

Digital
insurance
LATAM

JANEIRO 2026

LATAM INSURTECH JOURNEY

Edição N° 11

Em busca da próxima
insurtech estrela

Supported by

 **mapfre**

Patrocinadores	03
Introdução	04
Previsões 2026	08
Mapfre Palavras de Vannesa Escrivá	16
I. <u>Fatos & Números</u>	18
A. Resumo Executivo	19
B. Quantas insurtechs existem?	25
C. Como o ecossistema cresce?	26
D. Financiamento	35
E. O que fazem as insurtechs?	
(1) Visão Geral	37
(2) Ecossistema de Mobilidade	43
(3) Ecossistema Life & Care	45
F. Morte das Insurtechs	48
G. Insurtechs para acompanhar em 2026	50
	NEW
II. <u>Mapa das Associações Insurtech</u>	57
Radiografia Mapfre	61
III. <u>Mapas Insurtech</u>	64
	NEW
Vídeo Insurtech	83
IV. <u>O Olhar do Especialista: Federico Tassara</u>	84
V. <u>Insurtech VIP Lounge</u>	87
– Meanwhile	89
– Xsisí	92
– EMET360	95
– Pier.	98
– CallPilot.ai	102
 Grouti: O novo growth em InsurTech: quando escalar deixa de ser vender mais	 106

**SPONSOR
EXCLUSIVE**



**SPONSOR
BLACK**



**SPONSOR
GOLD**



**APOYO
INSURTECH**



PATROCINADORES

O **Latam Insurtech Journey** está disponível para distribuição e divulgação gratuitas, em três idiomas (inglês, espanhol e português), e já foi consultado mais de 100.000 vezes.

Ao longo do tempo, consolidou-se como a principal fonte de informação de referência para compreender o ecossistema insurtech e a inovação na América Latina, sendo inclusive citado por ferramentas de GenAI como ChatGPT e Gemini.

Este estudo só é possível graças ao apoio de nossos patrocinadores. Se você aprecia ou utiliza seu conteúdo, é graças a eles.



Gostaria de ser patrocinador? Entre em contato conosco em: marketing@digitalinsurance.lat

NEW

Agora as insurtechs podem ter maior visibilidade nos mapas



INTRODUÇÃO

Hugues Bertin – CEO & Founder

Em busca da próxima insurtech estrela!

- 1 O ecossistema volta a crescer de forma robusta e hoje **conta com 536 insurtechs (+7%)**.
- 2 **Em quatro anos, o ecossistema passou por uma transformação profunda** (48% das insurtechs desapareceram e 330 novas foram criadas, ou seja, +84%), e o Brasil passou de uma participação de 33% para 28%.
- 3 Com **US\$199 milhões em financiamento (+117%)**, 2025 se posiciona como o 3º melhor ano, atrás apenas dos “anos loucos” (2021/2022).
- 4 Com 100 insurtechs (+25%), o **Chile se consolida como o 3º país da região**, atrás de Brasil e México.
- 5 **A distribuição** deixou de apresentar uma alta taxa de mortalidade (caiu de 14% em 2022 para 6% atualmente).

As perguntas para 2026:

- » A inteligência artificial generativa será realmente transformadora para o ecossistema insurtech?
- » O investimento continuará crescendo? Poderá ir além do Brasil?
- » Qual será a próxima success story da região a gerar um impacto significativo?

Nesta edição, destacamos as 10 insurtechs para acompanhar em 2026.

Pela primeira vez, buscamos responder a uma pergunta-chave do mercado: quais são as insurtechs realmente sólidas e com potencial para se tornar uma success story?

Também comparamos a situação atual com a de quatro anos atrás, e fica evidente a rápida evolução do ecossistema, impulsionada por propostas de valor mais maduras e pela democratização da inteligência artificial, que viabiliza soluções cada vez mais poderosas.

Por fim, destacamos o impacto do trabalho das associações (em especial a AIP): sua existência gera dinamismo, co-criação e transformação, sendo fundamental para promover maior inclusão, melhor mitigação de riscos, melhores experiências para os clientes e mais eficiência.

**2026 será
um grande ano!**

Antes de entrarmos no conteúdo, gostaria de expressar meu sincero agradecimento a quem nos acompanha, pois sem eles o Latam Insurtech Journey não existiria.

SPONSOR EXCLUSIVE



Seguradora global líder na Espanha e o primeiro grupo multinacional na América Latina, atua em 38 países e colabora ativamente com insurtechs para fortalecer suas capacidades tecnológicas.

SPONSOR BLACK



A MetLife, em parceria com a Klimber – insurtech líder na América Latina – lança uma plataforma que torna os seguros pessoais fáceis de entender, contratar e utilizar, ajudando as empresas a alcançar uma base de clientes muito mais ampla.



Líder global em serviços financeiros e uma das principais gestoras globais de investimentos ativos, com operações nos Estados Unidos, Ásia, Europa e América Latina. Os diversos e talentosos colaboradores da Prudential contribuem para melhorar vidas e criar oportunidades financeiras para mais pessoas, ampliando o acesso a investimentos, seguros e segurança para a aposentadoria.

SPONSOR GOLD



Empresa de tecnologia sediada em Zurique que combina tecnologias móveis, redes sociais, gamificação, inteligência artificial (IA) e análise de big data com o objetivo de ajudar os usuários a melhorar sua saúde e bem-estar.



Seu parceiro para todas as questões relacionadas à gestão de riscos. Há mais de 140 anos, é um dos principais fornecedores globais de resseguros, seguros primários e soluções de risco.



Orquestradora de soluções integradas e personalizadas de assistências, seguros e saúde, presente em 11 países. A Asys distribui cerca de 2 milhões de apólices por ano por meio de seus 65 parceiros comerciais.



Fundo de investimento com foco em insurtech, fintech e cibersegurança na América Latina, Estados Unidos, Europa e Israel.

Nesta edição do Latam Insurtech Journey, janeiro de 2026, você vai descobrir:

As previsões para o ano de 2026.

A introdução do nosso sponsor exclusivo: Mapfre.

O panorama atual do ecossistema insurtech.

As 10 insurtechs para acompanhar em 2026 na América Latina.

Os mapas insurtech por país *(desde já, pedimos desculpas por eventuais erros ou omissões)*.

O mapa das associações insurtech

Os últimos 5 Insurtech VIP Lounge:

meanwhile

 SISÍ  CallPilot.ai

PIER.


EMET360
INNOVACIÓN EN VERDAD

- » **Meanwhile**, a primeira seguradora de vida denominada em Bitcoin (BER)
- » **XSISÍ**, a insurtech mexicana pronunciada “Por Si Sí” (MEX)
- » **EMET360**, a insurtech que provoca um efeito wow (ARG)
- » **PIER**, a neoinsurtech que alcançou rentabilidade (BRA)
- » **CallPilot.ai**, os agentes de IA chegam com força ao insurtech (REPDO)

Os 4 eventos imperdíveis de 2026!

Meet Day, by Cámara Insurtech Argentina, 10 e 11 de junho, em Rosário (Argentina).

Evolución Insurtech Latam 2026, by InsurteChile, 13 e 14 de agosto, em Santiago do Chile.

ITC Vegas, de 29 de setembro a 1º de outubro, em Las Vegas, EUA.

Mexico Insurtech Summit, novembro, na Cidade do México.

Neste semestre, expressamos nosso agradecimento especial à Mapfre, em particular a Leire Jiménez, María Navarro e Carlos Cendra, pelo apoio inestimável e por tudo o que estamos construindo juntos.

Os mapas que apresentamos estão sendo desenvolvidos graças ao trabalho do nosso comitê interno e também ao valioso apoio das associações e de pessoas-chave como José Prado, Ricardo Nishimura, Marcelo Roehrs e Alfredo Gudiño. A todos eles, muito obrigado pelo apoio.

Também um grande agradecimento ao **MetLife Xcelerator**, ao apoio de Javier Cabello e, claro, a Santiago Airasca / Thais Quintanilla e suas equipes, com quem estamos construindo uma relação sólida e de longo prazo.

Nossa enorme gratidão à **Prudential** pelo apoio novo e renovado, em especial a Luciana Amano e sua equipe.

Não posso deixar de agradecer à **dacadoo** e ao grande Manuel Heuer, à **Munich Re** e a toda a equipe — em especial Max Kuckemanns, Alberto Abalo, Federico Tassara, Carlos Rodriguez e todo o time —, ao **Grupo Asys** pelo enorme carinho e, em particular, a Laura Lopez Ibañez e Oliver Nuyens.

Agradecemos também à **HCS Capital**, Alex Horvitz, Juan Eduardo Justiniano, Axel Mihanovich e Joaquín Cerda pelo apoio constante.

A todo o ecossistema da **Aliança Insurtech Panamericana** e seus 28 conselheiros. Um destaque especial para Rodrigo Labbé, Oscar Garza López Portillo, Rodrigo Alfonso, Gabriel Depascual, Almendra Hermida, Matías Stäger, Sergio Zuñiga e para o dream team das Managing Directors: Natalia Synay, Andrea Triat, Karevit Mancilla, Mathilde Viola e Sokorro Heinecke.

Aos nossos media partners, que publicam os Insurtech VIP Lounge: **El Asegurador** (México), **100%Seguro** (Argentina), **Insurtech.br** (Brasil), **Connecta B2B / Mercados y Tendencias / ITNow** (América Central), **Futüre by Inese** (Espanha), assim como às quatro associações da AIP.

Special big up para Drake Slaikeu-Lawhead, Bill Harris, Nicole Peck, Juan Carlos Godoy, Alejandra Lopez, Micaela Amodio e, claro, Vicky Oubiña e Belén Etchegoyen.

Também agradeço à **InsurtechNews** por me incluir em seu ranking dos 50 maiores influencers.

Por fim, não poderia encerrar sem agradecer ao **Gemini** pelo apoio ao nosso trabalho.

5 PREDICÇÕES PARA EMPEZAR 2026

by Hugues Bertin

2026



INSURTECH
ADVISORY
EXPLICIT CONTENT

O que significa para o setor de seguros entrar no "Ano do Cavalo de Fogo"?

As boas tradições se repetem e estamos entrando no ano do cavalo de fogo.

Qual o impacto disso no setor de seguros?

Vamos tentar comparar as previsões do ano passado com a realidade (ou seja, fazer um backtest) e também focar nas previsões para 2026, que, obviamente, dão continuidade às anteriores.



1. Previsões de backtesting para 2025

Como todos os anos, vou comparar minhas 5 previsões do ano anterior com o que realmente aconteceu.

Em relação às minhas previsões para 2025 (versus a realidade), chegaremos a 4/5. Portanto, acho que podemos continuar fazendo essas previsões que muitas pessoas leem.



HUGUES BERTIN

**Especialista nº 1 em Insurtech na América Latina 🏆
Estrategista, palestrante e consultor de conselho**

1

Canais alternativos & Embedded Insurance: 1 ponto

Sem dúvida, foi um grande ano para o desenvolvimento de canais alternativos e, conseqüentemente, para o mundo do seguro embarcado (embedded insurance).

Embora o primeiro ator a impulsionar esse movimento tenha sido a Chubb, com o Chubb Studio, hoje o principal motor dessa tendência é a MetLife Xcelerator, duplamente premiada no AIP Awards 2025, com mais de 6 milhões de apólices emitidas, 25 parcerias estratégicas ativas e USD 344 milhões em prêmios gerados.

No entanto, outros players como a Prudential Financial, por meio de sua parceria com a 123Seguro, também estão acelerando fortemente nessa tendência.

Como sempre, o Meli nos surpreendeu ao anunciar ter mais de 10 milhões de clientes segurados.



2

Saúde, Healthtech, MedTech e Bem-estar como um grande ecossistema: 0,5 ponto

O movimento é real e resiliente, com cerca de 30% das insurtechs da América Latina participando, por exemplo, desse ecossistema segundo o último Latam Insurtech Journey.

No entanto, as necessidades são tão relevantes que o desenvolvimento esperado não avançou no ritmo que antecipávamos.

Por exemplo, observamos que o segmento de bem-estar, que viveu um forte hype há alguns anos com players como Betterfly ou Vitality, hoje tem menor relevância, apesar de a dacadoo continuar muito ativa com programas focados em saúde e prevenção (ex.: Seguros Bolívar 🇨🇴, Rimac 🇵🇪 e Brasil, mas ainda não podemos divulgar).

Vale destacar também o AIP Awards 2025 conquistado pela Medismart Live por sua solução com impacto no campo da saúde mental na Colômbia.

Ainda assim, mantemos a mesma previsão para 2026.

3

Consolidação e inovação em Insurtech: 1 ponto

Observamos que a mortalidade das insurtechs na América Latina continua em torno de 10% ao ano, o que contribui para sanear e amadurecer o ecossistema.

Em nível global, a tendência mais relevante que estamos observando é a forte atividade de M&A no mundo insurtech, com cerca de 20 operações recentes. Entre as mais destacadas estão:

- A aquisição da NEXT Insurance pela Munich Re por um valor de USD 2,6 bilhões.
- A aquisição da Newfront pela WTW por USD 1,3 bilhão.
- Também podemos mencionar outras operações relevantes, como a compra da BOXX Insurance pela Zurich, da Bowtie pela Sun Life, da Quantee pela Guidewire, da Vitaance pelo PIB Group, e da Prima pela AXA.
- Na América Latina, destaca-se a aquisição da Agger pela Dimensa por USD 50 milhões.

4

Seguros com impacto: 0,5 ponto

Há alguns anos, o setor segurador na América Latina vem buscando gerar um maior impacto na sociedade, repensando sua proposta de valor e seus produtos.

Em 2025, observa-se um leve, porém significativo, aumento dos seguros paramétricos, geralmente associados a impactos relevantes no setor agrícola — como na Colômbia, por exemplo — ou à cobertura de catástrofes naturais. Ainda assim, não observamos um movimento concreto e estruturado em nível regional.

Vale destacar a interessante iniciativa da Rio Uruguay Seguros para a proteção dos yaguaretés na Argentina, como um exemplo positivo de impacto social e ambiental.

No entanto, ainda há muito a ser feito no universo dos microsseguros, já que se estima que, na América Latina, eles alcancem menos de 10% do público-alvo (aprox. 37 milhões de um total de 400 milhões), segundo o excelente relatório da MicroInsurance Network.

5

IA Generativa: 1 ponto

A GenAI foi, sem dúvida, o buzzword do ano.

Com a atual efervescência do mercado, hoje tende-se a misturar conceitos como IA tradicional, GenAI e Agentic AI. O fato é que a adoção massiva da GenAI pela sociedade já está impactando o setor segurador. No entanto, esse impacto se concentra principalmente na eficiência de tarefas internas (redação de relatórios, traduções, resumos e atas), mais do que em implementações massivas e produtivas ao longo de toda a cadeia de valor.

O maior impacto é observado, por enquanto, no mundo dos desenvolvedores. Estima-se que cerca de 50% dos tokens utilizados em GenAI sejam destinados à criação de código.

Da mesma forma, estima-se que mais de um terço do investimento em insurtech esteja hoje direcionado a soluções fortemente baseadas em IA (AI-oriented solutions).

Apesar da chegada de insurtechs de Agentes de IA, a ausência de comunicação concreta sobre o uso e o impacto da GenAI em escala e em produção na América Latina nos leva a crer que a implementação ainda não é madura.



B

As 5 previsões para 2026

Previsão 1: Canais alternativos & Embedded Insurance

O potencial associado à abertura de novos canais de distribuição é imenso (não podemos esquecer que esses canais valorizam especialmente o seguro, pois se tratam de produtos com margens elevadas) e, naturalmente, integrar produtos embarcados dentro do processo de compra é um verdadeiro no-brainer. Por essa razão, estima-se que o potencial desse mercado supere USD 1,5 bilhão até 2032, segundo a Forbes.

Para competir nesse segmento, até poucos anos atrás as seguradoras precisavam desenvolver capacidades tecnológicas significativas. Hoje, graças a players como [bolttech](#), [Peak3 \(formerly ZA Tech\)](#), [KLIMBER](#) ou [Gangkhar](#), qualquer seguradora pode competir de forma muito mais ágil com players consolidados como Chubb, MetLife Xcelerator e outros líderes do segmento.

- Na América Latina, vale a pena acompanhar a Klimber, vencedora de um AIP Awards 2025, que anuncia ter 16 milhões de pessoas seguradas e USD 600 milhões em prêmios administrados.
- Também vale acompanhar de perto o desenvolvimento da Rappi, em parceria com a [SBS Seguros Colombia S.A.](#), como um caso relevante de embedded insurance na região.
- Por outro lado, a [NaranjaX](#) e seu ambicioso plano estratégico de 3 anos na Argentina — do qual tive a oportunidade de participar — também merecem atenção.
- Sem esquecer a entrada da Revolut como neobanco em vários países da América Latina (Brasil, México, Colômbia e Argentina). Nesse novo cenário, como reagirá o canal tradicional?

Previsão 2: Agentic AI e Sistemas Multiagente (MAS)

O uso de agentes de IA em subscrição, sinistros e detecção de fraudes está passando de projetos piloto para uma adoção em escala. Em 2025, embora quase todas as seguradoras estivessem investindo em GenAI, poucas a utilizavam de forma transversal e em produção. Hoje, esses agentes permitem automatizar fluxos de trabalho completos, marcando a entrada em uma nova era pós-RPA.

Estima-se que essa transformação possa reduzir em até 30% os custos administrativos e de regulação de sinistros.



- Nesse contexto, a LISA Insurtech se posiciona como uma das insurtechs estrela do ano, com 7 reconhecimentos internacionais, em especial graças à sua parceria com a Zurich: mais de 1.000.000 de sinistros liquidados por meio de seus dois agentes, LisaUX e LisaAI.
- Também me chamou muito a atenção o desenvolvimento do agente da CEPTINEL para apoiar o analista interno de fraude, com relatórios completos e técnicos gerados por GenAI.
- O apoio de grandes players como a Munich Re, com sua solução AISure para segurar, em particular, os falsos positivos, pode ser um acelerador para a entrada em produção em escala.
- Agora, haverá algum impacto sobre o emprego, como foi anunciado na Europa pela Allianz?

Previsão 3: Investimento estratégico em insurtech

Da mesma forma que observamos em 2025 o investimento direto da MetLife na Klimber ou da **Mapfre** na **Blue Marble**, veremos outros players do setor investindo em soluções

insurtech com o objetivo de aprender, experimentar e desenvolver novas capacidades que depois possam escalar em seu mercado principal (core).

Também é perceptível o interesse dos fundos no universo insurtech: Mundi Ventures e seu fundo de USD 100 milhões para a América Latina, Sancor Seguros Ventures, HCS Capital (um novo fundo em 2026?) ou Bice Venture.



Previsão 4: Saúde, Healthtech, MedTech e Bem-estar

Reiteramos a mesma previsão do ano anterior, já que o potencial e as necessidades são imensos. Estima-se que o gap de proteção continue muito significativo. Em 2020, a OCDE estimava que o gap na América Latina era da ordem de 35% dos gastos, sem considerar que muitas pessoas ainda não têm acesso a um sistema de saúde básico.

No caso do Chile, por exemplo, o Estado está tentando redesenhar o primeiro pilar de saúde, e é provável que opte por se associar a apenas uma ou duas seguradoras para seu desenvolvimento e implementação.

Vale acompanhar, no segmento odontológico, a expansão da Gerty Healthatom – Dentalink – Medilink – Gerty, uma insurtech chilena impressionante que pode se tornar a próxima success story da América Latina, com 20 milhões de pacientes administrados em 2025, presença em 23 países e agora também com a venda de seguros.

O principal impacto é um maior nível de engagement e, conseqüentemente, uma maior duração das apólices.

- Nesse contexto, podemos mencionar players como MOK ou ASYS, que vêm trabalhando ativamente nessa linha.
- Também existem soluções pontuais muito interessantes, como o caso da Past Post | Legado Digital, vencedora de um AIP Awards 2025, que ilustra bem esse enfoque além do core segurador. Nesse caso, eles desenvolveram uma solução deathtech para complementar os seguros de vida.

Previsão 5: Beyond Insurance

Quando falamos de Beyond Insurance, referimo-nos a uma mudança estratégica pela qual as seguradoras ampliam sua proposta de valor ao oferecer serviços adicionais não seguradores, com o objetivo de acompanhar os clientes em sua vida cotidiana e construir uma relação mais profunda e duradoura, indo além do seguro tradicional.





Agora, queriam saber como o Ano do Cavalo de Fogo vai impactar o setor de seguros?

Pois bem, o Cavalo de Fogo 2026 no mundo dos seguros simboliza velocidade extrema, ruptura de modelos e tensão com o status quo. Portanto, minha interpretação é a seguinte:

- Velocidade extrema: será expressa por meio do investimento massivo e do desenvolvimento acelerado da IA, que passará definitivamente da fase de experimentação para a escala industrial.
- Ruptura de modelos: não acredito em uma disrupção total e imediata do setor segurador. No entanto, é muito provável que vejamos cada vez mais inovação em canais e produtos, viabilizada pela tecnologia, sem falar da transformação da intermediação tradicional. Inclusive, em 2026 darei uma conferência especificamente sobre novos produtos de seguros.

- Tensão com o status quo: sem dúvida, os contextos macroeconômicos, a necessidade de investir em tecnologia para ganhar eficiência nas estruturas e a volatilidade do comportamento do consumidor vão nos exigir, a cada um de nós, repensar profundamente nossa atividade.

Com a Digital Insurance LatAm, seguimos com o mesmo propósito: “impulsionar o setor segurador rumo a um mundo sustentável por meio da tecnologia”, e continuaremos apoiando este tão belo setor – o segurador – o máximo possível.



Uma nova era tecnológica para a Mapfre

Vanessa Escrivá, Diretora Geral da Área de Tecnologia Corporativa e Dados.

A transformação tecnológica tornou-se um fator estratégico fundamental para as organizações que buscam manter sua competitividade em um ambiente cada vez mais complexo e dinâmico. Nesse contexto, a Mapfre iniciou uma nova fase com a nomeação de Vanessa Escrivá como Diretora-Geral da Área de Tecnologia Corporativa e Dados, uma iniciativa que reforça o compromisso da empresa em posicionar a tecnologia como um pilar transversal do negócio e um fator-chave na geração de valor.

