

ENERO 2023

LATAM INSURTECH JOURNEY

INSURTECH
ADVISORY
EXPLICIT CONTENT

Digital
insurance
LATAM

SPONSOR PLATINUM

CHUBB®

quadient
Because connections matter.CONNECT
Assistance

AUSPICIANTES:

El LatAm Insurtech Journey está disponible para ser distribuido y difundido sin costo, traducido en inglés, con el objetivo de "propulsar el sector asegurador en el mundo que viene y apoyar al ecosistema emprendedor" visibilizando el ecosistema insurtech de LatAm, fuera del continente.

Este trabajo es posible gracias a todos los que apoyan a Digital Insurance LatAm, en lo cotidiano, y en particular a los auspiciantes de este LatAm Insurtech Journey de Enero 2023.

SPONSOR GOLD

Munich RE  RUS®
RIO URUGUAY SEGUROSCharles Taylor  InsureTech

FK | Fraud Keeper

 HCS CAPITAL

¿Te gustaría ser auspiciante?

contáctanos en:
marketing@digitalinsurance.lat

Introducción	4
Predicciones 2023	10
Executive Summary	14
I. ¿Cuántas insurtechs hay?	17
II. ¿Cómo crece el ecosistema?	18
III. Financiación	21
IV. ¿Qué hacen las insurtechs?	24
V. Muerte de insurtechs	27
VI. Overview de cada país	28
VII. Foco en Colombia	30
VIII. Mapas insurtech	34
IX. Insurtech VIP Lounge	54
- SUTHUB	57
- Simplee	61
- Klimber	66
- Journey Sports	70
- Youse	75
- WIP	80
X. Anexos	85
- ¿Qué es una insurtech?	86
- ¿Cómo se leen los mapas?	91

INTRODUCCIÓN

Hugues Bertin - CEO & Founder



El ecosistema insurtech vive un momento muy singular: falta de recursos financieros, despidos masivos (caso de los 110 despidos de Pier o los 200 despidos de Betterfly...), pivoteos en los modelos de negocios. Hace 6 meses, hablamos del fin de la ola Insurtech 1.0 y estamos empezando a ver los primeros impactos: **En 2022, 11% de las insurtechs desaparecieron y esta tasa podría ser superior en 2023.**

A raíz de esto, nos preguntamos: ¿era una burbuja con insurtechs sin valor? No lo creemos. Nuestro sector asegurador sigue teniendo muchas ineficiencias (en suscripción, en la distribución, en la detección de fraude, en la liquidación de siniestros...) y la tecnología tiene que ser un facilitador para mejorar toda la cadena de valor y su periferia (prevención en ex-ante y servicios en ex-post) y en este contexto las futuras insurtechs y las sobrevivientes de la ola 1.0 aportarán, sin duda, mucho valor.

Por otro lado, el sector tradicional avanzó en su transformación digital. Las aseguradoras trabajaron su cambio o evolución del PMS / Core y complementan generalmente su distribución hacia el B2B2C (Bancassurance 2.0).

La distribución "tradicional" (broker, agentes) se mueven hacia el concepto de Omni-advisor, mezclando, sutilmente, lo digital con lo humano, integrando tecnología.

Sin embargo, el ecosistema Insurtech 2.0 viene con tecnología pero también con propósito y valores profundos. Los mismos tienen relación con la necesidad de disminuir la brecha de protección ("inclusión aseguradora") o la sustentabilidad.



En este contexto, podemos mencionar a Klimber (ARG) que tiene como propósito "acortar la brecha de cobertura en la región" y, por ende, acompaña, por ejemplo, a MercadoPago a vender seguros de vida de 1 USD por mes. Flip (ARG) propone tener un "impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. El 50% de lo que pagás de seguro, te vuelve en crédito para la compra de productos sustentables". En fin, no podemos dejar de mencionar a Betterfly, primera insurtech en ser B-Corp con el propósito de proteger a 100 millones de familias.



Ahora, antes de hablar del contenido de este Latam Insurtech Journey, quiero agradecer a los que nos apoyan, ya que **apoyar al ecosistema insurtech en 2023 es contribuir a propulsar el sector asegurador en el mundo que viene.**

Entonces, invito a toda nuestra audiencia a acercarse en prioridad a las siguientes empresas que mostraron sus ganas de colaborar con el ecosistema insurtech:

- **Chubb:** Aseguradora que trabaja con todo el ecosistema insurtech.
- **Connect Assistance:** empresa de asistencia y servicios que busca integrar soluciones insurtechs.
- **Quadiant:** empresa tech que quiere ayudar a las aseguradoras a integrar tecnología.

También a:

- **Munich Re:** Reaseguradora que colabora con el ecosistema insurtech.
- **Charles Taylor InsureTech:** empresa tech que invierte recursos e integra insurtechs.
- **FraudKeeper:** insurtech que está escalando en todo Latam... y mas allá.
- **RUS:** aseguradora de Argentina que colabora o acelera en el caso de la aceleradora de RUS.
- **HCS Capital:** fondo de inversión con foco en Insurtech, Fintech y Cyber en Latam, US e Israel.

En esta 4ta edición del Latam Insurtech Journey, vamos a descubrir que:

- A pesar del 11% de insurtechs que mueren, el ecosistema crece +18% llegando a 464 insurtechs.
- Pasamos la barrera de los 1.000 millones de USD invertidos en insurtech!
- Nuevos tipos de insurtechs aparecen: Employee Benefits, Plataforma de Distribución, Open Insuring.
- Haremos un foco en Colombia ya que verán aparecer a una nueva Asociación Insurtech en 2023: la AIC.
- Los mapas insurtechs, que por supuesto están actualizados (de ante mano, presentamos las disculpas antes posibles errores u omisiones).
- Terminaremos con los últimos 6 Insurtech VIP Lounge:

- Suthub (BRA), la insurtech brasileña lista para expandirse a Latinoamérica.
- Simplee (CHI), la insurtech que bucea en un océano azul.
- Klimber (ARG), el ecosistema argentino demuestra su potencialidad.
- Journey Sports (MEX), la insurtech más sexy de Latinoamérica.
- Youse (BRA), de la venta directa al modelo B2B2C.
- WIP (COL), la nueva insurtech "work-in-progress" que revoluciona el mundo de la asistencia.

The logo for SUTHUB, featuring the word "SUTHUB" in a bold, teal, sans-serif font.The logo for simplee, featuring the word "simplee" in a lowercase, teal, sans-serif font with a dotted line forming a circle around the letters "ee".The logo for klimber, featuring the word "klimber" in a lowercase, purple, sans-serif font with a heart shape replacing the letter "i".The logo for Journey Sports, featuring a stylized orange "J" icon followed by the words "Journey" and "SPORTS" in orange, sans-serif font.The logo for Youse, featuring the word "Youse" in a bold, orange, sans-serif font with "Caixa Seguradora" in a smaller, grey font below it.The logo for wip, featuring the word "wip" in a bold, lowercase, lime green, sans-serif font.

Queremos felicitar, al ecosistema que sigue creciendo y al trabajo hecho por las asociaciones como InsurteChile, Asociación Insurtech de México (AIM), Cámara Insurtech Argentina, Asociación Insurtech de Colombia (AIC), también a la Aceleradora RUS en Argentina, Innovabra en Brasil, Insurtech Community Hub de España, Lightico, The Latam Insurtech (¡gracias por el ranking y el apoyo!) y el MIA Hub.

Hoy más que nunca, con HCS Capital, tratamos de acompañar el ecosistema insurtech pero existen grandes fondos que colaboran en esto, la lista no es exhaustiva pero gracias al apoyo de los amigos españoles de Mundi Venture, y de Munich Re Venture, Globant Venture, Consorcio Venture, Prosegur, Kascek, Sancor Venture, MLTPY, Globant Venture, AllVP, Magma.



Agradecer a nuestros colegas de **InsurteChile**: Andrea Triat García, Diego Fernández León, Rodrigo Labbé, Nicolás Pavez, Ricardo San Martín, Ryan Kerr, Matías Stäger, Gino Volpi, Alex Horvitz y a los colegas de **AIC**, Rodrigo Alfonso, Jessica Tabares, Adriana Alaix, Jimy Aparicio, Carolina Losada, José Ricaurte y, por último, en el **MIA Hub**, a Juan Mazzini e Hilario Itriago por tenernos siempre presentes.

Además, agradecemos a todo lo que es plataforma de conocimiento, como **The-Digital-Insurer** (Singapore), Hugh Terry, Simon Phipps, Malinia Nagaria, Belen Etchegoyhen, a nuestro gran Alumni Ambassador: Santiago Franzini y a todo el equipo del CDI+Latam (**iarrancamos la 5ta camada en Marzo !!**)

Los 2 eventos imperdibles !!

Espero verlos en el **ITC Latam abril 2023 en Miami: ¡imperdible!** (Thanks Drake Slaikeu-Lawhead and Bill Harris for the invitation) y en el gran **Insurtech Latam Forum, en agosto 2023 en Sao Paulo (BRA)** que co-organizamos junto a nuestros socios de CMS Group, **con más de 1.200 participantes. ¡No se lo pueden perder, será increíble!**

Siguiendo con las menciones, agradecemos a nuestros amigos de Brasil, Jose Prado y Nishi por sus ojos de expertos.

No puedo dejar de mencionar, en esta oportunidad a: Rodrigo Valiente, Micaela Amodio, Paula Barifouse, Max Kuckemanns, Carlos Rodríguez, Federico Tassara, Armando Martinez, Laura Rentas, Antonio Ortiz, Juan Carlos Godoy, Luis Moreira, Martina Cartagena, Mariana Arrieta, Daniel Gabas, Eduardo Della Maggiora, Belén Gómez, Juan Pablo Núñez, Martín Kessler, Cristian Balatti, Marcos Gunn, Gabriel Lazaro, Federico Spagnoli, Mauricio Zanatta, David Gibert, Julio Castellón, Marisol Sánchez, Oscar Paz, Pablo Duarte, Matías Gorosito, Nelson Segura, Samy Hazan, Michel Dubernet, Bertrand Robert, Cesar Rojas, Nataly Galan, Mabyr Valderrama, Luis Torres y mis colegas que me soportan todos los días: Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano, Matías Tapia, Axel Mihanovich, Gonzalo Delger y Victoria Oubiña, y nuevamente disculparme con los que no están en la lista ya que no pude nombrar a todos.

Para cerrar no queremos dejar de comentarles que es un gran aporte para nosotros recibir sus comentarios y feedbacks (por ejemplo, es difícil para nosotros saber cuándo una insurtech ya no está más activa), siempre descubrimos detalles para mejorar, no duden en escribirnos.

Estamos siempre abiertos y dispuestos a sumar auspiciantes tanto en los mapas insurtech como en este informe, para que los mismos puedan seguir existiendo para siempre.



Digital
insurance
LATAM



THE DIGITAL INSURER
TDI
Delivering Digital Together

PRÓXIMA COHORTE | 2 DE MARZO 2023



- ✓ 56 horas de contenido - 7 Cursos de 8 lecciones cada uno
- ✓ Proyecto Grupal para poner en práctica lo aprendido
- ✓ Clínicas/ debate en vivo cada 15 días con Hugues Bertin
- ✓ Material disponible por 12 meses



100% VIRTUAL
On-Demand

CDI+
LATAM

CERTIFICATE
DIGITAL INSURANCE

INSCRÍBETE AQUÍ

a través de: marketing@digitalinsurance.lat
o ingresando a: <https://www.the-digital-insurer.com/es/tdi-academy/cdi-plus-latam-register/>

5 predicciones para empezar 2023

¡La transformación digital se acabó!

El título provocador es, por supuesto, que para proponer algo nuevo. Como decimos: “un poco más, un poco menos, todos los actores del sector asegurador abrazaron la tecnología para transformarse, desde 2017 y con aceleración en los años de COVID”. Ahora, la pregunta es: “¿y los clientes? ¿qué dicen de la transformación digital del sector?”. Hay muchos papers sobre este tema, pero lo que sale, principalmente, es que los asegurados resaltan la ausencia de empatía (en la parte CX-UX, por ejemplo), de emoción (al momento del siniestro, por ejemplo) y de impacto positivo en la sociedad, o sea ¿pagamos una prima para quién? ¿para los accionistas? (¿qué está haciendo el sector asegurador desde el punto de vista de la inclusión, de la educación financiera o de la sustentabilidad?).

En resumen, “falta de humanidad en la transformación digital del sector asegurador”. Es por eso que ahora podemos decir “la transformación digital se acabó” y el desafío es “humanizar lo digital”.

2023 será un año difícil y sin dudas, las aseguradoras más innovadoras empezarán a resaltarse en comparación a las aseguradoras que se quedaron paralizadas con las últimas crisis (pandemia, inflación, cambio climático) y las super-apps van a seguir avanzando, como lo hizo **Amazon** este año o **Mercadolibre** en Latam.



Back testing predicciones 2022

En las predicciones 2022 de hace un año, hablamos de:

- 1) Tener un primer unicornio Insurtech en Latam y fue el caso con Betterfly en febrero 2022.
- 2) También comentábamos que los 2 nuevos drivers de la innovación iban a ser la sustentabilidad y la inclusión. Vimos en 2022 grandes avances al respecto como Southbridge Insurance Company primera empresa B, MercadoPago/ KLIMBER/ Prudential Seguros S.A. con sus seguros inclusivos en Argentina y en Brasil, la inclusión financiera de Betterfly ahora en 7 países y apoyo de Chubb, inclusión gracias a la inteligencia artificial en el caso de Cardif Colombia, la conferencia de Avira en Argentina que se llamó “innovación e inclusión”. Podemos ver cómo desde todos lados, esta temática se convirtió en un asunto clave de la innovación.
- 3) **Open Insurance**, como un nuevo eje regulatorio para Latam. Como es el caso de Brasil, en particular, pero también, se está conversando en Colombia y en Chile. Va a llevar tiempo, pero puede ser un real game-changer.
- 4) Más y más M&A en el mundo insurtech. Si bien existe esta tendencia (ej: Trov), no fue lo que más resaltamos para el año 2022.
- 5) El **impacto del 5G** como el acelerador de IoT en seguros, lo que hasta ahora está ocurriendo pero a un ritmo inferior a lo esperado (tenemos tendencia a sobreestimar el impacto de la tecnología a corto plazo pero subestimarla a largo plazo).

Predicciones 2023

Ahora para el 2023, las predicciones y tendencias esperadas para Latam – basadas en tendencias mundiales y tropicalización regional - son:

Predicción 1: La sustentabilidad y el triple impacto como corazón de la estrategia de innovación. O sea, vamos a ver cada vez más actores B-Corp como Betterfly o SouthBridge y propósitos internos que incluyen esta dimensión en particular para llegar a un “Net Zero” en 2050. Las regulaciones ESG van a empujar en este sentido.

Predicción 2: Reducción de las brechas de protección y más inclusión aseguradora: en línea con lo que vimos en el caso de MercadoLibre, con seguros de vida de 1 a 10 USD por mes para mejorar la inclusión aseguradora, vamos a ver cada vez más iniciativas en este sentido para personas o pymes. ¿Los seguros paramétricos serán un acelerador? (¿en caso de terremoto o en caso de eventos climáticos?).

Predicción 3: Crecimiento exponencial de los ecosistemas, en línea con lo que podemos observar en el caso de Movilidad gracias a la telemática, en caso de seguros de vida y salud (ver el caso de Prudential con Wellness Ecosystem) o en personas (ver los ecosistemas de Grupo MOK).

Cada actor creará una propuesta de valor integral con intercambios de soluciones a partir de la data, para que los asegurados tengan una experiencia exhaustiva y sin fricción, mezclando seguros y servicios.

Predicción 4: Un ecosistema insurtech más sano, la tasa de mortalidad de las insurtechs en Latam debe estar cercana al 10% en 2022. Es probable que esta cifra sea superior en 2023, ya que muchas insurtechs que no son rentables hoy van a quedar sin fondos: los inversores van a dar prioridad a los famosos “camellos” (start-up que necesitan pocos recursos para sobrevivir en el desierto) con unit economics positivos (que demuestran ser rentables marginalmente, sin tomar en cuenta los costos de fijos de estructura e inversión de expansión).

Predicción 5: Más y más embedded insurance. Se estima que el mercado mundial potencial es de US\$ 3.7t a lo que llamamos “seguros embebidos”, o sea, un modelo de Bancaseguros 2.0 que va más allá de la banca y que integra tecnología API.

Observamos, en particular, que cada bróker digital empieza a desarrollar su solución de Embedded Insurance en marca blanca para poder integrarse en cada nuevo canal de distribución, en cada digital journey. Es un poco de “insurtech-as-a-service”, como lo proponen, por ejemplo, Klimber, 123Seguro, Sekure - API de Seguros, 180° en Brasil...

Con Digital Insurance LatAm, nuestro propósito es: “propulsar el sector asegurador en el mundo que viene” y seguiremos apoyando a este tan hermoso sector, el asegurador, lo más que se pueda.

Gracias por su apoyo, cada like, cada comentario, cada mensaje de apoyo o de soporte es importante para mí.

Aprovecho para agradecer a The Latam Insurtech y Lightico por los ranking.

Para terminar quiero felicitar a los 80 participantes certificados del CDI+Latam 2021 y 2022, y agradecer el apoyo de los 6.500 seguidores de Digital Insurance Latam, de todos nuestros compañeros, partners (HCS Capital, CMS Group Latam, The Digital Insurer) y clientes aseguradores, todas las insurtechs y emprendedores y a todos sus likes, comentarios y forward de artículos #Insurtech #DigitalInsurance #DigitalInsuranceLatAm.

