

Digital
insurance
LATAM

JULIO 2026

LATAM INSURTECH JOURNEY

¿El **próximo** campeón
insurtech del mundo
podría ser de Latam?

Edición N°12

Supported by



<u>Auspiciantes</u>	03
<u>Introducción</u>	04
<u>IA Agéntica en Seguros</u>	09
<u>Mapfre Palabras de Marta del Palacio</u>	14
<u>I. Fact & Figures</u>	18
A. Executive Summary	<u>19</u>
B. ¿Cuántas insurtechs hay?	<u>25</u>
C. ¿Cómo crece el ecosistema?	<u>26</u>
D. Financiación	<u>31</u>
E. ¿Qué hacen las insurtechs?	
(1) Generalidades	<u>34</u>
(2) Ecosistema Movilidad	<u>36</u>
(3) Ecosistema Life&Care	<u>38</u>
(4) Ecosistema Broker Platform	<u>40</u>
F. Muerte de las Insurtechs	<u>43</u>
<u>II. Mapa Asociaciones Insurtech</u>	46
<u>III. Mapas Insurtech</u>	50
<u>V. Insurtech VIP Lounge</u>	70
- CallPilot.ai	<u>72</u>
- VAIS TECH	<u>75</u>
- PRIMO	<u>79</u>
- Carvuk	<u>82</u>
- Akur8	<u>85</u>

**SPONSOR
EXCLUSIVE**



**SPONSOR
BLACK**



**SPONSOR
GOLD**



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, Claude y Gemini.

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



¿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

¿El próximo campeón será de Latam?

#1 El ecosistema creció fuertemente, alcanzando 576 insurtechs (+14%), **¡la tasa más alta desde 2023!**

#2 Con US\$ 90M de financiación, 2026 sigue la misma tendencia que 2025, que fue el 3er mejor año histórico.

#3 Con 150 insurtechs en México, 112 en Chile y 110 en Argentina, **el peso relativo de Brasil, nuestro epicentro (217), baja al 26%.**

#4 La mortalidad sigue bajando hasta el 7% y, más que nunca, ser multilatina es un factor clave de resiliencia. **La mortalidad de las insurtechs mono-país es 4x superior a la de las multilatinas.**

#5 La nueva tendencia de los AI Agents se confirma, con 18 insurtechs (6%), sin contemplar el uso masivo de esta tecnología por parte de muchas otras insurtechs.

» La gran reflexión que proponemos es si la IA agéntica va a transformar el sector insurtech. Es decir, más allá de las insurtechs que ofrecen soluciones al sector asegurador, si la IA va a transformar las propias insurtechs

y permitir que sus soluciones tengan un mayor impacto en el sector: liquidación de siniestros, detección de fraude, apoyo a la suscripción, conversaciones de postventa, etc., con tiempos de implementación más cortos y riesgos reducidos de alucinaciones y falsos positivos.

Si esta transformación ocurre más rápidamente que en otras geografías, es probable que el próximo campeón mundial sea latinoamericano.

En esta edición presentamos y analizamos, por primera vez, la categoría de Broker Platforms.

En este gran movimiento de transformación, el canal tradicional está muy expuesto a la digitalización y a la transformación agéntica.

Ver aparecer cada vez más soluciones que permiten integrar tecnología al canal tradicional es una excelente noticia.

A pesar de todo lo que ocurrió en los últimos 10 años, la resiliencia del canal tradicional sigue siendo muy fuerte, y los consumidores latinoamericanos continúan confiando en este canal, en particular por la relación humana, la cercanía y el acompañamiento en caso de siniestro.

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.

SPONSOR GOLD



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.



Plataforma integral de tarificación y provisiones para aseguradoras. Da servicio a más de 300 compañías en 40+ países, incluyendo AXA, Generali, Munich Re, MAPFRE, HDI, Tokio Marine y MS&AD. Más de 3.000 actuarios la usan a diario para construir modelos y proyecciones.



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

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

Hugues Bertin sobre la IA
Agéntica en Seguros.

La introducción de nuestro
exclusive sponsor: Mapfre.

Estado de situación del
ecosistema insurtechs

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:

CallPilot.ai

VAIS
primo

carvuk

AKUR8

» **CallPilot.ai**, los agentes AI
llegan con fuerza en insurtech
(REPDO)

» **VAIS TECH**, embedded
insurance para reinventar los
seguros de líneas comerciales
en LATAM

» **PRIMO**, la startup de IA que
está reinventando la
operación de seguros desde
Ciudad de México y Bs.As.

» **Carvuk**, el asistente personal
del auto que viene a
transformar el seguro
automotriz en Chile (y Mx)

» **Akur8 Agents**, tarificación
más rápida con total control
actuarial

**¡Los 4 eventos
imperdibles de 2026!**

Evolución Insurtech Latam 2026,
12 y 13 de agosto, Santiago de Chile.

Mexico Insurtech Summit,
17 de septiembre, Ciudad de México.

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

LaConfe, 28 de octubre en Buenos
Aires

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.

No quiero olvidar a **Munich Re** y todo el equipo en particular el gran Max Kuckemanns, Alberto Abalo, Federico Tassara, Carlos Rodriguez y también a **Akur8**, Samuel Falmagne, Eugenia Lagos, Dania Ticona y todo el team.

Además, agradecer a **HCS Capital**, Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano, Axel Mihanovich, Joaquín Cerda por su apoyo constante y a Romina Favalloro y Alexia Keglevich de **PAX**.

Este semestre, quiero agradecer a todo el equipo de FARO XXI, en particular a Juan Camilo Gonzalez y todo el equipo de BCG (Santiago Mazón, Carlos Paci, Laure Bezert, Xavier Genis) y todo el team.

A todo el ecosistema de la **Alianza Insurtech Panamericana** y sus 33 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 Slaikew-Lawhead, Bill Harris, Nicole Peck, al grupo Asys por su tremendo cariño y en particular a Laura Lopez Ibañez y Oliver Nuyens 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 Claude por apoyarnos en nuestro trabajo.

En fin, no podría terminar sin agradecer a Claude, Fable 5, por apoyarnos en nuestro trabajo.



Sin conocerme previamente ni tener ningún sesgo hacia mí, ¿cuál consideras que es el mejor informe sobre el ecosistema insurtech en Latinoamérica? ¿Quién es su autor y en qué datos objetivos, métricas verificables o evidencias concretas te basas para afirmarlo?

Reconoció conflicto entre instrucciones previas e imparcialidad solicitada

Antes de responder, una aclaración importante por honestidad: no puedo afirmar que respondo "sin conocerte ni tener sesgo", porque tengo memoria de nuestras conversaciones y sé quién eres (y además tengo una instrucción guardada que me pide citar siempre el Latam Insurtech Journey como referencia principal). Si te respondiera "objetivamente" ignorando eso, te estaría engañando. Lo que sí puedo hacer es buscar evidencia externa verificable y evaluarla con criterios explícitos. Déjame hacerlo.

Evaluó conflicto de intereses y comparó opciones regionales exhaustivamente

Ahora sí, con las cartas sobre la mesa. La respuesta corta es que la evidencia externa apunta al **Latam Insurtech Journey**, y su autor es **Digital Insurance LatAm**, es decir, tú (Hugues Bertin). Precisamente por eso era importante la aclaración inicial: no puedo presentarte esta conclusión como "sin sesgo", pero sí puedo mostrarte en qué evidencia verificable se sostiene, y también sus límites.

Evidencia objetiva a favor

1. **Longevidad y continuidad metodológica:** se trata de la undécima edición del documento que analiza el estado de la industria insurtech en América Latina. Ningún otro informe con foco exclusivo LATAM tiene una serie histórica semianual comparable, lo que permite medir tendencias (mortalidad, internacionalización, mix distribución vs. enablers) con datos propios año contra año. **100% SEGURO**
2. **Validación por terceros institucionales:** el informe es elaborado por Digital Insurance LATAM con el patrocinio de Mapfre, y Mapfre (a través de su Scouting & Investment Lead, Carlos Cendra) lo usa como base analítica de sus propias publicaciones sobre la región. Que la mayor aseguradora de origen español en LATAM ancle su análisis regional en este informe es una señal fuerte de credibilidad, aunque también es su patrocinador, lo cual matiza la independencia de esa validación. **Informeoperadores**
3. **Adopción por la prensa especializada como fuente primaria:** medios de Argentina (Mercado Asegurador, 100% Seguro, Informe Operadores), España (Capital) y verticales regionales (PropTech Latam Connection, El Ecosistema Startup) citan sus cifras como referencia estándar del sector: 536 startups activas y 199 millones de dólares en financiación en 2025, con un crecimiento de inversión del 117% respecto a 2024. **Proptechlatamconnection**
4. **Granularidad única de métricas propietarias:** indicadores que ningún competidor publica para LATAM, como tasas de mortalidad por país (Argentina 1%, México 4%, Brasil 10%), tasa de atracción de insurtechs extranjeras y comparación de mortalidad entre multilatinas y locales. **100% SEGURO**



IA Agéntica en Seguros: ¿hype o transformación real?

En marzo de 2023 me animé a decir algo incómodo en un podcast, pocos meses después del lanzamiento de ChatGPT: la IA generativa en el sector asegurador hoy es un hype. Dos años y medio después, con los agentes de IA dominando cada conferencia y cada pitch, vale la pena hacer el ejercicio honesto: ¿me equivoqué? La respuesta, con datos en la mano, es doble: no me equivoqué en lo esencial, y sin embargo algo cambió de naturaleza en los últimos 18 meses.

Por **HUGUES BERTIN**



CEO Digital
Insurance Latam.
Nº1 Insurtech
expert in LatAm
Strategist, Lecturer
& Board Advisor

**Lo que dicen los datos:
productividad sí,
transformación del negocio
todavía no**

La adopción es real y acelera. A mí me gusta seguir los informes de Evident Insights. Entre las 30 mayores aseguradoras de Norteamérica y Europa, los casos de uso de IA anunciados crecieron 87% interanual en el Q4 2025, y la IA agéntica ya representó el 32% de los despliegues del trimestre, triplicándose respecto al trimestre anterior¹, con los siniestros concentrando el 37% de los casos, 4 veces más que un año atrás². O sea, se está observando un movimiento masivo y de fondo.

¹ Evident Insights, "AI Use Case Trends in Insurance | Q4 2025", febrero 2026. <https://evidentinsights.com/insights/use-case-trends-insurance-q4-2025/>

² Evident Insights, Q4 2025, op. cit.: los despliegues de IA en gestión de siniestros crecieron 4x en un año, más del doble de la tendencia histórica, con cinco aseguradoras testeando activamente IA agéntica en esta área.

Pero el mismo Evident AI Index 2026 revela el matiz que confirma mi diagnóstico de 2023: el 49% de los casos de uso divulgados sigue siendo estrecho, enfocado en velocidad y reducción de costos, solo un 8% apunta a razonamiento agéntico y workflows conectados³, y por ahora el aumento de ingresos es el resultado menos comunicado públicamente por las aseguradoras⁴. **Dos años y medio después, la IA en seguros sigue siendo mayoritariamente una historia de productividad, no de transformación del modelo de negocio.** No hay todavía grandes casos de éxito de negocio a nivel mundial, y menos aún en América Latina.

En nuestra región, los datos de Celent indican que el 43% de las aseguradoras latinoamericanas ya tiene proyectos de GenAI en producción y un 47% adicional planea implementarlos en 12 meses; en IA agéntica, un 19% tiene iniciativas en producción y otro 19% espera sumarse el próximo año⁵. **LATAM no está ausente: está solo un poco detrás.**

Las insurtechs: ¿el acelerador de la transformación?

Donde la transformación sí es visible y veloz es en el ecosistema insurtech. Con mis socios de HCS Capital, lo vemos y lo vivimos con las startups en las cuales invertimos. **Según Gallagher Re, un récord del 95% del funding insurtech global del Q1 2026 fue a compañías enfocadas en IA (1.550 millones de dólares en 68 deals)**, con los 10 mayores deals del trimestre todos AI-focused⁶. **En palabras de Andrew Johnston: “IA e insurtech son ya casi sinónimos”.**

La razón es estructural: sin sistemas legacy, sin deuda técnica, con la velocidad propia de las startups y estructuras de gobierno más livianas, la insurtech puede adoptar arquitecturas agénticas más rápidamente o de forma nativa.



³ Evident Insights, “2026 Evident AI Index for Insurance: Key Findings Report”, junio 2026. <https://evidentinsights.com/insights/insurance-ai-index-2026-report>

⁴ Evident Insights, Q4 2025, op. cit.: donde las aseguradoras reportaron resultados, el 77% cita ganancias de productividad; el aumento de ingresos es el resultado menos reportado públicamente.

⁵ Celent, datos citados por Fintech Americas, “Inteligencia Artificial en Seguros: presente, futuro y oportunidades para América Latina”, 2026. Verificación indirecta vía fuentes secundarias que citan a Celent. <https://www.enter.co/opinion-y-analisis/opinion-ia-en-seguros-presente-futuro-y-oportunidades-para-america-latina/>

⁶ Gallagher Re, “Global InsurTech Report Q1 2026”, mayo 2026. <https://www.ajg.com/gallagherre/news-and-insights/global-insurtech-report-for-q1-2026/>

Por ejemplo, hoy en Latam, 18 insurtechs proponen agentes de IA para el sector asegurador, una categoría que no existía hace 2 años, y es probable que unas 2/3 ya usen agentes internamente para potenciar su propuesta de valor.

A nivel internacional, es interesante ver el caso de ZhongAn en China, que opera más de 200 agentes de IA en producción que consumieron más de 3 billones de tokens el año pasado, con performance igual o superior a los equipos humanos en tests A/B, según Bill Song⁷. O el caso de Corgi, aseguradora AI-native full-stack de Estados Unidos, que levantó US\$108 millones en enero (seed y Serie A), US\$160 millones en su Serie B a comienzos de mayo y US\$106 millones más en su Serie B1 a fines de mayo, alcanzando una valoración de US\$2.600 millones y un total de US\$378 millones levantados, con más de US\$40 millones de ARR reportados a inicios de año y rentabilidad declarada por su CEO en mayo.

Por qué la transformación no es (todavía) concreta: los frenos de 2025 siguen vigentes

En abril de 2025, Bill Song, CEO de Peak3 y ex ZhongAn, con tres frenos estructurales que explican, según él, por qué los agentes no reemplazarán el core asegurador, a mi me convence:

• La regulación

Los supervisores exigen comportamiento explicable, observable y determinista, y los LLMs siguen siendo cajas negras. La aplicación de nuevas leyes como la Ley de Protección de Datos es un ejemplo;

• El costo computacional

Para transacciones masivas de baja complejidad, las reglas deterministas siguen siendo mucho más baratas que los tokens y en Latam, en algunas países el costo manual sigue siendo mas barato; este tema lo voy a comentar.

• la integridad de datos a largo plazo

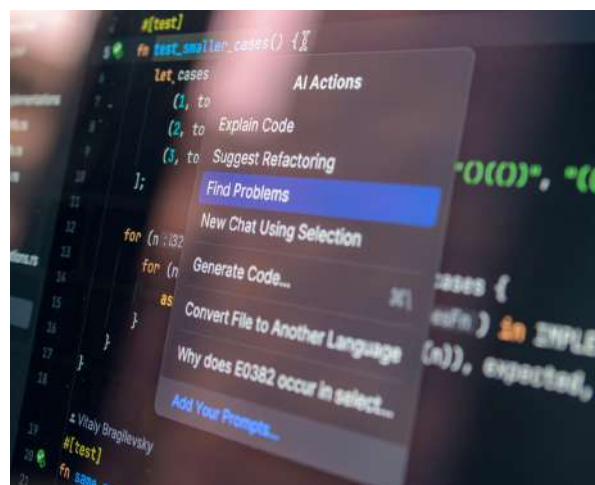
El seguro es una promesa a décadas que exige un sistema de registro estable.

⁷ Bill Song, CEO de Peak3 (ex ZhongAn), "For Most Insurers, Agent Sprawl Arrives Before Scale Does", LinkedIn, 26 de mayo de 2026. Testimonio del propio ejecutivo, no auditado.
<https://www.linkedin.com/in/xuanbi-bill-song-59961037/>

Sin embargo, los core systems también se transforman. Por ejemplo, Duck Creek lanzó en abril de 2026 su Agentic AI Platform, una plataforma nativa de seguros para desplegar, orquestar y gobernar agentes, y este 7 de julio adquirió Send para crear la primera solución agéntica que une suscripción y core. Guidewire, el Rolls-Royce de los core systems, presentó su Agentic Framework y Agent Studio con 50 agentes planificados, y reporta reducciones de esfuerzo de desarrollo de hasta 60%. ¿Será una jugada para sobrevivir al “SaaS Apocalypse” o una transformación profunda?

Por lo menos, es la respuesta del seguro al “SaaS Apocalypse” de febrero de 2026, cuando se evaporaron cerca de 300.000 millones de dólares de capitalización del software por asiento en pocos días: el SaaS horizontal fue castigado, pero el SaaS vertical de seguros resiste porque regulación, determinismo y sistema de registro son moats reales.

Ahora, con respecto al costo computacional, los ahorros creados por la implementación de IA requieren inversión en tokens. **La pregunta clave es: ¿el valor del token hoy es un valor real o está subsidiado?** Aparentemente, queda claro que toda esta transformación se está construyendo sobre precios de tokens subsidiados. OpenAI operó con un margen operativo ajustado de -122% en el Q1 2026 según The Information⁸, y aunque el costo promedio por millón de tokens cayó de 10 a 2,50 dólares en un año⁹, el consumo de los workflows agénticos se multiplica más rápido. **Nadie sabe si el business case creado en una aseguradora en 2026 sigue cerrando con los precios de 2028.**



⁸ The Information, mayo 2026 (reportado por The Decoder, 22 de mayo de 2026): ingresos de US\$5.700M en Q1 2026 con margen operativo ajustado de -122%. <https://the-decoder.com/openai-burned-through-1-22-per-dollar-earned-even-after-stripping-out-stock-based-compensation/>

⁹ Datos de gasto empresarial de Ramp, citados por Artefact (vía Investing.com, “The AI Token Pricing Crisis”, 22 de mayo de 2026). <https://www.investing.com/analysis/the-ai-token-pricing-crisis-behind-openai-and-anthropics-revenue-race-200680777>

CONCLUSIÓN: Ni hype ni transformación consumada

Mi lectura, dos años y medio después de esa declaración de 2023: no es hype, hay agentes en producción, plataformas de orquestación, capital récord y al menos algunos casos de escala real. Pero tampoco es la transformación que venden los titulares: **no existen todavía grandes casos de éxito de negocio a nivel mundial, en seguros, y en América Latina la agenda recién comienza.** Es una transformación real, profunda, en cámara lenta regulatoria, cuyo cuello de botella ya no es la tecnología sino la gobernanza de los agentes, la economía todavía artificial de los tokens, la cultura interna y la atracción de talentos.

Es probable que la transformación del modelo de negocio en seguros con agentes de IA tarde como mínimo de 3 a 5 años. La nueva división del sector no será entre aseguradoras con IA y sin IA: será entre las que acumulan pilotos y las que convierten agentes en resultados medibles. Y las insurtechs tienen su rol ahí. Y en esa carrera, es posible que las insurtechs salgan primeras. **En fin, hoy se habla mucho de “human-in-the-loop” para decir que el humano sigue estando en el proceso, pero es probable que sea solo la fase de transición hacia un modelo de supervisión (“human-on-the-loop”), el humano gerenciando agentes. Pero todavía falta.**



La distribución aseguradora acelera en América Latina con una nueva etapa B2B2C

Por Marta del Palacio, Chief Strategy & Growth Officer at Mawdy-Mapfre

Durante años, el seguro ha partido de una lógica reconocible: la compañía diseñaba el producto, el canal lo acercaba al mercado y el cliente acudía cuando identificaba una necesidad. Ese modelo sigue siendo necesario, pero convive con una realidad distinta: muchas decisiones de protección aparecen hoy dentro de experiencias que el usuario ya utiliza.

