

JANEIRO 2025

# LATAM INSURTECH JOURNEY

Edição N° 9

Mais de 500 insurtechs na  
Latam!

Apoiado por

 **MAPFRE**



<b>Introdução</b> .....	04
<b>MAPFRE Palavras de Leire Jiménez</b> .....	09
<b>Previsões 2025</b> por Hugues Bertin .....	11
<b>I. Fatos &amp; Números</b> .....	15
<b>I.a.</b> Resumo Executivo .....	16
<b>I.b.</b> Quantas insurtechs existem? .....	22
<b>I.c.</b> Como o ecossistema está crescendo? .....	23
<b>I.d.</b> Financiamento .....	26
<b>I.e.</b> O que as insurtechs fazem? .....	30
<b>I.f.</b> A morte das insurtechs .....	33
<b>I.g.</b> Mobilidade nas Insurtechs .....	36
<b>II. Foco no Sandbox Brasil</b> .....	38
<b>III. Mapa das Associações de Insurtech</b> .....	45
<b>IV. Mapas Insurtech</b> .....	49
<b>V. O Olhar do Especialista: Carlos Cendra</b> .....	69
<b>VI. Insurtech VIP Lounge</b> .....	73
- Pier. ....	75
- Momento .....	78
- PEAK3 .....	82
- Suyana .....	86
- Medismart .....	90
- Nimbloo .....	94
<b>VII. Whitepaper Open Insurance</b> .....	97

## SPONSOR EXCLUSIVE



# MAPFRE

## SPONSOR BLACK



## MetLife

## Xcelerator

## PATROCINADORES

O Latam Insurtech Journey está disponível para distribuição e divulgação gratuita, traduzido para o inglês e, pela primeira vez, para o português, com o objetivo de "impulsionar o setor de seguros no mundo que está por vir e apoiar o ecossistema empreendedor", dando visibilidade ao ecossistema insurtech da América Latina além do continente.

Este estudo só pode existir com o apoio de patrocinadores.



## SPONSOR GOLD



Seu apoio é essencial para manter este relatório vivo, que já foi visto mais de 100.000 vezes.

Gostaria de ser um patrocinador?

Entre em contato conosco: [marketing@digitalinsurance.lat](mailto:marketing@digitalinsurance.lat)

# INTRODUÇÃO

Hugues Bertin - CEO & Founder



**Mais de 500 insurtechs na Latam! O ano de 2025 começa com boas notícias:**

- Mais de 500 insurtechs operando na América Latina.
- Um rebound no financiamento de +156% entre o 1º e o 2º semestre.
- Uma redução da mortalidade de -25%.
- Aceleração do trabalho das associações na região.
- Aumento na internacionalização (16%) e na atração (29%) de insurtechs.

**No entanto, esse otimismo pode ser analisado com mais cautela:**

- O financiamento anual de “apenas” 92 milhões de dólares representa uma queda de -78% desde 2021, deixando muitas startups sem recursos.
- A taxa de mortalidade ainda é alta, próxima de 10%.
- Persistem várias insurtechs zumbis nos mapas.
- Ainda faltam mais success stories da região.

**Importantes avanços associativos na Latam**

A Alianza Insurtech del Pacífico (AIP) se transformou na **Alianza Insurtech Panamericana (AIP)**, incorporando a **Cámara Insurtech Argentina**, junto com as três associações fundadoras: **AIC (Colômbia)**, **InsurteChile** e **AIM (México)**. Com essa mudança, a **AIP agora reúne 250 membros em toda a região**, colaborando diariamente em áreas como networking, conexão com insurtechs, regulação e publicações especializadas.

Além disso, foi lançada a **Asociación Insurtech de Centroamérica (AICC)** com o apoio da AIM e o excelente trabalho de **Álvaro Villalobos** e **Alberto Bogante**.

Também foi criada a primeira **Cámara Insurtech Uruguaya (CUI)** sob a liderança de **Pablo Tiscornia**.

**Motivos de sobra para sermos super otimistas!**

Graças ao trabalho da CUI, foi possível desenvolver e apresentar o primeiro mapa insurtech do Uruguai, que você poderá ver nesta edição.

Além disso, esta edição traz o primeiro mapa de Associações Insurtechs da Latam e, graças ao apoio da Insurtech Brazil, faremos, pela primeira vez no Latam Insurtech Journey, uma análise detalhada sobre o Sandbox do Brasil.

Antes de mergulharmos no conteúdo deste relatório, quero expressar minha gratidão a todos que nos apoiam.

**Apoiar o ecossistema insurtech em 2024 é contribuir para o crescimento do setor de seguros no futuro que nos espera.**

### SPONSOR EXCLUSIVE

- **MAPFRE:** seguradora global líder na Espanha e o primeiro grupo multinacional na América Latina, operando em 38 países e colaborando ativamente com insurtechs para aprimorar suas capacidades tecnológicas.

### SPONSOR BLACK

- **MetLife | Xcelerator:** um dos maiores fornecedores globais de seguros, rendas vitalícias e programas de benefícios para funcionários, com cerca de 90 milhões de clientes em mais de 60 países.

### SPONSOR GOLD

- **Charles Taylor:** se especializa em fornecer software e serviços otimizados para grandes e complexos seguros e corretores, com o objetivo de melhorar seu GWP, CoR e cumprimento regulatório.
- **RGA:** a única companhia global de resseguros que se foca exclusivamente em soluções de vida e saúde.
- **Munich Re:** Resseguradora que, por mais de 140 anos, tem sido um dos principais fornecedores mundiais de resseguros, seguros primários e soluções de risco.
- **HCS Capital:** fundo de investimento focado em insurtech, fintech e cibersegurança na Latam, EUA e Israel.