Envío mis mejores deseos para ustedes y sus seres queridos para el 2023.



EXECUTIVE SUMMARY

464

*insurtechs
en Latam*

- Hay **464 insurtechs** en América Latina (35% Brasil y 65% Latam sin Brasil).
- El crecimiento en 2022 fue de **+18%**, levemente en desaceleración.
- La **tasa de mortalidad anual** actual de las insurtechs (incluyendo los pivoteos) es del **11%** y estamos esperando que crezca en 2023.
- Sin esta tasa de mortalidad el crecimiento orgánico (nuevas insurtechs) es de **+29%**, es decir que **aparecieron más de 110** en el año.

211

*millones de USD
invertidos
en insurtech*

Se invirtieron más de 1.000 MUSD en 5 años! pasamos la barrera.

- En 2022, la inversión fue "solo" de **212 MUSD**, o sea **-50% vs 2021**, con **35 MUSD** en el 2do semestre.
- 2023 debería ser un año complicado del punto de vista de la financiación.

*tasa de mortalidad
de las insurtechs*

11%

- La expansión internacional sigue creciendo un **19%** con un **índice de internacionalización de 10,8%** (cantidad de insurtechs latinas en mas de un país) llevado principalmente por Argentina y Chile.
- Los países de LatAm siguen atrayendo **insurtechs** extranjeras, sobre todo, Mexico y Colombia. El **índice de atracción alcanza un 14,6%** (+27% en un año).

- 14% de las insurtechs crean nuevos modelos de negocios (incluyendo insurtech full-stack).
- 42% de las insurtechs se dedican a la distribución digital.
- 44% son habilitadores y colaboran con (re)aseguradoras e intermediarios.



Argentina: Este ecosistema está en una etapa de consolidación, sin inversión, con fuerte internacionalización (17%) - caso 123Seguro o Klimber - y a la colaboración con 58% de las insurtechs dedicadas a los servicios de las aseguradoras.

Brasil: Es el motor de la región con 193 insurtechs y un crecimiento del 32%. Desde la innovación, 12 insurtechs del Sandbox están operando y 4 rondas significativas en 2022 (180, Darwin Seguros, Latu y Azos) por un total de 55 MUSD.



Chile: Ecosistema abierto y muy activo con 58 insurtechs en crecimiento de 26%. Un 2022 marcado por **Betterfly, primer unicornio de Latam que sigue atrayendo inversores** (62% del total de la inversión en la región este año) y mayor exportador de la región (22%).

Colombia: Ecosistema joven pero en pleno desarrollo y con un foco en una nueva forma de distribuir para resolver la brecha de protección (48% de insurtechs son de distribución). Es un polo importante de atracción (27% son extranjeras) y nace con un espíritu muy colaborativo.

México: 99 insurtechs en el segundo ecosistema mexicano con muchos nuevos modelos de negocios (Caso Momento, Asistensi, Pelotea, MyCaribu, WelBe) y sigue atrayendo insurtechs extranjeras (índice de atracción pasando de 15% a 22% en un año).

Perú: Con 19 insurtechs, está por demostrar su potencial, sobre todo con un índice de atracción del 47%.

quadiënt

Genere comunicaciones personalizadas en una sola plataforma con canales ilimitados

Mejore la experiencia de sus clientes mediante comunicaciones envolventes, personalizadas y relevantes



Entregue comunicaciones omnicanal perfectas



Migre documentos heredados fácilmente y sin problema



Reduzca los costos y tiempos de entrega y aumente sus ingresos



Visualice y ajuste el recorrido de la comunicación con su cliente en tiempo real



Inspire Evolve

Genere comunicaciones relevantes desde la nube



Inspire Flex

La solución CCM omnicanal más poderosa del mercado



Inspire Journey

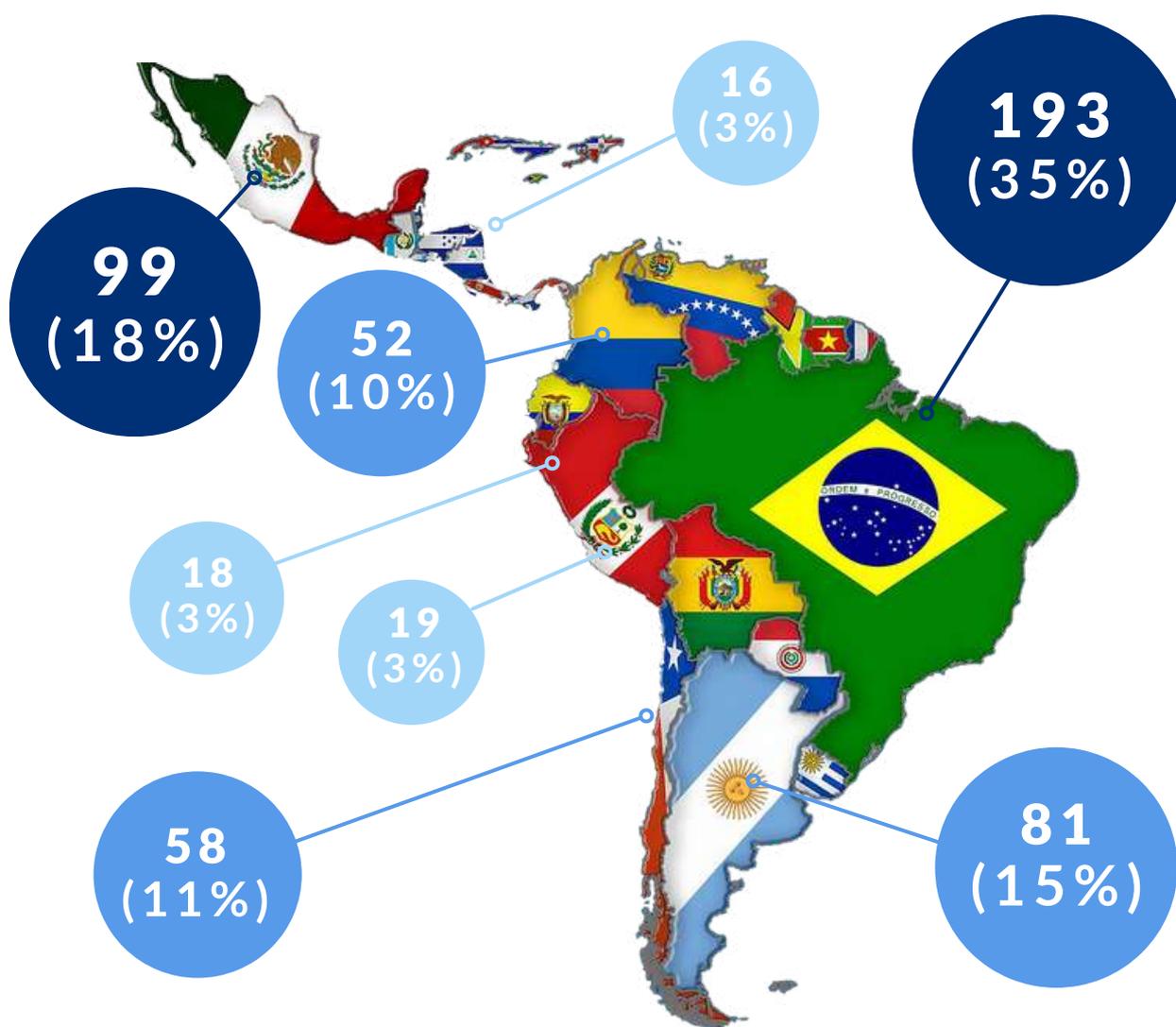
Ofrezca experiencias basadas en los requerimientos de su cliente

quadiënt.com/es

I. ¿CUÁNTAS INSURTECHS HAY?

A la fecha, hay **464 insurtechs en América Latina**.

Se estima que representan el 7% del ecosistema insurtech mundial pero sigue representando un 2% del total de la financiación.



35% en Brasil y 65% en Hispanoamérica

Otros Países:

11
(2%)



Los matemáticos se preguntarán porque la suma de todos los países de Latam (193 + 99 + 81 + 58...) da una cifra de 546 insurtechs y no de 464?

La respuesta es porque una insurtech puede estar en más de un país. Ahora, el % se calcula sobre 545 con el fin que el desglose total sume 100%.

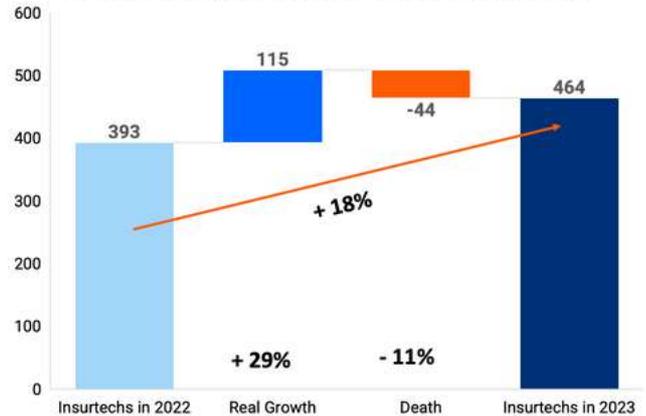
II. ¿CÓMO CRECE EL ECOSISTEMA?

El ecosistema crece un **+18%** anual llegando a **464 insurtechs**.

Sabiendo que la tasa de mortalidad fue de **11%**, el crecimiento "bruto" es de **+29%**.

Brasil (+32%) y, en menor medida, Chile (+26%) traccionan el continente.

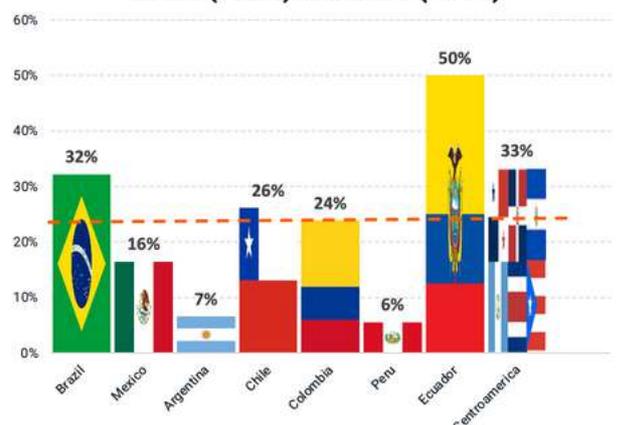
Growth taking into account insurtech deaths



Colombia (24%) sigue una tendencia similar y la creación de la Asociación Insurtech de Colombia (AIC) debería potenciar su crecimiento en los próximos años.

Por otro lado, **Mexico (16%)** y **Argentina (7%)** entran en una etapa de consolidación. **Perú (6%)**, **Centroamérica (33%)** y **Ecuador (50%)** son nuevos potenciales ecosistemas.

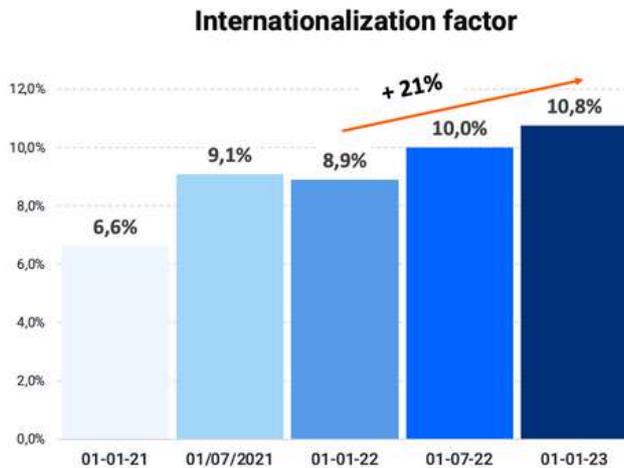
Insurtech yearly growth of **+18%** in average and sustainable growth in **Brazil (+32%)** and **Chile (+26%)**



En 2022, nacieron **115 nuevas insurtechs** en LatAm y desaparecieron **44**.

2022 fue un gran año para Brasil que aceleró su crecimiento (**+32%**), llegando a **193 insurtechs** con innovación en nuevos modelos de negocios fomentados por el Sandbox. También queremos remarcar la aparición de una nueva categoría de Insurtechs "Open Insuring" como Teros, Tecban, Finansystech o Sensedia.

Chile se convierte en el **2do mercado** con más crecimiento (**+26%**), impulsado por InsurteChile de manera muy colaborativa.



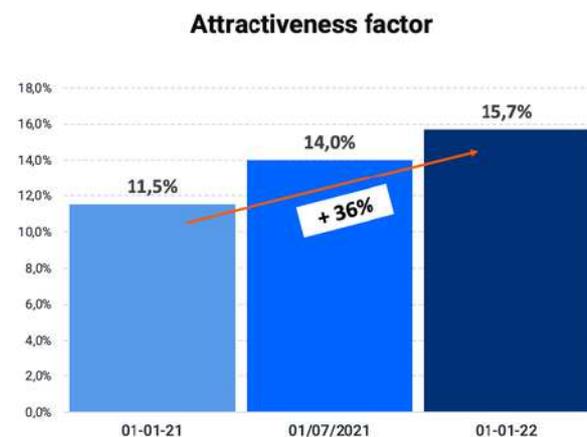
El índice de internacionalización **creció un 21% pasando de 8,9% a 10,8%**, significando que 10,8% de las insurtechs son multi-latinas.

Este movimiento es debido a la expansión de Betterfly que entró en Ecuador, Colombia, Perú, México de la mano de Chubb.

Pero también, la entrada de la peruana Zuru Latam y de la chilena Simplee Seguros en México, de la argentina Klimber en Brasil o Chile, de la argentina Fraudkeeper en Chile, Mexico, Guatemala y otros por venir.

El crecimiento de este índice viene principalmente de los ecosistemas de Argentina (necesidad de exportar para sobrevivir), de Chile y de Colombia (necesidad de conseguir nuevos mercados).

Una tendencia cada vez más presente es el hecho que las insurtechs (modelo B2B servicios a aseguradoras y brokers) desarrollan clientes en otros países desde su sede principal sin instalar ni equipos comerciales, ni equipo de desarrollo y menos una filial.



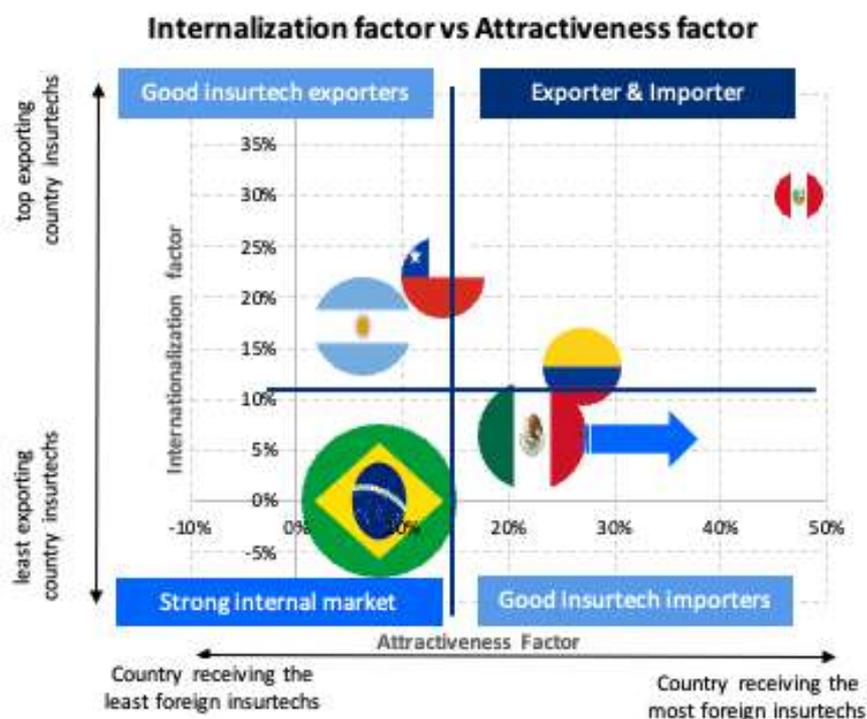
El nuevo índice de atracción **creció un 36% pasando de 11,5% a 15,7%**, significando que casi 16% de las insurtechs en un país son extranjeras.

Por supuesto que existe una correlación con el índice de internacionalización pero también toma en cuenta insurtechs extranjeras llegando a Latam (Cover Genius, Stere, Insurama, Shift Technology, por ejemplo).

Este crecimiento viene principalmente de México ("The place to be") y de Colombia por su potencial.

(*) Definimos como "insurtech multi-latina" a las insurtechs que están trabajando en mas de un país.

- Chile y Argentina son países que tienen insurtechs que se exportan fácilmente con índices de internacionalización del 22% y 17% respectivamente (i.e, en el caso de Chile, 22% de las insurtechs están instaladas en otros países).
- Colombia, al contrario, ya que es un país que recibe una gran cantidad de insurtechs extranjeras con su tasa de atracción del 27% (i.e, 27% de las insurtechs de Colombia son extranjeras). Se observa esta tendencia en México (20%) con Betterfly, Zuru, FraudKeeper o Simplee.
- El mercado Brasileño, por su tamaño, es un mercado muy interno con pocas insurtechs que se expanden y, en proporción, hay pocas insurtechs extranjeras en el país. Sin embargo creció a 8%.
- Perú es un país que exporta sus insurtechs (tasa de internacionalización del 30%), pero sobre todo, que atrae a insurtechs extranjeras (tasa de atracción de 47%), por ejemplo con los casos de Jooycar, LISA Insurtech, Sekure, Amerins o Betterfly.