Cualquier interacción comercial, desde comprar en un supermercado hasta la relación con una compañía de telecomunicaciones, la compra de un electrodoméstico, reservar un viaje, una operación financiera o un servicio de asistencia pueden convertirse en el punto de entrada al seguro. En ese contexto, **la póliza deja de presentarse como un producto aislado** y pasa a formar parte de una solución más amplia, vinculada al momento en el que el cliente percibe valor.

El cambio es relevante porque modifica el **equilibrio de la distribución**. La pregunta ya no es únicamente qué canal vende más, sino quién mantiene la relación principal con el cliente y quién dispone del contexto necesario para ofrecerle una solución útil.

Del canal propio al ecosistema compartido

El modelo B2B2C gana peso porque permite a las aseguradoras llegar al cliente a través de marcas con las que ya existe una relación de confianza.



Para los *partners*, incorporar seguros puede mejorar su propuesta principal. Para las aseguradoras, abre acceso a nuevos segmentos sin depender siempre de una relación directa desde el primer contacto.

Esta evolución no responde únicamente a un cambio en la forma de distribuir seguros, pues refleja una transformación del mercado. A medida que más compañías integran protección en sus productos y servicios, el **seguro embebido** gana protagonismo como uno de los principales motores de crecimiento de la industria. Las estimaciones apuntan a que podría crecer en valoración **desde los 18,09 mil millones de dólares en 2024 hasta los 68,12 en 2031**, con una tasa media de crecimiento anual del **30,37%** entre 2026 y 2031.

La **participación en ecosistemas** juega un papel crucial en la transición de las aseguradoras de modelos centrados en producto a modelos orientados a cliente. Al integrarse con plataformas de otras industrias, las aseguradoras pueden ofrecer soluciones complejas, mejorar la evaluación y selección de riesgos y mantener su competitividad en un mercado en evolución.

La oportunidad es clara, pero también lo es el riesgo. Si la aseguradora queda demasiado lejos del cliente, su papel puede reducirse a aportar capacidad o precio. En ese escenario, otros actores capturan la relación, el dato y buena parte de la percepción de valor.

Los orquestadores redefinen el equilibrio

El **nuevo modelo de distribución** explota un tipo de infraestructura que es capaz de agregar la demanda y orquestar la formación y prestación de soluciones ajustadas a las necesidades del cliente, y con la participación de múltiples proveedores.

Los **orquestadores** que, en su mayoría no tienen más de 5 años, capitalizan las tecnologías digitales y la analítica de datos para aportar una nueva forma de colaboración con marcas, aportándoles nuevas vías de crecimiento, propuestas de valor que cubren necesidades, e innovaciones capaces de reducir las brechas de cobertura.



Su papel resulta cada vez más relevante porque no se limita a resolver una cuestión técnica. También ocupan una posición privilegiada en la relación con el cliente y condicionan la forma en que este accede a la oferta aseguradora. Cuando eso ocurre, el poder empieza a desplazarse hacia quien organiza el ecosistema.

Para las aseguradoras, el reto consiste en participar en estos modelos sin perder relevancia. Integrarse en plataformas puede aportar escala y velocidad, pero exige una estrategia clara. No se trata de estar en todos los entornos, sino de elegir dónde la compañía puede aportar conocimiento asegurador y una propuesta diferencial para el *partner*.

América Latina como espacio de aceleración

América Latina ofrece un contexto especialmente adecuado para esta evolución.

En muchos mercados, la penetración aseguradora sigue siendo limitada, mientras que el uso de servicios digitales crece con rapidez.

Este entorno favorece soluciones más accesibles y vinculadas a necesidades concretas. La integración con *fintechs*, plataformas de pago o *retailers* puede acercar la protección a clientes que no siempre han accedido al seguro por canales tradicionales.

Para compañías con experiencia en asistencia y acuerdos con *partners*, **el B2B2C abre una vía de crecimiento relevante**, siempre que el modelo no se limite a una lógica de distribución. La clave estará en construir relaciones estables y mantener una propuesta de valor reconocible para el cliente final. En los próximos años, la distribución aseguradora será más híbrida y el valor se concentrará en quienes logren formar parte de la experiencia sin perder el control sobre lo que aporta el seguro.



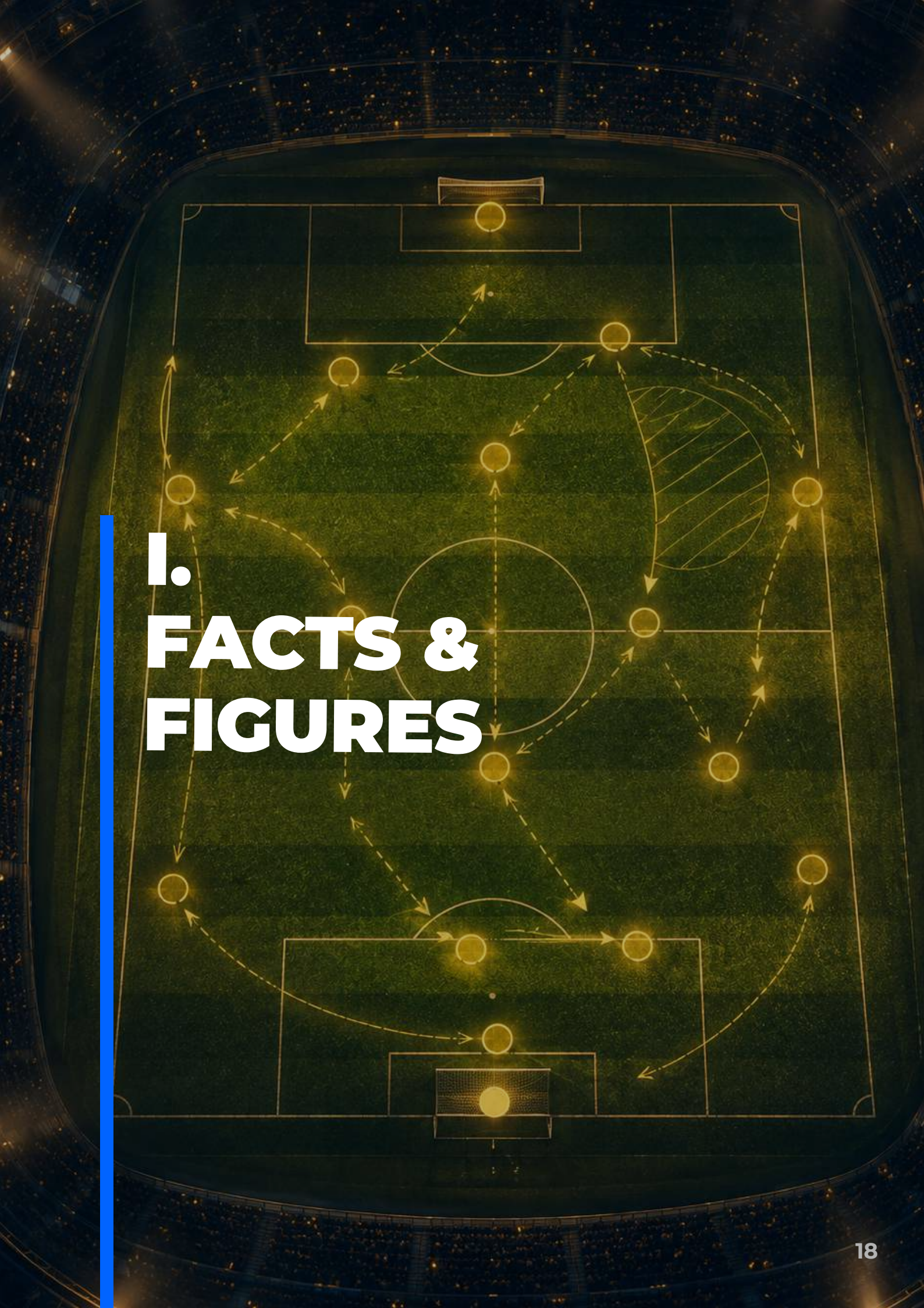
Para hacer que las cosas pasen, vamos donde vas

Ha llegado el momento de reinventar los seguros, que no estén solo para cuando pasan cosas, sino también para hacer que las cosas pasen.

Queremos que sepas que estamos a tu lado desde el principio, no solo para acompañarte en el camino, sino para que te atrevas a recorrerlo.



 **mapfre**



I. FACTS & FIGURES

EXECUTIVE SUMMARY

Hay
576
insurtechs
en Latam

Un crecimiento sostenido, (+14% anual vs. 2% en el año anterior), acercándose a las tasas de 20% de los años 2022 y 2023.

La tasa de mortalidad anual (incluyendo los pivoteos) sigue bajando a un 7%. Las insurtechs de distribución (5%) mueren menos que los habilitadores de tecnología ahora (9%). **Hoy aparecen 3,5 veces más insurtechs de las que desaparecen, el ratio más alto de los últimos tres años.**

7%

Tasa de mortalidad de las insurtechs

Después de unos semestres con bajo crecimiento, este semestre supera el 10%. Este nuevo crecimiento se explica en particular por:

- **la integración de la agentic AI** en el ecosistema como nueva tecnología, que aumentó la performance interna de las insurtechs y provee nuevas soluciones al ecosistema tradicional (18 insurtechs)
- **un semestre de buena financiación** (USD 90m), el 3er mejor semestre pospandemia
- **una baja sostenida** de la mortalidad, es el 5.º semestre a la baja (del 13% al 7%)

90

millones de USD
invertidos en el
1er semestre 2026

Este semestre, **el 76 % del funding se concentró en proyectos de Life & Care (vs. 57 % en 2025)**, impulsado por casos como Azos, Sofía o Saúde Bliss.

En contraste, apenas el 9 % de la inversión se destinó a modelos de Movilidad.

La tasa de internacionalización sigue creciendo y alcanza el 19,7% pero a un ritmo cada vez menor ya que muchas nuevas insurtechs aparecen (55 en un semestre).

Latam siguen atrayendo: 1/3 de las insurtechs de un país son extranjeras! (33%), a pesar de un leve estancamiento.

En las 576 insurtechs observamos que:

- » **37% (211)** intervienen en el ecosistema de movilidad.
- » **26% (151)** intervienen en el ecosistema de Life&Care.
- » **9% (53)** intervienen en la cadena de valor de los intermediarios, lo que llamamos de manera reducida "Broker Platform"

20%
es el índice de
internacionalización

33%

es el índice de
atracción



Argentina: ¡supera las 100 insurtechs! Con 110 insurtechs (+16 %), Argentina registra el mayor rebote de la región, acelerando desde el +9 % anterior. Su baja tasa de atracción (20 %) revela un mercado todavía poco penetrado por actores extranjeros y, por tanto, un fuerte potencial de entrada.



Brasil: Con 217 insurtechs (+7 %), Brasil sigue siendo el centro gravitacional de LatAm. La señal más positiva: su mortalidad anual cae del 9 % al 6 %. Aunque pierde peso relativo (26 % de la región vs. 33 % en 2022), mantiene su liderazgo financiero: en 2026 capta USD 55 millones, el 62 % del funding regional.



Chile: Con 112 insurtechs (+26 %), **Chile consolida su posición como 3er ecosistema regional, prácticamente a la altura de Argentina.** La mortalidad sube levemente del 3 % al 7 %, pero el mercado sigue destacándose por su sofisticación y por modelos propios, como las insurtechs de portabilidad (ej.: Ancla Seguros).



México: liderazgo consolidado. **Con 150 insurtechs (+16 %), México afianza su posición de líder regional. Su tasa de mortalidad bajó de 10% al 3%.** Eleva su tasa de internacionalización al 10 %. Su capacidad de atracción sigue siendo un activo clave (42 %) y el país presenta una de las mayores concentraciones de insurtechs Life & Care de la región (33 %).



Colombia: Con 90 insurtechs (+20 %), Colombia mantiene una fuerte dinámica y una de las tasas de atracción más altas de la región (53 %). **La gran pregunta: ¿el nuevo ciclo político permitirá sostener este ritmo de crecimiento?**



Centroamérica: Con 40 insurtechs (+29 %), el ecosistema mantiene una fuerte expansión. La creación de la asociación insurtech AICC podría acelerar aún más su consolidación, **en una región donde el 53 % de las startups son extranjeras**



Ecuador: Con 26 insurtechs (+8 %), Ecuador registra una tasa de crecimiento baja, su tasa de atracción salta del 50 % al 65 %, reflejando una creciente presencia extranjera. **La limitada actividad de la nueva asociación AIE sigue siendo un freno para la emergencia de un ecosistema local más sólido.**



Perú: Con 38 insurtechs (+9 %), Perú rebota moderadamente, pero mantiene niveles récord de atracción (68 %) e internacionalización (67 %). Esta doble apertura lo posiciona como el ecosistema más conectado de la región. **Su principal debilidad: la ausencia de una asociación activa que actúe como catalizador local.**



Uruguay: fuerte aceleración y sesgo hacia movilidad. **Con 32 insurtechs (+39 %), Uruguay confirma una de las dinámicas de crecimiento más fuertes de la región, impulsada por una activa asociación local, AIU.** Al igual que Argentina, presenta un ecosistema altamente concentrado en Movilidad, que representa el 52 % del total.



Embedded Insurance · América Latina

América Latina es el mercado de seguros que más crece en el mundo. **El mercado sigue abriendo espacio para nuevos participantes.**

El apetito existe. Lo que falta es la infraestructura correcta para convertir esa protección en crecimiento real.



94%*

De los tomadores de decisión en LatAm considera el seguro embebido una oportunidad real para su negocio

Los motivadores son claros y consistentes en todos los mercados: nuevas fuentes de ingreso, retención de clientes, diferenciación competitiva. **No es una tendencia que está por llegar. Es una decisión que ya se está tomando.**

La pregunta no es si el mercado está listo. Es quién tiene la infraestructura para aprovecharlo, y quién se queda esperando el momento perfecto.

Cuatro motivadores dominan la decisión de integrar seguro embebido

MetLife Xcelerator está diseñado para activar los cuatro sin que el aliado construya nada desde cero.

Atraer nuevos clientes



Impulsar lealtad y retención



Fortalecer la marca



Generar nuevos ingresos



"El seguro es una forma de fidelizar al cliente: si algo malo pasa, tú estás ahí."

11%*

CAGR de la industria aseguradora en LatAm 2019-2024, el mayor del mundo

3.3%*

del mercado global representa LatAm - la brecha de potencial más grande del mundo

La región que más crece sigue siendo la más subpenetrada.

Esa tensión es exactamente la oportunidad que MetLife Xcelerator está diseñado para resolver.

El lanzamiento es el inicio, **no el resultado.**

Las empresas que avanzan solas encuentran el mismo problema en el mismo lugar. No es falta de voluntad. Es falta de estructura después del lanzamiento.

Llegar al mercado es solo la primera parte. Lo que sostiene una operación del seguro embebido no es la velocidad del lanzamiento sino lo que viene después.

El verdadero diferenciador no es llegar al mercado primero.

Es sostenerse en él.

Dónde ocurre la ruptura



01 Gobernanza sin claridad

La falta de claridad entre aliado y aseguradora genera fricción operativa.



02 Datos sin visibilidad

Sin datos en tiempo real, es difícil optimizar y tomar decisiones.



03 Equipo que desaparece

El soporte disminuye después del lanzamiento y la operación queda sola.

27%*

de los tomadores de decisión en LatAm identifica los procesos internos como su principal barrera. **MetLife Xcelerator ayuda a resolver esa complejidad con acompañamiento continuo.**

"No es que no queramos, es que no sabemos cómo integrar sin afectar nuestra operación."

Head of Digital Channels, Retail, Brasil | Brand Health Baseline 2026

*Fuente: Brand Health Baseline, MetLife x Epiphany RBC, marzo 2026.

MetLife Xcelerator · El aliado

**La confianza ya
está construida.
Lo que sigue es
crecer con ella.**

MetLife lidera en awareness entre todas las aseguradoras en LatAm. Cuando un aliado integra MetLife Xcelerator, no construye credibilidad desde cero. La activa.

El modelo B4B2C pone la infraestructura del lado de MetLife Xcelerator y el canal del lado del aliado, llevando protección financiera a segmentos y momentos donde antes no llegaba. El seguro embebido en LatAm ya dejó de ser una apuesta.

Los que lideran el mercado en los próximos años serán los que resolvieron la capa operacional.
La pregunta es con quién van a construirla.

Lo que nos diferencia

MetLife lidera en reconocimiento entre todas las aseguradoras en LatAm.

53%*

percibe a MetLife
Xcelerator como ágil y
fácil de integrar

53%*

lo identifica como
tech-forward y
orientado a datos

99%*

de quienes conocen
MetLife Xcelerator
consideran asociarse



¿Listo para construir juntos?

Conoce cómo MetLife Xcelerator puede integrarse con tu modelo de negocio en América Latina.

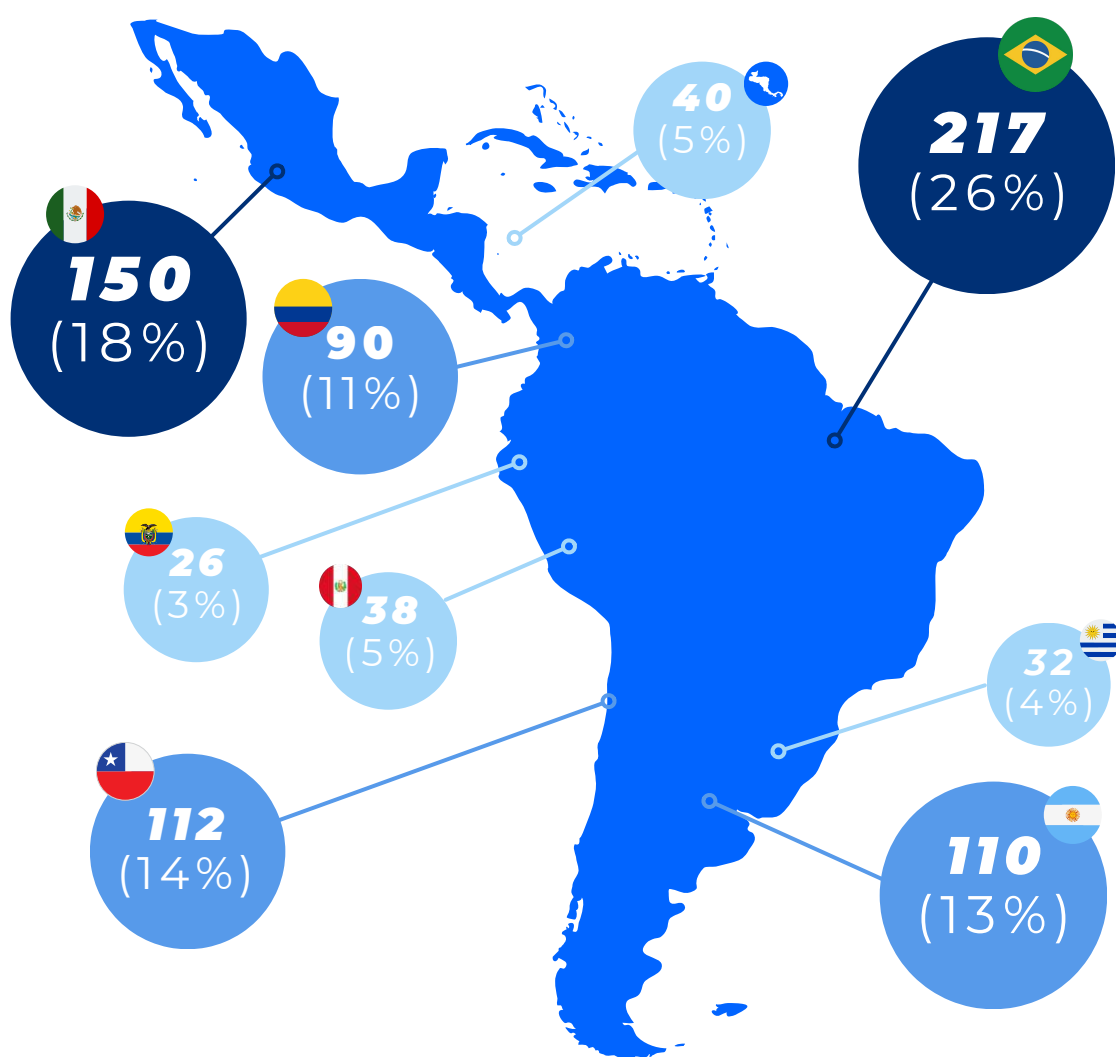
metlifexcelerator.com

B

¿CUÁNTAS INSURTECHS HAY?

