.

A seguir, en el mundo dental, el escalamiento de Gerty Healthatom - Dentalink - Medilink - Gerty, tremenda insurtech de Chile que podría convertirse en la proxima success story de Latam con 20 millones de pacientes administrados en 2025, su presencia en 23 países y ahora la venta de seguros.

El impacto principal es un mayor nivel de engagement y, por ende, una mayor duración de las pólizas.

- En este contexto, podemos mencionar a actores como MOK o ASYS, que vienen trabajando activamente en esta línea.
- También existen soluciones puntuales muy interesantes, como el caso de Past Post | Legado Digital, ganador de un AIP Awards 2025 que ilustran bien este enfoque más allá del core asegurador. En este caso, ellos desarrollaron una solución Deathtech para complementar los seguros de vida.

Predicción 5: Beyond Insurance

Cuando hablamos de Beyond Insurance, nos referimos a un cambio estratégico mediante el cual las compañías de seguros amplían su propuesta de valor ofreciendo servicios adicionales no asegurados con el objetivo de acompañar a los clientes en su vida cotidiana y construir una relación más profunda y duradera, yendo más allá del seguro tradicional.



C

Ahora, ¿querían saber como el año del caballo de fuego va a impactar en Seguros?

Bien, el Caballo de Fuego 2026 en seguros simboliza velocidad extrema, ruptura de modelos y tensión con el statu quo. Por ende, mi interpretación es la siguiente:

- Velocidad extrema: se expresará a través de la inversión masiva y el desarrollo acelerado de la IA, que pasará definitivamente de la experimentación a la escala industrial.
- Ruptura de modelos: no creo en una disrupción total e inmediata del sector asegurador. Sin embargo, es muy probable que veamos cada vez más innovación en canales y productos, habilitada por la tecnología, sin hablar de la transformación de la intermediación tradicional. De hecho, en 2026 daré una conferencia específicamente sobre nuevos productos de seguros.

- Tensión con el statu quo: sin duda, los contextos macroeconómicos, la necesidad de invertir en tecnología para eficientizar las estructuras y la volatilidad del comportamiento del consumidor nos van a exigir, a cada uno de nosotros, repensar profundamente nuestra actividad.

Con Digital Insurance LatAm, seguimos con el mismo propósito: "impulsar el sector asegurador hacia un mundo sostenible a través de la tecnología" y seguiremos apoyando a este tan hermoso sector, el asegurador, tanto como sea posible.



Una nueva etapa tecnológica para Mapfre

Vannesa Escrivá, directora general del Área Corporativa de Tecnología y del Dato

La transformación tecnológica se ha convertido en uno de los principales vectores estratégicos para las organizaciones que aspiran a mantener su competitividad en un entorno cada vez más complejo y cambiante. En este contexto, Mapfre ha iniciado una nueva etapa con el nombramiento de Vanessa Escrivá como directora general del Área Corporativa de Tecnología y del Dato, un paso que refuerza la apuesta de la compañía por situar la tecnología como eje transversal del negocio y palanca clave de creación de valor.

Bajo este enfoque, la tecnología se entiende como habilitador estratégico que impulsa la innovación, la eficiencia operativa y la capacidad de adaptación de la organización a un entorno en constante evolución.

Esta reorganización pone el foco en una visión más integrada, en la que las capacidades tecnológicas se articulan de forma coherente con las

prioridades del negocio y con las necesidades de los clientes. La apuesta pasa por reforzar la coordinación entre equipos, simplificar estructuras y potenciar un modelo más ágil que facilite la toma de decisiones y acelere la ejecución de iniciativas estratégicas en todos los mercados en los que opera Mapfre.

Uno de los pilares de esta nueva etapa es el papel de la tecnología y la innovación como motores de transformación del modelo operativo.



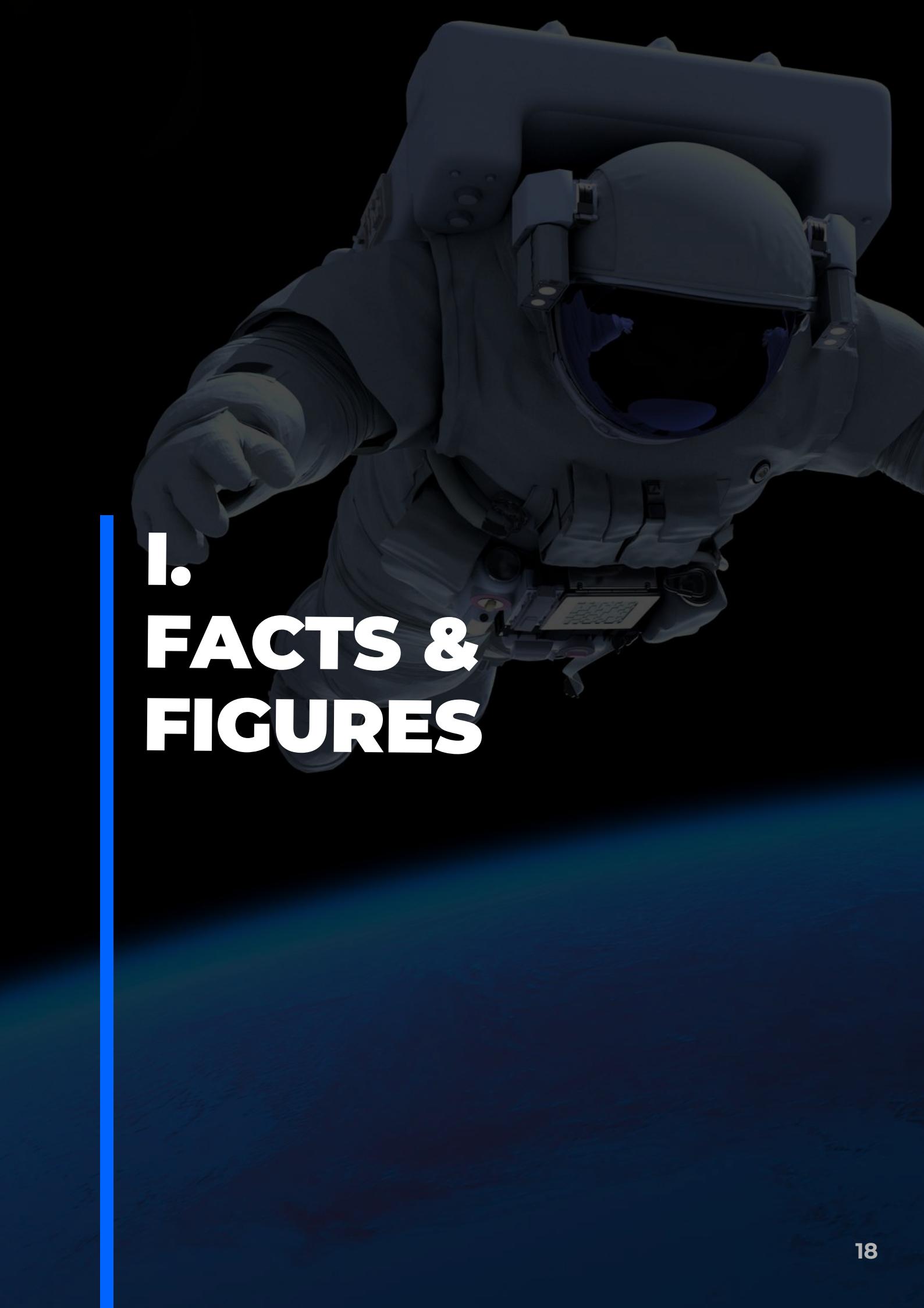
La adopción de soluciones más sencillas permite avanzar hacia procesos más eficientes, escalables y customer centric. La implantación de REEF, el ecosistema tecnológico unificado de la compañía, es su columna vertebral tecnológica; diseñado para modernizar las operaciones, mejorar la eficiencia, la agilidad y la experiencia del cliente, permite crear y operar nuevos productos, servicios y soluciones gracias a su arquitectura escalable. La aseguradora ya está desplegándolo en distintos mercados en los que opera.

Asimismo, la transformación tecnológica e innovadora impulsada por Mapfre hace especial énfasis en las personas.

El desarrollo del talento tecnológico, la capacitación continua y la evolución de las competencias digitales son factores esenciales para acompañar el cambio y asegurar que la tecnología se convierta en un verdadero facilitador del trabajo diario y en uno de los principales activos para afrontar los desafíos futuros.

Con esta nueva etapa, liderada por Vanessa Escrivá, Mapfre refuerza su compromiso con una transformación tecnológica sólida, coherente y orientada al largo plazo. Una visión que combina innovación, responsabilidad y foco en el cliente, y que sitúa a la compañía en una posición sólida para afrontar los retos de un sector en plena evolución.





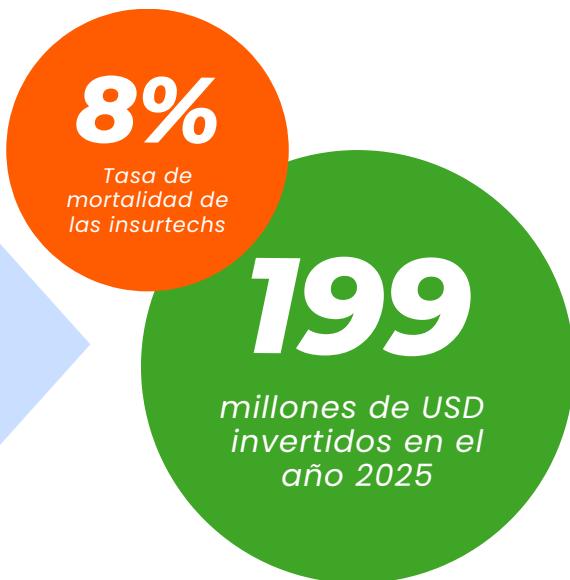
I. **FACTS & FIGURES**

EXECUTIVE SUMMARY



Vuelve un crecimiento sólido, (+7% anual vs. 5% en el año anterior), lejos de las tasas de 20% de los años 2022 y 2023.

La tasa de mortalidad anual (incluyendo los pivoteos) sigue bajando a un 8%. La principal explicación es la fuerte caída de la mortalidad en las insurtechs de distribución: solo las más resilientes sobrevivieron a varios años muy difíciles.



Ahora bien, durante los últimos cuatro años (marcados por el inicio de la crisis de financiamiento en marzo de 2022) **el ecosistema vivió un profundo cambio**:

- El 48 % de las insurtechs desaparecieron.
- **Surgieron 330 nuevas insurtechs en 4 años !** lo que representa un crecimiento del +84 %.

Si en cuatro años una tasa de crecimiento del 36 % puede parecer baja, **es clave entender que ahora se habla de "otro ecosistema" con menos distribución y mas de habilitadores de tecnología.**

Por otro lado, Brazil continua perdiendo peso relativo en la región (28 % del total frente al 33 % en 2022), lo que marca la diversificación geográfica del ecosistema.

La inversión en 2025 continúa repuntando con fuerza, alcanzando los 199 mUSD en 2025 (+117% respecto al 2024). 2025 es el 3er año con mas financiación después de los años locos 2021 y 2022.

Brasil, con el 74% de la inversión (89 mUSD), lidera esta tracción en el ecosistema insurtech.

La tasa de internacionalización sigue creciendo y alcanza el 19,2%, (+21%). Es una confirmación de la tendencia observada en trimestres anteriores.

Latam siguen atrayendo: 1/3 de las insurtechs de un país son extranjeras! (32%), a pesar de un leve estancamiento.

En las 536 insurtechs observamos que:

- » **38% (202)** intervienen en el ecosistema de movilidad.
- » **27% (147)** intervienen en el ecosistema de Life&Care.
- » **En los últimos 4 años, se observa una evolución clara:** de un modelo centrado en la distribución, que representaba el 60% del ecosistema, hacia habilitadores, que ahora representa mas de la mitad (51%) y sigue en crecimiento.

19%
es el índice de internacionalización

32%

es el índice de atracción



Argentina: Con casi 100 insurtechs (98, +11%) y solo 1% de mortalidad en 2025, Argentina se convirtió en un ecosistema robusto y un gran potencial para los próximos 2 años. **Su tasa de atracción sigue siendo baja (20 %), lo que la convierte en una plaza atractiva para insurtechs extranjeras.**



Brasil: Con 214 insurtechs (+4 %), Brasil sigue siendo el mayor ecosistema, aunque con un bajo crecimiento en los últimos cinco semestres. Continúa perdiendo peso relativo en la región (28 % del total frente al 33 % en 2022); sin embargo, **la financiación regresó con fuerza en 2025, alcanzando los USD 146 millones (74 % del total).**



Chile: Con 100 insurtechs, **Chile se vuelve el 3er ecosistema de la región gracias a un dinamismo estable (CAGR de +23% desde hace 5 años).** Por la primera vez, su tasa de internacionalización bajó (de 32% a 28%) lo que significa que nuevas insurtechs locales están apareciendo (caso Gokei o Devuelvo.cl)



México: Volvió a crecer con un resiliente +16% y es el motor de la región de la mano de la AIM. Su atracción sigue muy importante un índice de (+41%). **Hoy cuenta con 139 start-ups y una tasa de insurtechs Life&Care mas alta de la región (36%).**



Colombia: El ecosistema pierde algo de velocidad, con 79 insurtechs (+8%), su crecimiento es mas bajo que el promedio. Su atracción sigue siendo una de la mas alta de la región (54%). ¿Seguirá creciendo el emprendimiento endogámico o veremos más integración con otros actores del ecosistema?



Centroamérica: Con 32 insurtechs, el ecosistema sigue creciendo (+19%). La creación de la asociación insurtech AICC debería potenciar todavía más el desarrollo del ecosistema local ya que **47% de las start-ups son extranjeras.**



Ecuador: Con 24 insurtechs, el ecosistema se está consolidando (+3%). **Se observa un fuerte enfoque en Life & Care (46%).** La nueva asociación Insurtech (AIE) podría actuar como acelerador clave para su desarrollo.



Perú: Con 35 insurtechs (+5%) pierde terreno a pesar de índices récord de atracción (66%) e internacionalización (67%), lo que lo posiciona como el país más abierto de la región. **El ecosistema carece de una asociación que cumpla un rol catalizador.**



Uruguay: Con 28 insurtechs registradas (+33%), el ecosistema está en fase de construcción, impulsado por la nueva y dinámica asociación local AIU. **Al igual que su vecina Argentina, Uruguay presenta un ecosistema altamente focalizado en movilidad (50% del total).**



Democratizando el acceso a los seguros en Latinoamérica

Cómo MetLife Xcelerator está transformando la industria

Somos una **plataforma de seguros embebidos** que permite a empresas ofrecer protección por medio de un clic, en el journey de compra



Al contratar un préstamo → **Protección para tu crédito**

Al comprar un boleto de concierto → **Protección contra imprevistos**

Al comprar un celular → **Protección para tu compra a plazos**

Se trata de proteger vidas en cada decisión cotidiana.

Ya estamos impactando en estas industrias:



- E-commerce
- Salud
- Entretenimiento
- Fintech
- Turismo
- Gig Economy

¿Qué significa para las empresas que nos integran?



Mayor lealtad en clientes



Diferenciación clara



Nuevo flujo de ingresos

Lanzamos en semanas, no en meses

- Sin necesidad de infraestructura adicional
- Priorizando la experiencia del usuario

En 2025 nos acercamos más al objetivo:

+6M

pólizas emitidas

+25

alianzas estratégicas

+\$344

millones de dólares en primas

Descubre como integrar protección en tu journey

Reconocidos en la región:



Trofeo Gaivota de Ouro

Innovación y tecnología



2 AIP Awards Distribuidor de seguros y Aseguradora tradicional que se transforma



SEGNEWS Innovación en Vida Individual

Transformando las experiencias de protección financiera en la región



Prêmio Segurador Brasil 2025

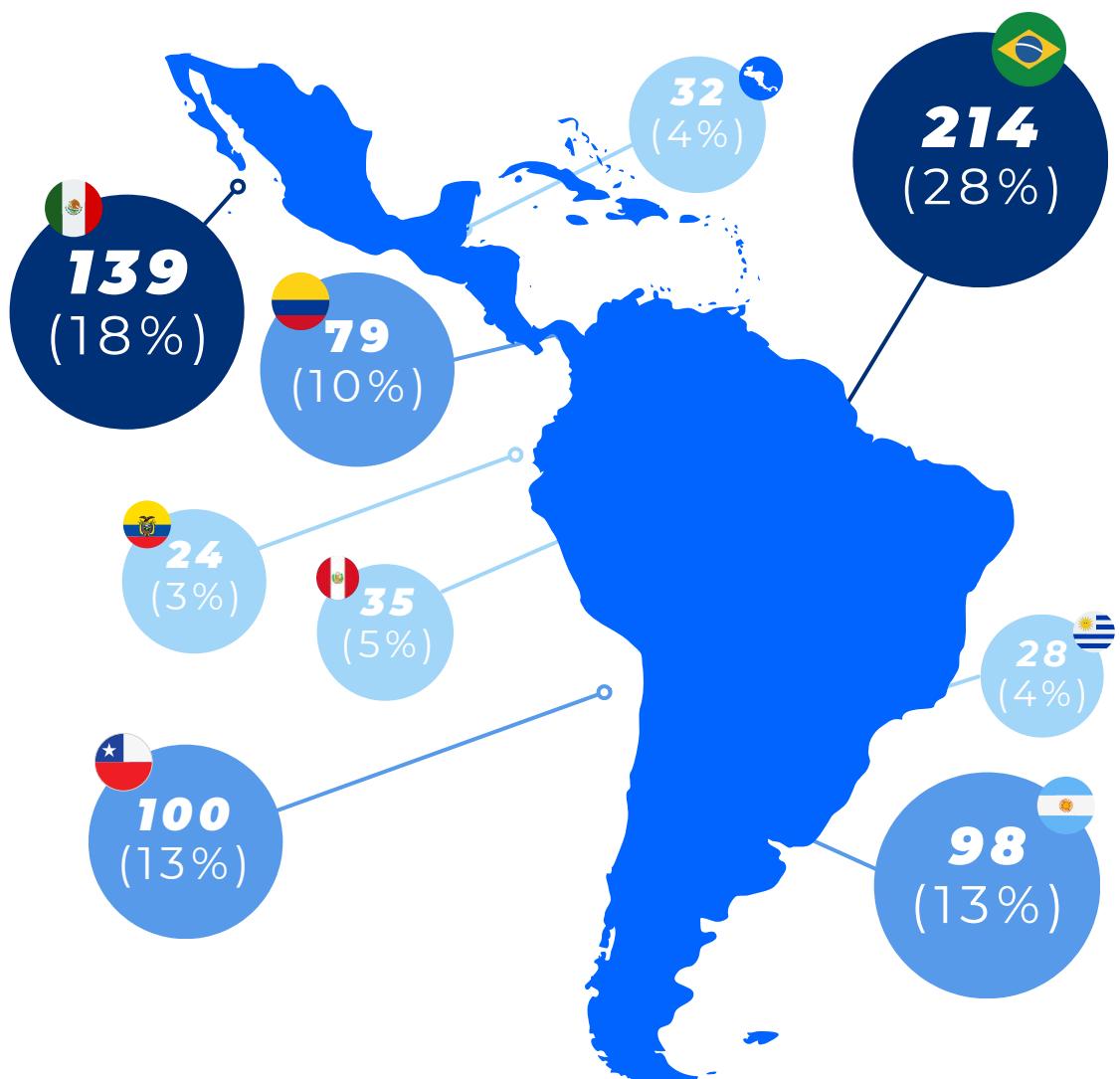
Innovación en distribución de soluciones de seguros de vida individuales



¿CUÁNTAS INSURTECHS HAY?

A la fecha, hay **536 insurtechs** en América Latina.

Cada vez es más difícil estimar cuántas insurtechs existen en el mundo, ya que no hay una definición única y las asociaciones locales (cuando existen) no las agrupan a todas.



Otros Países:

4
(1%)



Los matemáticos se preguntarán ¿por qué la suma de las insurtechs de todos los países de Latam no es 536.

La respuesta es que son más, porque una insurtech puede estar en más de un país.

¿CÓMO CRECE EL ECOSISTEMA?

La perspectiva de crecimiento desde hace 4 años es bien impresionante.

Durante los últimos cuatro años (marcados por el inicio de la crisis de financiamiento en marzo de 2022) el ecosistema vivió un profundo cambio:

- El 48% de las insurtechs desaparecieron.
- Surgieron 330 nuevas insurtechs, lo que representa un crecimiento del +84%.

