



**Digital  
insurance**  
LATAM

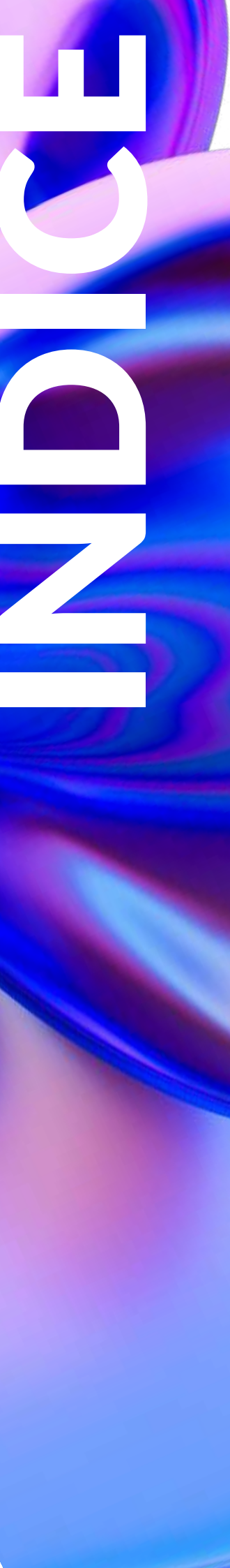
ENERO 2024

# LATAM INSURTECH JOURNEY

Edición N°7

**¿Logrará el ecosistema  
superar las 500 insurtechs?**

INSURTECH  
**ADVISORY**  
EXPLICIT CONTENT



<b>Introducción</b> .....	4
<b>Predicciones 2024</b> .....	9
<b>Executive Summary</b> .....	18
<b>I. ¿Cuántas insurtechs hay?</b> .....	22
<b>II. ¿Cómo crece el ecosistema?</b> .....	23
<b>III. Financiación</b> .....	26
<b>IV. ¿Qué hacen las insurtechs?</b> .....	29
<b>V. Muerte de insurtechs</b> .....	32
<b>VI. Overview de cada país</b> .....	34
<b>VII. Foco en la AIP</b> .....	36
<b>VIII. Mapas insurtech</b> .....	39
<b>IX. Insurtech VIP Lounge</b> .....	58
- Kakau .....	61
- Flip! .....	64
- Figuro .....	67
- Meddi .....	71
- Ceptinel .....	75
<b>X. Anexos</b> .....	80
- ¿Qué es una insurtech? .....	81
- ¿Cómo se leen los mapas? .....	86

## SPONSOR PLATINUM



CHUBB®

## 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 estudio puede existir solo con el apoyo de sponsors.

## SPONSOR GOLD

Munich RE  HCS CAPITAL

Tu apoyo es crucial para mantener vivo este informe, el cual ya ha sido visto más de 100,000 veces.

¿Te gustaría ser auspiciante?  
contáctanos en:  
[marketing@digitalinsurance.lat](mailto:marketing@digitalinsurance.lat)

# INTRODUCCIÓN

Hugues Bertin - CEO & Founder



**¿Logrará el ecosistema superar las 500 insurtechs?**

En el último semestre, comentábamos que hablar de insurtech ya no tenía el mismo glamour que en semestres anteriores.

La gran paradoja es que, por un lado, el ecosistema de insurtechs experimenta una notable desaceleración con 477 empresas, lo que representa un modesto crecimiento del +2%, una tasa récord de fracasos del 13% (equivalente a 60 insurtechs desaparecidas en 2023), y una sequía de financiamiento con solo 25 MUSD este semestre, es decir, 125 MUSD en 2023, lo que representa una disminución del 70% en comparación con 2021.

Por otro lado, en este panorama apocalíptico, nunca he sentido tanto entusiasmo en los países por hablar de insurtechs.



- En los tres países de la Alianza Insurtech del Pacífico (AIP), que son México, Colombia y Chile, el dinamismo del ecosistema colaborativo entre insurtechs, aseguradoras y aceleradores está en su punto más álgido. Imagínense que más de 20 aseguradoras o grandes corredores son socios y miembros activos en una de estas tres asociaciones, colaborando con más de 100 insurtechs. Además, es probable que las insurtechs de Centroamérica se integren a la AIM de México.
- En Argentina, la Cámara Insurtech está realizando un excelente trabajo en términos de colaboración y apoyando la creación de la nueva Cámara Insurtech de Paraguay.
- En Brasil, el ecosistema sigue siendo muy robusto, y a pesar de que el 40% de las insurtechs del Sandbox no lograron obtener una licencia, la financiación sigue disponible y la competencia es muy alta.

- Grandes actores aseguradores como Zurich, RUS, Bradesco, Mapfre, Lloyds y Alfa están involucrados en proyectos de colaboración con insurtechs.

Estoy seguro de que el ecosistema está experimentando solo una etapa de pausa, ya que las necesidades de transformación en el sector asegurador son enormes. Solo la colaboración entre los actores tradicionales y los emprendedores tecnológicos puede ayudar a reducir la brecha de aseguramiento que los ciudadanos de América Latina esperan.

Esta colaboración no se limita solo al sector tradicional (aseguradoras e intermediarios) e insurtechs. Hoy, más que nunca, las asociaciones, los reguladores, los reaseguradores, los fondos de inversión y las empresas del sector **están co-construyendo la protección del futuro.**

Antes de comenzar a hablar del contenido de este Latam Insurtech Journey, quiero agradecer a aquellos que nos apoyan. Apoyar al ecosistema insurtech en 2024 es contribuir a impulsar el sector asegurador en el mundo que viene.

## SPONSOR PLATINUM

- **RGA:** es la única compañía global de reaseguros que se enfoca exclusivamente en soluciones de vida y salud.
- **Chubb:** Chubb es una aseguradora líder en el mercado global, presente en 54 países y que colabora con las insurtechs.

## SPONSOR GOLD

- **Munich RE:** es su socio para todas las cuestiones relacionadas con la gestión de riesgos. Durante más de 140 años, ha sido uno de los principales proveedores mundiales de reaseguros, seguros primarios y soluciones de riesgo.
- **HCS Capital:** fondo de inversión con foco en Insurtech, Fintech y Cyber en Latam, USA e Israel.



**60 MINUTOS CON  
HUGUES BERTIN**

RESERVA  
TU  
ESPACIO  
AQUÍ



En esta 7ma edición del Latam Insurtech Journey, vamos a descubrir:

- Las 6 predicciones 2024 de Hugues Bertin en la parte “¿Quién será el dragón de la "distribución 2.0"?”
- Que a pesar del 13% de insurtechs que mueren, el ecosistema crece +2% llegando a 477 insurtechs.
- -70% de inversión en 2023 vs 2021 con solo 125 MUSD.
- Haremos un foco en la Alianza Insurtech del Pacífico.
- Los mapas insurtechs, que por supuesto están actualizados (de ante mano, presentamos las disculpas antes posibles errores u omisiones).
- Terminaremos con los últimos 5 Insurtech VIP Lounge:







- **Kakau (BRA)**, la insurtech que hoy es neo-insurer.
- **FLIP! (ARG)**, la sostenibilidad en el centro de la insurtech.
- **Figuro (COL)**, el primer personal shopper de seguros al precio de Netflix.
- **Meddi (MEX)**, la insurtech de salud y bienestar para las empresas mexicanas.
- **Ceptinel (CL)**: La regtech que se convierte en insurtech

*Los 2 eventos imperdibles de 2024 !!*

- **EILA - “Evolución Insurtech Latam 2024”** by InsurteChile - 3 y 4 de septiembre en Santiago de Chile
- **ITC Vegas** by InsureTech Connect - 15 al 17 de octubre en Las Vegas

Este semestre, queremos agradecer, en particular, a José Prado y a Nishi por su gran conocimiento en el ecosistema Insurtech Brasileño y su ayuda para actualizar los mapas de Brasil.

A nuestros media partners, que continúan publicando mes a mes los Insurtech VIP Lounge: El Asegurador (MEX), 100% Seguros (ARG), Insurtech-Brazil (BRA) y Connecta B2B/ Mercados Tendencias e ITNow (Centro América) y a InsurtechNews que incorporó a Hugues Bertin en su ranking de los 50 mayores influencers.

Por supuesto que a HCS Capital y a nuestros colegas Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano, Axel Mihanovich y Matias Tapia.

A todo el ecosistema de la Alianza Insurtech del Pacífico: Andrea Triat García, Vicky Oubiña, Diego Fernández León, Rodrigo Labbé, Jonathan Alle, Juan Cifuentes, Igal Neiman, Ronny Gonzalez, Ryan Kerr, Matías Stäger, Rodrigo Alfonso, Jessica Tabares, Juan Camilo Gonzalez, Jimmy Aparicio, Carolina Losada, José Ricaurte, Isabella Bedoya, el gran Oscar Garza Lopez Portillo, Kathia Ramírez.

Un cariño personal a los equipos de RGA (Jesus Spinola Grandio, Yazmin Luna and team), de Chubb (Marco Gunn, Rodrigo Valiente, Paula Barifouse y Micaela Amodio) y de Munich Re (y en particular a Alberto Abalo, Carlos Rodriguez, Max Kückemanns, Fede Tassara y team).

Special Big Up a Drake Slaikeu-Lawhead, Bill Harris, Nicole Peck Hilario Itriago, Pablo Tiscornia y Juan Mazzini, Felipe Ospi, a Laura Lopez, Oliver Nuyens y por supuesto las asociaciones AB Insurtech y la Camara Insurtech Argentina (Alberto Gabriel, Pablo Luhning, Hugo Yovino, Pablo Sutton y todo el team).

Además, agradecemos a todo lo que es plataforma de conocimiento, como The Digital Insurer (Singapore), Hugh Terry, Simon Phipps, Malini Nagaria, Belen Etchegoyhen, a nuestro gran Alumni Ambassador: Santiago Franzini y a todo el equipo del CDI+Latam / TDI Academia en Latam.

**¡Arrancamos la 7ma camada del CDI+Latam en marzo 2024!**





## CDI+Latam - Mini MBA Programa para sus talentos

El certificado más reconocido de innovación en seguros de LatAm con un aprendizaje híbrido que le permite poner en práctica toda la teoría

¡INSCRIPCIONES  
ABIERTAS!

PRÓXIMA  
CAMADA 7 DE  
MARZO 2024

### Coordinación Académica



**Hugues Bertin**  
TDI Academy Latam  
Managing Director  
Digital Insurance LatAm  
CEO & Founder

Hugues Bertin está acompañado por más de 30 expertos internacionales del sector de seguros y tecnología.

### Contenido de las Clases

- El seguro en el mundo que viene
- Nuevas tecnologías en seguros
- Data y Analytics
- Innovación en la cadena de valor
- Nuevos modelos de negocios
- Customer Experience & Marketing
- Estrategia y transformación

### Dirigido a

Ejecutivos de aseguradoras, intermediarios, talentos digitales, expertos insurtechs con alto potencial y sed de aprendizaje

*"Propulsa tus talentos en el mundo que viene"*

### TDI Academy en LatAm

120+  
GRADUADOS

30+  
COMPANIAS

10+  
PAISES

NPS Rating  
**+80%**  
Excelente

### Contenido + Práctica + Networking

- 🚀 Camada de 20/25 ejecutivos talentosos con sed de aprendizaje y networking
- 🔍 Hasta 56 clases asincrónicas con contenido de videos pre-grabados y artículos exclusivos de los expertos más importantes de la industria
- 👤 8 sesiones en vivo, moderadas por Hugues Bertin y la participación de expertos invitados
- 👥 Desarrollo de un proyecto de innovación en grupos de 4 o 5 participantes, con el fin de poner en práctica lo aprendido
- 📖 Casos de estudio y ejemplos concretos durante todo el programa

### Duración y Aranceles

4 meses aprox. (entre 2 y 3 camadas por año)  
2.500 usd



**MÁS  
INFORMACIÓN**



[www.digitalinsurance.lat](http://www.digitalinsurance.lat)

[www.the-digital-insurer.com](http://www.the-digital-insurer.com)



[belen.etchegoyhen@the-digital-insurer.com](mailto:belen.etchegoyhen@the-digital-insurer.com)





INSURTECH  
ADVISORY  
EXPLICIT CONTENT

6 PREDICCIONES PARA EMPEZAR 2024

by Hugues Bertin

## ¿QUIEN SERÁ EL DRAGÓN DE LA "DISTRIBUCIÓN 2.0"?

Como este es un artículo de principio de año, vamos a armar un “back testing 2023” y también hacer predicciones para el 2024.

Empezando este año del Dragón 🐉 para los chinos, me pregunto: ¿Qué va a ocurrir en 2024?

Entre 2016 y 2018, pensábamos que el mundo insurtech iba a remplazar a las aseguradoras con Trov, Root, Metromile y Lemonade. Esto no pasó y observamos las grandes dificultades de las insurtechs D2C hoy con un CAC insostenible y su incapacidad de mejorar sustancialmente los Loss Ratios (caso de Metromile o Friday Health en US o Luko en Francia).

Entre 2015 y 2020, el mundo estaba preocupado por las aseguradoras, lentas, analógicas, tradicionales. Hoy, más que nunca, el sector asegurador muestra su resiliencia, su capacidad de transformarse (a pesar de que la transformación es lenta para algunos) y su habilidad para incluir tecnología.

Entre 2020 y 2022, durante la pandemia, pensamos que los consumidores iban a comprar todo con 2 clicks, todo digital y entonces que la intermediación tradicional iba a desaparecer, pero no pasó. La intermediación se adaptó (como los taxistas con Uber 😊), integrando cada vez más tecnología y acercándose al mundo insurtech.

También, pensábamos que los reaseguradores iban a desintermediar a las aseguradoras, integrando mucha tecnología. Salvo en el caso de los seguros paramétricos, liderados por los reaseguradores, no estamos observando en Latam que los reaseguradores sean mucho más tecnológicos que las aseguradoras tradicionales.

Igualmente, se pensó que el "famoso millennial" quería consumir seguro por uso (seguro a la demanda, por ejemplo) y no pasó. Ahora, todo el mundo habla sobre seguros paramétricos como una necesidad del consumidor pero los que me siguen saben que cuestiono esta nueva hipótesis. Del mismo modo, pensar que el seguro embebido ("embedded insurance") va a remplazar al seguro tradicional, no me lo creo para nada.

Que sí, es una tendencia relevante, ok, pero no creemos un Dragón 🐉 que no existe.



Eso sí, la evolución de la distribución que llamaremos Distribución 2.0 sigue siendo muy relevante con, por un lado, nuevos actores (Sem Parar, MercadoLibre, Nubank...) y grupos de afinidades y entonces más seguros embebidos y, por otro lado, el mundo OMNI, con una intermediación tradicional que mezcla lo humano con lo digital y que integra tecnología como GenAI y omnicanalidades (WhatsApp, RRSS, etc.) integrándose orgánicamente en los ecosistemas de las aseguradoras.

Pero bueno, esta visión la compartiré en el año, en mis conferencias o mis clases de la TDI Academy.



## Back-testing predicciones 2023

Aquí estaré tomando mis predicciones creadas en enero del 2023 para compararlas con la realidad de los hechos ocurridos durante el año.