Nesta nona edição do Latam Insurtech Journey, descobriremos:

- Nossas previsões para o ano de 2025.
- Um whitepaper sobre open insurance.
- Como está este ecossistema de mais de 500 insurtechs?
- Os mapas insurtech, atualizados (*antecipadamente, pedimos desculpas por possíveis erros ou omissões*).
- Um foco no Sandbox do Brasil.
- O primeiro mapa do Uruguai (*graças ao trabalho da CUI*).
- O mapa das associações insurtech.

- **PIER (BR)**: A Neo-insurer que paga em menos de 1 segundo.
- **Momento (MX)**, desafiando o setor de seguros de automóveis no México.
- **PEAK3 (SG)**: a insurtech mais importante, em breve, na Latam.
- **Suyana (BO)**, a insurtech que busca melhorar as capacidades de adaptação ao clima com seguros paramétricos e um modelo de distribuição embutido.
- **Medismart (CH)**: Inovação e liderança no ecossistema insurtech da América Latina.
- **Nimbloo (BR)**, inteligência artificial no mundo da inspeção.

### Os 2 eventos imperdíveis de 2025!

**PIER.** momento

**Peak3**

**SUYANA**  
CLIMATE INSURANCE

**medismart**  
Live (o)

**Nimbloo**

- **Evolução Insurtech Latam 2025 (#eila25)** by InsurteChile – de 2 a 4 de setembro em Santiago do Chile.
- **ITC Vegas** by InsureTech Connect – de 14 a 16 de outubro em Las Vegas, EUA.

Neste semestre, expressamos nossa especial gratidão à **MAPFRE**, em particular a **Leire Jiménez** e **Carlos Cendra**, por seu apoio inestimável e pelo que estamos criando juntos.

Também ao nosso novo patrocinador, **MetLife Xcelerator**, e ao apoio de **Santiago Airasca** e sua equipe.

Os mapas se beneficiam do grande apoio de **Jose Prado**, **Ricardo Nishimura**, **Alfredo Gudiño** e o trabalho de **Pablo Tiscornia** no Uruguai. Parabéns a eles pelo excelente trabalho.

Além disso, agradecemos a **HCS Capital**, **Alex Horvitz**, **Juan Eduardo Justiniano**, **Axel Mihanovich**, **Joaquín Cerda** pelo apoio constante.

A toda a **Alianza Insurtech Panamericana** e seus 28 conselheiros. Em particular, destaque para **Rodrigo Labbé**, **Oscar Garza López Portillo**, **Rodrigo Alfonso**, **Facundo Elizalde**, **Pablo Sutton**, **Matías Stäger**, **Jessica Tabares**, **Álvaro Madrigal**, e o time dos **Managing Directors**: **Natalia Synay**, a grande **Andrea Triat**, **Kathia Ramirez**, **Angelica Ardilla**, **Catalina Felices**.

**InsurtechNews** por me incluir em seu ranking dos 50 maiores influenciadores.

Aos nossos media partners, que publicam os **Insurtech VIP Lounge: El Asegurador** (México), **100%Seguro** (Argentina), **Insurtech.br** (Brasil), e **Connecta B2B / Mercados y Tendencias / ITNow** (América Central), assim como as 4 associações da **AIP**.

Um carinho pessoal aos times da **Charles Taylor** (**Gonzalo Geijo**, **Lautaro Mon**, **Fernando López Orlandi**), da **RGA** (**Jesús Spinola**, **Yasmin Luna**), da **Munich Re** (**Alberto Abalo**, **Max Kuckenmanns**, **Carlos Rodríguez**, **Federico Tassara**).

Special Big Up para **Drake Slaikeu-Lawhead**, **Bill Harris**, **Nicole Peck**, **Laura López**, **Oliver Nuyens**, **Juan Carlos Godoy**, **Micaela Amodio**, **Jorge Hernández**, **Fernando Loaiza** e, claro, **Vicky Oubiña**.

Por fim, à **The Digital Insurer** (Singapore), **Hugh Terry**, **Simon Phipps**, **Malini Nagaria**, **Belén Etchegoyhen**, ao nosso grande Alumni Ambassador: **Santiago Franzini** e a toda a equipe do **CDI+Latam / TDI Academy by DIL**.

**Começamos a 9ª turma do CDI+Latam em março de 2025!**



Você está pronto para levar sua carreira para o próximo nível?



INSCRIÇÕES ABERTAS!

*Início da 9ª Ninhada: 6 de março 2025*



O programa pensado para líderes e profissionais do setor de seguros que desejam entender, liderar e transformar a indústria em um ambiente cada vez mais digital e disruptivo.

## O QUE FAZ O CDI+LATAM ÚNICO?

- ✓ **Aulas interativas com Hugues Bertin**  
Especialista global em transformação digital do setor segurador. Aprenda diretamente com aqueles que estão definindo tendências no setor.
- ✓ **Uma abordagem prática e dinâmica**  
Aprenda através de clínicas em grupo, casos reais e projetos colaborativos que lhe permitirão aplicar conhecimentos desde o primeiro dia.
- ✓ **Networking com profissionais LATAM**  
Compartilhe experiências, perspectivas e boas práticas com uma comunidade de líderes.
- ✓ **Acesso sob demanda a conteúdo exclusivo**  
Vídeos pré-gravados com especialistas globais, disponíveis para você aprender no seu próprio ritmo.

ESCANEIE-ME



**Contate-nos para  
mais informações**

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

## Leire Jiménez

### Chief Innovation Officer, MAPFRE



O ano de 2024 tem sido muito complexo para o ecossistema insurtech na América Latina. O investimento atingiu mínimos históricos e os investidores, embora tenham apetite pela região, hesitam em investir devido a fatores como a estagnação do crescimento econômico enfrentada pelo território.

A diferença entre este mercado e outros, como os da Europa ou dos Estados Unidos, é significativa.