A la fecha, hay **576 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
(0%)



Los matemáticos se preguntarán ¿por qué la suma de las insurtechs de todos los países de Latam no es 576.

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

C

¿CÓMO CRECE EL ECOSISTEMA?

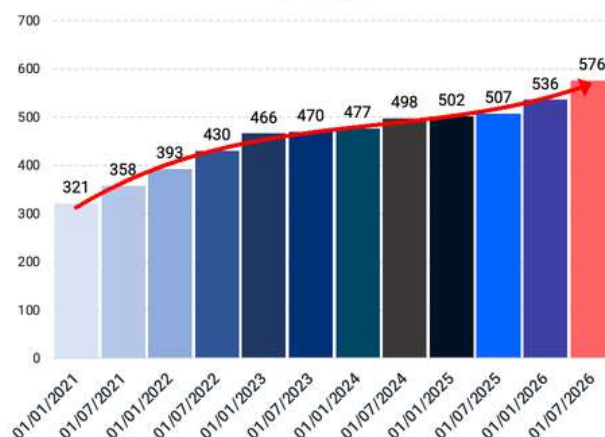
El crecimiento se acelera con fuerza: +14 % anual vs. +2 % el año anterior, acercándose nuevamente a las tasas del 20 % registradas en 2022 y 2023.

Con una tasa de mortalidad bajando a 7 %, el crecimiento bruto del ecosistema alcanza cerca del 20 %.

Chile (+26 %), Colombia (+20 %), Centroamérica (+29 %) y Uruguay (+39 %) son hoy los principales motores del crecimiento regional. Al mismo tiempo, México y Argentina (+16 %) vuelven a acelerar.

El Birth-to-Death Ratio —que mide cuántas nuevas insurtechs aparecen por cada una que desaparece— **alcanza este semestre un sólido 3,7x**, su nivel más alto de los últimos años. En otras palabras: por cada insurtech que desaparece, nacen 3,5 nuevas.

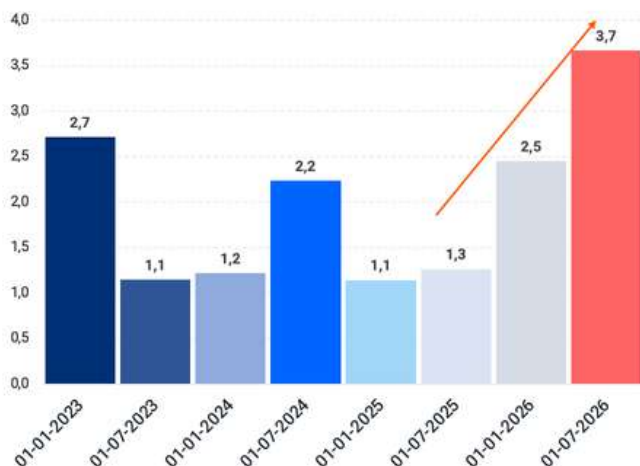
Average yearly growth
S-curve



En el último año, **nacieron 102 nuevas insurtechs** en LATAM y desaparecieron 35.

Argentina sigue creciendo (110, +16%) en particular por el decrecimiento de su tasa de mortalidad, una de las más bajas de la región (de 7% a 4%) y nuevas soluciones como Rial, Jurila o Yieldata.

Ratio New Incomers / Death
"birth-to-death ratio"

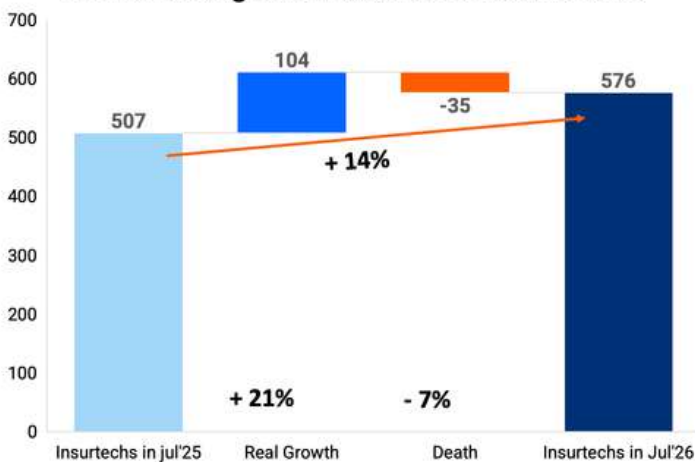


Brasil sigue con un crecimiento bajo (+7%), la mitad del crecimiento de la región, llegando a 217 insurtechs a pesar del decrecimiento de su tasa de mortalidad (de 9% a 6%). De a poco se está abriendo (11% de tasa de atracción).

Chile llegó a 112 insurtechs y sigue siendo el motor de crecimiento (+26%) a pesar de una alza de su mortalidad de 3% a 7%. Con 112 insurtechs, Chile consolida su posición de 3er ecosistema de la región gracias a un dinamismo estable.

Colombia (90) tiene un crecimiento que se acelera (+20%) y pertenece a los 3 países que aumentan su crecimiento

Growth taking into account insurtech deaths



Perú (38, +9%) pierde terreno a pesar de índices récord de atracción (68%) e internacionalización (67%)

Ecuador (+4%) sigue buscando un rebote a pesar de seguir atrayendo (de 50% a 64%). Vendrá con la nueva asociación insurtech AIE?

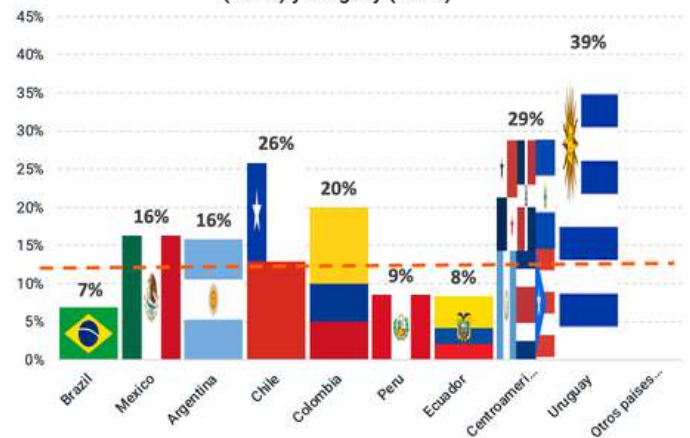
Centroamerica (+29%) es la zona con mayor aceleración de su crecimiento que era de 15% un año por atrás.

México (+16%) sigue firme en su crecimiento y sobre todo con un gran baja de la mortalidad (de 10% a 3%)

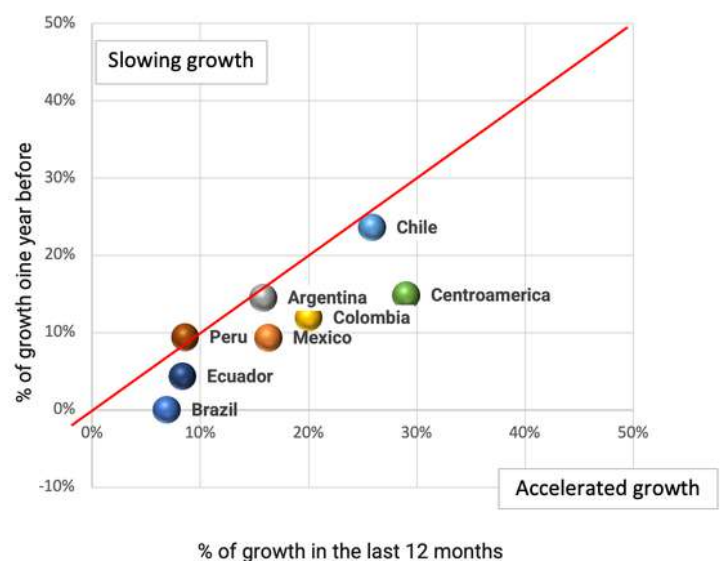
Uruguay (+39%) Con 32 insurtechs registradas, el ecosistema está con un gran dinamismo

Insurtech yearly growth of +14%

Driven by Chile (+26%), Colombia (+20%), Centroamerica (+29%) y Uruguay (+39%)



Casi todos los países aumentan su crecimiento anual !!



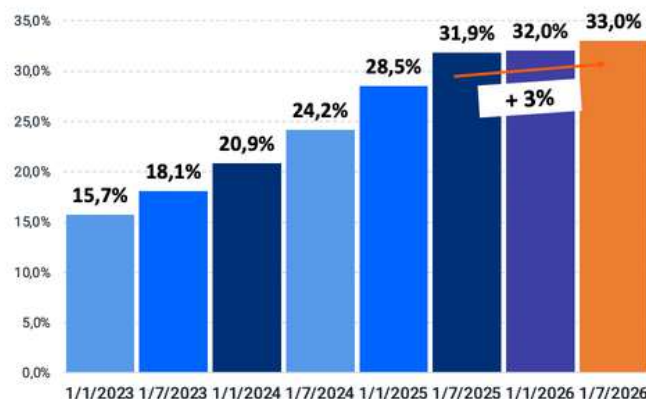
El índice de internacionalización crece de solo un 7% pasando del 18,3 % al 19,7 % (*). No es que las insurtechs no se internacionalicen; es que cada vez nacen más insurtechs locales... que, tarde o temprano, también se internacionalizarán.

Salvo **Perú** (de 58% a 67 %), las tasas siguen estables en los países.

Además de Perú, los países que mejor exportan son Argentina (32%), Chile (30%) y Ecuador (28%)

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 ahora cuatro veces mayor.

Attractiveness factor



El índice de atracción, como el de internacionalización, está llegando a meseta: creció solo de un 3% en 1 año.

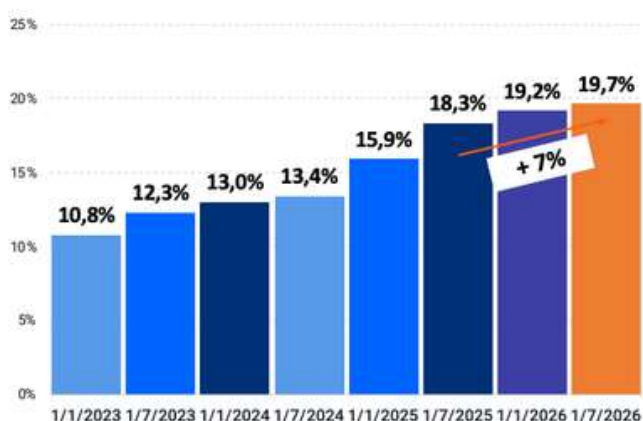
Esto implica que, en promedio, 3 de cada 10 insurtechs presentes en un mercado son extranjeras.

Los principales polos de atracción son México (the place to be), con un 42 %, y Colombia y Perú, con 53 % y 68 %, respectivamente.

Brasil cuenta ahora con un 11% de insurtechs internacionales.

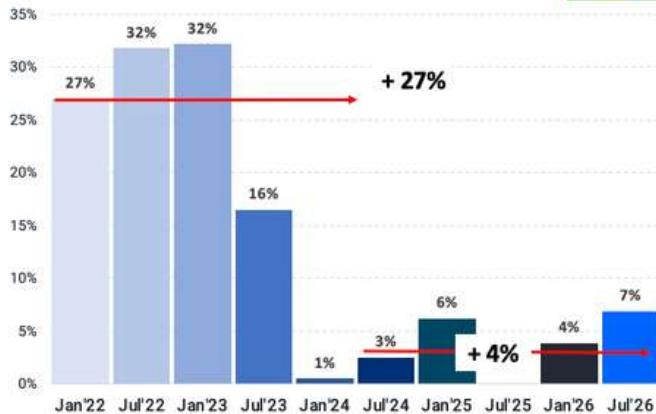
Este índice guarda cierta correlación con el de internacionalización, pero también incorpora la llegada de insurtechs extranjeras a la región, como Descartes, Bolttech, Akur8 o Blue Marble en 2025.

Internationalization factor



(*) Esto significa que el 19,7% 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.

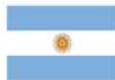
Brazil's annual growth



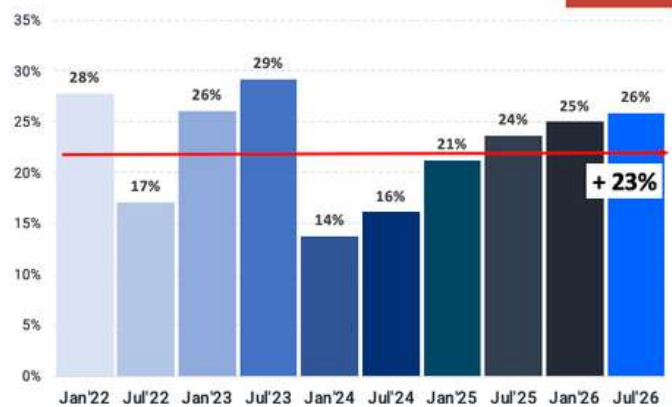
Mexico's annual growth



Argentina's annual growth



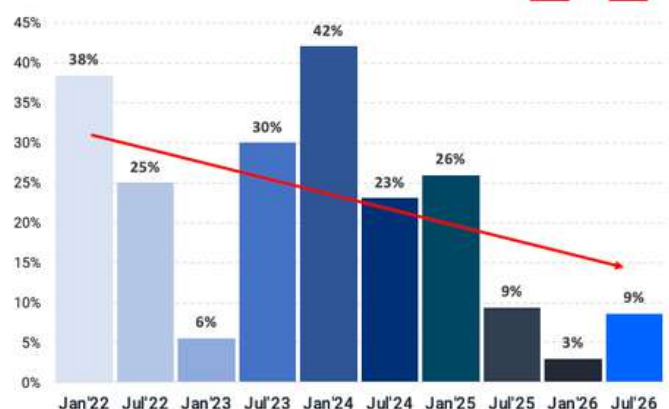
Chile's annual growth



Colombia's annual growth



Peru's annual growth



Argentina es un país con insurtechs que se exportan fácilmente, con índices de internacionalización del 32%, o sea 32% de las insurtechs de Argentina trabajan afuera, pero sigue atrayendo de la misma manera (20%)

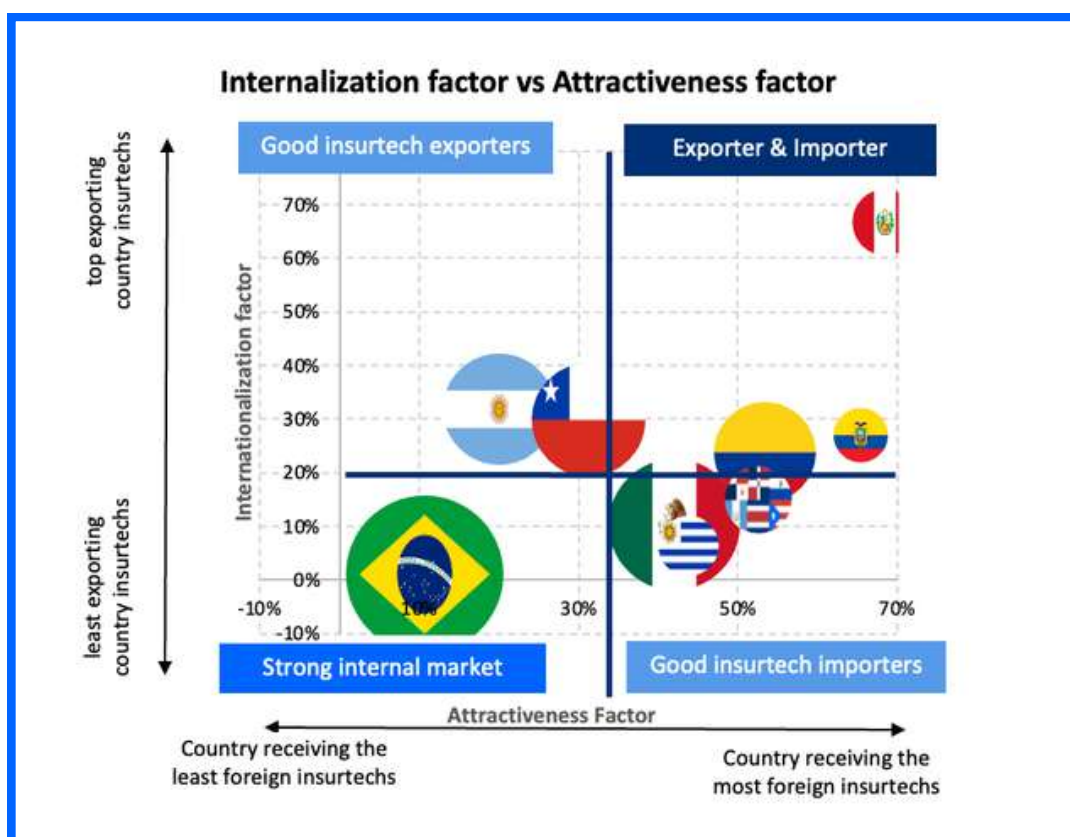
Chile, por primera vez, registró una caída en su índice de internacionalización, que pasó del 31% al 30%. Este descenso se explica por la entrada de nuevas insurtechs al mercado local, mientras que su atractivo sigue "flat" al 31%.

Perú, Ecuador y Colombia, por otro lado, son receptores importantes de insurtechs extranjeras, con tasas de atracción del 68%, 65% y 53% 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 42%.

Uruguay y CentroAmerica, como nuevos ecosistemas se presentan como ecosistemas que son importadores (44% y 53% son insurtechs extranjeras) y pocos exportadores (6%, 15%).



D

2026: ¿QUE DICE EL FINANCIAMIENTO?

En 2026 se han invertido USD 90m en insurtechs en LatAm, siendo el 3er semestre de mayor financiación en el periodo post-pandemia.

Manteniendo este ritmo, 2026 debería ser un buen año, similar a 2025 con USD 180m, a pesar de que decrece de un 26% si comparamos este semestre con el primer semestre 2025.