- ✓ **Predicción 1: La sustentabilidad y el triple impacto como el corazón de la estrategia de innovación.**

Resultado: 🤔

La sequía de inversiones en 2023 obligó a las insurtechs a centrarse en los aspectos básicos de Rentabilidad y Riesgos (Mundo 100% Markovitz), retrasando varios proyectos de sostenibilidad. Sin embargo, en línea con la COP 2028 de Dubai, están surgiendo nuevos proyectos alrededor del mundo en el ámbito de los créditos de carbono, como CarbonPool. Todas las aseguradoras de Latinoamérica están comunicando cada vez más sobre ESG. Además, el proyecto Butterfly Legacy, que convierte a las asociaciones caritativas del ecosistema Butterfly en accionistas, va en esta dirección.



- ✓ **Predicción 2: Reducción de las brechas de protección y más inclusión aseguradora.**

Resultado: 👍

Todos los actores del ecosistema asegurador en Latinoamérica tienen al menos una iniciativa para mejorar la inclusión, como el caso de Cardif Colombia con Leonisa, que busca mejorar el acceso de las mujeres a coberturas contra el cáncer. Los seguros paramétricos, respaldados por reguladores de países como Chile, Guatemala o Colombia, están favoreciendo la accesibilidad a los seguros. Un ejemplo es Cardif Colombia con el Banco Agrario, protegiendo a pequeños y medianos productores agrícolas contra excesos de lluvia, sequías o inundaciones. En Latinoamérica, la insurtech destacada en este tema es la puertorriqueña Raincoat, que ha recaudado 11 millones de dólares en 4 rondas de financiación.

### ✓ Predicción 3: Crecimiento exponencial de los ecosistemas.

Resultado: 👍

Cada actor está avanzando en la creación de su propio ecosistema, poniendo al cliente en el centro e intercambiando soluciones basadas en datos para ofrecer a los asegurados una experiencia integral y fluida, combinando seguros y servicios. La mayoría de las aseguradoras de vida están incluyendo soluciones de bienestar físico, financiero o mental con colaboraciones externas. Actores de servicios y asistencias como Grupo MOK, Grupo Asys o Connect Assistance, que han desarrollado servicios personalizados y tecnología, son ahora importantes para la distribución y para brindar servicios a los operadores de seguros.

### ✓ Predicción 4: Un ecosistema insurtech más saludable.

Resultado: 👍

El ecosistema insurtech mantiene una tasa de mortalidad de aproximadamente el 10% anual, la cual podría acelerarse en los próximos meses.

La escasez de financiación ha obligado a las insurtechs a ofrecer resultados e impactos a corto plazo con mayores exigencias por parte de las aseguradoras. La mayoría de las insurtechs de distribución han migrado a modelos B2B2C o de marca blanca para escalar más rápidamente y reducir sus costos de adquisición. Además, insurtechs consolidadas como MeCubro que han anunciado una alianza con Ualá (el primer Neo-Banco Argentino) y su entrada a Perú, siguen sus expansiones.

### ✓ Predicción 5: Más y más seguros embebidos.

Resultado: 👍

En junio, por ejemplo, Amazon Web Services comenzó a incluir seguros cibernéticos. Asimismo, MercadoLibre anunció haber alcanzado los 5 millones de clientes, una parte significativa probablemente mediante seguros embebidos. Apple está incluyendo Asistencia en Ruta en su aplicación, lo que podría convertirse en un futuro canal para desarrollar más productos embebidos. O el caso de Tesla, donde el 7% de los propietarios de vehículos Tesla adquieren un seguro de la marca.

## Predicciones 2024

### 1 Nuevos distribuidores (=Bancassurance 2.0) que facilitan el desarrollo de los seguros embebidos.

Nuevos actores van a ir apareciendo para distribuir seguros (productos con márgenes más altos que el producto core) que satisfacen las necesidades específicas de los consumidores latinoamericanos (en Stand Alone para el desarrollo de "small ticket insurance" como lo está haciendo MercadoLibre, o en un modelo de seguro embebido (seguros contextuales generalmente atados a un subyacente: caso de viaje, de compra protegida, de extensión de garantía, de delay insurance...). El desarrollo de Open Insurance en los próximos años va a abrir los datos de los bancos a las aseguradoras y los intermediarios y, por ende, crear nuevas oportunidades de seguros personalizados: welcome a la Bancassurance 2.0 !!

Ahora, el concepto de Seguro Embebido se vincula mucho a nuevos canales de distribución, ya que generalmente, un distribuidor alternativo trata de "embeber" seguros en su propuesta de valor, en la compra de un subyacente o de manera independiente. Esta es la gran tendencia del sector que abre un nuevo camino a tipos de distribuciones innovadoras. El caso de Sem Parar en Brasil es muy interesante, ya que Sem Parar, un método de pago automático que facilita la vida al utilizar peajes, estacionamientos, gasolineras y muchos otros servicios, ahora empieza a distribuir seguros (auto, viaje, residencial). En Brasil, es interesante seguir los casos de nuevos distribuidores como Nubank con Hogar, Vivo (Telco), Uber con Covergenius (Movilidad) o iFood (Delivery).

### 2 Digitalización de la intermediación tradicional (= Modelo OMNI) que va a ir mezclando lo humano y lo digital de manera omnicanal,

apoyándose en las RRSS (ej: TikTok es la 4ta plataforma de e-commerce en China o ver el caso de la venta de SOAP en Chile con SOAP Bomberos) y herramientas digitales para mejorar el compromiso con el cliente (ver el caso de Compara que usa Inteligencia Artificial Generativa para mejorar un 10% su tasa de conversión). OMNI se va a ir integrando a las aseguradoras o con su marca propia (modelo Broker) o en marca blanca (modelo Agente) y también a desarrollar grupos de afinidad, enfatizando las plataformas móviles y en línea, considerando el alto uso de móviles en la región, para mejorar el servicio al cliente. La Inteligencia Artificial Generativa puede jugar un papel clave.

### 3 Cambios Regulatorios como fuente de Innovación

Deberíamos ver nuevas innovaciones y nuevos actores que buscan la agilidad para adaptarse a cambios regulatorios, que pueden variar significativamente entre países en América Latina, utilizando tecnología para asegurar el cumplimiento de manera eficiente.

Las 4 nuevas tendencias regulatorias en LatAm son Open Insurance, los seguros paramétricos, los seguros inclusivos ("microseguros" a diferenciar de "small ticket insurance") y facilitar la inversión en insurtechs por parte de las aseguradoras.

### 4 Colaboración entre aseguradoras e insurtech

Varias insurtechs en LatAm están cruzando el Valle de la Muerte (caso de Asistensi, por ejemplo), lo que abre la posibilidad de operaciones de M&A para el sector (especialmente en la intermediación como Inter.Mx que adquirió Segurify). Pero también la oportunidad de lindas alianzas como Metlife y Klimber para crear Xcelerator. El desarrollo de la AIP - Alianza Insurtech del Pacífico entre InsurteChile, la Asociación Insurtech Colombia - aic y la Asociación InsurTech México - AIM, que representan el 40% de las insurtechs de LatAm y 200 millones de habitantes, va a ir favoreciendo y acelerando la colaboración entre Aseguradoras e Insurtechs.

Por ejemplo, las Rondas de Negocios de InsurteChile en Colombia y en México fueron tremendos éxitos. La Camara Insurtech Argentina está haciendo un gran trabajo también y es posible que Argentina se convierta en un nuevo polo de atracción.

#### 5 Desarrollo de nuevos riesgos relacionados con la Sostenibilidad

Como decíamos, en línea con la última COP 28 en Dubái, se está observando cada vez más soluciones de riesgos climáticos y la nueva tendencia es ayudar a las corporaciones a asegurarse de poder cumplir sus compromisos de "Net Zero Policy" y conseguir los bonos de carbono necesarios para compensar su huella de carbono. En esta línea, CarbonPool, Oka y Kita desarrollan soluciones muy innovadoras y transformadoras.



#### 6 La Salud en LatAm está viviendo una revolución y se debería observar cada vez más soluciones de salud...

enfocadas en empresas (desarrollo de los modelos de Employee Benefits) con soluciones que agregan también bienestar físico, mental y financiero. Por supuesto, Betterfly, Fully Ecosystem y Marsh deberían ser muy relevantes, pero también insurtechs como Meddi, Mutuus o Koltin.



En Digital Insurance LatAm, nuestro propósito es: “impulsar el sector asegurador hacia un mundo sostenible a través de la tecnología” y seguiremos apoyando a este tan hermoso sector, el asegurador, tanto como sea posible. Gracias por su apoyo; cada 'like', cada comentario, cada mensaje de apoyo o de soporte es importante para mí.

**INFLUENCERS** #50 InsurTech

### The #50insurtech online influencer list

We publish an updated version of the #50insurtech influencer list each month so make sure to come back and check it out. [\[Click to Tweet\]](#)

LAST UPDATE: NOV 27, 2023

1.	↑ (+3)		Daniel Schreiber Chief Executive Officer at Lemonade Inc.		
2.	↑ (+12)		Guy Goldstein Founder & CEO of Next Insurance		
3.	→ (-)		Matteo Carbone Non-Executive Director, Co-Founder, Insurtech Thought Leader, Keynote speaker and writer on insurance innovation		
4.	↑ (+2)		Julian Teicke Founder, Board Member & CEO @ wefox Group		
5.	↓ (-3)		Varun Dua CEO at Acko General Insurance		
.....					
43.	↑ (+4)		Ian White Cofounder/CEO Koffie Insurance		
44.	↑		Hugues Bertin Insurance Strategist & Advisor   N°1 #Insurtech expert in LatAm		
45.	↓ (-12)		Matt Miller CEO & Founder of @Embroker		
46.	↑		Rob Galbraith Founder and CEO, Forestview Insights		

<https://insurtechnews.com/influencers>

Aprovecho nuevamente para agradecer a InsurtechNews por incluirme en el ranking de los Top 50 insurtech online influencers.

También quiero felicitar 🌟 a los 120 participantes certificados de la TDI Academy en LatAm (no se pierdan el inicio de la próxima edición del Mini MBA "CDI+ Latam" que comienza el 7 de marzo!)

🙏 Agradecer el apoyo de los 8.000 seguidores de Digital Insurance Latam, a los 2.500 seguidores del fondo HCS Capital, a mis socios Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano Domínguez, Axel Mihanovich, Matias Tapia Malmus, Gonzalo Delger y del equipo de The Digital Insurer: Hugh Terry The Digital Insurer, Simon Phipps, Malini Nagaria, Santiago Franzini y mis colegas Belen Etchegoyhen y María Victoria Oubiña, a nuestros clientes aseguradores, a todas las insurtechs y emprendedores.

**'Mini-MBA' en Digital Insurance**

**CAMADA 7**

**¡INSCRIPCIONES ABIERTAS!**

**INICIO 7 DE MARZO 2024**

- DURACIÓN 4 MESES
- MODALIDAD ONLINE
- ONDEMAND

ESCANEA EL CÓDIGO QR Y REGISTRA TU INTERÉS

SUMATE A ESTA OPORTUNIDAD ÚNICA

CLASES EN VIVO CON  
**HUGUES BERTIN**

RANKING #50 InsurTech

Influencers Insurtech Mundiales  
Puesto #44

CEO y Founder - Digital Insurance Latam  
Director y Founder - InsurChile y AIC  
Partner - HCS Capital





## Making financial protection accessible to all

**RGA**  
Oficina de Representación en México  
Torre Reforma, Av. Paseo de la Reforma 483, Piso 45  
Col. Cuauhtémoc C.P. 06500, Ciudad de México.  
[www.rgare.com](http://www.rgare.com)

Trusted partner. Proven results.

# EXECUTIVE SUMMARY

Hay  
**477**  
*insurtechs  
en Latam*

El crecimiento anual está en fuerte desaceleración con solo un +2% pero se está sanando con el cierre de operaciones sin rentabilidad o con poco impacto en el sector asegurador.

La tasa de mortalidad anual (inc. los pivoteos) aumenta a 13% con más de 60 insurtechs desaparecidas en 2023.

Sin embargo, el crecimiento orgánico es de +15%, es decir que **aparecieron o pivotearon 71 insurtechs en los últimos 12 meses.**

**125**  
*millones de USD  
invertidos  
en 2023*

En 2023, la inversión fue de 125 MUSD, -44% vs el año 2022.

Con solo 25 Musd invertido en el segundo semestre, es una sorpresa esta segunda sequía de financiamiento después del segundo semestre 2022.

Se confirma que las insurtechs locales (92% de las muertes) tienen poca probabilidad de supervivencia en caso de crisis.

La expansión internacional sigue creciendo un 21% con un índice de internacionalización de 13%.

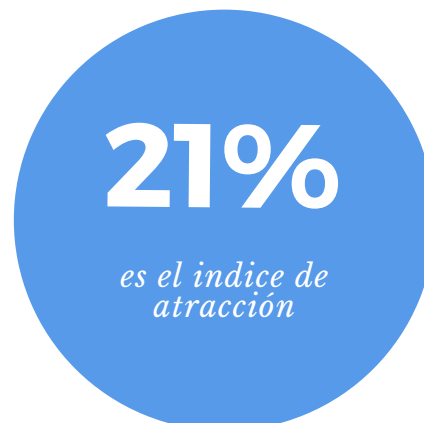
Los países de LATAM siguen atrayendo insurtechs extranjeras, sobre todo México, Colombia y Perú. El índice de atracción alcanza un 21% (+33% en un año).

*tasa de  
mortalidad  
de las insurtechs*  
**13%**

- **15% de las insurtechs crean nuevos modelos de negocios** (incluyendo insurtech full-stack).
- **42% de las insurtechs se dedican a la distribución digital.**
- **43% son habilitadores y colaboran con (re)aseguradoras e intermediarios.**



**Argentina:** El ecosistema sigue sufriendo una caída del 4% con una tasa de mortalidad del 15%, especialmente para las insurtechs que no han logrado exportar sus servicios. La flexibilidad de la regulación actual podría ser beneficiosa para las insurtechs.



**Brasil:** El motor de la región experimenta un fuerte caída con una tasa de mortalidad del 12% (es decir, el 40% de las insurtechs desaparecidas en Latam) y un crecimiento anual de solo el +1% con 194 insurtechs, a pesar de ser el país que más inversión recibe: 80 MUSD (64% del total). Representa 33% vs 35% antes.

**Chile:** El ecosistema sigue creciendo (+14% anual), alcanzando las 66 insurtechs y disminuyendo la brecha con Argentina. A pesar de la falta de financiación, representando solo el 8% de la región, el ecosistema recibe el reconocimiento de InsurteChile, ProChile y otras entidades gubernamentales en particular para exportarse (27%).

**Perú:** Con 27 insurtechs, Perú continúa su fuerte crecimiento (+42%) y un elevado índice de atracción del 59%. El país tiene el potencial de estructurar su ecosistema con una asociación potente.

**México:** Con un crecimiento del 15%, 114 insurtechs y una tasa de atracción del 26%, además de representar el 21% de la inversión dirigida a la región (incluyendo empresas como Momento, Crabi, Meddi, Koltin), México se ha destacado como el mercado del año.