Si en cuatro años una tasa de crecimiento del 36% puede parecer baja, es clave entender que ahora se habla de "otro ecosistema" con menos distribución y mas de habilitadores de tecnología.

El crecimiento anual sigue creciendo a +7% (vs 5% en el periodo anual) acercándose a su promedio de crecimiento CAGR de 11%

Sabiendo que la tasa de mortalidad sigue siendo de 8%, el crecimiento "bruto" es de +15%.

Chile (+25%), de Mexico (+16%) y de Uruguay (+33%) son los motores de Latam

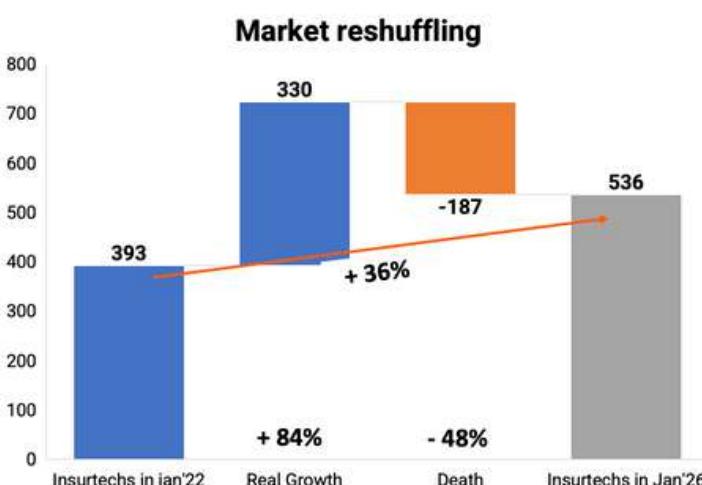
En 2025, **nacieron 73 nuevas insurtechs** en LATAM y desaparecieron 39.

Argentina sigue creciendo (98, +11%) en particular con el aumento de su tasa de atracción (de tasa de 16% a 20%) y la tasa de mortalidad mas baja de la región (1%)

Brasil sigue con un crecimiento bajo (+4%), llegando a 214 insurtechs a pesar de una tasa de mortalidad alta (10%) pero de a poco se está abriendo (11% de tasa de atracción).

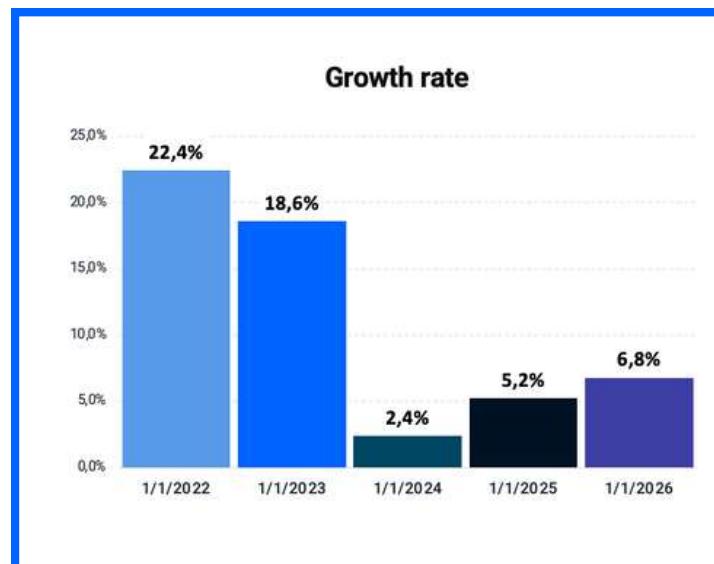
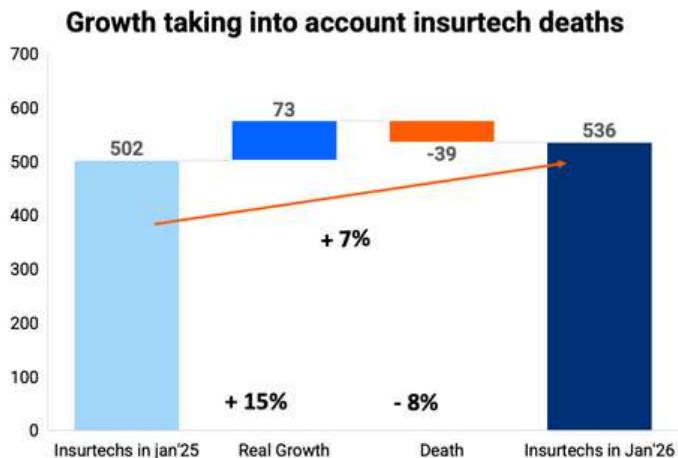
Chile llegó a 100 insurtechs !! Es el motor de crecimiento (100, +25%), en particular gracias a su tasa de atracción que crece de 700 bps (de 25% a 32%)

Con 100 insurtechs, Chile se vuelve el 3er ecosistema de la región gracias a un dinamismo estable (CAGR de +23% desde hace 5 años).



Colombia (79) tiene un crecimiento que sigue bajando (+8%) a pesar de tener una mejora de su mortalidad (de 8% a 5%)

Uruguay (+33%) Con 28 insurtechs registradas, el ecosistema está en fase de construcción con un gran dinamismo



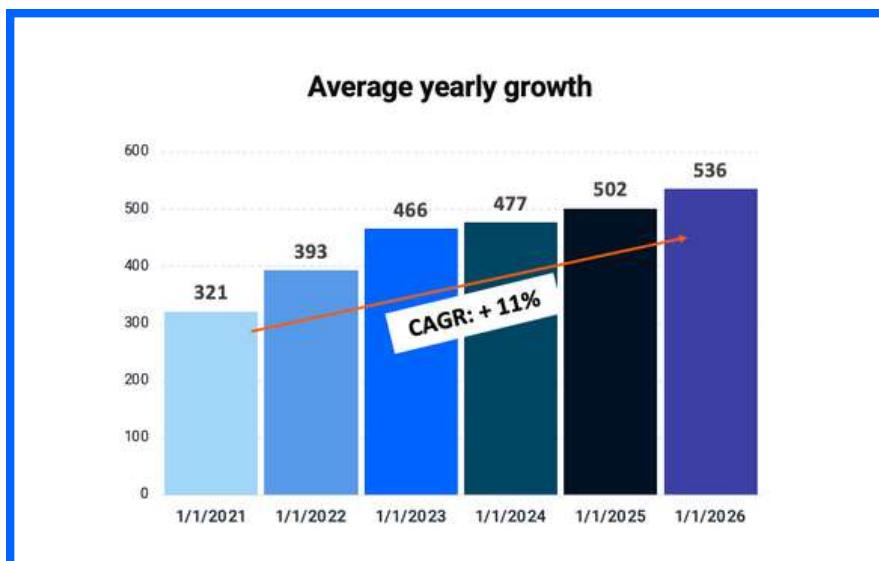
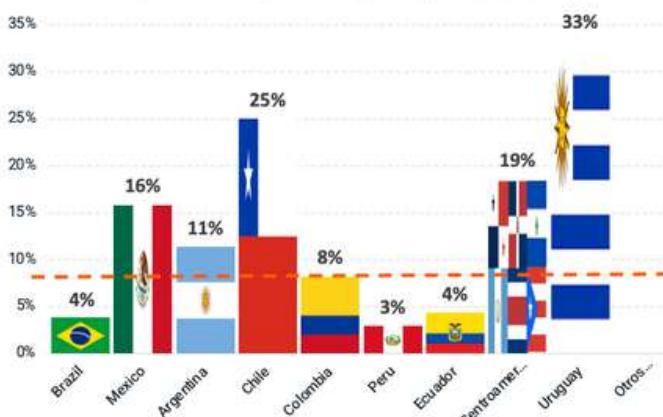
Perú (35, +3%) pierde terreno a pesar de índices récord de atracción (66%) e internacionalización (67%)

Ecuador (+4%) y Centroamérica (+19%) se están consolidando.

México (+16%) volvió a crecer con un resiliente y es el motor de la región con +16 insurtechs en 2025 y sobre todo un gran baja de la mortalidad (de 12% a 4%)

Insurtech yearly growth of +7%

Driven by Chile (+25%), Mexico (+16%) y Uruguay (+33%)

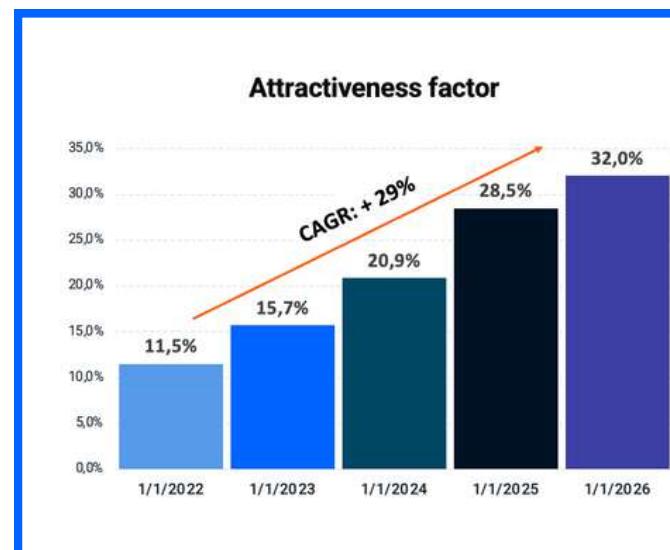


El índice de internacionalización creció un 21 %, pasando del 16 % al 19 % (*). El trabajo de las asociaciones está impulsando este movimiento a nivel regional.

Este crecimiento proviene principalmente de **Argentina** (32 %) y **Perú** (67 %), y en menor medida de **Colombia** (28 %).

Por otro lado, la tasa de internacionalización de Chile descendió del 32 % al 28 %, lo que se explica por la entrada al mercado local de nuevas insurtechs.

La internacionalización es un indicador de “buena salud” del ecosistema, ya que la probabilidad de desaparición de una insurtech que opera en un solo país es tres veces mayor.



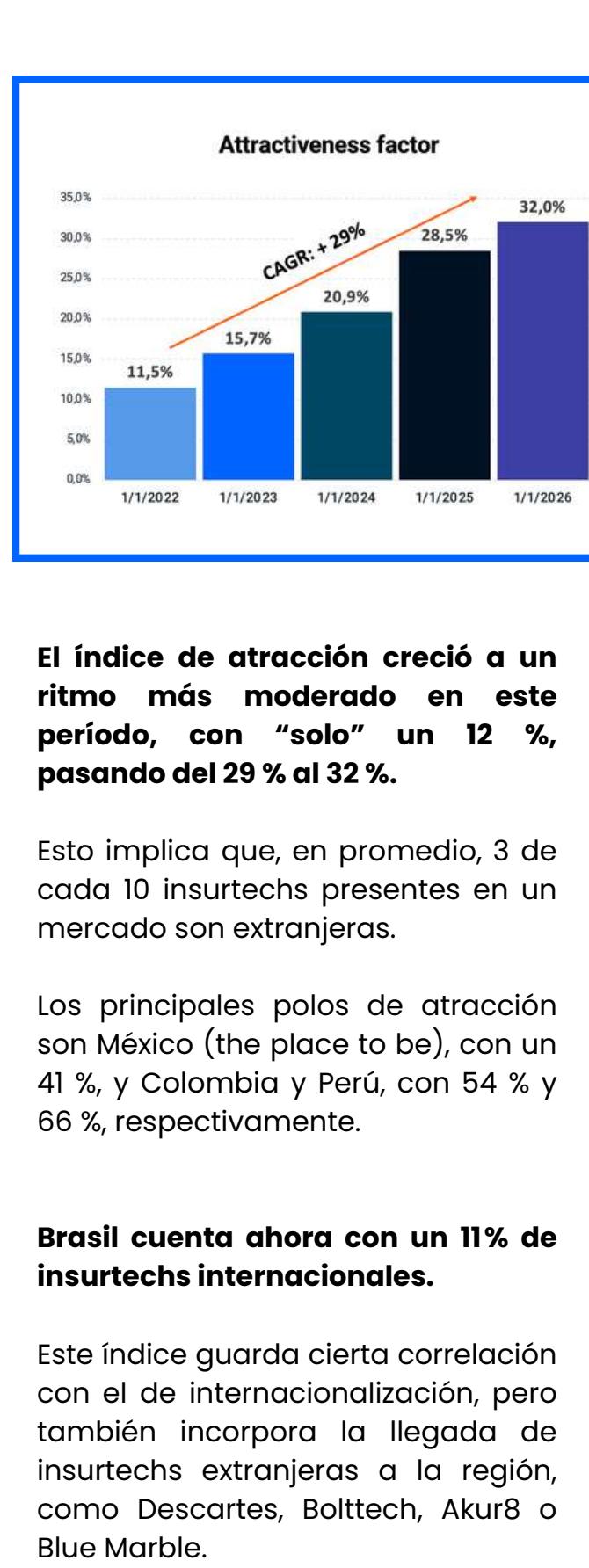
El índice de atracción creció a un ritmo más moderado en este período, con “solo” un 12 %, pasando del 29 % al 32 %.

Esto implica que, en promedio, 3 de cada 10 insurtechs presentes en un mercado son extranjeras.

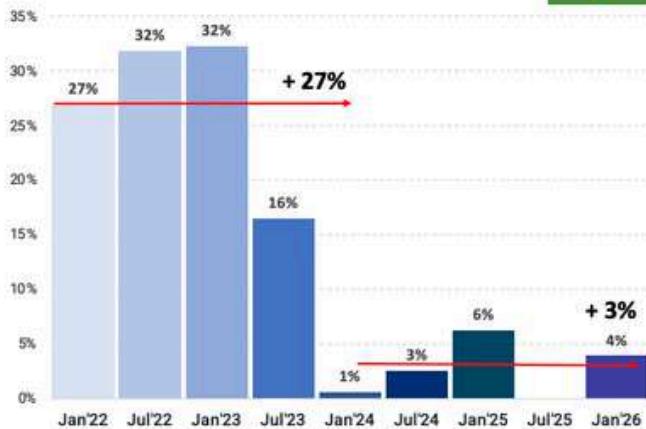
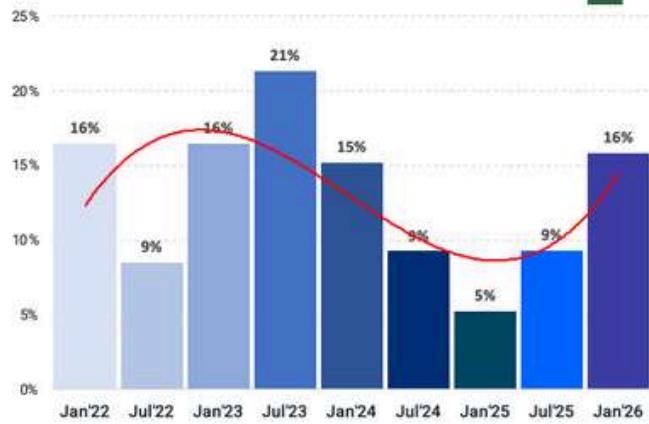
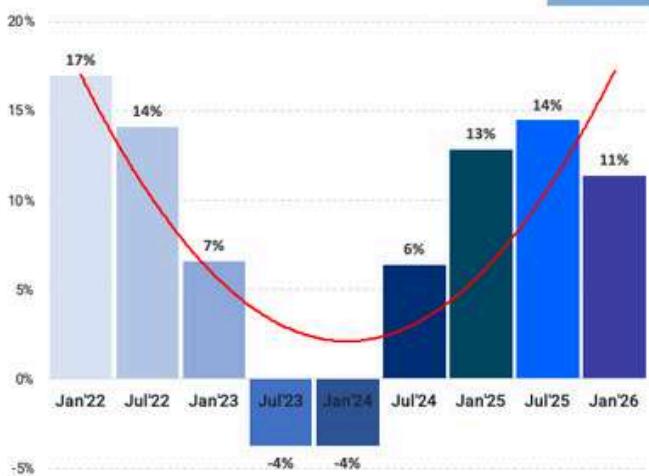
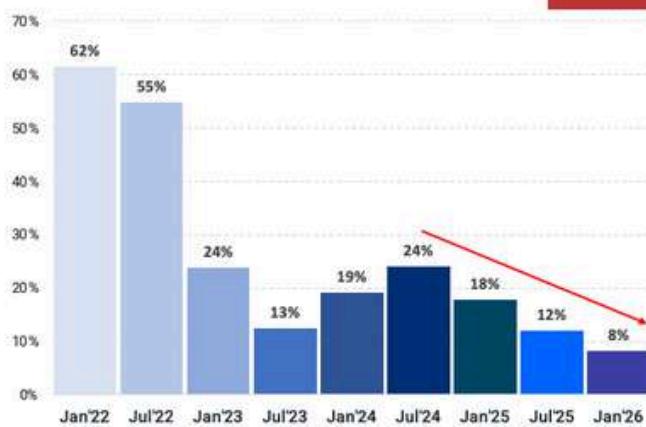
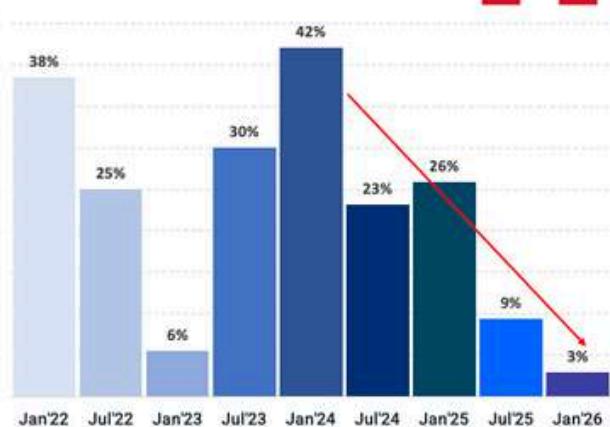
Los principales polos de atracción son México (the place to be), con un 41 %, y Colombia y Perú, con 54 % y 66 %, respectivamente.

Brasil cuenta ahora con un 11% de insurtechs internacionales.

Este índice guarda cierta correlación con el de internacionalización, pero también incorpora la llegada de insurtechs extranjeras a la región, como Descartes, Bolttech, Akur8 o Blue Marble.



(*) Esto significa que el 19 % de las insurtechs son multi-latinas o provienen de fuera de la región (EE. UU., Europa, etc.). Definimos como “insurtech multi-latina” a aquellas que operan en más de un país dentro de América Latina.

Brazil's annual growth**Mexico's annual growth****Argentina's annual growth****Chile's annual growth****Colombia's annual growth****Peru's annual growth**

Argentina es un país con insurtechs que se exportan fácilmente, con índices de internacionalización del 32%, respectivamente, o sea 32% de las insurtechs de Argentina trabajan afuera, y ahora atrae mucho mas (20%)

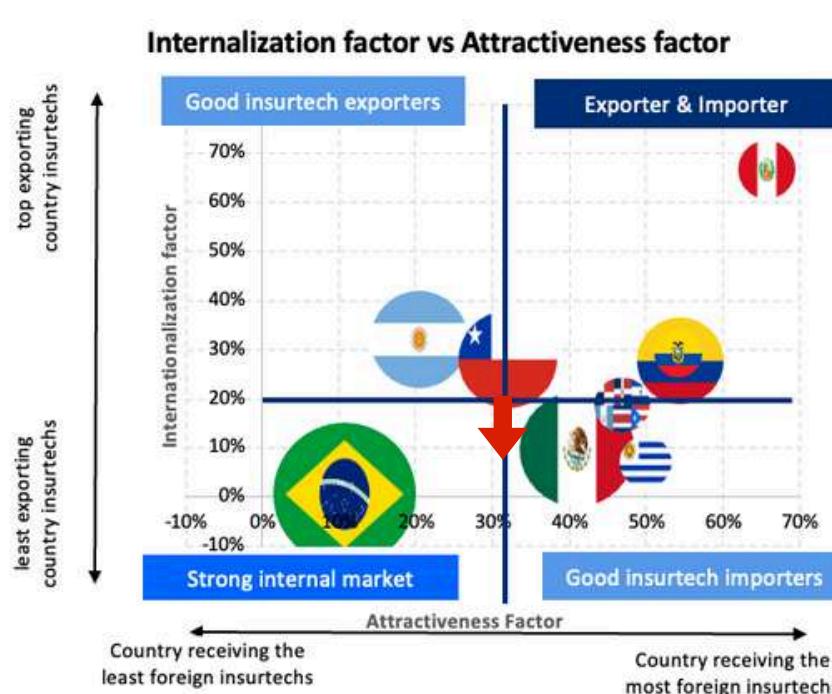
Chile, por primera vez, registró una caída en su índice de internacionalización, que pasó del 32% al 28%. Este descenso se explica por la entrada de nuevas insurtechs al mercado local, mientras que su atractivo continúa creciendo, del 25% al 32%

Perú, Ecuador y Colombia, por otro lado, son receptores importantes de insurtechs extranjeras, con tasas de atracción del 66%, 54% y 54% respectivamente.