As perspectivas para 2025 são complicadas após os últimos 12 meses. Não entanto, a América Latina possui um fascínio, um atrativo especial que faz com que empresas de capital de risco, investidores privados e grandes companhias mantenham o foco na região a curto, médio e longo prazo.

Os próprios empreendedores conhecem bem esse fascínio. Isso foi observado durante o primeiro semestre do ano anterior, quando cerca de 500 insurtech operavam nos mais de 30 países que formam a região. Além disso, conforme os dados da oitava edição desse mesmo relatório, essas 498 empresas representavam um crescimento de 6% em comparação aos 12 meses anteriores; levando em conta os dados de financiamento, esse crescimento é digno de elogios.

A reta final do ano tem sido desafiante. A dinâmica permaneceu: falta de liquidez e

muitos atores querendo criar oportunidades para potencializar a transformação do setor. Mesmo assim, a janela de oportunidade continua aberta e o atrativo não desaparece: os recursos estão disponíveis, mas é necessário encontrar novas fórmulas para capitalizá-los.

A colaboração é chave. Colaborar com associações da região para promover espaços de diálogo e oportunidades de negócio entre os diferentes atores que operamos nela. Também colaborar com instituições públicas para encontrar novos caminhos público-privados que estimulem o investimento e a inovação aberta. No último, temos o caso do Brasil, onde a Superintendência de Seguros Privados (SUSEP) criou um *sandbox* regulatório para avaliar novos projetos e que já conta com alguns casos de sucesso.



Na MAPFRE, compreendemos que a formação de alianças é essencial na hora de gerar valor e potencializar o crescimento econômico e social. Por isso, apoiamos relatórios como este da Digital Insurance Latam, com o objetivo de esclarecer a situação atual do setor e servir como base para o desenvolvimento de novas linhas de ação.

O ecossistema não viveu o seu melhor momento, mas a brecha de penetração do seguro vem diminuindo, sugerindo boas perspectivas para o futuro. Tanto grandes quanto pequenos atores precisam trabalhar na mesma direção para gerar maior volume de negócios, colocando no mercado produtos e serviços que atendam aos nossos clientes.

Esta nona edição do relatório Latam Insurtech Journey oferece a radiografia mais completa do que está acontecendo, destacando por que a inovação aberta e escalável é a melhor fórmula para superar os desafios, além do que podemos esperar para 2025. Não deixem de ler.



O que significa entrar no "Ano da Serpente" para o setor de seguros?

Estamos entrando no Ano da Serpente 🐍 no horóscopo chinês (2025). Como certos simbolismos e características podem impactar o setor de seguros? Vamos explorar isso mais adiante.

Vamos falar das previsões para 2024 e, principalmente, das 5 previsões para 2025:

1

Canais alternativos e Embedded Insurance

Em linha com as previsões para 2024, veremos um crescimento significativo de novos atores capazes de distribuir seguros sob o conceito de "Bancassurance 4.0". ✨ Além dos bancos digitais, será todo o ecossistema fintech que assumirá um papel central na distribuição de seguros 🏦. Um outro exemplo será o setor de varejo—tanto físico quanto digital—que se consolidará como um canal chave, com atores como MercadoLivre na Argentina ou Shopee no Brasil 🛒. Também se destaca o setor de telecomunicações, seguindo a tendência de desenvolvimentos na Espanha, as plataformas digitais como Rappi no mundo do delivery e Uber no campo da e-mobilidade. 🚲

O motor por trás dessa mudança será o seguro embutido, integrado como uma opção adicional na compra de produtos ou serviços. Esse modelo permitirá desenvolver e escalar esses canais de forma mais eficiente e acessível. O caso da Easy Cancha no Chile é muito interessante. Além disso, na América Central, vemos empresas como ASYS avançando nesse caminho.

2

## Saúde, HealthTech, MedTech e Bem-estar como um grande ecossistema

O desafio observado em todos os países da América Latina está em uma combinação de fatores complexos: falta de financiamento dos sistemas públicos, envelhecimento da população, aumento dos custos de saúde, fraudes associadas ao "desperdício e abuso" e fragmentação entre atores-chave do ecossistema, como hospitais e prestadores. 🏥📊



Esses desafios estão impulsionando uma transformação no ecossistema de saúde através da tecnologia. 🌐 Algumas tendências principais incluem:

- Integração de atores públicos e privados por meio de plataformas tecnológicas que melhoram a coordenação, reduzem custos e aumentam a eficiência. 💻
- Soluções preventivas e de bem-estar alavancadas pela IoT (Internet das Coisas), como dispositivos de monitoramento remoto de saúde que permitem intervenções mais oportunas. 📶 (ex.: Betterfly, Vitality, Fully)
- Monitoramento de doenças graves com ferramentas tecnológicas avançadas. Um exemplo de destaque é a AccuHealth no Chile, que ganhou o ZIC (Zurich Innovation Championship) graças às suas inovações no monitoramento remoto de pacientes crônicos. 🏆

Esses avanços não apenas visam enfrentar os desafios atuais, mas também construir um sistema de saúde mais sustentável, preventivo e centrado no paciente. 🚀🌱

3

### Consolidação e inovação em InsurTech

Por um lado, a taxa de mortalidade das insurtechs continuará significativa, em torno de 10%, como mostram os casos de empresas reconhecidas como Wefox na Alemanha ou Luko na França. Na América Latina, esse fenômeno também será evidente, refletindo os desafios do setor em termos de sustentabilidade e escalabilidade. Por outro lado, continuará o interesse das seguradoras em investir no mundo insurtech, especialmente em tudo relacionado aos "habilitadores tecnológicos".