**Colombia:** El ecosistema ha retomado su crecimiento (+19%), llegando a 62 insurtechs. Este aumento se debe en particular al dinamismo del ecosistema, que es muy colaborativo, y al apoyo de la AIC. Colombia se está convirtiendo en el polo de atracción de la región, con un 39% de las insurtechs siendo extranjeras.

**Centroamerica:** Con 20 insurtechs, CentroAmerica empieza a entrar en una etapa de existencia y se está acercando de la AIM para poder agruparse en un posible gremio.



Hugues Bertin

@digitalinsurancelatam  
@HCScapital

Consulting

### 60 minutos con Hugues Bertin

Mi compromiso es hacer todo lo posible para volcar **mis 30 años de conocimiento en estos 60 minutos** y que sea lo mas útil posible para tí.



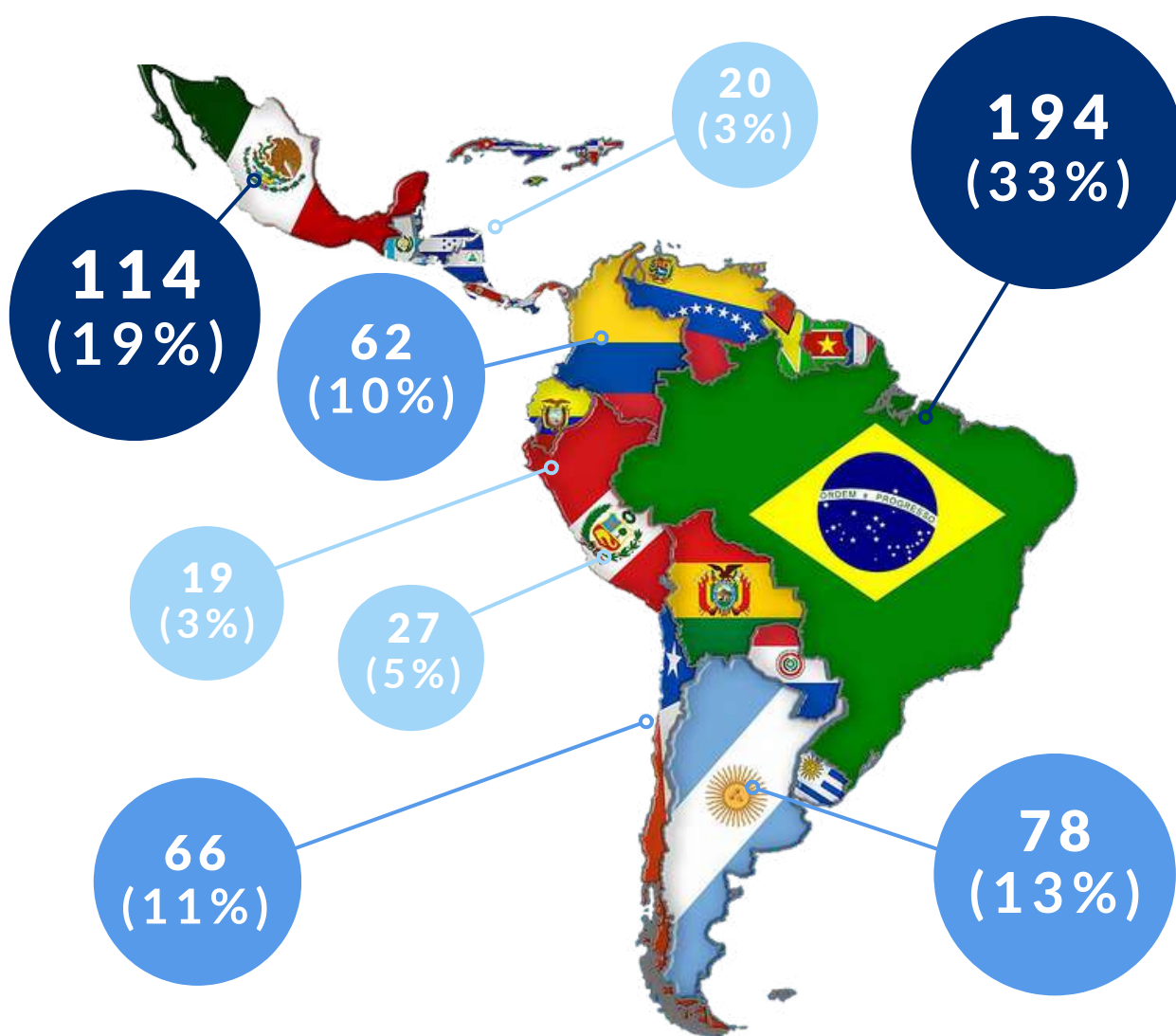
**RGA**

Trusted partner.  
Proven results.

**RGA**  
Oficina de Representación en México  
Torre Reforma, Av. Paseo de la Reforma 483, Piso 45  
Col. Cuauhtémoc C.P. 06500, Ciudad de México.  
[www.rgare.com](http://www.rgare.com)

# I. ¿CUÁNTAS INSURTECHS HAY?

A la fecha, hay **477 insurtechs en América Latina**.  
Se estima que representan el 7% del ecosistema insurtech mundial pero sigue representando un 3% del total de la financiación.



**33% en Brasil y 67% en Hispanoamérica**

Otros Países:

**14**  
(2%)



Los matemáticos se preguntarán ¿por qué la suma de las insurtechs de todos los países de Latam no es 477?

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

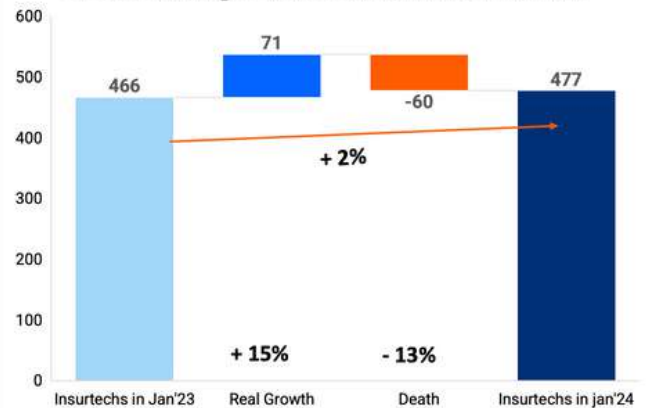
## II. ¿CÓMO CRECE EL ECOSISTEMA?

El ecosistema crece un **+2% anual** llegando a **477 insurtechs**.

Sabiendo que la tasa de mortalidad fue de 13%, el crecimiento "bruto" es de +15%.

El "Pacífico" tracciona el continente con Perú (+42%), Colombia (19%), México (+15%), y Chile (+14%).

Growth taking into account insurtech deaths



Colombia volvió a crecer +19% y se está sintiendo la gran energía.

Argentina sigue sufriendo con un decrecimiento de (-4%) con un tasa de mortalidad de 20% pero 2024 podría vivir un cambio de tendencia apoyado por la regulación.

Centroamérica (+25%) y sobre todo Peru (+42%) marca un fuerte dinamismo.

En los últimos meses, **nacieron 71 nuevas insurtechs** en LATAM y desaparecieron -60.

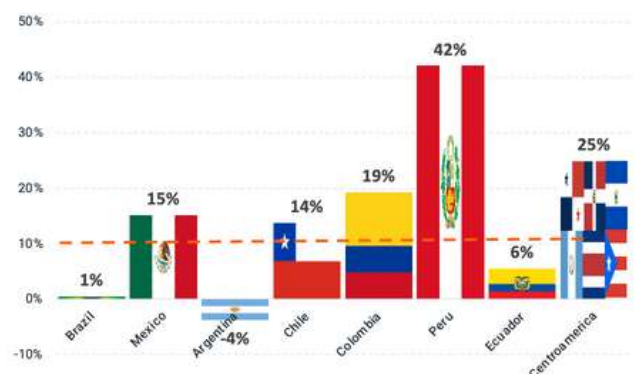
Brasil está marcando un freno en su crecimiento (+1%), llegando a 194 insurtechs y con 35 que desaparecieron en 2023. De las 32 insurtechs de las 3 camadas insurtechs, 19 fueron aprobadas para operar como neo-aseguradora.

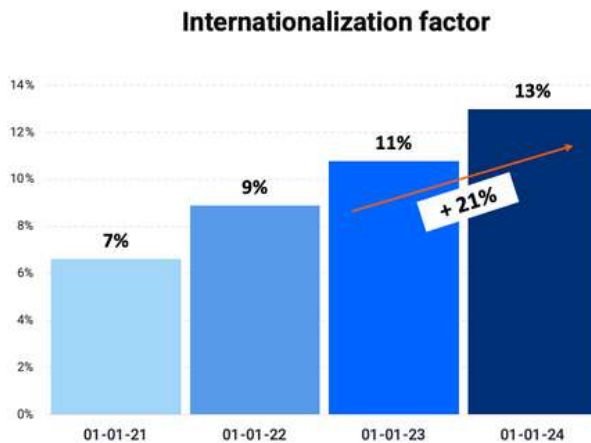
Chile mantiene un crecimiento robusto (+14%), en particular en el área de siniestros (Thingstek, Autoinspector o Jizo).

México (+15%) se convirtió en la plaza imprescindible en Latam. Se observa un gran dinamismo en las áreas de Salud, Employee Benefits y Wellness.

Insurtech yearly growth of +2%

Colombia (+19%) and Peru (+42%) are rockstars and Argentina and Brazil are suffering (-4% and +1%)





El índice de internacionalización **creció un 21% pasando de 11% a 13%**, significando que 13% de las insurtechs son multi-latinas.

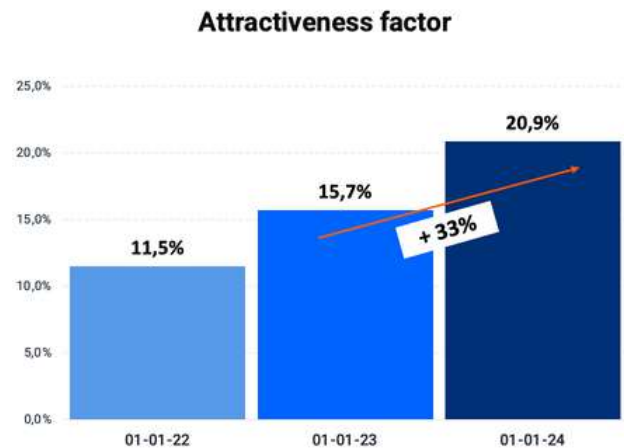
Este movimiento confirma que para sobre-vivir, el escalamiento internacional es un movimiento natural.

El crecimiento de este índice viene principalmente de los ecosistemas de Argentina (22%) - necesidad de exportar para sobrevivir - y de Chile (27%) - necesidad de escalar.

Brasil sigue siendo un mercado que exporta muy pocas insurtechs (menos del 1%).

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 33% pasando de 16% a 21%**, significando que en promedio, 1 de cada 5 insurtechs en un mismo mercado es extranjera.

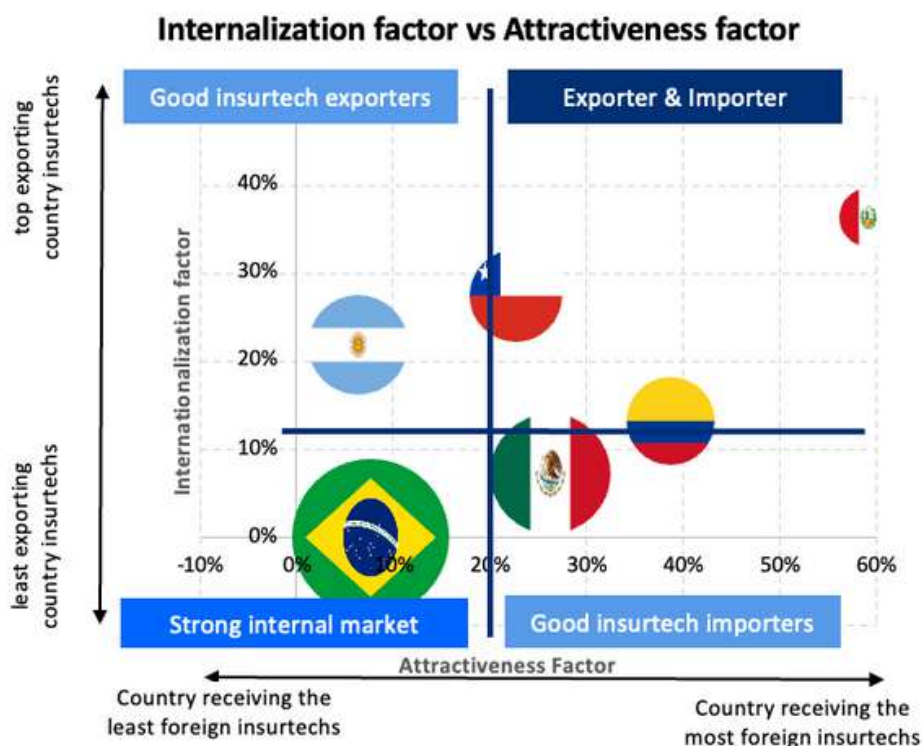
Por supuesto que existe una correlación con el índice de internacionalización, pero también toma en cuenta insurtechs extranjeras llegando a Latam (caso de la expansión de Insurama o la llegada de Blitz).

Los 2 polos de atracción son México ("The place to be") con 26% y Colombia-Perú respectivamente con 39% y 59%.

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



- Chile y Argentina son países que tienen insurtechs que se exportan fácilmente con índices de internacionalización del 27% y 22% respectivamente (i.e, en el caso de Chile, 27% de las insurtechs están instaladas en otros países).
- Colombia es el contrario, ya que es un país que recibe una gran cantidad de insurtechs extranjeras con su tasa de atracción del 39% (i.e, 39% de las insurtechs de Colombia son extranjeras). Se observa esta misma tendencia en México (26%).
- El mercado Brasileño, por su tamaño, sigue siendo un mercado muy interno con pocas insurtechs que se expanden y, en proporción, hay pocas insurtechs extranjeras en el país. Sin embargo se nota un nuevo gran interés en expandirse a Brasil con casos de éxitos como Klimber o 123Seguro.
- Perú es un país que exporta sus insurtechs (tasa de internacionalización del 36%), pero sobre todo, que atrae a insurtechs extranjeras (tasa de atracción de 59%), por ejemplo con la llegada de MeCubro en 2023.