Nessa perspectiva, a tecnologia é entendida como um facilitador estratégico que impulsiona a inovação, a eficiência operacional e a capacidade da organização de se adaptar a um ambiente em constante evolução.

Essa reorganização se concentra em uma visão mais integrada, na qual as capacidades tecnológicas são articuladas de forma coerente com a

As prioridades de negócios e as necessidades dos clientes são fundamentais. A estratégia envolve o fortalecimento da coordenação entre as equipes, a simplificação das estruturas e a promoção de um modelo mais ágil que facilite a tomada de decisões e acelere a execução de iniciativas estratégicas em todos os mercados onde a Mapfre atua.

Um dos pilares desta nova etapa é o papel da tecnologia e da inovação como motores de transformação do modelo operacional.

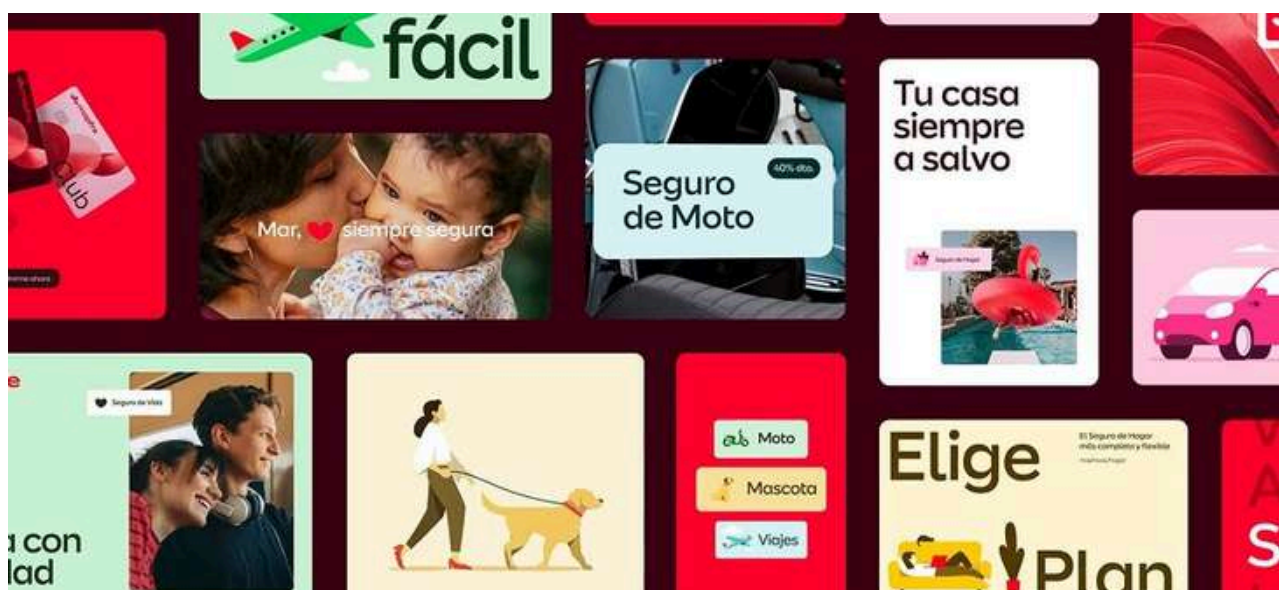


A adoção de soluções mais simples permite o progresso rumo a processos mais eficientes, escaláveis e centrados no cliente. A implementação do REEF, o ecossistema tecnológico unificado da empresa, constitui a sua espinha dorsal tecnológica; concebido para modernizar as operações, melhorar a eficiência, a agilidade e a experiência do cliente, permite a criação e a operação de novos produtos, serviços e soluções graças à sua arquitetura escalável. A seguradora já o está a implementar em vários mercados onde opera.

Da mesma forma, a transformação tecnológica e inovadora impulsionada pela Mapfre dá especial ênfase às pessoas.

O desenvolvimento de talentos tecnológicos, a formação contínua e a evolução das competências digitais são fatores essenciais para acompanhar a mudança e garantir que a tecnologia se torne uma verdadeira facilitadora do trabalho diário e um dos principais recursos para enfrentar os desafios futuros.

Com esta nova fase, liderada por Vanessa Escrivá, a Mapfre reforça o seu compromisso com uma transformação tecnológica sólida, coerente e de longo prazo. Esta visão alia inovação, responsabilidade e uma abordagem centrada no cliente, posicionando a empresa de forma robusta para enfrentar os desafios de um setor em rápida evolução.





I.
FATOS E
NÚMEROS

SUMÁRIO EXECUTIVO

Existem
536
insurtechs
na América
Latina

Retornos de crescimento sólidos (+7% ao ano contra 5% no ano anterior), bem abaixo das taxas de 20% de 2022 e 2023.

A taxa de mortalidade anual (incluindo as empresas que mudaram de rumo) continua a diminuir para **8%**. A principal explicação reside na queda acentuada da mortalidade entre as insurtechs de distribuição: apenas as mais resilientes sobreviveram a vários anos muito difíceis.

8%

Taxa de mortalidade de insurtechs

199

milhões de dólares investido em 2025

No entanto, durante os últimos quatro anos (marcados pelo início da crise financeira em março de 2022), o **ecossistema sofreu uma profunda transformação:**

- 48% das insurtechs desapareceram.
- **Surgiram 330 novas insurtechs em 4 anos!** Isso representa um crescimento de +84%.

Embora uma taxa de crescimento de 36% em quatro anos possa parecer baixa, **é fundamental entender que agora estamos falando de "outro ecossistema", com menos distribuição e mais facilitadores tecnológicos.**

Por outro lado, o Brasil continua a perder peso relativo na região (28% do total, em comparação com 33% em 2022), o que evidencia a diversificação geográfica do ecossistema.

O investimento em 2025 continua sua forte tendência de alta, atingindo US\$ 199 milhões em 2025 (+117% em comparação com 2024). 2025 é o terceiro ano com maior volume de financiamento, após os anos voláteis de 2021 e 2022.

O Brasil, com 74% do investimento (US\$ 89 milhões), lidera essa tração no ecossistema insurtech.

A taxa de internacionalização continua a crescer, atingindo 19,2% (+21%). Isso confirma a tendência observada nos trimestres anteriores.

A América Latina continua a atrair: 1/3 das insurtechs em um país são estrangeiras! (32%), apesar de uma ligeira estagnação.

Entre as 536 insurtechs, observamos que:

- » **38% (202)** estão envolvidos no ecossistema de mobilidade.
- » **27% (147)** estão envolvidos no ecossistema Life&Care.
- » **Ao longo dos últimos 4 anos, observou-se uma clara evolução:** de um modelo centrado na distribuição, que representava 60% do ecossistema, para facilitadores, que agora representam mais da metade (51%) e continuam a crescer.

19%

é o índice de internacionalización

32%

É o índice de atração.



Argentina: Com quase 100 insurtechs (98, +11%) e uma taxa de mortalidade projetada de apenas 1% para 2025, a Argentina se tornou um ecossistema robusto com grande potencial para os próximos dois anos. **Sua taxa de atratividade permanece baixa (20%), tornando-a um mercado atraente para insurtechs estrangeiras.**





Brasil: Com 214 insurtechs (+4%), o Brasil continua sendo o maior ecossistema, embora tenha apresentado crescimento lento nos últimos cinco semestres. O país continua perdendo peso relativo na região (28% do total, comparado a 33% em 2022); **no entanto, o investimento retornou com força em 2025, atingindo US\$ 146 milhões (74% do total).**





Chile: Com 100 insurtechs, o Chile se tornou o terceiro maior ecossistema da região graças ao seu crescimento estável (CAGR de +23% nos últimos 5 anos). Pela primeira vez, sua taxa de internacionalização diminuiu (de 32% para 28%), o que significa que novas insurtechs locais estão surgindo (como a Gokei ou a Devuelvo.cl).





 **México:** Retomou o crescimento resiliente com um aumento de 16% e é a força motriz da região, graças ao AIM. Sua atratividade permanece muito forte, com um índice de 41%. **Hoje, conta com 139 startups e a maior taxa de insurtechs de Vida e Saúde da região (36%).**

 **Colômbia:** O ecossistema está desacelerando um pouco, com 79 insurtechs (+8%), seu crescimento é inferior à média. Sua atratividade permanece entre as mais altas da região (54%). O empreendedorismo insular continuará a crescer ou veremos mais integração com outros atores do ecossistema?

 **América Central:** Com 32 insurtechs, o ecossistema continua a crescer (+19%). A criação da associação de insurtechs AICC deverá impulsionar ainda mais o desenvolvimento do ecossistema local, visto que **47% das startups são de capital estrangeiro.**

 **Ecuador:** Com 24 insurtechs, o ecossistema está se consolidando (+3%). **Há um forte foco em Vida e Saúde (46%).** A nova Associação de Insurtechs (AIE) pode atuar como um importante acelerador para o seu desenvolvimento.

 **Peru:** Com 35 insurtechs (+5%), o país está perdendo terreno apesar dos índices recordes de atração (66%) e internacionalização (67%), que o posicionam como o país mais aberto da região. **O ecossistema carece de uma associação que atue como catalisadora.**

 **Uruguai:** Com 28 insurtechs registradas (+33%), o ecossistema ainda está em desenvolvimento, impulsionado pela nova e dinâmica associação local AIU. **Assim como seu vizinho, a Argentina, o Uruguai possui um ecossistema altamente focado em mobilidade (50% do total).**



Democratizando o acesso a seguros na América Latina

Como o MetLife Xcelerator está transformando o setor

Somos uma **plataforma de seguros embutidos** que permite que empresas ofereçam proteção com um clique, diretamente na jornada de compra.



Ao contratar um empréstimo → **Proteção para o seu crédito**

Ao comprar um ingresso de show → **Proteção contra eventos imprevistos**

Ao comprar um dispositivo → **Proteção para compra parcelada**

Trata-se de proteger vidas em cada decisão do dia a dia.

Já estamos gerando impacto nesses setores:



- E-commerce
- Saúde
- Entretenimento
- Fintech
- Turismo
- Economia Gig

O que isso significa para as empresas que nos integram?



**Maior fidelidade
dos clientes**



**Diferenciação
clara**



**Novas fontes
de receita**

**Lançamos
em semanas,
não em meses**

→ Sem necessidade de
infraestrutura adicional

→ Prioridade total na
experiência do usuário

Em 2025, estamos
mais próximos do
nosso objetivo:

+6M

apólices emitidas

+25

parcerias
estratégicas

+\$344

em prêmios

Descubra como
integrar proteção
à sua jornada



Reconhecidos
na região:



Troféu Gaivota de Ouro

Inovação e Tecnologia



**2 Prêmios AIP Distribuidor de
seguros e seguradora
tradicional em transformação**



**SEGNEWS Inovação em
Vida Individual**

Transformando as experiências de
proteção financeira na região



**Prêmio Segurador
Brasil 2025**

Inovação na distribuição de soluções
de seguros de vida individuais

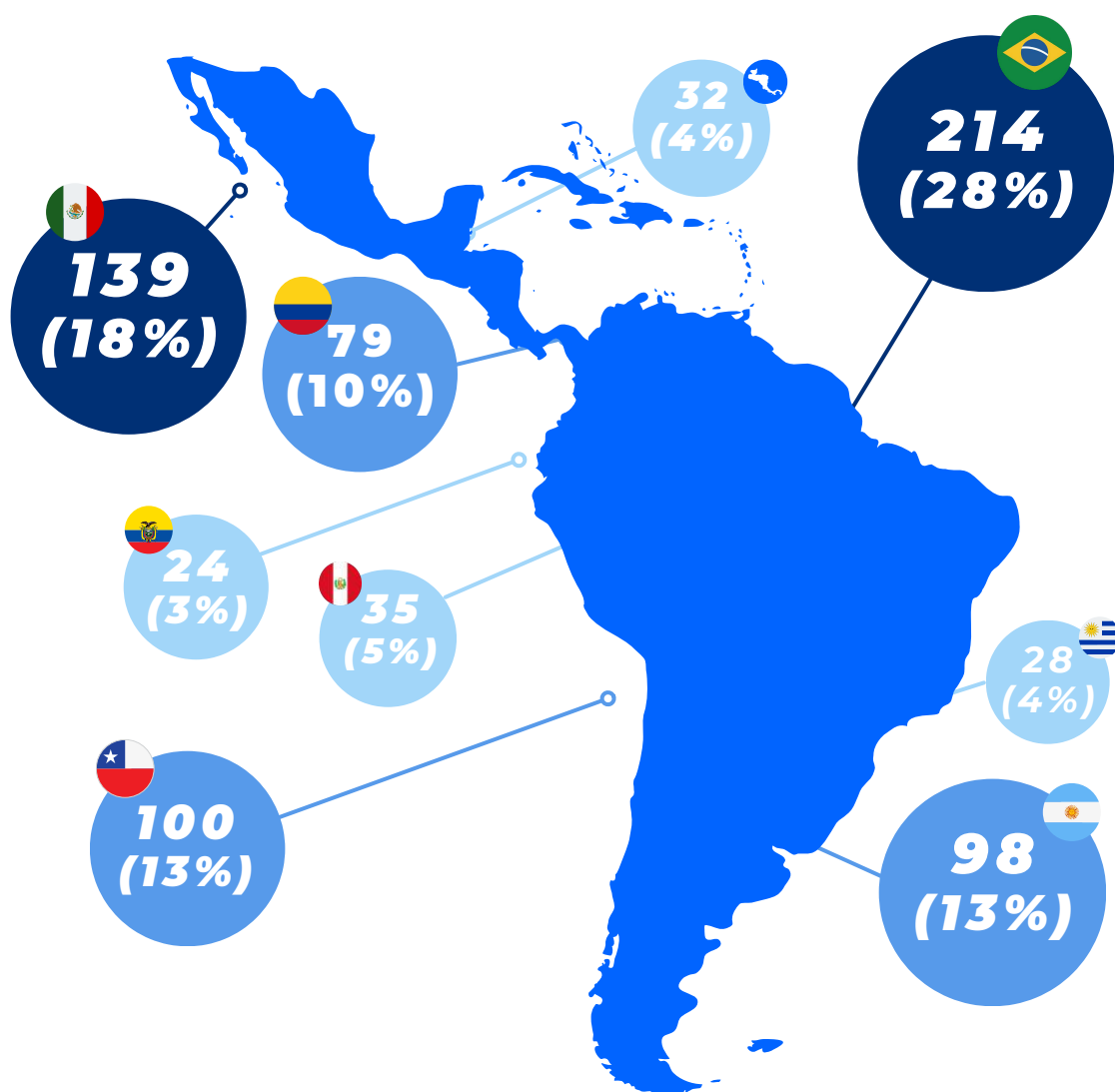


B

QUANTAS INSURTECHS EXISTEM?

Até o momento, existem 536 insurtechs.
na América Latina.

Está se tornando cada vez mais difícil estimar quantas insurtechs existem no mundo, já que não há uma definição única e as associações locais (quando existem) não as agrupam todas juntas.



Outros países:

**4
(1%)**



Os matemáticos irão se perguntar por que a soma das insurtechs de todos os países da América Latina não é 536.

A resposta é que existem mais, porque uma empresa de insurtech pode estar presente em mais de um país.

C

COMO O ECOSSISTEMA CRESCE?

As perspectivas de crescimento para os últimos 4 anos são bastante impressionantes.

Durante os últimos quatro anos (marcados pelo início da crise financeira em março de 2022), o ecossistema sofreu uma profunda transformação:

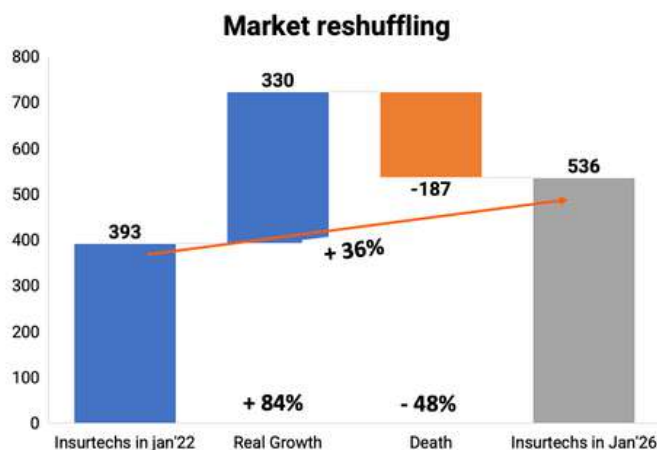
- 48% das insurtechs desapareceram.
- Surgiram 330 novas insurtechs, representando um crescimento de +84%.

Embora uma taxa de crescimento de 36% em quatro anos possa parecer baixa, é fundamental entender que agora estamos falando de "outro ecossistema", com menos distribuição e mais facilitadores tecnológicos.

O crescimento anual continua a aumentar para +7% (contra 5% no período anual), aproximando-se da sua taxa média de crescimento anual composta (CAGR) de 11%.

Sabendo que a taxa de mortalidade permanece em 8%, o crescimento "bruto" é de +15%.

Chile (+25%), México (+16%) e Uruguai (+33%) são os motores da América Latina.



Em 2025, **73 novas insurtechs surgiram na América Latina** e 39 desapareceram.

A Argentina continua a crescer (98, +11%), particularmente com o aumento da sua taxa de atração (de 16% para 20%) e a menor taxa de mortalidade da região (1%).

O Brasil continua apresentando baixo crescimento (+4%), atingindo 214 insurtechs, apesar da alta taxa de mortalidade (10%), mas está se abrindo lentamente (taxa de atração de 11%).

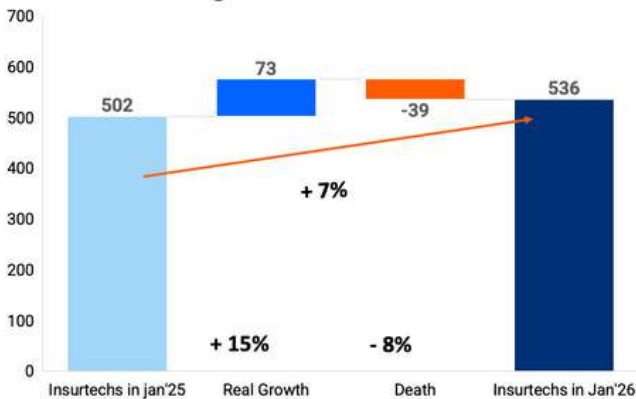
O Chile atingiu a marca de 100 insurtechs!! É o motor do crescimento (100, +25%), principalmente graças à sua taxa de atratividade, que cresce 700 pontos-base (de 25% para 32%).

Com 100 insurtechs, o Chile se torna o 3º ecossistema da região graças ao seu dinamismo estável (CAGR de +23% nos últimos 5 anos).

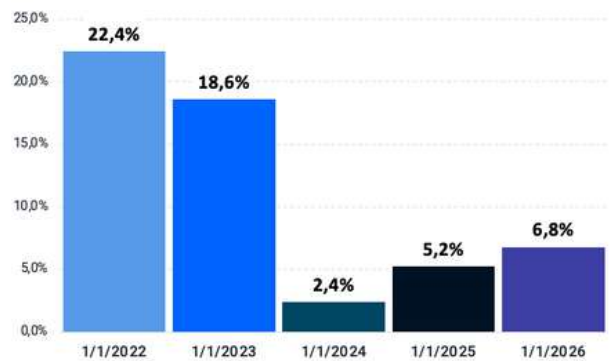
A Colômbia (79) tem uma taxa de crescimento que continua a diminuir (+8%), apesar de uma melhoria na sua taxa de mortalidade (de 8% para 5%).

Uruguai (+33%) Com 28 insurtechs registradas, o ecossistema está em uma fase dinâmica e de desenvolvimento.

Growth taking into account insurtech deaths



Growth rate



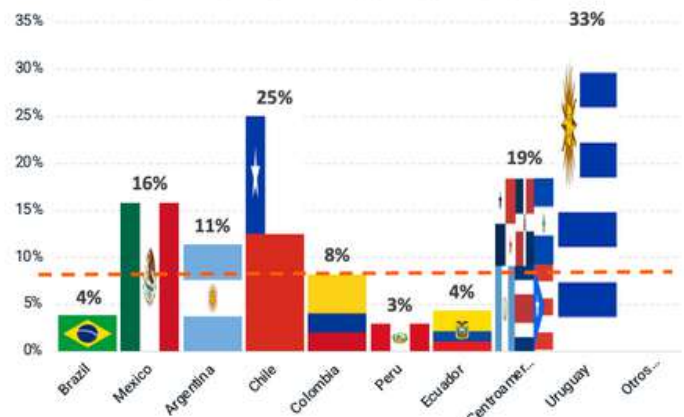
O Peru (35, +3%) perde terreno apesar das taxas recordes de atração (66%) e internacionalização (67%)

Equador (+4%) e América Central (+19%) estão em processo de consolidação.

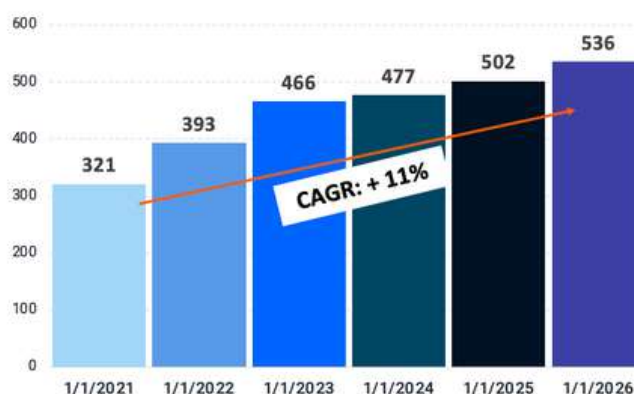
O México (+16%) voltou a crescer com resiliência e é o motor da região com +16 insurtechs em 2025 e, sobretudo, uma grande queda na mortalidade (de 12% para 4%).