III. FINANCIACIÓN

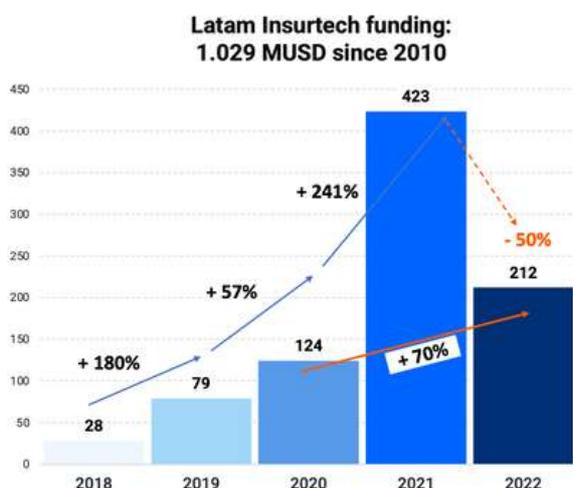
Pasamos la barrera de 1.000 MUSD !!

Se estima que el monto total de inversión en insurtech es de 1.029 MUSD(7).

El freno de la inversión es muy importante ya que se invirtió 176 MUSD en el 1er semestre y solo 35 MUSD en el 2do.

La baja vs 2021 es de -50%. Sin embargo, parece que vuelve a la tendencia anterior con un crecimiento de +70% vs 2020.

Es probable que esta sequía de fondeo en capital dure 12 meses mínimo que aparezcan fondos de deuda para ayudar al crecimiento.

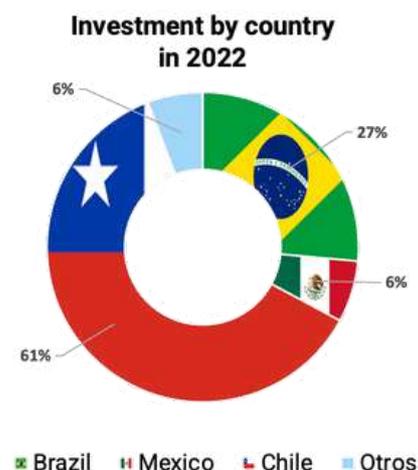


3 países representan el 98% del flujo de inversiones: Brasil como líder pero bajando de 76% a 62%, Chile creciendo de 15% a 25% y México estable en 11%.

Es notable el crecimiento de inversiones en Chile en 2022 que representa el 61% de la inversión con un total de 130 MUSD.

El freno en Brasil es significativo con solo 56 MUSD (Vs 303 MUSD en 2021) y solo 14 MUSD en México.

Es interesante notar que se invirtieron 10 MUSD en Centroamérica en 2 rondas (Puerto Rico y El Salvador).



La cantidad de rondas es similar en 2021 (35) y 2022 (31) pero el monto promedio bajó de 10 MUSD a 3 MUSD.

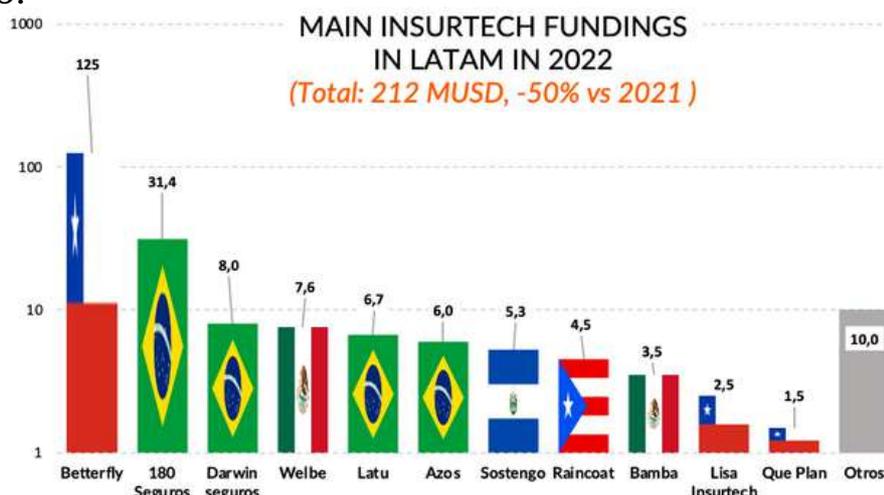
(7) Fuente: Crunchbase / información propia – tomar en cuenta que muchas inversiones son confidenciales.

El año empezó bien, con el **primer unicornio insurtech: Betterfly**, pero se notó un freno desde marzo como consecuencia de la alza de las tasas de interés (+ la guerra en Ucrania) y, por ende, una menor liquidez para invertir a nivel mundial y en Latam, por consecuencia.

Las mayores inversiones del año fueron:

- **Betterfly (125 MUSD):** la insurtech chilena que pivotó su modelo para desarrollar la parte Employee Benefits y su expansión en toda Latam en 2022 y España, EE.UU. y Portugal en 2023.
- **180° Seguros (31,4 MUSD):** la plataforma de distribución de Brasil.
- **Darwin Seguros (8 MUSD):** apenas saliendo del Sandbox con un modelo de Pay-How-You-Drive.
- **Welbe (7,6 MUSD):** se convertirá en el primer ecosistema de well-being en México.

- **Latu Seguros (6,7 MUSD):** la ronda presemilla más grande reportada en la historia de América Latina para repensar los seguros de Pymes.
- **Azos (6 MUSD):** inversión de Munich-Re para expandir el seguro de vida en Brasil.
- **Sostengo (5,3 MUSD):** MGA de movilidad desde El Salvador.
- **Raincoat (4,5 MUSD):** Desde Puerto Rico, seguro paramétrico para cubrir los daños relativos a catástrofes climáticas como los huracanes.
- **Bamba (3,5 MUSD):** El "eAgent" que ayuda a las compañías a distribuir seguros 100% digitales.
- **LISA Insurtech (2,5 MUSD):** Inversión de HCS Capital en la insurtech de IA y automatización para los procesos de siniestros para expandir su negocio.
- **QuePlan (1,5 MUSD):** plataforma de plan de salud que expande su negocio hacia su nueva plataforma internationalhealth.





EN CONNECT ASSISTANCE RESOLVEMOS PROBLEMAS ORDINARIOS CON **SOLUCIONES EXTRAORDINARIAS.**

Brindamos servicios de asistencia al hogar o vial a través de tecnología propietaria...

- Despacho de servicios inteligente
- Inspector virtual para reclamos fáciles
- Asistencia Omnicanal las 24/7, y mucho más...

VISÍTANOS EN:



[CONNECT.PR](https://connect.pr)



[@CONNECTASSISTANCEPR](https://www.instagram.com/connectassistancepr)

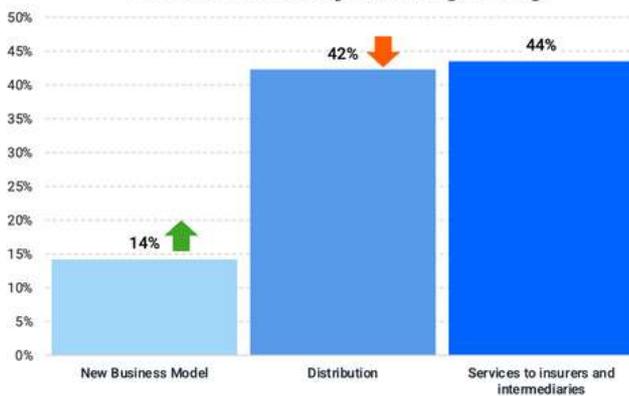


[CONNECT ASSISTANCE](https://www.linkedin.com/company/connect-assistance)

IV. ¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?

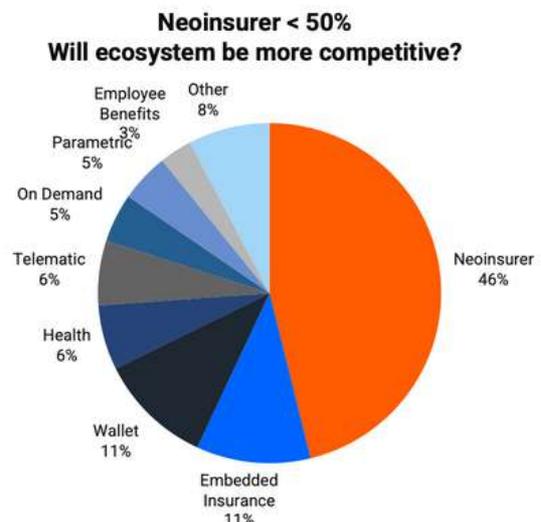
A) NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO (14%)

Half of insurtech is based on distribution but enabler ecosystem is growing



- A pesar de que por definición, el ecosistema es altamente colaborativo, en un año, la cantidad de neo-insurers sigue creciendo a 46%.
- En el Sandbox de Brasil existen 3 estados: las 12 insurtechs que operan (licencia de 36 meses), las 5 homologadas o las 6 en etapa de aprobación.
- Latam está atrasada con respecto al "Employee Benefits", el pivoteo de Betterfly o la llegada de Welbe deberían mover el mercado.

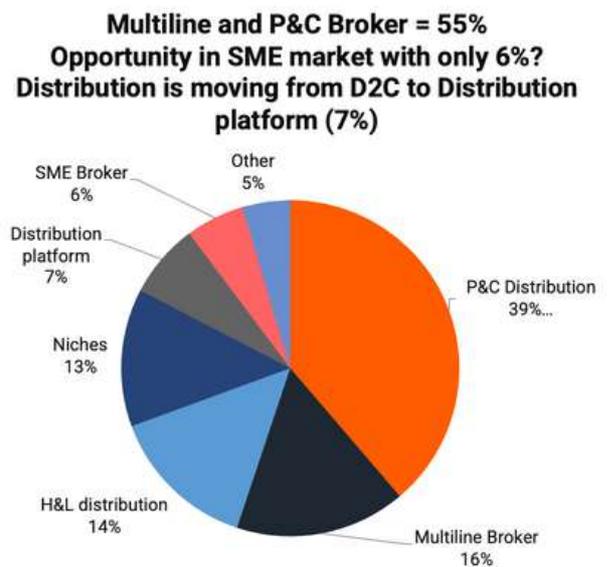
- El modelo de embedded insurance está de moda y es relevante en Latam (13%). Se suman, por ejemplo, Pelotea o Carvuk.
- Los modelos On-Demand son poco desarrollados, sin embargo, es una tendencia marcada en Argentina con el líder MeCubro, Activar y Seguroporhoy.
- La frontera entre healthtech e insurtech es cada vez mas líquida, sobre todo cuando proponen planes de salud. En esta tendencia, vemos crecer a Sofia o Zenda.la en México y a Alice y Sami en Brasil.



B) DISTRIBUCIÓN (42%)

- En el pilar de la “Distribución” se estima que la mitad de estos actores son intermediarios tradicionales que se convierten en insurtechs.
- El gran movimiento es que muchas insurtechs pivotaron hacia un modelo de "Plataforma de Distribución" (7%) con el fin de acelerar la venta digital en los canales de distribución (caso Klimber con MercadoPago) o nacieron desde ahí (caso de Nubloq, Sekure, 180, Cover Genius o Stere).
- Muchas insurtechs de P&C (39%) agregaron líneas de negocios para convertirse en **Multiline Broker** (que pasa de 13% a 16% en un año).
- Cada vez se hace más relevante el **ecosistema life and health (14%)**, en particular con MGA interesante (9%) como Amerins, Vivaexpres o Meddi. Mexico está muy desarrollado en este segmento (seguir Koltin?).

- Solo el 6% de las insurtechs de distribución son orientadas al sector Pyme ¿Latu Seguros en Brasil va a mover el segmento?

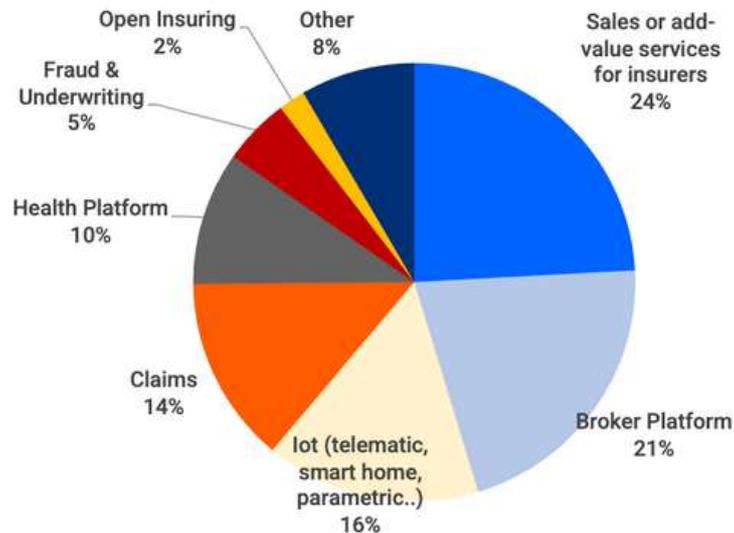


C) SERVICIOS A LAS ASEGURADORAS E INTERMEDIARIOS (ENABLERS O HABILITADORES) (44%)

- En la parte de “Habilitadores”, el 14% de las soluciones acompañan la digitalización del proceso de siniestros en particular para el sector de auto.
- El mundo de las plataformas de tecnologías para Broker y Aseguradora sigue creciendo con la necesidad de mas tecnología y digitalización de los procesos back (21%).

Every piece of insurance value chain is covered.

New: "Open Insuring Insurtech" born in Brasil



- Por supuesto que con la llegada del 5G y la importancia de la conectividad para brindar más valor a los clientes y aumentar los touch-points, cada vez hay más soluciones de IoT o de telemática (16%). **A notar que parecería que el continente tiene algún atraso en el desarrollo de soluciones paramétricas y la ausencia de actores relevantes en drones en particular para el sector agro.**
- La variedad de los servicios tecnológicos a valor agregando como servicios post-venta o mejoras de las conversiones digitales vía herramientas tecnológicas son muy diversas (24%) y específicas en cada país.
- De la misma manera que en la distribución, vemos que la frontera entre insurtech y healthtech es líquida, vemos la llegada de soluciones y plataformas de salud (10%) (Ej: Dr.Consulta, Gerty, Doc-doc).
- Acompañando la evolución de la regulación, vemos la aparición de una nueva categoría de insurtechs "Open Insuring" (2%) como Teros, Tecban, Finansystech o Sensedia.

V. MUERTE DE INSURTECHS

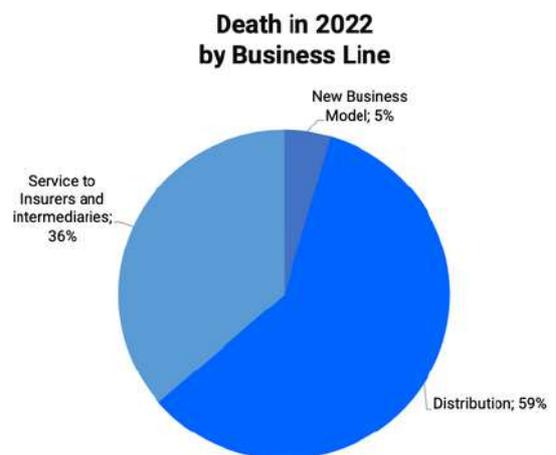
- Muy poca veces hablamos de la muerte de las insurtechs. Ahora queremos tratar de seguir este indicador ("la vida no es del todo rosa").

- ¿Cómo detectamos la muerte de las insurtechs?

Es poco común que se anuncien este tipo de malas noticias, pero consideramos como "muerta", a una insurtech que no tiene más actividad (conocimiento del mercado) o cuya cartera ha sido vendida o integrada en otro actor, o que el modelo pivoteo de seguros hacia otra industria. Muchas veces, un buen criterio es: "¿Siguen contando con un sitio web vigente y empleados en LinkedIn?"

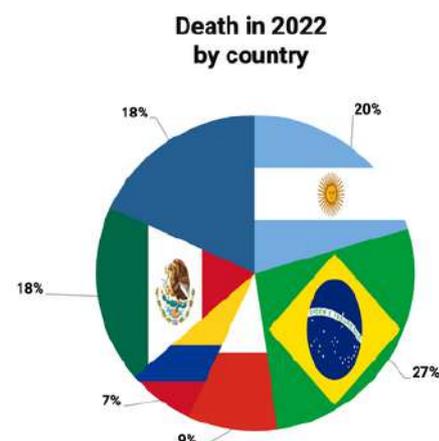
- Como un primer análisis para el 2022, podemos decir que de las 44 insurtechs que desaparecieron, la mayoría está en distribución (59%) a pesar de representar sólo el 44% de las insurtechs activas.

- Parece que las insurtechs de Servicios a Aseguradoras y Brokers ("enablers") resisten mejor con solo 36% vs (42% en general).



- Por país, observamos una sobrerrepresentación de Argentina (20%) y del resto (18%) y una relativa mejora en la resistencia de las insurtechs de Brasil (27%).

- ¿Veremos como evoluciona en 2023?



V. OVERVIEW DE CADA PAÍS



Argentina: El ecosistema argentino está en una etapa de consolidación, sin inversión, con fuerte internacionalización (17%) - caso 123Seguro o Klimber - y a la colaboración con 58% de las insurtechs dedicadas a los servicios de las aseguradoras.