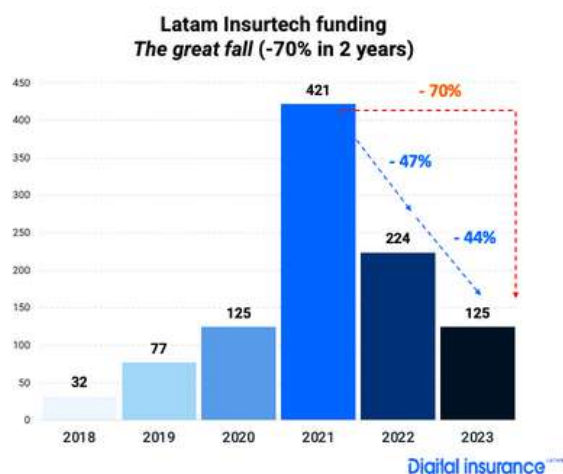
## III. FINANCIACIÓN

**El 2023 fue un año de sequía de la financiación.**

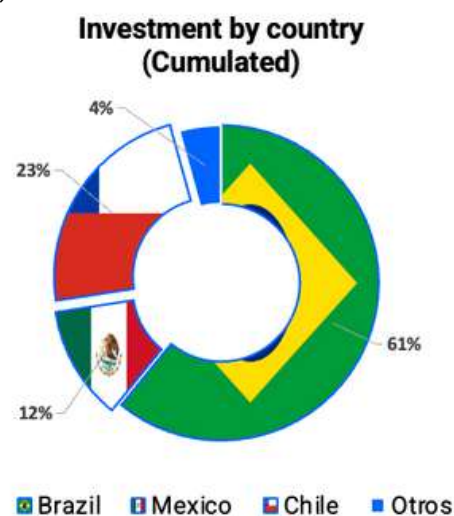
Con solo 125 MUSD, lo que representa una baja de -44% vs 2022, pero -70% vs el momentum de 2021, el ecosistema vuelve a sus niveles de 2020.

**Sin financiación, ¿el ecosistema podrá crecer? ¿La ausencia de financiación significa falta de calidad en las insurtechs actuales? Esas son las preguntas que contestaremos.**

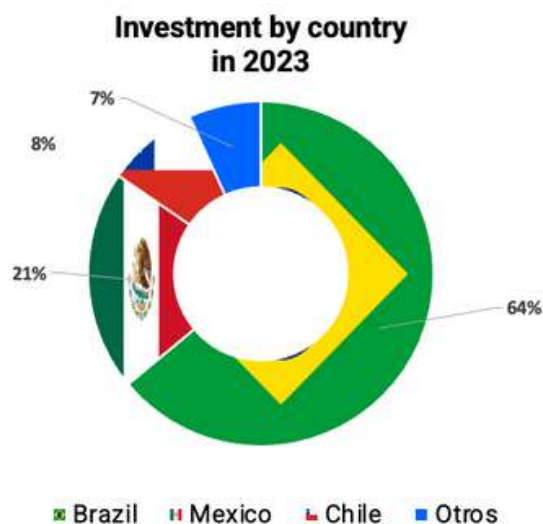
Desde el inicio, se identificaron 170 deals significativos, lo que marca un promedio por deal de 6,9 MUSD. No incluyen los pre-seeds o seeds de bajos montos.



Se estima que el monto total de inversión en insurtech es de 1.169 MUSD(1), con dos principales destinaciones: Brasil (61%) y Chile (23%).



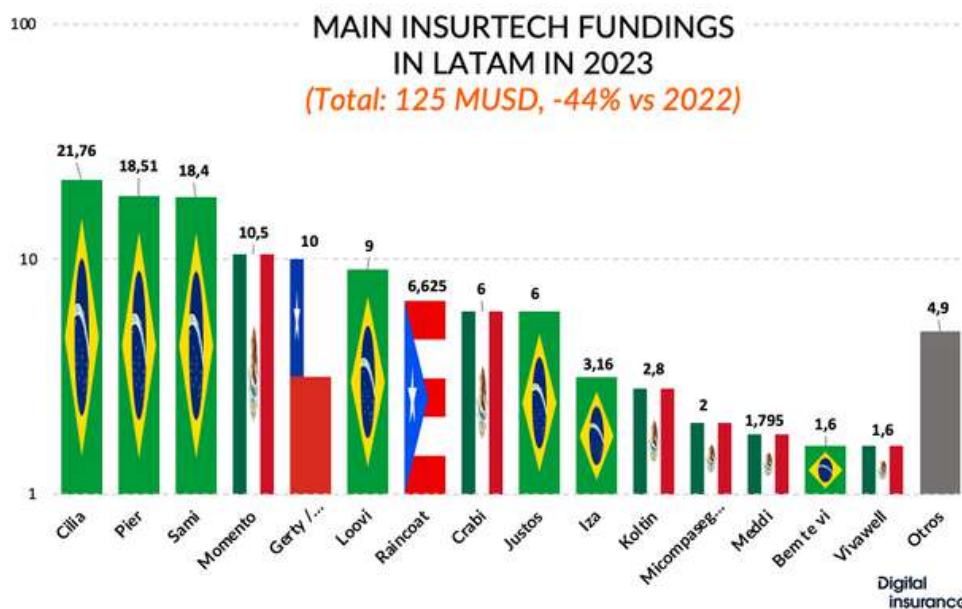
Brasil representa el 64% del total de la inversión en 2023 pero México representa el 21% de la inversión dirigida a la región, desplazando a Chile del segundo lugar.



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

Las mayores inversiones del año fueron principalmente para Full-Stack (80%):

- **Cilia (21,8 MUSD):** la insurtech brasileña enfocada en simplificar el trabajo de talleres de automóviles, proveedores de piezas, reguladores y aseguradoras, ronda liderada por Cloud9 Capital y Mercado Libre.
- **Pier (18,5 MUSD):** Neo insurer de Brasil que ofrece seguros para automóviles y teléfonos móviles a sus 100k clientes.
- **Sami (18,4 MUSD):** una insurtech y startup de atención primaria pionera en Brasil.
- **Momento (10,5 MUSD):** Neoinsurer mexicana de seguro de coches con planes a tu medida y pagos flexibles.
- **Gerty / Healthatom (10 MUSD):** la insurtech chilena que mejora la calidad y el acceso a la salud de las personas.
- **Loovi (9 MUSD):** Salida del sandbox de Brasil, neoinsurer de seguros de autos.
- **Raincoat (6,5 MUSD):** Desde Puerto Rico, seguro paramétrico para cubrir los daños relativos a catástrofes climáticas como los huracanes.
- **Crabi (6 MUSD):** Neo-insurer mexicana de auto.
- **Justos (6 MUSD):** Neo-insurer de auto en Brasil.
- **Iza (3,2 MUSD):** Neo-insurer brasilera que recibió su licencia para ofrece seguros para trabajadores autónomos.
- **Koltin (2,8 MUSD):** Seguros de salud para adultos mayores de México.



Las Fintech tienden a tener enfoque en la experiencia del cliente y la tecnología, que es la base de una excelente experiencia de seguros integrados. No separan la tecnología de la experiencia del cliente.



**77%**

de los ejecutivos financieros en América Latina coinciden en que los seguros integrados pasarán de ser algo bueno de tener a ser imprescindibles para las organizaciones financieras.

**56%**

de los consumidores a nivel global creen que necesitan más seguros.

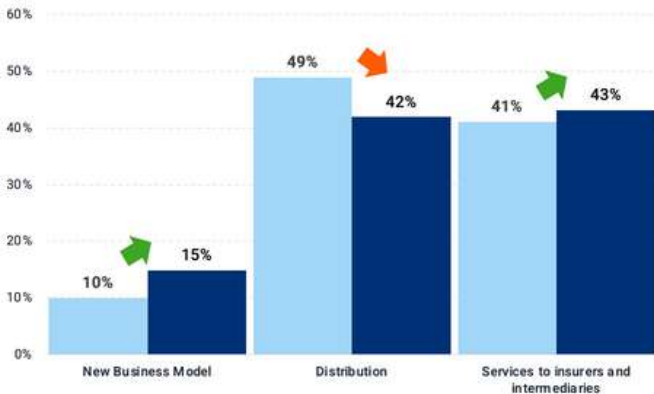
**62%**

de los consumidores manifestaron interés en adquirir más seguros que no solo protejan sus "cosas", sino también su estilo de vida, como seguros de ciberseguridad personal, para mascotas y contra retrasos en los viajes.



## IV. ¿QUÉ HACEN LAS INSURTECHS?

New Business Model is decreasing



### (A) NUEVOS MODELOS DE NEGOCIO (15%)

Con 'solo' un 59% de las insurtechs del Sandbox de Brasil aprobadas, **disminuye la proporción de neoinsurer (de un 41% a un 35%).**

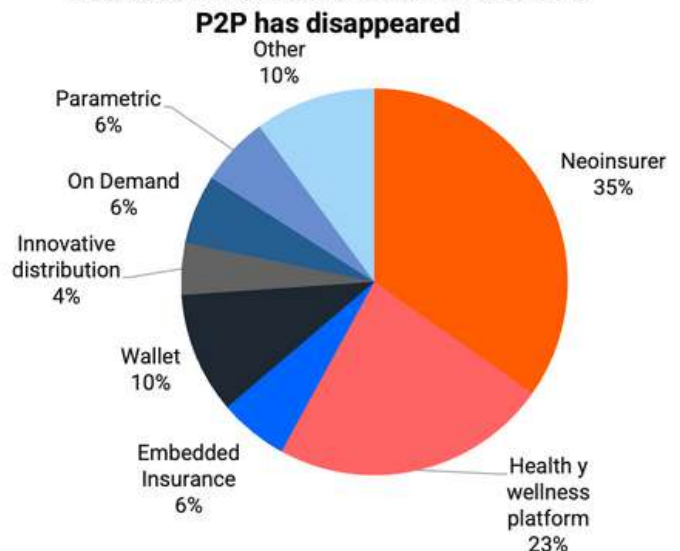
La línea que separa a las healthtechs de las insurtechs se vuelve cada vez más líquida. Surge una nueva ola de plataformas de salud y bienestar de la mano de Betterfly, con nuevos actores como Welbe, Momentu, Kodda, Health Insurtech y VivaWell, o cambios estratégicos de gran valor agregado como Fully Ecosystem, Meddi o Zenda.la.

El modelo de Distribución Innovadora surge en México con actores como Kinsu (modelo de referencias), MiCompa (modelo por WhatsApp) y BerrySafe (modelo basado en renovaciones).

Este modelo viene a potenciar la nueva intermediación, cada vez mas digital llamada “OMNI”.

El seguro P2P, que era una tendencia para imaginar una forma de disrupción, **ha desaparecido de toda América Latina.**

Decrease in neoinsurer: From 41% to 35%



## (B) DISTRIBUCIÓN (42%)

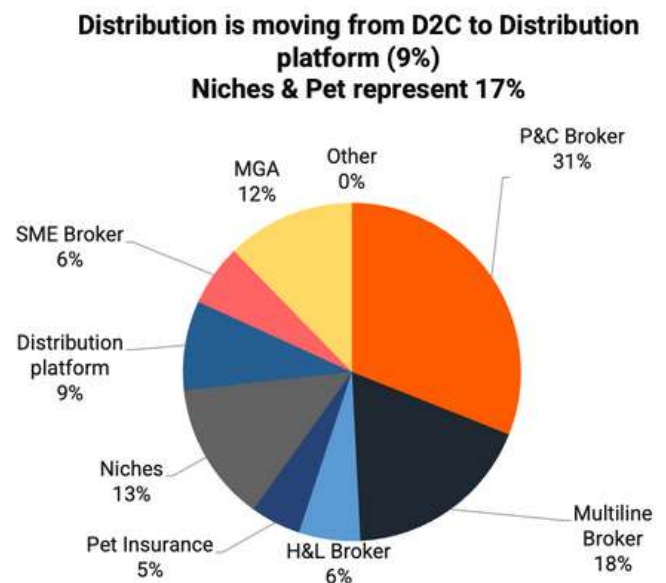
En el pilar de la “Distribución” se estima que la mitad de estos actores son intermediarios tradicionales que se convierten en insurtechs.

El gran movimiento es que muchas insurtechs pivotaron hacia un modelo de “Plataforma de Distribución” (8%) con el fin de acelerar la venta digital en los canales de distribución (modelo Xcelerator con Metlife y Klimber) o Segurarse en Brasil.

Una nueva tendencia es “Mascota” con 4% de insurtechs en Latam, principalmente en Chile, Brasil y Argentina y seguros de nichos (13%) como Bicycle, Celulares, Surety, Cyber, Transporte.

El modelo de MGA (propuesta de valor con una única aseguradora que interviene casi en marca blanca y sin comparación de precio) representa 12% de la distribución.

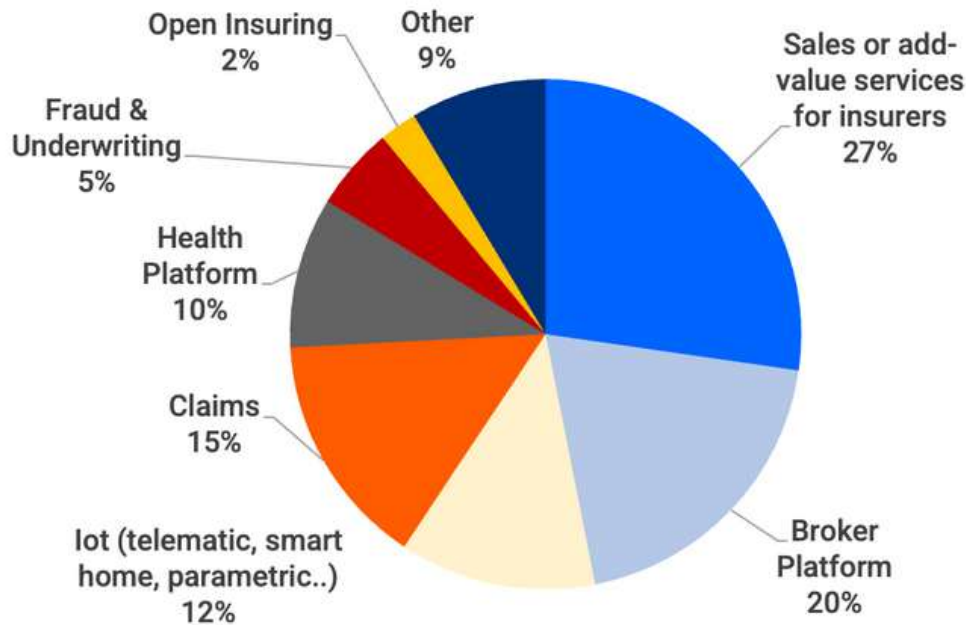
Solo el 5% de las insurtechs de distribución son orientadas al sector Pyme ¿Latu Seguros en Brasil va a mover el segmento?



## (C) SERVICIOS A LAS ASEGURADORAS E INTERMEDIARIOS (ENABLERS O HABILITADORES) (43%)

En la parte de “Habilitadores”, el 15% de las soluciones acompañan la digitalización del proceso de siniestros. En Salud, SOAT o SOAP, LISA Insurtech logra automatizar hasta el 100% de los siniestros y 80% en promedio.

**New: "Open Insuring Insurtech" born in Brasil**  
**Health and wellness platform more and more relevant**



El sector de la salud, tanto en distribución como en servicios de valor agregado para aseguradoras, se vuelve muy relevante, **representando un 10%**, con grandes actores como Gerty, Medismart y Everhealth de España.

Acompañando la evolución de la regulación, observamos la aparición de una nueva categoría de insurtechs, las **'Open Insuring'**, que **representan un 2%**. Esta categoría debería crecer con los avances en la regulación de Open Data en Colombia, México y Chile.