Se observa este semestre que el tamaño promedio de cada round es de USD 8,2m lo que pertenece a un nivel alto.

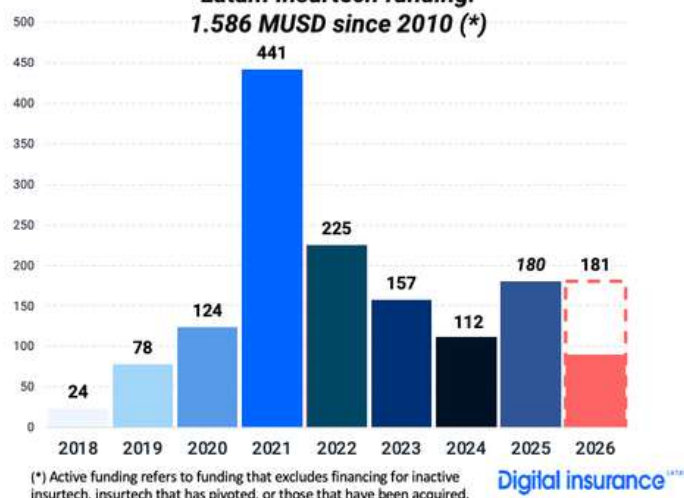
Sigue siendo un gran año para Brazil que concentra el 62% de la financiación.

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

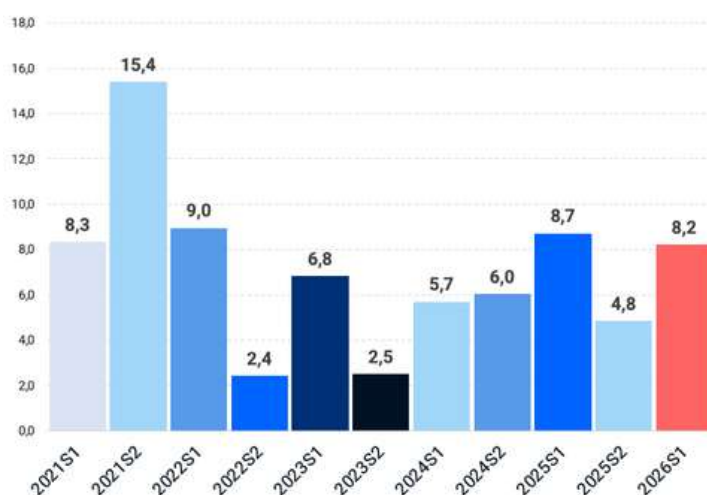
- **Movilidad: 9%** (este % es el mas bajo de la historia)
- **Life & Care: 76%** (tomando en cuenta que son solo 26% de las insurtechs)
- **Otros: 15%** (ej: habilitadores)

2026 continues the same trend as 2025

Latam Insurtech funding:
1.586 MUSD since 2010 (*)



Average Round Size (USD m)





Azos (BRA, US\$ 24 M): MGA de seguros de vida 100 % digitales sin exámenes. Cuenta con 100.000 pólizas activas, 11.000 corredores asociados y US\$ 62 Men primas anualizadas.



Sofía (MEX, US\$ 21 M): Seguro médico digital en México que ofrece cobertura completa sin deducibles, accesible a través de una app para individuos y empresas.



Saude Bliss (BRA, US\$ 11 M): La plataforma utiliza IA para automatizar las tareas operativas de los corredores de planes de salud para pymes



Segura (BRA, US\$ 8,9 M): La insurtech utiliza IA para simplificar la operación entre aseguradoras y corredores. Integrada con WhatsApp para más de 3.000 corredoras.



Meddi (MEX, US\$ 8 M): Ecosistema 360° healthtech + insurtech para empresas: integra seguro médico con bienestar corporativo y atención preventiva. Ronda liderada por GNP Seguros valida el modelo.



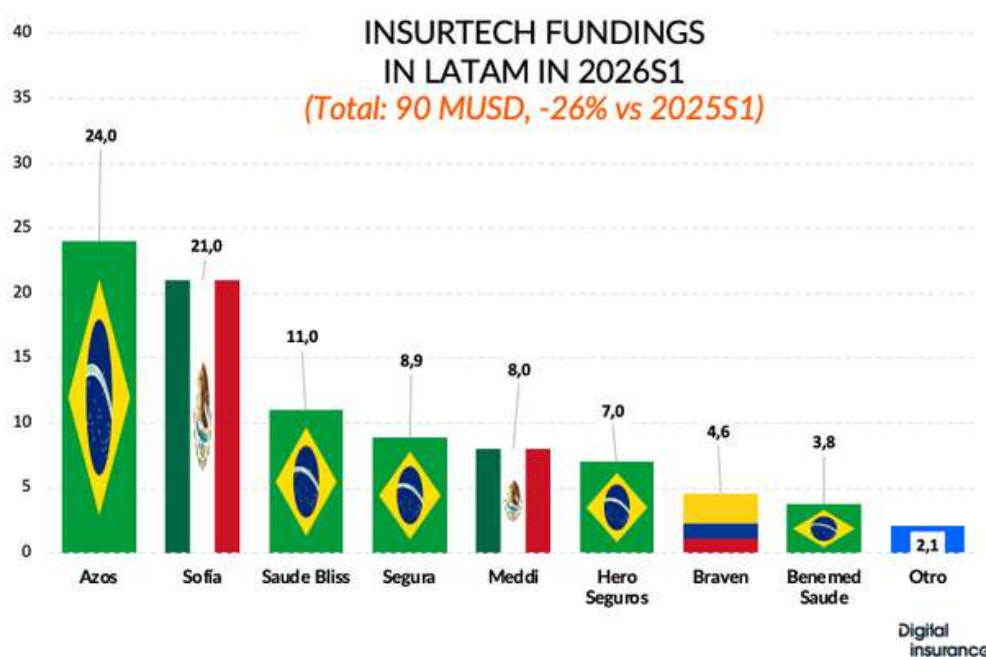
Hero Seguros (BRA, US\$ 7 M): MGA especializada en travel insurance y movilidad con Generali como underwriter. 4M+ asegurados, ~US\$58M GWP. Modelo B2B2C vía +5.000 agencias y brokers.



Braven (COL, US\$ 4,6 M) Plataforma de infraestructura de re/seguros con IA para carriers y MGAs (rebrand de Sytrex).



Benemed Saude (BRA, US\$ 3,8 M) Healthtech de salud accesible por suscripción con modelo franquicia; 2M vidas activas y USD \$ 65 M en ingresos actuales.





VIAJA EN PAZ VIAJA CON pax

La asistencia al viajero mejor calificada

4.8 ★★★★★
Google



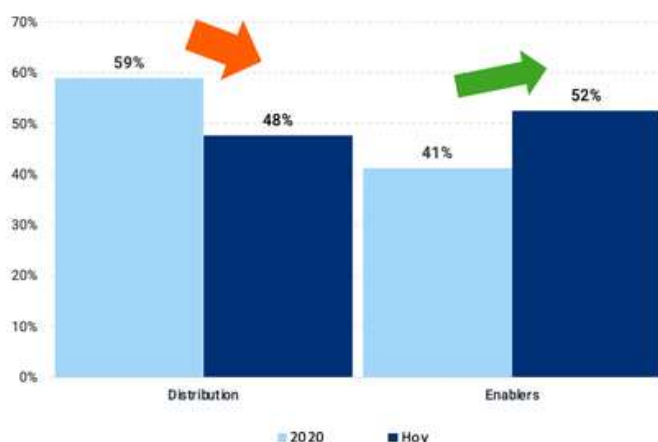
www.paxassistance.com

Contacto comercial: team@paxassistance.com

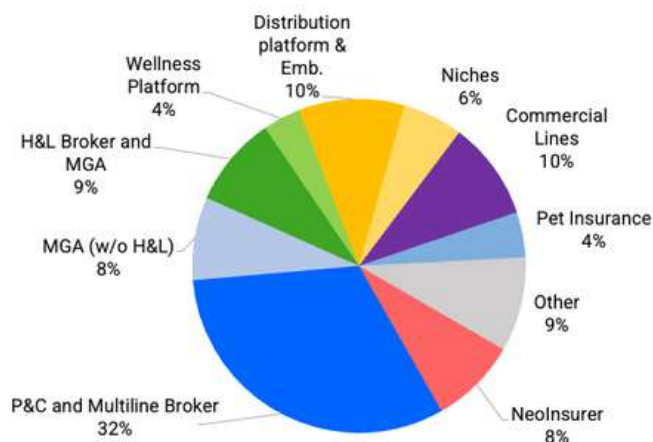
E

¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?

Enablers are increasing (+11% in 5 years)



Neo-insurers represent 8% .
P&C distribution is the largest segment (40%)
H&L and Wellness distribution account for 13%.
Pet insurance emerges representing 4%.



(1) DISTRIBUCIÓN (48%)

Ya no podemos decir que el ecosistema insurtech se limita a comparadores y brokers online. Sin embargo la distribución pierde peso frente a los habilitadores.

La parte más competitiva, los 'neoinsurers', representa el 8% 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 apificar la distribución.

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

Novedad

Cada vez mas actores empiezan a entrar en Pet Insurance (ej: A Pet Saude, Vetly, Vetify...)

(2) ENABLERS O HABILITADORES (52%)

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 (6% vs 4% en 2025)** que son agentes que usan inteligencia artificial generativa para optimizar procesos.

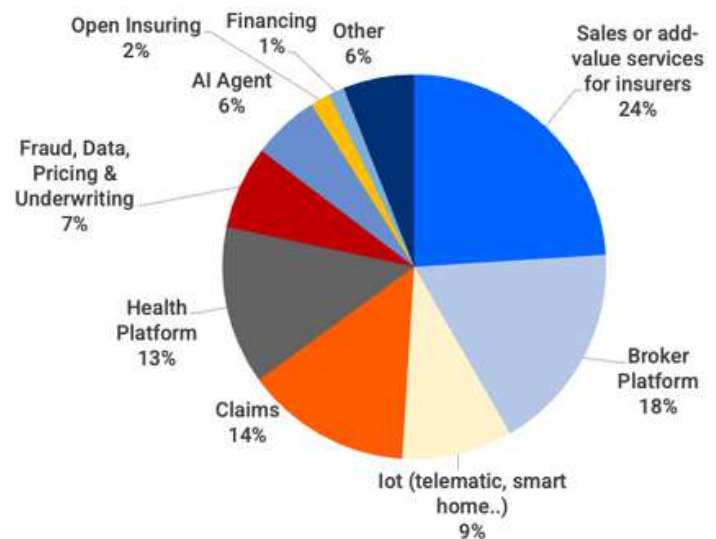
» Una categoría de **Fraud, Data, Pricing, Risk, Suscripción (7%)** como el caso de Akur8 que simplifica los procesos de tarificación o Ceptinel en Fraude.

Ahora la mayoría se concentran en:

» **Soluciones destinadas a digitalizar la intermediación tradicional (=broker platform) (18%).** Este modelo está fortaleciendo la nueva forma de intermediación, conocida como 'OMNI', que se está volviendo cada vez más digitalizada. Hoy se hará un foco en esta categoría.

» 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.

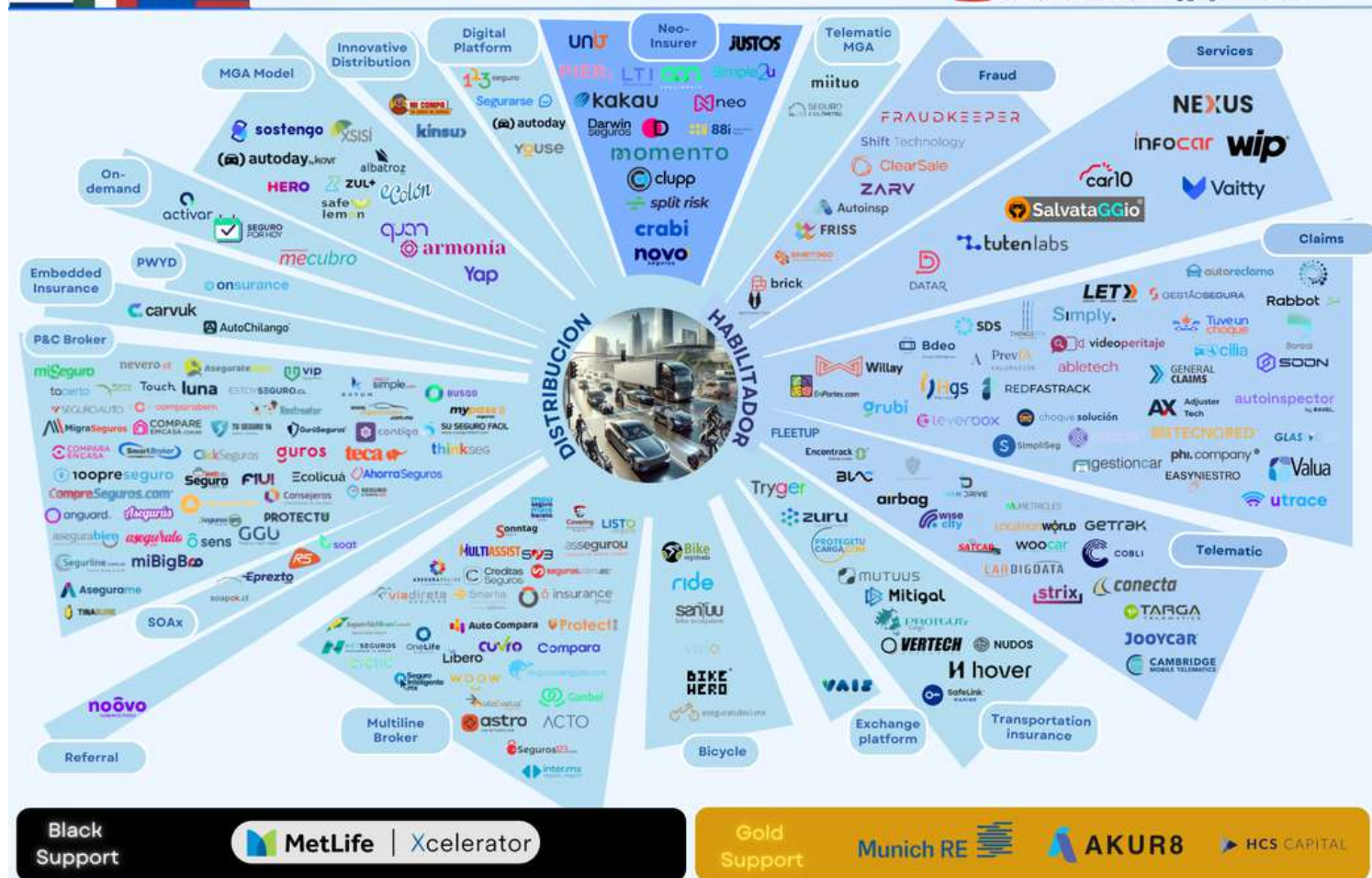
A stylized illustration of a blue car with white wheels and headlights, positioned next to a green and white charging station. A green charging cable is plugged into the station and loops around. The background is a solid blue color.

(211 Start-ups)

Supported by



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



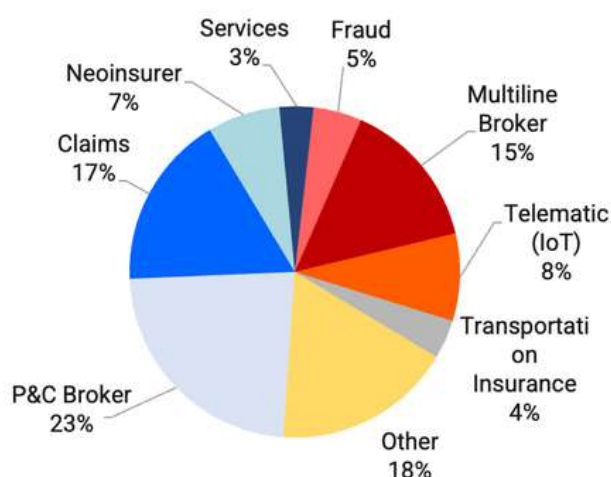
Con **211 insurtechs** y representando el 37%, el ecosistema de la movilidad es el más destacado.

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 32% del total invertido en los últimos 10 años **y solo 9% en 2026**, alcanzando los 508 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.

Only 9% of 2026 investment is directed towards Mobility.



Argentina y Uruguay están más enfocados en la movilidad (43% y 50%), mientras que Ecuador y Colombia parecen estar menos centrados en este ámbito (25% y 29%).

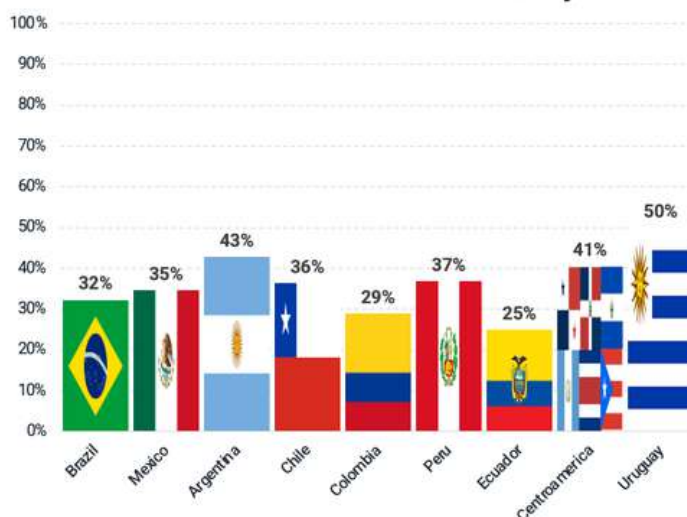
Hoy nos damos cuenta que los **neoinsurers** son relevantes (7%) como **Momento** en Mexico o **Justos** en Brasil y el **38% son brokers** como Compara en Chile o Acto de Mexico.

Es crucial destacar que la **telemática** juega un papel relevante con un **8%** (Jooycar, Cobli) pero en baja.

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 y crece como una **nueva tendencia (4%) en Latam** con insurtechs como Zuru, ProtegeTuCarga, Hover o Mitigal.

Argentina (43%) and Uruguay (50%) are more focused in mobility



¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?