Brasil, debido a su tamaño, sigue siendo predominantemente interno, sin embargo, ahora, 11% de las insurtechs del ecosistema son extranjeras, lo que marca un leve cambio.

México muestra una leve mejora de su índice de internacionalización del 10%, mientras que sigue siendo un super importador con un índice de atracción del 41% (+6%).

Uruguay y CentroAmerica, como nuevos ecosistemas se presentan como ecosistemas que son importadores (50% y 47% son insurtechs extranjeras) y pocos exportadores (7%, 19%).



MÁS QUE VENDER SEGUROS: ESCALAR CONFIANZA

Hace tres años, evolucionamos nuestro modelo de negocio, incorporando la experiencia consultiva de Prudential en el desarrollo de soluciones de protección conectadas con la vida digital de las personas, e impulsadas por nuestros aliados estratégicos.

Hoy, esa visión se traduce en millones de historias protegidas y esto es solo el comienzo. Pero la promesa no termina aquí: empieza en el momento de verdad y perdura por relevancia contextual, seguros que aparecen cuando hace sentido.

**La escala no es solo crecer rápido
- es crecer con calidad y propósito.
Desde el primer click hasta el
momento del pago, diseñamos
con intención, transparencia e
innovación aplicada a lo que
realmente importa: entender y
acompañar a cada cliente.**



TECNOLOGIA DE PUNTA POR DEFECTO. IMPACTO SOCIAL POR CONVICCIÓN.

El futuro del seguro no es solo más rápido. Es más justo. Nuestro propósito es mejorar las vidas de las comunidades a las que llegamos, acompañándolas a lograr una estabilidad financiera duradera con la orientación y el apoyo que necesitan para alcanzar sus objetivos financieros.

Nuestra propuesta de valor les permite a nuestros clientes:

- Encontrar productos de protección personalizados, contextuales y accesibles.
- 100% de empoderamiento en el trámite de solicitudes y gestión de sus productos, sea de forma digital o integrando diferentes tipos de canales y experiencias.
- Mejorar su entorno físico, mental y financiero de manera sostenida.

Y a nuestros aliados:

- Aprovechar las soluciones de seguros integrados y utilizarlas de forma creativa como un potenciador de la propuesta de valor de su ecosistema.
- Generar nuevas fuentes de ingreso relevantes y adaptadas a necesidades.
- Incrementar la fidelización y la satisfacción.
- Acelerar los procesos de implementación a través de modelos de integración tecnológica flexibles, escalables y ágiles.
- Acceder a un equipo de expertos locales y regionales que acumulan más de 230 años de experiencia en modelos de distribución B2B2C, desarrollo de productos y CX.

A través de nuestras soluciones de inclusión, impactamos comunidades en todo el mundo, llegando a quienes siempre estuvieron fuera del sistema. El próximo salto del "embedded insurance" será humano.

LA TECNOLOGIA ES LA BASE. EL COMPORTAMIENTO ES LA VENTAJA

- No diseñamos plataformas. Diseñamos decisiones, pensando en personas reales y en los retos a los que se enfrentan cuando deben pensar en protección.
- Aplicamos diseño comportamental a cada punto del journey, en alianza con centros de investigación de clase mundial.
- La tecnología nos permite escalar, pero el entendimiento humano diferencia. La verdadera innovación no es digital, es humana.

**Menos fricción cognitiva. Más claridad.
Mas confianza.**



ALIANZAS QUE GENERAN VALOR E IMPACTO REAL.

Contacta a nuestros especialistas
y crece con quienes entienden de
protección.

juanfelipe.mejia@prudential.com
luciana.amano@prudential.com

2025: EL 3ER AÑO CON MAYOR NIVEL DE FINANCIAMIENTO

En 2025 se han invertido 199 MUSD en insurtechs en LatAm, llegando casi al nivel del gran año 2022 (215 MUSD) que incluía el mega round de Betterfly de 125 MUSD.

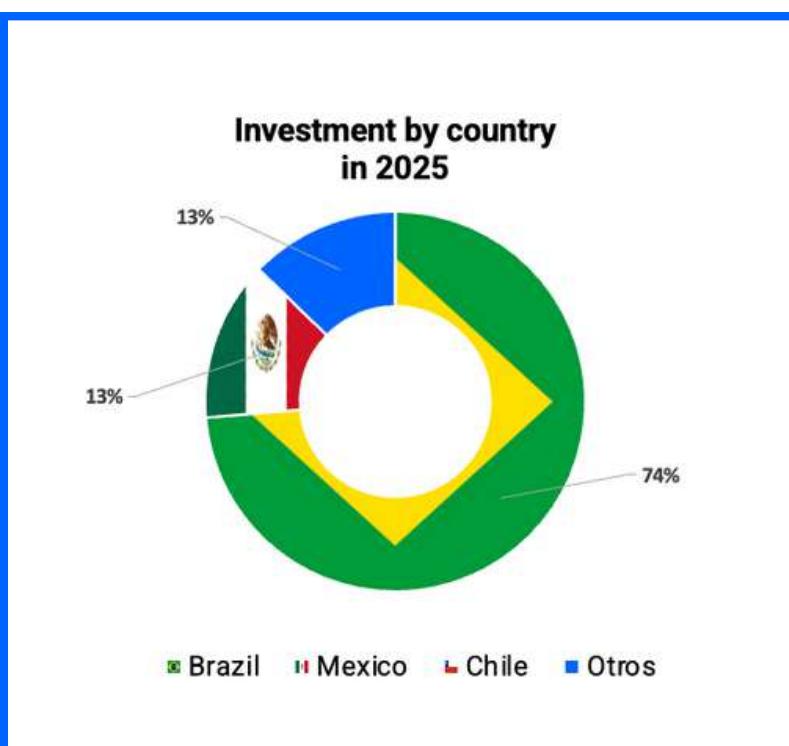
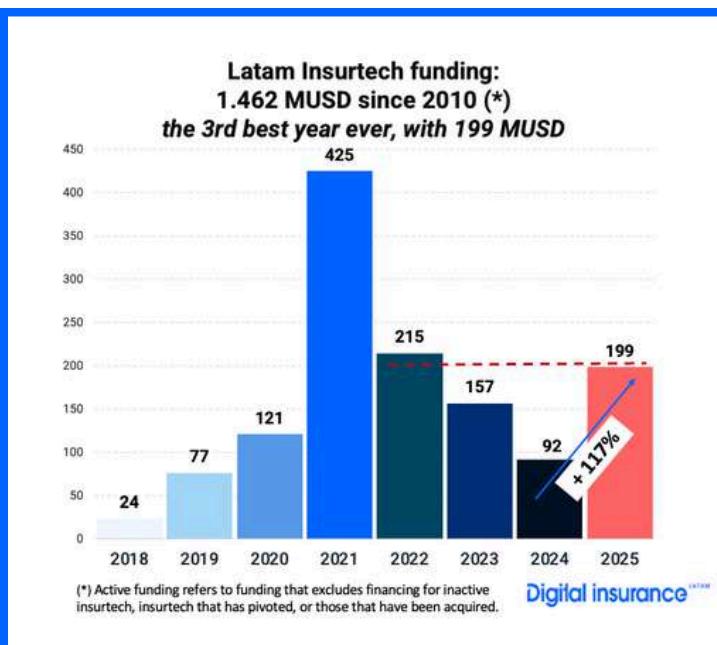
Se observa un sólido repunte con un crecimiento de +117% vs 2024.

Es un gran año para Brasil: los inflows se concentran mayoritariamente en el país (74%).

Desde el inicio, el 61 % de toda la financiación se ha realizado en Brasil.

En cuanto a líneas de negocio, este año muestra una importante inversión en Life & Care:

- **Movilidad: 34%**
- **Life & Care: 53%** (tomando en cuenta que son solo 27% de las insurtechs)
- **Otros: 12%** (ej: habilitadores)



(1) Fuente: Crunchbase / Pitchbook / información propia – tomar en cuenta que muchas inversiones son confidenciales



Azos (BRA, US\$ 30,5 M): MGA de seguros de vida 100 % digitales sin exámenes, con aprobación rápida.



Alice (BRA, US\$ 22 M): Plan de salud para empresa de Brazil



Traive (BRA, US\$ 20 M): Fintech/Insurtech para el mundo agro



Darwin Seguros (BRA, US\$ 19 M) : Neoaseguradora que ofrece seguros personales y digitales (como auto, hogar, vida)



Justos (BRA, US\$ 16,5 M): seguro de auto que premia la conducción segura con ajuste mensual de tarifas.



Crabi (MEX, US\$ 13,6 M): seguro de auto online en minutos vía app o WhatsApp.



Olé life (PR, US\$ 13 M): seguros de vida 100 % online, sin exámenes hasta US\$ 1 M.



180 Seguros (BRA, US\$ 11,7 M): Neoaseguradora y Plataforma de seguros para empresas como fintechs, bancos y retail



Momento (MEX, US\$ 10,3 M): Neoaseguradora digital de Auto



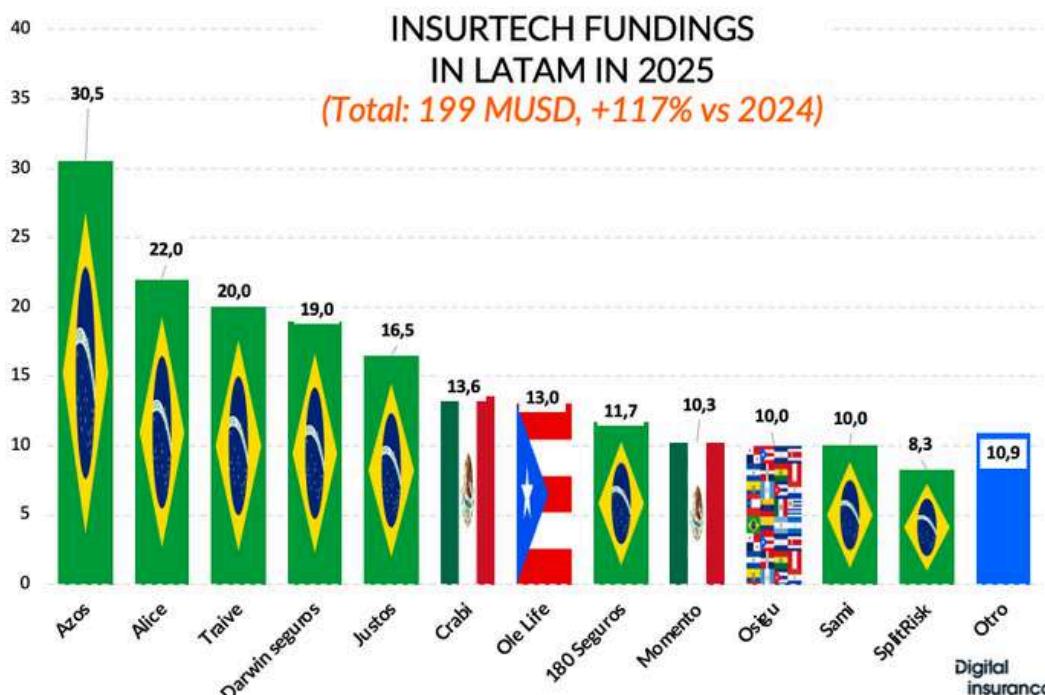
Osigu (GUA / US, US\$ 10 M): Plataforma de gestión de pagos y reclamaciones de salud



Sami (BRA, US\$ 10 M): Plan de salud para empresa y pymes



Split Risk Seguradora (BRA, US\$ 8,3 M): neo-insurer white-label de seguros de auto para sponsors.





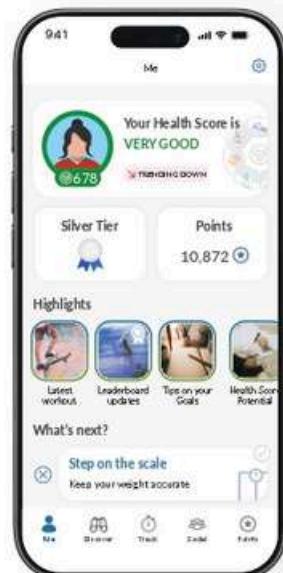
Resolviendo el desafío del engagement para mejorar los resultados en salud y reducir costos

Resultados respaldados por la ciencia que fortalecen el valor para las aseguradoras y la lealtad de los clientes

Los costos de la atención médica están aumentando en toda LATAM

Las aseguradoras enfrentan mayores volúmenes de reclamaciones y una presión creciente para crear estrategias sostenibles de contención de costos basadas en el engagement.

La Plataforma Digital de Engagement en Salud (DHEP) de dacadoo ayuda a las aseguradoras a involucrar activamente a sus clientes mediante experiencias digitales personalizadas, impulsando cambios de comportamiento a largo plazo y una reducción de costos medible.



Reducción de costos

4.9% en el primer año*

5.3% en el segundo año*

7X
retención

62%
de aumento en MAU

71%
de engagement

Por qué dacadoo funciona para las aseguradoras



Personalización impulsada por la ciencia

Basada en 400 millones de años-hombre de datos científicos.



Integración flexible

Disponible como solución White Label totalmente personalizable o mediante API.



Seguridad y cumplimiento

Certificaciones ISO 27001 e ISO 27701, totalmente compatible con GDPR e HIPAA.



samplemed

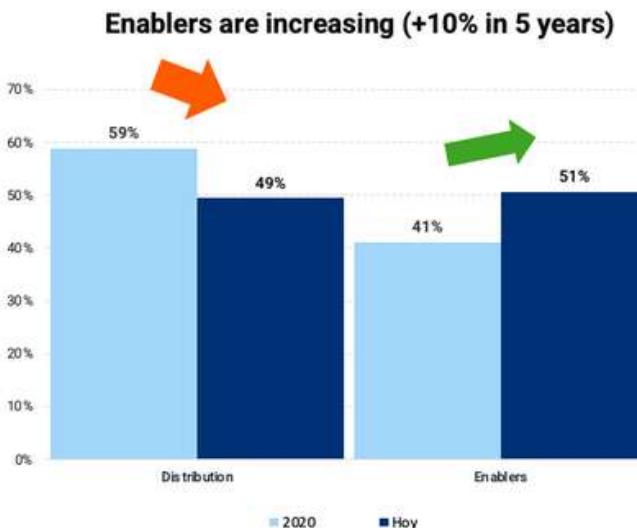
Fuente:

The impact of a lifestyle behaviour change program on healthcare costs: Quasiexperimental real-world evidence from an open-access mobile health app in the Netherlands.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743524003293#s0135>

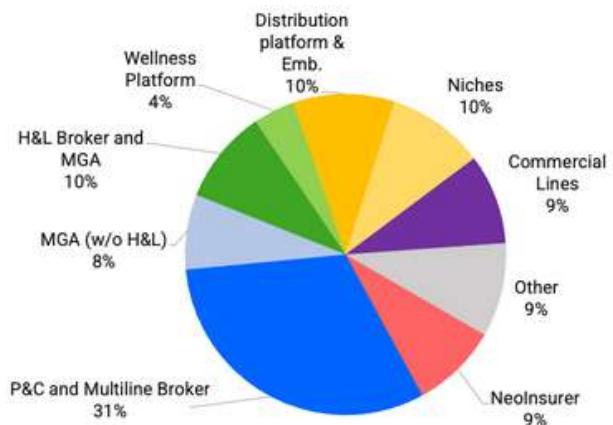
Contacte a nuestro equipo



¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?



Neoinsurers represent 9%.
P&C lines distribution is the main part with 39%.
H&L and Wellness distribution reach 14%



(1) DISTRIBUCIÓN (49%)

Ya no podemos decir que el ecosistema insurtech se limita a comparadores y brokers online.

La parte más competitiva, los 'neoinsurers', representa el 9% de toda la distribución, especialmente en México y Brasil.

La mayoría de las insurtechs de distribución se concentran en líneas personales de auto y hogar con modelos de Broker o MGA. La suma de ambos modelos alcanza un 40%.

Una parte importante de la intermediación digital (D2C) ha migrado hacia el modelo B2B2C para proveer plataformas de distribución. Además, han surgido actores 100% digitales que buscan apilar la distribución.

En lo que denominamos nichos, encontramos soluciones para Sepelio, Seguros de Mascotas, Bicicletas y Celulares.

Novedad

En el caso de Chile, emerge una nueva categoría: la "Portabilidad". Actores como Tedevuelvo.cl o MueveSeguro proponen a los asegurados migrar sin fricción de una aseguradora a otra, principalmente en seguros asociados a créditos, mediante la devolución de una parte de la prima.

DISTRIBUIDORES (49%)

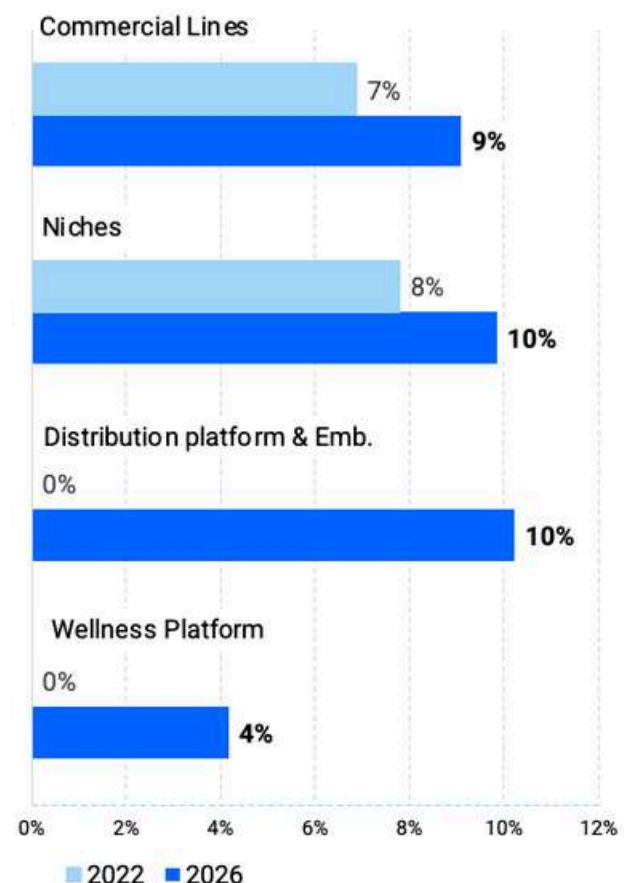
GANADORES DESDE EL 2022

Desde 2022, cuatro segmentos han ganado terreno:

- » **Plataformas de distribución:** en línea con la doble evolución producto-canal impulsada por los seguros embebidos y los canales alternativos, se observa un número creciente de actores en este segmento (Klimber, 123Seguro, Gangkhar). Actualmente, este segmento representa el 10 % de la categoría "Distribution".
- » **Plataformas de Wellness:** aunque en 2025 esta categoría no mostró crecimiento, ya representa un 4 % del total, cuando no existía hace cuatro años.
- » **Líneas comerciales:** esta categoría aumentó del 7 % al 9 %, impulsada especialmente por el segmento de Transportation Insurance (Zuru, ProtegeTuCarga, Proteus Cargo, Hover).

» **Nichos** (+2 %, de 8 % a 10 %): también se observa la aparición de nuevos seguros de nicho, como seguros para mascotas, bicicletas o servicios funerarios.

Business Lines with Increasing Participation in Distribution Segment.