Insurtech yearly growth of +7%

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



Average yearly growth

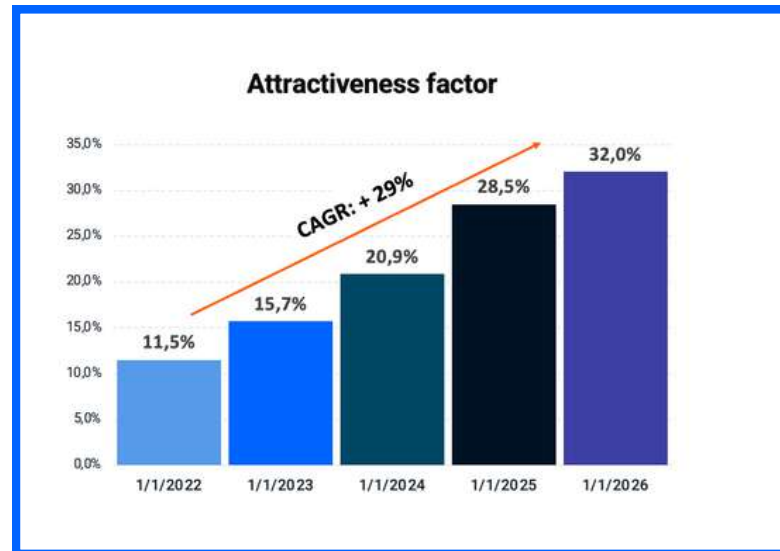


O índice de internacionalização cresceu 21%, passando de 16% para 19% (*). O trabalho das associações está impulsionando esse movimento em nível regional.

Esse crescimento provém principalmente da **Argentina** (32%) e do **Peru** (67%) e, em menor escala, da **Colômbia** (28%).

Por outro lado, a taxa de internacionalização do Chile caiu de 32% para 28%, o que se explica pela entrada de novas insurtechs no mercado local.

A internacionalização é um indicador da "boa saúde" do ecossistema, visto que a probabilidade de desaparecimento de uma insurtech que opera em apenas um país é três vezes maior.



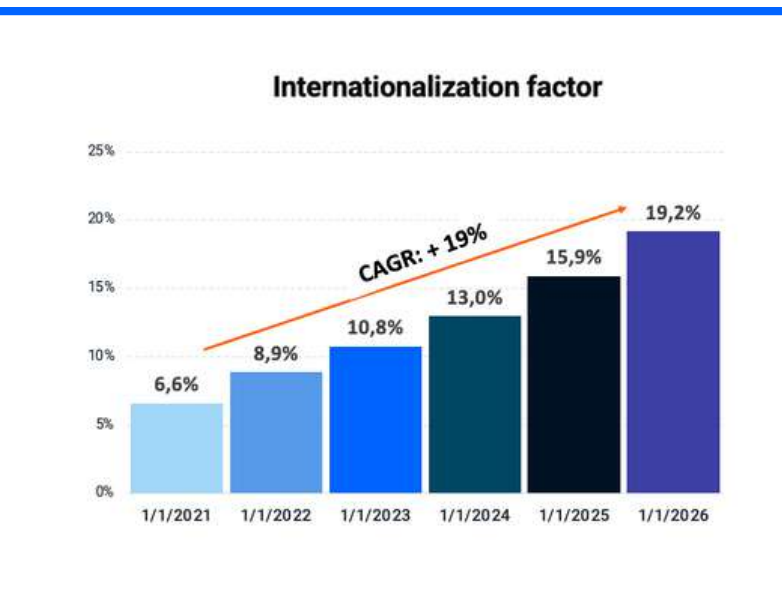
O índice de atratividade cresceu a um ritmo mais moderado durante esse período, com "apenas" 12%, passando de 29% para 32%.

Isso significa que, em média, 3 em cada 10 insurtechs presentes em um mercado são estrangeiras.

Os principais centros de atração são o México (o lugar para estar), com 41%, e a Colômbia e o Peru, com 54% e 66%, respectivamente.

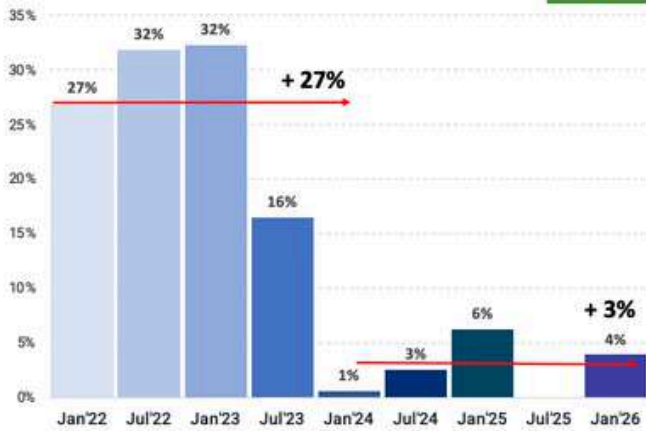
O Brasil agora conta com 11% de insurtechs internacionais.

Este índice apresenta alguma correlação com o índice de internacionalização, mas também incorpora a chegada de insurtechs estrangeiras à região, como Descartes, Bolttech, Akur8 ou Blue Marble.

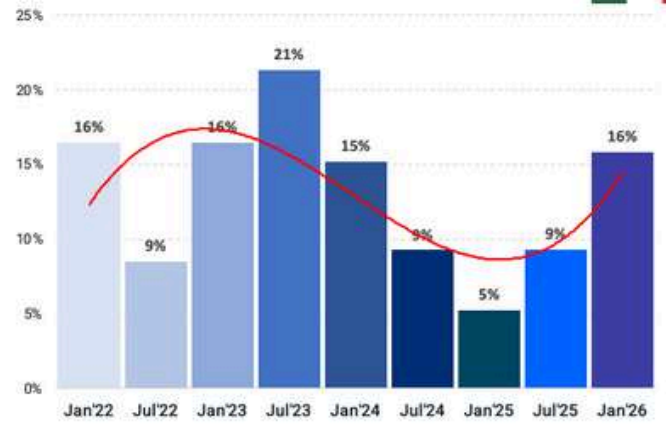


(*). Isso significa que 19% das insurtechs são multilatinas ou originárias de fora da região (EUA, Europa, etc.). Definimos "insurtech multilatinas" como aquelas que operam em mais de um país da América Latina.

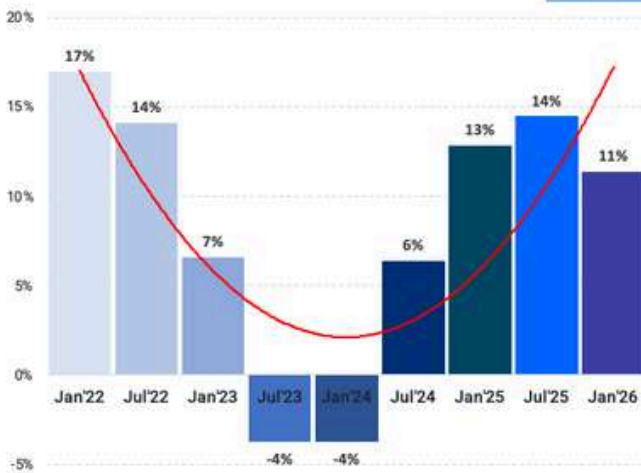
Brazil's annual growth



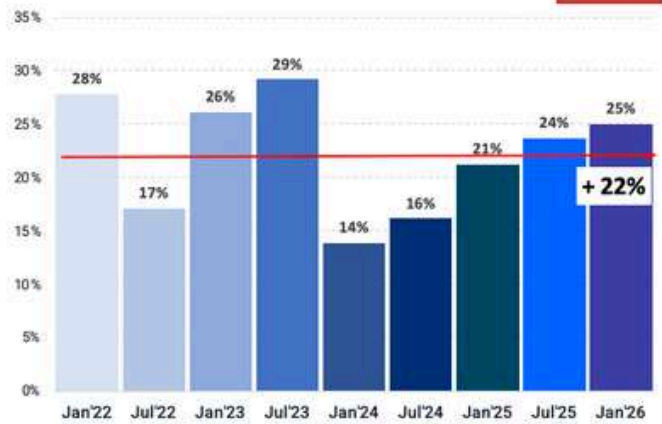
Mexico's annual growth



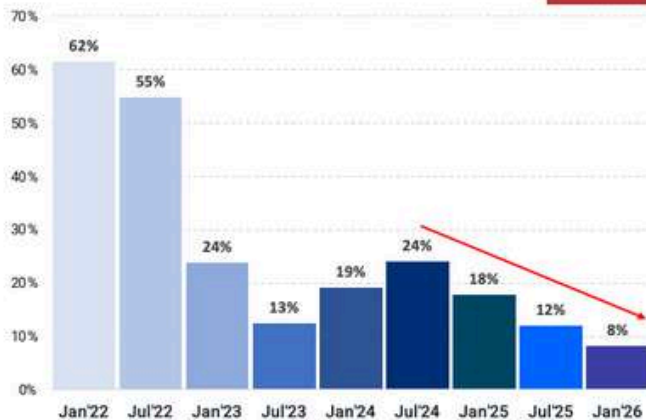
Argentina's annual growth



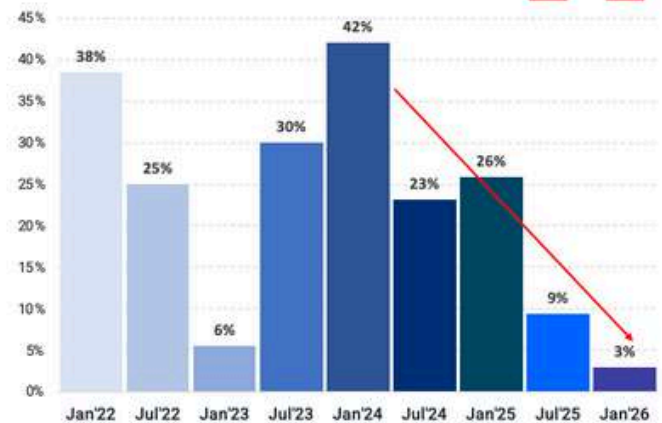
Chile's annual growth



Colombia's annual growth



Peru's annual growth



A **Argentina** é um país com insurtechs que são facilmente exportadas, com taxas de internacionalização de 32%, respectivamente, o que significa que 32% das insurtechs argentinas operam no exterior, e agora atrai muito mais (20%).

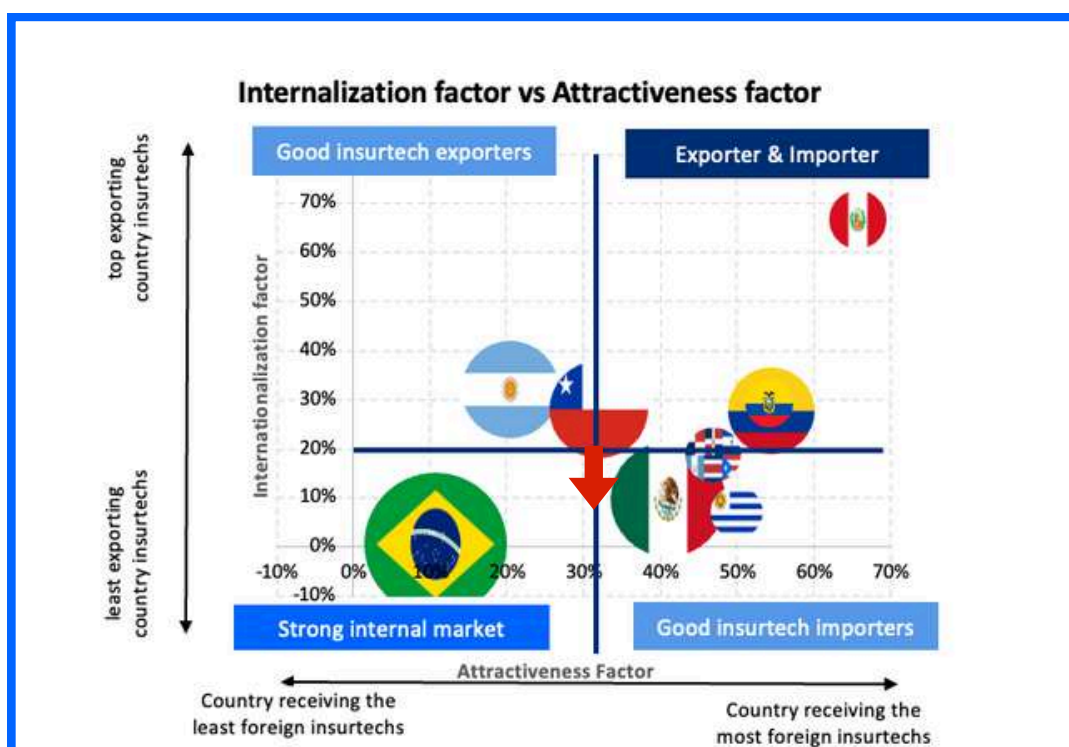
Pela primeira vez, o **Chile** registrou queda em seu índice de internacionalização, que passou de 32% para 28%. Esse declínio se explica pela entrada de novas insurtechs no mercado local, enquanto sua atratividade continua a crescer, de 25% para 32%.

Peru, Equador e Colômbia, por outro lado, são os principais receptores de insurtechs estrangeiras, com taxas de atração de 66%, 54% e 54%, respectivamente.

O **Brasil**, devido ao seu tamanho, permanece predominantemente doméstico; no entanto, agora 11% das insurtechs no ecossistema são estrangeiras, o que representa uma ligeira mudança.

O **México** apresenta uma ligeira melhoria em seu índice de internacionalização de 10%, embora continue sendo um superimportador com um índice de atratividade de 41% (+6%).

O **Uruguai** e a **América Central**, como novos ecossistemas, são apresentados como ecossistemas importadores (50% e 47% são insurtechs estrangeiras) e poucos exportadores (7% e 19%).



MAIS DO QUE VENDER SEGUROS: ESCALAR CONFIANÇA

Há três anos, evoluímos nosso modelo de negócio, incorporando a experiência consultiva da Prudential no desenvolvimento de soluções de proteção conectadas à vida digital das pessoas e impulsionadas por nossos parceiros estratégicos.

Hoje, essa visão se traduz em milhões de histórias protegidas e isso é só o começo. Mas a promessa não termina aqui: ela se concretiza no momento da verdade e se sustenta pela relevância contextual – seguros que surgem quando realmente fazem sentido.

Escalar não é apenas crescer rápido – é crescer com qualidade e propósito. Do primeiro clique até o momento do pagamento, projetamos com intenção, transparência e inovação aplicada ao que realmente importa: entender e acompanhar cada cliente.



TECNOLOGIA DE PONTA POR PADRÃO. IMPACTO SOCIAL POR CONVICÇÃO.

O futuro do seguro não é apenas mais rápido. É mais justo. Nosso propósito é melhorar a vida das comunidades às quais chegamos, acompanhando-as para alcançar uma estabilidade financeira duradoura, com a orientação e o apoio necessários para atingir seus objetivos financeiros.

Nossa proposta de valor permite aos nossos clientes:

- Encontrar produtos de proteção personalizados, contextuais e acessíveis.
- 100% de empoderamento no processo de solicitações e gestão de seus produtos, seja de forma digital ou integrando diferentes tipos de canais e experiências.
- Melhorar seu ambiente físico, mental e financeiro de maneira sustentável.

E aos nossos parceiros:

- Aproveitar as soluções de seguros integrados e utilizá-las de forma criativa como um impulsionador da proposta de valor do seu ecossistema.
- Gerar novas fontes de receita relevantes e adaptadas às necessidades
- Aumentar a fidelização e a satisfação
- Acelerar os processos de implementação por meio de modelos de integração flexíveis, escaláveis e ágeis
- Acessar uma equipe de especialistas locais e regionais que acumulam mais de 230 anos de experiência em modelos de distribuição B2B2C, desenvolvimento de produtos e CX.

Por meio de nossas soluções de inclusão, impactamos comunidades em todo o mundo, chegando a quem sempre esteve fora do sistema. O próximo salto do embedded insurance será humano.

A TECNOLOGIA É A BASE. O COMPORTAMENTO É A NOSSA VANTAGEM.

- Não desenhamos plataformas. Desenhamos decisões, pensando em pessoas reais e nos desafios que enfrentam quando precisam pensar em proteção.
- Aplicamos design comportamental a cada ponto da jornada, em parceria com centros de pesquisa de classe mundial.
- A tecnologia nos permite escalar, mas o entendimento humano faz a diferença. A verdadeira inovação não é digital, é humana.

**Menos fricção cognitiva. Mais clareza.
Mais confiança.**



**PARCERIAS QUE
GERAM VALOR
E IMPACTO REAL.**

Entre em contato com nossos especialistas e cresça com quem entende de proteção.

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

2025: O 3º ANO COM O NÍVEL MAIS ALTO DE FINANCIAMENTO

Em 2025, foram investidos 199 milhões de dólares em insurtechs na América Latina, quase atingindo o nível do excelente ano de 2022 (215 milhões de dólares), que incluiu a mega rodada de financiamento de 125 milhões de dólares da Betterfly.

Observa-se uma forte recuperação, com um crescimento de +117% em comparação com 2024.

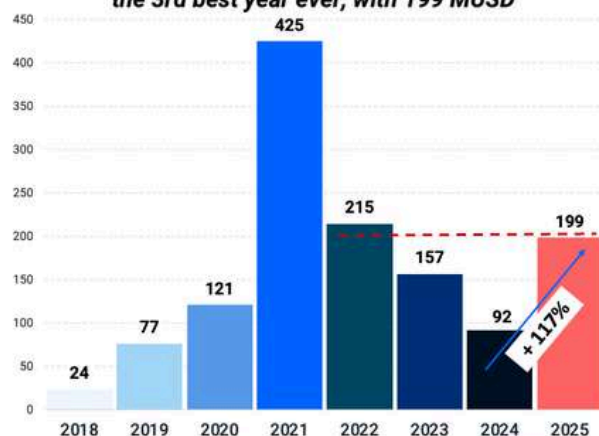
É um ótimo ano para o Brasil: os fluxos de entrada estão concentrados principalmente no país (74%).

Desde o início, 61% de todo o financiamento foi fornecido no Brasil.

Em termos de linhas de negócio, este ano demonstra um investimento significativo em Vida e Cuidados:

- **Mobilidade:** 34%
- **Vida e Assistência:** 53% (levando em consideração que representam apenas 27% das insurtechs)
- **Outros:** 12% (ex.: facilitadores)

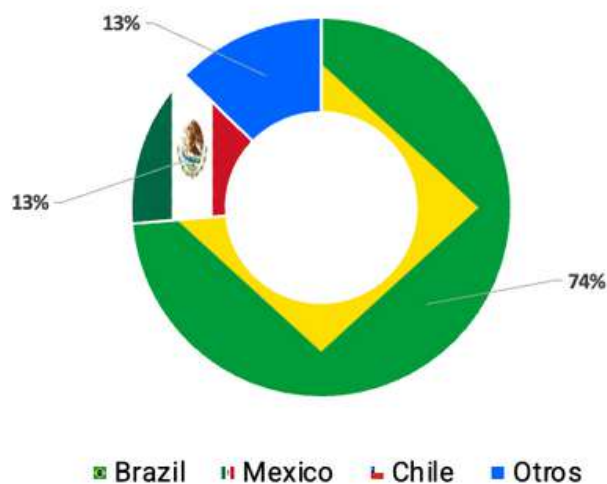
Latam Insurtech funding:
1.462 MUSD since 2010 (*)
the 3rd best year ever, with 199 MUSD



(*) Active funding refers to funding that excludes financing for inactive insurtech, insurtech that has pivoted, or those that have been acquired.

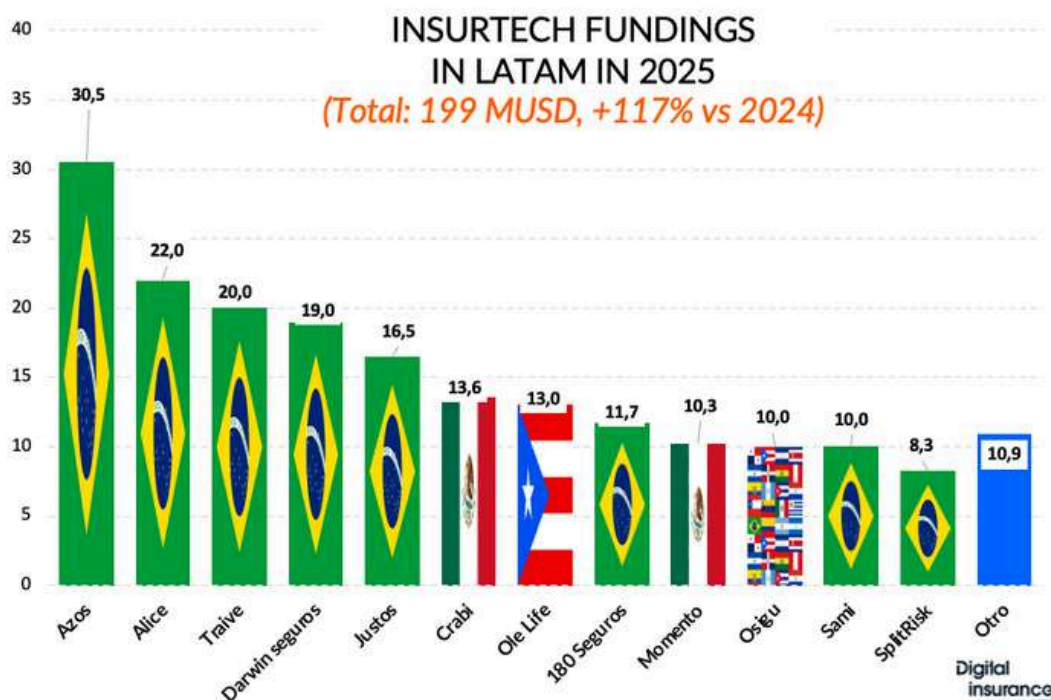
Digital Insurance

Investment by country
in 2025



(1) Fonte: Crunchbase / Pitchbook / informações próprias – observe que muitos investimentos são confidenciais.