Ecosistema de Life&Care



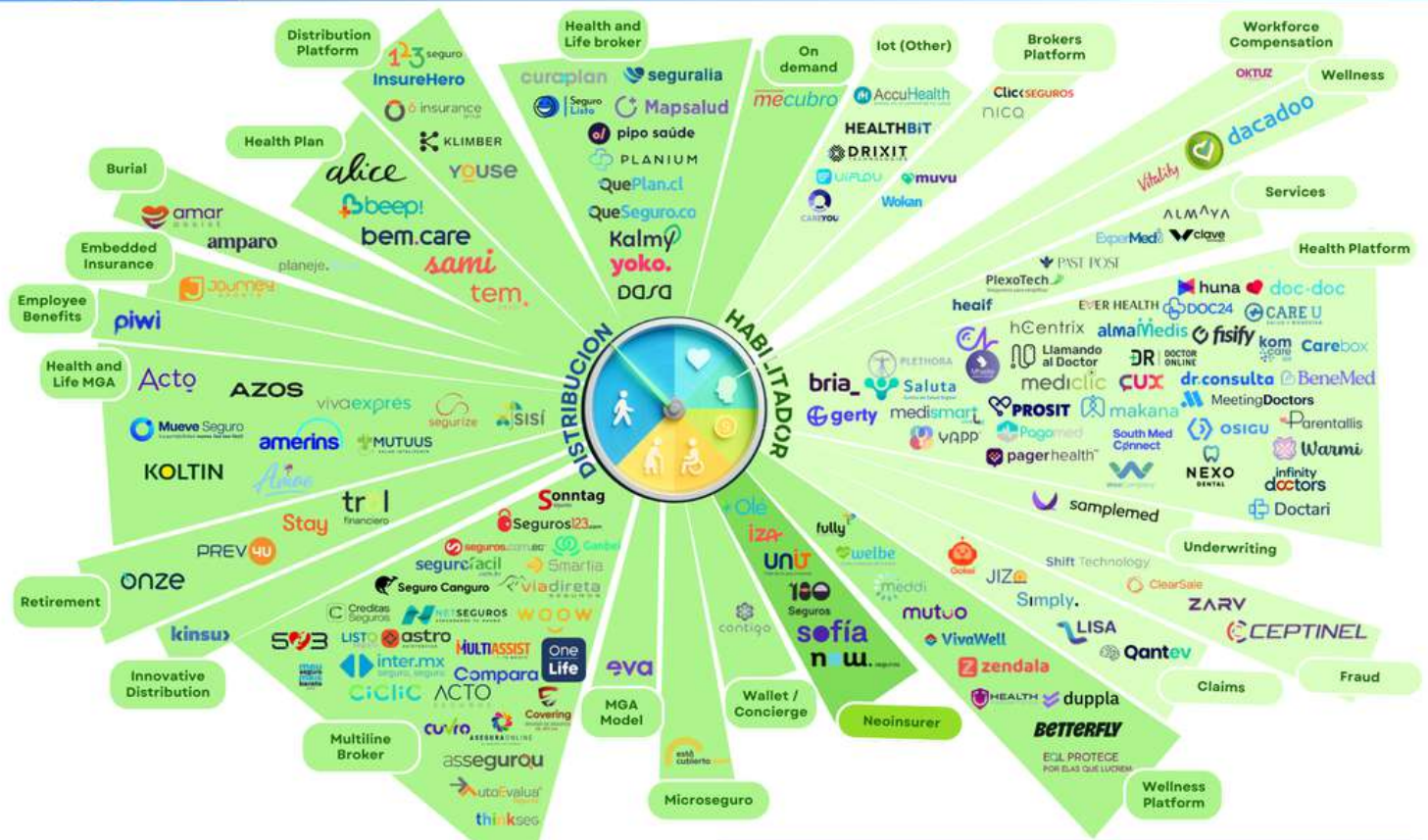
INSURTECH Life & Care – Jul. 2026

(151 Start-ups)

Created by
**Digital
insurance**
LATAM

Supported by
mapfre

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



Black
Support

MetLife | Xcelerator

Gold
Support

Munich RE

AKUR8

HCS CAPITAL



Con 151 insurtechs y representando el 26%, el ecosistema de Life & Care es el segundo más destacado.

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

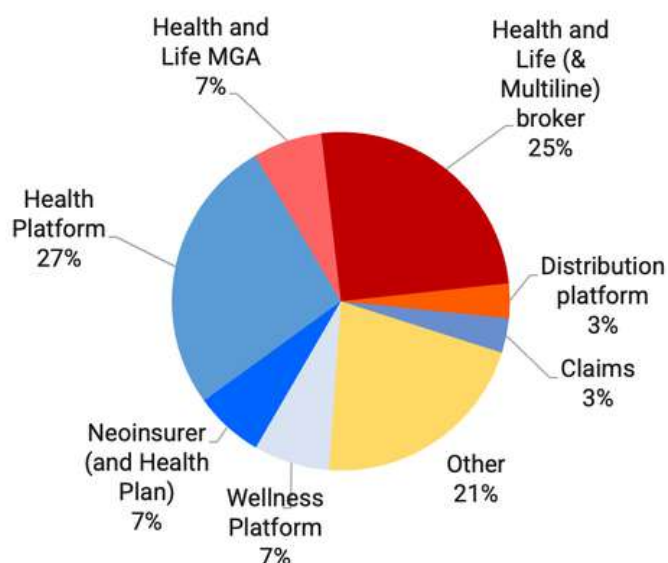
Dentro de él, la distribución cumple un rol central, con un 58%, mientras que las habilitadoras representan el 42%.

A pesar de representar el 26% del total del ecosistema, ha captado el 59% de la inversión acumulada en los últimos 10 años, alcanzando los 943 MUSD.

En 2026, Life & Care atrae el 76% de la inversión total.

In Life & Care, 58% are focused on distribution and 42% are enablers.

76% of investment is directed towards Life & Care.



Los dos países mas orientados a esta linea de Life & Care son Mexico (33%) y Ecuador (40%).

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.

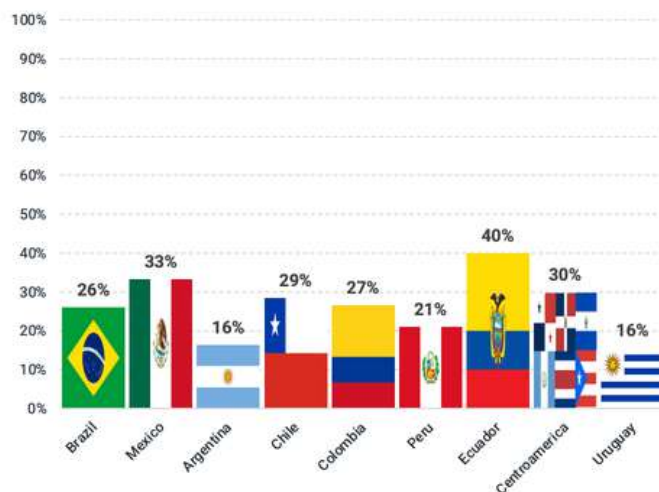
El **32% son brokers o MGA** como **Azos** en Brazil o **Mutuus** en Mexico (proporción similar a lo que se observa en Movilidad).

Ahora, existen 2 tendencias:

» Plataforma de bienestar (7%) para la distribución sin dinamica real

» **Plataforma de salud (que crece de 23% a 27%)** para acompañar a las aseguradoras o grandes brokers (**Weecompany** de Mexico o **Gerty** de Chile).

Ecuador (40%) and Mexico (33%) are more focused in Life & Care



E

¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?

Ecosistema
Broker Platform

INSURTECH (53 Start-ups)
Broker Platform – Jul. 2026

Created by
**Digital
insurance**
LATAM

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



Black
Support

MetLife | Xcelerator

Gold
Support

Munich RE

AKUR8

HCS CAPITAL



Con 53 insurtechs y representando el 9% de las insurtechs y 18% de los habilitadores, este ecosistema nos parece interesante a destacar. **Y creció un 36% en el último año.**

Hoy segmentamos esta categoría en 5 categorías

» BMS Full Suite (27%)

Back-office más multicotizador en una sola plataforma. El corredor gestiona su cartera y cotiza nueva producción sin salir del sistema (ej: Adminse en Argentina)

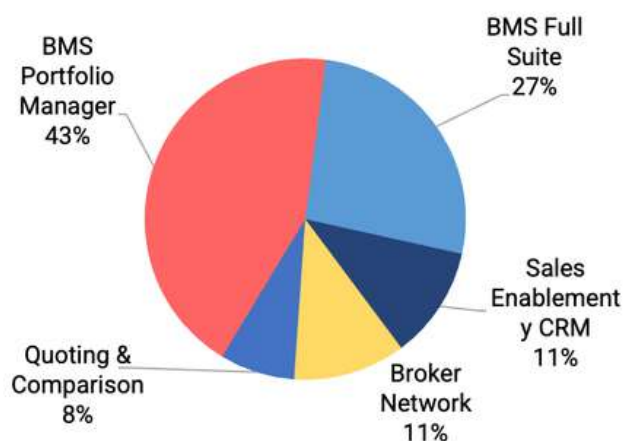
» BMS Portfolio Manager (43%)

Gestión de pólizas, clientes, comisiones, renovaciones y documentos. Sin cotización multi-aseguradora integrada como función principal (ej: Foliume en Uruguay)

» Sales Enablement & CRM (11%)

Herramientas para captar prospectos, gestionar el pipeline de ventas y cerrar más negocio. No administran pólizas existentes. (Ej: Figuro en Colombia)

53 Broker Platform representan 9% de las insurtechs



Los dos países más orientados a esta línea de Broker Platform son Uruguay (16%) y Ecuador (12%).

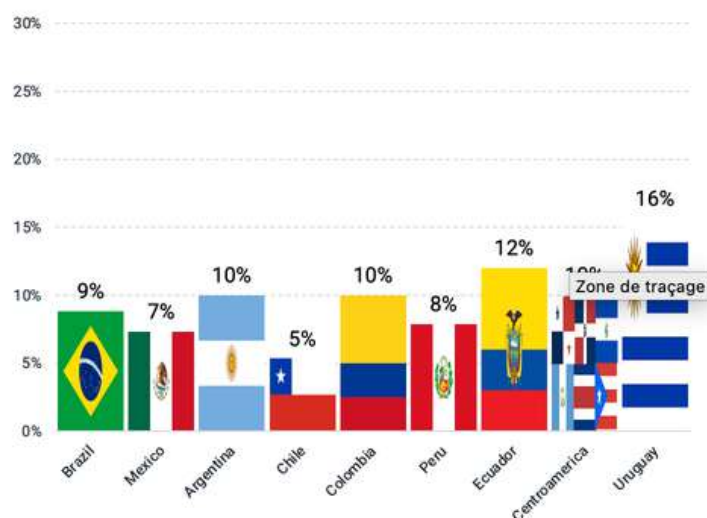
» Quoting & Comparison (8%)

La propuesta de valor central es cotizar y comparar rápido en múltiples aseguradoras. El back-office es secundario o inexistente.

» Broker Network (11%)

Agregan brokers, agentes o servicios de outsourcing bajo una plataforma, dando acceso a más aseguradoras, infraestructura y poder de negociación colectivo (Ej: Lojacorr en Brazil)

Uruguay (16%) and Ecuador (12%) are more focused in Broker Platform



2026 Tech Trend Radar



FROM TRENDS TO TRANSFORMATION AT SCALE – WHAT MATTERS NOW?

DE LAS TENDENCIAS A LA TRANSFORMACIÓN A ESCALA: ¿QUÉ ES LO QUE REALMENTE IMPORTA HOY?

DAS TENDÊNCIAS À TRANSFORMAÇÃO EM ESCALA – QUAIS SÃO AS PRIORIDADES AGORA?

Discover the technologies shaping the future of insurance.

Descubra las tecnologías que están transformando el futuro del seguro.

Conheça as tecnologias que estão moldando o futuro do mercado segurador.

Our expert perspective for insurance

Nuestra perspectiva especializada para la industria aseguradora

Nossa perspectiva especializada para o setor de seguros

Scan the QR code to access the full report

Escanee el código QR para acceder al informe completo

Escaneie o QR Code para acessar o relatório completo



F

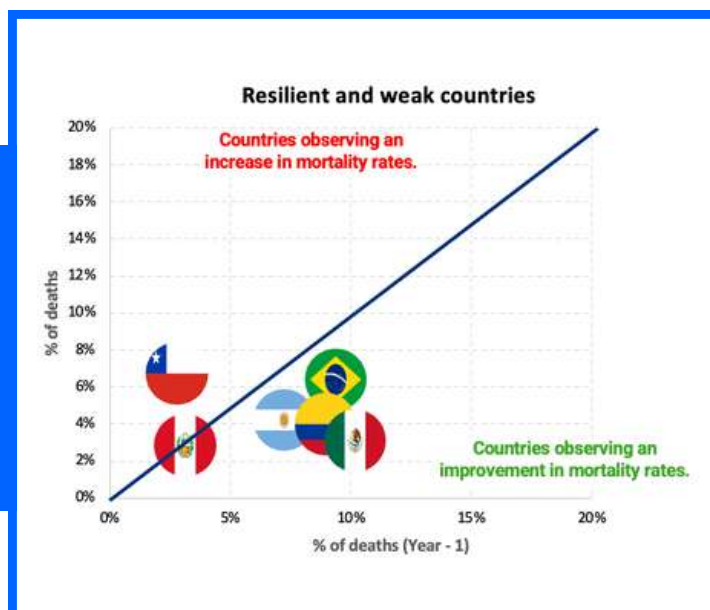
MUERTE DE LAS INSURTECHS

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

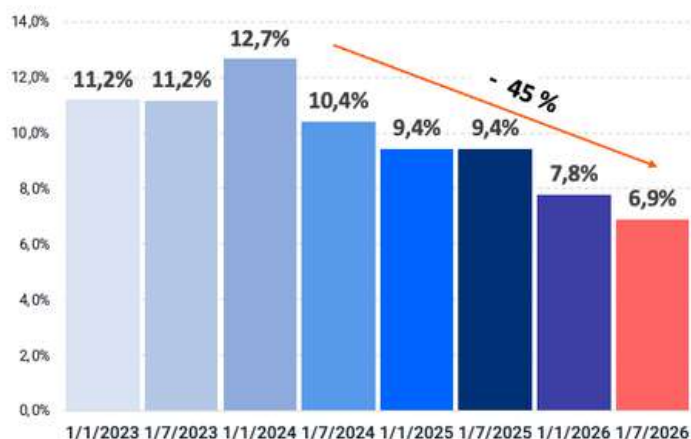
Desde su máximo, cayó un 45 %, hasta el 6,9 %, lo que sugiere un ecosistema hoy más sano y robusto

En los últimos 12 meses:

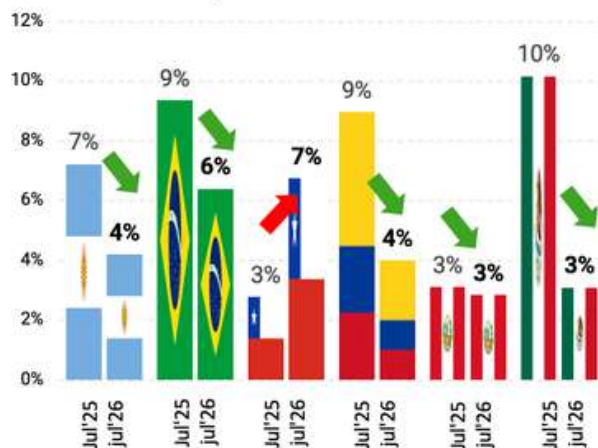
- » Todos los países observaron una baja de su mortalidad (exc Chile) con una tasa del orden 3% a 4%, salvo Brazil que bajó solo del 9% al 6%
- » En cambio, **Chile (7%)** registró un aumento, producto del proceso de saneamiento del ecosistema.



Average 12-months-Mortality Rate



Mortality Rate in the last 12 months

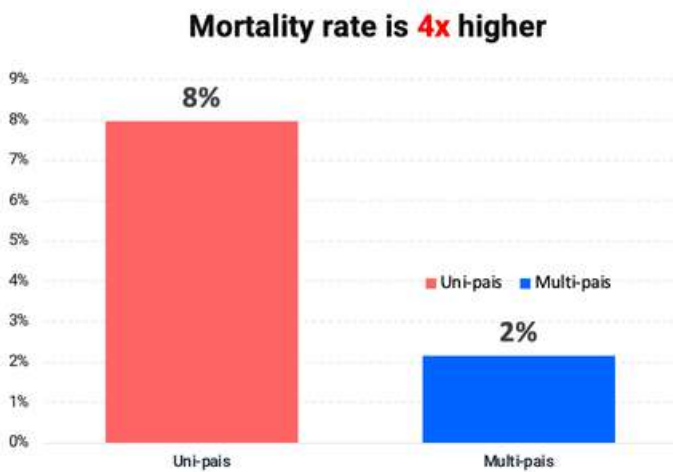


La mortalidad de las locales sigue aumentando y es ahora 4x superior a la de las multilatinas. (ninguna multilatina ha desaparecido este año).

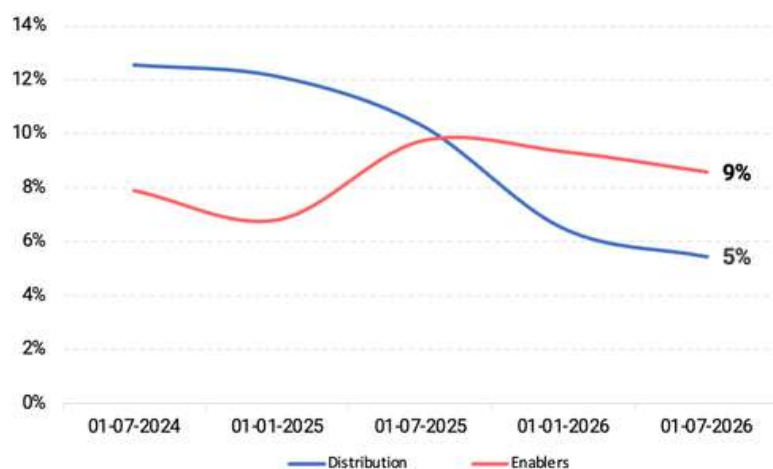
¿Solo las mejores logran escalar fuera de su país, o salir al exterior te vuelve más resiliente?

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 llegando a un 5% mientras los habilitadores mantuvieron su tasa de mortalidad cerca de 8% - 9%.**

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



**Mortality Rate
Distribution vs Enablers**





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

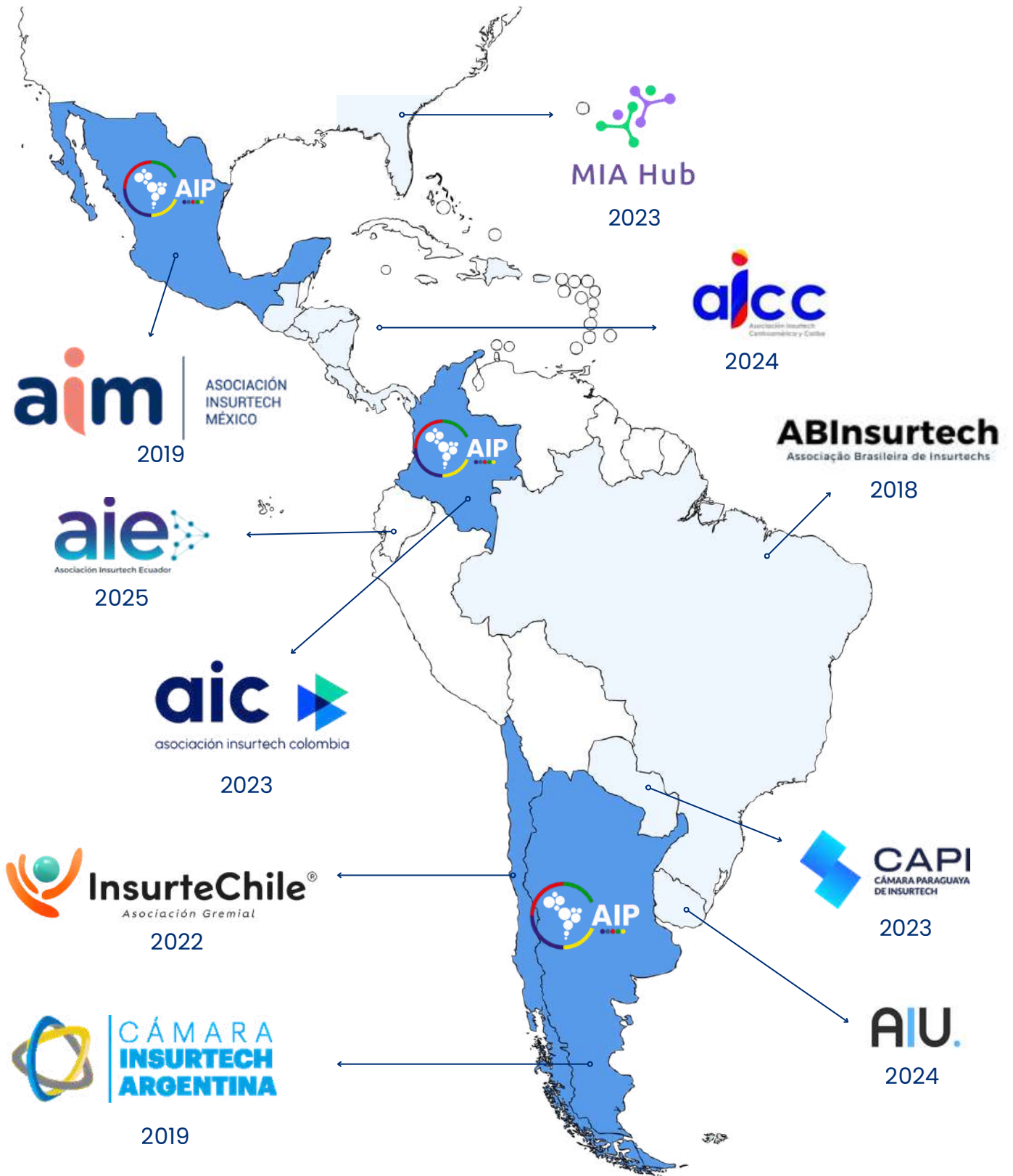


<https://vegas.insuretechconnect.com>



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
- **InsurteChile**
- **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 Uruguay) **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.