Brasil: Es el motor de la región con 193 insurtechs y un crecimiento de 32%. Desde la innovación, 12 insurtechs del Sandbox ya está operando y 4 rondas significativas en 2022 (180, Darwin Seguros, Latu y Azos) por un total de 55 MUSD. A seguir.



Chile: Ecosistema abierto y muy activo con 58 insurtechs en crecimiento de 26%. El 2022 fue marcado por Betterfly, primer unicornio de Latam que sigue atrayendo inversores (62% del total de la inversión en la región este año) y mayor exportador de la región (22%).



Colombia: Un ecosistema joven pero en pleno desarrollo y con un foco en una nueva forma de distribuir para resolver la brecha de protección (48% de insurtechs son de distribución). Es un polo importante de atracción (27% son extranjeras) y nace con un espíritu muy colaborativo.

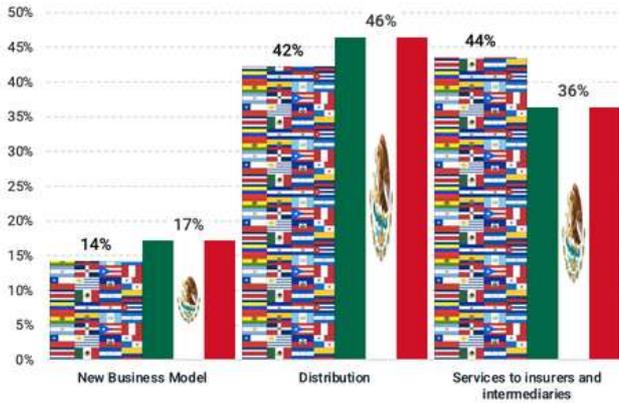


México: 99 insurtechs en el segundo ecosistema mexicano con muchos nuevos modelos de negocio (Caso Momento, Asistensi, Pelotea, MyCaribu, WelBe) y sigue atrayendo insurtechs extranjeras (índice de atracción pasando de 15% a 22% en un año).

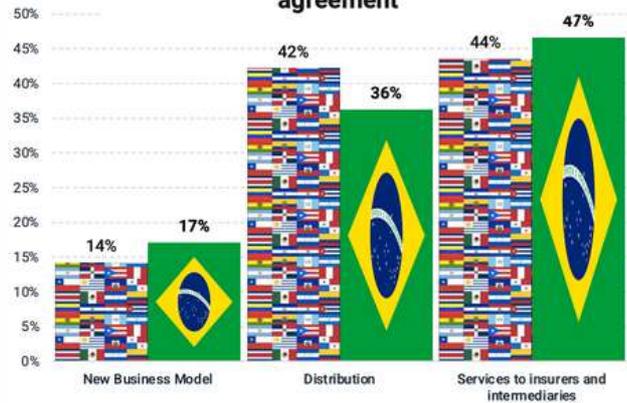


Perú: Con 19 insurtechs, el ecosistema está por demostrar su potencial sobre todo con un índice de atracción de 47%.

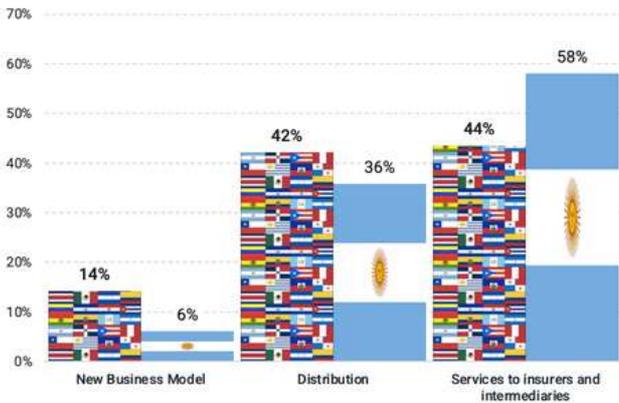
Mexican ecosystem is "disruptive" with 17% of new business model



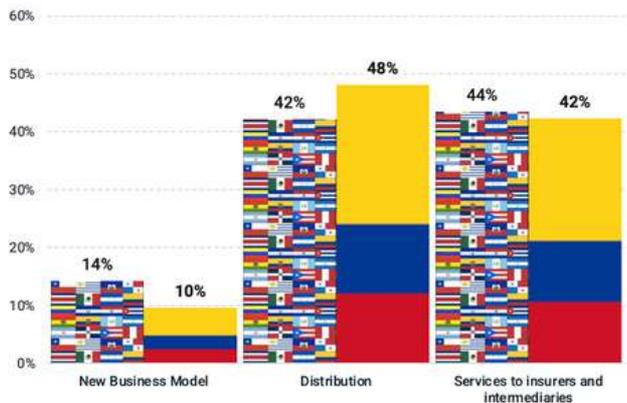
Brazilian ecosystem is driven by Sandbox with 12 insurtechs testing new business models and 11 waiting for temporary agreement



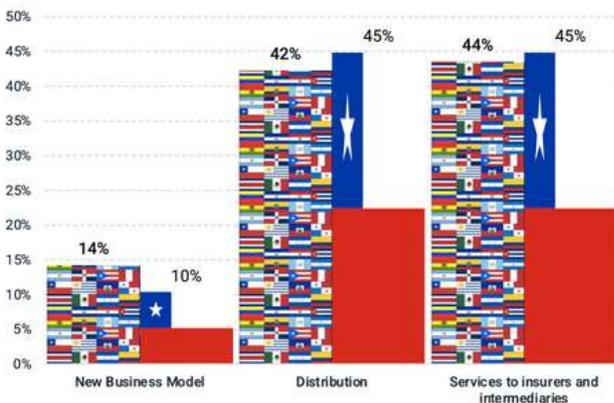
Argentinean ecosystem is a classical collaborative ecosystem with 58% of services to insurers



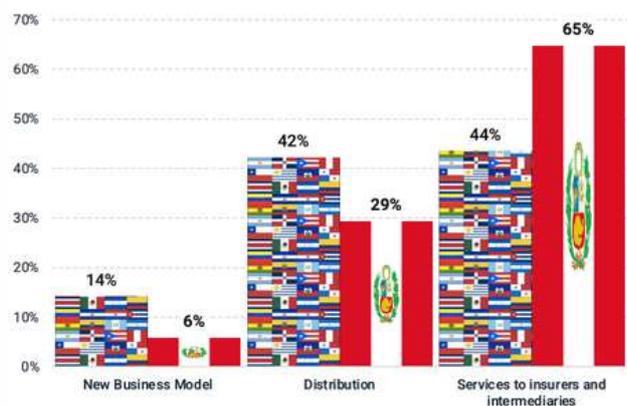
Colombian ecosystem is entering in a new age with the creation of Colombian Insurtech Association



More attractive ecosystem for investment (3 in the top 5 and 75% of 2022 investment: "effecto Butterfly")



Peru with 19 insurtechs has reached significant level be analyzed independently



VI. FOCO EN COLOMBIA



Colombia es un ecosistema que tiene hoy 52 insurtechs referenciadas (10%) y tuvo un crecimiento anual promedio de 41% en los últimos 2 años!! Como la filosofía en el país es "colaboración y apertura", ¿es probable que veamos 100 insurtechs en Colombia en 2025?

Es el país que tiene el índice de atracción más alto de la región con 27% (vs 16%), ya que es un destino valorado por el Sur (Chile, Argentina, Ecuador o Perú). Las grandes insurtechs extranjeras en Colombia son Betterfly, 123Seguro, Tutenlabs, Compara, QueSeguro, LISA Insurtech y están por aterrizar Cover Genius, Stere, Fraudkeeper y algunas más.

Ahora las insurtechs 100% colombianas son muy reconocidas. Siempre podemos tener en mente a WeSura que fue una pionera en Latam con su modelo P2P en la parte de nuevos modelos de negocios (10% del total).

Average yearly growth



En la distribución digital (48% del total), la llegada de las nuevas Figuro o TuPrimero se suman a los conocidos VerticeSeguros o SeguroCanguro. Las plataformas de distribución como Nubloq o Sekure ven la llegada también de Monokera.

Para terminar, en la parte de servicios a aseguradoras y brokers (42% del total), la plataforma para corredores Emilian o la asistencia de WIP se suman a los conocidos AgenteMotor o SoftSeguros.

Hasta ahora, es un país que trajo muy poca inversión, algo que podría ir cambiando ya que el talento colombiano es reconocido en todo Latam.



Inspirándose en las asociaciones InsurteChile, AIM (Mexico) y la Camara Argentina Insurtech, las insurtechs de Colombia decidieron lanzar una asociación muy colaborativa para incluir a todos los actores del ecosistemas con el siguiente propósito: insurtechs, startups, brokers, aseguradoras, reaseguradoras y todos los socios aceleradores que apoyan al ecosistema (empresa de tecnología, fondos de inversiones...).

A la fecha 23 empresas apoyaron la creación de la AIC (Asociación Insurtech de Colombia) que tiene por ambición trabajar en colaboración con Fasecolda, Colombia Fintech y todos los otros gremios con el propósito de colaborar en la transformación de la cadena de valor del seguro mediante el uso de la tecnología para propulsar el sector asegurador en un mundo mas inclusivo y mas sustentable.



Lista provisoria - no duden en sumarse



Rodrigo Alfonso,
Co-Founder de Sekure

AIC busca crear puentes de comunicación y torres de conocimiento que aceleren la transformación digital y la innovación de la industria aseguradora. Queremos compartir nuevos modelos de negocio que le permitan al sector asegurador llegar a segmentos de la sociedad que antes no había sido posible.



Carolina Losada,
Founder de Seguros TuPrimero

AIC será instrumental en el desarrollo del ecosistema insurtech en Colombia; potenciando los diferentes modelos de negocio que buscan cerrar la brecha de protección en el país, a través de soluciones de tecnología que faciliten el acceso al seguro y garanticen la proyección de las familias y negocios en Colombia.



Hugues Bertin
CEO de Digital Insurance LatAm
Partner de HCS Capital

AIC es la asociación gremial colaborativa del sector asegurador colombiano que va a ayudar a propulsar el sector en un mundo mas sustentable gracias a la tecnología.



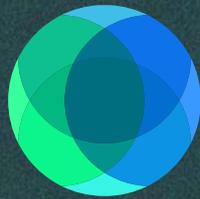
Adriana Alaix
VP Seguros, Figuro

Con AIC esperamos impactar en la industria aseguradora de Colombia, conectando los propósitos de las insurtechs asociadas con las necesidades del sector, de forma que logremos, con innovación, un mayor desarrollo de mercado y eficiencia en los procesos.



Jessica Tabares,
Co-Founder de WIP

AIC representa la unión del ecosistema del sector asegurador, es un punto de encuentro. Y es en esta energía colaborativa donde se genera el progreso de las industrias que, al final, es lo que todos queremos. Por esto me motiva profundamente la colaboración, la innovación y la transformación de este sector que quiero tanto.



ITC PARA LATIN AMERICA

ITC LATAM



APRIL 24-26, 2023

Fontainebleau Hotel, Miami, Florida

InsureTech Connect – the world’s largest meeting place for insurance innovators – has created a new annual event in Miami to focus on the unique needs of Latin America’s insurance market. Make sure your company is there by registering your interest today.

latam.insuretechconnect.com

FOR SPONSORSHIP AND SPEAKING OPPORTUNITIES CONTACT:

Paschoal Grassioto at paschoal@insuretechconnect.com

Drake Slaikeu-Lawhead at drake@insuretechconnect.com

IN PARTNERSHIP
WITH:



ASOCIACIÓN
INSURTECH
MÉXICO



CELENT



Digital
insurance
LATAM





VII. MAPAS

INSURTECH ENERO '23





LATAM



INSURTECH (285 Start-ups) America Latina (exc. Brazil) – Jan. 2023

Digital insurance
LATAM

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

New business model

Neolinsurer clupp, crabi, sofía, uni, Momento, asistensi	Telematic MGA MGA SEGURO & ASISTENCIA, miituo, zanbu	On-demand meCubro, SEGURO PORTAL, activor	Smart Wallet segurapp, contigo, Bruno, segurapago	Quilo, Parametric Súper, Raincoat, MICAIO	P2P Wesura, Employee benefits welbe, BETTERFLY	Freemium zenda.la	Embedded insurance PELOTEA, TRUSTECH, carvuk, AutoChilango
--	--	---	---	--	--	----------------------	--

Distribution

Multiline broker Aseri, Shop, Seguros123, OneLife, seguros.com.ec, ACTO, Berlysafe, Compara, Figuro, Seguron, autovalor, WAO, genioseguro	P&C Broker Sunekoad, simple.com, Ahoraseguros, Seguros, miSeguro, Ahoraseguros, Seguros, miBigBro, Online, FIU!, GURU Seguros, Menta, teca, GORILA SEGUROS, Compre Seguros.com, Click Seguros, 100preseguro, ASSEGURANDOTE, MI Compa, guros, coru, Seguros (gr), asegurato	Health and Life MGA Oklare, sincero, vivoexpres, Acto, KOLTIN, MUTUUS, BA, BA, XISI, amerins, eva, foriu	SME Broker covela, surexs, simplee, Wayra, FINFAST
H&L broker Mapsalud, segurallia, kalmy, yoko.	P&C MGA Fup!, insurama, Tryger, safe, sostenigo, lemon, iglu, Segurocell, cactus, tranqi	Travel seg-arú, luseguro, device, SOU compare	Referral noovo, kinsu
Pet power, quov, WOOF	Distribution platform monoKera, Embed, klobber, Stere.io, 123SEGURO, sekure, NUBLOO	Surety CAUJION, NOWO	Micro SOAP / SOAT, soap.cl, Eprezto, SOAP

Services to insurers and intermediaries

Claims outinspectqr, lutenlabs, REDFASTRACK, Bdeo, leveroox, GLASSYCOM, custodian, LISA, iutrace, EASYNESTRO, Higs, EnPartes.com, Valua, Wilay, autoreclamo, BISTECONED, mop, simpliseg	Cybersecurity CYHUNT, Aleph, hackmetrix	Telematic (IoT) SAIVE, FLEETUP, JOOYCAR, SATCAR, BLV, METRICLES, airbag, Encontrack	Smart home WEHAUS	Brokers platform R-DES, emilian, NICO, A, alioze, T, wow, BROKER UP, Wokan, Agenthos, Certus, PASAP, B
Fraud KEPTINEL, FRISS, Shift Technology, Fraud Keeper	Reins. platform WitWorks	IoT (other) Smartway, muvu, LUMELARE, Agritask, AccuHealth, flexbit, Vitality, DRIXIT	Services credivalores, CrediSeguro, Avi, V&ZY, FINSU, wiplo, FAD, NS, ServiSenior, rapihogar, segutrends, ubiqs, DATAR, verificando, FINESA, KURT, wip, WAN, Salvataggio, Vantek	

Insurtech Platinum Support CHUBB, CONNECT Assistance, quadient	Insurtech Gold Support Charles Taylor, Insurtech, Fraud Keeper, HCS CAPITAL, RUS, Munich RE
---	--





INSURTECH (81 Start-ups)
 Argentina – Jan. 2023

Digital insurance
 LATAM

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

New business model

<p>On-demand insurance</p>	<p>Embedded insurance</p>	<p>Smart Wallet</p>
----------------------------	---------------------------	---------------------

Distribution

<p>P&C Broker</p>	<p>Distribution platform</p>	<p>MGA model</p>	<p>Travel Broker</p>	<p>Microins.</p>
<p>Surety Broker</p>				

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>IoT (other)</p>	<p>Telematic (IoT)</p>	<p>Cybersecurity</p>	<p>Brokers platform</p>
<p>Reins. platform</p>	<p>Fraud</p>	<p>Smart home</p>	<p>Health platform</p>	<p>Services</p>
<p>Insurtech-as-a-service</p>		<p>Insurtech Gold Support</p>		

<p>Insurtech Platinum Support</p>	<p>Insurtech Gold Support</p>
-----------------------------------	-------------------------------







INSURTECH

Brazil – Jan. 2023

(193 Start-ups)

Digital insurance
LATAM

Publique seu conteúdo gratuitamente em nosso canal colaborativo
Envie seu vídeo para marketing@digitalinsurance.lat

New business model

<p>Health</p> <p><i>samu</i> <i>alice</i> <i>bem.care</i> <i>beepi</i></p>	<p>Pet Ecosystem</p> <p><i>PWYD</i> <i>onsurance</i></p>	<p>Neolinsurer</p> <p>PIER.</p>	<p>Sandbox (operando)</p> <p>Agro <i>pin</i> On-demand <i>Simple2u</i> Home <i>Flix</i> Auto <i>thinkseg</i></p>	<p>Sandbox (homologación)</p> <p><i>neo</i> <i>Pifiscal</i></p>	<p>Sandbox (Aprobado)</p> <p><i>ROAD</i> <i>novor</i> <i>urban</i> <i>TROCAFONE</i></p>
<p>Employee benefits</p> <p>BETTERFLY</p>	<p>Agro Ecosyst.</p> <p><i>Me Sinto Seguro</i></p>	<p>Freemium</p> <p><i>onebroker*</i></p>	<p>Multiline</p> <p><i>COVER</i> <i>88i</i></p>	<p>AP</p> <p><i>iza</i> <i>emotion</i></p>	<p>split risk <i>Darwin seguros</i> <i>LTI</i> <i>justos</i></p>