- 
Azos (BRA, US\$ 30,5 milhões): MGA de seguros de vida 100% digital, sem exames e com aprovação rápida.
- 
Alice (BRA, US\$ 22 milhões): Plano de saúde para uma empresa brasileira
- 
Traive (BRA, US\$ 20 milhões): Fintech/Insurtech para o mundo agrícola
- 
Darwin Seguros (BRA, US\$ 19 milhões): Seguradora digital que oferece seguros pessoais e digitais (como automóvel, residencial e de vida).
- 
Justos (BRA, US\$ 16,5 milhões): seguro automóvel que recompensa a condução segura com ajustes mensais nas tarifas.
- 
Crabi (MEX, US\$ 13,6 milhões): seguro automóvel online em minutos via aplicação ou WhatsApp.
- 
Olé life (PR, US\$ 13 milhões): Seguro de vida 100% online, sem exames, até US\$ 1 milhão.
- 
180 Seguros (BRA, US\$ 11,7 milhões): Neo-seguradora e plataforma de seguros para empresas como fintechs, bancos e varejo.
- 
Momento (MEX, US\$ 10,3 M): Neoaseguradora digital de Auto
- 
Osigu (GUA/EUA, US\$ 10 milhões): Plataforma de gestão de pagamentos e sinistros de saúde
- 
Sami (BRA, US\$ 10 milhões): Plano de saúde para empresas e PMEs
- 
Split Risk Seguradora (BRA, US\$ 8,3 M): neo-insurer white-label de seguros de auto para sponsors.





Resolver o desafio do **engajamento** para melhorar os resultados em saúde e reduzir custos

Resultados validados pela ciência que fortalecem o valor para as seguradoras e a fidelidade dos clientes

Os custos de saúde estão aumentando em toda a LATAM

As seguradoras enfrentam volumes mais altos de sinistros e uma pressão crescente para criar estratégias sustentáveis de contenção de custos baseadas em engajamento.

A Plataforma Digital de Engajamento em Saúde (DHEP) da dacadoo ajuda as seguradoras a engajar ativamente seus clientes em comportamentos mais saudáveis por meio de experiências digitais personalizadas, impulsionando mudanças de comportamento de longo prazo e uma redução de custos mensurável.



7x retenção **62%** de aumento em MAU **71%** de engajamento

Por que a dacadoo funciona para seguradoras?



Personalização orientada pela ciência

Baseada em 400 milhões de anos-pessoa de dados científicos.



Integração flexível

Disponível como solução White Label totalmente personalizável ou por meio de componentes de API.



Segurança e conformidade

Certificações ISO 27001 e ISO 27701, totalmente em conformidade com GDPR e HIPAA.



Fonte:

"The impact of a lifestyle behaviour change program on healthcare costs: Quasiexperimental real-world evidence from an open-access mobile health app in the Netherlands."

<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0091743524003293#s0135>

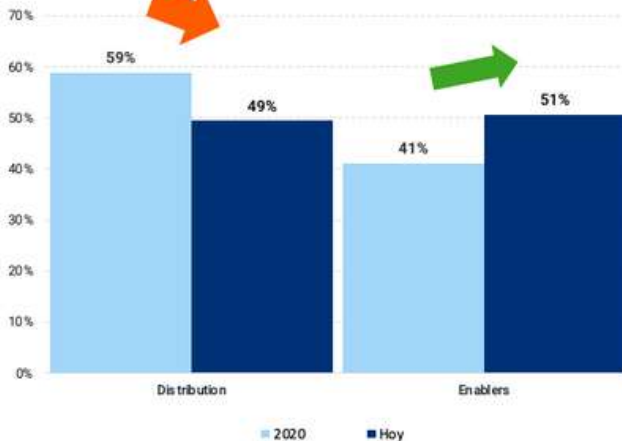
Entre em contato com nossa equipe



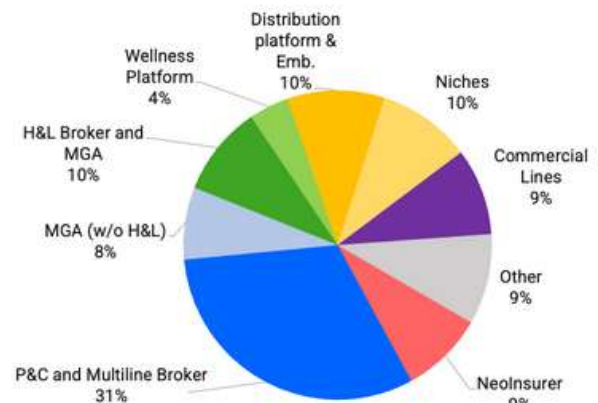
E

O QUE FAZEM AS INSURTECHS?

Enablers are increasing (+10% in 5 years)



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



(1) DISTRIBUIÇÃO (49%)

Já não podemos afirmar que o ecossistema insurtech se limita a sites de comparação online e corretoras.

O segmento mais competitivo, o das 'neoseguradoras', representa 9% de toda a distribuição, especialmente no México e no Brasil.

A maioria das insurtechs de distribuição se concentra em seguros de automóveis e residências para pessoas físicas, utilizando modelos de corretagem ou de gestão de agências (MGA). Esses dois modelos combinados representam 40% do mercado.

Uma parcela significativa da intermediação digital (D2C) migrou para o modelo B2B2C para fornecer plataformas de distribuição. Além disso, surgiram empresas totalmente digitais que buscam otimizar a distribuição por meio de APIs.

Naquilo que chamamos de nichos de mercado, encontramos soluções para serviços funerários, seguros para animais de estimação, bicicletas e telefones celulares.

Novidade

No caso do Chile, surge uma nova categoria: "Portabilidad".

Empresas como a Tedevuelvo.cl ou a MueveSeguro oferecem aos segurados a opção de trocar de seguradora sem complicações, principalmente em apólices de seguro relacionadas a crédito, reembolsando uma parte do prêmio.

DISTRIBUIDORES (49%)

VENCEDORES DESDE 2022

Desde 2022, quatro segmentos ganharam terreno:

» **Plataformas de distribuição:** em linha com a evolução dual de produto-canal impulsionada por seguros integrados e canais alternativos, observa-se um número crescente de participantes neste segmento (Klimber, 123Seguro, Gangkhar).

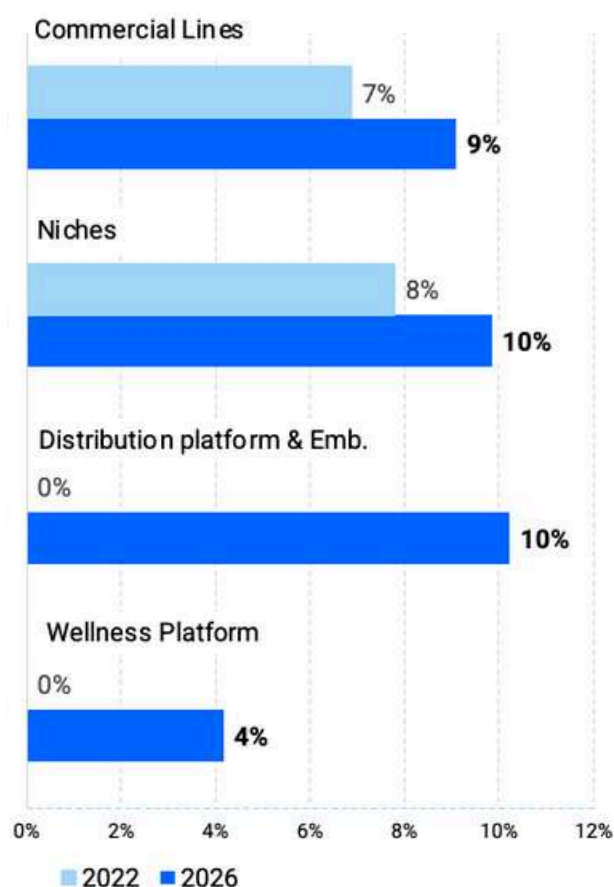
Atualmente, este segmento representa 10% da categoria "Distribuição".

» **Plataformas de bem-estar:** embora essa categoria não tenha apresentado crescimento em 2025, ela já representa 4% do total, enquanto não existia há quatro anos.

» **Linhas comerciais:** esta categoria cresceu de 7% para 9%, impulsionada principalmente pelo segmento de Seguros de Transporte (Zuru, ProtegeTuCarga, Proteus Cargo, Hover).

» **Nichos** (+2%, de 8% para 10%): observa-se também o surgimento de novos seguros de nicho, como seguro para animais de estimação, seguro para bicicletas ou serviços funerários.

Business Lines with **Increasing** Participation in *Distribution Segment*.



DISTRIBUIDORES (49%)

PERDEDORES DESDE 2022

Desde 2022, **dois segmentos apresentaram queda**.

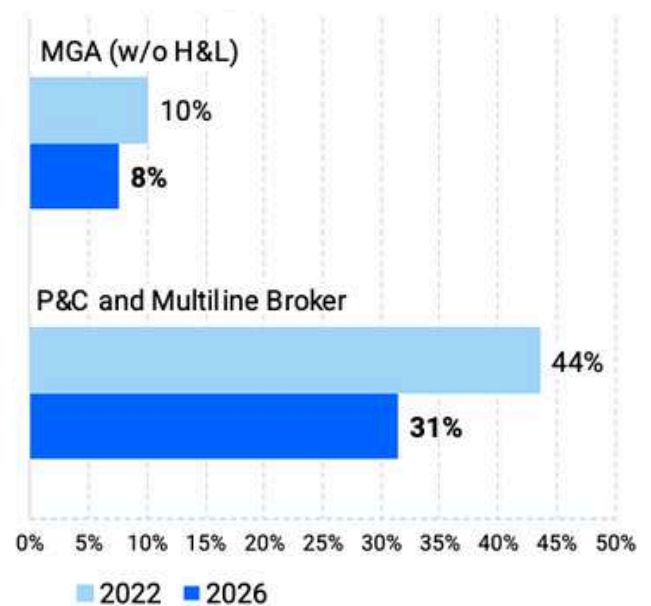
» MGAs (excluindo Vida e Saúde):

São MGAs (ou modelos similares) que não atuam nos segmentos de Vida e Saúde. Sua participação de mercado diminuiu de 10% para 8%. Nesse caso, o posicionamento de uma marca digital pode ser muito caro e, além disso, um modelo de MGA exige um provedor de capacidade de longo prazo, o que é difícil de garantir quando a taxa de crescimento é baixa.

» Corretoras de seguros de propriedade e acidentes e multilinhas:

esta categoria inclui corretoras digitais e sites de comparação. Sua participação de mercado caiu 13 pontos percentuais, de 44% para 31%. Essa queda é geralmente explicada pelo alto custo de aquisição de clientes e, em alguns casos, pelo valor limitado percebido pelo cliente nesse tipo de modelo.

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



CONCLUSÃO para as insurtechs: não se esqueçam das regras de ouro.

Digital
insurance

REGLA DE ORO

6 tips para tener una insurtech exitosa 2.0



Hugues Bertin
@digitalinsurancelatam
@HCScapital

(2) FACILITADORES (51%)

Hoje, mais de 50% das insurtechs são facilitadoras de tecnologia, fornecendo soluções essenciais em toda a cadeia de valor dos seguros.

Essa categoria está evoluindo rapidamente. **Hoje, vemos duas categorias emergindo e crescendo:**

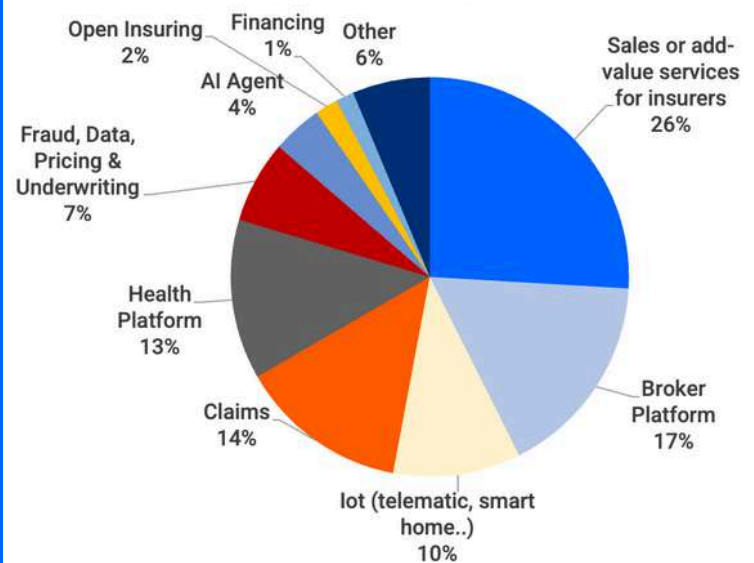
- » **Agente de IA (4%)** que são agentes que usam inteligência artificial generativa para otimizar processos.
- » Uma categoria de **Fraude, Dados, Preços, Riscos e Assinaturas (7%)** como Akur8, que simplifica os processos de precificação, ou Ceptinel em Fraude.

Agora a maioria está focada em:

- » • **Soluções destinadas a digitalizar a intermediação tradicional (=plataforma de corretagem) (17%).** Este modelo está a fortalecer a nova forma de intermediação, conhecida como 'OMNI', que está a tornar-se cada vez mais digitalizada.

- » • **Além disso, 14% das soluções focam na digitalização do processo de sinistros,** como é o caso da LISA Insurtech.

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



- » • **O setor da saúde** está ganhando relevância significativa, tanto na distribuição quanto na prestação de serviços de valor agregado para as seguradoras, abrangendo 13% do mercado.

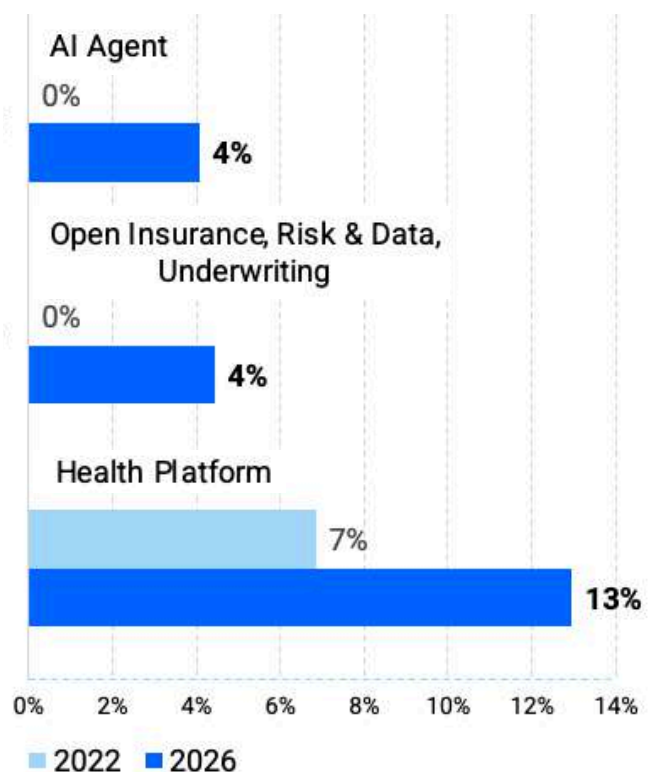
FACILITADORES (51%)

VENCEDORES DESDE 2022

Desde 2022, 3 segmentos ganharam terreno:

- » **Agentes de IA:** São agentes que utilizam inteligência artificial generativa para automatizar processos. Este subsegmento já representa 4% da categoria de facilitadores.
- » **Seguros Abertos, Riscos e Dados, Subscrição:** Esta categoria, que já representa 4% do total, reúne insurtechs que exploram ao máximo o potencial dos dados e da IA mais tradicional para aprimorar a gestão de riscos, a subscrição e a tomada de decisões.
- » **Plataformas de saúde:** Embora haja um grande desafio estrutural para proteger os latino-americanos em questões de saúde, também existe uma oportunidade significativa para tornar o setor mais eficiente, inclusive no diagnóstico, acompanhamento de pacientes, assistência médica e detecção de fraudes, entre outros aspectos. Em quatro anos, a proporção de insurtechs atuantes nesse segmento dobrou, passando de 7% para 13%.

Business Lines with **Increasing** Participation in *Enablers Segment*



FACILITADORES (51%)

PERDEDORES DESDE 2022

Desde 2022, dois segmentos perderam terreno:

» Plataformas para corretores:

Embora a digitalização do canal tradicional de agentes continue sendo um foco estratégico, o segmento de insurtechs que criam valor tecnológico para esse canal perdeu relevância, caindo de 19% para 17%. O desafio permanece enorme: mais de 210 mil intermediários na América Latina.

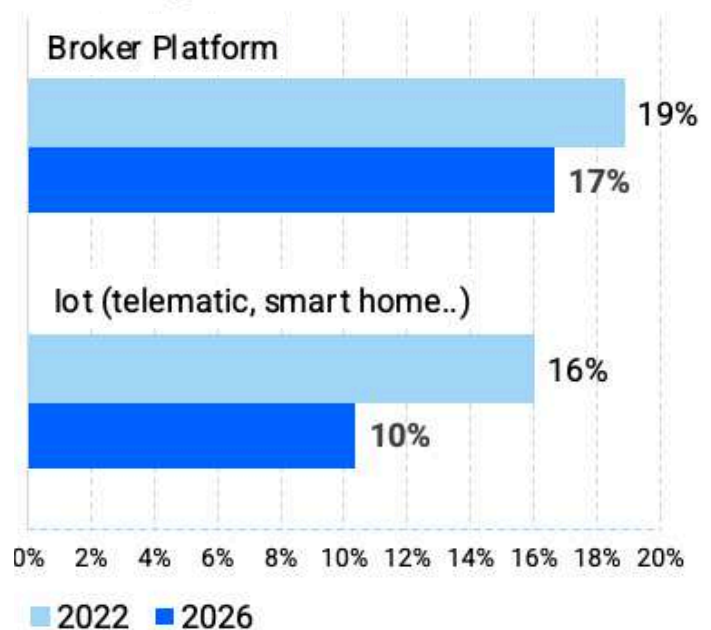
» IoT (telemática, casa inteligente):

embora a IoT deva ser estruturalmente transformadora para o setor de seguros — melhorando a prevenção, reduzindo sinistros e gerando uma potencial redução de preços com impacto positivo para os segurados —, a realidade mostra que é difícil alcançar modelos bem-sucedidos em larga escala.

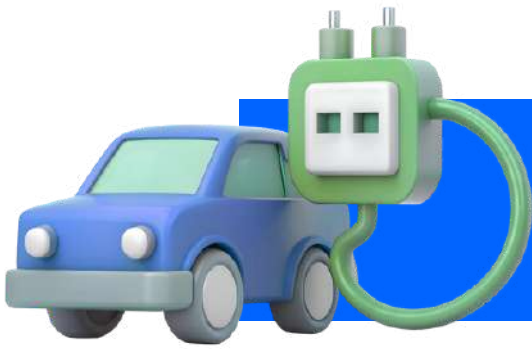
Isso se aplica à Vida (modelo Vitality), assim como aos Automóveis (telemática) ou à Casa (casa inteligente).

Consequentemente, a proporção de insurtechs que entraram nesse segmento diminuiu de 16% para 10%, deixando espaço principalmente para empresas já estabelecidas, como a Jooycar.

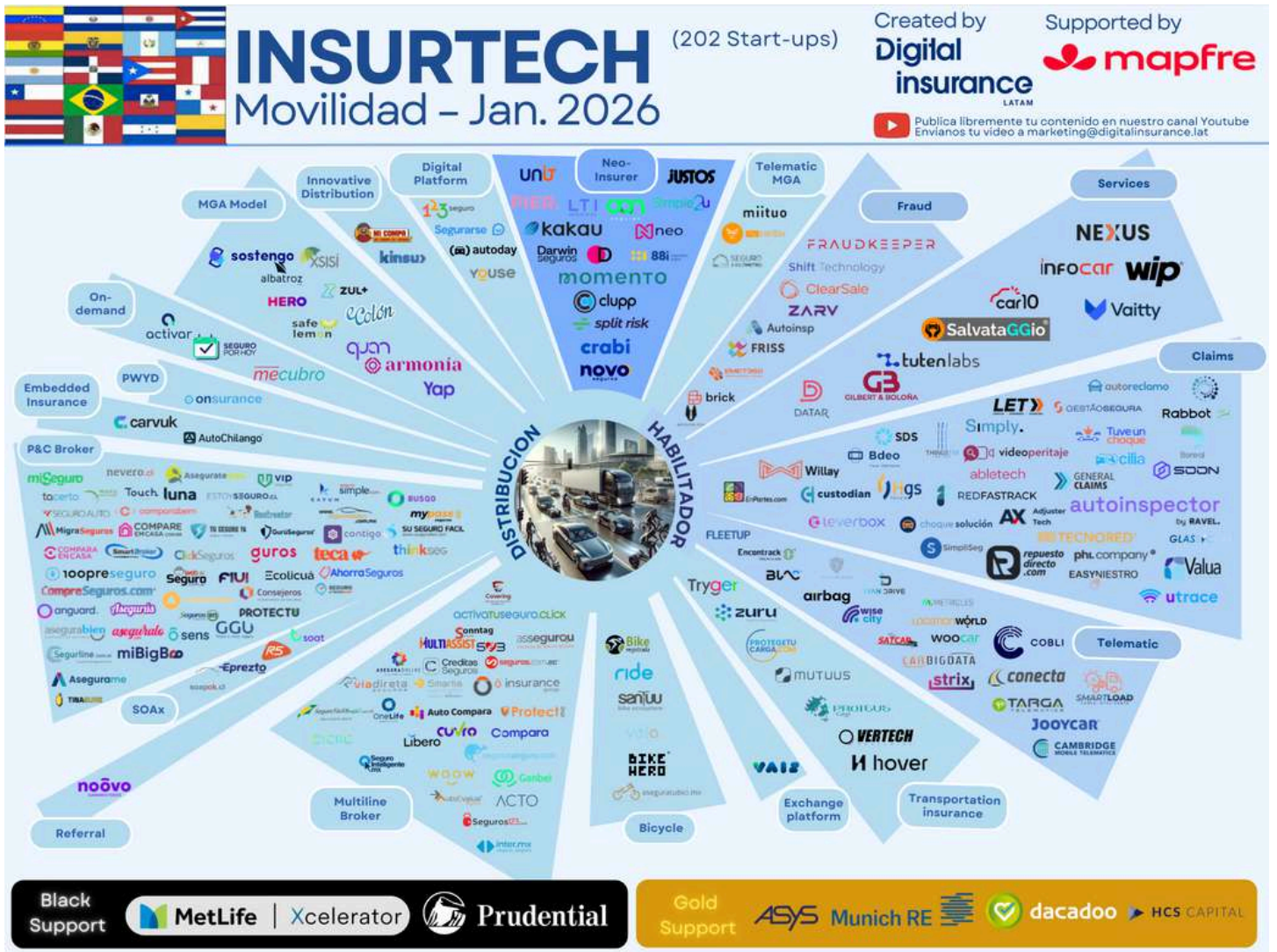
Business Lines with Declining Participation in Enablers Segment



E O QUE FAZEM AS INSURTECHS?