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

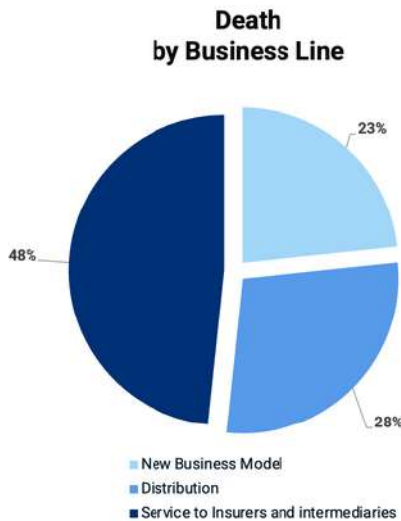
Digital insurance

**REGLA DE ORO**

6 tips para tener una *insurtech* exitosa 2.0

 Hugues Bertin  
 @digitalinsurancelatam  
 @HCScapital

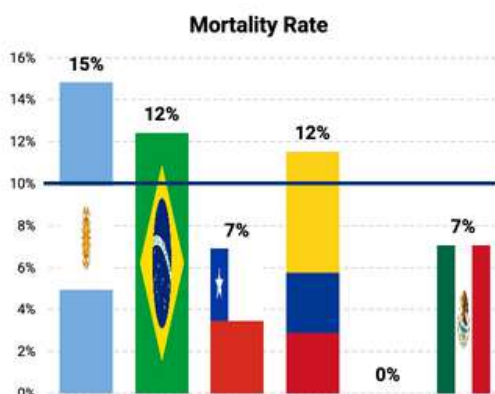
# V. MUERTE DE INSURTECHS



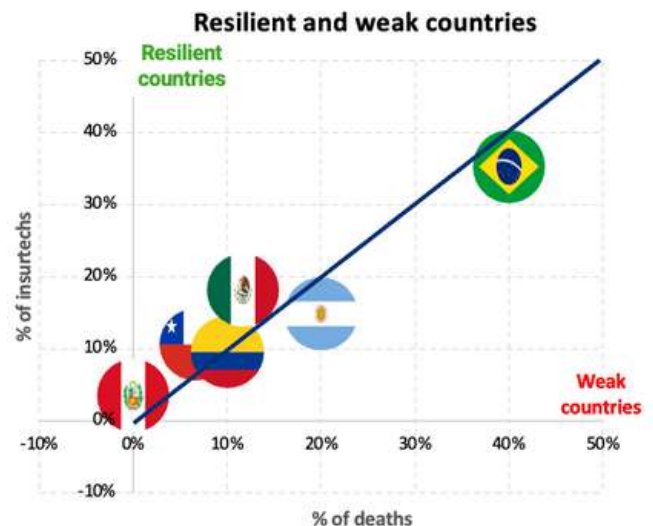
Seguir la tasa de mortalidad nos enseña algunos temas que no son evidentes.

Algunos aprendizajes:

- El 92% de las insurtechs que fracasan son locales, lo que indica que no lograron expandirse fuera de su país de origen.
- Argentina y Brasil han sido los países más afectados por estos fracasos.



- En proporción, los nuevos modelos de negocio, que representan el 15%, tienen una mayor tasa de fracaso (23%).
- La distribución, que representa el 42%, mostró mayor resiliencia, con solo el 28% de fracasos. Esto se debe a que muchas insurtechs de distribución (D2C) lograron pivotar hacia modelos de plataformas de distribución.



Por país, observamos una sobrerrepresentación de Brasil Argentina y Colombia con una tasa de mortalidad de 12%, 15% y 12% y una relativa resiliencia de Chile (7%) y México (7%).



# Driving innovation forward

La innovación es la herramienta para afrontar los retos del futuro. Sus ideas audaces pueden ser una respuesta. Compartimos todo nuestro conocimiento global y local para ponerlo al servicio de los mercados de Latinoamérica y acompañar a los diferentes actores de la industria en la definición de su visión estratégica.

¡Diseñe el futuro con nosotros!

© Hiramán/Getty Images



## VI. OVERVIEW DE CADA PAÍS



### ARGENTINA

El ecosistema sigue sufriendo una caída del 4% con una tasa de mortalidad del 15%, especialmente para las insurtechs que no han logrado exportar sus servicios. La flexibilidad de la regulación actual podría ser beneficiosa para las insurtechs.



### BRASIL

El motor de la región experimenta un fuerte caída con una tasa de mortalidad del 12% (es decir, el 40% de las insurtechs desaparecidas en Latam) y un crecimiento anual de solo el 1% con 194 insurtechs, a pesar de ser el país que más inversión recibe: 80 MUSD (64% del total).



### COLOMBIA

Ha retomado su crecimiento (+19%), llegando a 62 insurtechs. Este aumento se debe al dinamismo del ecosistema, que es muy colaborativo, y al apoyo de la AIC. Se está convirtiendo en el polo de atracción de la región, con un 39% de las insurtechs siendo extranjeras.



### CHILE

Sigue creciendo (+14% anual), alcanzando las 66 insurtechs y disminuyendo la brecha con Argentina. A pesar de la falta de financiación, representando solo el 8% de la región, el ecosistema recibe el reconocimiento de InsurteChile, ProChile y otras entidades gubernamentales en particular para exportarse (27%).



### MÉXICO

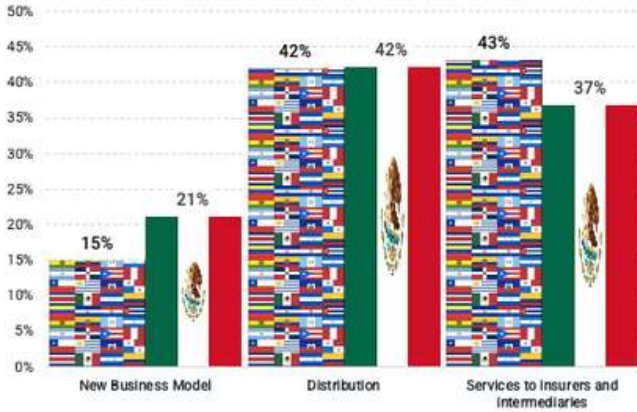
Con un crecimiento del 15%, 114 insurtechs y una tasa de atracción del 26%, además de representar el 21% de la inversión dirigida a la región (incluyendo empresas como Momento, Crabi, Meddi, Koltin), México se ha destacado como “el mercado del año.”



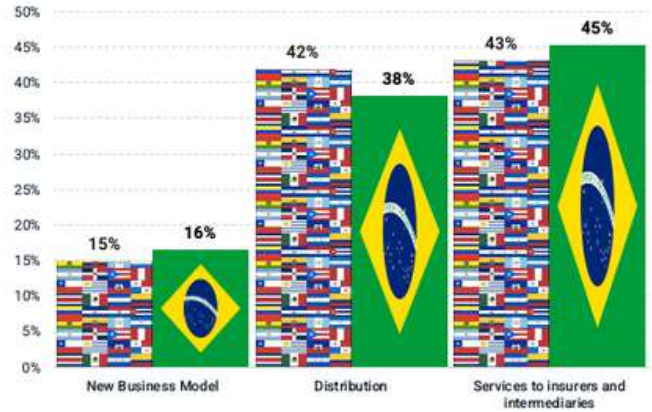
### PERÚ

Con 27 insurtechs, continúa su fuerte crecimiento (+42%) y un elevado índice de atracción del 59%. El país tiene el potencial de estructurar su ecosistema con una asociación potente.

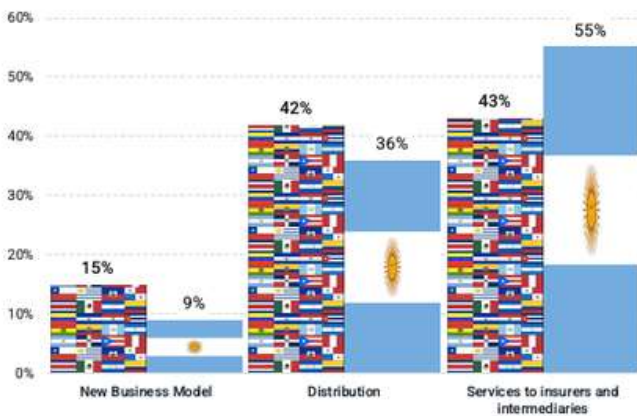
**Mexican ecosystem is "disruptive" with 21% of new business model, especially wellness platform and innovative distribution**



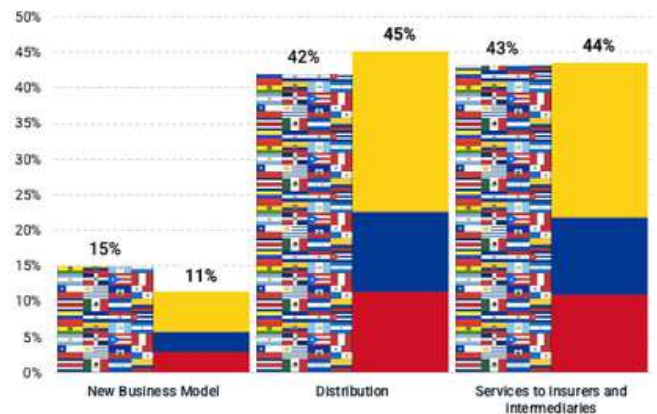
**The Brazilian market is taking a pause in its growth (+1%) despite numerous new neoinsurers**



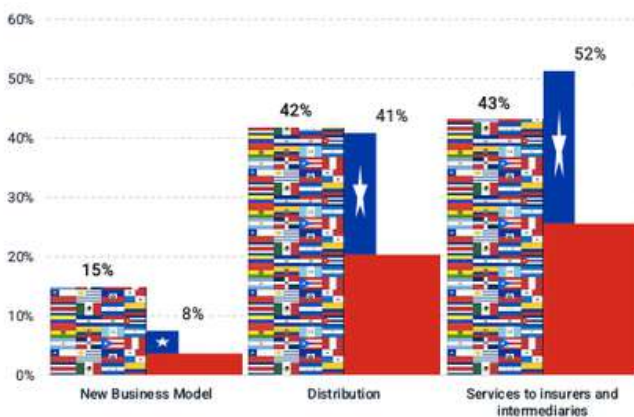
**Argentinean ecosystem is downsizing (-4%), except in new business model**



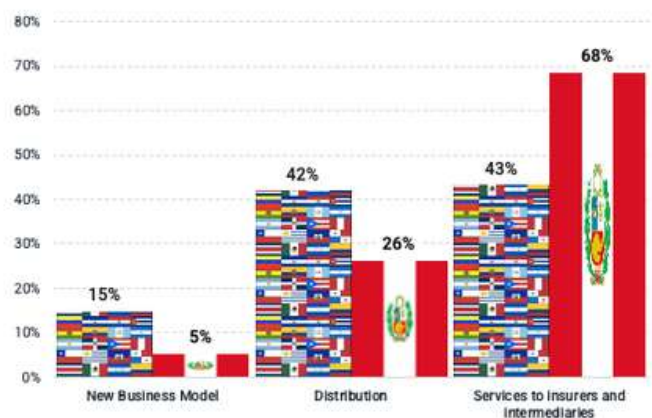
**Colombian ecosystem is a motor of growth with the support of Insurtech Association AIC (+19%)**



**Sustainable growth (+14%) partially driven by InsurteChile**



**Peru with 27 insurtechs is growing again (+42%)**



# VII. FOCO EN LA ALIANZA INSURTECH DEL PACIFICO

## ¿Por qué nace la AIP?

La AIP nace de la necesidad de unificar esfuerzos entre las asociaciones de los países miembros para:

- Conectar sus ecosistemas insurtech y asegurador.
- Compartir experiencias y conocimientos.
- Impulsar de manera conjunta la innovación en el sector asegurador.
- Aprovechar la escala regional para un mayor impacto.

## ¿Qué es la AIP?

La AIP no es una asociación pero sí, una Alianza de 3 asociaciones sin fines de lucro que podrá ir sumando mas.



## ¿Cual es su proposito?

Co-construir el sector asegurador del futuro en Latino América a través de la innovación y la tecnología, para lograr una mayor inclusión financiera y escalabilidad de emprendimientos insurtech.



## ¿Cual es la misión de la AIP?

Promover la transformación del sector asegurador en los países miembros, a través de la conexión, co-construcción y el intercambio de conocimientos entre los actores del ecosistema insurtech, con el fin de impulsar la innovación, la inclusión financiera y el crecimiento sostenible en la industria.

¿Quiénes son los asociados?

Como la AIP es una alianza entre las 3 asociaciones insurtechs de Colombia, Chile y Mexico, todos los asociados son participantes de este gran ecosistema que está en pleno construcción:

**ORO:** pertenece a las tres asociaciones.

**PLATA:** pertenece a dos de las tres asociaciones.

**BRONCE:** pertenece solo a una asociación.



Gracias a los mas de 130+ asociados que están co-construyendo la protección del futuro

ASOCIADO ORO	ASOCIADO PLATA
	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">FRAUDKEEPER</div> <div style="width: 30%;">CEPTINEL</div> <div style="width: 30%;">CONNECT</div> <div style="width: 30%;">VERTECH</div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">medismart</div> <div style="width: 30%;">KLIMBER</div> <div style="width: 30%;">insurama</div> <div style="width: 30%;">JOOYCAR</div> <div style="width: 30%;">123seguro</div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">Seguros Falabella</div> <div style="width: 30%;">Deloitte</div> <div style="width: 30%;">HCS CAPITAL</div> <div style="width: 30%;">Southbridge</div> <div style="width: 30%;">SBS</div> </div>
ASOCIADO BRONCE	
<div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;">           </div> <div style="width: 30%;">     </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">         </div> <div style="width: 30%;">    </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">         </div> <div style="width: 30%;">    </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">         </div> <div style="width: 30%;">     </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">           </div> <div style="width: 30%;">    </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">            </div> <div style="width: 30%;">    </div> </div> <div style="display: flex; flex-wrap: wrap; justify-content: space-between; margin-top: 5px;"> <div style="width: 30%;">          </div> <div style="width: 30%;">     </div> </div>	

ORO: pertenece a 3 asociaciones  
 PLATA: pertenece a 2 asociaciones  
 BRONCE: pertenece a 1 asociación




actualizado al 31/1/2024





# EVOLUCIÓN INSURTECH LATAM.

*Hotel Best Western Marina, Santiago de Chile*

*3 y 4 de septiembre 2024*

**PORQUE CREEMOS QUE TIENES QUE SER PARTE  
DE ESTA GRAN EXPERIENCIA**

*TE INVITAMOS A REVISAR NUESTRA PROPUESTA DE VALOR*



# VIII. MAPAS

*INSURTECH ENERO '24*









# LATAM



## INSURTECH (290 Start-ups)

### America Latina (exc. Brazil) – Jan. 2024

## Digital insurance

LATAM

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

### New business model

<b>Neolinsurer</b> 	<b>Telematic MGA</b> 	<b>On-demand</b> 	<b>Wellness Platform</b> 	<b>Parametric</b> 	<b>Smart Wallet</b> 	<b>Innovative distribution</b> 	<b>Embedded Ins.</b> 
------------------------	--------------------------	----------------------	------------------------------	-----------------------	-------------------------	------------------------------------	--------------------------