Distribution

<p>P&C broker</p> <p><i>tocerto</i> <i>Touch luna</i> <i>SEGURO AUTO</i> <i>COMPARE</i> <i>Migra Seguros</i></p>	<p>Multiline broker</p> <p><i>bidu</i> <i>Libero</i> <i>CiCIC</i> <i>Sonntag</i> <i>assegurou</i></p>	<p>Health and life MGA</p> <p><i>azos</i> <i>saúde</i> <i>winsocial</i> <i>easy@life</i> <i>securize</i></p>	<p>Bicycle</p> <p><i>Bike</i> <i>velo</i> <i>ingobada</i> <i>ride</i> <i>sanju</i></p>
<p>Health and life broker</p> <p><i>segure.me</i> <i>PLANIUM</i> <i>pipo saúde</i> <i>DD</i></p>	<p>Pet Ins.</p> <p><i>amigo</i> <i>HEALTH FOR PET</i> <i>Assist</i></p>	<p>SME & Freelancer</p> <p><i>seuguru</i> <i>piwi (latu)</i> <i>tuia</i> <i>MUTUUS</i> <i>TRANSPOCITY</i></p>	<p>Open insuring</p> <p><i>insurance</i></p>
<p>Marketplace</p> <p><i>Protecti</i> <i>konkero</i></p>	<p>MGA model</p> <p><i>bem.te.vi</i> <i>HERO</i> <i>KAKAU</i> <i>YOUSE</i> <i>QLCKSEGUROS</i> <i>BLUECYBER</i></p>	<p>Distribution platform</p> <p><i>pdv box</i> <i>180</i> <i>cores.com</i> <i>Stere.io</i> <i>SUTHUB</i> <i>Garantido</i> <i>43 seguros</i> <i>kliober</i></p>	<p>Burial</p> <p><i>amar</i></p>
		<p>Surety</p> <p><i>ACOY</i> <i>AVITA</i></p>	<p>Cellphone & elec</p> <p><i>BemMaisSeguro</i> <i>pitzzi</i></p>

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p> <p><i>REGULA</i> <i>Rabbit</i> <i>Simply.</i> <i>reboque.me</i></p>	<p>Underwriting</p> <p><i>samplermed</i> <i>Diretrix</i></p>	<p>Agro</p> <p><i>AGROTRUST</i> <i>IDIAO</i> <i>trAlive</i></p>	<p>IoT (other)</p> <p><i>Vitality</i> <i>wigo</i> <i>PRIXIT HEALTHBIT</i></p>	<p>Brokers platform</p> <p><i>STOA</i> <i>MOSHE</i> <i>JUM4</i> <i>admseg</i> <i>GTI</i> <i>INSURANCE TOOLS</i> <i>BRILADOR</i> <i>INFOCAP</i> <i>sgcon</i> <i>baeta</i> <i>Quiver</i> <i>WIZ</i> <i>IconeSeg</i> <i>Seggy</i> <i>profee</i> <i>segfy</i> <i>Agger</i> <i>MySeg</i> <i>clienteOgente</i> <i>EDICORA</i></p>
<p>Telematic (IoT)</p> <p><i>LABBIDATA</i> <i>DriveOn</i> <i>USATUBAD</i> <i>COBLI</i> <i>conecta</i> <i>Zendrive</i></p>	<p>Fraud</p> <p><i>brick</i> <i>Shift Technology</i> <i>clearsale</i></p>	<p>Health platform</p> <p><i>dr.consulta</i> <i>bria</i> <i>PLETHORA</i> <i>hCentri</i> <i>DOC24</i></p>	<p>Insurtech-as-a-service</p> <p><i>fitinsur</i> <i>adHub</i> <i>olik</i></p>	<p>Services</p> <p><i>Neoway</i> <i>segbox.</i> <i>GR1D</i> <i>Safetize</i> <i>DI</i> <i>educaseguros</i> <i>ExpeMed</i> <i>BRIDGE21</i> <i>fincore</i> <i>M2G</i> <i>BRIDGE21</i> <i>ata</i> <i>infocar</i> <i>N5</i> <i>sentimonitor</i> <i>car10</i></p>
	<p>Open insuring</p> <p><i>teros</i> <i>Tecilan</i> <i>finansystech</i> <i>sensedia.</i></p>	<p>Workforce comp.</p> <p><i>OKTUZ</i></p>	<p>Recognition</p> <p><i>TRADE</i></p>	<p>Sales services</p> <p><i>JUSTSELL</i> <i>ONLi</i> <i>vayon</i> <i>MegaLuz</i> <i>COBOTS</i> <i>VISION</i> <i>ZIPIA.</i></p>
	<p>Reins. platform</p> <p><i>Placeis</i></p>	<p>Gamification</p> <p><i>DUALK</i></p>		

Insurtech Platinum Support

CHUBB

CONNECT
Assistance

quadiant
because connections matter.

Insurtech Gold Support

Charles Taylor

Insurtech

Fraud Keeper

HCS CAPITAL

RUS

Munich RE





INSURTECH (58 Start-ups)
Chile – Jan. 2023

Digital insurance LATAM

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

New business model

<p>Embedded insurance</p>	<p>Employee benefits</p>	<p>On-demand insurance</p>	<p>Wallet</p>
---------------------------	--------------------------	----------------------------	---------------

Distribution

<p>Surety Broker</p>	<p>Multiline Broker</p>	<p>Marketplace</p>	<p>Referral</p>	<p>SOAP</p>	<p>Pet Insurance</p>
<p>P&C Broker</p>	<p>Health Broker</p>	<p>Distribution platform</p>	<p>H&L MGA</p>	<p>P&C MGA</p>	
	<p>SME Broker</p>				

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Fraud</p>	<p>Cybersecurity</p>	<p>Broker platform</p>
<p>Telematics</p>	<p>Health platform</p>	<p>IoT (Other)</p>	<p>Services</p>

<p>Insurtech Platinum Support</p>	<p>Insurtech Gold Support</p>
--	--------------------------------------

COLOMBIA



COLOMBIA

INSURTECH (52 Start-ups)

Colombia – Jan. 2023

Digital insurance
LATAM

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

New business model

<p>Parametric insurance</p>	<p>Peer to peer insurance</p>	<p>Employee benefits</p>	<p>Telematic MGA</p>	<p>Insurance wallet</p>
-----------------------------	-------------------------------	--------------------------	----------------------	-------------------------

Distribution

<p>P&C Broker</p>	<p>Multiline Broker</p>	<p>Health and Life Broker</p>	<p>Distribution platform</p>
<p>MGA Model</p>	<p>Travel</p>	<p>SOAT Broker</p>	

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Health Platform</p>	<p>Brokers platform</p>	<p>Services</p>
---------------	------------------------	-------------------------	-----------------

Insurtech Platinum Support

CHUBB CONNECT Assistance quadient Because connections matter.

Insurtech Gold Support

Charles Taylor InsureTech Fraud Keeper
MCS CAPITAL Munich RE RUS





INSURTECH

(99 Start-ups)

Mexico – Jan. 2023

Digital insurance
LATAM

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

New business model

<p>Neolinsurer</p>	<p>Smart wallet</p>	<p>Telematic MGA</p>	<p>Embedded Insurance</p>	<p>Employee benefits</p>	<p>Parametric</p>
--------------------	---------------------	----------------------	---------------------------	--------------------------	-------------------

Distribution

<p>P&C broker y agregador</p>	<p>Multiline broker</p>	<p>H&L broker</p>	<p>P&C MGA</p>	<p>SME Broker</p>
<p>Referral</p>		<p>H&L MGA</p>	<p>Pet</p>	<p>Surety</p>
<p>Distribution Platform</p>				

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Cybersecurity</p>	<p>Telematic</p>	<p>Insurtech-as-a-service</p>	<p>Health platform</p>	<p>Services</p>
---------------	----------------------	------------------	-------------------------------	------------------------	-----------------

<p>Insurtech Platinum Support</p>		<p>Insurtech Gold Support</p>	
-----------------------------------	--	-------------------------------	--





INSURTECH (19 Start-ups)

Peru – Jan. 2023

Digital insurance

LATAM

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

New business model

Employee benefits

BETTERFLY  

Distribution

<p>Broker (health)</p> <p> Mapsalud </p>	<p>SME broker</p> <p> Wayra</p>	<p>Broker & Aggregator P&C</p> <p> seguro simple.com  Consejeros <small>CORREDORES DE SEGUROS</small></p>	<p>Aggregator</p> <p></p>
<p>MGA model</p> <p>  </p>	<p>Broker & Aggregator P&C</p> <p> firefly  VIP <small>CORREDORES DE SEGUROS</small></p>	<p>SOAP / SOAT</p> <p></p>	

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p> <p> LISA <small>insurtech</small></p>	<p>Health platform</p> <p> WeeCompany</p>	<p>Telematic (IoT)</p> <p> LOCATIONWORLD  JOOYCAR <small>Connected Car Platform</small></p>	<p>Insurtech-as-a-service</p> <p> sekure</p>	<p>Brokers platform</p> <p> BROKER UP</p>
---	---	---	---	---

<p>Insurtech Platinum Support</p> <p> CHUBB  CONNECT <small>Assistance</small>  quadient <small>Because connections matter.</small></p>	<p>Insurtech Gold Support</p> <p> Charles Taylor  InsureTech  K  Fraud Keeper  HCS CAPITAL  Munich RE  RUS</p>
---	--





INSURTECH (18 Start-ups)

Ecuador – Jan. 2023

Digital insurance LATAM

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

New business model

<p>Employee benefits</p>	<p>Embedded Insurance</p>
--------------------------	---------------------------

Distribution

<p>P&C broker</p>	<p>Multiline broker</p>	<p>Health & Life MGA</p>
-----------------------	-------------------------	------------------------------

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Health and wellness platform</p>	<p>IoT (exc. telematic)</p>	<p>Brokers platform</p>
		<p>Telematic (IoT)</p>	<p>Services</p>

<p>Insurtech Platinum Support</p>	<p>Insurtech Gold Support</p>
-----------------------------------	-------------------------------





CENTROAMÉRICA



INSURTECH (16 Start-ups)
Centramerica – Jan. 2023

Digital insurance
LATAM

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

New business model

<p>Neoinsurer</p>	<p>Wallet</p>	<p>Parametric insurance</p>
-------------------	---------------	-----------------------------

Distribution

<p>P&C Broker and Aggregator</p>	<p>MGA model (mobility)</p>
--------------------------------------	-----------------------------

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Health platform</p>	<p>Telematic (IoT)</p>
		<p>Services</p>

<p>Insurtech Platinum Support</p>	<p>Insurtech Gold Support</p>
-----------------------------------	-------------------------------



Presentan

INSURTECH LATAM FORUM

FORO LATINOAMERICANO DE
INNOVACIÓN EN SEGUROS 2023

28 y 29 de agosto **DIGITAL**

30 de agosto **PRESENCIAL** | Um Rooftop, San Pablo, Brasil

31 de agosto y 1 de septiembre **FIELDTRIP** | San Pablo, Brasil

CONTENIDO PREMIUM + NEGOCIOS + NETWORKING:

La quinta edición del evento más importante del ecosistema Insurtech latinoamericano llega para potenciar negocios, visibilizar empresas y conectar a todos los protagonistas del sector, reuniendo a los ejecutivos líderes que están transformando la industria: insurtechs, aseguradoras, distribuidores, empresas de tecnología e intermediarios en un mismo espacio.

¡NUEVO!

**2X LA CANTIDAD DE ASISTENTES VS 2022 +
EXPERIENCIAS DE NETWORKING EXCLUSIVAS.**

**SALAS EN PARALELO EN ESPAÑOL Y PORTUGUÉS, CON
TRADUCCIÓN SIMULTÁNEA.**

**FIELDTRIP EXCLUSIVO CON VISITAS A EMPRESAS Y
NETWORKING DE ALTO IMPACTO.**

¡SEA PARTE!

CMSeventos.com

PAULA LUCINI

Fintech & Insurtech Conference Director
+54 9 11 5483 3223 | paula.lucini@cmspeople.com

INSURTECH VIP LOUNGE

By Hugues Bertin



INDEX

1 Suthub

2 Simplee

3 Klimber

4 Journey Sports

5 Youse

6 WIP

MAPA BASADO EN EL INSURTECH VIP LOUNGE



INSURTECH LATAM MAP

Based on Insurtech VIP Lounge – Jan. 2023

Digital insurance
LATAM

We invite you to freely publish your content on our YouTube channel. Send us your video to: marketing@digitalinsurance.lat

In this map, we present important insurtechs from LatAm who participated in our Insurtech VIP Lounge article.

Example



You could read them in free access in www.digitalinsurance.lat

The Insurtech VIP Lounge is a monthly article published by main insurance media in the world.

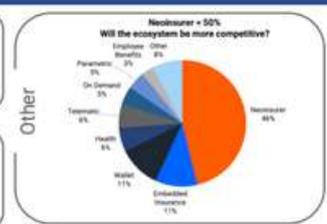
We thank you for the support, especially for insurtechs



INSURTECH.COM.BR

New business model

Neoinsurer 	Sandbox (operando) 	Employee benefits 	
Embedded insurance 	On-demand 	Freemium 	Parametric



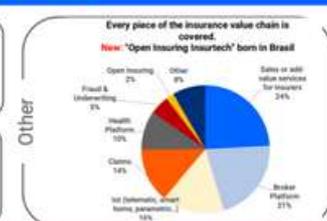
Distribution

H&L MGA 	H&L broker 	MGA model 	P&C MGA 	SME Broker
Distribution platform 				



Services to insurers and intermediaries

Claims 	Telematic (IoT) 	Broker platform
IoT (other) 	Underwriting 	Services



Insurtech Platinum Support



Insurtech Gold Support





SUTHUB, la insurtech brasileña lista para expandirse a Latinoamérica - Julio '22

Brasil es un país fantástico tanto por sus paisajes como por su innovación en el área de seguros, con aproximadamente 170 insurtech. Desde hace tiempo que una de ellas me llama mucho la atención, ya que está dentro de la tendencia llamada insurtech-as-a-service con el fin de agilizar y acelerar la venta digital, creando un puente entre distribuidores como las plataformas digitales y las aseguradoras. Esta insurtech se llama SUTHUB.

Hoy tengo el privilegio de conversar con Renato José Ferreira, CEO de SUTHUB, para que nos explique qué es lo que hacen y cuáles son sus ambiciones fuera de Brasil.

Para comenzar, le pregunto a Renato sobre los inicios de su insurtech y me revela que SUTHUB nació de una experiencia personal que tuvo en el año 2016, durante unas vacaciones en Francia, mi país de origen. Explica que lo que sucedió fue que durante una tarde de esquí sufrió una lesión, a raíz de la cual se dio cuenta de lo necesario que era contar con un seguro para accidentes. Más tarde supo que existía un seguro de accidentes de esquí, pero que además de no ofrecerse a los huéspedes tenía una contratación sumamente burocrática y lenta.

De regreso en Brasil, descubrió que el problema al que se enfrentaba era muy común para





todo tipo de seguros y que ofrecerlos en viajes digitales era prácticamente inexistente o demasiado complejo. Decidió afrontar este reto añadiendo su experiencia adquirida en seguros, en proyectos que realizó en Portugal a principios de los 2000, y así fue como en 2017 fundó SUTHUB, una plataforma B2B2C totalmente alojada en la nube que acelera el tiempo de comercialización para la distribución digital de cualquier producto de seguros, en cualquier canal de distribución físico y en línea.

Al poco tiempo se asoció a Marcos Watanabe, especialista en plataformas y viajes digitales, además de la experiencia en ciencia de datos que enriquece la oferta predictiva en la plataforma.

Es impresionante que en cinco años de desempeño en el mercado brasileño han logrado crear un ecosistema con más de 30 compañías de seguros, 10+ de asistencia, 1200+ canales digitales y físicos integrados (incluidos grandes bancos, fintechs y algunos de los minoristas brasileños más grandes), 20+ canales integrados a pasarelas de pago, influyendo en más de 35 millones de personas conectadas con potenciales ventas de seguros digitales. Además, en el 2021 obtuvieron la tercera posición en el ranking “Top 10 Fintechs”, ranking de las startups más innovadoras y en el “TOP 100 Startups” para el mercado corporativo en el país. ¡Fantástico y felicitaciones por los logros!

Su tecnología embebida acerca la distribución masiva de productos por medio de la integración entre empresas, ofrece un recorrido del cliente sin sorpresas y colabora para acelerar la digitalización de dos de las empresas más grandes del país. “Vemos muchas empresas acelerando sus cambios y también los retos del retail físico; en este caso, creamos una experiencia digital en el punto de contacto físico con el cliente utilizando tecnología que facilita el proceso de contratación y uso de seguros”.

Concretamente, y como caso de uso real, Renato me cuenta que SUTHUB ayudó al Banco Carrefour y a la aseguradora Zurich en el desarrollo de nuevos seguros. Detrás de una completa estructura tecnológica que garantiza seguridad y funcionalidad a los planes de seguros, se ponen a disposición de los consumidores nuevas opciones de seguros de Hogar, pérdida y robo de tarjetas, sepelio, hospitalización y Vida para clientes de Carrefour Card y Atacadão Card. Los servicios se distribuyen en las tiendas físicas de Carrefour y Atacadão, terminales de autoservicio, call centers y canales digitales.

Ellos trabajan para que todas las herramientas funcionen. Basada en mucha tecnología, la empresa brinda agilidad y seguridad en la contratación de estos servicios. “Somos un hub para el uso estratégico de la tecnología, lo que permite a las dos empresas una mayor agilidad en el desarrollo de sistemas completos y en el lanzamiento de productos personalizados, como lo requiere la asociación”.

En los últimos dos años han cuadruplicado su tamaño y multiplicado por seis el número de canales.