DISTRIBUIDORES (49%)

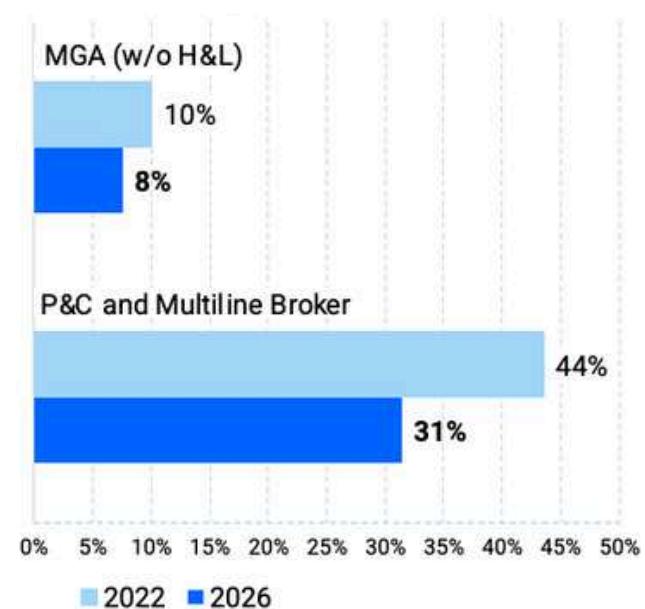
PERDEDORES DESDE EL 2022

Desde 2022, **2 segmentos** **decrecieron**

» **MGA (sin Vida & Salud):** se trata de las MGA (o modelos similares) que no operan en los segmentos de Vida y Salud. Su participación disminuyó del 10 % al 8 %. En este caso, posicionar una marca digital puede resultar muy costoso y, además, un modelo MGA requiere un proveedor de capacity de largo plazo, algo difícil de asegurar cuando el ritmo de crecimiento es bajo.

» **P&C y brokers multilinea:** en esta categoría incluimos a los brokers digitales y comparadores. Su participación cayó 13 puntos porcentuales, pasando del 44 % al 31 %. Esta evolución se explica, en general, por el alto costo de adquisición de clientes y, en algunos casos, por el limitado valor percibido por el cliente en este tipo de modelos.

Business Lines with **Declining** Participation in *Distribution Segment*



CONCLUSIÓN para las insurtechs, no se olviden las reglas de oro.

Digital
insurance
today

REGLA DE ORO

6 tips para tener una insurtech exitosa 2.0



Hugues Bertin
@digitalinsurancelatam
@HCScapital

(2) ENABLERS O HABILITADORES (51%)

Hoy, más del 50 % de las insurtechs son habilitadores tecnológicos ("enablers"), que aportan soluciones clave a lo largo de toda la cadena de valor del seguro.

Esta categoría evoluciona rápidamente. **Hoy vemos aparecer y crecer 2 categorías:**

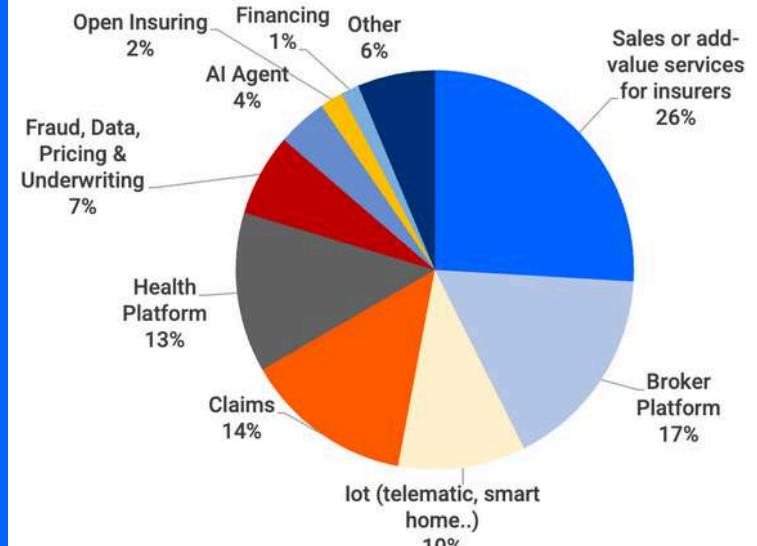
- » • **AI Agent (4%)** que son agentes que usan inteligencia artificial generativa para optimizar procesos.
- » • Una categoría de **Fraud, Data, Pricing, Risk, Suscripción (7%)** como el caso de Akur8 que simplifica los procesos de tarificación o Ceptinel en Fraude.

Ahora la mayoría se concentran en:

- **Soluciones destinadas a digitalizar la intermediación tradicional (=broker platform) (17%).** Este modelo está fortaleciendo la nueva forma de intermediación, conocida como 'OMNI', que se está volviendo cada vez más digitalizada.

- » • Además, el 14% de las soluciones se enfocan en digitalizar el proceso de siniestros, como es el caso de LISA Insurtech.

New focus on 1) "data, pricing and risk" and 2) AI Agent 3) Health



- **El sector de la salud** está adquiriendo una relevancia significativa, tanto en la distribución como en la prestación de servicios de valor agregado para las aseguradoras, abarcando un 13% del mercado.

HABILITADORES (51%)

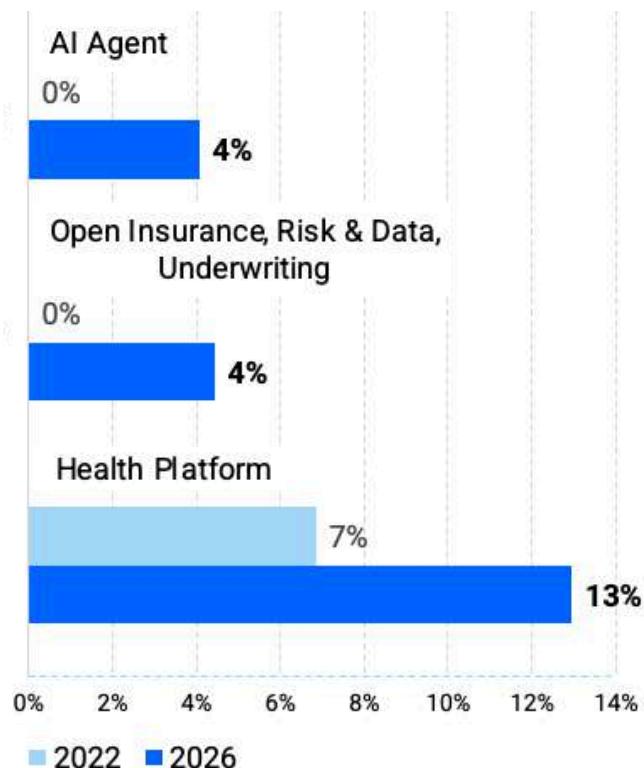
GANADORES DESDE EL 2022

Desde 2022, 3 segmentos han ganado terreno:

- » **AI Agents:** se trata de agentes que utilizan inteligencia artificial generativa para automatizar procesos. Este subsegmento ya representa el 4 % de la categoría de habilitadores.
- » **Open Insurance, Risk & Data, Underwriting:** esta categoría, que ya representa el 4 % del total, agrupa a insurtechs que aprovechan plenamente el potencial de los datos y de la IA más tradicional para mejorar la gestión del riesgo, la suscripción y la toma de decisiones.
- » **Plataformas de salud:** si bien existe un gran desafío estructural para proteger a los latinoamericanos en materia de salud, también hay una oportunidad significativa de eficientizar el sector, tanto en diagnóstico, seguimiento de pacientes, atención médica como en la detección de fraudes, entre otros.

En cuatro años, la proporción de insurtechs activas en este segmento se duplicó, pasando del 7 % al 13 %.

Business Lines with Increasing Participation in Enablers Segment



HABILITADORES (51%)

PERDEDORES DESDE EL 2022

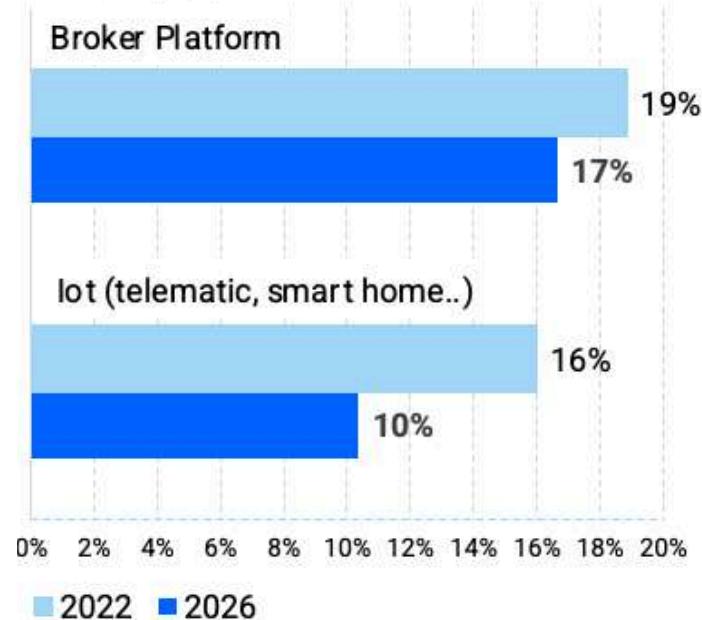
Desde 2022, 2 segmentos han perdido terreno:

- » **Plataformas para brokers:** a pesar de que la digitalización del canal tradicional de agentes sigue siendo un eje estratégico, el segmento de insurtechs que crean valor tecnológico para este canal ha perdido algo de relevancia, pasando del 19 % al 17 %. El desafío sigue siendo enorme: más de 210.000 intermediarios en América Latina.
- » **IoT (telemática, smart home):** aunque el IoT debería ser estructuralmente transformador para el sector asegurador —al mejorar la prevención, reducir la siniestralidad y generar una potencial baja de precios con impacto positivo para los asegurados—, la realidad muestra que es difícil lograr modelos exitosos a escala.

Esto aplica tanto a Vida (modelo Vitality), como a Autos (telemática) o Hogar (smart home).

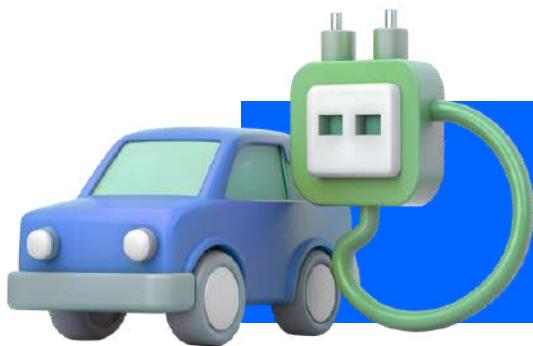
En consecuencia, la proporción de insurtechs que ingresan a este segmento disminuyó del 16 % al 10 %, dejando el espacio principalmente a actores ya instalados como Jooycar.

Business Lines with Declining Participation in Enablers Segment

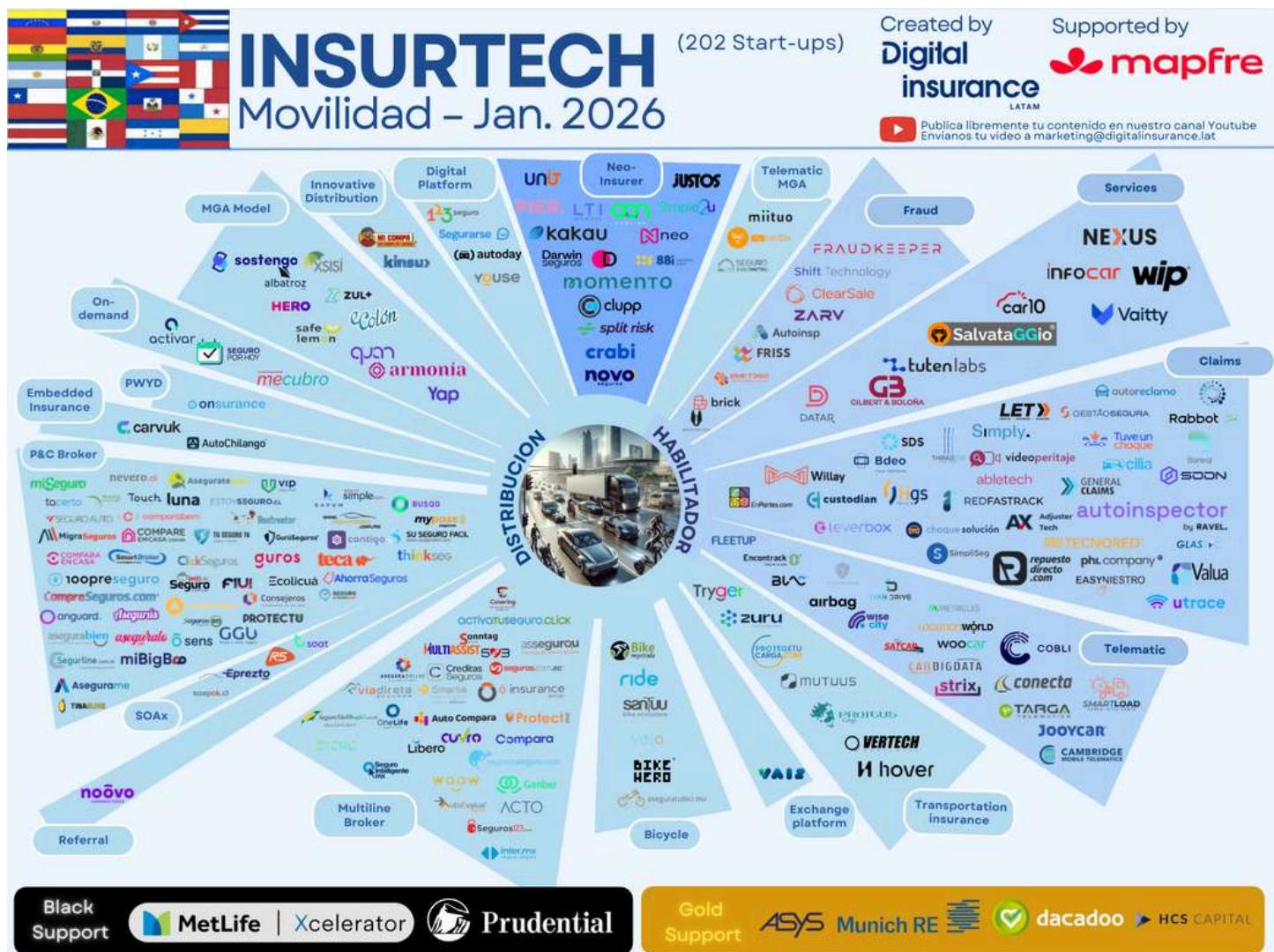


E

¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?



Ecosistema de Movilidad

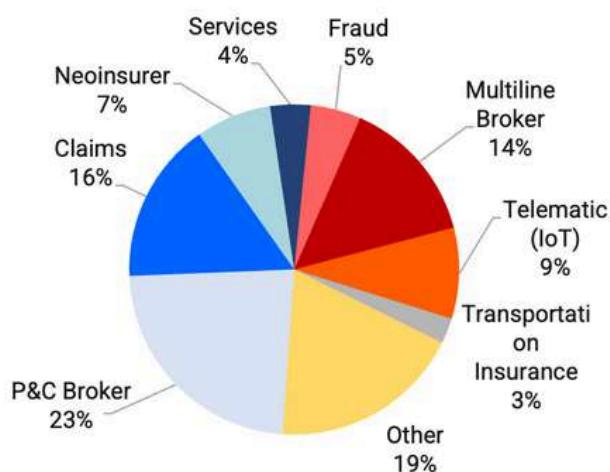


Con **202 insurtechs** y representando el 38%, el ecosistema de la movilidad es el más destacado.

Dentro de este ecosistema, la distribución juega un papel relevante, abarcando el 66%, mientras que las habilitadoras son secundarias con un 34%.

En cuanto a la inversión, este ecosistema atrajo el 34% del total invertido en los últimos 10 años) y 34% en 2025), alcanzando los 498 MUSD, principalmente destinados a los neoinsurers de movilidad, quienes requieren un alto capital inicial.

In Mobility, 66% are focused on distribution and 34% are enablers. 34% of investment is directed towards Mobility.



Argentina y Uruguay están más enfocados en la movilidad (45% y 50%), mientras que Brasil y Colombia parecen estar

menos centrados en este ámbito (32% y 29%).

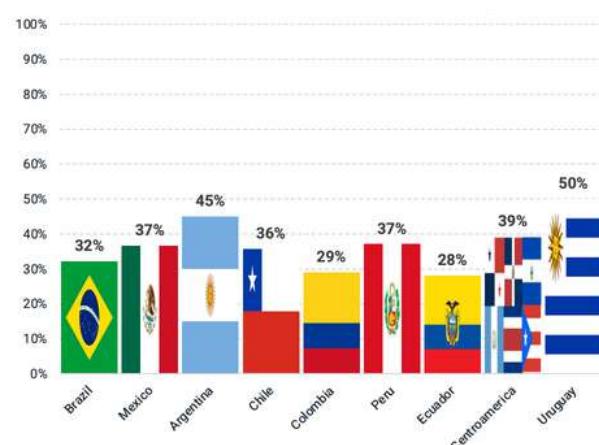
Hoy nos damos cuenta que los **neoinsurers** son relevantes (7%) como **Momento** en Mexico o **Justos** en Brasil y el **37% son brokers** como Compara en Chile o Acto de Mexico.

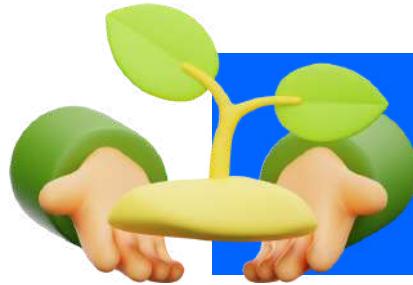
Es crucial destacar que la **telemática** juega un papel relevante con un **9%** (Jooycar, Cobli).

Resulta sorprendente que el tema del **fraude** (Shift, Autoinspector) represente solo un **5%**, a pesar de que su costo equivale al 10% de la prima aproximadamente.

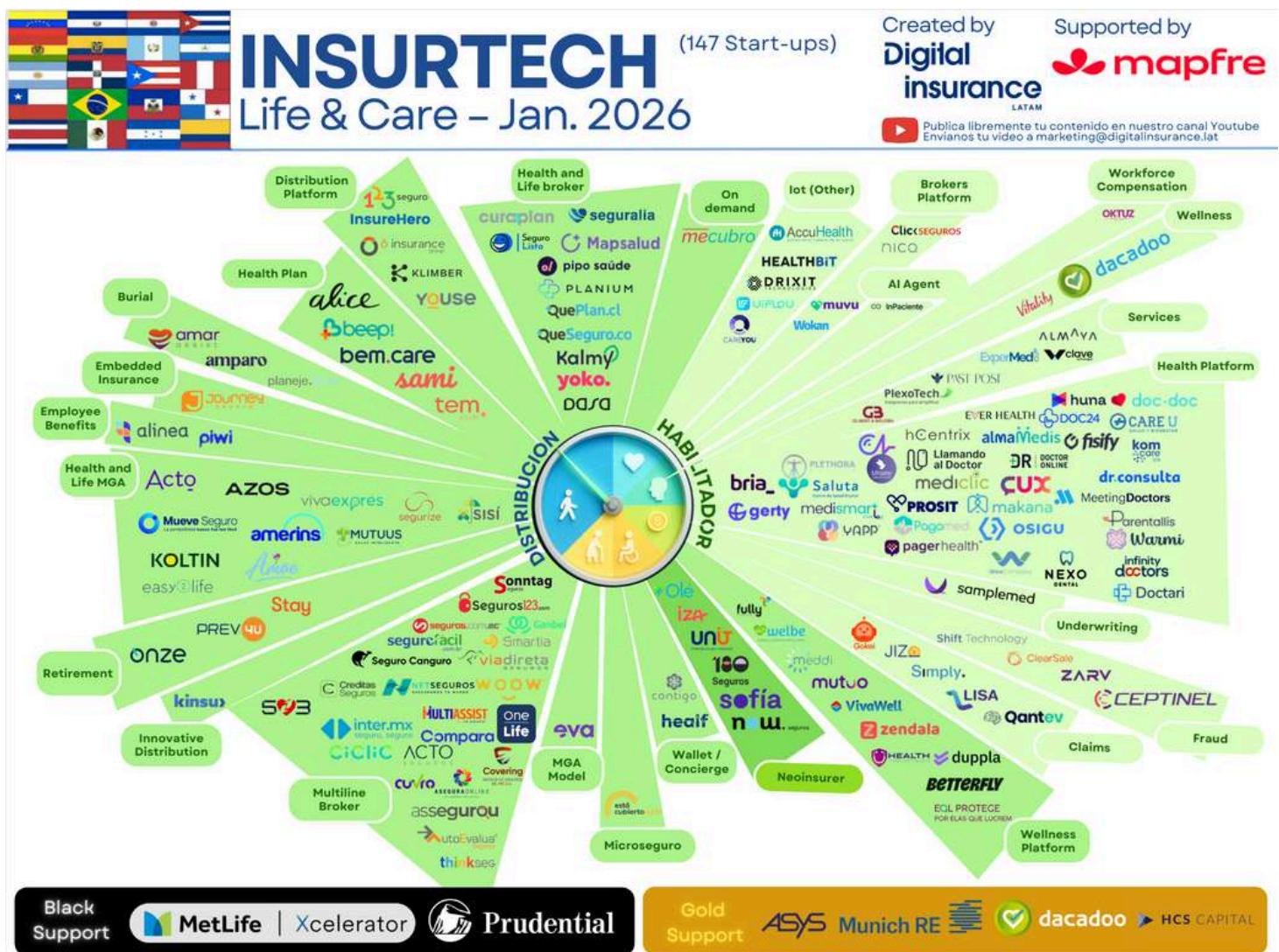
Transportation Insurance emerge como una **nueva tendencia (3%) en Latam** con insurtechs como Zuru, ProtegeTuCarga, Vertech y Hover.