Cada vez mais insurtechs alcançarão rentabilidade (ex.: Pier no Brasil ou, na França, Acheel, Mila, Neat e Clark na Alemanha). Além disso, surgirá uma nova tendência conhecida como venture de insurtech, que consiste na parceria de duas insurtechs complementares, cada uma especialista em sua área, para potencializar sua proposta de valor para o setor de seguros. Esse modelo busca combinar forças e gerar sinergias que facilitem a adoção de tecnologia e inovação na indústria. 🍷🌟



4

### Seguros com impacto

Na América Latina, em 2024, uma mensagem recorrente em todas as minhas reuniões com o setor de seguros me emocionou profundamente: "Queremos desenvolver algumas linhas de seguros que tenham um grande impacto na sociedade." 🌍🌟

Essa tendência, alinhada ao que discutimos anteriormente sobre o "Triplo Impacto" (econômico, social e ambiental), continua mais atual do que nunca. 💡🌱 A grande maioria das seguradoras, especialmente os executivos do setor, está demonstrando um interesse genuíno em gerar um impacto positivo que vá além dos resultados financeiros e contribua para o bem-estar coletivo. ❤️

É um momento emocionante para o ecossistema de seguros, pois esse compromisso com o impacto não apenas redefine a relação com os clientes, mas também estabelece um novo padrão para o propósito empresarial na região.

## 5 Generative AI (GenAI)

Começamos o ano com apenas 3% dos projetos de GenAI em produção, segundo a Celent. 🌐 Embora os riscos associados, como os relacionados à reputação ou às alucinações geradas por esses modelos, representem grandes desafios, o impacto potencial da GenAI é inegável. 🚀🌟

Esse impacto se manifesta principalmente em duas áreas-chave:

- Extração e estruturação de informações em documentos: Processos como subscrição e gestão de sinistros estão sendo transformados pela capacidade da GenAI de processar grandes volumes de dados de maneira mais eficiente. 📁📊
- Atendimento ao cliente com bots inteligentes: Soluções que permitem interações mais ágeis e personalizadas, melhorando significativamente a experiência do usuário. 🤖💬

Estima-se que 1/3 do investimento em insurtech vá para soluções de IA e GenAI. Nesse sentido, os desenvolvimentos da Cardif Colômbia, outro vencedor do AIP Awards, foram realmente impressionantes, com 22 modelos LLM em produção para aumentar a captação (chamadas de boas-vindas, voicebots), Hypercare e Loyalty.

Na Digital Insurance LatAm, continuamos com o mesmo propósito: “impulsionar o setor de seguros para um mundo sustentável através da tecnologia”. Seguiremos apoiando esse setor tão maravilhoso, o de seguros, tanto quanto possível. Obrigada por seu apoio; cada 'curtida', comentário, mensagem de apoio ou suporte é importante para mim. 🙏🙏🙏





Monthly percentages

# I. FATOS & NÚMEROS

The image shows a man in a dark suit and tie standing in a meeting room, pointing towards a large presentation screen. The screen displays a slide titled 'Monthly percentages' with a bar chart. In the foreground, two other people are seated at a wooden conference table, looking towards the presenter. The table has several items on it, including a laptop, a blue mug, a glass of water, and some papers. The room has large windows in the background, letting in natural light.

# RESUMO EXECUTIVO



Apesar de um contexto adverso, o crescimento anual continua positivo com +5%, alcançando uma média de +12% desde 2021.

A taxa de mortalidade anual (incluindo os pivôs) caiu para 9,4%. Embora ainda existam alguns 'zumbis', o ecossistema está mais robusto, mais internacional e continua atraindo investimentos.



O crescimento orgânico se mantém em um sólido +15%, o que equivale ao nascimento de 70 novas insurtechs em 2024.

O investimento anual foi baixo: apenas 92 milhões de USD, uma queda de (-32% em relação a 2023). No entanto, mostrou uma recuperação no segundo semestre (+156%).

Há três semestres, o investimento voltou a crescer, destacando-se México (32%) e Brasil (33%).



A grande notícia é a internacionalização do ecossistema. A taxa de internacionalização alcançou 15,9% (+23%), o que significa

que as insurtechs latinas estão se expandindo por toda a região, especialmente com o apoio da grande aliança (AIP) das associações.

**A Latam continua atraindo insurtechs estrangeiras.** O índice de atração alcança 29% (+37%).

**A taxa de mortalidade afeta muito mais as insurtechs de distribuição (71%),** o que destaca ainda mais a importância dos enablers.

- **51% das insurtechs se concentram na distribuição digital,** incluindo as insurtechs full-stack.
- **49% são habilitadores** que colaboram com (re)seguradoras e intermediários.

**16%**

*é o índice de internacionalização*

**29%**

*é o índice de atração*




**Argentina:** A entrada da Câmara Insurtech na AIP, juntamente com as melhorias econômicas do país, volta a oferecer grandes oportunidades. Atualmente, registra-se um crescimento sólido de +13% (88) e uma melhora na taxa de mortalidade (-600 pontos base).





**Brasil:** Com uma melhoria significativa na taxa de mortalidade (que caiu de 12% para 7%) e avanços em financiamento (33%), o Brasil registrou um crescimento de +6% (206 insurtechs) e continua sendo um mercado interno com crescimento na distribuição, ao contrário de outros países.





**Chile:** O dinamismo se mantém com um crescimento notável de +21%, alcançando 80 insurtechs e mantendo uma das taxas de internacionalização mais altas da região (32%). O sucesso de seu evento EILA em setembro de 2024 é uma confirmação do dinamismo.


 **México:** Embora em 2024 o país tenha sofrido uma alta mortalidade de 12%, continua sendo um mercado atraente, com um índice de atração que continua aumentando (+36%). Hoje, conta com 120 start-ups (+5%) e atraiu de volta um alto nível de financiamento (32% do total).

 **Colômbia:** O ecossistema continua se expandindo a bom ritmo (+18%), somando agora 73 insurtechs. Esse crescimento deve-se em grande parte à alta participação de insurtechs estrangeiras no país (51%).