### Distribution

<b>Multiline broker</b> 	<b>P&amp;C Broker</b> 	<b>Health and Life MGA</b> 	<b>SME Broker</b> 	<b>Referral</b> 
<b>H&amp;L broker</b> 	<b>Online</b> 	<b>P&amp;C MGA</b> 	<b>Travel</b> 	<b>Bicycle</b> 
<b>Pet</b> 	<b>Micro</b> 	<b>Distribution platform</b> 	<b>Surety</b> 	<b>SOAP / SOAT</b> 

### Services to insurers and intermediaries

<b>Claims</b> 	<b>Risk and Data</b> 	<b>Telematic (IoT)</b> 	<b>Exchange Platform</b> 	<b>Brokers platform</b> 
<b>Health &amp; wellness platform</b> 	<b>Underwriting</b> 	<b>Reins. platform</b> 	<b>IoT (other)</b> 	<b>Services</b> 

Insurtech Platinum Support		Insurtech Gold Support	
----------------------------	--	------------------------	--





# INSURTECH

(78 Start-ups)

Argentina – Jan. 2024

## Digital insurance

LATAM

▶ Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube  
Envíanos tu video a [marketing@digitalinsurance.lat](mailto:marketing@digitalinsurance.lat)

### New business model

<p>On-demand insurance</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>	<p>Wellness platform</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>
--	--

### Distribution

<p>P&amp;C Broker</p> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(3, 1fr); gap: 5px;"> </div>	<p>Distribution platform</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>MGA model</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Travel Broker</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Surety Broker</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> <p>Pet Insurance.</p> </div>
--	--	--	--	--

### Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p> <div style="display: grid; grid-template-columns: repeat(2, 1fr); gap: 5px;"> </div>	<p>IoT (other)</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Reins. platform</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Telematic (IoT)</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Brokers platform</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div> <p style="text-align: center; font-weight: bold;">Wokan PASAP</p>
<p>Fraud</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>	<p>Health platform</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; align-items: center; gap: 10px;"> </div>	<p>Exchange Platform</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>	<p>Services</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> </div>	

<p>Insurtech Platinum Support</p>		<p>Insurtech Gold Support</p>	<p>Munich RE </p> <p>HCS CAPITAL </p>
-----------------------------------	--	-------------------------------	---------------------------------------





# INSURTECH

(194 Start-ups)

Brazil – Jan. 2024

Digital insurance LATAM

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

### New business model

Health <b>sami</b> <b>bem.care</b>	<b>alice</b> <b>bbeep!</b>	Freemium <b>onebroker*</b>	Neolnsurer <b>PIER.</b> <b>180 Seguros</b>	Agro <b>pin</b> <b>PinSisal</b>	On-demand <b>Simple2u</b>	Multiline <b>88i Seguros Digital</b>	Auto <b>novo</b> <b>neo</b> <b>thinkseg</b> <b>split risk</b> <b>Darwin seguros</b> <b>justos</b>
Wellness Platform <b>BETTERFLY</b> <b>fully</b> <b>EQL PROTEGE POR ELAS QUE LUCEM</b>	<b>autoday</b>	PWVD <b>onsurance</b>	Agro Ecosyst. <b>Agrimutual</b> <b>Me Sinto Seguro</b>	Sandbox <b>Cellphone</b> <b>KAKAU</b> <b>clubfix</b>	AP <b>iza</b> <b>emotion</b>	<b>now.</b>	

### Distribution

P&C broker <b>tacerto</b> <b>Touch</b> <b>SEGURO AUTO</b> <b>COMPARA EM CASA.COM.BR</b> <b>MigraSeguros</b>	<b>luna</b> <b>comparabem</b>	Multiline broker <b>bidu</b> <b>Libero</b> <b>ciclic</b> <b>Sonntag</b> <b>assegurou</b>	Health and life MGA <b>azos</b> <b>saúde</b> <b>easy@life</b> <b>segurize</b>	Bicycle <b>BIKE HERO</b> <b>Bike register</b> <b>velo</b> <b>sanju</b> <b>like ecosystem</b> <b>ride</b>
Pet Insurance <b>amigo</b> <b>petlove*</b>	H&L broker <b>segure.me</b> <b>PLANUM</b> <b>pijo saúde</b>	<b>coinsure</b> <b>ViaDirecta</b> <b>Auto Compara</b> <b>Compara</b> <b>insurance</b>	MGA model <b>bem.te.vi</b> <b>HERO</b> <b>oceânica</b> <b>QUICKSEGUROS</b> <b>albatroz</b>	Distribution platform <b>Stere.io</b> <b>SUTHUB</b> <b>COVER GENIUS</b> <b>KLIMBER</b> <b>Segurarse</b> <b>Youse</b> <b>T6 Garantido</b> <b>pdv</b> <b>box</b> <b>olga</b>
Marketplace <b>ben!you</b> <b>Smartia</b> <b>Protec!E</b> <b>konkero</b>	Employee Benefits <b>alineia</b>	SME & Freelancer <b>piwi</b> <b>mutuus (latu)</b> <b>seu.guru</b> <b>tuia</b> <b>TRANSPORTE SEGURO</b> <b>Teddy</b>	Cyber <b>BLUECYBER</b> <b>Protecção Focil</b> <b>CATEYE</b>	Burial <b>amar</b> <b>Surety</b> <b>ACOY</b> <b>AVITAL 110</b> Cellphone & elec <b>ben mais seguro</b> <b>pitzi</b>

### Services to insurers and intermediaries

Claims <b>REGULA</b> <b>OMNI</b> <b>Simply</b> <b>Rabbot</b> <b>GENERAL CLAIMS</b> <b>Picktow</b>	Underwriting <b>sampled</b> <b>Diretrix</b> <b>TECHTRIAL</b> Fraud <b>Shift Technology</b> <b>brick</b> <b>clearsale</b>	Agro <b>AGROTRUST</b> <b>trAive</b>	IoT (other) <b>wiglo</b> <b>HEALTHBIT</b> <b>DRIXIT</b>	Brokers platform <b>STOA</b> <b>MOSHE</b> <b>admseg</b> <b>Starken</b> <b>corretou</b> <b>INSURANCE TOOLS</b> <b>SIMULAROR</b> <b>TEX</b> <b>SGCOR</b> <b>baeta</b> <b>Quiver</b> <b>WIZ</b> <b>iconeSeg</b> <b>Seggy</b> <b>profee</b> <b>JUM4</b> <b>segfy</b> <b>Agger</b> <b>clienteGente</b> <b>GTI</b> <b>LOJACORR</b>	
Telematic (IoT) <b>LAB BIGDATA</b> <b>conecta</b> <b>SMARTLOAD</b> <b>COBL</b> <b>Zendrive</b>	Open insuring <b>teros</b> <b>TecBan</b> <b>finansystech</b> <b>LINA</b> <b>sensedia</b>	Health platform <b>dr.consulta</b> <b>PLETHORA</b> <b>bria</b> <b>hCentri</b> <b>DOC24</b>	Exchange Platform <b>fit insur</b> <b>doHub</b> <b>Claps</b> <b>olik</b> <b>seguros</b>	Services <b>Neoway</b> <b>segbox</b> <b>GR10</b> <b>Teggium</b> <b>ater</b> <b>educaseguros</b> <b>ExperMedi</b> <b>proterun</b> <b>fincore</b> <b>sentimonitor</b> <b>carlo</b> <b>infocar</b> <b>N5</b> <b>Safe2Go</b>	Sales services <b>JUSTSELL</b> <b>SALES APPLICATE</b> <b>canversu</b> <b>vayon</b> <b>VISION</b> <b>MegaLuz</b> <b>co2a015</b> <b>ZIPIA</b> <b>ONLi</b>

Insurtech Platinum Support

**RGA** **CHUBB**

Insurtech Gold Support

**Munich RE** **HCS CAPITAL**





# INSURTECH

Chile – Jan. 2024

**Digital insurance**  
LATAM

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube. Envianos tu video a [marketing@digitalinsurance.cl](mailto:marketing@digitalinsurance.cl)

New business model

<p>Embedded insurance</p>	<p>Wellness platform</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>Distribution platform</p>	<p>Pet Insurance</p>
<p>P&amp;C Broker</p>	<p>Seguros</p>	<p>Health Broker</p>	<p>H&amp;L MGA</p>	<p>SME Broker</p>	<p>SOAP</p>

Services to insurers and intermediaries

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

Insurtech Platinum Support

Insurtech Gold Support

# COLOMBIA





# COLOMBIA

## INSURTECH (62 Start-ups)

Colombia – Jan. 2024

Digital insurance  
LATAM

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube. Envíanos tu video a [marketing@digitalinsurance.la](mailto:marketing@digitalinsurance.la)

### New business model

Parametric insurance

**MiCRO** **Raincoat** Blue Marble

Wellness platform

**BETTERFLY** **mutuo**

Insurance wallet

**segurapp**

### Distribution

Multiline Broker

**Figuro**  
[segurocanguro.com](http://segurocanguro.com)

Travel

**segurú**

P&C Broker

**Compara** **tú primo ro**  
**BUSOO** **SU SEGURO FACIL**  
**COMPARA EN CASA** **teca**  
**comparamejor**

MGA Model

**VERTECH**  
**vivaexpres**  
**qun**

Distribution platform

**monokera**  
**123seguro** **sekure**  
**NUOLOO** **COVER GENIUS**  
**Stere.io** **KLIMBER**

Health and Life Broker

**seguralia**  
**QueSeguro.co**

Cyber

**Kyber**

SOAT Broker

**Eprezto** **RS**  
**comparabien**

Bicycle

**ASEGURA TU BICI**

### Services to insurers and intermediaries

Claims

**leverbox**  
**tutenlabs**  
**LISA**  
**Willay**

Telematic

**wise city**  
**SEGURO X KILOMETRO.**

Fraud

**CEPTINEL**

Health Platform

**doc-doc**  
**OSIGU**  
**medismart**  
**kom care ips** **EVER HEALTH**  
**gerty**

Brokers platform

**agentemotor**  
**certux** **SOFTSEGUROS**  
**emilian**

Services

**blitz**  
**wiipo** **Finsu**  
**CrediSeguro** **wip**  
**credivalores** **FINESA**  
**VOZY** **Teggium**

Insurtech Platinum Support


**RGA** **CHUBB**

Insurtech Gold Support

Munich RE **HCS CAPITAL**







# INSURTECH

(114 Start-ups)

Mexico – Jan. 2024

## Digital insurance

LATAM

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube  
Envíanos tu video a [marketing@digitalinsurance.mx](mailto:marketing@digitalinsurance.mx)

New business model

<p>NeoInsurer</p>	<p>Wellness platform</p>	<p>Telematic MGA</p>	<p>Embedded Ins.</p>	<p>Innovative distribution</p>	<p>Smart wallet</p>
-------------------	--------------------------	----------------------	----------------------	--------------------------------	---------------------

Distribution

<p>P&amp;C broker y aggregator</p>	<p>Multiline broker</p>	<p>H&amp;L MGA</p>	<p>SME Broker</p>	<p>Bicycle</p>
<p>H&amp;L broker</p>		<p>P&amp;C MGA</p>	<p>Pet</p>	<p>Surety</p>
<p>Distribution Platform</p>				

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p>	<p>Risk and Data</p>	<p>Telematic</p>	<p>IoT</p>	<p>Health platform</p>	<p>Services</p>
<p>Fraud</p>		<p>Broker platform</p>		<p>Insurtech Platinum Support</p>	
<p>Insurtech Gold Support</p>					





# INSURTECH

(27 Start-ups)

## Digital insurance

LATAM

Peru – Jan. 2024

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube. Envianos tu video a [marketing@digitalinsurance.la](mailto:marketing@digitalinsurance.la)

---

**New business model**

On-demand insurance

Employee benefits

---

**Distribution**

Broker (health)

SME broker

Broker & Aggregator P&C

Aggregator

MGA model

Distribution Platform

Broker & Aggregator P&C

SOAP / SOAT

---

**Services to insurers and intermediaries**

Claims

Health platform

Telematic (IoT)

Exchange platform

Services

---

Insurtech Platinum Support

Insurtech Gold Support





# INSURTECH

(19 Start-ups)

Ecuador – Jan. 2024

**Digital insurance**  
LATAM

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube. Envianos tu video a [marketing@digitalinsurance.lat](mailto:marketing@digitalinsurance.lat)

New business model

Wellness platform

Distribution

<p>Multiline broker</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> </div>	<p>MGA Model</p> <div style="text-align: center;"> </div>	<p>Distribution Platform</p> <div style="text-align: center;"> </div>
--	---	---

Services to insurers and intermediaries

<p>Claims</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; justify-content: space-around;"> </div>	<p>Health and wellness platform</p> <div style="display: flex; flex-direction: column; justify-content: space-around;"> </div>	<p>IoT (exc. telematic)</p> <div style="text-align: center;"> </div>	<p>Services</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> </div>
<p>Telematic (IoT)</p> <div style="text-align: center;"> </div>		<p>Exchange Platform</p> <div style="text-align: center;"> </div>	
<p>Broker Platform</p> <div style="text-align: center;"> </div>			

<p>Insurtech Platinum Support</p>		<p>Insurtech Gold Support</p>	<p>Munich RE  HCS CAPITAL </p>
-----------------------------------	--	-------------------------------	--------------------------------







# INSURTECH

(20 Start-ups)

Centramerica – Jan. 2024

Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube  
Envianos tu video a [marketing@digitalinsurance.la](mailto:marketing@digitalinsurance.la)

---

New business model

Neoinsurer

Wallet

Parametric insurance

---

Distribution

P&C Broker and Aggregator

MGA model (mobility)

---

Services to insurers and intermediaries

Claims

Telematic (IoT)

Broker Platform

Fraud

Health platform

Services

---

Insurtech Platinum Support

Insurtech Gold Support

# IX. INSURTECH VIP LOUNGE

*By Hugues Bertin*





# INDICE

1 .....	Kakau
2 .....	Flip!
3 .....	Figuro
4 .....	Meddi
5 .....	Ceptinel

# MAPA BASADO EN EL INSURTECH VIP LOUNGE



## INSURTECH LATAM MAP

Based on Insurtech VIP Lounge – Jan. 2024

Digital insurance LATAM

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

In this map, we showcase key insurtechs from Latin America who participated in our Insurtech VIP Lounge feature.

**Example**



You could read them in free access in [www.digitalinsurance.lat](http://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



### New business model

<b>Neoinsurer</b> 	<b>Wellness Platform</b> 		
<b>Embedded insurance</b> 	<b>On-demand</b> 	<b>Sandbox</b> 	<b>Decrease in reinsurer: From 41% to 35%</b> <b>P2P has disappeared</b> 

### Distribution

<b>H&amp;L MGA</b> 	<b>Broker</b> 	<b>P&amp;C MGA</b> 	<b>SME Broker</b> 
<b>Distribution platform</b> 			
<b>Distribution is moving from D2C to Distribution platform (9%)</b> <b>Niches &amp; Pet represent 17%</b> 			

### Services to insurers and intermediaries

<b>Claims</b> 	<b>Telematic</b> 	<b>Fraud</b> 	<b>Broker platform</b> 
<b>IoT (other)</b> 	<b>Underwriting</b> 	<b>Health &amp; wellness platform</b> 	<b>Services</b> 
<b>New: 'Open Insuring Insurtech' born in Brazil</b> <b>Health and wellness platform more and more relevant</b> 			

Insurtech Platinum Support



Insurtech Gold Support





## Kakau, la insurtech brasileña que hoy es neo-insurer - Julio '23

Brasil continúa innovando, gracias al Sandbox, con cada vez más aseguradoras 100% digitales. Hoy es un placer encontrarnos con Henrique Volpi, CEO y Co-Founder de Kakau, una insurtech histórica de Brasil que hace poco tuvo la aprobación de la Susep para ser neo-insurer.