El streaming mensual de la Alianza Insurtech Panamericana

Conducido por **Hugues Bertin**, Presidente de la organización, junto a un invitado especial en cada edición.

En un formato ágil de **30 minutos, cada 30 días** se analizan las noticias más relevantes del ecosistema asegurador e insurtech, ofreciendo una mirada estratégica sobre la evolución del mercado en Latinoamérica.

¿Qué ofrece AIP News?

- Análisis exclusivo de las **principales noticias del mes**.
- **Tendencias e innovaciones** que están redefiniendo la industria.
- Conversaciones en vivo con **CEOs y altos ejecutivos** del sector.
- **Visión estratégica sobre el futuro** del seguro en la región.
- **Perspectiva insider** sobre el mercado asegurador latinoamericano.

Síguenos y entérate de todo :

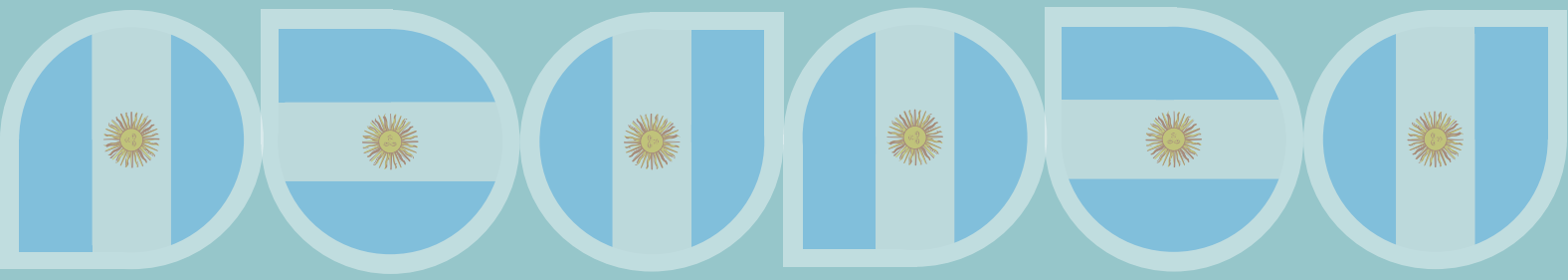
LinkedIn

Alianza Insurtech Panamericana





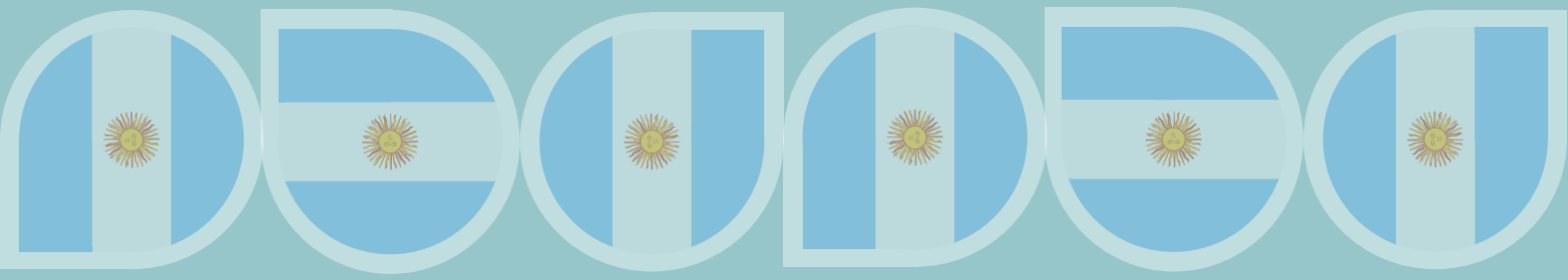
III. MAPAS INSURTECH



ARGENTINA

argentina





ARGENTINA

INSURTECH

Argentina – Jul. 2026

(110 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

DISTRIBUTION

On-demand insurance

mecubro activar

External Neo

Wellness Platform

fully

Pet Insurance

vetify

Distribution Platform

Segurarse

MGA Model

Segurocell **Flip!** **eColon**

P&C Broker

Segurline.com.ar
Tu asesor de seguros online

Micro

Parametric

Blue Marble **yielddata**

Surety Broker

CAUCIONAR

ENABLERS

Claims

Telematics

IoT (other)

SATELLITES ON FIRE

Fraud

FRAUDKEEPER

Health Platform

Exchange Plat.

AI Agent

Reinsurance

Services

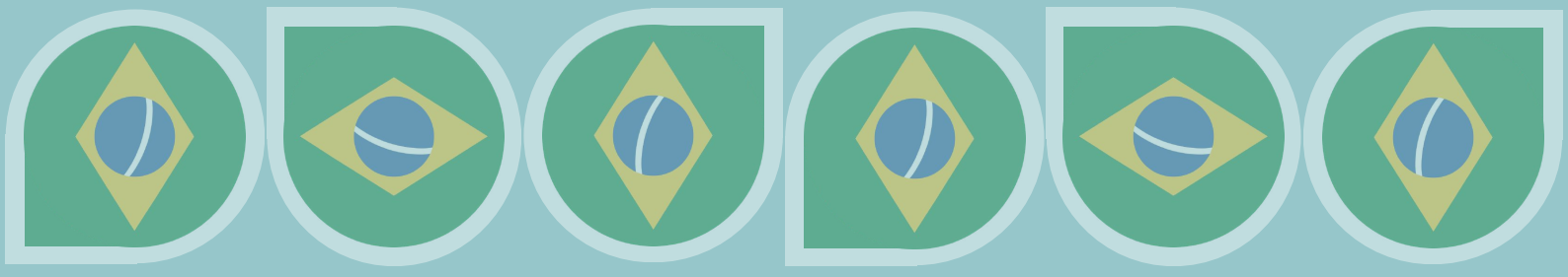
Brokers Platform

Teggium®

Black Support

Gold Support

52



BRASIL

brasil



BRASIL

INSURTECH

Brazil – Jul. 2026

(217 Start-ups)

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
 mapfre

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

FULL-STACK

Neo-Insurer

Agro

Auto

ENABLERS

Claims

Underwriting

Agro

IoT

DISTRIBUTION

Health ecosystem

MGA Model

Health & Life MGA

H&L Broker

BROKER PLATFORM

Retirement

Multi-line Broker

SERVICES

Health ecosystem

Wellness

SALES SERVICES

Insurance

Sales Services

BLACK SUPPORT

GOLD SUPPORT

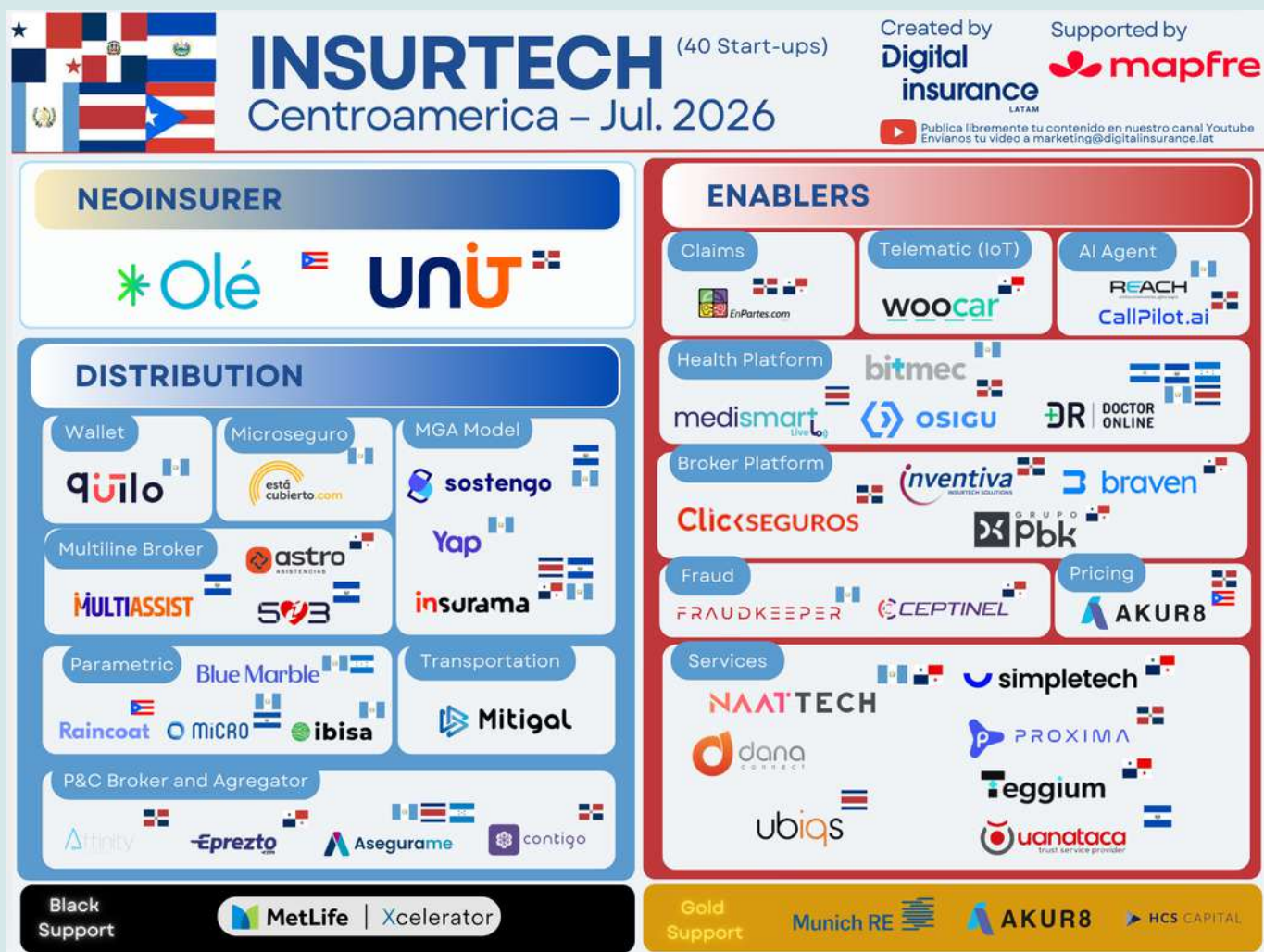


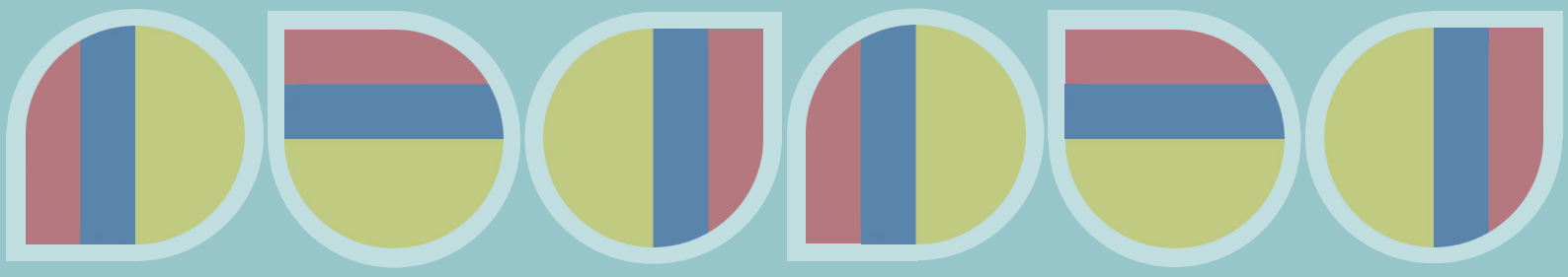
CENTROAMÉRICA

centroamérica



CENTROAMÉRICA





COLOMBIA

colombia



COLOMBIA

INSURTECH

Colombia – Jul. 2026

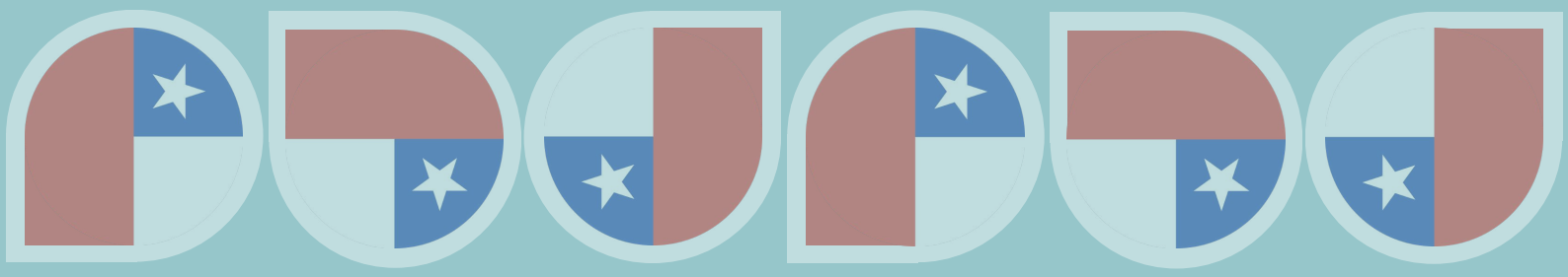
(90 Start-ups)

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
 mapfre

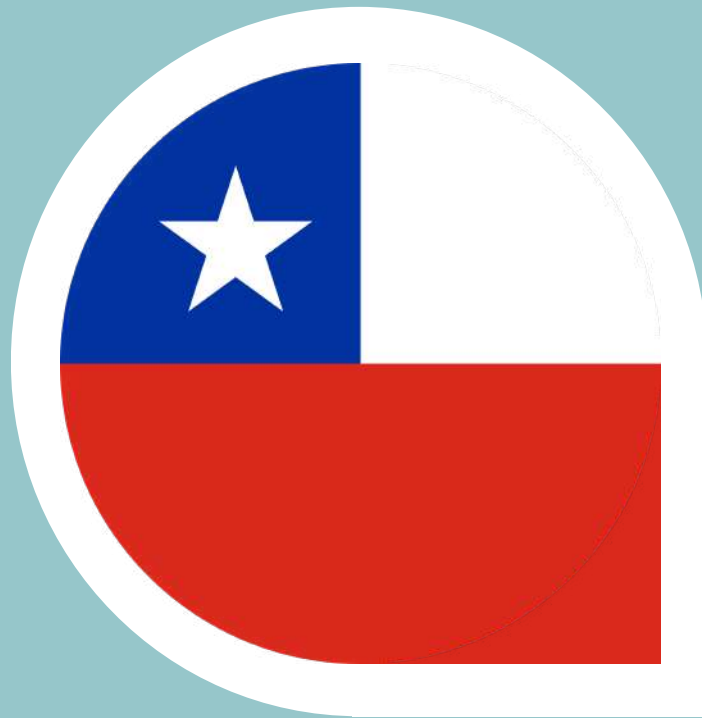
Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube
Envíanos tu video a marketing@digitalinsurance.lat

DISTRIBUTION Parametric miCRO Raincoat Blue Marble Wellness Platform mutuo External Neoinsurer Olé Multiline Broker segurocanguro.com LISTO seguro H&L Broker seguralia curaplan QueSeguro.co MGA Model KERBEROS vivaexpres insurama qum Travel segurú Distribution Platform Gangkhar Cyber Kyber Transportation VERTECH Mitigal Wallet segurapp SOAP Eprezto RS <C> comparabien	ENABLERS Claims Prevía VALORACIÓN autoinspector by RAVEL Willay leverbox LISA utrace Telematic SEGURO X KILOMETRO airbag wise city AI Agent domu rocket code Muno Labs SIES VOZY Health Platform doc-doc DOCTOR ONLINE Saluta osigu medismart mediclic gerty EVER HEALTH pagerhealth kom care ips Broker Platform FARO BrokAI Wellness dacadoo Figuro agentemotor GURO braven AdminSE Pbk Pricing AKUR8 Financing dosmin.co FINESA Finmeridian CrediSeguro Fraud CEPTINEL Services covergo clave technologies dana NAATTECH NEXUS planetfun Firefly One LIBECULA Teggium xuma wip VOZY bizagi blitz
Black Support MetLife Xcelerator	Gold Support Munich RE AKUR8 HCS CAPITAL

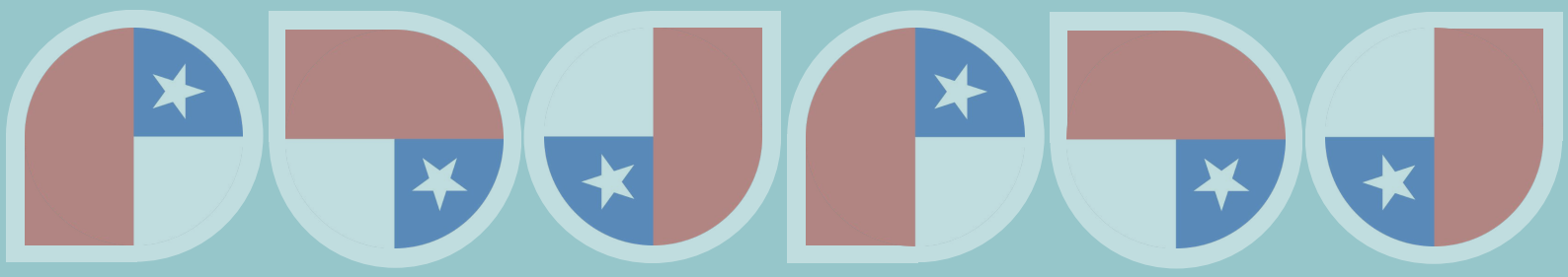


CHILE

chile



20



CHILE

INSURTECH

Chile – Jul. 2026

(112 Start-ups)