 **América Central:** Com 27 insurtechs e um crescimento de 35%, a América Central está se consolidando como um novo centro de desenvolvimento da inovação. A criação da associação insurtech AICC pode acelerar ainda mais esse desenvolvimento.

 **Equador:** Com 23 insurtechs, o ecossistema se beneficia de sua proximidade com o Peru e a Colômbia, dois mercados muito ativos, o que lhe permite manter uma taxa de crescimento de 21%. Além disso, seu índice de atração é muito alto, atingindo 48%.

 **Peru:** Com 34 insurtechs (+26%), o Peru se consolida como um mercado significativo. Seus índices recordes de atração (64%) e internacionalização (50%) o posicionam como o país mais aberto da região.

 **Uruguai:** Com 21 insurtechs registradas, das quais 33% estão dedicadas à distribuição e 67% atuam como habilitadoras, o Uruguai se posiciona como um ecossistema emergente. Seu desenvolvimento poderia ser acelerado com a criação de sua câmara insurtech, a CIU.





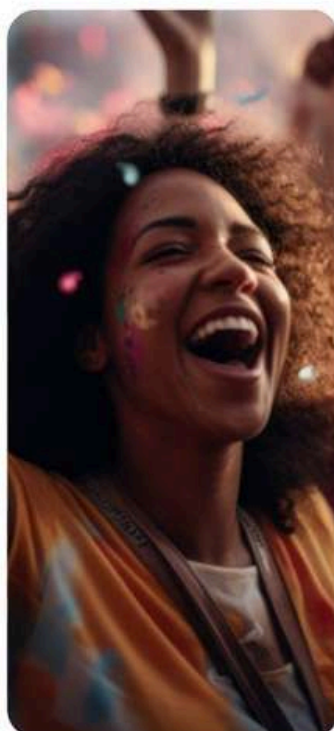
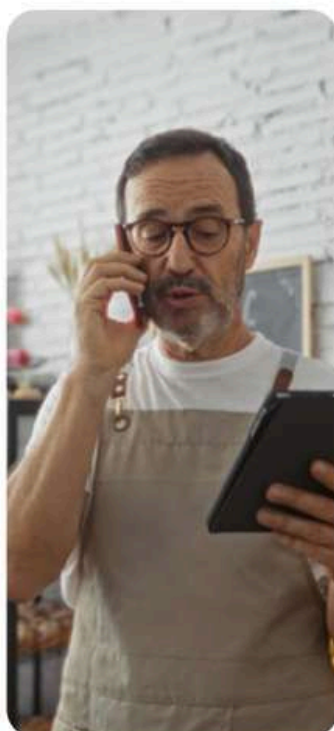
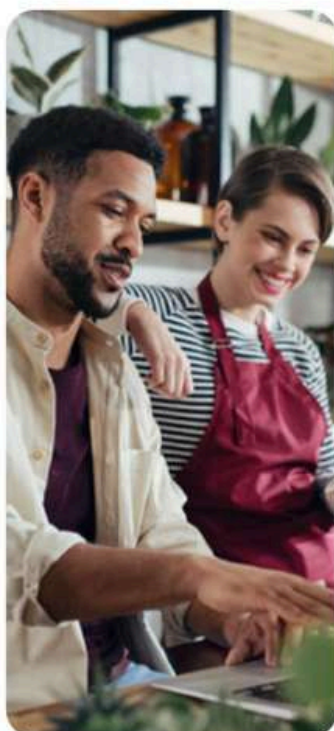
**Consulting**

 **Hugues Bertin**  
@digitalinsurancelatam  
@HCScapital

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

**60 minutos con Hugues Bertin**





## Transformando o Futuro dos Seguros na América Latina

Em seu primeiro ano, o MetLife Xcelerator, nossa nova unidade de negócios B2B2C, emitiu mais de 8 milhões de apólices com soluções 100% digitais e personalizadas, entregando resultados tangíveis e abrindo novas oportunidades de negócios.



### Personalização e Experiência Digital do Cliente

O MetLife Xcelerator transforma a forma como os clientes acessam e gerenciam sua proteção, oferecendo soluções relevantes, personalizadas e acessíveis. Benefícios principais incluem:

- Seguros integrados no momento certo, como durante o checkout digital ou dentro de aplicativos móveis.
- Um portal digital intuitivo que permite aos usuários gerenciar apólices, registrar sinistros e pagar prêmios com facilidade.
- Experiências personalizadas que aumentam a satisfação e a fidelidade do cliente.



### Time to Market e Escalabilidade Flexível

O MetLife Xcelerator acelera a implementação de seguros incorporados, permitindo que as empresas se adaptem rapidamente às demandas do mercado. Principais vantagens incluem:

- Integrações rápidas e eficientes por meio de APIs ágeis e transferências de arquivos.
- Redução significativa nos tempos de implantação e início das operações.
- Escalabilidade que permite expandir ofertas sem complicações, ajustando-se às necessidades do mercado.





### Resultados Mensuráveis e Diferenciais Únicos

O MetLife Xcelerator impulsiona o crescimento dos nossos parceiros por meio de ferramentas inovadoras que oferecem resultados tangíveis e desbloqueiam novas oportunidades de negócios:

- **Novas fontes de receita:** Com soluções como ajustes dinâmicos de preços e personalização de serviços, os parceiros podem explorar novos mercados e maximizar seus ganhos.
- **Painéis em tempo real:** Dados atualizados permitem tomadas de decisão rápidas, otimização de campanhas e experimentação contínua para garantir um crescimento sustentável.
- **Flexibilidade escalável:** Adaptamos as soluções às necessidades do negócio, permitindo que os parceiros se expandam com confiança em novos mercados.