Para comenzar Henrique me comenta que Kakau es una compañía de seguros que nace en el mundo digital, ofreciendo seguros para teléfonos móviles y posteriormente se expandió para incluir seguros para bicicletas. Su principal misión es democratizar y desburocratizar los seguros, para que sean más accesibles para la población brasileña. Su ambición como empresa es incorporar a los productos de Kakau las tecnologías más innovadoras, creando protecciones simples, intuitivas e inteligentes.

Su operación ha tenido un excelente desempeño con algunas métricas que se destacan son su índice de empresa excelente en "Reclame Aqui" con una puntuación de 8.4. Además, su estudio interno de NPS arrojó un total del 80% de promotores de la marca. Por último, también destacan la siniestralidad de Kakau, que en los primeros cinco meses de 2023 fue del 30.4%.





Henrique dice que es normal que otras empresas también vean esta oportunidad en el sector de seguros brasileño e ingresen a este mercado, lo cual es muy positivo para el consumidor final, siempre y cuando se conviertan en ventajas para este, ya que empresas competentes están considerando soluciones más accesibles y tecnológicas.

Me interesa entender cómo hacen para bajar el fraude ya que es fácil decir: “se me rompió el celular o me lo robaron”. Me explica que cuentan con Kakau Sonar, un scoring propietario de análisis de riesgo que evalúa una propuesta de seguro e identifica a un defraudador antes de que se convierta en cliente. De esta manera, logran reducir ampliamente el margen de fraudes en siniestros. Han obtenido excelentes resultados en este sentido, manteniendo la salud financiera de la empresa y una siniestralidad baja y constante durante un tiempo considerable.

Además, cuentan con tecnologías como: “One Second Claim” que utiliza la tecnología PIX y la automatización del análisis de documentación para agilizar el proceso de pago de indemnizaciones, reduciendo hasta tres veces el tiempo de espera para que sus asegurados reciban su indemnización una vez que el siniestro ha sido aprobado y Digital Fix, que realiza un análisis inteligente de los daños a los bienes asegurados para ayudar en el cálculo de las reparaciones y, por consiguiente, en el cálculo de la indemnización.

En cuanto a su alianza con Pitzi, Mercado Libre y Amazon me tienen una alineación de interés con Kakau ya que todas ellas son empresas comprometidas con brindar una buena experiencia al cliente final y agregar innovación a sus soluciones. Su objetivo es monitorear la tasa de rotación (Churn) y reducir el CAC, priorizando una gran experiencia al cliente.

En cuanto al futuro de Kakau, Henrique me dice que tienen un gran interés en expandir su presencia en la protección y monitoreo de datos sensibles. Para ellos, és un campo en crecimiento, especialmente con el aumento de la digitalización y la preocupación por la privacidad y seguridad de la información.

Esto abriría oportunidades para brindar soluciones de seguros y servicios relacionados que ayuden a proteger y garantizar los datos confidenciales de individuos y empresas.





## Flip!, la sostenibilidad en el centro de la insurtech - Agosto '23

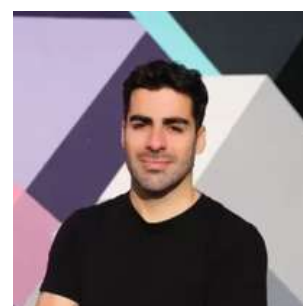
Hace tiempo que hemos estado debatiendo cómo la sostenibilidad se ha convertido en un impulsor fundamental de la innovación en la industria de seguros. Hoy, tenemos el placer de reunirnos con un emprendedor extraordinario, Eric Leuemberger, CEO de Flip!, experto en seguros que decidió tener impacto en la sociedad y dejar su huella para cambiar el mundo.

Para comenzar revisaremos los inicios de Flip!. En julio 2021, a tan solo días de comenzar lo que inicialmente sería un tiempo sabático para Eric, se juntó a tomar un café con quien le cambiaría radicalmente sus planes, el cofundador de una start-up que ayuda a reducir los costos de vida de personas de bajos ingresos a través de la desintermediación de la cadena de distribución y del rescate de alimentos en riesgos de desperdicio.

Luego de esa tremenda conversación y de conocer su historia y su propósito, supo que ese era el cambio, “el flip”, que quería en su vida.

Así nació Flip!, con la posibilidad de tener una hoja en blanco y la libertad de crear una visión, una empresa, con la búsqueda de un propósito tan grande que sea para toda la vida, abordando problemáticas que le importan y que vive o vivió en primera persona.

Hoy esta insurtech potencia empresas con planes de wellness y beneficios a empleados con impacto social y ambiental, fortaleciendo su marca empleadora, impulsando una cultura con propósito y logrando mayor engagement y productividad en sus equipos.





WELLNESS CORPORATIVO

## Planes de bienestar con impacto real



Eric me comenta que lo que valora y los diferencia es la velocidad y profundidad con la que abordan las problemáticas. Buscan resolver tres objetivos sumamente desafiantes:

(1) El **bienestar físico y mental**, implementando programas que promueven hábitos saludables. Su enfoque diferencial consiste en la combinación de ejercicios de realidad virtual para entrenar la mente, orientación personalizada por health coaches y más de 60 talleres saludables y actividades como yoga, pilates y pausas activas. (2) Promover el **consumo responsable** y (3) realizar **acciones por el clima**, ofreciendo seguros.

Los empleados aseguran su casa, notebook, bicicleta y mascotas y cuanto más protegen más ahorran en el costo del seguro y reciben créditos y beneficios para consumir productos sostenibles en TiendaFlip. También contribuyen a mitigar la huella que generan al transportarse. Aseguran sus autos, estiman su huella de carbono y plantan árboles para absorber el CO2 que generan.

Por último, los regalos corporativos y esquemas de recompensas también pueden promover el empleo local e inclusivo. Las empresas tienen la flexibilidad de armar su propio esquema de reconocimientos y regalar apoyando a más de 30 emprendimientos sociales y ambientales. Difunden y activan los beneficios a lo largo del año en más de 35 fechas claves de sostenibilidad y bienestar brindándole a HR los recursos y canales de comunicación necesarios para hacerlo de manera efectiva.

La innovación que crean es el ecosistema de soluciones al que llaman PaaS (Purpose as a Service) en la que integran a más de 30 emprendedores y organizaciones de impacto, más de 60 profesionales de bienestar y 3 aseguradoras que los apoyan de forma estratégica. PaaS es un servicio hacia sus clientes, y socios para ayudarlos a cambiar el mundo. Está demostrado que empresas comprometidas con la sociedad y el medio ambiente son más eficientes, innovadoras y con 24% menor rotación según un estudio reciente de Gallup.

El bienestar de las personas no solo es una preocupación y prioridad para vivir más felices, también representa entre un 10% y 15% de costo de la producción económica global.

Desde el comienzo, tenían claro que Argentina era la base operacional y el mercado donde testear la propuesta de valor y al equipo. Ahora, agosto de 2023, lanzaron en España la tan solo año y medio de lanzar en Argentina! La estrategia es abordar problemáticas globales y ejecutarlo localmente tratando siempre de entrar al mercado con un pie adentro, y conociéndolo de ante mano. Para eso, hace un año que Eric reside en España.

Hoy, están muy cerca de alcanzar un churn cero o inversor en la cartera de seguros voluntarios, 3 de cada 4 usuarios comparten la experiencia que tuvieron con amigos o familiares y lograron que 6% de su cartera provenga de referidos orgánicos, sin realizar acciones para promoverlo. Además, tienen un 83% de activación del producto, comprando un producto sostenible en TiendaFlip o realizando una donación para mitigar su huella de carbono,

experiencias que tocan una fibra emocional generando un alto engagement. En cuanto al programa de wellness, clínicamente validado, que ofrecen tienen una eficacia de 40% de reducción del estrés el primer mes y 35% de la población fumadora, deja de hacerlo. Detrás de estas métricas hay personas más felices y saludables. Para el 75% de los argentinos y 80% de los españoles, la salud física y mental es prioridad para lograr una vida feliz y una persona que deja de fumar, según la edad, puede agregar hasta 10 años a su vida.

Lograr un impacto tan significativo en la vida de las personas, contribuir activamente a una sociedad más justa o tomar acciones para regenerar el medio ambiente no solo los enorgullece, los inspira y alienta a colaborar activamente con esas personas y organizaciones que trabajan por un mundo mejor.





## Figuro, el primer personal shopper de seguros al precio de Netflix - Septiembre '23

Colombia vive una tremenda efervescencia insurtech desde hace 1 año, y uno de sus actores más importantes es Figuro, una nueva insurtech con el potencial para ser una de las más relevantes de Latam en los próximos años. Además, es una de las empresas fundadoras de la Asociación Insurtech de Colombia. Hoy tengo el placer de juntarme otra vez con Juan Camilo González, su founder, para saber más...

Figuro nace a finales de 2021 con una visión clara: reinventar la manera en la que las personas adquieren seguros haciéndolo simple, flexible y accesible para todos.

The Figuro logo is displayed in a large, blue, sans-serif font. The letter 'i' has a unique design with a dot that curves around the top of the letter. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the 'o'.

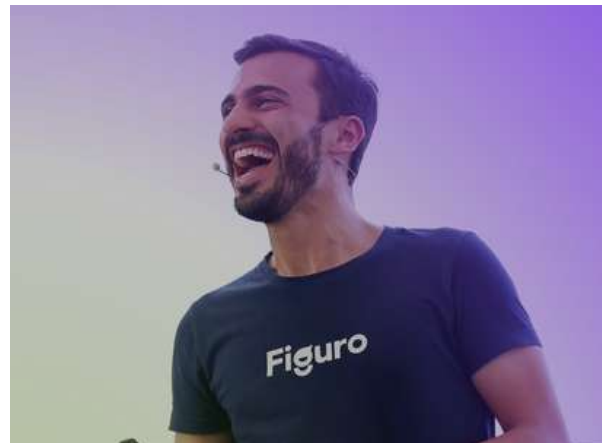
Nacida con la misión de liberar a los clientes del estrés financiero que pueden causar los eventos inesperados, comenzó su trayectoria como un "Personal Shopper" de seguros, ofreciendo una asesoría personalizada y centrada en las necesidades y preferencias únicas de cada cliente, libre de sesgos comerciales. Este enfoque inicial y su experiencia directa con los consumidores han allanado el camino para una evolución natural: expandir su modelo de negocio para empoderar también a agentes y corredores de seguros con su innovadora plataforma.

Empezaron tomando lo que es considerado como "costo oculto" en muchos créditos – el seguro de desgravamen – y lo convirtieron en una oportunidad para empoderar al cliente e iniciar una conversación sobre seguros. A través de su oferta de Seguros de Vida Deudor les permitieron a sus clientes ahorrar considerablemente en

comparación con los seguros tradicionales de crédito a costos menores a una suscripción de Netflix. Pronto expandieron su catálogo incluyendo seguros de vida, salud, vehicular, bicicletas, mascotas, viajes y hogar.

La primera clave del éxito de Figuro está en ofrecer un proceso completamente digital, eliminando la necesidad de papel y firmas físicas, gestionando el cambio con las entidades financieras y asistiendo en la defensa de derechos del cliente ante cualquier demora o problema. La digitalización de procesos ha logrado que el costo marginal de agregar nuevos productos tienda a reducirse, optimizando el modelo de negocio.

Este sistema asegura que sus clientes siempre tengan acceso a las mejores opciones, sin limitaciones, lo que les permite garantizar sus principios de transparencia y de una elección que no se base únicamente en la rapidez o el precio, sino en una evaluación real de las necesidades de cada cliente. Al final del día, este enfoque meticuloso y centrado es lo que los diferencia y los coloca en una posición única.



Una segunda clave está en crear contenido de calidad, dirigido y enfocado en la educación financiera, como base para atraer a clientes. Al presentar la compra de seguros como una decisión financiera sostenible, han logrado diferenciarse del modelo de asesoría tradicional y ofrecer una perspectiva única en el mercado, minimizando la necesidad de invertir fuertemente en publicidad pagada.

Además, la constante medición de la satisfacción del cliente le da a Figuro mejorar continuamente. Hoy tienen una mediana y una moda de satisfacción de 5/5. Incluso frente a competidores, el 80% de los usuarios con seguros previos valora más a Figuro, destacando su consistencia en usabilidad, atención eficaz al cliente, digitalización, ahorro de costos y comunicación clara.

En resumen, para Figuro ha sido muy importante brindar una misma experiencia independientemente del ramo de seguros; una experiencia centrada en la facilidad de uso, la eficacia en la atención al cliente, la digitalización, la educación, el ahorro de costos, la variedad de opciones (con filtros) y la comunicación.

A la fecha han logrado reducir en un 70% las interacciones necesarias para vender una póliza, disminuir en un 80% el personal en ventas, y bajado su Costo de Adquisición de Cliente (CAC) a un 10% en comparación con competidores. En un año y medio, entraron al top 10% de intermediarios de seguros en Colombia, con más de 1,5 millones de USD en primas - una cifra que le ha tomado 15 años construir a otros en el sector.

En un movimiento estratégico para amplificar su impacto en el sector, Figuro ha empezado a ofrecer su plataforma a agentes y corredores de seguros tradicionales. Esta plataforma proporciona a estos profesionales el acceso a la tecnología y los procesos optimizados que han cimentado

el éxito de Figuro, permitiéndoles una gestión más ágil de pólizas y una experiencia de usuario optimizada para sus clientes.

Figuro es un de las insurtechs fundadoras de la AIC (Asociación Insurtech de Colombia) que tiene la misión de acelerar la innovación y el desarrollo tecnológico en el sector asegurador colombiano. Su objetivo es impulsar al país como líder insurtech en América Latina, fomentando espacios que unan a emprendedores, empresas y clientes para avanzar en soluciones innovadoras y cerrar la brecha de seguro en el país.





Con Figuro, trascendimos de una agencia tradicional a una InsureTech líder. En 2 años, incrementamos nuestras comisiones por 10, llegando al Top 10% de asesores en Colombia. Atendemos a más de 4,000 clientes con un equipo de menos de 6.

En cuanto al ecosistema insurtech colombiano, Juan Camilo ve una clara ventaja: están siendo testigos de la irrupción de founders innovadores y disruptivos que, en lugar de simplemente digitalizar procesos existentes, buscan transformarlos. Considerando que en los últimos 10 años el fintech revolucionó el panorama de las cuentas de ahorro y el crédito en Colombia, es razonable esperar que el insurtech tenga un impacto similar en esta década, especialmente con su rica base de talento y una creciente audiencia digital.