Aprendieron a cambiar y mejorar la plataforma para permitir que un nuevo canal entre más rápido a vender. Hoy cuentan con Zero-Code, una plataforma de autoservicio que ayuda a cualquier empresa a crear, gestionar y reproducir canales de venta físicos y digitales de forma autónoma para la venta directa o asistida, reinventando la forma de vender. Con la Zero-Code es posible simplificar la apertura de un punto de venta físico o digital sin complejidad, de forma fácil y rápida y, sobre todo, sin necesidad de desarrollo de código y programación.

Con esto, un canal de retail puede ampliar su portafolios ofreciendo nuevos productos al mercado, así como para productos ya disponibles; y conectarse de forma anticipada, es decir, basta con llenar los datos de registro para iniciar la comercialización.



SUTHUB

Otro cambio está en la gestión jerárquica de canales y proveedores, que se da de forma sencilla y directa, sin necesidad de soporte técnico para la operativa diaria, haciendo más libre el acceso, por su sencillez. La plataforma también es capaz de proporcionar informes de gestión para el seguimiento de los resultados de las diferentes operaciones de venta. El distribuidor puede utilizar la correduría de seguros que ya tiene, o ellos pueden recomendarle una de su cartera de socios.

SUTHUB cuenta con un amplio hub de seguros, lo que permite una mayor exposición del canal para contacto y negociación con socios y un creciente portafolios a disposición de los canales. Renato destaca que, como la plataforma es omnicanal, cualquier canal de venta puede utilizarla, ya sea físico o digital.

Zero-Code es el resultado de años de avances tecnológicos.

Es útil para pequeñas, medianas y grandes empresas, accesible para quienes no entienden de desarrollo, programación y seguro, gracias a años de pruebas para fortalecer las tecnologías que ofrecen.

Para finalizar esta conversación, le pregunto a Renato sobre cómo ven su expansión fuera de Brasil. A raíz de esto, me comenta que han iniciado su proceso de internacionalización hace dos años con un delivery center en Lisboa (Portugal). El proyecto de expansión de SUTHUB es posicionarse como plataforma internacional y ofrecer su tecnología al mundo. La estrategia es que sus clientes los lleven, seguirán al cliente. Además me dice que existe la posibilidad de abrir un centro de entrega en Estados Unidos y otro en Chile o México, debido a los proyectos en los que ya están trabajando. Y estén atentos porque la expansión de SUTHUB no solo incluye eso, sino que también a otros países dentro de América y Asia.

Simplee, la insurtech que bucea en un océano azul - Agosto '22

La primera vez que me encontré con Diego Fernández León fue en 2017, en un evento de startups donde él era speaker y hablaba de las insurtech. Desde ese entonces paulatinamente nos fuimos conociendo, y finalmente me invitó a cocrear, con otros seis directores, la Asociación Insurtech de Chile: InsurteChile. Hoy no es con el presidente de InsurteChile con quien quiero conversar, sino más bien con el CEO y Founder de Simplee, una gran insurtech chilena que llega a México para desarrollar las coberturas de pymes e independientes. ¿Un Next Insurance de Latinoamérica? ¡Ya veremos!

Comenzaremos por conocer los orígenes de Simplee. Diego me cuenta que Simplee nace luego de su aventura laboral de nueve años en el mundo de los seguros.

Después de eso decidió comenzar con su propio negocio junto con su amigo de la infancia y hoy socio Álvaro López, dado que vio una gran oportunidad en la industria, pues en ella faltaba mucho por hacer.

Diego y Álvaro empezaron en 2017 como una corredora tradicional, siempre pensando en la tecnología como una herramienta que les permitiría escalar. Finalmente en 2018 decidieron convertirse en insurtech teniendo en mente que la tecnología se convirtiera en el corazón del negocio de Simplee y en un instrumento fundamental para permitirse estar al servicio de las pymes.



simplee,



Ellos cuentan con una alta tasa de permanencia de sus clientes. Más del 70 por ciento de ellos continúan con Simplee después de varios años, en un mercado que es altamente competitivo. Esto se complementa con su indicador NPS, en el que encontraron que el 90 por ciento de sus clientes los recomendarían. ¡Destacable!

Y, por último, desde que comenzaron solo dos personas se han ido de la organización, y su porcentaje de felicidad es de un 95 por ciento, lo cual ha sido fundamental para lograr el avance que tienen hasta ahora.

Hoy Diego cree que un hito que se debe destacar es que son la primera insurtech en Latam en lanzar un producto para pymes ciento por ciento digital. Su venta es la confirmación de que van por el camino correcto. Los productos estrella de Simplee, según Diego, son: Responsabilidad Civil, que toda pyme debe tener porque es transversal y cubre un riesgo que, si sucede, generalmente provoca la quiebra de la empresa; y el seguro de Última Milla, que se ofrece al mercado de delivery y logística. Está hecho a la medida y ha sido muy exitoso.



Le digo a Diego que la mayoría de las insurtech se involucran en líneas personales y muy poco en pymes, startup e independiente. Al respecto, él me dice que, en el caso de Simplee, esto tiene que ver mucho con su historia y con lo que él ha aprendido. Siempre le ha interesado apoyar a los pequeños empresarios porque entiende el esfuerzo que hay detrás de cada uno para sacar adelante su negocio. Tiene historias muy cercanas: tanto su padre como sus hermanos son emprendedores. Y sabe bien que el abandono en todas las industrias es total.

Las pymes no saben cuáles son todos los riesgos a los que están expuestas

“Podemos hacer mucho más, y en eso estamos trabajando”. Y está de acuerdo con Muhammad Yunus cuando éste dice que el emprendimiento es una herramienta para salir de la pobreza; y él quiere ser parte de ello. “En Simplee anhelamos que las personas que sueñan con tener su propio negocio puedan cumplirlo con la tranquilidad de que ningún imponderable destruirá su emprendimiento”.

Mi entrevistado me explica que este seguro está poco desarrollado en Latam principalmente por la inmensa cantidad de particularidades que existen asociadas a las características de los negocios de esta región. Es necesario conocer y entender al cliente. Y a su vez es complejo tener un diagnóstico certero de lo que realmente necesitan. Dentro de los desafíos a los que se enfrentan está llegar a las pymes con una propuesta de valor amoldada a sus necesidades y también encontrar los canales correctos para cada una.

Es aquí donde la tecnología toma un papel fundamental en este desarrollo permitiendo un mayor alcance. También deben lograr que los empresarios quieran adquirir un seguro por iniciativa propia, y no tanto que ellos busquen venderlo a toda costa, lo cual es complejo, pero están avanzando en ello, según me dice Diego.

En una de sus investigaciones, los miembros de Simplee se dieron cuenta de que tenían el siguiente problema: las pymes no saben cuáles son todos los riesgos a los que están expuestas, y ni siquiera saben que necesitan cobertura. Por esta razón crearon el Diagnóstico de riesgo, que les permite entender sus riesgos y darles una solución ajustada a ellos. El producto fue construido por su equipo como una herramienta digital que le permite a cualquier pyme saber en cinco minutos sus riesgos, y se creó de forma in-house en colaboración con algunas compañías de seguros. El próximo paso es mejorarlo para entregar un análisis más preciso que el actual.





En cuanto a la digitalización de la distribución, Diego me dice que ésta es más compleja para el segmento de los seguros de pymes dada la multiplicidad de características específicas de cada empresa. Por tal motivo, éste será un proceso más lento de lo que esperan o de lo que les gustaría. Me comenta que llegar con una propuesta de valor plenamente adaptada a cada tipo de pyme es el gran desafío que tienen las insurtech que trabajan en este mercado. Lo anterior se complementa con la construcción de un ecosistema de distribución por medio de API que permita llegar a más empresas medianas y pequeñas con productos creados expresamente para ellas gracias al trabajo en conjunto con sponsors.

Desde abril, Simplee se encuentra presente en México con la misión de repetir las buenas prácticas desarrolladas en Chile. Su CEO y fundador, Diego, me cuenta que ya desde hace tiempo estaba buscando

con su equipo un nuevo desafío, un país más grande donde los emprendedores necesiten apoyo por medio de la contratación del seguro correcto. Él cree que en México la propuesta de valor aún es muy vaga, por lo que tienen una gran oportunidad tanto en el mercado formal como en el informal de pymes. También se destaca el crecimiento mensual que han registrado en México, que ha sido de 25 por ciento, lo que los llena de energía para seguir aumentando su participación en este país.

Comparando ambos mercados, es decir, Chile y México, el CEO de Simplee me dice que la diferencia más relevante que ve es la manera en que los clientes compran los seguros. Están aprendiendo a llegar a ellos de la forma correcta, y seguirán mejorando en ello. Su intención declarada es crecer en productos customizados que cubran los riesgos de negocios instalados en un lugar físico de Chile o México. Se concentrarán en apoyar la cobertura de salud para las pymes.

Con respecto a los mercados, me adelanta que el próximo año estarán en varios países de Latam y comenzarán en Estados Unidos. ¡Fantástico!

Dentro de las cosas que han probado en el último tiempo se encuentran las garantías para startups, seguros de Responsabilidad Civil y Transporte y otros riesgos que hoy no tienen propuesta de valor, para lo cual están trabajando. Se vienen nuevas cosas. Estén atentos.

Como cierre y mensaje final, Diego dice que en Simplee les gustaría que en todo el mundo las personas tuvieran la posibilidad de desarrollar sus talentos y cumplir sus sueños, y esto muchas veces se logra por medio de un emprendimiento, por lo que su misión en la sociedad es proteger los nuevos negocios y propiciar su prosperidad mediante seguros creados especialmente para las pymes. Ésta es la manera más eficaz de ayudarlos a desarrollarse y crecer.





Klimber: el ecosistema argentino demuestra su potencialidad - Septiembre '22

A fines de 2017, un ejecutivo de Clarín —el gran medio argentino— me contó acerca de una gran insurtech que estaba naciendo con el nombre de Klimber. Así fue como conocí a Julián Bersano y su equipo. Cinco años después podemos ver el impresionante recorrido y la gran potencialidad de Klimber en América Latina.

Hoy me junto nuevamente con Julián, CEO y cofundador de esta increíble insurtech.

Para comenzar con la charla, Julián me cuenta que Klimber nació en el segmento de innovación orientada a ecosistemas. Dentro de este segmento, ellos son un jugador digital full stack, automatizado, de embedded insurance, con un respaldo que llega al reaseguro para apoyar sus estrategias de negocio y creación de productos.

Están presentes con fuerza en Brasil, tienen un lanzamiento listo en México y Chile, están negociando con un socio en Perú (sin fecha de lanzamiento definida aún) y, por supuesto, siguen presentes en Argentina, que es el único país donde han acordado exclusividad en uno de sus productos junto a Prudential, con la que tienen un gran acuerdo desde sus inicios. El hecho de que Prudential sea la compañía más grande de Estados Unidos aporta una cuota de solidez muy grande a su propuesta. Julián me dice que ellos han acompañado su crecimiento dándoles mucha libertad, financiando su research y apoyando de forma generosa sus ideas. Dentro de Prudential, Mauricio Zanatta es quien más ha confiado en su enfoque de largo plazo, lo que les permitió concretar el negocio digital de seguros más grande de la región junto a Mercado Libre.



Sí, como leyeron: tienen una alianza increíble con Mercado Libre en Brasil para la venta ciento por ciento digital de seguros de Vida y AP. Julián me cuenta que para lograr ganar este y otros acuerdos tuvieron que superar y competir con gran parte de la industria. Puntualmente, para el deal con Mercado Libre hubo una licitación en la que participaron las compañías aseguradoras más grandes de la región. A la hora de diferenciarse, Klimber lo hizo con footprint regional, capacidades actuariales, desarrollo de producto, automatización, digitalización del ciclo de vida completo de la póliza, librerías de API comprensivas, estándares de seguridad certificados y, lo que fue más importante que todo el resto, el respaldo de uno de los reaseguradores más grande del mundo: Swiss Re.

Los miembros de Klimber definen a Swiss Re como un smart investor, y este gigante les aporta confianza para la creación de productos, conocimientos de underwriting, experiencia global, acceso a sus clientes y ecosistema y, finalmente, el prestigio de su marca e historia. Swiss Re es muy exigente a la hora de invertir, y no lo hace con capitales de riesgo, sino con procesos de M&A. Atravesar las auditorías durante ese proceso validó el negocio y las ambiciones de Klimber.

Creo que vender de manera totalmente digital seguros de Vida es muy difícil. Es por eso por lo que me interesa saber cómo les está yendo con Meli y qué es lo que tienen de distinto el producto y el proceso de venta en comparación con el de Nubank. Julián me dice que Mercado Libre conoce perfectamente su negocio, y la historia indica que sabe distribuir cualquier servicio o producto que se proponga. Haber penetrado en todo el territorio de Brasil es un hito mayúsculo.



El producto de Nubank, creado junto a Chubb, les resulta muy interesante, y me dice que fue creado por su amigo Gabriel Lázaro y su equipo. Gabriel y Julián trabajaron juntos en AIG en New York y vienen discutiendo ideas desde esa época. “Tengo que decir que admiro su trabajo, y la semana pasada estuvimos reunidos en esa ciudad recordando las viejas conversaciones que hoy nos permiten liderar la revolución de la industria en Latinoamérica. Dicho esto, y con una cuota de humor, digo que nuestro producto junto a Mercado Libre es superior desde el punto de vista del pago de siniestros, el alcance de las coberturas, el soporte al cliente y el proceso de suscripción. ¡Perdón, Gabriel!”.

Se enorgullecen de pagar siniestros en menos de una hora usando algoritmos y de haber digitalizado y automatizado los 30 procesos que giran en torno a la administración de un seguro.

En poco más de 60 días colocaron pólizas de forma automatizada en los 26 estados de Brasil, incluyendo sitios donde jamás se había vendido un seguro de Vida en la historia. ¡Estupendo!

En temas de bienestar acompañan la iniciativa de Prudential, que es embrionaria y necesita seguir madurando en la región. Hay mucho por aprender, especialmente para empresas que centran su modelo en gamificar el comportamiento humano. Ofrecen Vitality solo en algunas líneas de producto en Argentina, por ahora. Pero su objetivo principal por el momento es sumar a personas que han sido olvidadas por la industria en coberturas críticas. Quieren llevar seguros a lugares recónditos y aportar soluciones para cerrar la brecha que existe en la región.

Quizás sea menos conocido, pero hace unos años, en Argentina,

habían lanzado con Sura un producto en aquel entonces muy innovador de No-Vida que me había impresionado: Tranqi.

Me dice que Tranqi es una experiencia linda en seguros patrimoniales que permanece en estado germinal. Como mero aprendizaje, encontraron cuatro dificultades en el negocio de Autos en particular: 1) conflictos de canal que no permiten aprovechar las eficiencias de precio del mundo digital; 2) costos de adquisición altos que se vuelven arriesgados a la hora de administrar el capital de una startup; 3) superpoblación de iniciativas y competidores; 4) es un segmento que no mejora la inclusión financiera de los habitantes de Latam. Dicho esto, el camino de Klimber, fuera de Vida, será de la mano de Swiss Re y una compañía muy cercana que aún no se puede mencionar. Junto a ellos van a resolver parte de estos cuatro problemas y lanzar un producto novedoso, pero ya seguramente en 2023.



Para cerrar, Julián me cuenta cómo ve el ecosistema insurtech en Latam. Dice que hay jugadores cada vez más fuertes y variados, aunque están atravesando una época difícil en cuanto a financiación de riesgo.

Aquellos jugadores que tengan menos respaldo van a sufrir, y es probable que el ecosistema se estabilice o incluso se contraiga.

Por otro lado, todavía es temprano para la industria, aunque se percibe un cambio inminente. Hace poco, el alto ejecutivo de una multinacional de seguros le dijo: “El baile todavía no ha empezado, pero ya hay bailarines en la pista”. Los bailarines más relevantes son Mercado Libre y Nubank. Entre ambos, el TAM o las personas a las que se puede llegar son más de 200 millones. Por su parte, Klimber ya empieza a escuchar la música.





Journey Sports, la insurtech más sexy de Latinoamérica - Octubre '22

Hace poco, estuve en el InsureTech Connect Las Vegas y fui invitado a cenar con varias insurtechs Mexicanas, en un bistró francés. Fue una de las cenas más entretenidas del año, pero también, un momento muy grato para conversar con Oscar Garza el CEO y Founder de Journey Sports. Me encanta lo que hacen, ya que se apasionan por un nicho para atender una población no atendida.

Para comenzar, Oscar me cuenta sobre los inicios de Journey Sports. Él era atleta de alto rendimiento, representó a México en esgrima y luego en taekwondo. En 2015 participó en el Taekwondo New York Open y ya en el combate por el oro, su contrincante lanzó una patada que le fracturó la mandíbula...

su rival fue al podio y él a una ambulancia. Su seguro nunca le contestó.

Tuvo que volar a México solo y con la mandíbula rota para llegar directo a pelearse con la aseguradora para luego poder ser atendido. De souvenir le quedaron tres placas con once clavos de titanio por siempre; esto significó que ya no podría seguir peleando a nivel competitivo, por lo que se dedicó a estudiar derecho y ser abogado.

En ese momento al estudiar los microseguros se dió cuenta que serían el producto perfecto para cuidar a deportistas. Le comentó a uno de sus mejores amigos, Marcopolo Gil, la inquietud que tenía y él le dijo que podrían masificarlo usando tecnología... así nació Journey.