Ecosistema de Mobilidade

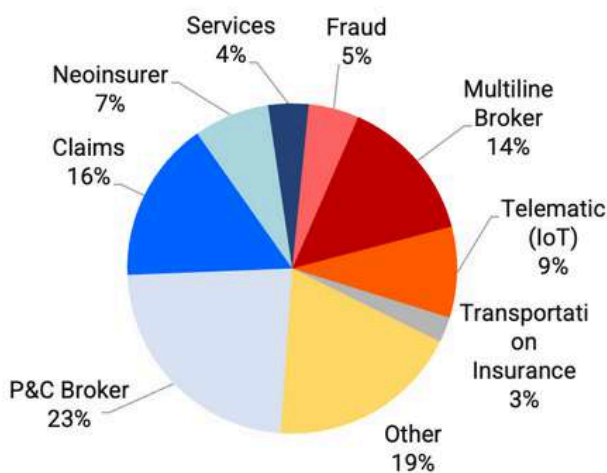


Com 202 insurtechs e representando 38% do mercado, o ecossistema de mobilidade é o mais proeminente.

Nesse ecossistema, a distribuição desempenha um papel relevante, abrangendo 66%, enquanto os fatores facilitadores são secundários, com 34%.

Em relação ao investimento, esse ecossistema atraiu 34% do total investido nos últimos 10 anos (e 34% em 2025), atingindo 498 milhões de dólares, destinados principalmente a neoseguradoras de mobilidade, que exigem alto capital inicial.

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



Argentina e Uruguai estão mais focados na mobilidade (45% e 50%), enquanto Brasil e Colômbia parecem estar menos focados nessa área (32% e 29%).

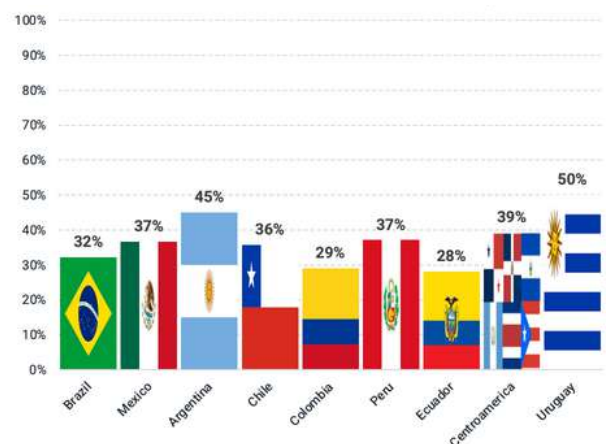
Hoje percebemos que as **neoseguradoras** são relevantes (7%), como a **Momento** no México ou a **Justos** no Brasil, e **37% são corretoras**, como a Compara no Chile ou a Acto no México.

É crucial destacar que a **telemática** desempenha um papel relevante, com **9%** (Jooycar, Cobli).

É surpreendente que a questão da **fraude** (Shift, Autoinspector) represente apenas **5%**, embora seu custo seja equivalente a aproximadamente 10% do prêmio.

O seguro de transporte está emergindo como uma nova tendência (3%) na América Latina, com insurtechs como Zuru, ProtegeTuCarga, Vertech e Hover.

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



Com 147 insurtechs e representando 27% do mercado, o ecossistema de Seguros de Vida e Saúde é o segundo mais proeminente.

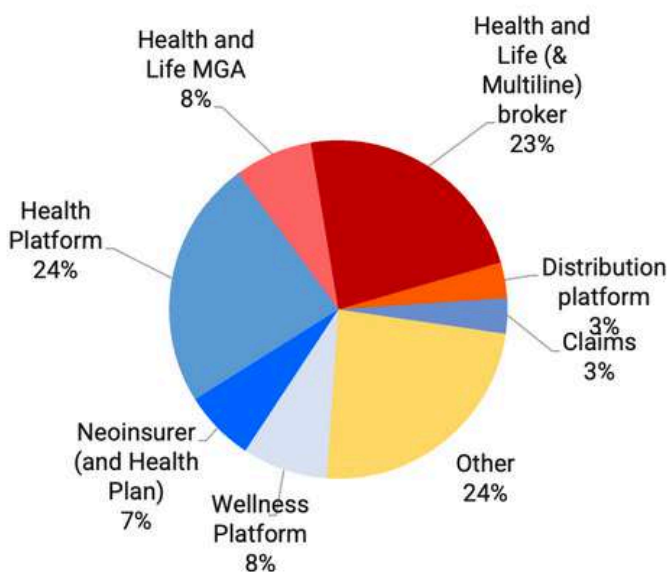
Este ecossistema abrange temas relacionados à vida, saúde, bem-estar e envelhecimento.

Nesse contexto, a distribuição desempenha um papel central, representando 59%, enquanto os fatores facilitadores representam 41%.

Apesar de representar apenas 27% do ecossistema total, capturou 60% do investimento acumulado nos últimos 10 anos, atingindo 874 milhões de dólares.

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

60% of investment is directed towards Life & Care.



Os dois países mais orientados para esta linha de produtos de cuidados pessoais são o México (36%) e o Equador (46%).

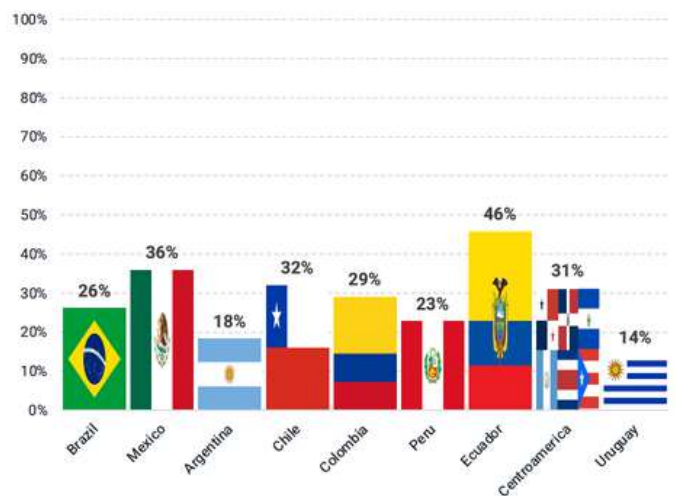
Hoje percebemos que as **neo-seguradoras (ou planos de saúde)** são relevantes (7%), como a **Sofia** no México, a **Alice** no Brasil ou a **Ole Life** na América Latina.

31% são corretoras ou MGAs, como a **Azos** no Brasil ou a **Mutuus** no México (uma proporção semelhante à observada na Mobilidade).

Atualmente, existem duas tendências:

- » Plataforma de assistência social (8%) para distribuição
- » Plataforma de saúde (23%) para dar suporte a seguradoras ou grandes corretoras (**Weecompany** do México ou **Gerty** do Chile).

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



Acelerando a Sofisticação de Precificação na América Latina

Em toda a América Latina, as seguradoras estão entrando em uma nova era de transformação da precificação. Muitas estão passando de fluxos de trabalho manuais e processos de precificação baseados em julgamento para metodologias mais automatizadas e orientadas por dados. Essa evolução da região vem se acelerando rapidamente, impulsionada pela pressão competitiva, pelas expectativas regulatórias e pela disponibilidade de novas tecnologias em nuvem. Embora cada mercado da região tenha seu próprio nível de maturidade, uma tendência é inquestionável: **a sofisticação em precificação deixou de ser um diferencial e passou a ser um requisito competitivo.**

Historicamente, as equipes de precificação dependeram fortemente do julgamento de especialistas, de fontes de dados limitadas, de ferramentas de desktop e, em alguns casos, de atualizações pouco frequentes. Essas limitações desaceleravam a inovação e podiam impedir as seguradoras de reagirem rapidamente às mudanças de mercado. Hoje, as seguradoras estão avançando em direção a:

- **Ecosistemas de dados mais ricos**, que integram indicadores de risco meteorológicos, geográficos, dados socioeconômicos e, nos mercados mais maduros, dados de telemetria e recursos ADAS
- **Modelos GLM/GAM avançados**, aprimorados com machine learning para testar centenas de especificações de modelo mantendo total transparência
- **Modelos de demanda e elasticidade**, para entender a sensibilidade dos clientes ao preço, melhorando assim retenção e conversão
- **Análise competitiva de mercado**, utilizando técnicas de coleta de dados e engenharia reversa
- **Otimização de preços**, entregando fronteiras eficientes entre crescimento, retenção e rentabilidade

Por que Isso é Importante para as Seguradoras na América Latina

Os mercados de seguros na América Latina estão se tornando cada vez mais dinâmicos, moldados por novos concorrentes, consumidores mais exigentes, estratégias de preços mais agressivas e expectativas regulatórias continuam crescendo. Para permanecerem competitivas, as seguradoras precisam:

- Acelerar os ciclos de precificação para reagir rapidamente com as informações mais recentes disponíveis
- Combinar previsão de risco com insights de comportamento do cliente
- Garantir transparência e equidade nas decisões de precificação
- Capacitar as equipes atuariais com ferramentas que reduzam o trabalho manual e acelerem a governança dos modelos

As seguradoras podem transformar a precificação passo a passo: começando por automatizar os modelos GAM/GLMs para economizar tempo, depois adicionando insights sobre demanda e elasticidade, avançando para a otimização estratégica de preços e, por fim, integrando os preços na distribuição. Essa abordagem em fases gera ROI em cada etapa, ao mesmo tempo que desenvolve expertise e adesão.

Como a Akur8 pode apoiar a sua transformação de pricing

A plataforma atuarial completa da Akur8 combina:

- ✓ **Modelagem baseada em GLM e GAM**, impulsionada por machine learning interpretável.
- ✓ **O que antes levava semanas agora pode levar horas**, permitindo atualizações de modelos mais frequentes e uma execução de estratégia mais ágil.
- ✓ **A Akur8 facilita o entendimento de como os clientes reagem a mudanças de preço**, apoiando decisões mais embasadas tanto para novos negócios quanto para renovações.
- ✓ **Incorpore o posicionamento dos concorrentes** diretamente nos fluxos de trabalho de precificação e quantifique o impacto comercial de forma imediata.
- ✓ **Identifique fronteiras eficientes entre rentabilidade, retenção e crescimento**, considerando restrições reais do negócio.



PRONTO PARA ELEVAR O
NÍVEL DA SUA
PRECIFICAÇÃO? **47**

F

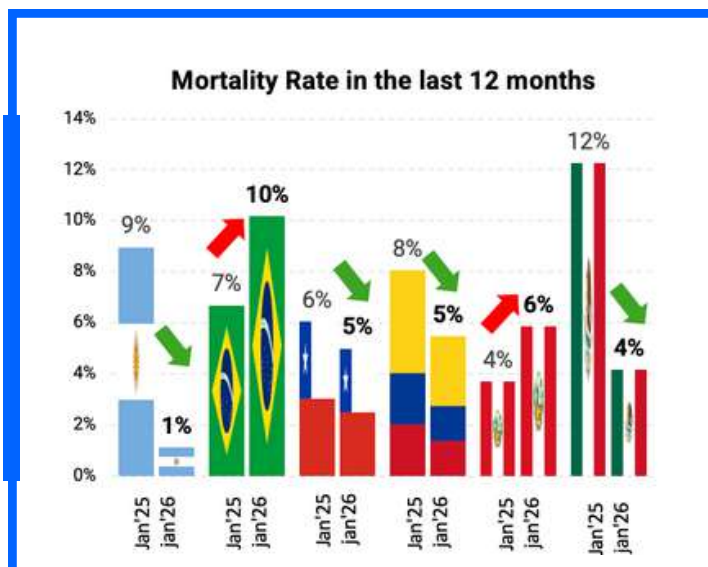
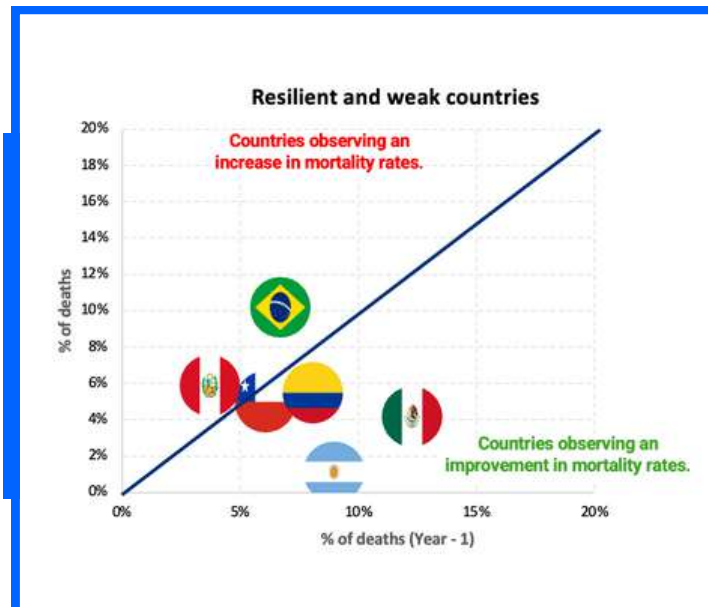
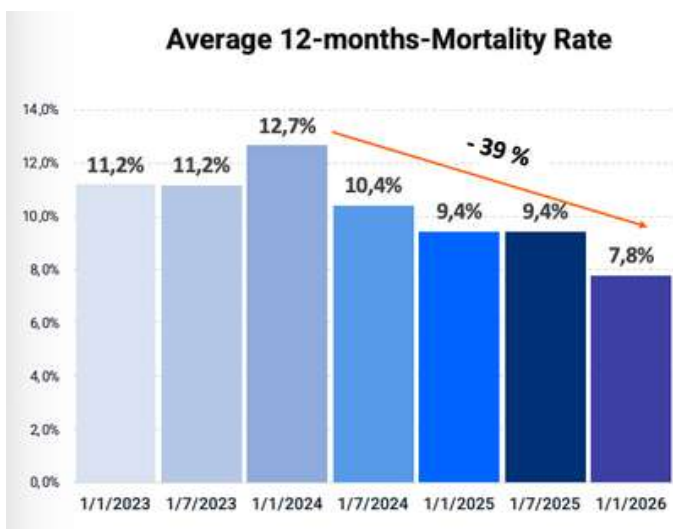
MORTE DAS INSURTECHS

A **taxa de mortalidade** continuou a diminuir desde o pico de 12,7% em 2024.

Em dois anos, caiu de 39% para 7,8%, o que sugere um ecossistema mais saudável e robusto atualmente.

Nos últimos 12 meses:

- » A **Argentina** e o **México** conseguiram melhorar suas taxas de mortalidade, atingindo **1% e 4%**, respectivamente.
- » Em contrapartida, o **Brasil (10%)** registrou um aumento, como resultado do processo de limpeza do ecossistema.



NOVIDADE

A insurtech Latú Seguros, que recebeu atenção significativa da mídia após levantar US\$ 6,5 milhões em uma rodada Seed e tinha um foco interessante no desenvolvimento de seguros para PMEs, anunciou o encerramento de suas operações (1).

(1) <https://startups.com.br/negocios/insurtech/latu-encerra-operacoes-e-ceo-questiona-mercado-de-seguros/>

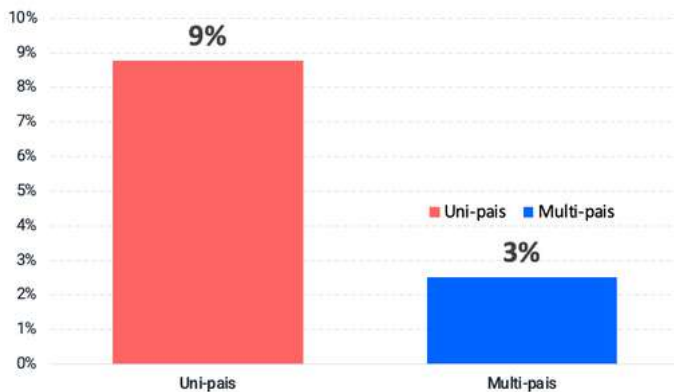
As taxas de mortalidade entre mulheres locais continuam sendo 3 vezes maiores do que entre mulheres multilatinas. (Apenas 4 mulheres multilatinas desapareceram nos últimos 2 anos).

Apenas os melhores conseguem ascender profissionalmente fora de seu país, ou ir para o exterior torna alguém mais resiliente?

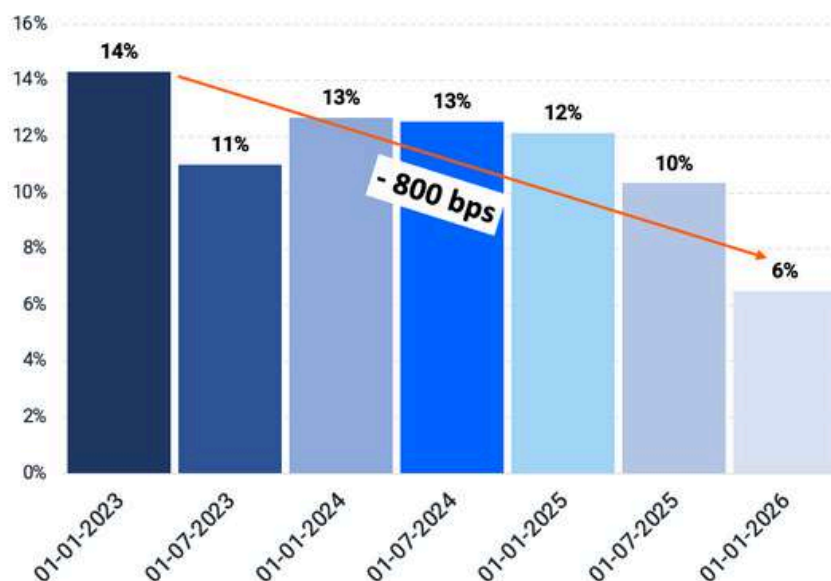
Durante vários semestres, observamos que as insurtechs de distribuição apresentavam uma taxa de mortalidade mais alta do que as insurtechs facilitadoras. **Hoje, estamos presenciando uma mudança significativa: as taxas de mortalidade das insurtechs de distribuição caíram consideravelmente** (de 14% em 2022 para 6% atualmente).

Nossa interpretação é que a limpeza do ecossistema ocorreu principalmente entre as chamadas "corretoras digitais" que surgiram sem conseguir conquistar uma participação de mercado suficiente para sobreviver. Hoje, vemos insurtechs de distribuição muito mais resilientes, com vários anos de histórico e modelos mais consolidados.

Mortality rate is 3x higher



Mortality rate for distribution



G

INSURTECHS PARA FICAR DE OLHO EM 2026

*Em busca da próxima estrela do
insurtech*

	AZOS	MGA Life & Care azos.com.br	Consolidada
	 KLIMBER	Plataforma de distribuição klimber.com	Consolidada
	PIER.	Neo-seguradora, Automóveis e Celulares pier.digital	Consolidada
	 LISA	Gestão de sinistros com IA lisainsurtech.com	Consolidada
	 gerty	Ecosistema odontológico gerty.com	Consolidada
	123seguro	Plataforma de distribuição 123seguro.com	Consolidada
	Figuro	Software para agentes de seguros figuro.la	Estágio avançado
	KOLTIN	Proteção para idosos koltin.mx	Estágio avançado
	 Mueve Seguro.cl	Portabilidade mueveseguro.cl	Estágio avançado
	 Gangkhar	Plataforma de distribuição gangkhar.com	Estágio inicial



A **Azos** é uma MGA de seguros de vida que reporta colocação de prêmios 100% digitais de USD 30 milhões anualmente (1), no Brasil.

Sua taxa de acidentes é de 20%, significativamente menor que a média de 35%.

Com a maior captação de recursos do ano (USD 30,5 milhões) e considerando que a Azos é uma MGA (Agência de Gestão de Ativos), e portanto não possui uma grande necessidade estrutural de capital, será muito interessante acompanhar sua evolução em 2026.



Klimber, uma plataforma de distribuição nascida na Argentina.

Em 2025, vencedora do prêmio AIP de melhor insurtech do ano, a empresa anuncia ter 16 milhões de segurados e US\$ 600 milhões em prêmios administrados.

Como um braço fundamental do Metlife Xcelerator para toda a América Latina, a Klimber recebeu investimento da Metlife em setembro.

Será que veremos Klimber fora da América Latina em 2026?



A **Pier** é uma neo-seguradora brasileira que distribui seguros de automóveis e celulares. Em 2025, anunciou a diversificação de sua distribuição, adicionando o canal tradicional à sua oferta 100% digital.

Hoje, eles atendem mais de 170.000 clientes e projetam US\$ 50 milhões em prêmios até 2025. Eles têm um NPS de 80 (e 90 em sinistros), operam com um CAC (2) de apenas 11,2%, um índice de sinistralidade de 51,5% e uma das melhores margens técnicas do mercado em torno de 35%.

Será que a Pier conseguirá atingir um prêmio de US\$ 100 milhões até 2026?



(1) <https://legismap.com.br/conteudos/artigos-e-noticias/em-cinco-anos-azos-lidera-ranking-de-insurtechs-com-maior-arrecadacao-de-premios-no-brasil> (2) CAC: Costo de adquisición de un Cliente.



A **Lisa** é uma empresa de insurtech especializada em liquidação de sinistros de ponta a ponta usando agentes de IA. Por exemplo, em 2025, eles processaram mais de 1,2 milhão de solicitações de seguro saúde com IA generativa. Eles encerraram o ano com sete prêmios internacionais.

Lisa demonstrou sua capacidade de implementar sistemas de IA e IA generativa em produção (e não apenas em uma prova de conceito) e em grande escala.

A Lisa continuará a expandir-se para novos países em 2026? A Lisa continuará a oferecer toda a sua gama de produtos?



Gerty construiu um ecossistema odontológico único na América Latina, desde o dentista até a liquidação de sinistros de seguros, incluindo a distribuição de seguros.