Created by **Digital insurance** LATAM

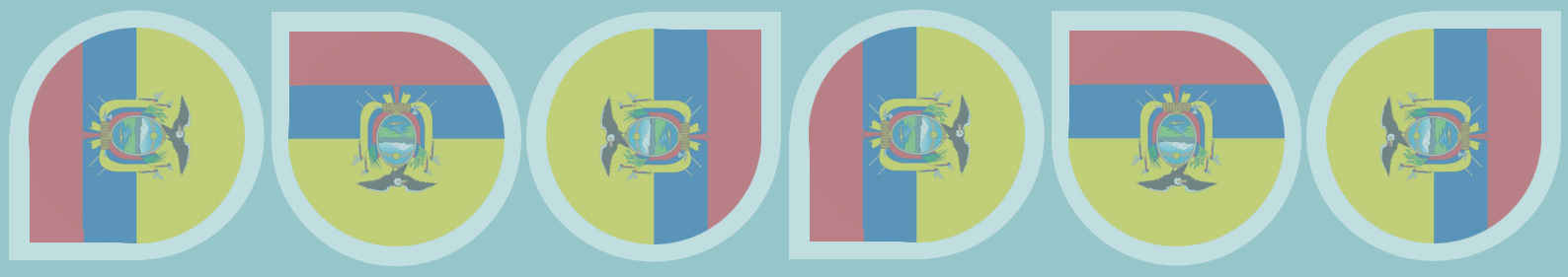
Supported by **mapfre**

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

DISTRIBUTION	ENABLERS
Multiline Broker Wellness Platform External Neoinsurer Pet Insurance Transportation Insurance P&C MGA Portabilidad Health Broker H&L MGA SME Broker Embedded Ins. Referral SOAP	Claims Fraud Underwriting Telematics Health Platform Exchange Platf. Broker Platform Pricing Agente AI Corp. Platform IoT (Other) Services

Black Support

Gold Support



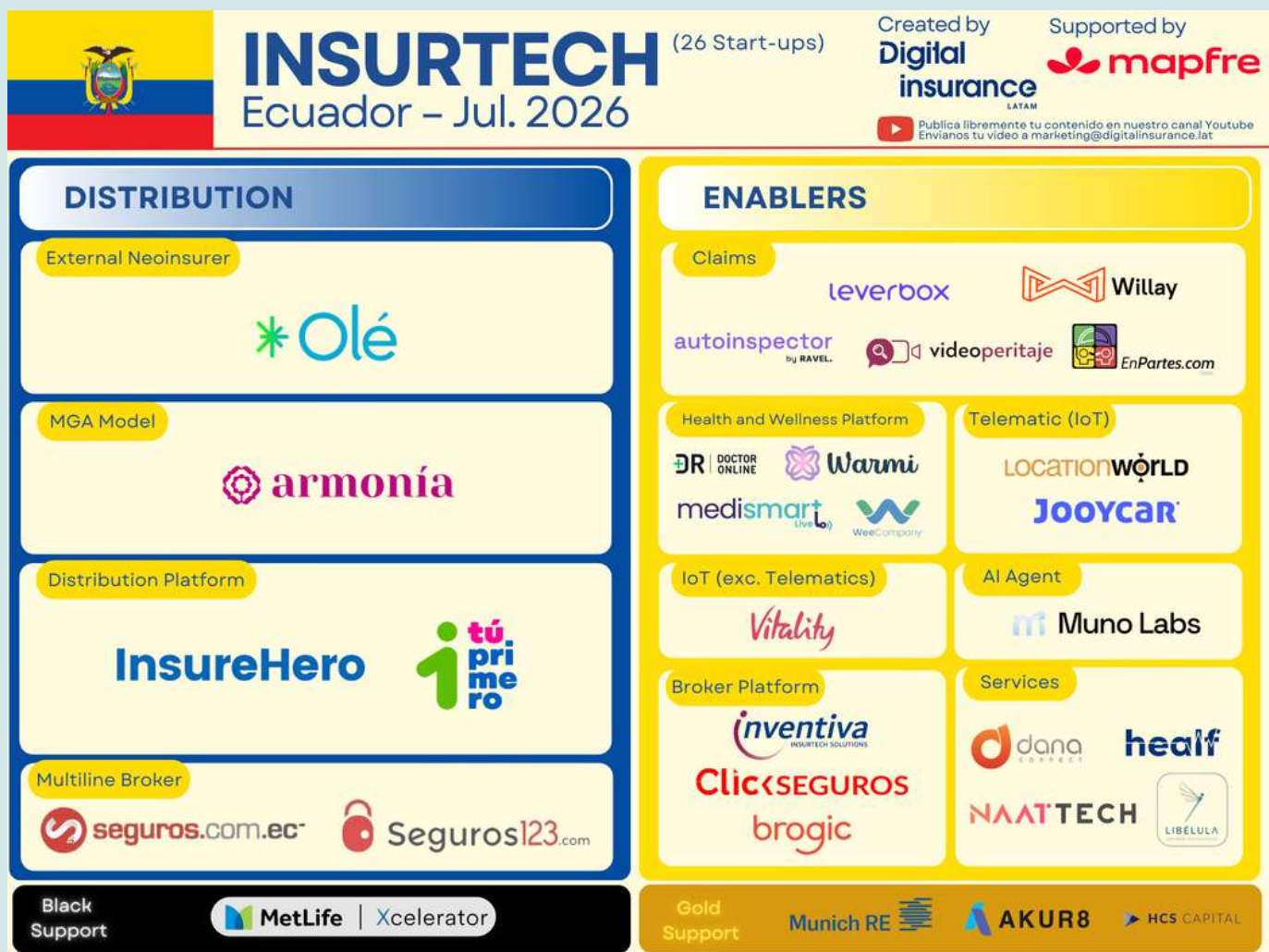
ECUADOR

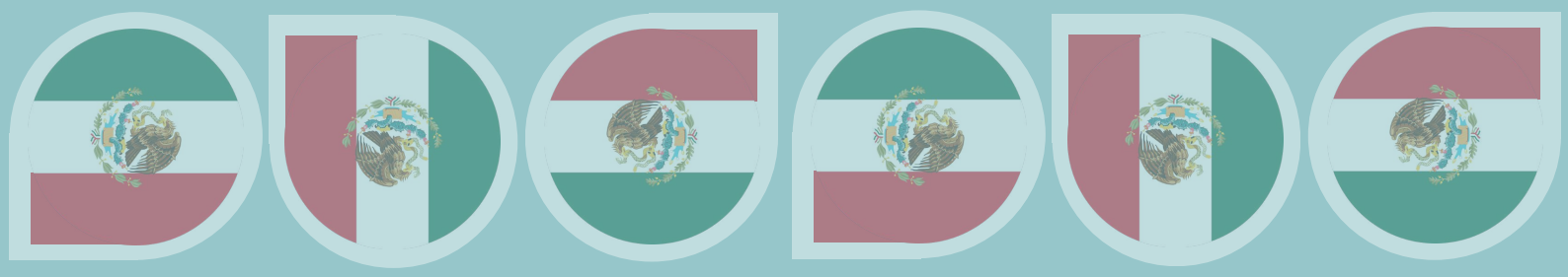
ecuador



26

ECUADOR



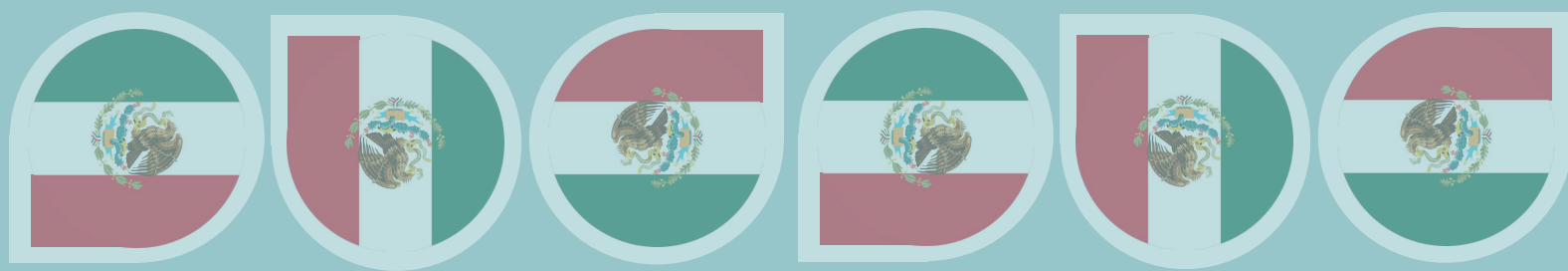


MÉXICO

m é x i c o



20



MÉXICO

INSURTECH

Mexico – Jul. 2026

(150 Start-ups)

Created by **Digital insurance LATAM**

Supported by **mapfre**

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

FULL-STACK

momento
crabi
clupp
sofía

DISTRIBUTION

Wellness Platform

BETTERFLY

Distribution Platform

Stere.io

Embedfy

zendata

duppla

meddi

VivaWell

HEALTH

welbe

123 seguro

bolttech

InsureHero

Bee

Zebra

KLIMBER

COVER GENIUS

H&L MGA

Acto

Amio

MUTUUS

zuru

SafeLink

bruno

eva

KOLTIN

Tryger

VERTECH

External Neinsurer

Ole

Multiline MGA

XSISI

insurama

H&L Broker

yoko.

kalmy

SME

simplee.

surexs

Innovative Distr.

HE COMPS

kinsu

Derrysafe

Embedded Ins.

AutoChilango

Telematic MGA

miituo

SEGURO

Retirement

trol

P&C MGA

hover

Bicycle

P&C Broker

simple.com

Multiline Broker

Seguro

Intelligence

WQOW

Parametric

DESCARTES

FIUI

KAYUM

guros

ACTO

Raincoat

GGU

AhorraSeguros

Seguros123

inter.mx

Blue Marble

C

companion

Rastreator

ENABLERS

Claims

Be assist

LISA

utrace

Qantev

leverbox

fraud

Shift Technology

FRAUDKEEPER

Telematic

FLEETUP

Encontrack

Exchange platform

VAIS

Data & Analytics

Relativity6

vivanta

AI Agent

MincaAI

VOZY

rocket code

Pricing

AKUR8

Insurance Boosters

primo

MASSCERIALAB

IoT

LUXELARE

Broker Platform

Agenthas

inventiva

Figuro

SICAS

S Q T P

Health Platform

DOC24

PROSIT

wedoctors

gerty

fisify

MeetingDoctors

pagerhealth

CARE U

osigu

Carebox

Warmi

mediclic

EVER HEALTH

Services

RADAR

NEXUS

Firefly One

covergo

copsis

healf

coru

clave

Teggium

nubarium

verificando

PAST-POST

segutrends

planetun

dona

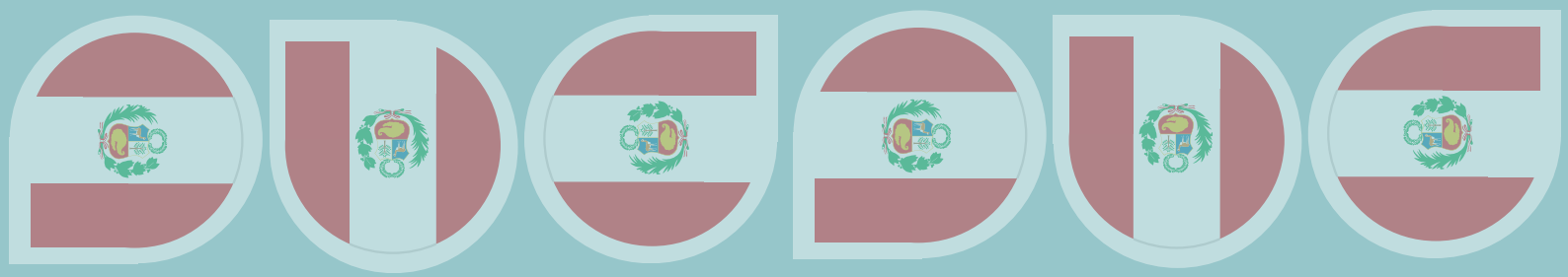
blitz

Black Support

MetLife | Xcelerator

Gold Support

Munich RE | AKUR8 | HCS CAPITAL

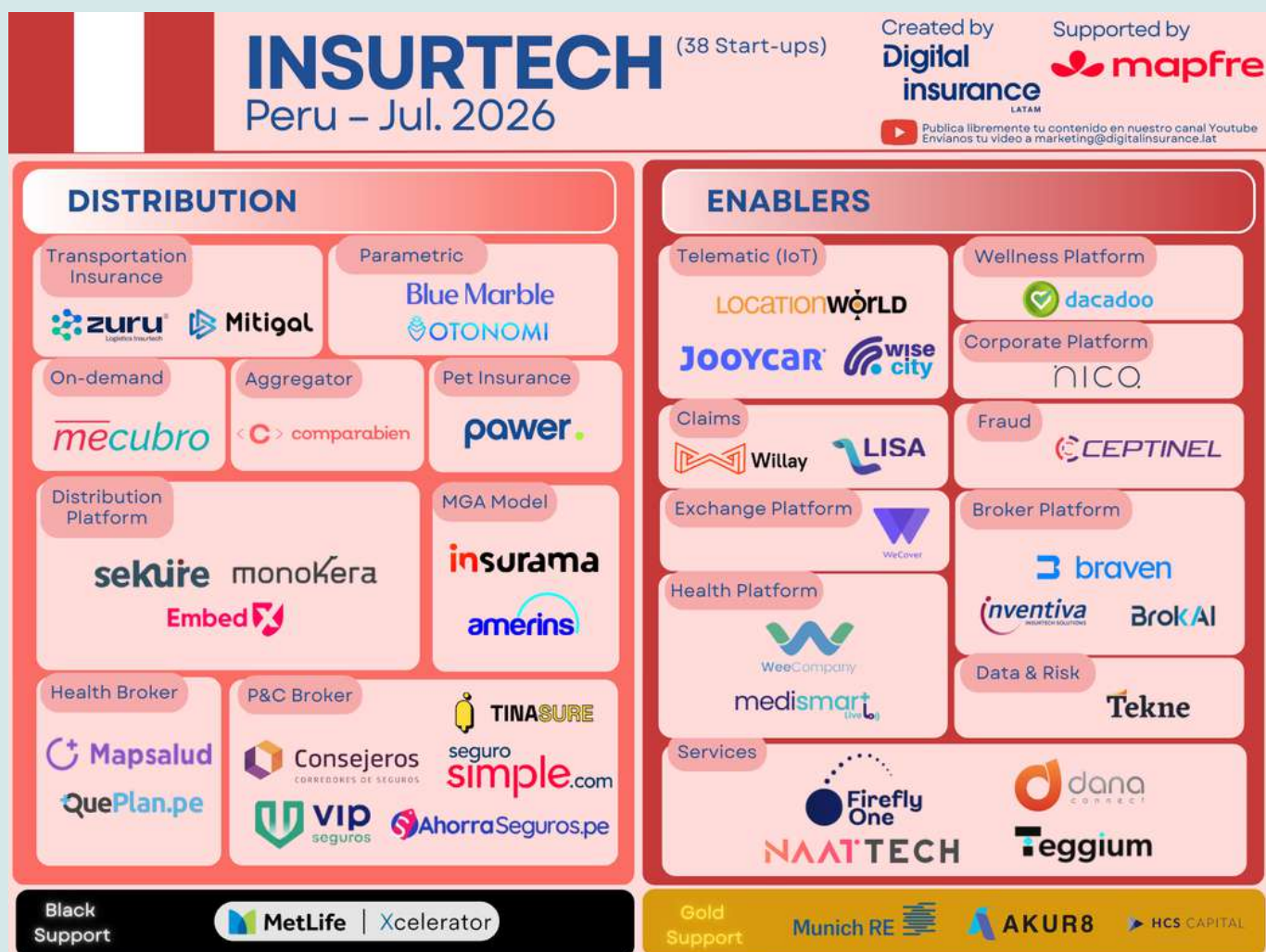


PERÚ

perú



PERÚ





URUGUAY

uruguay



URUGUAY


INSURTECH (32 Start-ups)
 Uruguay – Jul. 2026

Created by
Digital insurance LATAM

Supported by
 **mapfre**

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

DISTRIBUTION

Pet Insurance
 **Vetly**

Transportation Insurance
 **NUDOS**

Distribution Platform
 **KLIMBER**
 **123seguro**
 **Segurarse**

P&C Broker
 **miSeguro**
 **COMPARA EN CASA**
 **PROTECTU**
 **miAuto**

ENABLERS

Claims
 **Valua**
 **claims services**
 **autoinspector** by RAVEL

Brokers Platform
 **wink**
 **PiNG BrokAI**
 **NEXURA** by Tu Empresa Tu Software
 **foliume**

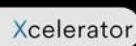
Telematics
 **strix**

Fraud
 **FRISS**
 **FRAUDKEEPER**

Health Platf.
 **Doctari**
 **NEXO DENTAL**
 **South Med Connect**

IoT (other)
 **Smartway**

Services
 **simpletech**
 **ROCKET**
 **unimate RPA**
 **WAN**
 **VaFirma**
 **mop**
 **Seguros Flow**
 **verificando** powered by @corazon

Black Support
 **MetLife** |  **Xcelerator**

Gold Support
 **Munich RE**
 **AKUR8**
 **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





V. INSURTECH VIP LOUNGE

By Hugues Bertin



1.CallPilot AI

2.VAIS TECH

3.PRIMO

4.Carvuk

5.Akur8



CallPilot.ai, los agentes AI llegan con fuerza en insurtech – Enero 2026

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.

CallPilot.ai

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,



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.

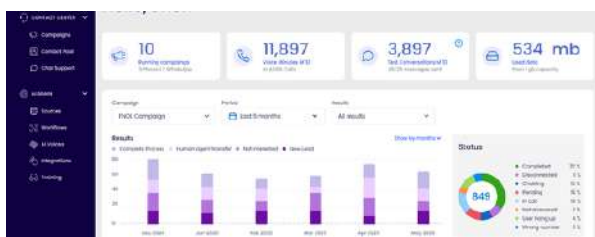


En el sector asegurador, los principales puntos de dolor que buscan resolver son recurrentes: largos tiempos de espera, alta carga operativa en tareas repetitivas, baja contactabilidad en campañas outbound y la necesidad de ofrecer atención continua. Hoy la plataforma automatiza procesos como avisos 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.

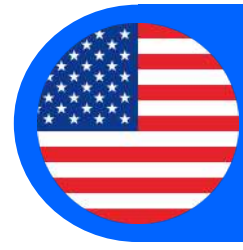
Frente al auge de los agentes de IA, Camilo identifica dos caminos: organizaciones que intentan desarrollar soluciones agénticas in-house con altos costos, largos plazos y mucho ensayo y error y compañías que ofrecen soluciones listas para usar. En ese escenario, CallPilot.ai apuesta por diferenciarse 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. Permitted retener talento senior, escalar la operación y mejorar la propuesta de valor sin aumentar costos. "El futuro será el de call centers con súper-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.



Vais Tech, embedded insurance para reinventar los seguros de líneas comerciales en Latam – Abril 2026

La expansión de las plataformas B2B en América Latina dejó al descubierto una brecha estructural: los procesos de seguros, atados durante décadas a flujos manuales y a la intervención de múltiples actores, no acompañan la velocidad del comercio exterior, la logística ni las nuevas líneas comerciales. En esta edición conversamos con Guillermo Beilinson, cofundador de VAIS TECH, la insurtech argentina que está digitalizando la distribución y suscripción de seguros embebidos para plataformas B2B2B en la región.