Argentina (45%) and Uruguay (50%) are more focused in mobility





Ecosistema de Life&Care



Con 147 insurtechs y representando el 27%, el ecosistema de Life & Care es el segundo más destacado.

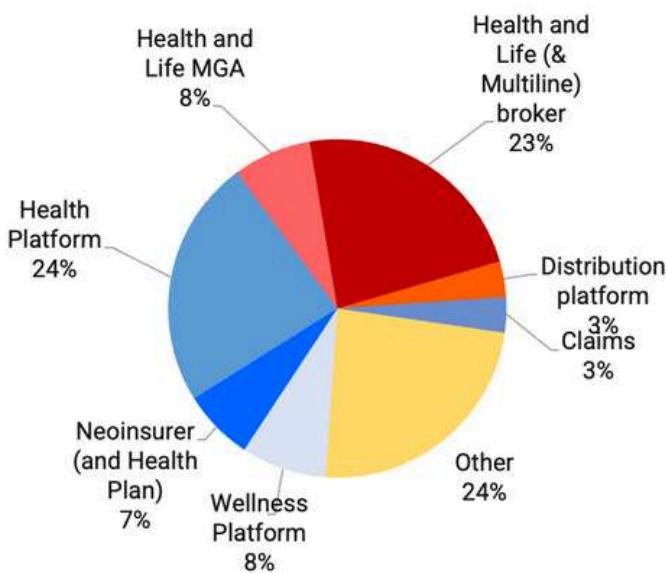
Este ecosistema abarca temas de vida, salud, bienestar y envejecimiento ("aging").

Dentro de él, la distribución cumple un rol central, con un 59%, mientras que las habilitadoras representan el 41%.

A pesar de representar el 27% del total del ecosistema, ha captado el 60% de la inversión acumulada en los últimos 10 años, alcanzando los 874 MUSD.

In Life & Care, 59% are focused on distribution and 41% are enablers.

60% of investment is directed towards Life & Care.



Los dos países más orientados a esta línea de Life & Care son Mexico (36%) y Ecuador (46%).

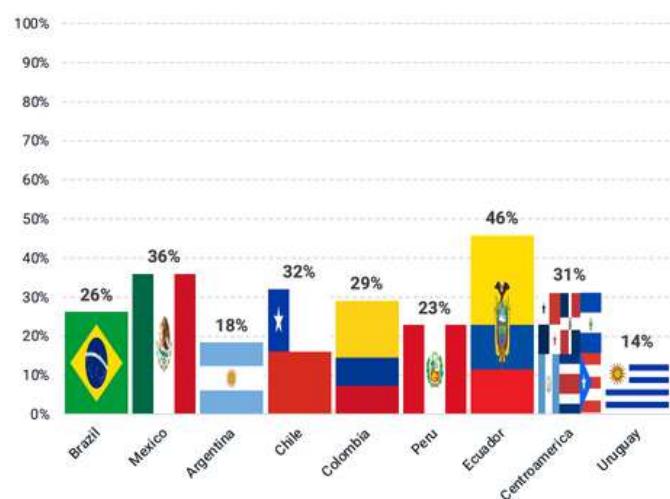
Hoy nos damos cuenta que los **neoinsurers (o Health Plan)** son relevantes (7%) como **Sofía** en Mexico, **Alice** en Brasil o **Ole Life** para Latam.

El 31% son **brokers o MGA** como **Azos** en Brazil o **Mutuus** en Mexico (proporción similar a lo que se observa en Movilidad).

Ahora, existen 2 tendencias:

- » Plataforma de bienestar (8%) para la distribución
- » Plataforma de salud (23%) para acompañar a las aseguradoras o grandes brokers (**Weecompany** de Mexico o **Gerty** de Chile).

Ecuador (46%) and Mexico (36%) are more focused in Life & Care



Acelerando la Sofisticación de la Tarificación en Latinoamérica

En América Latina, las aseguradoras están entrando en una nueva fase de transformación del proceso de tarificación, pasando de flujos de trabajo manuales y procesos tradicionales hacia metodologías más automatizadas y basadas en datos. La rápida evolución de la región se está acelerando, siendo impulsada por la presión de la competencia, las expectativas regulatorias y la disponibilidad de nuevas tecnologías en la nube. Aunque cada mercado de la región tiene su propio nivel de madurez, hay una tendencia innegable: **la sofisticación del proceso de tarificación ya no es opcional, sino que se está convirtiendo en un imperativo competitivo.**

Históricamente, los equipos de pricing han dependido en gran medida del juicio de expertos, de fuentes de datos limitadas, de herramientas tradicionales y, en algunos casos, de actualizaciones poco frecuentes. Estas limitaciones frenaban la innovación y podían impedir que las aseguradoras reaccionaran con rapidez a los cambios del mercado. Hoy, las aseguradoras están avanzando hacia:

- **Ecosistemas de datos más ricos**, que integran indicadores de riesgo meteorológico y geográfico, datos socioeconómicos y, en los mercados más maduros, telemática y funcionalidades ADAS
- **Modelos GLM/GAM avanzados**, mejorados con machine learning para probar cientos de especificaciones de modelo manteniendo transparencia total
- **Modelos de demanda y elasticidad**, para entender la sensibilidad de los clientes al precio y así mejorar la retención y la conversión
- **Análisis competitivo de mercado**, utilizando técnicas de recopilación de datos e ingeniería inversa
- **Optimización de precios**, que ofrece fronteras eficientes entre crecimiento, retención y rentabilidad

Por qué esto es importante para las aseguradoras en América Latina

Los mercados de seguros en América Latina son cada vez más dinámicos, moldeados por nuevos entrantes, consumidores más sofisticados, estrategias de precios más agresivas y expectativas regulatorias crecientes. Para seguir siendo competitivas, las aseguradoras deben:

- Acelerar los ciclos de tarificación para reaccionar rápidamente con la información más reciente disponible
- Combinar la predicción de riesgo con insights sobre el comportamiento del cliente
- Garantizar transparencia y equidad en las decisiones de precios
- Potenciar a los equipos actuariales con herramientas que reduzcan el trabajo manual y aceleren la gobernanza de modelos

Las aseguradoras pueden transformar la tarificación paso a paso: comenzando por automatizar los modelos GAM/GLMs para ahorrar tiempo, luego añadiendo conocimientos sobre demanda y elasticidad, pasando a la optimización estratégica de precios y, finalmente, integrando los precios en la distribución. Este enfoque por fases genera ROI en cada etapa mientras se construye experiencia y compromiso.

Cómo Akur8 puede apoyar tu transformación de pricing

- ✓ **Modelización basada en GLM y GAM interpretables**, impulsada por machine learning.
- ✓ **Lo que antes llevaba semanas ahora puede llevar horas**, permitiendo actualizaciones de modelos más frecuentes y una ejecución de la estrategia mucho más rápida.
- ✓ **Akur8 facilita la comprensión del comportamiento de los clientes ante cambios en el precio**, apoyando decisiones informadas tanto para nuevo negocio como para renovaciones.
- ✓ **Incorpora el posicionamiento de la competencia** directamente a tus flujos de trabajo y cuantifica el impacto comercial al instante.
- ✓ **Identifica fronteras eficientes entre rentabilidad, retención y crecimiento**, bajo restricciones reales del negocio.



¿LISTO PARA ELEVAR TU
ESTRATEGIA DE
TARIFICACIÓN?

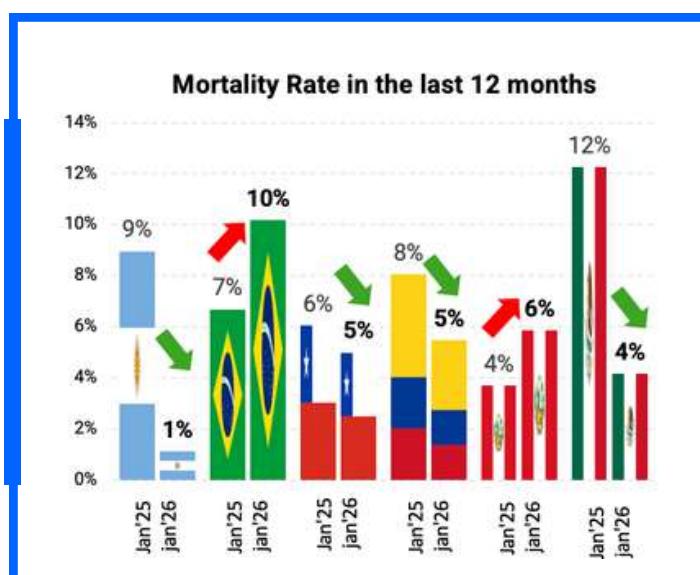
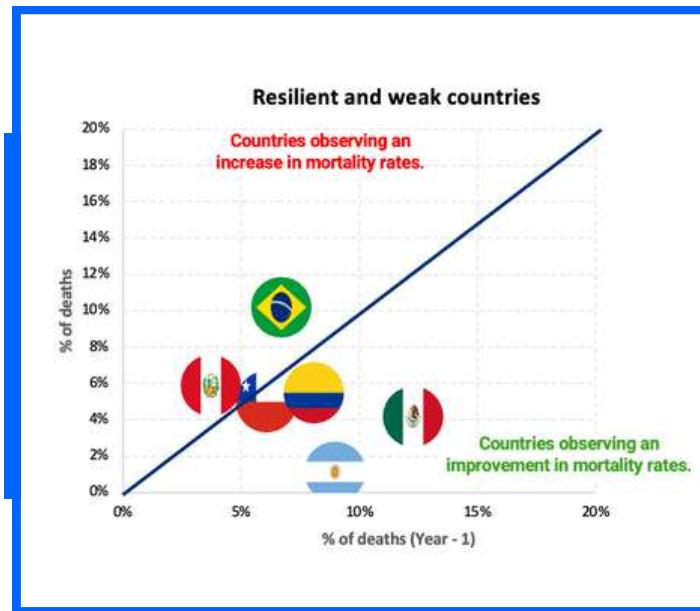
MUERTE DE LAS INSURTECHS

La tasa de mortalidad ha seguido disminuyendo desde un máximo de 12,7 % en 2024.

En dos años, cayó del 39 % al 7,8 %, lo que sugiere un ecosistema hoy más sano y robusto

En los últimos 12 meses:

- » **Argentina y Mexico** lograron mejorar su tasa de mortalidad, alcanzando respectivamente un 1% y un 4%.
- » En cambio, **Brazil (10%)** registró un aumento, producto del proceso de saneamiento del ecosistema.

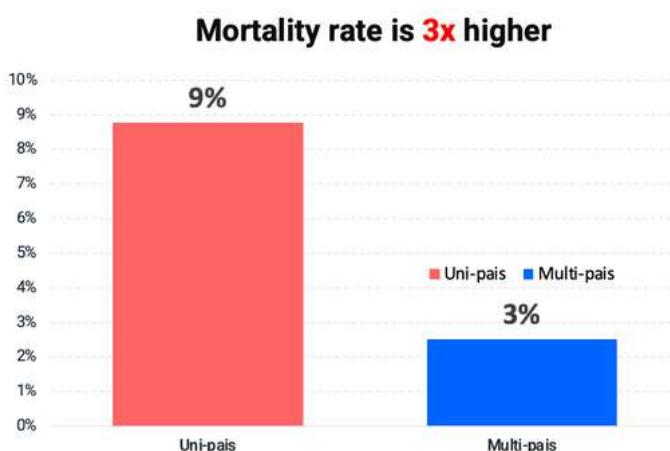


NOVEDAD

La insurtech Latú Seguros, que había tenido una fuerte exposición mediática tras levantar USD 6,5M en una ronda Seed y contar con un foco interesante en el desarrollo de seguros para pymes, anunció el cierre de sus operaciones (1).

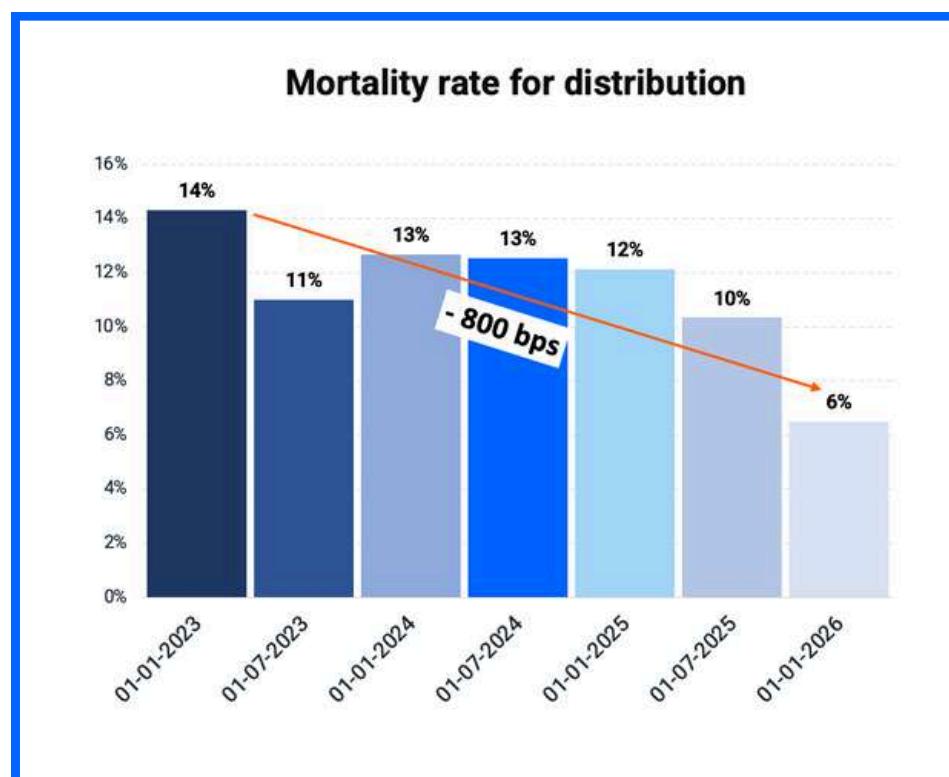
La mortalidad de las locales sigue siendo 3x superior a la de las multilatinas. (solo 4 multilatinas han desaparecido en los últimos 2 años).

¿Solo las mejores logran escalar fuera de su país, o salir al exterior te vuelve más resiliente?



Durante muchos semestres comentamos que las insurtechs de distribución tenían una tasa de mortalidad superior a la de los habilitadores. **Hoy estamos observando un cambio significativo: las tasas de mortalidad de las insurtechs de distribución bajaron de forma relevante** (del 14 % en 2022 al 6 % en la actualidad).

Nuestra lectura es que el saneamiento del ecosistema se produjo, en su mayoría, entre los llamados 'brokers digitales' que se lanzaron sin lograr capturar un mercado suficiente para sobrevivir. Hoy observamos insurtechs de distribución mucho más resilientes, con varios años de track record y modelos más consolidados



INSURTECHS A SEGUIR EN 2026

En la búsqueda de la próxima insurtech estrella

**AZOS**

MGA Life & Care

azos.com.br

Consolidada

**KLIMBER**

Plataforma de distribución

klimber.com

Consolidada

**PIER.**Neo-aseguradora,
Auto & Celulares

pier.digital

Consolidada

**LISA**Gestión de siniestros
con AI

lisainsurtech.com

Consolidada

**gerty**

Ecosistema dental

gerty.com

Consolidada

**123 seguro**

Plataforma de distribución

123seguro.com

Consolidada

**Figuro**Software para
agentes de seguros

figuro.la

Late Stage

**KOLTIN**Protección para
adultos mayores

koltin.mx

Late Stage

**Mueve Seguro.cl**

Portabilidad

mueveseguro.cl

Late Stage

**Gangkhar**

Plataforma de distribución

gangkhar.com

Early Stage



Azos es un MGA de seguros de Vida que reporta una colocación de primas 100 % digital por un monto anual de USD 30M (1), en Brasil.

Su ratio de siniestralidad es del 20%, significativamente inferior al promedio del 35%.

Con el mayor levantamiento de capital del año (USD 30,5M) y considerando que Azos es un MGA, y por lo tanto no tiene una gran necesidad estructural de capital, **será muy interesante seguir su evolución en 2026.**



Klimber una plataforma de distribución nacida en Argentina.

En 2025, ganador del AIP Awards de la mejor insurtech del año, anuncia tener 16 millones de personas aseguradas y US\$600 M en primas gestionadas.

Siendo un brazo clave de Metlife Xcelerator para todo Latam, Klimber recibió inversión de Metlife en Septiembre.

En 2026, veremos Klimber fuera de LatAm?



Pier es una neoaseguradora de Brazil que distribuye seguros de auto y celulares. En 2025, anunció una diversificación de su distribución, sumando al 100% digital, el famoso canal tradicional.

Hoy atienden a más de 170 mil clientes y proyectan US\$50 M de prima en 2025. Cuentan con un NPS de 80 (y 90 en siniestros), trabajan con un CAC (2) de apenas 11,2%, un loss ratio de 51,5% y uno de los mejores márgenes técnicos del mercado con cerca de 35%

¿Pier podrá llegar a US\$ 100M de prima 2026?



(1)

<https://legismap.com.br/conteudos/artigos-e-noticias/em-cinco-anos-azos-lidera-ranking-de-insurtechs-com-maior-arrecadacao-de-premios-no-brasil>

(2) CAC: Costo de adquisición de un Cliente.



Lisa es una insurtech dedicada a la liquidación de siniestros end to end con agentes AI, por ejemplo, en 2025 fueron más de 1.2 millones de siniestros de salud procesados con IA generativa. Terminaron el año con 7 reconocimientos internacionales.

Lisa demostró su capacidad de implementar de poner sistema de AI y de Generative AI, en producción (y no solo en una POC) y a gran escala.

En 2026, Lisa seguirá escalando a nuevos países? Lisa seguirá completando toda su gama de productos?



Gerty construyó un ecosistema dental unico en LatAm desde el odontologó hasta la liquidación de los siniestros de las aseguradoras pasando por la distribución de seguros.

En 2025, son 20 millones de pacientes atendidos con una presencia en 23 países.

El grupo Gerty / Healthatom será la proxima Success Story Insurtech en LatAm?



123Seguro es probablemente una de las insurtechs más emblemáticas de LatAm, al ser una de las pioneras del ecosistema: nació en 2010.

Con una propuesta de valor inicial como broker digital de seguros de Auto en Argentina, demostró su capacidad de escalar en toda América Latina y de diversificar su portafolio de productos.

¿Por qué está en esta lista? Por su pivot estratégico desde broker digital hacia una plataforma de distribución, y en particular por su partnership con Prudential para desarrollar un modelo B2B2C, que nos parece especialmente atractivo.

¿123seguro + Prudential: el nuevo actor relevante en el mundo Affinity en 2026?



Figuro es un software de seguros para agentes para optimizar el proceso de venta nueva: desde que un cliente pide una cotización hasta que decide contratar.

La digitalización de la intermediación tradicional es el corazón de la transformación del sector. Con 210.000 intermediarios en América Latina (1), la oportunidad es enorme.

Hoy existen 45 insurtechs que trabajan en la digitalización de los intermediarios en la región. La pregunta es: ¿será Figuro el gran ganador de este segmento?



Koltin es la primera membresía de salud para personas mayores que incluye cobertura médica, prevención y comunidad.

El aging es uno de los mayores desafíos de América Latina, y Koltin ha levantado USD 10M hasta el año pasado para enfrentar este reto, que afecta a 17 millones de mexicanos.