Hoy cubren a unos 28,000 deportistas, han resuelto 302 siniestros y su tasa de recomendación sobre reclamaciones: 74

Sostiene que buscan cuidar a todos los deportistas, dándoles el acceso a la salud que merecen para que nunca tengan que abandonar el deporte. Su seguro es accesible para todos y así seguirá siendo porque su misión es poder democratizar el deporte, en todo el mundo. Su producto actual cubre gastos médicos sobre lesiones deportivas, muerte accidental y pérdidas orgánicas y ofrecen tres temporalidades del mismo, que resuelven distintas necesidades: anual, con el cuál iniciaron, que es para deportistas comprometidos; mensual,

producto nuevo para gimnasios y ligas deportivas, y diario, para competencias y torneos, que son sin duda una de esas necesidades que tenía el mercado y que era muy difícil conseguir antes de su existencia como empresa.

Los deportes son muchos y muy diferentes ila mayoría de la gente no podría ni nombrar los 130 deportes que cubren hoy en día! El “top 5” deportes en orden decreciente son: futbol, gimnasia, ciclismo, tocho, básquet. Por ende, los riesgos son muy distintos también, lo cual implica un gran desafío. La solución que encontraron para mantener práctica la suscripción y flexible la operación fue hacer un sistema con cuatro clasificaciones de riesgo: baja (yoga, atletismo, etc.), media (de balón y equipo como fútbol o voleibol), alta (de combate y ciclismo) y muy alta (extremos como el montañismo o paracaidismo).

Además, están innovando con nuevos productos siempre con el “Leit Motiv” deportivo. Por ejemplo, responsabilidad civil para organizaciones deportivas, viajes deportivos, robo de equipo deportivo, robo y daño de bicicletas.

Y muy concretamente, están trabajando seguros para caballos deportivos y seguros estilo “hoyo en uno” para cubrir los premios monetarios de las grandes proezas deportivas como la ruptura de un récord nacional de maratón.

Me comenta que parte de su trabajo es semana a semana analizar la siniestralidad de su colectividad para tomar decisiones que los ayuden a clasificar mejor la peligrosidad de un deporte y determinar mecanismos como deducibles para controlar de forma justa la siniestralidad. Balancear la siniestralidad es una actividad fundamental para cuidar también de su aliado: Zurich.

Oscar me explica que han creado una alianza con la FEMMEDE, para crear una red médica propia que está enfocada en deporte; esta es única en México, garantiza un trato estelar para los deportistas y disminuye la siniestralidad al quitar los sobrecostos que normalmente

están asociados a los hospitales generales.

Además, todos los deportistas asegurados tienen acceso a su membresía de beneficios que les da descuentos en productos y servicios relacionados al deporte como lo son ecommerce, nutricionistas, psicólogos, fisioterapeutas y demás.

Pero, ¿cómo llegan a sus clientes? Me dice que tienen tres canales principales. **B2B2C - API:** Con su API cualquier plataforma web o app relacionada al deporte puede ofrecer tanto opcional como por filiación mandatoria sus seguros. Por ejemplo, si te inscribes a través de un portal de boletaje a un maratón, la API obtiene la información que se requiere para emitir y hacer llegar el certificado de tu seguro por el evento. Con la misma, se te puede dar la opción que escojas la cobertura que deseas entre \$2.500 y \$25.000 usd por día. El 20% de los deportistas suelen aumentar su cobertura en eventos.



Una vez integradas al sistema los negocios se vuelven clientes recurrentes y no es necesario tener que seguir haciendo labor de seguimiento de ventas pues el robot se encarga de todo.

B2B2C - Desarrollo de negocios: para los negocios que todavía no se digitalizan, pueden cubrir a sus comunidades de atletas a través de matrices de Excel. Pueden obtener cotizaciones de forma algorítmica mediante un cotizador en www.journey.app.

B2C – Plataforma: Los deportistas individuales pueden entrar a la página web y seguir el proceso del cotizador individual.

No destinan grandes presupuestos en publicidad ya que prefieren llegar a sus clientes mediante el boca en boca. No obstante, tienen un par de apuestas que les traen muchas cotizaciones: un Blog, donde hablan de tipos de lesiones, historia de los deportes, nutrición y demás temas de interés para su comunidad. Para empujar la conversión también tienen muchos artículos de “SEO longtail” enfocados a hablar de su seguro para un deporte particular. Este trae unas 170 cotizaciones al mes. Y, un canal de Youtube, donde hablan de las reglas de los deportes.



En los videos hacen una breve introducción a los seguros deportivos y Journey Sports. El canal trae 30 cotizaciones al mes. Ambos con unos 30,000 lectores/ espectadores al mes ¡fantástico!

Allí, su estrategia de contenidos consiste en invitar a especialistas a producir contenido que sea interesante para el deportista, entrenador o administrador de una organización deportiva e introducir el concepto de seguro deportivo; ya que su reto más grande es que la mayoría de las personas ni siquiera saben que existe su categoría de producto.



Hoy, se encuentran levantando su primera ronda semilla para cementar bien su posición en México con la aspiración de llegar a un millón de deportistas asegurados.

En ITC Vegas notó que en EEUU no hay un servicio similar que APIfique la colocación de seguros por día en eventos deportivos; por lo que tan pronto puedan comprobar el volumen que su tecnología permite harán el salto en ese nicho, más con la agilidad que les proporciona su alianza con Zurich.

Después pensarán en Latinoamérica y Europa, toda la tesis de expansión revolverá alrededor de su capacidad de seguro embebido y alta especialidad. A su favor opera que en todo el mundo se practica deporte y donde se practique deporte habrá lesionados.

Para terminar, Oscar invita a los inversionistas a conocerlos acerca de su misión y explorar formas de colaborar que hagan la diferencia para millones de atletas y a los deportistas a que busquen en Journey Sports un seguro para su práctica.





Youse, de la venta directa al modelo B2B2C - Noviembre '22

Brasil sigue siendo impresionante. Con más de 170 insurtech, es el ecosistema más grande de América Latina y sin duda uno de los más creativos y colaborativos.

Creada en 2016, Youse es pionera entre las insurtech de Brasil y de la ola Insurtech 1.0. Ahora nos interesa entender cómo van a entrar en la ola Insurtech 2.0. Con placer, me reúno hoy con Marcos Centin Dornelles, CEO de Youse.

Para comenzar, Marcos me comenta que Youse es pionera entre las insurtech en Brasil y fue la primera aseguradora ciento por ciento digital del mercado. Se creó en el año 2016. Como pioneros, y con 170 empleados, han contribuido con muchos cambios en la industria de seguros: fueron los primeros en proponer un proceso de cotización end-to-end digital y poner al cliente en el centro del negocio.

En aquel entonces invirtieron la lógica del mercado: pasaron de una visión product-centric a una visión customer-centric.

Su objetivo es democratizar el acceso al mercado asegurador con ofertas personalizables por medio de canales sencillos. “Nuestros clientes son la razón por la que nacimos y seguimos día tras día pensando en nuevas soluciones para cubrir todas sus necesidades. Estamos en constante evolución y esperamos seguir transformando el mercado asegurador después de seis años”, me dice Marcos.





Algunos datos interesantes que podemos destacar de Youse son éstos: por un lado, para el seguro de Auto, alrededor del 70 por ciento de sus clientes compró su primera póliza de seguros con Youse. Eso quiere decir que es un actor clave de la inclusión aseguradora. Por otro lado, el 51 por ciento de las pólizas de seguro de Auto emitidas digitalmente en el mercado brasileño son de ellos, y están muy cerca de llegar al millón de pólizas emitidas. ¡Espectacular! Cuando comenzaron, hace seis años, solo el 5 por ciento de sus clientes compraba su seguro con el modelo ciento por ciento end-to-end digital. ¡Hoy ya lo hace el 55 por ciento!

Hoy en día, los clientes pueden personalizar el seguro con la cobertura y la asistencia que deseen, realizar una encuesta en línea, e incluso pagar como

suscripción mensual con tarjeta de crédito o transferencia, con Pix, el medio de pago digital por excelencia de Brasil. Además de contratar, es posible cambiar y añadir servicios de forma rápida y sencilla por medio de la app o web.

Por ejemplo, para el seguro de Auto ofrecen a sus clientes total autonomía para diseñar y armar sus propios planes personalizando servicios, coberturas y precios, de acuerdo con las opciones que prefieran. Esto hace posible que todos puedan contratar planes dentro de su presupuesto, en línea, directamente con la aplicación Youse y con unos pocos clics. Adicionalmente, junto con el gran experto Friss han implementado inteligencia artificial en su proceso de siniestros para prevenir y detectar fraudes.



En Youse cuentan con mecanismos de reconocimiento de imágenes que utilizan inteligencia artificial con algoritmos. Esto ayuda a clasificar las imágenes, según el aprendizaje automático, en categorías predefinidas y realizar una detección especializada de objetos para saber si éstos tienen fallas o no. Todo este proceso lo realiza en autoservicio el asegurado, a quien se guía por medio de la aplicación para capturar todas las imágenes de manera sencilla, rápida y segura.

Otro ejemplo: Youse ofrece seguros de Vida completos y totalmente personalizables. El cliente puede elegir entre 20 asistencias, además de cinco coberturas.

El número de asistencias que ofrecen en este producto está muy por encima de las que ofrece el mercado nacional; y la razón de ello es que su estrategia es ofrecer seguros de Vida que se puedan utilizar durante la vigencia de la póliza, aumentando con ello la tangibilización y los puntos de contacto con sus asegurados. Por ello cuentan con servicios que hagan más cómoda la rutina del cliente. Las asistencias son: accesibilidad para personas mayores, asistencia residencial básica, perro y gato, tarjeta de comida, cesta de bebé y mamá, revisión médica, cuidado de niños, estética y belleza, farmacias y medicamentos, funeral familiar, funeral individual, asistencia en bicicleta, conductor asociado, guía de actividad física, orientación nutricional, orientación psicológica, sustentabilidad, protección personal, red al mejor precio y segunda opinión médica.

La gran noticia es ésta: hasta ahora Youse vendía directamente al cliente, pero ya lanzaron su canal B2B2C. Se apoyaron en sus conocimientos sobre el proceso digital y en los clientes para poder construir y

estructurar una distribución digital en B2B2C. Por medio de este canal han revolucionado su propuesta de valor. Hoy cuentan con cuatro corredoras de seguros y cuatro empresas no aseguradoras operando con ellos. También tienen otros 11 socios en el proceso de integración final y otros 30 bajo NDA haciendo ajustes de implementación. Los socios incluyen diferentes tipos de empresas y segmentos, como fintechs, billeteras, compañías de beneficios, operadores, minoristas, mercados, corredores de seguros y también compañías de seguros.

Como pueden observar, en Youse asumieron una posición de liderazgo gracias a una serie de disrupciones en un sector muy tradicional, y lo hicieron con un modelo de negocio completamente innovador, sin igual en la industria. Ahora están iniciando una segunda fase para expandir su nuevo modelo de negocio y canal de distribución con su plataforma digital de API, plug and play y en marca blanca. El valor agregado de trabajar con Youse es que los socios ahora tienen la oportunidad de crear una nueva línea de ingresos de una manera muy simple y aumentar la relación con sus clientes.

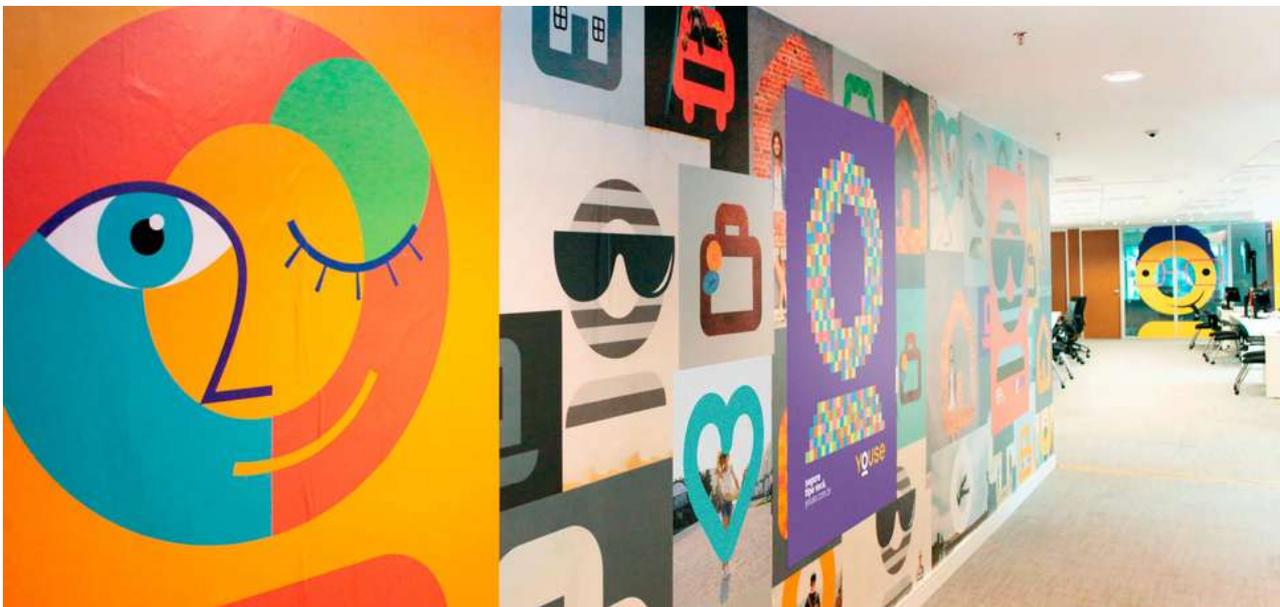


Me interesa saber cómo incluyen en su propuesta de valor los dos nuevos drivers de la innovación: la inclusión y la sustentabilidad. Marcos me comenta que Youse nació digitalmente, o sea, es paperless desde su origen, y cuenta con un programa de compensación de carbono. Además están lanzando una campaña para reducir el uso de plástico internamente. Otra fuerza de inclusión está relacionada con el cliente, ya que han democratizado el mercado de seguros ofreciendo un producto sin complicaciones. ¡Y el 70 por ciento de los clientes en Auto nunca habían contratado un seguro antes!

Para terminar, Marcos habla de la regulación que promueve la innovación en Brasil. Youse no participó en el Sandbox. Sin embargo, Marcos apoya las medidas y cree que éstas apuntan a aumentar el acceso de los consumidores y a simplificar y flexibilizar los seguros. En cuanto a flexibilización, ellos ya la han adelantado, principalmente con seguros intermitentes (on-off): hoy con Youse, el cliente tiene la libertad de activar o desactivar su póliza cuando quiera.

Respecto a Open Insurance, Marcos recuerda que todo producto financiero se basa en la confianza. Proyectos como Open Insurance y Open Finance ayudarán, a lo largo de los años, a dar esta confianza al consumidor. Y el nuevo modelo B2B2C de Youse es la oportunidad de abrir un nuevo canal de venta y abrazar este cambio.

Youse siempre seguirá siendo la punta de lanza de la innovación.



WIP, la nueva insurtech "work-in-progress" que revolucionará el mundo de la asistencia - Diciembre '22

La primera vez que me junte con WIP su nombre era Asiste App y me impresionó la energía del equipo y, en particular, de Jessica Tabares, CEO y co-founder. Meses después, tengo la oportunidad de colaborar con ella y con un grupo de insurtechs en el armado de un Hub Insurtech en Colombia y su energía no era un bluff, ¡era bien real!

Para comenzar Jessica me cuenta que WIP es la plataforma colaborativa de servicios de asistencia que le permite a los proveedores de asistencia tecnificar todo su proceso operativo, dejar de usar Excel, Whatsapp o papel y les permite controlar, gestionar y monitorear toda su operación logística desde un mismo portal.

Además, permiten que las aseguradoras tengan altos porcentajes de servicios de asistencia efectivos en el momento de la verdad del asegurado, a través de la uberización de todo el proceso de asistencia conectando en una misma plataforma a asegurados, aseguradora, proveedores terceros y colaboradores en campo, todos participando del servicio en un mismo lugar, WIP.



Actualmente se registran con ellos más de 80.000 servicios mensuales de asistencia dentro de Colombia y cuentan con una red de proveedores en 12 ciudades del país con más de 5000 colaboradores activos en campo, que trabajan diariamente prestando sus servicios de asistencia a los asegurados en los +180 tipos de servicios de asistencia creado; servicios que van desde asistencia vehicular, hogar, médico, etc.

Dos de sus grandes productos son: Software y Red. WIP Software permite a las aseguradoras conectar su logística con la logística de todos estos proveedores y crear su propia red de asistencia. Todo a través de tecnología especializada para la prestación de estos tipos de servicios. Con WIP Red lo que hicieron fue conectar proveedores que usan su software con empresas aseguradoras que además de software requieren también los servicios de asistencia, en esta línea, ellos se encargan de la red, la prestación, las novedades y todo lo necesario para prestar servicios de asistencia en el menor tiempo posible todo soportado bajo la mejor tecnología WIP.



Jessica me dice que todas las empresas prestadoras de servicios de asistencia que hacen parte de WIP Red, usan en sus procesos internos de logística su tecnología, esto les garantiza tener proveedores que tienen logísticas rápidas, organizadas y todo un equipo conectado. Su tecnología permite que puedan asignar el recurso ideal más cercano en tiempo record, lo cual hace que el asegurado pueda vivir la mejor experiencia en el momento de verdad del seguro. Vale la pena resaltar que este momento es cuando el asegurado realmente tangibiliza su seguro, es por esta razón que es muy importante garantizar efectividad y tiempos en la prestación de las asistencias. Los tiempos varían según tipo de servicios y localidades, pero con su tecnología garantizan una optimización de hasta el 40% en tiempos de prestación.