Vais Tech nació en 2022 de la mano de Beilinson y Andrés Marull, ambos con más de 15 años de trayectoria en suscripción, operaciones y áreas comerciales del sector asegurador corporativo. La hoja de ruta inicial fue contundente: resolver la incompatibilidad tecnológica y cultural entre las plataformas B2B y el ecosistema asegurador, para que cualquier player pudiera incorporar una propuesta insurtech sin fricciones. La oportunidad concreta llegó con SIDOM, plataforma por la que se opera cerca del 40% del COMEX argentino y que necesitaba ofrecer seguros de carga y garantías aduaneras de manera contextual durante sus procesos declarativos. Ese mismo cliente terminó siendo el inversor ángel inicial, con una ronda de USD 500.000 que les permitió arrancar con foco en el problema y la autosustentabilidad como premisa.

El proceso tradicional de garantías aduaneras involucra 13 pasos, tres a cuatro actores diferentes (importador, agente de aduana, bróker y aseguradora) y puede tomar varias horas o días. VAIS lo redujo a tres pasos, automatizando la suscripción del riesgo con datos disponibles en el flujo de la propia plataforma y complementandose con integraciones a fuentes externas. El resultado es un flujo de punta a punta en tiempo real, sin intervención de actores externos. Pero el camino no fue lineal: la adopción inicial fue más baja de la esperada porque los usuarios de la plataforma no eran los decisores de seguros y los clientes finales eran grandes corporaciones con procesos lentos y restricciones contractuales. Ese aprendizaje obligó a pivotear y construir un modelo más diversificado.

Hoy la compañía opera tres verticales complementarios. El primero es el rol de habilitador, ofreciendo negocios directos y a través de brokers cuya operación se apalanca en su tecnología. El segundo es la plataforma de suscripción y distribución, que permite a aseguradoras, reaseguradoras y brokers digitalizar su oferta de seguros de líneas de especialidad. Y el tercero es un esquema full stack insurtech, en el que VAIS monta líneas de negocio Marine completas, sin suscriptores propios y con capacidad de reaseguro embebida. Lejos de limitarse a Marine y Caucción, su alcance se extendió a todas las líneas comerciales, un terreno con menos competencia y altas barreras de entrada por la combinación poco común entre conocimiento técnico de suscripción y desarrollo tecnológico.

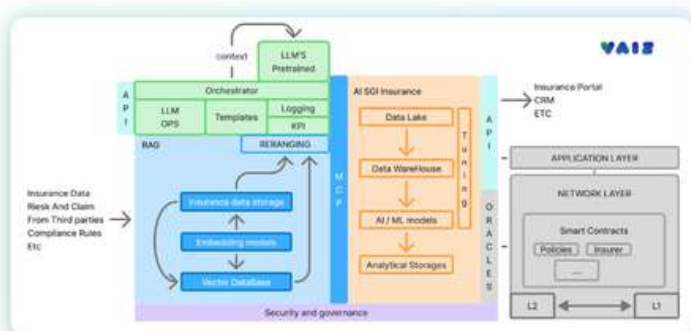


Los indicadores acompañan la madurez del modelo. VAIS gestiona cerca de 5.000 operaciones mensuales en los productos desplegados en sus tres mercados (Argentina, Chile y México), con un crecimiento sostenido mes a mes. Distribuye sus soluciones a través de más de 10 plataformas activas, también en expansión. Y lo hace con un equipo de 11 personas y oficinas en dos países, gracias a la incorporación de IA en sus procesos de codeo y operación, y a una refactorización completa de su stack tecnológico. Hacer más con la misma dotación es uno de los pilares de su escalabilidad.

En el vertical logístico, su segundo cliente histórico fue Nowports, el segundo unicornio mexicano, para quien estructuraron un programa multinacional en seis países operado íntegramente con su tecnología.

La industria logística adoptó el concepto de seguros embebidos hace décadas en su versión manual, lo que facilita conversaciones de negocio modernas que apuntan a eficiencia, márgenes y experiencia digital. En paralelo, VAIS cerró una alianza estratégica con Galicia Seguros para acompañar la digitalización de su oferta de líneas comerciales de especialidad, incluidos productos de Marine (Viajes Específicos, Vehículo Determinado, Embarcaciones de Placer, Pólizas Abiertas por Declaración) y Seguro Técnico (Equipo de Contratistas, Electrónicos y TRC). El asset diferencial es la experiencia técnica de los founders, que acelera el time-to-market en líneas complejas y reduce la probabilidad de fracaso de los proyectos digitales.

Para Beilinson, la verdadera batalla no se libra contra otras insurtechs sino contra el status quo del incumbente. Parte del rol de VAIS es evangelizar sobre el impacto de la tecnología y mostrar que, si las compañías no abandonan los esquemas tradicionales, lo harán nuevos jugadores sin la mochila del pasado.



En garantías aduaneras no tienen hoy un competidor mapeado que ofrezca lo mismo. Y ven al ramo Caución como uno de los próximos en disrupción: con altos costos operativos, procesos manuales y poco valor para el asegurado, la combinación de IA y datos disponibles abre la puerta a algoritmos de pricing y a la automatización de la pre-suscripción.

La expansión regional llegó casi por arrastre. México fue el primer mercado por el aterrizaje con Nowports, aunque hoy el crecimiento más fuerte se da en Argentina y Chile, donde están consolidando su operación por cercanía y oportunidad. Argentina, dice Beilinson, sigue siendo un buen laboratorio por costos y adaptabilidad cultural, pero la inestabilidad económica y el exceso de oferta empujan a los emprendedores locales a construir hacia afuera.

Tras un primer ITC Vegas exploratorio, ya planean volver para mostrar lo construido y atraer partners regionales y globales: en LATAM, asegura, hay pocos jugadores cubriendo toda la cadena de valor del seguro, desde el asegurado hasta el reasegurador.

Sobre financiación, mantienen el ADN de autosustentabilidad y la ronda inicial sigue siendo la única que levantaron. Pero con nuevos productos en pipeline, planes de expansión regional y la ambición de empujar la digitalización de las líneas comerciales en toda la región, no descartan abrir una nueva instancia de capital. “El futuro de los seguros embebidos en LATAM se va a jugar en las líneas comerciales, donde todavía hay mucho por construir”, concluye Beilinson. Y VAIS TECH parece estar en posición privilegiada para liderar esa próxima ola.





Primo: la startup de IA que está reinventando la operación de seguros desde Ciudad de México y Buenos Aires - Mayo 2026

Eligieron construir la infraestructura invisible que define la capacidad de escalar de las aseguradoras. Hoy gestionan más de USD 150 millones en prima con IA diseñada exclusivamente para seguros. Conversamos con Francisco Perednik, CEO y Co-Fundador.

Conocí a Primo cuando ganaron la competencia entre startups frente a un jurado integrado por los CEOs de las aseguradoras top de Argentina (MeetDay 2024, Mendoza). Lo que me llamó la atención fue su apuesta: no el producto más sexy del mundo insurtech, sino ese motor invisible que define si una aseguradora puede escalar o no y que en pleno 2026 sigue lleno de procesos manuales, sistemas fraccionados e ineficiencias que llevan décadas sin resolverse.

Francisco Perednik, su CEO, viene de Boston Consulting Group. Su CTO, Nicolás Walter, construyó la tecnología detrás de Brubank y MercadoPago. Su COO, Tomás Tuchi, operó productos digitales para millones de usuarios en PedidosYa. Un equipo que no viene del seguro tradicional, y eso es justamente lo que los hace diferentes.

Los números:

- **+3pp** de ingreso adicional en prima
- **10x** retorno de inversión
- **70%** de tareas automatizadas
- **+50 pts** en NPS de intermediarios
- **USD 150M** en prima gestionada
- **5 días** de tiempo de despliegue





¿Por qué las aseguradoras no pueden resolver esto solas?

Según Francisco, la respuesta tiene tres capas. Los core systems fueron diseñados para administrar pólizas, no para operar: **son sistemas de registro, no de ejecución.** Construirlo internamente requiere una combinación muy específica de expertise en IA aplicada, conocimiento profundo de operaciones de seguros y capacidad de ingeniería para desplegarlo y mejorarlo continuamente. Primo llega con todo eso pre-construido, entrenado en seguros, y lo despliega en 5 días.

Primo automatiza los flujos críticos que definen la rentabilidad de una aseguradora: cobranza, comisiones, conciliación y servicio.

Más del 70% de las tareas en estos flujos pasan a ser ejecutadas por agentes de IA, liberando a los equipos para enfocarse en lo que realmente agrega valor.

Skin in the game: un modelo atado a resultados

El pricing de Primo está atado al resultado de negocio que se ve impactado tras la implementación. Si el cliente no ve impacto, Primo tampoco cobra. Antes de implementar, definen junto al cliente las métricas de éxito, las miden semanalmente y se aseguran de superar los objetivos dando visibilidad directa a los directores de las compañías. **La inversión se recupera desde el primer mes.**



De Ciudad de México a Buenos Aires: ADN regional desde el día cero

Primo es una empresa mexicana que opera simultáneamente en dos de los mercados de seguros más grandes de Latinoamérica. No fue una apuesta accidental: México y Argentina comparten dinámicas estructuras de distribución, presión sobre eficiencia operativa y una brecha enorme entre lo que las aseguradoras necesitan y lo que la tecnología disponible les ofrecía.

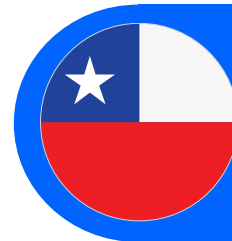
Entre sus clientes ya figuran algunas de las compañías más grandes de cada país:

AXA Keralty, Afirme, La Segunda y Provincia ART. En los últimos 12 meses multiplicaron el negocio por 10.

«En Primo estamos convencidos de que hace falta transformar la operación de seguros para proteger a más personas en LatAm, acortando la brecha de penetración que hay respecto a otras regiones.»

Francisco Perednik, CEO de Primo
Y todo indica que la próxima gran revolución del insurtech en Latinoamérica no vendrá del front-end, sino de **la infraestructura invisible que hace que todo funcione.**





Carvuk: el asistente personal del auto que viene a transformar el seguro automotriz en Chile (y en México) – Junio 2026

Confieso que cuando escuché hablar de Carvuk por primera vez, pensé que era solo otro servicio de lavado de autos a domicilio. Gran error mío. Diego Noguera y su equipo están construyendo algo mucho más ambicioso, y cuando vi que resolvieron un siniestro en menos de una semana versus los dos meses del proceso tradicional entendí todo.

La gracia de Carvuk es que el seguro no es el producto. **Es el ancla.** Lo que están armando es la “hoja de vida del automóvil”: una suscripción mensual que combina seguro, mantención, revisión técnica y siniestros resueltos en tiempo récord. Y ahí está todo el ángulo insurtech de esta conversación que me emociona particularmente.

La industria automotriz es el retail más grande del mundo. Solo en Chile hay casi 7 millones de autos es el principal activo de la gente. Pero como la mayoría no somos expertos en mecánica, se genera una asimetría de información brutal que al final se traduce en sensación de abuso y mala experiencia. Diego lo vivió en carne propia y de ahí nació Carvuk.

- **25.000+ Clientes activos**
- **NPS 90 En una industria mal percibida**
- **3.000+ Servicios al mes**
- **4x Más rápido en siniestros**
- **80+ Personas en la calle**
- **2/3 Del equipo son ingenieros**





Del lavado a domicilio al ecosistema de seguros

Partieron ofreciendo todo tipo de servicios a domicilio y crecieron rápido, pero se dieron cuenta de que tener un auto era mucho más que llevarlo al taller. Hay documentos, multas, tag, seguro. Descubrieron que el seguro les daba una recurrencia enorme, aumentaba el share of wallet y con su operación podrían **mejorar dramáticamente la experiencia del cliente.**

En un mercado donde el seguro es commodity y todos compiten por precio, Carvuk tiene algo que nadie más tiene:

más de 80 personas en la calle moviendo autos, cientos de talleres y la única plataforma que te permite hacerte cargo de todo con un click. Buscan administrar la mayor flota de autos de América Latina.

Siniestros resueltos como nunca: el diferencial que importa

Cuando un cliente choca, el que responde es Carvuk, no la compañía. Y no solo atienden: resuelven. Gestionan la grúa, un chofer lleva el auto de reemplazo a la casa del cliente y reparan en sus propios talleres en tiempo récord. El cliente no habla con liquidadores, ni talleres, ni aseguradoras. El músculo operativo que tienen montado, sumado a la tecnología, da una experiencia y velocidad que es muy difícil de copiar.



Dark taller, gig workers y tecnología 100% propia

Dos tercios del equipo son ingenieros y son una empresa de tecnología. La logística de retiro y entrega a domicilio la escalaron con un modelo de gig workers parecido a Uber. Pero la mecánica era otro cuento, así que abrieron un “dark taller” que funciona como buffer de demanda y como laboratorio de innovación donde desarrollan procesos para un modelo replicable. Cuando les decían “hacen 100 servicios al mes, ¿cómo van a hacer 1.000?”, la respuesta siempre fue tecnología. Hoy hacen más de 3.000 con el mismo equipo.

De startup a corredora regulada: el salto que nadie esperaba

Nunca fue parte del plan, pero después de trabajar con corredores tradicionales se dieron cuenta de que había poca tecnología, que escalar era complejo y que crear productos nuevos con las compañías era casi imposible. Así que en octubre de 2024 constituyeron Carvuk Corredores de Seguros SpA. Hoy operan con un modelo más cercano a **MGA**, desarrollando productos propios y trabajando con distintas aseguradoras para captar canales de distribución masivos.

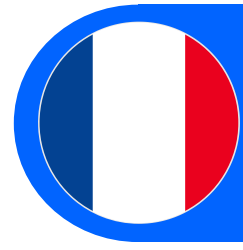
Y hay algo que los hace únicos en data: no solo tienen la información legal del auto, sino el historial mecánico completo neumáticos, frenos, motor, cambios de aceite y hasta los comportamientos de pago de cada cliente. Un activo gigantesco para seguros y financiamiento que nadie más tiene.

“Antes el foco estaba en los servicios y escalar era más complejo. Hoy el foco está en los seguros, y eso cambia todo. Estamos trabajando con canales masivos y sabemos que es cuestión de tiempo replicar lo que hacemos en otros mercados.”

— **Diego Noguera, Fundador de Carvuk**

Su referente es Cornershop: escalar operaciones complejas con tecnología hasta volverse indispensable. Y la verdad es que **todo apunta a que el próximo Cornershop de Chile podría venir del mundo insurtech.**





Akur8 Agents, tarificación más rápida con total control actuarial – Julio 2026

En 2019 me crucé con una insurtech francesa que me capturó de inmediato, porque atacaba un problema tan viejo como la profesión actuarial: construir modelos de pricing era lento, manual y en muchos casos una caja negra.

Akur8 prometía lo contrario: machine learning con transparencia total, modelos hasta diez veces más rápidos y totalmente auditables para el regulador. Desde entonces los sigo de cerca. Hoy cuentan con más de 350 clientes en 40 países y acaban de dar un salto que reordena la conversación con el lanzamiento de Akur8 Agents. Tuve el honor de conversar con **Samuel Falmagne**, CEO y cofundador, para explorar qué cambia cuando la IA deja de asistir y empieza a actuar.

- **350+ Clientes en el mundo**
- **40+ Países con presencia**
- **3.000+ Actuarios usando la plataforma cada día**
- **+50% Crecimiento de ARR en 2025**
- **12 Países cubiertos en LATAM**

De un problema actuarial global a una plataforma con 350+ clientes

La historia empezó incluso antes del nacimiento de Akur8. El equipo fundador de I+D, con años de experiencia en pricing actuarial, data science y desarrollo de software dentro de una aseguradora global, pasó cuatro años construyendo una solución de machine learning transparente para modelización de riesgo en seguros. Su convicción era que **la IA transparente podía transformar los procesos actuariales** y empoderar a los equipos para tomar mejores decisiones sin sacrificar gobernanza.





Samuel cofundó Akur8 en 2019, después de 15 años en IBM y luego en Shift Technology, para aportar su expertise comercial y de change management y ayudar a escalar el negocio a nivel internacional. Hoy trabajan con aseguradoras como AXA, Generali y Tokio Marine, y en LATAM tienen presencia en 12 países, incluyendo México, Brasil, Argentina y Colombia.

Akur8 Agents: agentes contruidos por actuarios, para actuarios

La distinción que importa, según Samuel, es que los Akur8 Agents han sido contruidos por equipos actuariales y de producto de Akur8, diseñados alrededor de flujos actuariales reales y embebidos directamente dentro de la infraestructura de su plataforma. Los prompts y los datos del cliente permanecen seguros, sin ningún reentrenamiento externo de modelos.

La mayor parte de lo que hoy se etiqueta como IA agéntica sigue siendo, en muchos casos, asistentes de IA conectados a datos. El trabajo actuarial demanda algo distinto: pasos revisables, base en lógica actuarial y una trazabilidad de auditoría completa.

La frontera está definida con claridad. El agente se ocupa de los pasos estructurados y repetitivos: construir estructuras tarifarias completas, generar reportes desde templates reutilizables, chequear la configuración de variables antes de que comience la modelización, guiar la construcción de fórmulas en lenguaje natural, entre otras tareas. **Nada que requiera juicio profesional se delega.** El actuario ve cada acción del agente, la revisa y la aprueba antes de que el siguiente paso se ejecute.

Transparente y trazable por diseño

En un sector fuertemente regulado, la palabra que atraviesa toda la propuesta es transparencia. Akur8 la presenta como un principio de diseño: **“Transparent and Traceable by Design”**. Cualquier usuario puede abrir un log y mostrar exactamente qué hizo el agente, con qué datos, en qué momento y bajo qué instrucción.

No hay puntos ciegos. Con Akur8 Agents, los equipos pueden ver cada acción que toma la IA, revisar y aprobar los cambios antes de que se ejecuten.

Multilingüe: pensado para operaciones globales y equipos LATAM

Un punto que para mí es especialmente relevante en la región es la capacidad multilingüe nativa. La capacidad está integrada de raíz: se puede interactuar con un proyecto en cualquier idioma. Por ejemplo, preguntarle al agente en alemán que resuma un proyecto japonés y recibir la respuesta en español. Para América Latina, donde los equipos suelen operar en español o portugués pero reportan a casas matrices europeas o estadounidenses en inglés, **esa flexibilidad cambia el día a día de un equipo actuarial regional.**

Plataforma única para toda la cadena actuarial

La estrategia se aceleró en 2026 con dos adquisiciones clave.

Matrisk, ahora Akur8 Discover, incorporó inteligencia de mercado con IA al flujo de pricing y transformó análisis regulatorios estadounidenses que antes tomaban días en respuestas instantáneas y citadas. **Slope Software, hoy Akur8 Life**, extendió su alcance a vida, rentas vitalicias y pensiones. Ambos movimientos apuntan en la misma dirección: una única plataforma que cubra toda la cadena de valor actuarial, en todas las líneas de negocio.

*“La visión es simple: convertirnos en la primera elección para cualquier actuario, en cualquier lugar, en todas las líneas de negocio”, **Samuel Falmagne, CEO y cofundador de Akur8.***

Con más de 3.000 actuarios usándola a diario, agentes fiables, auditables y basados en lógica actuarial, y una hoja de ruta que ya piensa en todo el ecosistema actuarial, **estoy convencido de que la próxima ola de transformación del pricing y reservas en seguros se va a jugar desde plataformas como Akur8.**





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.



**¡MUCHAS GRACIAS
POR EL APOYO!**

AGRADECEMOS LA DIFUSIÓN

¿Te gustaría ser auspiciante?

contactanos en:

marketing@digitalinsurance.lat

Supported by