(1)'<https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/pursuing-insurance-growth-in-latin-america>

(2) Fuente: Atlantico

La compañía crece a un ritmo de 3x anual y, en 2025, Koltin comercializa coberturas por más de USD 6M mensuales (2).

Koltin será en 2026, una de las insurtechs a seguir.



Mueveseguro es una insurtech que ayuda a los asegurados a portar sus seguros asociados a créditos de consumo o automotriz recuperando una parte del dinero.

Si esta propuesta no es tan innovadora, es la primera vez en Latam que un actor mueve un mercado instalado y es exitoso: en sus primeros 12 meses de operación, Mueve Seguro ha portado a más de 15.000 personas, con una devolución promedio de 350 usd aprox. por cliente. Su sitio web recibe más de 42.000 visitas y genera 30.000 leads.

¿En 2026, Mueveseguro podrá seguir creciendo en Chile y escalará fuera de su país?



Gangkhar es una insurtech nueva (early stage) que desarrolló una plataforma de protección integrada, con IA nativa, para capturar la oportunidad de los seguros embebidos y el desarrollo de los canales alternativos.

Creada por Federico Spagnol, argentino residente en Nueva York (ex-Chubb, ex-AIG, ex-Prudential), su profundo conocimiento del sector y de la tecnología le ha permitido posicionar a Gangkhar como una de las apuestas a seguir en 2026.

El cierre de su primera ronda Seed, liderada por Anthemis Group y otros inversores de primer nivel, marca una etapa clave para su escalamiento futuro.

¿Será 2026 el año en que Gangkhar acelere la transformación de la distribución de seguros en América Latina?





ITC LATAM

September 29–October 1, 2026

Be part of the 300+ delegation of Latin American insurance executives this year in Vegas - where LATAM meets the world.

Con el apoyo oficial de:



Preguntas? paschoal@insuretechconnect.com



A black and white photograph of an astronaut in a full spacesuit, including a helmet with a reflective visor, floating in the void of space. The background is filled with numerous small, glowing stars of varying sizes.

II. **MAPA ASOCIACIONES INSURTECH**

ASOCIACIONES INSURTECH



ASOCIACIONES INSURTECH

Latam está experimentando una revolución desde el punto de vista gremial, con 10 asociaciones presentes en sus geografías.

La AIP (Alianza Insurtech Panamericana) es una alianza conformada por 4 asociaciones:

- **AIM** - Asociación Insurtech México
- **AIC** - Asociación Insurtech Colombia
- **InsurtechChile**
- **Camara Insurtech Argentina**
Estas asociaciones agrupan a más de 250 socios, incluyendo insurtechs, aseguradoras y grandes brokers y una coordinación de 5 managing director y 28 consejeros. Su objetivo es construir un ecosistema colaborativo y co-crear la protección del futuro en Latam.

Las 4 asociaciones respetan el decálogo *"Principios Fundadores para la Adhesión de una Asociación a la AIP"*

Es probable que en el futuro se integren otras asociaciones que compartan estos principios.

Otras asociaciones en la región:

- **ABInsurtech**: Asociación insurtech de Brasil, creada en 2018, con un modelo actualmente distinto al de la AIP, pero con potencial de evolución.
- **AICC** (Asociación Insurtech Centroamérica y Caribe): Nueva asociación de América Central que trabaja con el apoyo de la AIM.
- **AIE** (asociación Insurtech de Ecuador), creada en 2025 y en colaboración con la AIP
- **AIU** (Asociación Insurtech Uruguayana) y **Cámara Paraguaya de Insurtech**: Las más recientes, en Uruguay y Paraguay, respectivamente.



¿Y qué pasa con Miami?

Aunque no es un gremio, el **Miami Insurtech Advocates Hub** es una comunidad Insurtech abierta e impulsada desde Miami, con un rol clave, en particular, para el softlanding del ecosistema insurtech en EE.UU.



ALIANZA INSURTECH PANAMERICANA

Nos unimos para co-construir el Futuro del Sector Asegurador en América Latina

[Alianza Insurtech Panamericana](#)

+250 ASOCIADOS CO CONSTRUYENDO LA PROTECCIÓN DEL FUTURO



La **Alianza Insurtech Panamericana (AIP)** es una organización sin fines de lucro que reúne los esfuerzos e impulsa los objetivos de las asociaciones que la conforman:

- **Asociación insurtech de México (AIM)**
- **Asociación Insurtech Colombia (AIC)**
- **InsurteChile**
- **Cámara Insurtech Argentina**



+250M
de habitantes



+ USD 100.000M
en primas



+65% insurtechs
de América Latina

¿POR QUÉ SER PARTE?

Ser parte de **AIP** es integrarse al ecosistema que co-crea el futuro del seguro en América Latina a través de un trabajo colaborativo orientado a generar impacto real en la industria.

Nuestra propuesta de valor se materializa en **ejes estratégicos** alineados con nuestro propósito como asociación y con el compromiso de generar valor real y sostenido para nuestros miembros

Fortalecimiento del
Ecosistema

Reconocimiento &
Posicionamiento

Conocimiento &
Capacitaciones

Networking



Más Información

Natalia Synay, Directora Ejecutiva
natalia.synay@insurtechpanamericana.com



ALIANZA INSURTECH PANAMERICANA

Nos unimos para co-construir el Futuro del Sector Asegurador en América Latina

 Alianza Insurtech Panamericana

LA INNOVACIÓN ASEGURADORA EN LATAM YA REÚNE A MÁS DE 45 COMPAÑÍAS LÍDERES



+200 INSURTECHS Y TECH ACCELERATORS AL SERVICIO DE LA PROTECCIÓN DEL FUTURO



Radiografía Mapfre: ¿Cómo será el futuro de la interacción en el sector asegurador?



La forma en que los humanos interactuamos entre sí y con la tecnología está en plena transformación. La evolución de la inteligencia artificial (IA), la expansión de los asistentes digitales y la integración de dispositivos inteligentes están redefiniendo la manera en que nos comunicamos, trabajamos y tomamos decisiones. La línea entre la interacción humana y la automatización se vuelve cada vez más difusa, con sistemas que no solo responden a nuestras necesidades, sino que las anticipan. Todo ello está teniendo un alto impacto en distintos sectores, entre ellos el asegurador.

El desarrollo de nuevas interfaces y métodos de interacción, como la realidad aumentada, los hologramas y las interfaces cerebrocomputadora, abre nuevas posibilidades para la comunicación y la gestión de información. La integración de estos avances con la inteligencia

artificial generativa y la computación ambiental permitirá experiencias más fluidas, naturales y eficientes. Sin embargo, el ritmo de adopción de estas tecnologías, su accesibilidad y las regulaciones que las rodean definirán si realmente representan una transformación estructural o simplemente mejoras incrementales. Y como industria fundamental para las personas, desde las aseguradoras debemos estar preparados.





A medida que avanzamos hacia un entorno digital más complejo e interconectado, la interacción entre humanos y tecnología seguirá evolucionando. El reto no es solo aprovechar estos avances para mejorar la eficiencia y la experiencia del usuario, sino también garantizar que el equilibrio entre la automatización y la autenticidad se mantenga, permitiendo que la tecnología amplifique nuestras capacidades sin reemplazar lo que nos hace humanos.

En este contexto, desde Mapfre hemos elaborado el informe «El futuro de la interacción: el papel de la interacción en un mundo configurado por asistentes inteligentes». En este documento recogemos cómo será el futuro de la interacción en el año 2035, desplegado en cuatro escenarios divergentes, cada uno modelado por la evolución de la inteligencia artificial, la adopción de dispositivos avanzados y el marco regulatorio que rige su implementación.

Cada escenario presenta oportunidades y desafíos únicos, impactando no solo la forma en que trabajamos y socializamos, sino también en nuestro modelo de negocio y en la adaptación que hacemos a todo ello. Puedes consultar aquí el informe completo, con las implicaciones y conclusiones para el sector, en [este enlace](#) y QR.





III. **MAPAS INSURTECH**

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA



ARGENTINA



INSURTECH

Argentina – Jan. 2026

(98 Start-ups)

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by


Publica libremente tu contenido en nuestro canal YouTube
Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

DISTRIBUTION

On-demand insurance

External Neo



Wellness Platform

Pet Insurance

Distribution Platform

MGA Model

P&C Broker



Micro



Osens



Parametric



Seguros 911



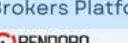
Reinsurance



ClickSeguros

Broker Platform

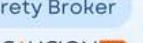
asegurabien



Figuro



asegurando



Wokan



ClickSeguros



wow!



aseguralo.com



Nexus



asegurando



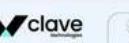
asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



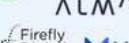
asegurando



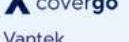
asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



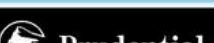
asegurando



asegurando



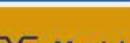
asegurando



asegurando



asegurando



asegurando



asegurando





BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL



BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL



INSURTECH

Brazil – Jan. 2026

Created by **Digital insurance**

Supported by **mapfre**

publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube
Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

FULL-STACK

Neo-Insurer	split risk	Simple2u
now. seguros	88i Seguros Digital	Sandbox
JUSTOS	Darwin seguros	Agro
iza	PIER.	Agrimutual
		pin
		Cellphone
		kakau
		clubfix
		Auto
		LTI
		oan
		neo
		novos seguros

ENABLERS

Claims	Underwriting	Agro	IoT
GESTÃOSEGURA	samplemed	TRAG	HEALTHBIT
OMNI	Rabbit	tralive	DRIXIT
Simply.	sooon	GreenData.	AI Agent
GENERAL CLAIMS	phi.company	dr.consulto	DESOL
	SMARTLOAD	brick	Exchange Platform
	conecta	ClearSale	Claps
	bigdata	Shift Technology	olik seguros
	bridge	h2brick	fit insur
		hCentrix	Recognition
		openpower	TRADE
		LINA	Nimbloo
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
		teros	
		openpower	
		LINA	
		Guru	
		sensedia	
		Wellness	
		dacadoo	
</			

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA



CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

CENTROAMÉRICA

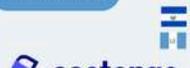
 **INSURTECH** (32 Start-ups) **Centroamerica - Jan. 2026**

Created by **Digital insurance** LATAM **Supported by** 

NEOINSURER

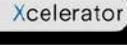
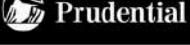
DISTRIBUTION

Wallet:   MGA Model:  

Multiline Broker:  

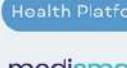
Parametric:   Blue Marble: 

P&C Broker and Agregator:    

Black Support:   

ENABLERS

Claims:  Telematic (IoT):  AI Agent: 

Health Platform:   DOCTOR ONLINE: 

Broker Platform:   Pricing: 

Fraud:  

Services:     

Gold Support:    

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA



COLOMBIA

COLOMBIA

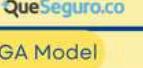
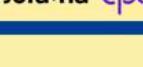
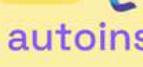
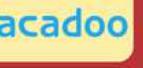
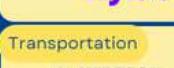
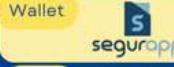
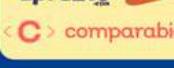
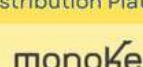
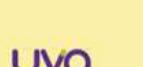
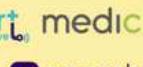
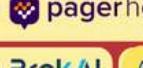
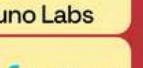
COLOMBIA

COLOMBIA

 **INSURTECH** (79 Start-ups)
Colombia – Jan. 2026

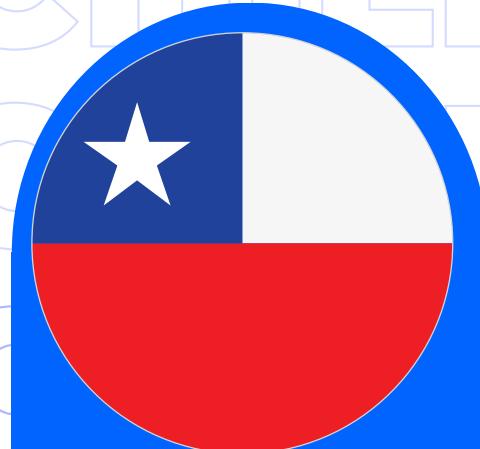
Created by
Digital insurance
Supported by


**Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube
Envíanos tu video a marketing@digitalinsurance.lat**

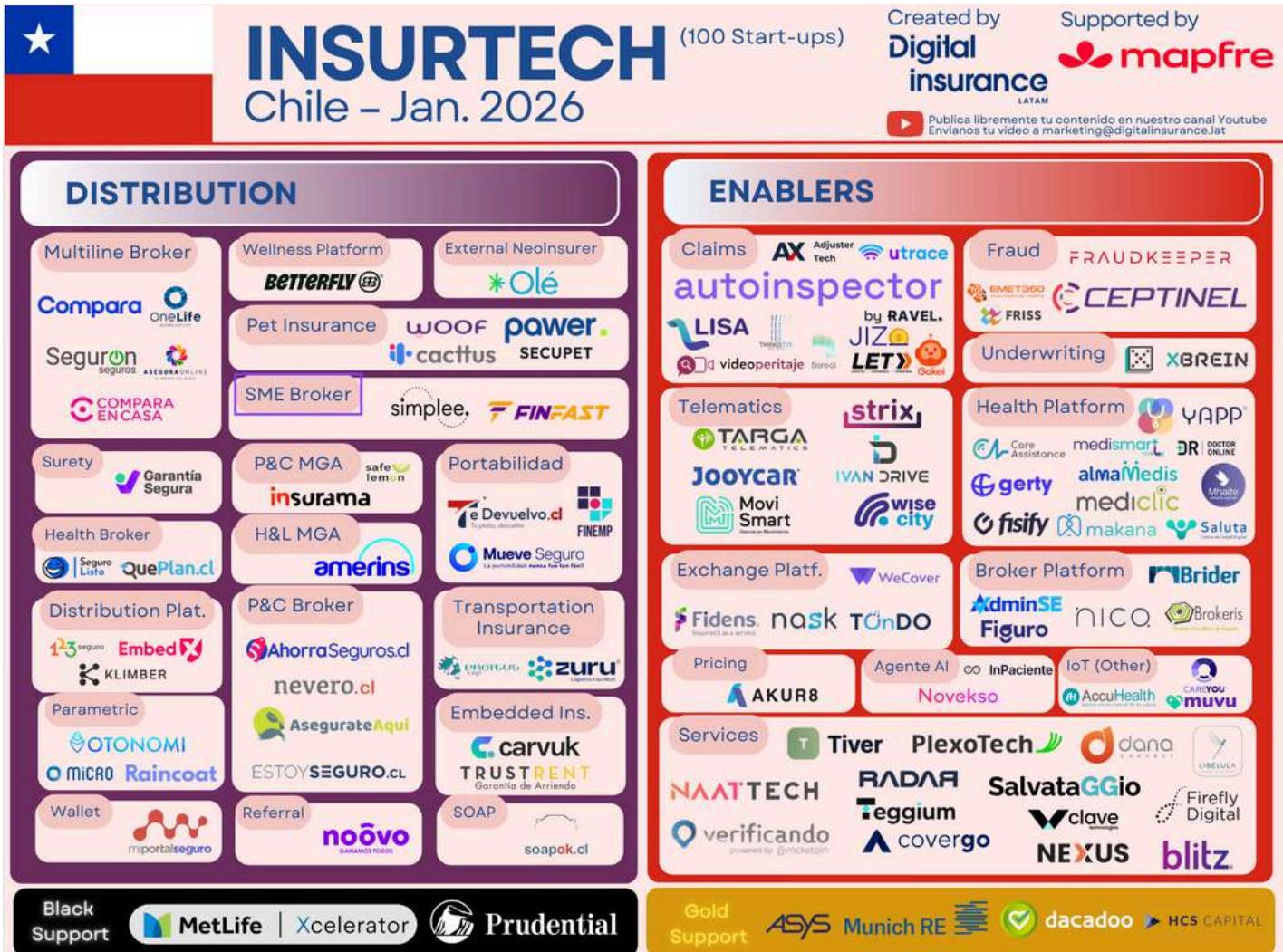
DISTRIBUTION			ENABLERS		
Parametric  Raincoat Blue Marble	Wellness Platform  External Neoinsurer  Multiline Broker 	H&L Broker    MGA Model  	Claims    by RAVEL.  	Telematic    Wellness 	
Travel  Cyber  Transportation  Wallet  SOAP  	Distribution Platform      	P&C Broker    	Health Platform     EVER HEALTH 	Broker Platform    AI Agent   Pricing  Fraud 	
Black Support   	Gold Support    				



CHILE



CHILE



ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR



ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR

ECUADOR



INSURTECH Ecuador – Jan. 2026

(24 Start-ups)

Created by
**Digital
insurance**

Supported by

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube
Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

DISTRIBUTION

External Neoinsurer



MGA Model

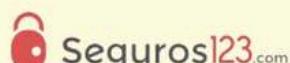
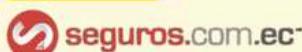


Distribution Platform

InsureHero



Multiline Broker



Black
Support

MetLife | Xcelerator

Prudential

ENABLERS

Claims

leverbox

Willay

videoperitaje

EnPartes.com

Health and Wellness Platform

DR DOCTOR

Warmi

medismart

WeeCompany

Broker Platform

inventiva

CLICKSEGUROS

IoT (exc. Telematics)

Vitality

AI Agent

Muno Labs

Telematic (IoT)

LOCATIONWORLD

Services

GILBERT & BOLOÑA

dana

Exchange Platform

eva

NAATTech



Gold
Support

ASYS

Munich RE

dacadoo

HCS CAPITAL

MÉXICO

MÉXICO



MÉXICO

MÉXICO

MÉXICO

MÉXICO

MÉXICO





INSURTECH

Mexico – Jan. 2026

(139 Start-ups)

Created by
**Digital
insurance**
LATAM

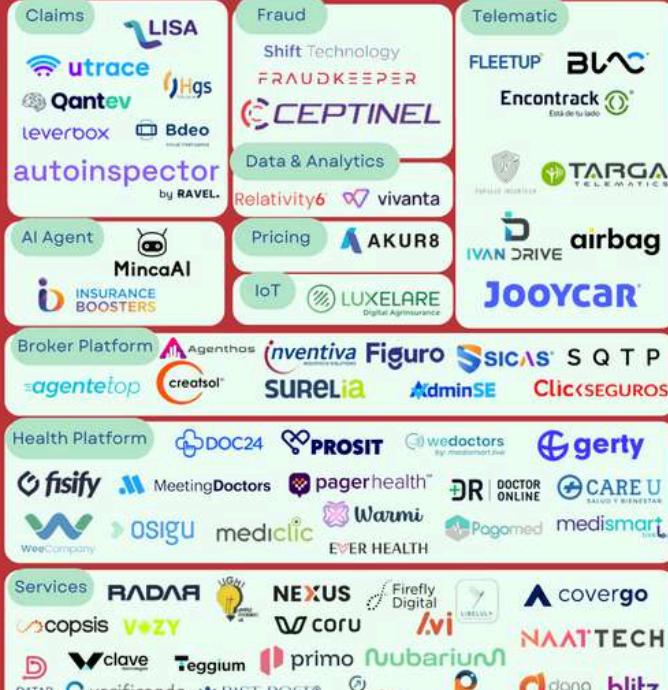
Supported by
mapfre

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube
Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