[www.metlife.com/xcelerator](http://www.metlife.com/xcelerator)

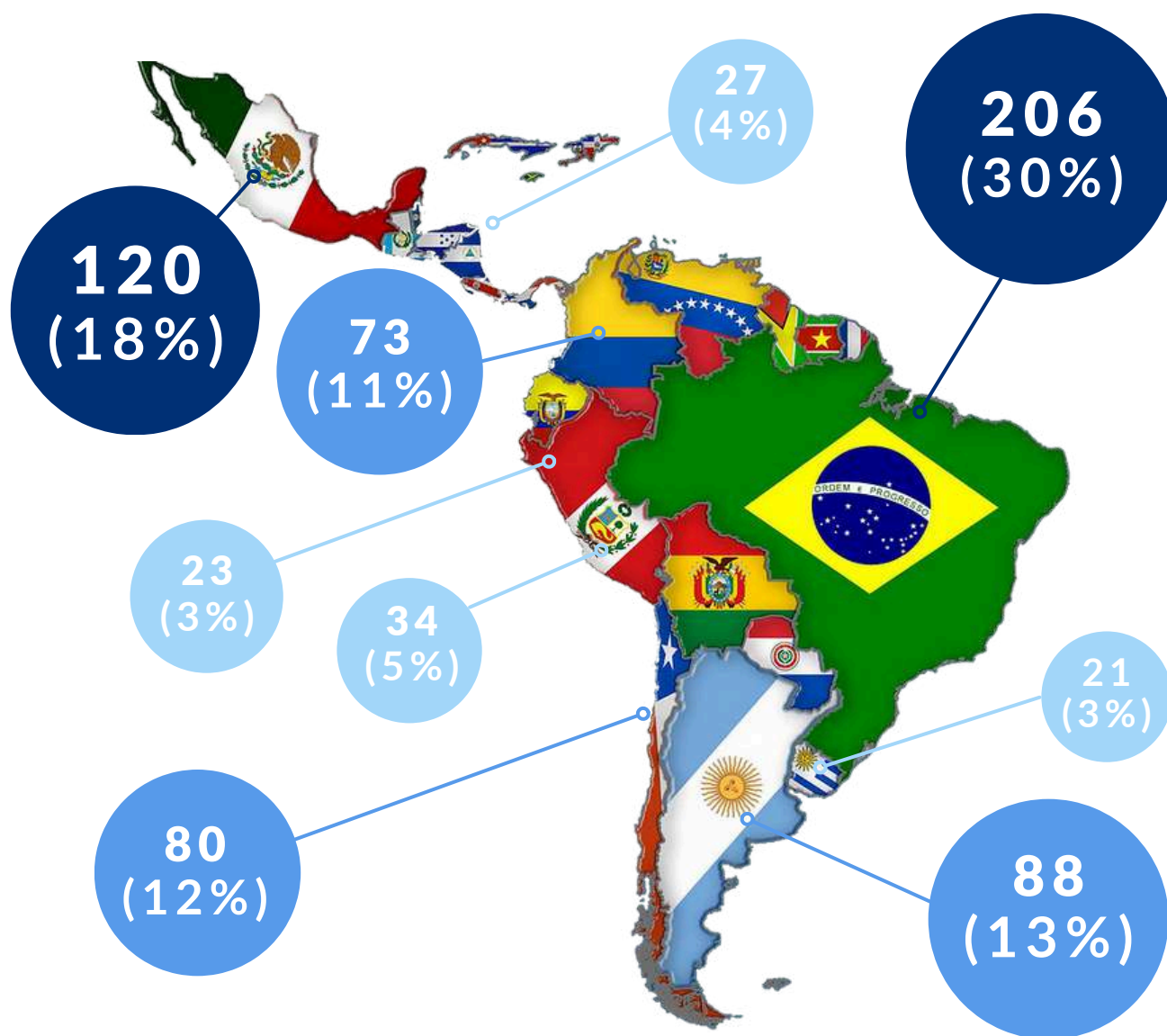


### Explore as Possibilidades com o MetLife Xcelerator

Descubra como nossa solução pode transformar seu negócio.  
Escaneie o código QR e inicie sua transformação digital hoje!

# I. QUANTAS INSURTECHS EXISTEM?

Até o momento, **existem 502 insurtechs na América Latina**. Estima-se que elas representem 7% do ecossistema insurtech mundial, mas ainda representam menos de 1% do total de financiamento.



Outros Países:

8  
(1%)



Os matemáticos se perguntarão: por que a soma das insurtechs de todos os países da Latam não é 502?

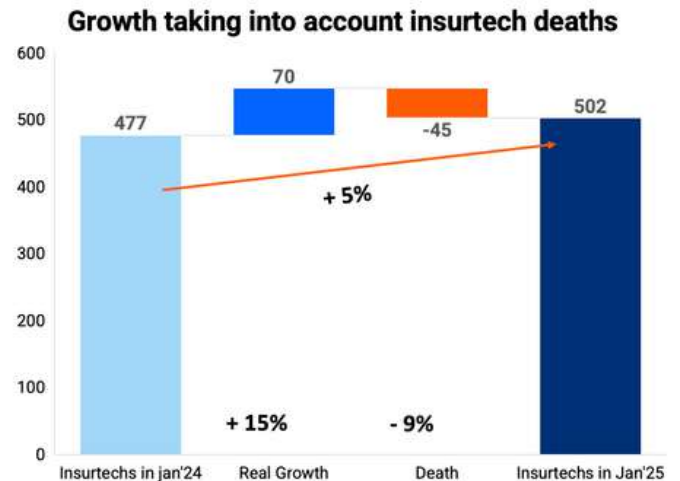
A resposta é que são mais, pois uma insurtech pode estar em mais de um país.

## II. COMO CRESCE O ECOSISTEMA?

O ecossistema cresce +5% ao ano, chegando a 502 insurtechs.

Sabendo que a taxa de mortalidade foi de 9%, o crescimento "bruto" é de +15%.