Em 2025, serão atendidos 20 milhões de pacientes, com presença em 23 países.

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



A **123Seguro** é provavelmente uma das insurtechs mais emblemáticas da América Latina, sendo uma das pioneiras do ecossistema: nasceu em 2010.

Com uma proposta de valor inicial como corretora digital de seguros de automóveis na Argentina, a empresa demonstrou sua capacidade de expansão por toda a América Latina e de diversificar seu portfólio de produtos.

Por que está nesta lista? Devido à sua mudança estratégica de corretora digital para plataforma de distribuição e, em particular, à sua parceria com a Prudential para desenvolver um modelo B2B2C, que consideramos especialmente atraente.

123seguro + Prudential: o novo player relevante no mundo dos seguros de afinidade em 2026?



Figuro é um software de seguros para agentes que visa otimizar o processo de novas vendas: desde o momento em que um cliente solicita uma cotação até a decisão de compra.

A digitalização da intermediação tradicional está no cerne da transformação do setor. Com 210.000 intermediários na América Latina (1), a oportunidade é enorme.

Atualmente, existem 45 insurtechs trabalhando na digitalização de intermediários na região.

A questão é: será que Figuro será o grande vencedor neste segmento?



Koltin é o primeiro plano de saúde com assinatura para idosos que inclui cobertura médica, prevenção e atividades comunitárias.

O envelhecimento é um dos maiores desafios da América Latina, e a Koltin angariou US\$ 10 milhões até o ano passado para enfrentar esse desafio, que afeta 17 milhões de mexicanos.

A empresa está crescendo a uma taxa de 3 vezes ao ano e, em 2025, a Koltin estará

vendendo hedges no valor de mais de USD 6 milhões por mês (2).

A Koltin será uma das insurtechs para ficar de olho em 2026.



A **Mueveseguro** é uma empresa de tecnologia de seguros (insurtech) que ajuda os segurados a transferir suas apólices de seguro associadas a empréstimos ao consumidor ou a financiamentos de veículos, recuperando uma parte do dinheiro.

Embora esta proposta possa não parecer inovadora, ela marca a primeira vez na América Latina que uma empresa conseguiu revolucionar um mercado consolidado: em seus primeiros 12 meses de operação, a Mueve Seguro conquistou mais de 15.000 clientes, com um retorno médio de aproximadamente US\$ 350 por cliente. Seu site recebe mais de 42.000 visitas e gera 30.000 leads.

Será que a Mueveseguro conseguirá continuar crescendo no Chile e expandir para além de suas fronteiras em 2026?

(1) <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/pursuing-insurance-growth-in-latin-america> (2) Fonte: Atlantico



Gangkhar é uma nova empresa de insurtech (em estágio inicial) que desenvolveu uma plataforma de proteção integrada, com IA nativa, para aproveitar a oportunidade de seguros integrados e o desenvolvimento de canais alternativos.

Fundada por Federico Spagnol, um argentino radicado em Nova York (ex-Chubb, ex-AIG, ex-Prudential), seu profundo conhecimento do setor e da tecnologia permitiu que ele posicionasse a Gangkhar como uma das empresas para ficar de olho em 2026.

O fechamento de sua primeira rodada de investimento Seed, liderada pelo Anthemis Group e outros investidores de primeira linha, marca uma etapa fundamental para sua expansão futura.

Será que 2026 será o ano em que Gangkhar acelerará a transformação da distribuição de seguros na América Latina?





September 29–October 1, 2026

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

Con el apoyo oficial de:



Preguntas? paschoal@insuretechconnect.com

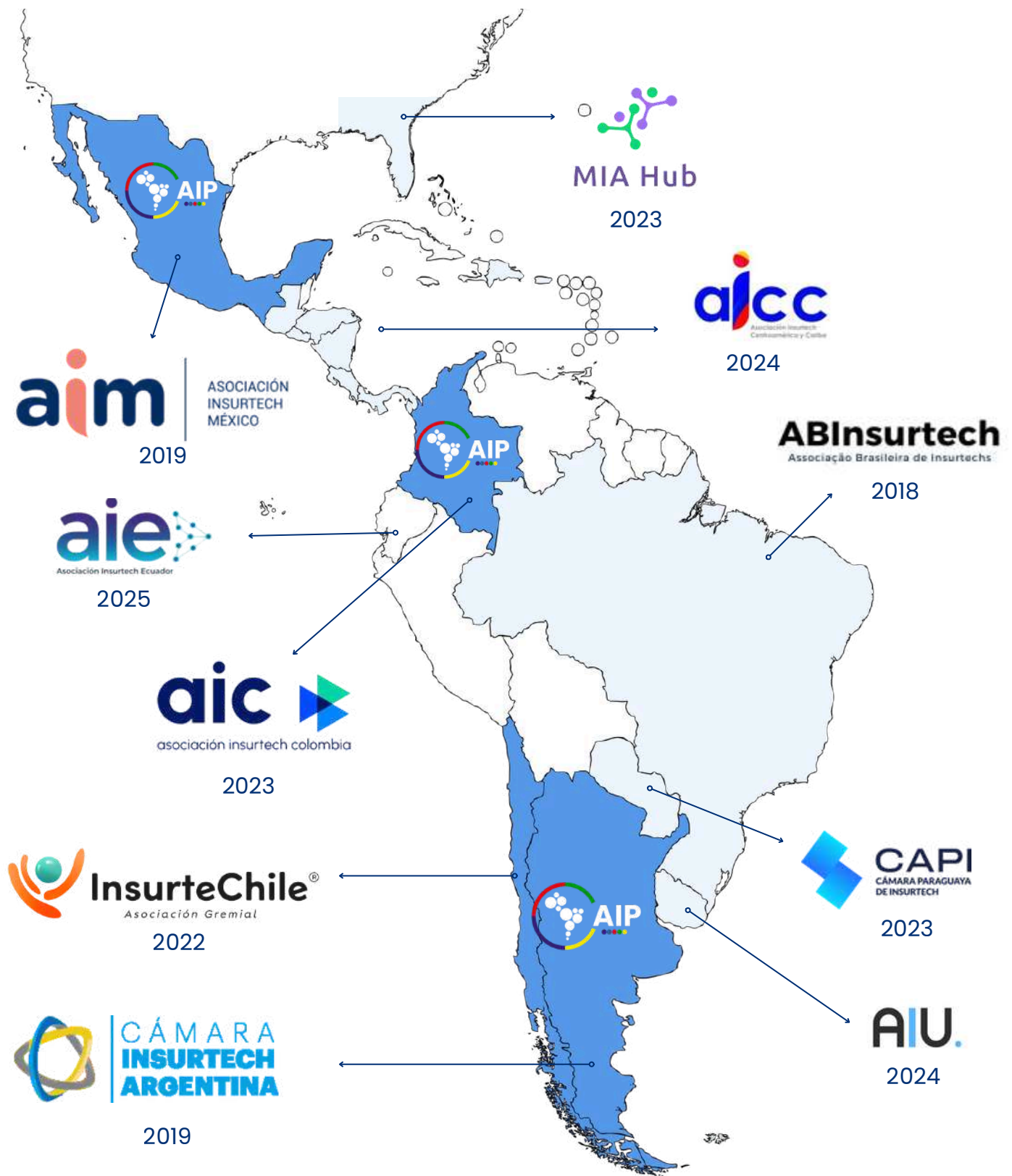


<https://vegas.insuretechconnect.com>

A full-page background image of an astronaut in a white spacesuit floating in space against a starry background. The astronaut is positioned on the right side of the frame, facing left. The text is overlaid on the left side of the image.

II. MAPA DAS ASSOCIAÇÕES INSURTECH

ASSOCIAÇÕES INSURTECH



ASSOCIAÇÕES INSURTECH

A América Latina está passando por uma revolução na perspectiva sindical, com 10 associações presentes em seu território.

A AIP (Aliança Pan-Americana de Insurtech) é uma aliança composta por 4 associações:

- **AIM** - Associação de Insurtech do México
- **AIC** - Associação Insurtech da Colômbia
- **InsurteChile**
- **Cámara Insurtech Argentina**

Essas associações reúnem mais de 250 membros, incluindo insurtechs, seguradoras e grandes corretoras, e são coordenadas por 5 diretores-gerais e 28 consultores. Seu objetivo é construir um ecossistema colaborativo e cocriar o futuro da proteção na América Latina.

As quatro associações respeitam os dez princípios "Princípios Fundamentais para a Adesão de uma Associação ao AIP"

É provável que outras associações que compartilhem esses princípios se juntem a nós no futuro.

Outras associações na região:

- **ABInsurtech:** Associação brasileira de insurtech, criada em 2018, com um modelo atualmente diferente do da AIP, mas com potencial de evolução.
- **AICC** (Associação de Insurtech da América Central e Caribe): Nova associação centro-americana que trabalha com o apoio da AIM.
- **A AIE** (Associação de Insurtech do Equador), criada em 2025 em colaboração com a AIP, é uma iniciativa conjunta.
- **AIU** (Associação Uruguaia de Insurtech) e **Câmara Paraguuaia de Insurtech:** as mais recentes, no Uruguai e no Paraguai, respectivamente.

💡 *E quanto a Miami? Embora não seja uma associação comercial, o **Miami Insurtech Advocates Hub** é uma comunidade aberta de Insurtech sediada em Miami, com um papel fundamental, em particular, na consolidação do ecossistema de insurtech nos EUA.*



ALIANZA INSURTECH PANAMERICANA

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

 [Alianza Insurtech Panamericana](#)

+250 ASOCIADOS CO CONSTRUYENDO LA PROTECCIÓN DEL FUTURO



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

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



+250M
de habitantes



+ USD 100.000M
en primas



+65% Insurtechs
de América Latina

¿POR QUÉ SER PARTE?

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

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

Fortalecimiento del
Ecosistema

Reconocimiento &
Posicionamiento

Conocimiento &
Capacitaciones

Networking



Más Información

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



ALIANZA INSURTECH PANAMERICANA

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

[in Alianza Insurtech Panamericana](#)

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



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



Mapfre Raio-X: Como será o futuro da interação no setor de seguros?



A forma como os seres humanos interagem entre si e com a tecnologia está passando por uma profunda transformação. A evolução da inteligência artificial (IA), a expansão dos assistentes digitais e a integração de dispositivos inteligentes estão redefinindo como nos comunicamos, trabalhamos e tomamos decisões. A linha que separa a interação humana da automação está se tornando cada vez mais tênue, com sistemas que não apenas respondem às nossas necessidades, mas também as antecipam. Tudo isso está tendo um impacto significativo em diversos setores, incluindo o de seguros.

O desenvolvimento de novas interfaces e métodos de interação, como realidade aumentada, hologramas e interfaces cérebro-computador, abre novas possibilidades para a comunicação e o gerenciamento da informação. A integração desses avanços com a inteligência artificial.

A computação generativa artificial e a computação ambiente permitirão experiências mais fluidas, naturais e eficientes. No entanto, o ritmo de adoção dessas tecnologias, sua acessibilidade e as regulamentações que as envolvem determinarão se elas realmente representam uma transformação estrutural ou simplesmente melhorias incrementais. E, como um setor fundamental para as pessoas, as seguradoras precisam estar preparadas.





À medida que avançamos para um ambiente digital mais complexo e interconectado, a interação entre humanos e tecnologia continuará a evoluir. O desafio não é apenas aproveitar esses avanços para melhorar a eficiência e a experiência do usuário, mas também garantir que o equilíbrio entre automação e autenticidade seja mantido, permitindo que a tecnologia amplie nossas capacidades sem substituir o que nos torna humanos.

Nesse contexto, a Mapfre elaborou o relatório "O Futuro da Interação: O Papel da Interação em um Mundo Moldado por Assistentes Inteligentes". Este documento descreve o futuro da interação em 2035, apresentado em quatro cenários distintos, cada um moldado pela evolução da inteligência artificial, pela adoção de dispositivos avançados e pelo marco regulatório que rege sua implementação.

Cada cenário apresenta oportunidades e desafios únicos, impactando não apenas a forma como trabalhamos e interagimos socialmente, mas também nosso modelo de negócios e como nos adaptamos a tudo isso. Você pode consultar o relatório completo, com suas implicações e conclusões para o setor, aqui, através deste link e código QR.



A high-quality, dark-toned photograph of an astronaut in a full space suit, viewed from the side. The astronaut is looking out of a large, curved window of a spacecraft. The window reveals a view of Earth from space, showing the curvature of the planet and the atmosphere. The background is a deep black space filled with numerous stars and a faint, glowing nebula. The overall mood is futuristic and exploratory.

III. MAPAS INSURTECH



ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA
ARGENTINA




ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA

ARGENTINA





INSURTECH

(98 Start-ups)

Argentina – Jan. 2026

Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **mapfre**

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

DISTRIBUTION

On-demand insurance: **mecubro**, **activar**, **SEGURO POR HOY**, **Olé**

External Neo: **Olé**

Wellness Platform: **fully**, **VivaWell**

Pet Insurance: **AMAR**, **ALO**

Distribution Platform: **KLIMBER**, **Segurarse**, **123 seguro**, **Gangkhar**

MGA Model: **Segurocell**, **Flip!**, **ecolon**

P&C Broker: **sens**, **Segurline.com.ar**, **CompreSeguros.com**, **Seguros 911**, **asegurándote**, **COMPARA EN CASA**, **SmartBroker**, **web de Seguro**, **100preseguro**, **ClickSeguros**, **asegurabien**, **anguard**, **aseguralo**, **aseguritas**, **TU SEGURO YA**

Micro: **está cubierto**

Parametric: **Blue Marble**

Surety Broker: **CAUCION AR**

ENABLERS

Claims: **REDFASTRACK**, **autoinspector** by **RAVEL**, **utrace**, **GLASSY.COM**, **leverbbox**, **EASYNUESTRO**, **respuesta directa.com**, **Tuve un choque**, **choque solución**, **SimpliSeg**, **claims services**, **LISA**, **TECNORED**

Telematics: **strix**, **M.METRICLES**, **LOCATIONWORLD**, **woocar**

IoT (other): **DRIXIT**, **blipconnection**, **Uiflow**

Fraud: **EMET360**, **MASERA TECH**, **CEPTINEL**, **FRAUDKEEPER**

Health Platform: **DOC24**, **DR DOCTOR ONLINE**, **Llamando al Doctor**, **mediclic**, **CUX**

Exchange Plat.: **VAIS**, **winse**

AI Agent: **iAgente.ai**, **Sherpa**, **DESOL**

Reinsurance: **Blue Ribbon Technology**

Data & Risk: **Tekne**

Services: **clavé**, **Teggium**, **resonante**, **LIBELULA**, **NEXUS**, **mop**, **primo**, **NAATTECH**, **ALMAVA**, **covergo**, **Firefly Digital**, **Vaitty**, **Vantek**, **pianetun**, **verificando**

Brokers Platform: **RENDORO**, **AdminSE**, **Wokan**, **wow**, **Figuro**, **inventiva**, **PASAP**, **polka**

Black Support: **MetLife** | **Xcelerator** | **Prudential**

Gold Support: **ASYS** | **Munich RE** | **dacadoo** | **HCS CAPITAL**



BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL
BRASIL






BRASIL

BRASIL

BRASIL

BRASIL



INSURTECH

Brazil - Jan. 2026

(214 Start-ups)

Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **mapfre**

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

FULL-STACK

Neo-Insurer: **split risk**, **Simple2u**, **now.** seguros, **88i**, **JUSTOS**, **Darwin seguros**, **iza**, **PIER.**, **100 Seguros**

Sandbox: **pin**, **kakau**, **clubfix**

Agro: **Agrimutual**

Auto: **LTI**, **neo**, **novo**

DISTRIBUTION

Health ecosystem: **alice**, **sami**, **dem care**, **abept**, **tem.**

MGA Model: **safest**, **albatroz**, **HERO**, **z**, **zul+**, **Flix**

Health & Life MGA: **easy@life**, **segurize**, **Qsaúde**, **AZOS**

H&L Broker: **PLANIUM**, **pipo saúde**

Retirement: **DREVO**, **Stay**, **onze**

P&C Broker: **tacerto**, **comparabem**, **myPAGES**

Multiline Broker: **Compara**, **osseguro**

Agro: **Atlas**

MigraSeguros, COMPARE, luna, Sontag, Libero, Protecti, thinkseg, Auto Compare

Surety: **ACOY**, **AVITA**, **segarante**, **grante**

Wellness: **fully**

Bicycle: **volo**

Cyber: **Bluecyber Seguros**, **Protecção Focil**, **CATEYE**

Emp. Benefits: **piwi**, **alinea**

Pet insurance: **Guapeco**

Distribution Platform: **doHubi**, **Stere.io**, **youse**, **SUTHUB**, **ModoSegu**, **KLIMBER**

Burial: **planeje.lem**, **amparo**

SME & Free: **tuia**, **MUTUUS**

Parametric: **Raincoat**, **Guarda**, **flextech**

Cell & Elec: **pitz**

Other: **olga**, **bem te vi**, **autoday**, **pdv box**, **Segurarse**, **123seguro**

ENABLERS

Claims: **gestãosegura**, **OMNI**, **Rabbit**, **Simply.**, **SOON**, **GENERAL CLAIMS**, **phi. company**

Underwriting: **samplemed**, **Diretrix**, **TECHTRIAL**, **Autoinsp**, **Shift Technology**, **brick**, **ClearSale**

Agro: **TRAC**, **brAlve**, **GreenData.**

IoT: **wiglo**, **HEALTHBIT**, **DRIXIT**, **AI Agent**, **DESOL**, **Exchange Platform**, **Claps**, **olik**, **fitinsur**

Fraud: **SDS**, **Open Insuring**, **teros**, **openpower**, **LINA**, **Guru**, **sensedia.**

Health Platform: **dr.consulta**, **huna**, **PLETHORA**, **bria_**, **hCentrix**, **DOC24**, **medismart**, **Bliss.**, **infinity doctors**, **OSIGU**

Telematics: **SMARTLOAD**, **COBLI**, **conecta**, **LAH BIG DATA**, **bridge**

Wellness: **dacadoo**

Pricing: **AKUR8**

Recognition: **TRADE**, **Nimbloo**

Broker Platform: **STOA**, **MOSHE**, **admseg**, **Starken**, **corretou.**, **INSURANCE TOOLS**, **SIMULADOR**, **ITx**, **SGCOR**, **baeta**, **Quiver**, **WIZ**, **iconeSeg**, **Seggy**, **profee**, **segfy**, **Agger**, **clienteAgente**, **ping**, **LOJACORR**

Services: **conducco**, **Parentalis**, **OnPoint**, **NAAT TECH**, **Soulhub**, **eggium**, **ExperMed**, **Neoway**, **segbox.**, **simpletech**, **educaseguros**, **sentimonitor**, **regura**, **utera**, **carlo**, **pay**, **planetun**, **EKIO**, **fincore**, **infocar**, **Safe2Go**

Sales Services: **DA2**, **JUSTSELL**, **HUB2YOU**, **SALES AFFILIATE**, **vayon**, **MegaLuz**, **COBOTS**, **ONLI**, **canversu**, **ZIPIA.**

Black Support: **MetLife**, **Xcelerator**, **Prudential**

Gold Support: **ASYS**, **Munich RE**, **dacadoo**, **HCS CAPITAL**



AMÉRICA CENTRAL



AMÉRICA CENTRAL

AMÉRICA CENTRAL

AMÉRICA CENTRAL

AMÉRICA CENTRAL

INSURTECH

(32 Start-ups)

Centroamerica - Jan. 2026

Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **mapfre**

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

<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">NEOINSURER</div> <div style="padding: 10px;"> </div>	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">ENABLERS</div> <div style="padding: 10px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Claims</div> </div> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Telematic (IoT)</div> </div> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">AI Agent</div> </div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Health Platform</div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Broker Platform</div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Fraud</div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Services</div> </div> </div>	
<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">DISTRIBUTION</div> <div style="padding: 10px;"> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Wallet</div> </div> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Microseguro</div> </div> <div style="width: 30%; padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">MGA Model</div> </div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Multiline Broker</div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">Parametric</div> </div> <div style="padding: 5px;"> <div style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px; text-align: center; font-size: 8px;">P&C Broker and Agregator</div> </div> </div>	<div style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Black Support</div> <div style="padding: 10px;"> </div>	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">Gold Support</div> <div style="padding: 10px;"> </div>



COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA
COLOMBIA



COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA

COLOMBIA



INSURTECH (79 Start-ups)

Colombia – Jan. 2026

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
mapfre

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

DISTRIBUTION

Parametric

MICRO

Raincoat
Blue Marble

Wellness Platform

mutuo

External Neinsurer

***Olé**

Multiline Broker

segurocanguro.co

H&L Broker

seguralia
curaplan
QueSeguro.co

MGA Model

vivaexpres
insurama qum

Travel

segurú

Cyber

Kyber

Transportation

VERTECH

Wallet

segurapp

SOAP

Eprezto **RS**
comparabien

Distribution Platform

monokera **UVA**

sekiure **123 seguro**

tu primo

KLIMBER **EmbedX**

P&C Broker

BUSQO **Compara**
COMPARA EN CASA
SEGUROS
SU SEGURO FACIL
www.susegurofacil.com
teca
AhorraSeguros.co

ENABLERS

Claims

LISA **leverbox**

autoinspector
by **RAVEL**

Willay **utrace**

Telematic

SEGURO
4 KILOMETRO

airbag

wise city

Wellness

dacadoo

Health Platform

doc-doc **DR DOCTOR ONLINE** **Saluta**
osigu **medismart** **mediclic** **kom care ips**

Broker Platform

FARO **BrokAI**
Figuro **agentemotor**
Sytrex **AdminSE** **OPTICOR**

AI Agent

domu
Muno Labs

Financing

dosmin.co **FINESA**
Finmeridian **CrediSeguro**

Pricing

AKUR8
CEPTINEL

Services

covergo **clave** **planetun** **Firefly Digital**
dana **NAATTECH** **NEXUS** **bizagi**
Teggium **wip** **v+zy** **blitz**