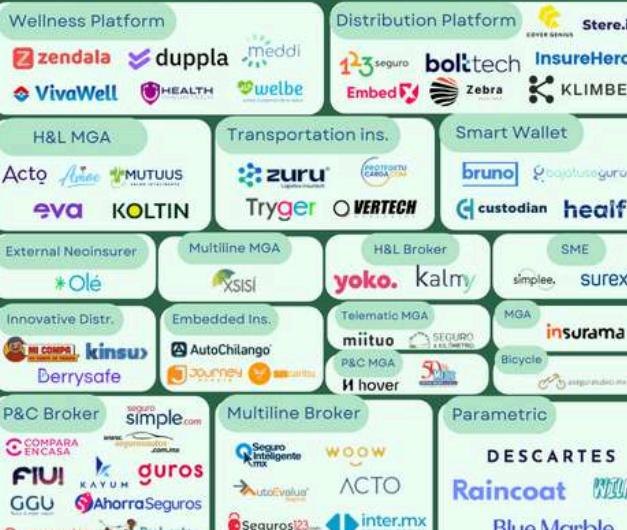
FULL-STACK



ENABLERS

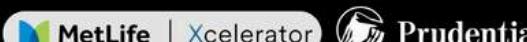


DISTRIBUTION





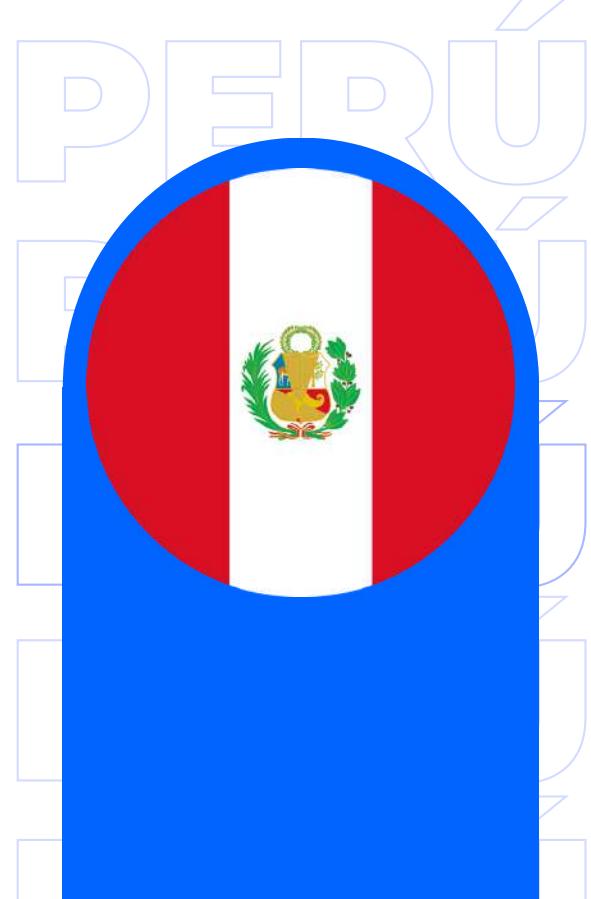
Black Support



Gold Support



PERÚ
PERÚ
PERÚ
PERÚ
PERÚ
PERÚ



PERÚ

PERÚ

PERÚ

PERÚ

INSURTECH

Peru – Jan. 2026

(35 Start-ups)

Created by

Digital insurance

Supported by

mapfre

Publica libremente tu contenido en nuestro canal YouTube

Envíanos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

DISTRIBUTION

Transportation Insurance

zuru
Logistics Insurtech

Parametric

Blue Marble
OTONOMI

On-demand

mecubro

Aggregator

C > comparabien

Distribution Platform

sekure **monokera**
Embed

Health Broker

Mapsalud
QuePlan.pe

P&C Broker

Consejeros
CORREDORES DE SEGUROS
VIP seguros
AhorraSeguros.pe

ENABLERS

Telematic (IoT)

LOCATIONWORLD
JOOCAR **wise city**

Wellness Platform

dacadoo

Claims

Willay

Fraud

CEPTINEL

Exchange Platform

WeCover

Health Platform

WeeCompany
medismart

Broker Platform

inventiva **BrokAI**

Data & Risk

Tekne

Services

Firefly Digital
NAAT TECH

Gold Support

ASYS **Munich RE** **dacadoo** **HCS CAPITAL**

Black Support

MetLife | **Xcelerator** **Prudential**

URUGUAY
URUGUAY
URUGUAY
URUGUAY
URUGUAY
URUGUAY
URUGUAY



URUGUAY

URUGUAY

URUGUAY

URUGUAY



INSURTECH

Uruguay – Jan. 2026

(28 Start-ups)

Created by
**Digital
insurance**

Supported by
 mapfre

LatAM
Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube.
Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

DISTRIBUTION

Pet Insurance



Distribution Platform



Segurarse ☺

P&C Broker

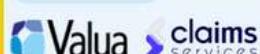


PROTECTU

Ecolicuá

ENABLERS

Claims



autoinspector
by RAVEL.

Brokers Platform



PiNG



Telematics



IoT (other)



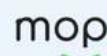
Fraud



Health Platf.



Services



Black
Support

MetLife | Xcelerator

Prudential

Gold
Support

ASYS Munich RE

dacadoo

HCS CAPITAL



La actualidad del sector, explicada para decidir mejor

Panorama del Seguro es **un servicio recurrente para empresas** que necesitan criterio estratégico en el sector asegurador.

En sesiones mensuales o bimestrales donde las empresas analizan tendencias e innovación insurtech para tomar mejores decisiones estratégicas.

¿Cómo funciona?

- Modalidad online
- Conducido por Hugues Bertin
- Análisis de 4 a 8 temas clave
- Espacio de preguntas, intercambio y debate

*Contrata
el Panorama
del Seguro*

bertin@digitalinsurance.lat
+56 9 3241 4633



D.



VIDEO INSURTECH

Descubre las soluciones insurtech más innovadoras en formato de video. Haz clic, explora y conoce lo último del ecosistema.

INSURTECH 2026



Prevención y detección de fraude en tiempo real y automatización de procesos de compliance.

VER VIDEO



Haz clic aquí

INSURTECH 2026

autoinspector
by **RAVEL.**

Flujos de verificación automatizados para registrar, autenticar y dar trazabilidad a bienes, documentos y personas.

VER VIDEO



Haz clic aquí

IV. EL OJO DEL EXPERTO

Federico Tassara,
*Business Development Manager -
Southern Europe & Latin America
en Munich Re*





¿Cómo aseguramos la Inteligencia Artificial?

Hugues Bertin junto a Federico Tassara

HUGUES BERTIN:

Federico, en el ecosistema insurtech hablamos mucho de innovación, pero pocas veces de cómo gestionamos los riesgos que trae la IA. ¿Por qué Munich Re decidió lanzar aiSure?

FEDERICO TASSARA:

La IA está transformando procesos críticos, desde scoring crediticio hasta detección de fraude, pero cada algoritmo trae incertidumbre: errores, sesgos, e incluso alucinaciones en modelos generativos. Con aiSure ofrecemos algo único: una cobertura que garantiza el rendimiento de los modelos y protege contra pérdidas financieras, interrupciones de negocio y responsabilidades legales que pudieran aparecer si la IA falla. Esto no solo mitiga riesgos, sino que acelera la adopción segura de la tecnología.

HUGUES: Suena disruptivo. ¿Cómo funciona en la práctica?



FEDERICO: Imagina un banco que reemplaza tasadores humanos por un modelo de IA para valorar propiedades o activos no financieros. Si el modelo sobrevalora y genera pérdidas, aiSure indemniza. Cubrimos escenarios como desviaciones en los datos, errores de predicción o incumplimiento de KPIs acordados. Es un seguro paramétrico en esencia, respaldado por nuestra experiencia actuarial y nuestros científicos de datos que analizan riesgos técnicos y regulatorios.

HUGUES: ¿Qué impacto tiene esto en la relación entre aseguradoras y clientes corporativos?

FEDERICO: Cambia la conversación. No hablamos solo de transferir riesgo, sino de habilitar innovación. Las empresas pueden implementar IA con confianza, convencer a sus boards y acelerar proyectos que antes se frenaban por miedo a las fallas que los modelos pudieran generar. Es el seguro reinventándose para cubrir las nuevas necesidades generadas por las nuevas tecnologías.

HUGUES: ¿Y en Latinoamérica? ¿Estamos listos para esto?

FEDERICO: Absolutamente. La región vive una ola de digitalización y necesita soluciones que inspiren confianza. Estamos explorando alianzas con corporaciones e Insurtech para adaptar aiSure a casos locales, desde underwriting automatizado hasta prevención de fraude. El producto está disponible para que grandes empresas aseguren sus propias implementaciones de IA y también para empresas de tecnología que quieren respaldar sus soluciones basadas en IA. El objetivo es claro: que la IA sea una oportunidad, no un riesgo. Y nos enorgullece como Munich Re estar creando esta cobertura y marcar su camino globalmente.

HUGUES: Federico, gracias por compartir esta visión. Sin duda, aiSure marca un antes y un después en cómo aseguramos el futuro digital.

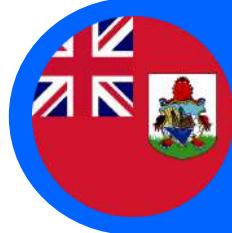




V. **INSURTECH VIP LOUNGE**

By Hugues Bertin

- 
1. Meanwhile
2. Xsisí
3. Emet 360
4. Pier.
5. CallPilot AI



Meanwhile, la primera aseguradora de vida denominada en Bitcoin – Julio 2025

En EILA Chile tuve la oportunidad de descubrir propuestas verdaderamente disruptivas. Una de las que más me sorprendió fue Meanwhile, la primera aseguradora de vida con licencia en Bermudas que opera completamente en Bitcoin. Hoy converso con Zachary Townsend, CEO de Meanwhile, y Marian Tlatelpa, Chief of Staff and Strategic Initiatives, para conocer más sobre esta innovadora apuesta.

Meanwhile combina la seguridad de un seguro de vida tradicional con el potencial de crecimiento y descentralización de Bitcoin (BTC). Su propuesta va más allá de la protección: permite ahorrar y acumular BTC de forma regulada, con crecimiento diferido de impuestos y la posibilidad de solicitar préstamos sobre el valor acumulado sin necesidad de vender. En otras palabras, funciona como una tesorería personal en Bitcoin, pensada para familias y patrimonios con una visión de largo plazo.

A diferencia de las pólizas tradicionales en moneda fiduciaria, todas las variables del contrato –primas, valor en efectivo y beneficios por fallecimiento– están denominadas en BTC. Su producto principal se estructura en diez exhibiciones y ofrece ventajas fiscales potenciales dentro de un marco regulado.

En 2024, Meanwhile obtuvo la licencia comercial completa de seguros de vida a largo plazo otorgada por la Autoridad Monetaria de Bermudas (BMA), convirtiéndose en pionera en este segmento. Hasta la fecha, han recaudado más de 60 millones de dólares en capital, con el respaldo de inversores de primer nivel como Sam Altman, CEO de OpenAI.

meanwhile



El interés por su producto ha crecido tanto que recientemente ajustaron el mínimo de prima a 0.25 BTC (30.000 usd aprox. a la fecha), reflejando la evolución del mercado.

Ante la pregunta inevitable sobre la volatilidad del Bitcoin, Townsend explica que toda la estructura está denominada en BTC, lo que elimina la dependencia de conversiones diarias a otras monedas. Esto sí implica que quienes generan ingresos en moneda fiduciaria deben adquirir BTC para pagar sus primas, lo que los expone al riesgo cambiario. Por eso, el producto está dirigido principalmente a clientes que ya poseen Bitcoin y buscan protegerlo para las próximas décadas.

La solidez de Meanwhile se apoya en tres pilares: la supervisión estricta de la BMA, que garantiza capitalización adecuada y reportes periódicos; los controles de custodia y auditoría que protegen los activos en BTC; y una estructura transparente y resiliente, alineada con los estándares globales de la industria aseguradora.

Sobre la legalidad y practicidad de una póliza offshore, explican que es completamente legal en muchas jurisdicciones, aunque siempre recomiendan consultar con asesores fiscales y legales, ya que cada país tiene regulaciones específicas sobre seguros internacionales y tenencia de activos en el exterior. Eligieron Bermudas precisamente por su reputación como centro regulatorio líder en innovación aseguradora. La BMA ofrece marcos específicos para nuevos modelos de seguros y mantiene una colaboración constante con los proyectos que supervisa. Esta combinación de rigor regulatorio y apertura a la innovación ha sido clave para construir credibilidad en un producto tan disruptivo.

Entre los principales respaldos de Meanwhile destaca Sam Altman, CEO de OpenAI, quien comparte la visión de que Bitcoin será un activo central en el futuro financiero global. Para él, integrar esta tecnología al sector asegurador es un paso natural en la evolución del sistema financiero.

Recientemente, la compañía fue noticia nuevamente tras levantar otros 82 millones de dólares en una nueva ronda respaldada por inversores institucionales como Apollo, Northwestern Mutual, Pantera Capital y Stillmark, reforzando su posicionamiento como uno de los mayores prestamistas de Bitcoin a largo plazo dentro de marcos regulados. Este nuevo financiamiento refleja el creciente interés institucional en productos aseguradores denominados en BTC.



Life insurance in Bitcoin,
now more accessible

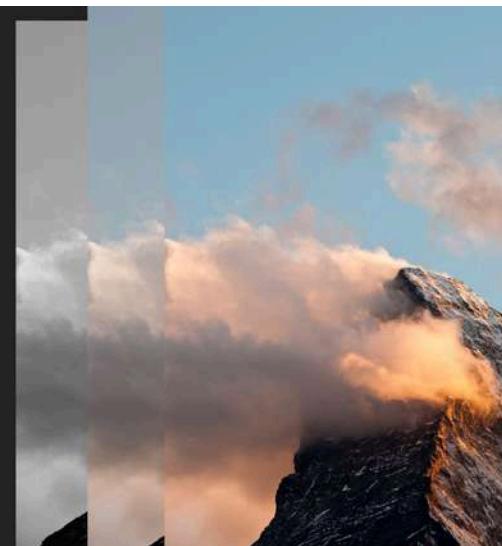
**Meanwhile lowers
the minimum from**

1 BTC to 0.25 BTC

Al cerrar la conversación, les pregunto cómo imaginan el futuro de Bitcoin a diez años.

“Creemos que Bitcoin seguirá consolidándose como una reserva de valor global y un activo intergeneracional. La volatilidad seguirá existiendo, pero en una escala decreciente conforme aumente la adopción. En 10 años, imaginamos un mundo donde Bitcoin será tan común en la planificación patrimonial y sucesoria como hoy lo son las acciones o los bonos. Meanwhile existe para que las familias puedan asegurar y transferir ese valor de forma confiable.”

Secure your
legacy with
Bitcoin payouts





XSISÍ, la insurtech mexicana que se pronuncia “Por Si Sí” – Agosto 2025

Hoy me reúno con Santiago Castillo, founder de XSISÍ, una insurtech que forma parte de la historia misma de la Asociación Insurtech de México. Vamos a conversar sobre su origen, su propósito y su enfoque esencialmente inclusivo.

Hoy XSISÍ ofrece seguros inclusivos cuya prima anual nunca supera el equivalente al salario mínimo mensual en México, garantizando acceso real a poblaciones tradicionalmente desatendidas. El nombre refleja parte de la cultura popular mexicana: el sentimiento de “a mí no me va a pasar nada” y la protección simbólica de la Virgen de Guadalupe. De allí su claim identitario: “Yo sé que a ti no te va a pasar, pero por si sí, un seguro inclusivo.”



Santiago me cuenta que su trayectoria comenzó en el sector de fianzas, donde se formó en riesgo y cumplimiento. Sin embargo, al intentar expandirse hacia los seguros tradicionales, se encontró con un mercado sumamente burocrático. Ese contraste lo llevó a explorar alternativas más ágiles y digitales, y fue así como conoció el mundo insurtech. Tras analizar referencias internacionales y regionales, nació la idea de construir una propuesta propia: seguros de vida y salud diseñados específicamente para la base de la pirámide. En 2016 surge el concepto y en 2017 lanzan su primer MVP.

Me cuenta que en México todavía predomina la protección del bien material sobre la persona, por eso las coberturas de movilidad son las más conocidas. XSISÍ decidió escuchar a sus usuarios y adaptar sus productos a sus verdaderas preocupaciones.



Hoy su cartera se compone en un 65% por Asistencia Funeraria, seguida por Accidentes Personales (21%), Auto/Moto (6%), Fracturas (4%) y otros productos complementarios. Ya cuentan con más de 28.000 asegurados, un hito relevante para un modelo puramente B2C, con un CAC mensual de solo USD 7.83 y más de USD 1,2 millones en suma asegurada en riesgo.

A primera vista parecen un bróker digital, pero en realidad su diferencial está en el diseño del producto y en su propósito. El customer journey es completamente digital y sin fricciones: la contratación se hace online, sin papeleo, sin tarificación diferenciada por género o edad y con suscripción simplificada (solo una pregunta médica binaria). A pesar de la tecnología, mantienen un acompañamiento humano que garantiza comprensión y transparencia.

El camino comercial también ha sido un aprendizaje. Comenzaron con estrategias manuales como vender puerta a puerta con tablet o incorporar estudiantes en servicio social y con el tiempo migraron hacia un modelo basado en alianzas y referenciadores. Una de las más exitosas ha sido con una empresa que ofrece asistencias para trabajadoras domésticas, desde donde hoy proviene el 42% de sus pólizas. Además, el boca a boca representa ya un 18% de las ventas, y cuentan con un sistema de referenciación con bono por venta cerrada.

XSISÍ es una insurtech 100% bootstrapped (o sea, sin financiamiento externo), lo que les ha permitido operar livianos, sostener su propósito original y digitalizar prácticamente toda la operación. Manejan costos mínimos, con un solo ejecutivo dedicado a siniestros y atención al cliente, y una red distribuida de referenciadores.

La inclusión también se refleja en su impacto social: por cada póliza emitida se activa automáticamente una cobertura para un atleta de Special Olympics, organización con la que son aliados. Además, sus productos están estandarizados como parte de su filosofía de neutralidad y acceso (mismas primas y coberturas para todas las personas).

Cuando hablamos del futuro de XSISÍ, Santiago me adelanta que están trabajando en una plataforma de contratación híbrida en la que el usuario podrá armar combinaciones de coberturas de vida, cáncer, telemedicina, funeraria, etc. en un solo clic.

Antes de cerrar, le pregunto por su nuevo proyecto entrepreneur: SURELIA, la primera "Suretytech" de México como dice. Desarrollaron un motor de KYC y CRM que integra más de cuatro Inteligencias Artificiales para el análisis documental y la predeterminación de garantías en el sector de fianzas. Ya cuentan con un MVP comercial y son miembros de la AIM. Un spin-off que, según él, busca revolucionar la industria desde su origen profesional.

Una nueva insurtech a seguir en America Latina.





EMET360, la insurtech que provoca un efecto wow!! – Septiembre 2025

La primera vez que escuché sobre Emet360 pedí ver para creer. Años después, su recorrido es realmente impresionante. Hoy disfruto un café junto a Max Saguier, CEO de esta insurtech que revolucionó la detección de fraude y la gestión de siniestros.

EMET360 es una insurtech latinoamericana que automatiza la gestión completa de siniestros y detecta fraude en tiempo real con un efecto “wow”. Su propuesta de IA combina análisis de voz emocional y cognitivo que identifica riesgo de fraude con altísima eficacia a partir de señales de estrés, evasión o incongruencias durante la declaración y Salesforce como plataforma central, permitiendo orquestar todo el ciclo de vida del siniestro, desde la declaración del siniestro hasta la liquidación, de manera segura, auditabile y escalable. En la práctica, reemplaza procesos manuales y fragmentados por un flujo inteligente, trazable y totalmente digital.

Además, “uberiza” la investigación mediante una plataforma On-Demand que conecta a las aseguradoras con investigadores certificados, reduciendo costos, tiempos y subjetividad.

La plataforma está evolucionando hacia un modelo “agéntico”, donde agentes de IA son capaces de comprender contextos, tomar decisiones operativas y comunicarse tanto con personas como con sistemas. Incluso pueden crear nuevos agentes sin necesidad de programadores. Sus resultados son contundentes: han logrado reducir un 70% los tiempos promedio de procesamiento, disminuir un 45% los costos operativos por caso y alcanzar un 85% de precisión en la detección temprana de fraudes.



EMET360
INNOVACIÓN EN VERDAD



Sus implementaciones promedian 3 veces más efectividad y reportan un 95% de satisfacción (NPS) en usuarios internos.

El fraude adopta diferentes formas según el ramo: daños preexistentes o colisiones armadas en automotores, sobrefacturación y uso compartido de identidad en salud, reclamos no laborales en ART, documentación alterada en hogar o suplantaciones de identidad en vida. A nivel regional, crece tanto el fraude oportunista como la colusión entre intermediarios y prestadores. A esto se suma una nueva generación de fraudes sintéticos impulsados por la GenAI, con imágenes manipuladas, deepfakes, audios clonados y textos generados para simular documentación. Frente a ese escenario, Emet360 combina análisis de voz fisiológica imposible de falsificar, verificaciones en tiempo real con

datos históricos y bureaus de riesgo, forensia documental basada en metadatos y análisis de coherencia narrativa durante las declaraciones. En resumen, usan IA para detectar IA, con decisiones explicables y auditables.