O "Pacífico" impulsiona o continente com Peru (+26%), Colômbia (+18%), Equador (+21%) e Chile (+21%).



● Nos últimos 12 meses, nasceram 70 novas insurtechs na LATAM e desapareceram 45.

● A Argentina cresce novamente (88, +13%) graças a uma taxa de mortalidade que caiu de -600 bps para 9%.

● O Brasil volta a crescer (+6%), chegando a 206 insurtechs, com uma redução de mortalidade de 500 bps (7%) e o crescimento das insurtechs do sandbox.

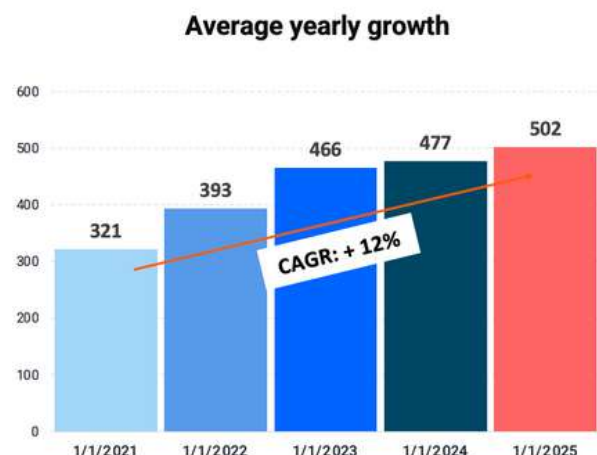
● O Chile mantém um crescimento robusto (80, +21%) com novos atores locais (Let, TonDo, Mediclic, Nask).

● A Colômbia (73) segue crescendo (+18%) e continua atraindo insurtechs estrangeiras (Firefly, Pager Health).

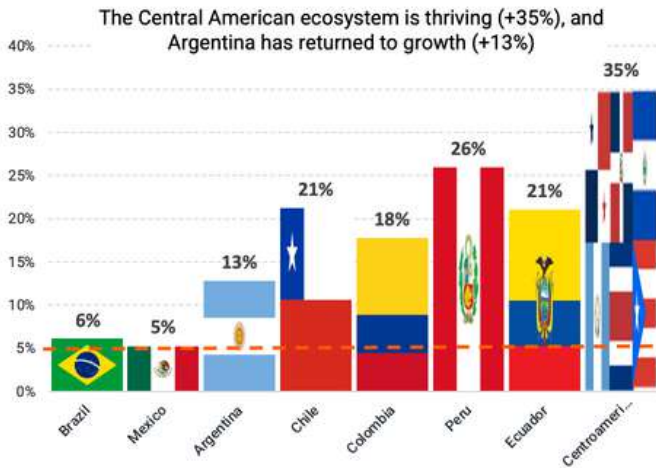
● O Peru (+26%) se torna um mercado aberto (34), embora ainda sem associação.

● O Equador (+21%) e, especialmente, a América Central (+35%) marcam um forte dinamismo.

● O México (+5%) continua atraindo insurtechs estrangeiras (36%), mas sofre de uma alta mortalidade este ano (12%).



### Insurtech yearly growth of +5%

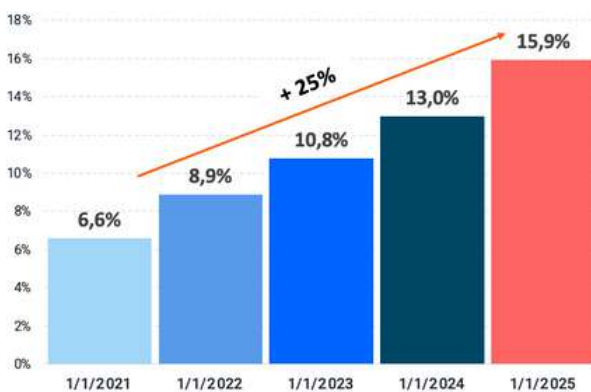


O índice de internacionalização aumentou, passando de 13% para 16% (\*). O trabalho das associações está impulsionando esse movimento regional.

O crescimento desse índice vem principalmente dos ecossistemas do Chile (32%) e do Peru (50%), devido à sua necessidade de escalar.

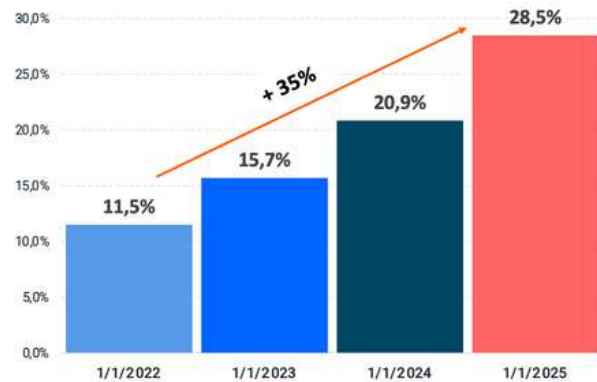
O Brasil, por sua vez, continua sendo um mercado que exporta muito poucas insurtechs (menos de 1%).

### Internationalization factor



(\*). Significando que 16% das insurtechs são multi-latinas. Definimos como “insurtech multi-latina” as insurtechs que estão operando em mais de um país.