WIP Software les permite estar en cualquier lugar del mundo, ya que funcionan bajo un modelo SaaS, por lo cual cualquier empresa desde aseguradoras hasta pequeños proveedores, pueden acceder a su tecnología. Actualmente, están en Colombia y comenzarán con una nueva aseguradora en Chile. Sus planes para el 2023 son seguir expandiéndose a otros países de LATAM.

WIP es un software que a medida que ha ido evolucionando, les ha permitido llegar a un gran número de industrias, por WIP se registran servicios de última milla, plomeros, ambulancias, cerrajeros porque al final lo que los convoca son todas las empresas que tienen colaboradores en campo prestando servicios y desean supervisar esta gestión.

Sin embargo, nacen en el sector asegurador y es un nicho donde encuentran gran afinidad en cuanto a producto y experiencia, cada funcionalidad de la plataforma WIP está pensada para cada acción en el proceso logístico de las asistencias en las aseguradoras, esto permite una adaptación completa a los procesos operativos y de logística de las mismas.

Jessica me dice que, como equipo, les produce una gran alegría poder ser aliados en las asistencias de aseguradoras como SBS Colombia, HDI Seguros, quienes han creído en el proyecto desde el inicio, los enorgullece poder mantener relaciones comerciales, no solo con su Software, sino en muchas de sus otras líneas, adicional, proveedores logísticos en otros tipos de asistencia que han





conectado sus logísticas a través de WIP con empresas como Falabella, Leonisa, Éxito, Sodimac, Ali baba, y muchas otras, lo cual nos llena de felicidad pues vemos como cada vez más la red colaborativa de asistencia va creciendo más y más.

¡Hace unos meses levantaron IMUSD en un pitch! Sobre eso, Jessica me comenta que fue una excelente experiencia, poder acceder a la tarima de Starco Medellín ante más de 10.000 espectadores.

Allí, no solo conocieron inversionistas, sino que también tuvieron la fortuna de poder conocer muchas empresas que necesitaban su solución, lo cual fue aún mejor, pues esta exposición les permitió darse a conocer y comenzar procesos comerciales que en otro ámbito hubieran sido más difíciles de comenzar.

El proceso de inversión en estos meses tuvo una pausa debido al posicionamiento del nuevo presidente y la incertidumbre que se generó en el ecosistema VC colombiano, por lo cual en esta ocasión no completaron el 100% de la ronda, y tomaron la decisión interna de abrirla nuevamente el próximo año cuando tuvieran los hitos relevantes que querían alcanzar durante estos últimos meses del 2022, los cuales hasta hoy son hitos ya cumplidos, esto los impulsó a mejorar su valorización y llegar a inversionistas internacionales.

Su foco en este momento es Producto y Experiencia del Cliente, su nueva versión viene con todo un concepto self services, quieren que cualquier empresa, en cualquier lugar del mundo, inscriba su tarjeta de crédito y pueda acceder a su plataforma para monitorear todos sus servicios en campo, de una manera fácil e intuitiva.

Según Jessica este foco en Producto les permitirá tener una expansión más rápida.

Jessica es una de las grandes líderes insurtech en Colombia, es por eso que me interesa saber su visión del ecosistema y su ambición dentro del mismo.



Me dice que realmente es un sector que quiere y por el cual ha trabajado durante muchos años. En Colombia ve un ecosistema abierto, colaborativo y muy dispuesto a co-crear, esta energía permite que todos los que trabajan por el sector se integren y, por ende, al construir juntos, el resultado será de mucho crecimiento para el ecosistema.

La meta personal que se propuso es seguir creando tecnología y experiencias que le permita a las aseguradoras estar realmente cerca de sus asegurados cuando estos realmente lo necesitan. Una persona no piensa en su seguro nunca, pero cuando algo le sucede y los necesita, es ahí donde realmente hay que estar para poder ayudar. Esa es su gran ambición en WIP, conectar para poder ayudar y servir en el menor tiempo posible.

Con respecto al ecosistema seguir conectado el sector en un punto en común, generando ideas, co-creando y trabajando juntos para que sea un caso de éxito a nivel mundial.



X. ANEXO

*¿Qué es una insurtech?
¿Cómo se leen los mapas?*

¿QUÉ ES UNA INSURTECH?



La palabra “**Insurtech**” está “de moda” pero lamentablemente, **no existe ninguna definición oficial del concepto en el mundo**, por ende, nuestra voluntad en este informe es definir un concepto que tratará de ser el más consensuado posible sin tener la soberbia de considerarlo como la verdad. Este concepto fue definido a partir de nuestro trabajo y los múltiples encuentros internacionales que tuvimos durante los últimos 4 años.

Dentro de nuestros encuentros, descubrimos que algunos actores daban prioridad al concepto de innovación o valor agregado a la cadena de valor sobre la parte tech, incluyendo entonces start-up no-tech.

Otros actores incluyen insurtechs en sus mapas por auto-declaración de las mismas y sin analizar criterios técnicos objetivos.

Si bien valoramos este criterio de “es insurtech el que se siente insurtech” nosotros hemos considerado una clasificación mas exigente en términos de tecnología y potencialidad de afectar la industria.

En conclusión, **definiremos Insurtech como “start-up de tecnología que innova en la cadena de valor del seguro y en su periferia”**, si bien esta definición consigue rápidamente un consenso, nos impone de definir mejor cada concepto atrás de cada palabra.

Definir y transparentar una definición es también animarse a definir lo que es y también lo que no es desde el punto de vista de dicha definición.

Es por este motivo que descubrirán insurtechs ausentes de otros informes, radares o asociaciones y por el contrario, algunos miembros insurtechs de asociaciones que no responden a los criterios de este informe.

Presentamos entonces nuestras disculpas a todos los tremendos emprendimientos, aseguradoras, software factory que ayudan a la transformación del sector, que nos piden ser incluidos en estos radares pero que lamentablemente no cumplen con los criterios mínimos.

Adicionalmente, solo el que no hace no comete errores, por ende, es posible que vayamos mejorando nuestro screening semestre a semestre. Agradecemos a nuestra audiencia por su tolerancia y sus aportes.

USO DE LOS CONCEPTOS ASOCIADOS A LA DEFINICIÓN MISMA

El concepto de “Start up”, significa que, por definición, es **un emprendimiento** – o sea, es “un inicio de una actividad que exige esfuerzo o trabajo, o tiene cierta importancia o envergadura”.

Por lo tanto, ser insurtech debe tener menos de 10 años(1) en general. También, en este concepto de “Start-up” existe el concepto de “**independencia**”, o sea, una unidad de negocio de un banco o de una aseguradora será difícilmente considerada como Insurtech.

En el concepto de start-up, los emprendedores y **fundadores tienen un rol clave del éxito** y generalmente son accionistas mayoritarios o con un peso importante, es uno de los criterios analizados para ser Insurtech(2).

“... **de tecnología**”: la tecnología juega un rol preponderante en una insurtech. Es muy probable que una start-up que no sea “tech” se excluya de los radares o en caso que no tenga su tecnología propia será mas difícil de considerarla como Insurtech. Nos sorprende que algunos emprendimientos se definan como Insurtech sin tener ni siquiera una página de internet, ¿no?

(1) Ahora, existen excepciones como el caso de 123Seguro en Argentina, que partió en 2010 y que tiene de nuestro punto de vista, todas las características de Insurtech.

(2) Por ejemplo, Lemonade mas allá de su IPO sigue siendo “Insurtech” en este sentido por el rol preponderante que tiene los fundadores Daniel Schreiber y Shai Wininger.

“...innova en la cadena de valor del seguro”: este concepto es amplio, pero nos permite incluir a todos los emprendimientos que acompañan a las aseguradoras, a los intermediarios y hasta a los reaseguradores y que tengan el **foco en la innovación.**

“... y en su periferia”: esto nos amplifica el scope ya que, por ejemplo, una solución de telemática, de prevención o de servicios podría ser considerada como fuera de la cadena de valor propia del seguro, sin embargo, con este apéndice, **se incluyen todos los emprendimientos que aportan a la evolución del seguro en pos de la mejora a la experiencia del cliente o de la cadena de valor propia del seguro.**

USO DE LOS CONCEPTOS ASOCIADOS A LA DEFINICIÓN MISMA

Usando una categorización frecuentemente usada, nosotros repartimos las insurtechs en 3 categorías principales:

A) NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

B) DISTRIBUCIÓN

C) SERVICIOS A LAS ASEGURADORAS E INTERMEDIARIOS (ENABLERS O HABILITADORES)

1) En el caso de las categorías **(A)** y **(B)**, estamos hablando de productos de seguros y de protección, vendidos digitalmente a un cliente final (personas físicas o personas morales). Ahora, **¿qué es una venta digital?** Aquí entramos en otro mundo sin conceptos definidos, por ende, nosotros definiremos venta digital como una venta que tiene por lo menos 80% de su proceso por canal internet, app, social media, chatbot o voicebot y que ofrece la posibilidad (y no la obligación) al cliente de comprar 100% on-line.

- Por ende, será siempre difícil incluir emprendimientos que tengan presencias físicas y sucursales.
- Por otro lado, aceptaremos en algunos casos soluciones de protección de salud más allá que esté regulado o no por la entidad reguladora de seguros.

En estas verticales incluiremos intermediarios que distribuyan otros tipos de productos cuando entendemos que el emprendimiento tenga foco y conocimiento principalmente en seguros(4).

2) En el caso (C), los emprendimientos tienen más foco en el B2B ya que sus clientes son generalmente (Re)aseguradoras e Intermediarios. En este contexto, vamos a incluir emprendimientos que tienen un producto y descartar las consultoras o los proveedores de servicios como por ejemplo equipos exclusivos de Data y Analytics que trabajan a la medida.

Se incluyen soluciones que pueden también ser útiles a otras verticales (Finanzas, Retail etc...). Por otro lado, se excluyen los resellers de software o las grandes software factories(5) que nos alejan del concepto start-up.



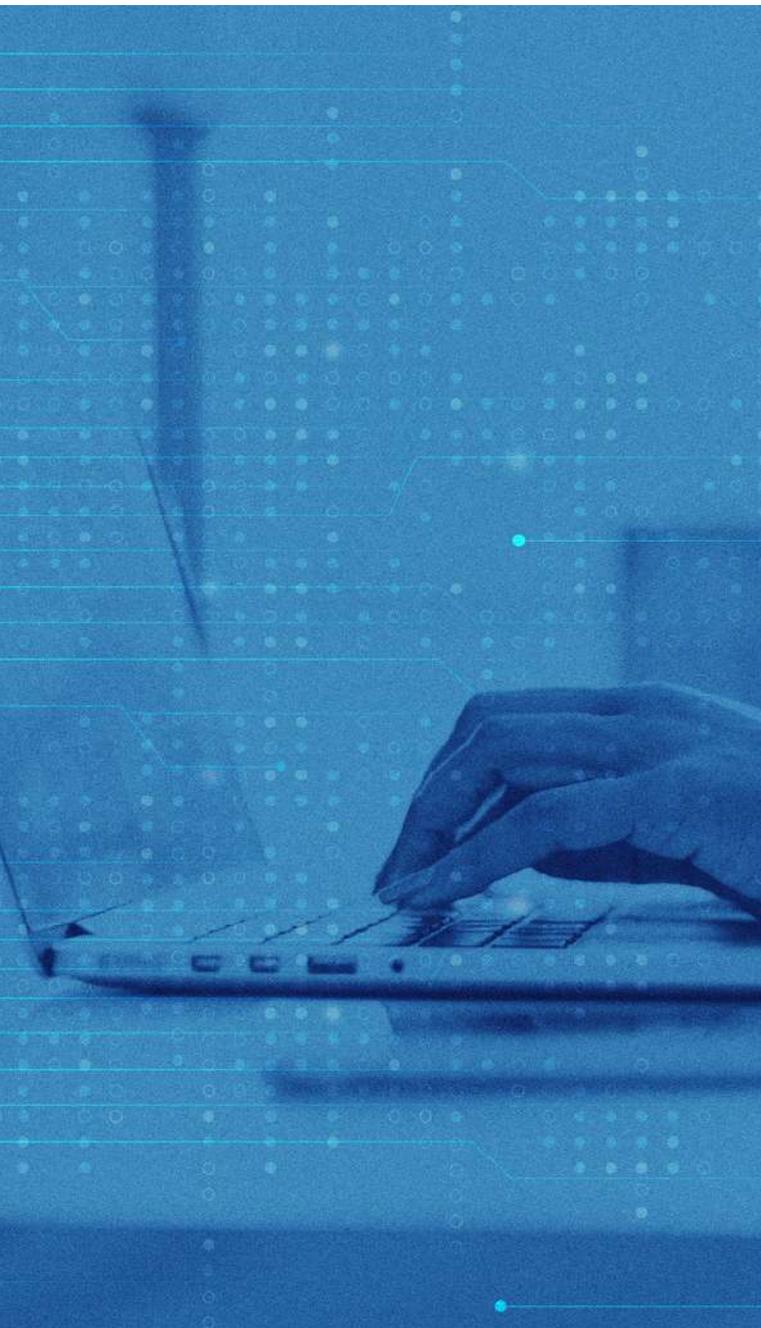
(4) Por ejemplo, es el caso de ComparaOnLine – insurtech de origen chilena - que distribuye créditos automotrices también.

(5) Recordamos que el concepto “insurtech” no tiene ambición de emitir un juicio de valor sobre la propuesta de grandes proveedores del sector asegurador

CONCLUSIÓN

Definir lo que es una Insurtech es posible a partir de la definición “start-up de tecnología que innova en la cadena de valor del seguro y en su periferia” y por otro lado los límites son líquidos y cada emprendimiento tiene un score intrínseco que lo hace más insurtech que otro (un poco más emprendedor, un poco más tech, un poco más digital, un poco más innovador...). Por ende, tratamos de armar los mapas insurtechs desde 2019 de la forma más coherente y homogénea posible según los criterios ampliamente descritos con anterioridad.

Incluir insurtechs significa también jugar el rol del “gorila en la puerta de la discoteca”, y lamentablemente, este score intrínseco mencionado previamente excluye algunas empresas o emprendimientos que se definen ellas mismas como Insurtechs. Aclaramos que no tenemos la ambición de emitir un juicio de valor sobre la calidad del aporte a la transformación del sector asegurador, sino más bien de tratar de definir objetivamente lo que es una insurtech a partir de su definición propia.



II. ¿CÓMO SE LEEN LOS MAPAS?

Para cada mapa de cada país, usamos la misma repartición en 3 categorías principales:

A) NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO

B) DISTRIBUCIÓN

C) SERVICIOS A LAS ASEGURADORAS E INTERMEDIARIOS (ENABLERS O HABILITADORES)

(A) NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO: tomamos la decisión de separar en esta categoría los “distribuidores de seguros” que aportan algún grado de innovación. Por ejemplo, incluimos los neo-insurer

(llamado también “insurtech full-stack”) que son los únicos que compiten directamente con las aseguradoras o las soluciones de telemáticas que distribuyen seguros o los modelos de embedded insurance. En todos los casos, tienen acceso directamente a los clientes en modelo B2C.

(B) DISTRIBUCION: son generalmente todas las marketplaces, los brokers digitales, los modelos simili-MGA(6) y otros tipos de intermediarios que distribuyen seguros a personas físicas o personas morales en partenariat con las aseguradoras tradicionales. En este tipo de modelo intervienen intermediarios que entran en el sector asegurador pero también muchos intermediarios mas tradicionales que se transforman en insurtechs.

(6) El modelo MGA (managing general agent) es un modelo regulado en varios mercados (UK, US...). Aquí, en los radares hablamos de MGA Model como un modelo de distribución de productos donde los productos están diseñados por la aseguradora en casi-exclusividad para el distribuidor, en el cual no existe ninguna comparación de precio con varias aseguradoras y donde la marca de la aseguradora es secundaria (o hasta puede ser en casi marca blanca). Por ejemplo, en el caso de Klimber en Argentina que distribuye Seguros de Prudential Seguros, el cliente de Klimber tiene solo una elección de aseguradora por un tipo de producto y es la marca Klimber que está puesta en evidencia.

(C) SERVICIOS A LAS ASEGURADORAS E INTERMEDIARIOS: Estos “HABILITADORES o ENABLERS” ofrecen una solución tecnológica para una(s) parte(s) de la cadena de valor de los seguros. En este caso, descubrimos soluciones alrededor de la digitalización de los siniestros, la detección de fraude, soluciones de telemática e internet de las cosas en general, plataforma de salud, plataformas para los intermediarios o plataformas para aseguradoras. La creatividad es infinita.



INTERNACIONALIZACIÓN

Tuvimos que responder a la pregunta: **¿Qué es una insurtech del país XXX?** O sea, una insurtech “habilitadora” de Europa que trabaja con una aseguradora de Perú es una insurtech de Perú?

De la misma forma que tuvimos que definir lo que es una insurtech, ahora tomamos un criterio para definir lo que es una Insurtech de un país. En caso que el emprendimiento sea del país, es fácil, ahora por definición, las insurtechs son multi-países por ende, para estar incluido en el mapa de un país debe tener razón social o negocios y equipos de atención en el país. **Esta definición es cuestionable sobre todo en el mundo post-covid donde las fronteras tienen menos relevancia que antes pero hasta ahora tiene sentido.**

¡MUCHAS GRACIAS POR EL APOYO!

agradecemos la difusión

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

Digital
insurance
LATAM