Max señala que el mayor retorno inmediato proviene del fraude externo —siniestros armados, documentación manipulada, colusión con terceros— aunque el fraude interno es el que más valor erosiona silenciosamente en el largo plazo. Hoy se enfocan principalmente en el frente externo, ofreciendo trazabilidad total para entender qué pasó, cómo pasó y con quién pasó.

El retorno de inversión se demuestra en semanas. Implementan pruebas de concepto cortas en líneas de alto volumen, como autos, donde aún predominan procesos manuales y dependientes de intervención humana. Allí Emet360 multiplica la eficiencia, acelera la resolución y mide resultados concretos: aumento en detección, reducción de tiempos, ahorro por casos evitados y mejora en la experiencia del cliente. El ROI suele llegar entre los 3 y 6 meses, gracias a la reducción de pérdidas y a la eficiencia operativa.

Su modelo SaaS, con bajo setup y pago por uso, permite una adopción rápida y escalable.

Su diferencial radica en la intersección entre tecnología propietaria, conocimiento sectorial profundo y diseño de procesos end-to-end. La combinación de IA avanzada, análisis de voz y orquestación nativa en Salesforce con comprensión del ciclo completo del siniestro les permite transformar tecnología en decisiones accionables y contextualizadas.

Ganaron la competencia Link Up junto a RUS tras demostrar impacto inmediato: un triage automático "Pay or Investigate" que antes llevaba horas y ahora sucede en segundos, integración real con canales y sistemas core, y reportes estandarizados que permiten comparar investigadores y detectar cuellos de botella. La aseguradora valoró especialmente la capacidad de Emet360 de escalar sin reingeniería y su enfoque colaborativo entre innovación y operación.

Entre sus mayores casos de éxito destaca una aseguradora automotriz latinoamericana donde redujeron el ciclo promedio de resolución en 70%, aumentaron un 85% la detección de inconsistencias en voz, disminuyeron entre 35% y 45% los costos operativos por caso y lograron un NPS superior al 90% en clientes atendidos por flujos asistidos por IA.

Emet360 tiene hoy una presencia sólida en Argentina, donde se encuentra la base de operaciones y su laboratorio de innovación, y Chile es su segundo mercado de mayor expansión, con alianzas crecientes en toda la región. Paralelamente ampliaron su portafolio con soluciones para orquestación de siniestros con IA, análisis de calidad y fraude por voz, marketplace de investigadores y auditorías inteligentes con scoring documental.

Su propósito es claro: convertirse en la capa de inteligencia y automatización de referencia para la industria aseguradora en América Latina.





PIER, la neoinsurtech que logró ser rentable – Noviembre 2025

En América Latina, cuando hablamos de insurtech, es imposible no pensar en Pier, la neoaseguradora brasileña enfocada en transformar la relación de los brasileños con el seguro y que ya suma USD 42 millones en financiamiento. Nació con una propuesta 100% digital, creció dentro del sandbox regulatorio y comenzó con un modelo completamente B2C.

Muchos la compararon con Lemonade; hoy converso con Camila Kataguiri, co-CEO, para entender cómo lograron convertirse en una compañía rentable en 2025.

Pier surgió con el propósito de transformar la relación de los brasileños con el seguro, simplificando el acceso a la protección con procesos ágiles, transparentes y sin burocracia. Su primer producto fue el seguro de celulares, pionero en cubrir hurto simple y en ofrecer reembolsos rápidos, lo que les permitió destacarse rápidamente.

Más adelante lanzaron el seguro automotor, manteniendo siempre el enfoque en tecnología, eficiencia y transparencia. Hoy ambos productos se comercializan tanto en un modelo directo al consumidor como a través de corredores y alianzas, permitiendo que cada persona contrate de la manera que mejor le resulte.

La tecnología está en el corazón de Pier. Utilizan inteligencia artificial a lo largo de toda la jornada, desde la suscripción hasta los siniestros. Entre sus soluciones propias se destacan Pier Bolt, un agente de IA que procesa reembolsos de celulares de forma instantánea, y Pier Scan, una herramienta que realiza inspecciones automotrices en menos de un minuto sin intervención humana.

PIER.



Esa capa tecnológica les permitió construir productos competitivos, accesibles y con procesos radicalmente más simples que los del mercado tradicional. Hoy atienden a más de 170 mil clientes, alcanzaron R\$150 millones de facturación en 2024 y proyectan R\$250 millones en 2025. Cuentan con sello RA1000 de Reclame Aquí, mantienen un NPS general de 80 (y 90 en siniestros), trabajan con un CAC de apenas 11,2%, un loss ratio de 51,5% y uno de los mejores márgenes técnicos del mercado con cerca de 35%.

Cuando pregunto cómo lograron alcanzar la rentabilidad en el segundo y tercer trimestre de 2025, Camila lo resume en tres pilares: tarificación inteligente, eficiencia operativa impulsada por IA y diversificación de canales. Su modelo predictivo permite ajustar precios según el riesgo real de cada cliente y

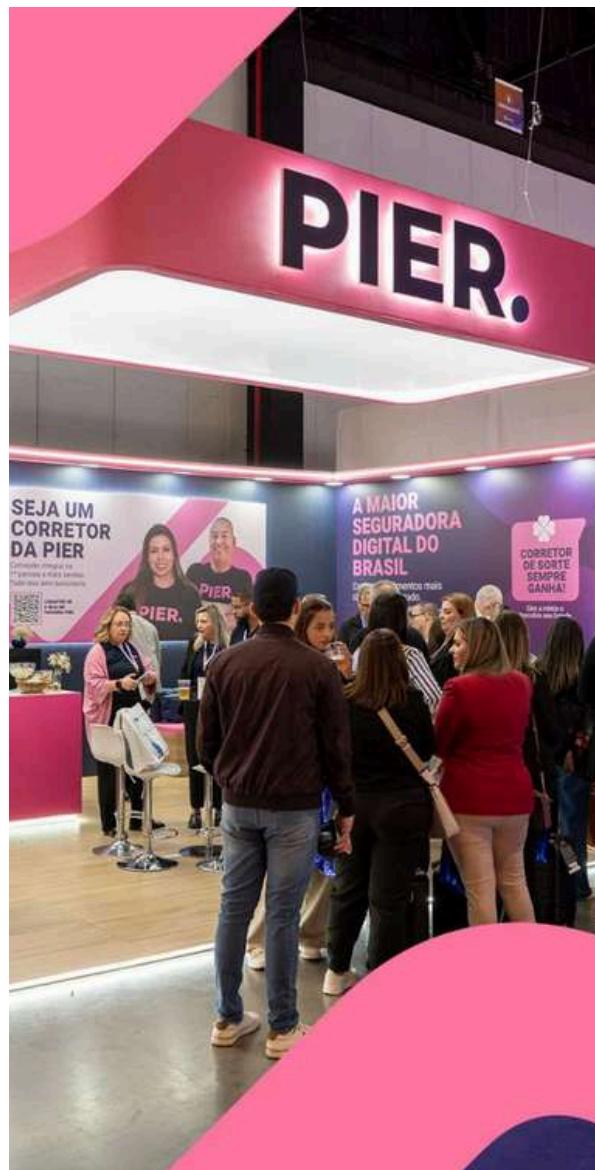
refuerza la prevención de fraude en un país donde cerca del 20% de los siniestros presentan señales sospechosas. Con procesos como el continuous underwriting, reglas automatizadas y análisis de datos comportamentales, Pier logró operar con precisión, acceso y eficiencia. La expansión hacia corredores y alianzas B2B2C también les permitió aumentar la escala y reducir el costo de distribución sin perder foco en la experiencia del cliente.

Uno de los movimientos más significativos de Pier en 2025 fue la decisión de comenzar a vender a través de corredores, algo que sorprendió a quienes la conocían como una insurtech 100% D2C. Sin embargo, Camila explica que esta evolución estaba en el ADN de la compañía: ampliar el acceso al seguro implica ampliar también los canales. Para hacerlo lanzaron el Portal del Socio, creado junto a los propios corredores, pensado para resolver sus necesidades diarias con procesos simples, comisiones flexibles y un servicio especializado. Este canal cobró fuerza bajo el liderazgo de Flávio Rewa, su CCO, y permitió que Pier se integrara al ecosistema de corredores desde un lugar colaborativo y transparente.

La relación con los corredores pasó de la competencia percibida a una alianza estratégica real. Pier ya trabaja con más de 5.000 corredores en todo Brasil y mantiene acuerdos con redes relevantes como Seguralta, SegPartners, Klubi y Cota Fácil. Su propuesta es que el corredor mantenga total autonomía sobre su cartera, que acceda a una mayor rentabilidad y que cuente con una experiencia digital ágil respaldada por tecnología y un equipo especializado. Este canal les permitió llegar a clientes distintos a los de su modelo B2C. En el modelo B2C venden su producto por suscripción (que funciona como una suscripción a Netflix, renovada automáticamente cada mes). En el Canal Corredor, en cambio, venden el producto anual, estándar del mercado y preferido por los clientes de los corredores, lo que muestra que son públicos distintos. Y algo clave: garantizan que el cliente del corredor siempre será del corredor, lo que fortaleció la confianza y la reputación de la compañía.

En un mercado cada vez más concentrado, los corredores necesitaban nuevas alternativas y encontraron en Pier una compañía enfocada en democratizar el acceso al seguro,

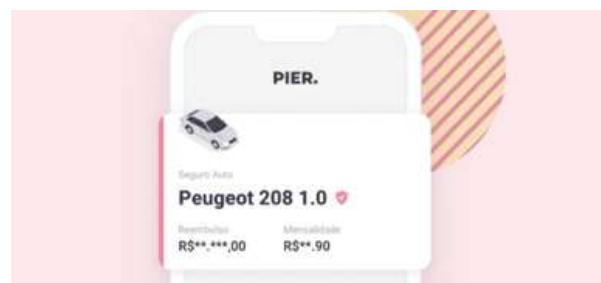
aumentar la penetración en Brasil —estancada en torno al 30%— y atender a perfiles que rara vez eran considerados por las aseguradoras tradicionales, como la Clase Bono 0, que suele carecer de historial previo. Gracias al uso de datos comportamentales, Pier logra comprender mejor a estos consumidores, ofrecer precios accesibles y operar de forma rentable incluso con riesgos más altos.



Desde la mirada de una insurtech que nació en plena agenda de innovación, Pier también destaca que Brasil aún tiene espacio para mejorar su regulación. Fueron protagonistas en la creación del sandbox junto a la SUSEP y consideran que nuevas normas deberían adaptarse mejor a productos como los modelos mensuales. La discusión actual sobre la Ley Complementaria 213 puede abrir oportunidades para los segmentos subatendidos, siempre que garantice reglas equitativas entre aseguradoras y una protección real para el consumidor.

La tecnología, sumada a una estructura de costos más eficiente, es una herramienta clave para ofrecer productos adecuados, accesibles y sostenibles para quienes viven con mayor incertidumbre y riesgo.

Pier ya se convirtió en una de las success story de LatAm.





CallPilot.ai, los agentes AI llegan con fuerza en insurtech – Diciembre 2025

La evolución de los canales de atención, junto al auge de la IA generativa, está transformando el mercado asegurador. En esta edición conversamos con Camilo Cruz, ex CEO de Unit y hoy impulsor de CallPilot.ai, una solución que redefine la atención al cliente en seguros.

CallPilot.ai es una plataforma de automatización con agentes de inteligencia artificial capaces de gestionar flujos de seguros, banca y comercio a través de llamadas telefónicas y WhatsApp. La solución nació dentro de Proxima, una empresa de BPO especializada en aseguradoras, con una misión tan clara como disruptiva: automatizar procesos operativos tradicionalmente humanos y elevar de forma tangible la experiencia del cliente.

Hace dos años, enfrentados a cuellos de botella en atención al cliente, picos de demanda, eventos imprevistos y largos tiempos de espera, el equipo se propuso un objetivo ambicioso: automatizar al menos el 30% de las llamadas que gestionaba su propio BPO. Hoy no solo alcanzaron esa meta, sino que la superaron. Más del 32% de las llamadas inbound ya se atienden de forma automatizada, principalmente para avisos de siniestros y consultas generales. Este logro permitió liberar capacidad operativa, reasignar recursos y convertir la solución en un producto SaaS independiente, hoy utilizado por aseguradoras, bancos y call centers en Estados Unidos y América Latina.

Los indicadores acompañan el crecimiento. CallPilot.ai mantiene un NPS promedio superior a 70 puntos, elimina los tiempos de espera ofreciendo atención inmediata 24/7 en inglés y español, genera más de 5.000 avisos de siniestro por trimestre,

CallPilot.ai



gestiona más de 50.000 llamadas de cobranza mensuales y envía más de 100.000 mensajes vía WhatsApp cada mes. Además, los clientes que integran la solución incrementan en promedio un 25% la contactabilidad de sus campañas outbound.

Aunque el mercado está saturado de soluciones con el apellido ".ai", CallPilot.ai se define como una plataforma de automatización con capacidad agéntica. A diferencia de un agente de IA tradicional, enfocado en una tarea puntual, permite configurar múltiples agentes que interactúan entre sí y ejecutan procesos de forma autónoma. Un mismo flujo puede recibir una llamada, clasificarla, derivarla a un agente humano, activar otro agente automatizado o resolver la consulta de punta a punta según los lineamientos del negocio.



En el sector asegurador, los principales puntos de dolor que buscan resolver son recurrentes: largos tiempos de espera, alta carga operativa en tareas repetitivas, baja contactabilidad en campañas outbound y la necesidad de ofrecer atención continua. Hoy la plataforma automatiza procesos como avisos de siniestros, cotizaciones, suscripción y emisión de pólizas vía WhatsApp, renovaciones y campañas de cobranza, combinando IA y equipos humanos según la complejidad del caso.

Uno de los hitos que impulsó definitivamente el producto ocurrió en octubre de 2024, cuando una aseguradora de auto y hogar en Estados Unidos enfrentó el impacto del huracán Milton en Florida. En apenas 48 horas debía gestionar cerca de 800 reclamos, una demanda imposible de absorber con su capacidad instalada. CallPilot.ai se activó para manejar todas las llamadas no críticas y, en solo una semana, la IA gestionó más de 300 avisos de siniestro. Desde entonces, el sistema permanece activo como parte de la operación regular.

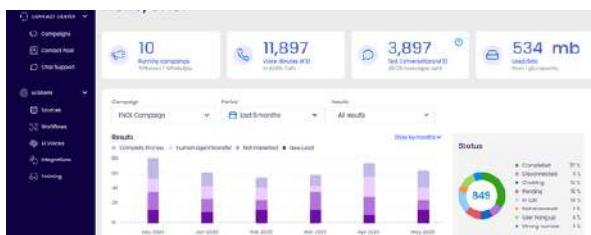
Otro caso llamativo surgió en República Dominicana, donde automatizaron la venta del Seguro de Ley vía WhatsApp. La flexibilidad del sistema fue tal que terminó siendo adoptado por una gran importadora de repuestos, capaz de interpretar notas de voz extremadamente coloquiales y responder con precisión técnica, incluso en contextos informales que tradicionalmente requerían intervención humana.

Frente al auge de los agentes de IA, Camilo identifica dos caminos: organizaciones que intentan desarrollar soluciones agénticas in-house con altos costos, largos plazos y mucho ensayo y error y compañías que ofrecen soluciones listas para usar. En ese escenario, CallPilot.ai apuesta por diferenciarse enfocándose en industrias altamente reguladas como seguros y banca, respaldándose en certificaciones como ISO 27001 y en una interfaz simple que permite a los clientes modificar y fortalecer sus flujos sin costos por cambios. Su modelo es por consumo: cuanto más se utiliza la plataforma, más valor genera.

En lugar de pruebas de concepto eternas, trabajan con pilotos vinculantes. Definen métricas claras y objetivas, bajo control de la herramienta, y no facturan hasta que el piloto entra en producción y cumple los objetivos acordados. Si no funciona, el cliente no paga. Este enfoque acelera la adopción y favorece el escalamiento progresivo.

La omnicanalidad más eficiente, según Camilo, es híbrida: la IA se ocupa de los casos de alta frecuencia y baja variabilidad, mientras los equipos humanos se concentran en situaciones complejas o de mayor valor. En una aseguradora de Chicago, esta combinación redujo el tiempo de espera de cuatro minutos a solo 16 segundos, elevó el NPS de 55 a 71 y disminuyó la rotación del personal del call center.

Lejos de canibalizar el BPO, la automatización lo fortaleció. Permitió retener talento senior, escalar la operación y mejorar la propuesta de valor sin aumentar costos. "El futuro será el de call centers con super-agentes humanos apoyados por un pequeño ejército de agentes de IA", concluye Camilo. Y todo indica que el call center, lejos de desaparecer, tiene mucho por ganar.





Claridad estratégica para el negocio asegurador

Las conferencias y workshops de Hugues Bertin ayudan a líderes a entender tendencias reales y decidir mejor.

¿Qué ofrecemos?

Conferencias y workshops a medida

Contenidos sobre innovación, insurtech y transformación del seguro

Formatos adaptados a la audiencia y objetivos de la empresa

*Agenda una
conferencia
o workshop*

bertin@digitalinsurance.lat

+56 9 3241 4633

D.





EL NUEVO GROWTH EN INSURTECH: CUANDO ESCALAR DEJA DE SER VENDER MÁS

Por Juan Nicolás Rojas, Founder & CEO Grouti
Miami, Florida 2026

Durante la última década, el crecimiento en la industria InsurTech estuvo guiado por una lógica relativamente simple: más tecnología, más leads, más promesas de eficiencia. En mercados en expansión como América Latina, este enfoque funcionó durante un tiempo. Hoy, sin embargo, muestra señales claras de agotamiento.

El desafío actual ya no es la falta de soluciones, sino su exceso. Plataformas, APIs, motores de pricing, capas de pago y herramientas de automatización compiten por la atención de un número limitado de decisores, dentro de organizaciones sujetas a marcos regulatorios estrictos y ciclos de decisión cada vez más largos. En este contexto, crecer dejó de ser un ejercicio de volumen y se convirtió en un ejercicio de criterio.

Uno de los errores más frecuentes en InsurTech ha sido importar modelos de growth propios del SaaS tradicional y aplicarlos sin adaptación a una industria profundamente relacional. En seguros, las decisiones no se toman en funnels lineales, sino en comités, conversaciones transversales y, sobre todo, en función de la confianza. Ignorar esta realidad ha generado pipelines inflados, equipos comerciales desgastados y una brecha creciente entre innovación tecnológica y adopción real.

Desde nuestra experiencia en Grouti, hemos observado un patrón consistente: el crecimiento sostenible en InsurTech no surge de acumular oportunidades, sino de conectar correctamente a los actores adecuados, en el momento correcto y con los interlocutores precisos. Cuando esa conexión es estratégica, el impacto es exponencial. Bajo este enfoque, hemos contribuido a la generación de más de 100 millones de dólares en pipeline para clientes del ecosistema asegurador y financiero de la región, no a través de campañas masivas, sino mediante conversaciones cuidadosamente diseñadas.

Este cambio redefine el concepto mismo del growth. Deja de ser una función subordinada a marketing o ventas y pasa a ocupar un rol cercano a la estrategia corporativa. El growth moderno en InsurTech exige comprensión profunda del negocio asegurador y sus restricciones, lectura fina del momento organizacional de cada actor, capacidad de traducir tecnología en impacto operativo y financiero, y una visión de largo plazo sobre cómo se construyen relaciones de valor dentro del ecosistema. En este modelo, no todas las oportunidades deben perseguirse. Seleccionar es tan importante como ejecutar. Crecer también implica saber decir que no.

LATAM está entrando en una etapa de mayor madurez. La conversación ya no gira únicamente en torno a innovación, sino a viabilidad, integración y retorno. Las aseguradoras buscan menos experimentación aislada y más soluciones que encajen de forma natural en su operación. Esto abre una oportunidad -y una responsabilidad- para quienes diseñamos crecimiento: actuar como facilitadores de valor, no como amplificadores de ruido.

El futuro del growth en InsurTech no será liderado por quienes generen más leads, sino por quienes construyan mejores conversaciones. Aquellas que deriven en alianzas reales, casos de negocio sólidos y crecimiento medible. En una industria donde la confianza es el principal activo, el crecimiento no se impone.

Se diseña.



Más información y PR

Juan Nicolás Rojas
CEO, Grouti
nicolasrojas@grouti.com
www.grouti.com

**¡MUCHAS
GRACIAS POR EL
APOYO!**

AGRADECemos la difusión

¿Te gustaría ser auspiciante?

contactanos en:

marketing@digitalinsurance.lat

Supported by