Black Support

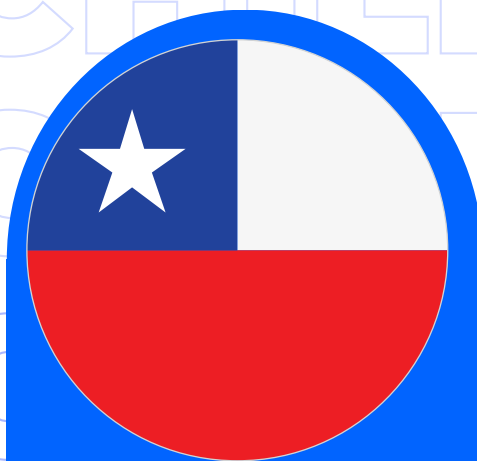
MetLife | **Xcelerator** **Prudential**

Gold Support

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



CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE
CHILE





CHILE

CHILE

CHILE

CHILE

INSURTECH

Chile – Jan. 2026

Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **mapfre**

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

DISTRIBUTION

Multiline Broker 	Wellness Platform 	External Neoinsurer
Pet Insurance 	SME Broker 	
Surety 	P&C MGA 	Portabilidad
Health Broker 	H&L MGA 	Mueve Seguro
Distribution Plat. 	P&C Broker 	Transportation Insurance
Parametric 	Embedded Ins. 	SOAP
Wallet 	Referral 	

ENABLERS

Claims 	Fraud
Telematics 	Underwriting
Health Platform 	Exchange Platf.
Broker Platform 	Pricing
Services 	Agente AI
Black Support 	IoT (Other)
Gold Support 	




EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR
EQUADOR





EQUADOR EQUADOR EQUADOR EQUADOR






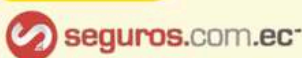










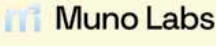







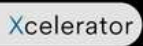





INSURTECH

(24 Start-ups)
Ecuador – Jan. 2026

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
mapfre

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

<h3 style="background-color: #0056b3; color: white; padding: 5px;">DISTRIBUTION</h3> <div style="background-color: #fff9c4; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>External Neoinsurer</p> <div style="text-align: center; font-size: 2em;">* Olé</div> </div> <div style="background-color: #fff9c4; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>MGA Model</p> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="background-color: #fff9c4; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>Distribution Platform</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> </div> <div style="background-color: #fff9c4; padding: 10px;"> <p>Multiline Broker</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div> </div>	<h3 style="background-color: #fff9c4; padding: 5px;">ENABLERS</h3> <div style="background-color: #fff9c4; padding: 10px; margin-bottom: 10px;"> <p>Claims</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 48%;"> <p>Health and Wellness Platform</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 5px;">   </div> </div> <div style="width: 48%;"> <p>Broker Platform</p> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center; font-weight: bold; font-size: 1.2em;"> Clic<SEGUROS </div> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 48%;"> <p>IoT (exc. Telematics)</p> <div style="text-align: center; font-size: 1.5em; color: #e91e63;"> Vitality </div> </div> <div style="width: 48%;"> <p>AI Agent</p> <div style="text-align: center;">  </div> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 48%;"> <p>Telematic (IoT)</p> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="width: 48%;"> <p>Services</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-bottom: 10px;"> <div style="width: 48%;"> <p>Exchange Platform</p> <div style="text-align: center;">  </div> </div> <div style="width: 48%;"> <p>Services</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;">   </div> </div> </div>
<p>Black Support</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">    </div>	<p>Gold Support</p> <div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: center;">     </div>




MÉXICO

MÉXICO

MÉXICO

MÉXICO



INSURTECH

(139 Start-ups)

Mexico - Jan. 2026

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
mapfre

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

FULL-STACK	ENABLERS
<p>momento crabi clupp sofía</p>	<div style="display: flex; flex-wrap: wrap;"> <div style="width: 33%; padding: 2px;"> <p>Claims</p> <p>LISA</p> <p>utrace</p> <p>Qantev</p> <p>leverbox</p> <p>autoinspector <small>by RAVEL</small></p> <p>AI Agent</p> <p>MincaAI</p> <p>INSURANCE BOOSTERS</p> </div> <div style="width: 33%; padding: 2px;"> <p>Fraud</p> <p>Shift Technology</p> <p>FRAUDKEEPER</p> <p>CEPTINEL</p> <p>Data & Analytics</p> <p>Relativity6</p> <p>vivanta</p> <p>Pricing</p> <p>AKUR8</p> <p>IoT</p> <p>LUXELARE <small>Digital Ag Insurance</small></p> </div> <div style="width: 33%; padding: 2px;"> <p>Telematic</p> <p>FLEETUP</p> <p>BWC</p> <p>Encontrack <small>Está listo solo</small></p> <p>TARGA <small>TELEMATICS</small></p> <p>airbag</p> <p>JOOYCAR</p> </div> </div>
DISTRIBUTION	<p>Broker Platform</p> <p>agenttop creatos inventiva Figuro SICAS S Q T P</p> <p>Health Platform</p> <p>DOC24 PROSIT wedoctors gerty</p> <p>Services</p> <p>RADAR NEXUS Firefly Digital covergo</p> <p>copsis V+ZY coru MI NAATTECH</p> <p>DATAR clave Teggium primo rubarium blitz</p> <p>verificando PAST-POST segutrends planetun dona</p>
<p>Wellness Platform</p> <p>zendala duppla meddi</p> <p>VivaWell HEALTH welbe</p> <p>H&L MGA</p> <p>Acto Alinea MUTUUS</p> <p>eva KOLTIN</p> <p>External Ne insurer</p> <p>Ole</p> <p>Innovative Distr.</p> <p>COMPARA ENCASA FIUI KAYUM guros GGU Ahorra Seguros Restreator</p>	<p>Distribution Platform</p> <p>3seguro bolkttech InsureHero</p> <p>Embedfy Zebra KLIMBER</p> <p>Transportation ins.</p> <p>zuru CASTORNY</p> <p>Tryger VERTECH</p> <p>Smart Wallet</p> <p>bruno bojatosseguro</p> <p>custodian healf</p> <p>H&L Broker</p> <p>yoko. kalmy</p> <p>SME</p> <p>simplee. surexs</p> <p>Telematic MGA</p> <p>miituo SEGURO 24x7</p> <p>P&C MGA</p> <p>I hover</p> <p>MGA</p> <p>insurama</p> <p>Bicycle</p> <p>seguro publico me</p>
<p>P&C Broker</p> <p>COMPARA ENCASA FIUI KAYUM guros GGU Ahorra Seguros Restreator</p> <p>Multiline Broker</p> <p>Seguro Inteligente WOOV</p> <p>Acto inter.mx</p> <p>Parametric</p> <p>DESCARTES</p> <p>Raincoat WELMA</p> <p>Blue Marble</p>	<p>Black Support</p> <p>MetLife Xcelerator Prudential</p>
<p>Gold Support</p> <p>ASYS Munich RE dacadoo HCS CAPITAL</p>	



PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU

PERU





PERU

PERU

PERU

PERU

INSURTECH (35 Start-ups)

Peru – Jan. 2026

Created by
Digital insurance
LATAM

Supported by
mapfre

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

DISTRIBUTION

Transportation Insurance



Parametric



On-demand



Aggregator



Pet Insurance



Distribution Platform



MGA Model



Health Broker



P&C Broker



ENABLERS

Telematic (IoT)



Wellness Platform



Claims



Fraud



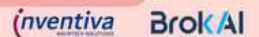
Exchange Platform



Health Platform



Broker Platform



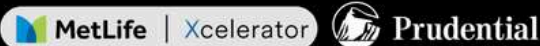
Data & Risk



Services



Black Support



Gold Support





URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI
URUGUAI





URUGUAI

URUGUAI

URUGUAI

URUGUAI

 **INSURTECH** (28 Start-ups) Uruguay - Jan. 2026

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

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

DISTRIBUTION

Pet Insurance



Distribution Platform

 KLIMBER

P&C Broker

ENABLERS

Claims

  **autoinspector** by RAVEL.

Brokers Platform

Telematics



IoT (other)



Fraud

Health Platf.




 

Services

Black Support    Prudential

Gold Support    



Acontecimentos atuais no setor,
explicado para te ajudar a decidir melhor.

O Panorama de Seguros é um serviço.
recorrente para empresas que precisam
Critérios estratégicos no setor de seguros.

Em sessões mensais ou bimestrais onde as empresas
analisam as tendências e inovações em insurtech para
tomar melhores decisões estratégicas.

Como funciona?

- Formato online. Conduzido por Hugues
• Bertin. Análise de 4 a 8 temas
principais. Espaço para perguntas,
troca de ideias e debate.

*Assine a Visão
Geral de Seguros*

bertin@digitalinsurance.lat
+56932414633





VIDEO INSURTECH

Descubra as soluções insurtech mais inovadoras em formato de vídeo. Clique, explore e conheça o que há de mais recente no ecossistema.

INSURTECH 2026



Prevenção e detecção de fraudes em tempo real e automação de processos de compliance por meio de IA Colaborativa.

VER VÍDEO



Clique aqui

INSURTECH 2026

autoinspector
by RAVEL.

Fluxos de verificação automatizados para registrar, autenticar e garantir a rastreabilidade de bens, documentos e pessoas.

VER VÍDEO



Clique aqui

4. O OLHAR DO ESPECIALISTA

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





Como asseguramos a Inteligência Artificial? Hugues Bertin junto a Federico Tassara

HUGUES BERTIN:

Federico, no ecossistema insurtech falamos muito sobre inovação, mas poucas vezes sobre como gerenciamos os riscos que a IA traz. Por que a Munich Re decidiu lançar o aiSure?

FEDERICO TASSARA:

A IA está transformando processos críticos, desde credit scoring até detecção de fraude, mas cada algoritmo traz incertezas: erros, vieses e até alucinações em modelos generativos. Com o aiSure, oferecemos algo único: uma cobertura que garante o desempenho dos modelos e protege contra perdas financeiras, interrupções de negócios e responsabilidades legais que possam surgir se a IA falhar. Isso não apenas mitiga riscos, mas também acelera a adoção segura da tecnologia.

HUGUES: Parece disruptivo. Como funciona na prática?



FEDERICO: Imagine um banco que substitui avaliadores humanos por um modelo de IA para avaliar imóveis ou ativos não financeiros. Se o modelo superavaliar e gerar perdas, o aiSure indeniza. Cobrimos cenários como desvios nos dados, erros de previsão ou descumprimento de KPIs acordados. É essencialmente um seguro paramétrico, respaldado por nossa experiência atuarial e por nossos cientistas de dados, que analisam riscos técnicos e regulatórios.

HUGUES: Que impacto isso tem na relação entre seguradoras e clientes corporativos?

FEDERICO: Muda a conversa. Não falamos apenas de transferir risco, mas de viabilizar inovação. As empresas podem implementar IA com confiança, convencer seus boards e acelerar projetos que antes eram adiados pelo medo de falhas nos modelos. É o seguro se reinventando para cobrir as novas necessidades geradas pelas novas tecnologias.

HUGUES: E na América Latina? Estamos prontos para isso?

FEDERICO: Absolutamente. A região vive uma onda de digitalização e precisa de soluções que inspirem confiança. Estamos explorando parcerias com corporações e insurtechs para adaptar o aiSure a casos locais, desde underwriting automatizado até prevenção de fraudes. O produto está disponível tanto para grandes empresas que desejam segurar suas próprias implementações de IA quanto para empresas de tecnologia que querem respaldar suas soluções baseadas em IA. O objetivo é claro: que a IA seja uma oportunidade, não um risco. E, como Munich Re, temos orgulho de estar criando essa cobertura e liderando seu desenvolvimento globalmente.

HUGUES: Federico, obrigado por compartilhar essa visão. Sem dúvida, o aiSure marca um antes e um depois na forma como asseguramos o futuro digital.


Munich RE 

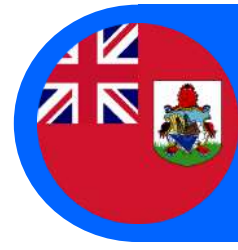




V.
INSURTECH
VIP LOUNGE

By Hugues Bertin

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



Entretanto, a primeira seguradora de vida denominada em Bitcoin – julho de 2025

Na EILA Chile, tive a oportunidade de descobrir algumas propostas verdadeiramente inovadoras. Uma das mais surpreendentes foi a Meanwhile, a primeira seguradora de vida licenciada nas Bermudas a operar inteiramente em Bitcoin. Hoje, conversei com Zachary Townsend, CEO da Meanwhile, e Marian Tlatelpa, Chefe de Gabinete e Iniciativas Estratégicas, para saber mais sobre esse empreendimento inovador.

Enquanto isso, combina a segurança do seguro de vida tradicional com o potencial de crescimento e a descentralização do Bitcoin (BTC). Sua oferta vai além da proteção: permite que os usuários economizem e acumulem BTC de forma regulamentada, com crescimento isento de impostos e a possibilidade de tomar empréstimos usando o valor acumulado como garantia, sem precisar vendê-lo. Em outras palavras, funciona como um

tesouro pessoal em Bitcoin, projetado para famílias e indivíduos de alto patrimônio com visão de longo prazo.

Diferentemente das apólices tradicionais em moeda fiduciária, todas as variáveis do contrato – prêmios, valor de resgate e indenizações por morte – são denominadas em BTC. Seu principal produto é estruturado em dez parcelas e oferece potenciais vantagens fiscais dentro de um ambiente regulamentado.

Em 2024, a Meanwhile obteve uma licença comercial completa para seguros de vida de longo prazo da Autoridade Monetária das Bermudas (BMA), tornando-se pioneira nesse segmento. Até o momento, a empresa captou mais de US\$ 60 milhões em investimentos, com o apoio de investidores de renome, como Sam Altman, CEO da OpenAI.



O interesse em seu produto cresceu tanto que eles recentemente ajustaram o prêmio mínimo para 0,25 BTC (aproximadamente US\$ 30.000 no momento da redação deste texto), refletindo a evolução do mercado.

Ao ser questionado sobre a volatilidade do Bitcoin, Townsend explica que toda a estrutura é denominada em BTC, eliminando a necessidade de conversões diárias para outras moedas. Isso significa, porém, que aqueles que recebem renda em moeda fiduciária precisam comprar BTC para pagar seus prêmios, expondo-se ao risco cambial. Portanto, o produto é voltado principalmente para clientes que já possuem Bitcoin e buscam protegê-lo por décadas.

Enquanto isso, a força da Meanwhile reside em três pilares: supervisão rigorosa da BMA, que garante capitalização adequada e relatórios regulares; controles de custódia e auditoria que protegem os ativos de BTC; e uma estrutura transparente e resiliente, alinhada aos padrões globais da indústria de seguros.

Em relação à legalidade e praticidade de uma apólice offshore, eles explicam que é totalmente legal em muitas jurisdições, embora sempre recomendem a consulta a assessores tributários e jurídicos, visto que cada país possui regulamentações específicas sobre seguros internacionais e a manutenção de ativos no exterior. A escolha pelas Bermudas se deu justamente por sua reputação como um importante polo regulatório para inovação em seguros. A Agência de Seguros das Bermudas (BMA) oferece estruturas específicas para novos modelos de seguros e mantém colaboração contínua com os projetos que supervisiona. Essa combinação de rigor regulatório e abertura à inovação tem sido fundamental para construir a credibilidade de um produto tão disruptivo.

Entre os principais apoiadores do Meanwhile está Sam Altman, CEO da OpenAI, que compartilha da visão de que o Bitcoin será um ativo central no futuro das finanças globais. Para ele, integrar essa tecnologia ao setor de seguros é um passo natural na evolução do sistema financeiro.

Recentemente, a empresa voltou a ser notícia após levantar mais US\$ 82 milhões em uma nova rodada de financiamento com o apoio de investidores institucionais como Apollo, Northwestern Mutual, Pantera Capital e Stillmark, reforçando sua posição como uma das maiores credoras de Bitcoin de longo prazo dentro de estruturas regulamentadas. Esse novo financiamento reflete o crescente interesse institucional em produtos de seguros denominados em BTC.

Ao finalizarmos a conversa, pergunto-lhes como imaginam o futuro do Bitcoin daqui a dez anos.

“Acreditamos que o Bitcoin continuará a consolidar sua posição como reserva de valor global e ativo intergeracional. A volatilidade ainda existirá, mas em escala decrescente à medida que a adoção aumentar. Em 10 anos, vislumbramos um mundo onde o Bitcoin seja tão comum no planejamento sucessório e familiar quanto ações ou títulos são hoje. Enquanto isso, ele existe para que as famílias possam proteger e transferir esse valor de forma confiável.”

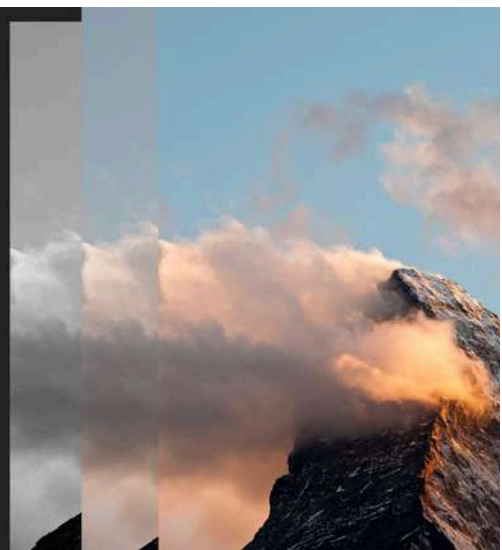
Secure your
legacy with
Bitcoin payouts



Life insurance in Bitcoin,
now more accessible

**Meanwhile lowers
the minimum from**

1 BTC to 0.25 BTC





XSISÍ, a empresa mexicana de insurtech que diz “Por Si Sí” – agosto de 2025

Hoje vou me encontrar com Santiago Castillo, fundador da XSISÍ, uma empresa de insurtech que faz parte da própria história da Associação Mexicana de Insurtech. Conversaremos sobre suas origens, seu propósito e sua abordagem essencialmente inclusiva.

Hoje, a XSISÍ oferece planos de seguro inclusivos com prêmios anuais que nunca ultrapassam o equivalente ao salário mínimo mensal no México, garantindo acesso real para populações tradicionalmente desassistidas. O nome reflete um aspecto da cultura popular mexicana: a sensação de “nada vai me acontecer” e a proteção simbólica da Virgem de Guadalupe. Daí o seu slogan: “Eu sei que não vai acontecer com você, mas por precaução, seguro inclusivo”.



Santiago me conta que sua carreira começou no setor de seguros de garantia, onde se especializou em riscos e compliance. No entanto, ao tentar expandir para o setor de seguros tradicional, deparou-se com um mercado extremamente burocrático. Esse contraste o levou a explorar alternativas mais ágeis e digitais, e foi assim que descobriu o mundo das insurtechs. Após analisar benchmarks internacionais e regionais, surgiu a ideia de construir sua própria oferta: seguros de vida e saúde especificamente voltados para a base da pirâmide. O conceito surgiu em 2016 e, em 2017, lançaram seu primeiro MVP (Produto Viável Mínimo).

Ela me conta que, no México, a proteção de bens materiais ainda tem prioridade sobre a proteção do indivíduo, e é por isso que os seguros de mobilidade são os mais conhecidos. A XSISÍ decidiu ouvir seus usuários e adaptar seus produtos às suas reais preocupações.



Hoje, seu portfólio é composto por 65% de Auxílio Funeral, seguido por Acidentes Pessoais (21%), Automóveis/Motos (6%), Fraturas (4%) e outros produtos complementares. Eles já possuem mais de 28.000 segurados, um marco significativo para um modelo puramente B2C, com um custo de aquisição mensal de apenas US\$ 7,83 e mais de US\$ 1,2 milhão em valor segurado em risco.

À primeira vista, parecem ser uma corretora digital, mas seu verdadeiro diferencial reside no design e propósito do produto. A jornada do cliente é totalmente digital e descomplicada: o cadastro é feito online, sem burocracia, sem preços diferenciados por gênero ou idade e com um processo de assinatura simplificado (apenas uma pergunta médica binária). Apesar da tecnologia, mantêm um suporte humano que garante compreensão e transparência. A jornada empresarial também tem sido uma experiência de aprendizado.

Eles começaram com estratégias manuais, como vendas porta a porta usando tablets ou envolvendo estudantes em serviço comunitário, e com o tempo migraram para um modelo baseado em parcerias e indicações. Uma de suas parcerias mais bem-sucedidas foi com uma empresa que oferece assistência a trabalhadores domésticos, que agora representa 42% de suas apólices. Além disso, o boca a boca agora representa 18% das vendas, e eles têm um sistema de indicações com bônus para cada venda concretizada.

A XSISÍ é uma empresa insurtech 100% autofinanciada (ou seja, opera sem financiamento externo), o que lhe permitiu operar com uma estrutura enxuta, manter seu propósito original e digitalizar praticamente toda a sua operação. A empresa gerencia custos mínimos, com um único executivo de contas dedicado a sinistros e atendimento ao cliente, e uma rede distribuída de agentes de referência.

Essa inclusão também se reflete em seu impacto social: para cada apólice emitida, a cobertura é automaticamente ativada para um atleta das Olimpíadas Especiais, organização parceira da empresa. Além disso, seus produtos são padronizados como parte de sua filosofia de neutralidade e acessibilidade (mesmos prêmios e cobertura para todos).

Quando conversamos sobre o futuro da XSISÍ, Santiago me conta que estão trabalhando em uma plataforma de contratação híbrida, onde o usuário poderá combinar coberturas de vida, câncer, telemedicina, funeral, etc., com um único clique.

Antes de encerrar, pergunto-lhe sobre seu novo projeto empreendedor: a SURELIA, a primeira empresa "Suretytech" do México, como ele a chama. Eles desenvolveram um mecanismo de KYC e CRM que integra mais de quatro sistemas de Inteligência Artificial para análise de documentos e pré-determinação de garantias no setor de seguros. Já possuem um MVP comercial e são membros da AIM. Uma spin-off que, segundo ele, busca revolucionar o setor desde suas origens profissionais.

Uma nova insurtech para ficar de olho na América Latina.





EMET360, a insurtech que causa impacto!! - Setembro de 2025

A primeira vez que ouvi falar da Emet360, precisei ver para crer. Anos depois, a trajetória deles é realmente impressionante. Hoje, estou tomando um café com Max Saguier, CEO dessa insurtech que revolucionou a detecção de fraudes e a gestão de sinistros.