Sin embargo, persisten desafíos como la actualización del entorno regulatorio, la homologación de procesos como SARLAFT y la expansión del insurtech más allá de las grandes ciudades, además de la tarea de ganar confianza e interés de inversionistas locales.

Su ambición siempre ha ido más allá de las fronteras de Colombia, es por eso que ya están avanzando en mercados como México y Chile. Allí, están estableciendo conexiones estratégicas con agentes que están adoptando la plataforma de Figuro como su “sistema operativo” para la comercialización de seguros. Este año cerraron una ronda Pre-Seed por encima de los estándares del mercado, lo que les ha permitido no solo perfeccionar su tecnología, sino también confirmar el valor y la pertinencia de su propuesta en el sector. Con cada iniciativa, Figuro refuerza su influencia y afianza su papel como líder insurtech en la región.





## Meddi, la insurtech de salud y bienestar para las empresas mexicanas - Octubre '23

¡Meddi es todo lo que me encanta! Una insurtech mexicana que tiene como ambición democratizar los seguros de salud en el país gracias a la tecnología.

Hoy me reúno con Pablo Aguirre, su CEO, con quien descubriremos sobre el mundo de Employee Benefits, la revolución que los Perks viven en Latam... ¡y más!

Para comenzar, ¿Qué es Meddi? Meddi es una plataforma integral de salud que se ofrece como una licencia de software para empresas y sus empleados y que promueve hábitos saludables y facilita la detección temprana de enfermedades.

Sus 4 principales funciones son: el cuidado de la empresa, donde ayudan a que las mismas cumplan con todas las responsabilidades de salud y normativas y a construir una marca empleadora que se destaque por su compromiso con el bienestar de sus colaboradores, al mismo tiempo que ahorran dinero. El cuidado del colaborador y su familia, usando herramientas tecnológicas, promueven la prevención de enfermedades, permitiendo a los colaboradores acumular puntos que pueden convertir en dinero dentro del ecosistema Meddi para seguir cuidando su salud y facilitando la detección temprana de enfermedades.



Atender y curar a los colaboradores y sus familias, ya que en caso de enfermedad o cualquier situación de salud que afecte su calidad de vida y productividad, ofrecen servicios como telemedicina, consultas presenciales, medicamentos, estudios de laboratorio y atención dental, sin que esto represente un gasto total para el colaborador. La cobertura ante imprevistos, asegurando la tranquilidad de los colaboradores, con coberturas diseñadas para atender las principales necesidades que pueden generar un impacto económico, como una enfermedad grave, un accidente, un imprevisto en el hogar, auto o pertenencias, e incluso la muerte de un ser querido.

Hoy, cuentan con +540,000 usuarios atendidos mediante sus canales b2b y b2b2c y, un dato interesante que me comenta Pablo, es que +74% de sus usuarios nunca habían tenido una cobertura preventiva o algún tipo de seguro relacionado a la salud iwow! están reduciendo la brecha de acceso a la salud de calidad a los que más lo necesitan.

Con respeto al bien-estar, diversos estudios científicos ya han demostrado que la prevención es rentable. Sus socios aseguradores otorgan un margen de beneficio a la prevención, lo que se traduce en costos más bajos para los usuarios que siguen sus recomendaciones preventivas. De hecho, en Meddi están desarrollando modelos que permitan corroborar la eficacia de los tratamientos y el impacto cuantitativo de los hábitos sobre la salud y su costo.

En México, la oferta de seguros de salud individuales es limitada. Existen pocas Instituciones de Seguros Especializadas en Salud (ISES), lo que puede dificultar la búsqueda de una cobertura adecuada para las necesidades individuales. Su SAAS responde a una necesidad del mercado. Las empresas hoy buscan atraer y mantener al mejor talento, al mismo tiempo que tienen retos de carácter regulatorio sobre la salud, lo que implica riesgos de multas o costos que normalmente buscan cubrir a través de múltiples proveedores. Meddi es la respuesta a esa necesidad no solo del mercado en México, sino en LATAM.





La sostenibilidad es un motor crucial de innovación en Meddi y la tecnología juega un papel vital en la promoción de la misma, Pablo nos explica cómo les permite llegar a un mayor número de personas, lo que aumenta el impacto de sus iniciativas de salud y bienestar en las esferas sociales más necesitadas, realizar un seguimiento más efectivo de la salud de sus usuarios, lo que les hace intervenir de manera oportuna y prevenir complicaciones, implementar estrategias de prevención más efectivas, lo que reduce la carga de enfermedades y mejora la calidad de vida de sus usuarios, mejorar el proceso de triage, asegurando que sus usuarios reciban la atención adecuada en el momento adecuado, controlar mejor la utilización de sus servicios y prevenir el fraude, lo que contribuye a la sostenibilidad financiera del producto.

Recientemente, han incorporado a un inversionista con amplia experiencia en el mercado de seguros y reaseguros a nivel mundial, quién ha asumido como Chief Product Revenue Officer, lo que les permitirá desarrollar nuevos productos basados en datos y en la epidemiología local. Esto refuerza su compromiso con la innovación y la adaptación a las necesidades específicas de los usuarios. Además, están trabajando para crecer en el área de protección financiera, que incluye seguros, ahorro y crédito, e incorporando ciencia y dispositivos médicos que les ayudarán a monitorear y diagnosticar, así como a mejorar su relación con los usuarios. Su inversionista líder en la última ronda, MDR, les ha proporcionado varios recursos tecnológicos para fortalecer su propuesta y hacerla única en el mundo.

De cara al futuro, Pablo me dice que no se limitan a México, sino que ya está planeada para 2024, lo que podría ser la primera etapa de su expansión internacional, a aquellos países con esquemas de salud similares, a través de sus clientes actuales que ya tienen presencia en estos países de América.

También, están buscando establecer vínculos con inversionistas para sus futuras series de financiamiento, especialmente aquellos interesados en temas de impacto, InsurTech y Salud y contactar con medios que estén interesados en crear contenidos sobre InsurTech para trabajar en conjunto.



**PLANES DE SALUD  
PARA TU EQUIPO  
QUE RETIENEN Y  
ATRAEN TALENTO**

Ponte en contacto con meddi  
¡Estamos para atenderte!

[meddi.com.mx](https://meddi.com.mx)

33 3348 0545





## Ceptinel: La regtech que se convierte en insurtech - Enero 2024

Recuerdo a Ceptinel en 2016, cuando era solo una prometedora startup; sin duda, la primera No-Code que vi funcionar. Ahora, tras diversos giros estratégicos y la inversión de HCS Capital, se erige como una de las cinco principales RegTech a nivel mundial. Ceptinel se ha consolidado como un actor principal en el ecosistema asegurador, transformándose en una insurtech destacada. Hoy, me complace enormemente reunirme con Gerardo Schudeck, CEO de Ceptinel.

Para comenzar, Gerardo me comenta que Ceptinel es una empresa de servicios tecnológicos inmersos en el mundo RegTech e insurtech, que apoya a la sociedad y a las organizaciones de distintas industrias a combatir la corrupción. Específicamente, su solución de monitoreo transaccional se aplica a la prevención del lavado de activos

y financiamiento al terrorismo, prevención de fraudes (tanto internos como externos), abuso de mercado, monitoreo continuo (auditoría y control interno), y gestión de riesgos. Nacen como una RegTech que luego entra en el mundo insurtech porque, como me comenta Gerardo, vieron una necesidad en la industria aseguradora, que también es una tremenda oportunidad, de hacerse cargo de la gestión de riesgos y de cumplimiento en temas específicos relacionados a la prevención de fraudes y a la prevención del lavado de activos y financiamiento al terrorismo.



*+ Presencia + Fuerza + Renovado*

Monitoreo transaccional  
para prevenir la Corrupción,  
el Fraude y los Delitos Financieros



La no gestión de estos temas no solo genera pérdidas financieras, sino también pérdidas a nivel de reputación e imagen. Esto es acompañado por la obligación normativa, de parte de los reguladores, de hacerse cargo de estos temas.

La Association of Certified Fraud Examiners (ACFE) dice que las empresas pierden cerca del 5 por ciento de sus ingresos anuales por fraudes; si llevamos esto a la industria de seguros, el fraude representa alrededor del 10 por ciento de todos los costos de siniestros. Sin embargo, se observa un cambio al alza, en cuanto al aumento en el porcentaje de siniestros sospechosos de ser fraudulentos. A modo de referencia, en Estados Unidos, en los últimos tres años, el fraude le quita a la industria más de US\$300 mil millones al año, mientras que el fraude de seguros no médicos le cuesta a la familia estadounidense entre US\$400 y US\$700 al año, en aumento de primas.



Reconoce que la mayoría de los fundadores y managers de Ceptinel vienen de la industria de seguros, por lo que les motiva a seguir ligados a ella y aportar en la transformación digital de ésta. Ese es un punto relevante, ya que conocen sus procesos, sus dolores y también los desafíos que tienen actualmente, específicamente en temas de tecnología. En lo relacionado con su producto, comenta que el mismo tiene: un corto tiempo de implementación (dos a cuatro meses), autonomía total sobre el sistema, programación No-Code, no son “caja negra”, lo que es muy bien recibido por las áreas funcionales, procesos automatizados, trazabilidad de eventos y alertas, panel de gestión para alertas y seguimientos de casos y soporte; así como acompañamiento permanente para los clientes a través de sus procesos de experiencia de servicios.

En seguros, cuando hablamos de fraude, hablamos de fraude interno y de fraude externo. En todas sus conversaciones con

compañías de seguros, la prioridad en la gestión del fraude se enfoca en el externo. Ejemplos de ello son los que pueden realizar los clientes o tenedores de pólizas en los reembolsos de salud, también los prestadores (médicos, clínicas, centros de salud), los talleres que trabajan en la liquidación de siniestros de autos y los proveedores de servicios. Lo que no se debe olvidar es que existe una métrica que dice que alrededor del 80 por ciento de los casos de fraude externo tiene un componente interno, ya sea fallas en los procesos de control e incluso participación de colaboradores. Dado lo anterior, Gerardo me dice que su recomendación es que la industria de seguros se haga cargo de ambas fuentes de riesgos, es decir, sea una gestión transversal. En cuanto al fraude interno, cuando han conversado con los clientes o potenciales clientes, han efectuado pilotos. En simple, les ofrecen una o dos reglas de control y les mencionan que, si encuentran eventos de fraudes internos, el piloto será exitoso. Al menos en dos casos, luego de haber encontrado estos eventos, han transformado un piloto en un “nuevo cliente”.

Hoy, tiene clientes en Chile, Perú, Panamá y Venezuela, con planes de expansión en Latinoamérica para los próximos tres años. Para este 2024, esperan tener las primeras implementaciones en Colombia y México, y seguir profundizando su tracción en los cuatro países mencionados. Su idea es que a mediano plazo ya estén preparados para entrar a Estados Unidos. Tienen contratos en cinco compañías de seguros y dos reaseguradoras. Su solución se ha implementado en compañías asociadas a las siguientes industrias: Banca, Seguros, Administradoras de Fondos de Pensiones, Administradoras Generales de Fondos, Corredoras de Bolsa, Cajas de Compensación (Seguridad Social), Fintech y Automotoras.



Por el lado del producto, desde el año 2023 están trabajando en la paquetización por industria y en profundizar su librería de reglas, al tiempo de sumar soluciones ligadas a la gestión de riesgos en temas específicos (por ejemplo, la gestión de riesgos asociada a la ley de delitos económicos de Chile). Entonces, si quieren ayudar a Ceptinel, no duden en presentar a esta gran startup entre Gerentes de Operaciones, Gerentes de Riesgos, Gerentes de Cumplimiento, Gerentes Generales o incluso los Directorios.





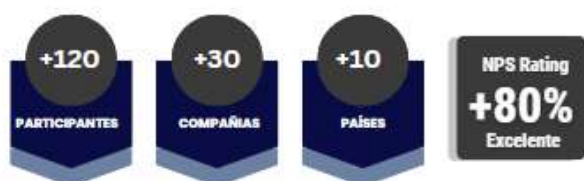
## TDI ACADEMY: Tu camino hacia el liderazgo en seguros digitales

La plataforma de aprendizaje  
en Seguros Digitales.

### ¿Que es TDI Academy?

TDI Academy es una plataforma en línea especializada en seguros digitales, comprometida en proporcionar una visión global y actualizada de los desafíos y oportunidades en el mundo de los seguros. Nuestra misión es capacitar a profesionales y empresas aseguradoras en Latinoamérica para que puedan propulsarse hacia el futuro de la industria.

### Presencia en Latam



### El valor de estudiar con TDI Academy

- Una visión global y actualizada de los desafíos y oportunidades en el mundo de los seguros digitales en Latinoamérica.
- Casos de estudio y ejemplos concretos del sector para aplicar el conocimiento de manera práctica.
- Recursos de aprendizaje de alta calidad que te permiten acceder al conocimiento más actualizado en la industria.
- Una alianza estratégica con Digital Insurance Latam, combinando la experiencia en seguros y la innovación digital para capacitar a profesionales y empresas en el mundo de los seguros digitales.

## PROGRAMAS



El programa para sus talentos - El certificado más reconocido de innovación en seguros de LatAm con un aprendizaje híbrido que le permite poner en práctica toda la teoría. A través de casos de estudio y ejemplos concretos del sector, los prepararemos para liderar la transformación digital en la industria de seguros. Combina teoría, con práctica e incluye clases en vivo coordinadas por Hugues Bertin.



Un programa escalable para sus gerencias - Totalmente flexible, que consiste en itinerarios de aprendizaje con insignias digitales para marcar el progreso que incluye una opción para obtener su Certificado CDI.



Una opción de programa totalmente on-demand, con metodología asincrónica y con un encuentro de 1 hora individual con Hugues Bertin al final del programa.



El programa para líderes y directivos - Una experiencia de aprendizaje colectiva y de alto impacto para empoderar y comprometer a sus líderes senior. Combina el aprendizaje en grupo con contenidos adaptados a sus necesidades, con sesiones virtuales en vivo y acceso on-demand a todos los contenidos del programa.

A hand holding a glowing globe with a network overlay. The globe is semi-transparent and shows the continents. It is surrounded by a network of white lines and dots, with some dots being orange. The background is a dark blue gradient with light blue bokeh effects.

# XI. 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 Winger.

“...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.**

Digital  
insurance  
LATAM

*Hugues Bertin*  
Insurance Strategist & Advisor

---

# CONFERENCIA *y workshop*

Impulsando juntos el seguro  
en un mundo sostenible a través de la tecnología

[bertin@digitalinsurance.lat](mailto:bertin@digitalinsurance.lat)  
+ 56 9 3241 4633







**Digital**  
**insurance**  
LATAM

**¡MUCHAS GRACIAS  
POR EL APOYO!**

**AGRADECEMOS LA DIFUSIÓN**

---

**¿Te gustaría ser auspiciante?**

contactanos en:  
***marketing@digitalinsurance.lat***

# PALETA DE COLORES

#000000

#D77EAA

#A2D6F9

#579AEA

#0064FF

#003075