A EMET360 é uma insurtech latino-americana que automatiza todo o processo de gestão de sinistros e detecta fraudes em tempo real com um fator "uau". Sua solução de IA combina análise emocional e cognitiva da voz para identificar riscos de fraude com excepcional precisão, com base em sinais de estresse, evasão ou inconsistências durante o processo de sinistro. Utilizando o Salesforce como plataforma central, a EMET360 orquestra todo o ciclo de vida dos sinistros, desde a abertura do processo até a liquidação, de forma segura, auditável e escalável. Na prática, substitui processos manuais e fragmentados por um fluxo de trabalho inteligente, rastreável e totalmente digital.

Além disso, "uberiza" a investigação por meio de uma plataforma sob demanda que conecta seguradoras a investigadores certificados, reduzindo custos, tempo e subjetividade.

A plataforma está evoluindo para um modelo de "agente", onde agentes de IA podem compreender contextos, tomar decisões operacionais e se comunicar com pessoas e sistemas. Eles podem até mesmo criar novos agentes sem a necessidade de programadores. Os resultados são impressionantes: reduziram o tempo médio de processamento em 70%, diminuíram os custos operacionais por caso em 45% e alcançaram 85% de precisão na detecção precoce de fraudes.



EMET360
INNOVACIÓN EN VERDAD



Suas implementações são, em média, 3 vezes mais eficazes e registram 95% de satisfação (NPS) entre os usuários internos.

A fraude assume diferentes formas dependendo do setor: danos pré-existentes ou colisões simuladas em automóveis, cobranças indevidas e compartilhamento de identidade na área da saúde, reivindicações não relacionadas ao trabalho em seguros de acidentes de trabalho, documentos adulterados em residências ou roubo de identidade. Regionalmente, tanto a fraude oportunista quanto a conivência entre intermediários e prestadores de serviços estão em ascensão. Soma-se a isso uma nova geração de fraudes sintéticas impulsionadas pela Inteligência Artificial Geral (GenAI), que utiliza imagens manipuladas, deepfakes, áudio clonado e textos gerados para simular documentação. Diante desse cenário, a Emet360 combina análise vocal fisiológica infalsificável e verificação em tempo real com

Dados históricos e agências de risco, perícia documental baseada em metadados e análise de consistência narrativa em depoimentos. Em resumo, utilizam IA para detectar IA, com decisões explicáveis e auditáveis.

Max destaca que o maior retorno imediato vem da fraude externa – incidentes encenados, documentação manipulada, conluio com terceiros – embora a fraude interna seja a que, silenciosamente, mais corrói o valor a longo prazo. Hoje, eles se concentram principalmente na frente externa, oferecendo rastreabilidade completa para entender o que aconteceu, como aconteceu e com quem aconteceu.

O retorno sobre o investimento é demonstrado em semanas. Eles implementam testes de conceito de curta duração em linhas de produção de alto volume, como a automotiva, onde os processos manuais e a intervenção humana ainda predominam. Nesses casos, o Emet360 multiplica a eficiência, acelera a resolução de problemas e mensura resultados concretos: maior detecção de falhas, redução do tempo de resposta, economia com a prevenção de casos e uma experiência aprimorada para o cliente. O retorno sobre o investimento geralmente se concretiza entre 3 e 6 meses, graças à redução de perdas e ao aumento da eficiência operacional.

Seu modelo SaaS, com baixa necessidade de configuração e preços baseados no uso, permite uma adoção rápida e escalável.

Sua vantagem competitiva reside na interseção de tecnologia proprietária, profundo conhecimento do setor e design de processos de ponta a ponta. A combinação de IA avançada, análise de voz e orquestração nativa no Salesforce, juntamente com uma compreensão abrangente do ciclo de vida das solicitações de reembolso, permite que eles transformem a tecnologia em decisões acionáveis e sensíveis ao contexto.

Eles venceram a competição Link Up juntamente com a RUS após demonstrarem impacto imediato: um sistema automatizado de triagem "Pagar ou Investigar" que antes levava horas e agora é executado em segundos, integração perfeita com canais e sistemas principais e relatórios padronizados que permitem comparar investigadores e identificar gargalos. A seguradora valorizou particularmente a capacidade da Emet360 de escalar sem necessidade de reengenharia e sua abordagem colaborativa entre inovação e operações.

Entre seus maiores casos de sucesso está uma seguradora de automóveis latino-americana, onde reduziram o ciclo médio de resolução em 70%, aumentaram a detecção de inconsistências de voz em 85%, diminuíram os custos operacionais por caso em 35% a 45% e alcançaram um NPS de mais de 90% em clientes atendidos por fluxos de trabalho assistidos por IA.

A Emet360 tem atualmente uma forte presença na Argentina, onde estão localizados sua sede e laboratório de inovação, e o Chile é seu segundo mercado de crescimento mais rápido, com parcerias cada vez maiores em toda a região. A empresa também expandiu seu portfólio para incluir soluções de orquestração de sinistros baseadas em IA, análise de qualidade e fraude por voz, um mercado de investigadores e auditorias inteligentes com pontuação de documentos.

Seu propósito é claro: tornar-se a camada de inteligência e automação de referência para o setor de seguros na América Latina.





PIER, a neo-insurtech que alcançou a lucratividade - novembro de 2025

Na América Latina, quando falamos de insurtech, é impossível não pensar na Pier, a neo-seguradora brasileira focada em transformar a relação dos brasileiros com os seguros, que já captou US\$ 42 milhões em investimentos. Ela foi lançada com uma oferta 100% digital, cresceu dentro do ambiente regulatório experimental (sandbox) e começou com um modelo totalmente B2C.

Muitos compararam a empresa à Lemonade; hoje converso com Camila Kataguirí, co-CEO, para entender como eles conseguiram se tornar uma empresa lucrativa em 2025.

A Pier surgiu com o propósito de transformar a relação dos brasileiros com os seguros, simplificando o acesso à proteção com processos ágeis, transparentes e menos burocráticos. Seu primeiro produto foi o seguro para celulares, pioneiro na cobertura de furtos simples e na oferta de reembolsos rápidos, o que permitiu que a empresa se destacasse rapidamente no mercado.

Posteriormente, lançaram o seguro automóvel, mantendo sempre o foco na tecnologia, eficiência e transparência. Hoje, ambos os produtos são vendidos diretamente aos consumidores e por meio de corretores e parcerias, permitindo que cada pessoa escolha a opção que melhor se adapta às suas necessidades.

A tecnologia está no centro da Pier. Eles utilizam inteligência artificial em todo o processo, da análise de risco à análise de sinistros. Entre suas soluções proprietárias estão o Pier Bolt, um agente de IA que processa reembolsos de planos de celular instantaneamente, e o Pier Scan, uma ferramenta que realiza inspeções veiculares em menos de um minuto sem intervenção humana.

PIER.



Essa camada tecnológica permitiu que eles construíssem produtos competitivos e acessíveis com processos radicalmente mais simples do que os do mercado tradicional. Hoje, atendem mais de 170 mil clientes, atingiram R\$ 150 milhões em receita em 2024 e projetam R\$ 250 milhões em 2025. Possuem o selo RA1000 da Reclame Aqui, mantêm um NPS geral de 80 (e 90 para sinistros), operam com um CAC de apenas 11,2%, um índice de sinistralidade de 51,5% e uma das melhores margens técnicas do mercado, em torno de 35%.

Quando pergunto como eles alcançaram a lucratividade no segundo e terceiro trimestres de 2025, Camila resume em três pilares: precificação inteligente, eficiência operacional impulsionada por IA e diversificação de canais. Seu modelo preditivo permite ajustar os preços de acordo com o risco real de cada cliente e

Isso fortalece a prevenção de fraudes em um país onde quase 20% das solicitações de indenização apresentam atividades suspeitas. Com processos como subscrição contínua, regras automatizadas e análise de dados comportamentais, a Pier alcançou precisão, acessibilidade e eficiência. A expansão para corretores e parcerias B2B2C também permitiu que a empresa aumentasse a escala e reduzisse os custos de distribuição sem perder o foco na experiência do cliente.

Uma das decisões mais significativas da Pier em 2025 foi começar a vender através de corretores, uma mudança que surpreendeu aqueles que a conheciam como uma insurtech 100% D2C. No entanto, Camila explica que essa evolução já estava no DNA da empresa: expandir o acesso a seguros também significa expandir os canais de venda. Para isso, lançaram o Portal de Parceiros, criado em colaboração com os próprios corretores, projetado para atender às suas necessidades diárias com processos simples, comissões flexíveis e atendimento especializado.

Esse canal ganhou impulso sob a liderança de Flávio Rewa, CCO da empresa, e permitiu que a Pier se integrasse ao ecossistema de corretores de forma colaborativa e transparente.

A relação com as corretoras evoluiu de uma percepção de concorrência para uma verdadeira aliança estratégica. A Pier já trabalha com mais de 5.000 corretoras em todo o Brasil e mantém acordos com redes importantes como Seguralta, SegPartners, Klubi e Cota Fácil. Sua proposta é empoderar as corretoras, dando-lhes total autonomia sobre suas carteiras, acesso a maior rentabilidade e benefícios de uma experiência digital otimizada, apoiada por tecnologia e uma equipe especializada. Esse canal permitiu que a empresa alcançasse clientes distintos daqueles do seu modelo B2C. No modelo B2C, a Pier vende seu produto por assinatura (similar a uma assinatura da Netflix, com renovação automática mensal). No Canal de Corretoras, porém, a empresa vende o produto anual, padrão de mercado e preferido pelos clientes das corretoras, demonstrando que se tratam de públicos distintos. Fundamentalmente, a Pier garante que o cliente da corretora permanecerá sempre

com ela, o que fortaleceu a confiança e a reputação da empresa.

Em um mercado cada vez mais concentrado, os corretores precisavam de novas alternativas e encontraram na Pier uma empresa focada em democratizar o acesso a seguros.

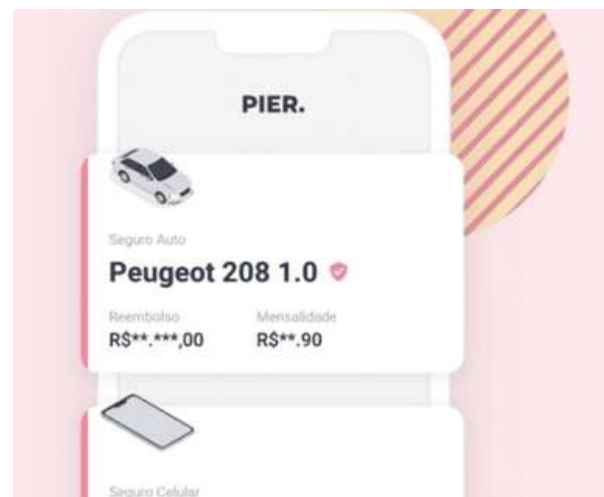
A Pier pretende aumentar sua penetração no Brasil — estagnada em torno de 30% — e atender perfis raramente considerados por seguradoras tradicionais, como a Classe Bond 0, que normalmente não possui histórico de crédito. Graças ao uso de dados comportamentais, a Pier consegue entender melhor esses consumidores, oferecer preços acessíveis e operar com rentabilidade mesmo com riscos mais elevados.



Do ponto de vista de uma insurtech que surgiu em um período de rápida inovação, a Pier também destaca que o Brasil ainda tem espaço para melhorias em sua regulamentação. A empresa desempenhou um papel fundamental na criação do sandbox regulatório junto à SUSEP (Superintendência de Serviços Públicos) e acredita que as novas regulamentações devem ser melhor adaptadas a produtos como planos mensais. O debate atual em torno da Lei Complementar 213 pode abrir oportunidades para segmentos pouco atendidos, desde que garanta igualdade de condições para as seguradoras e proteção genuína ao consumidor.

A tecnologia, aliada a uma estrutura de custos mais eficiente, é uma ferramenta fundamental para oferecer produtos adequados, acessíveis e sustentáveis para aqueles que vivem com maior incerteza e risco.

Pier já se tornou um dos casos de sucesso da América Latina.





CallPilot.ai, agentes de IA estão entrando com força no setor de insurtech - Dezembro de 2025

A evolução dos canais de atendimento ao cliente, juntamente com a ascensão da IA generativa, está transformando o mercado de seguros. Nesta edição, conversamos com Camilo Cruz, ex-CEO da Unit e agora a força motriz por trás da CallPilot.ai, uma solução que está redefinindo o atendimento ao cliente no setor de seguros.

CallPilot.ai é uma plataforma de automação com agentes de IA capazes de gerenciar fluxos de trabalho de seguros, bancos e varejo por meio de ligações telefônicas e WhatsApp. A solução foi criada dentro da Proxima, uma empresa de BPO especializada em seguros, com uma missão clara e inovadora: automatizar processos operacionais tradicionalmente humanos e aprimorar de forma tangível a experiência do cliente.

Há dois anos, diante de gargalos no atendimento ao cliente, picos de demanda, imprevistos e longos tempos de espera, a equipe estabeleceu uma meta ambiciosa: automatizar pelo menos 30% das chamadas atendidas por sua própria central de terceirização de processos de negócios (BPO). Hoje, eles não apenas alcançaram essa meta, como a superaram. Mais de 32% das chamadas recebidas agora são atendidas automaticamente, principalmente para notificações de sinistros e consultas gerais. Essa conquista liberou capacidade operacional, realocou recursos e permitiu que a solução se tornasse um produto SaaS independente, agora utilizado por seguradoras, bancos e call centers nos Estados Unidos e na América Latina.

Os indicadores comprovam o crescimento. A CallPilot.ai mantém um NPS médio acima de 70 pontos, elimina o tempo de espera oferecendo assistência imediata 24 horas por dia, 7 dias

CallPilot.ai



por semana, em inglês e espanhol, e gera mais de 5.000 notificações de sinistros por trimestre. A plataforma gerencia mais de 50.000 ligações de cobrança por mês e envia mais de 100.000 mensagens pelo WhatsApp mensalmente. Além disso, os clientes que integram a solução aumentam a taxa de contato de suas campanhas de prospecção em uma média de 25%.

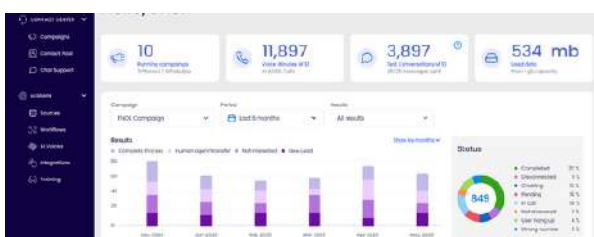
Embora o mercado esteja saturado de soluções com o sufixo ".ai", a CallPilot.ai se define como uma plataforma de automação com recursos de agentes. Diferentemente de um agente de IA tradicional focado em uma única tarefa, ela permite a configuração de múltiplos agentes que interagem entre si e executam processos de forma autônoma. Um único fluxo de trabalho pode receber uma chamada, classificá-la, encaminhá-la para um agente humano, ativar outro agente automatizado ou resolver a consulta de ponta a ponta, de acordo com as diretrizes de negócios.

No setor de seguros, os principais problemas que se buscam resolver são recorrentes: longos tempos de espera, alta carga de trabalho operacional devido a tarefas repetitivas, baixas taxas de contato em campanhas de prospecção e a necessidade de oferecer suporte contínuo. Hoje, a plataforma automatiza processos como notificações de sinistros, cotações, subscrição e emissão de apólices via WhatsApp, renovações e campanhas de cobrança, combinando IA e equipes humanas, dependendo da complexidade do caso.

Um dos marcos que impulsionaram definitivamente o produto ocorreu em outubro de 2024, quando uma seguradora de automóveis e residências nos Estados Unidos enfrentou o impacto do furacão Milton na Flórida. Em apenas 48 horas, a empresa teve que gerenciar quase 800 sinistros, uma demanda impossível de atender com sua capacidade existente. O CallPilot.ai foi ativado para lidar com todas as chamadas não críticas e, em apenas uma semana, a IA gerenciou mais de 300 notificações de sinistros. Desde então, o sistema permanece ativo como parte das operações regulares.

Outro caso notável surgiu na República Dominicana, onde a venda de seguros obrigatórios foi automatizada via WhatsApp. A flexibilidade do sistema era tamanha que acabou sendo adotado por uma grande importadora de autopeças, capaz de interpretar mensagens de voz extremamente coloquiais e responder com precisão técnica, mesmo em contextos informais que tradicionalmente exigiam intervenção humana.

Diante da ascensão dos agentes de IA, Camilo identifica dois caminhos: organizações que tentam desenvolver soluções internas para agentes, com altos custos, longos prazos de implementação e extensos testes e erros, e empresas que oferecem soluções prontas para uso. Nesse cenário, a CallPilot.ai busca se diferenciar focando em setores altamente regulamentados, como seguros e bancos, aproveitando certificações como a ISO 27001 e uma interface simples que permite aos clientes modificar e aprimorar seus fluxos de trabalho sem taxas adicionais. Seu modelo é baseado no consumo: quanto mais a plataforma é utilizada, mais valor ela gera.



Em vez de testes intermináveis de prova de conceito, eles trabalham com projetos-piloto vinculativos. Definem métricas claras e objetivas, controladas pela própria ferramenta, e só cobram quando o piloto entra em operação e atinge os objetivos acordados. Se não funcionar, o cliente não paga. Essa abordagem acelera a adoção e facilita a expansão gradual.

Segundo Camilo, a abordagem omnicanal mais eficiente é a híbrida: a IA lida com casos de alta frequência e baixa variabilidade, enquanto as equipes humanas se concentram em situações complexas ou de maior valor. Em uma seguradora de Chicago, essa combinação reduziu o tempo de espera de quatro minutos para apenas 16 segundos, aumentou o Net Promoter Score (NPS) de 55 para 71 e diminuiu a rotatividade de funcionários da central de atendimento.

Longe de canibalizar o BPO, a automação o fortaleceu. Ela permitiu que as empresas retivessem talentos seniores, escalassem operações e aprimorassem sua proposta de valor sem aumentar os custos. "O futuro será de call centers com superagentes humanos apoiados por um pequeno exército de agentes de IA", conclui Camilo. E tudo indica que o call center, longe de desaparecer, tem muito a ganhar.



Clareza estratégica para o ramo de seguros

As conferências e workshops de Hugues Bertin ajudam os líderes a compreender as tendências reais e a tomar melhores decisões.

O que oferecemos?

Conferências e workshops personalizados

Conteúdo sobre inovação, insurtech e transformação do setor de seguros.

Formatos adaptados ao público-alvo e aos objetivos da empresa.

Agende uma conferência ou workshop.

bertin@digitalinsurance.lat
+56 9 3241 4633





O NOVO CRESCIMENTO EM INSURTECH: QUANDO ESCALAR DEIXA DE SER APENAS VENDER MAIS.

Por Juan Nicolás Rojas, fundador e CEO Grouti
Miami, Flórida 2026

Na última década, o crescimento do setor de InsurTech foi impulsionado por uma lógica relativamente simples: mais tecnologia, mais leads, mais promessas de eficiência. Em mercados em expansão como a América Latina, essa abordagem funcionou por um tempo. Hoje, no entanto, ela mostra claros sinais de esgotamento.

O desafio atual não é mais a falta de soluções, mas o excesso delas. Plataformas, APIs, mecanismos de precificação, sistemas de pagamento e ferramentas de automação competem pela atenção de um número limitado de tomadores de decisão em organizações sujeitas a regulamentações rigorosas e ciclos de decisão cada vez mais longos. Nesse contexto, o crescimento deixou de ser uma questão de volume e passou a ser uma questão de discernimento.

Um dos erros mais frequentes no setor de InsurTech tem sido importar modelos de crescimento de SaaS tradicionais e aplicá-los sem adaptá-los a uma indústria profundamente relacional. No setor de seguros, as decisões não são tomadas em fluxos lineares, mas sim em comitês, conversas interdepartamentais e, acima de tudo, com base na confiança. Ignorar essa realidade levou a pipelines inflados, equipes de vendas exaustas e um abismo cada vez maior entre a inovação tecnológica e a adoção efetiva.

Com base na nossa experiência na Grouti, observamos um padrão consistente: o crescimento sustentável em InsurTech não surge da acumulação de oportunidades, mas sim da conexão eficaz entre os intervenientes certos, no momento certo, e as partes interessadas certas. Quando essa conexão é estratégica, o impacto é exponencial. Seguindo essa abordagem, contribuimos para gerar mais de 100 milhões de dólares em oportunidades de negócio para clientes no ecossistema financeiro e de seguros da região, não por meio de campanhas massivas, mas sim por meio de conversas cuidadosamente elaboradas.

Essa mudança redefine o próprio conceito de crescimento. Ele deixa de ser uma função subordinada ao marketing ou às vendas e assume um papel intimamente ligado à estratégia corporativa. O crescimento moderno em InsurTech exige um profundo conhecimento do setor de seguros e suas limitações, uma percepção aguçada da posição organizacional de cada participante, a capacidade de traduzir a tecnologia em impacto operacional e financeiro e uma visão de longo prazo de como os relacionamentos de valor são construídos dentro do ecossistema. Nesse modelo, nem toda oportunidade deve ser buscada. A seleção é tão importante quanto a execução. Crescer também significa saber dizer não.

A América Latina está entrando em uma fase mais madura. A conversa não se limita mais à inovação, mas também aborda viabilidade, integração e retorno sobre o investimento. As seguradoras buscam menos experimentação isolada e mais soluções que se integrem perfeitamente às suas operações. Isso representa uma oportunidade — e uma responsabilidade — para nós, que projetamos o crescimento: atuar como facilitadores de valor, e não como amplificadores de ruído.

O futuro do crescimento em InsurTech não será impulsionado por quem gera mais leads, mas sim por quem constrói conversas melhores — conversas que levam a parcerias reais, casos de negócios sólidos e crescimento mensurável. Em um setor onde a confiança é o ativo mais valioso, o crescimento não pode ser imposto.

Está projetado.



Mais informações e comunicados de imprensa
Juan Nicolás Rojas
CEO, Grouti
nicolasrojas@grouti.com
www.grouti.com

MUITO OBRIGADO PELO SEU APOIO!

Agradecemos por compartilhar.

Você gostaria de ser um
patrocinador?

Entre em contato conosco através de:
marketing@digitalinsurance.lat

Apoiado por