### Attractiveness factor

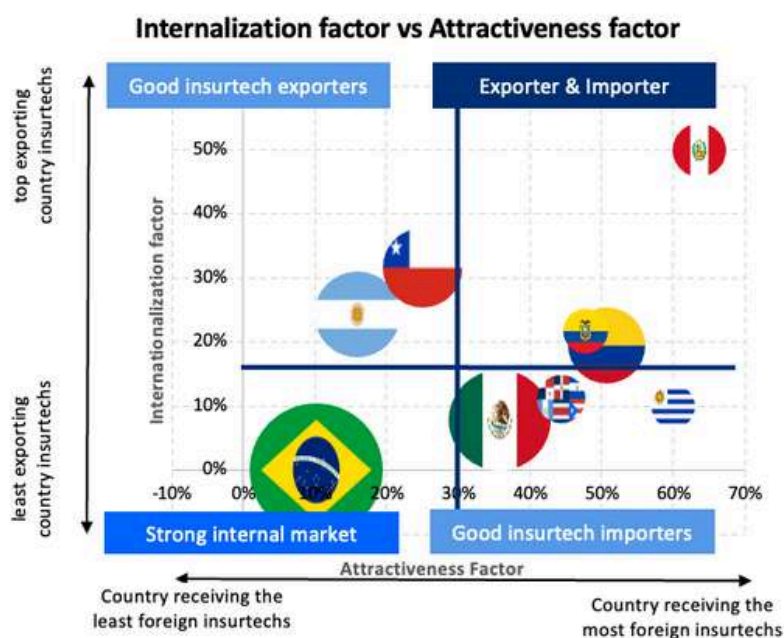


O índice de atração cresceu 35%, passando de 21% para 29%, o que significa que, em média, 3 de cada 10 insurtechs em um mesmo mercado são estrangeiras.

Esse índice tem certa correlação com o de internacionalização, mas também considera a chegada de insurtechs estrangeiras à Latam, como nos casos de Covergo e Pager Health. Os dois principais polos de atração são o México (“The place to be”) com 36%, e Colômbia-Peru, com 51% e 64%, respectivamente.

Que os dois índices continuem crescendo marca duas tendências: as insurtechs com uma boa proposta de valor se movem rapidamente e tanto as que são 'fora da Latam' quanto as multilatinas consideram a América Latina como um grande mercado único.

- **Peru e Chile** são países com insurtechs que se exportam facilmente, com índices de internacionalização de 50% e 32%, respectivamente, ou seja, 32% das insurtechs do Chile operam fora do país. A **Argentina**, que era um grande exportador, agora apresenta menos dessa tendência.
- **Peru, Equador e Colômbia**, por outro lado, são receptores importantes de insurtechs estrangeiras, com taxas de atração de 64%, 51% e 48%, respectivamente. Por exemplo, 48% das insurtechs na Colômbia têm origem estrangeira.
- O **Brasil**, devido ao seu tamanho, continua sendo predominantemente interno, com poucas insurtechs se expandindo para fora do país. Além disso, a proporção de insurtechs estrangeiras operando no Brasil é relativamente baixa (10%).
- O **México** mostra um baixo índice de internacionalização de 8%, enquanto continua sendo um grande importador, com um índice de atração de 36% (+10%).
- O **Uruguai**, como um novo ecossistema, se apresenta como um importador (60% são insurtechs estrangeiras, de **Argentina**, por exemplo) e um exportador limitado (10%).



## III. FINANCIAMENTO

O ano de 2024 foi um ano com pouco financiamento, retornando aos níveis de 2019.

Foram investidos apenas 92 milhões de USD, o que representa uma queda de -78% em comparação com 2021.

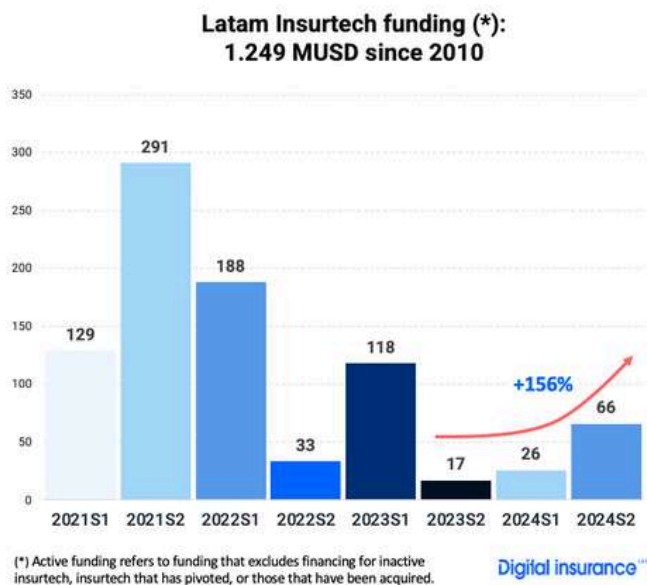
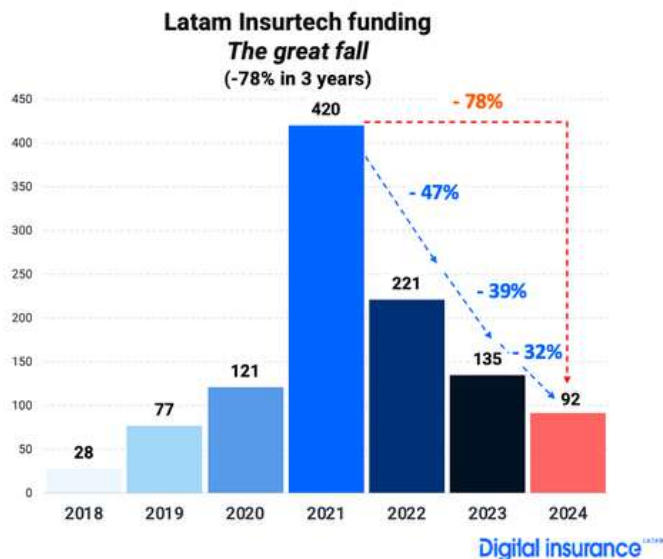
No entanto, observa-se um aumento nos últimos três semestres, com um crescimento de +156% entre o primeiro e o segundo semestre.

Será possível o ecossistema crescer sem financiamento? Intuitivamente, a resposta seria "não". No entanto, vemos um paradoxo: um crescimento de 5%.

O positivo é que isso deixa o ecossistema mais saudável.

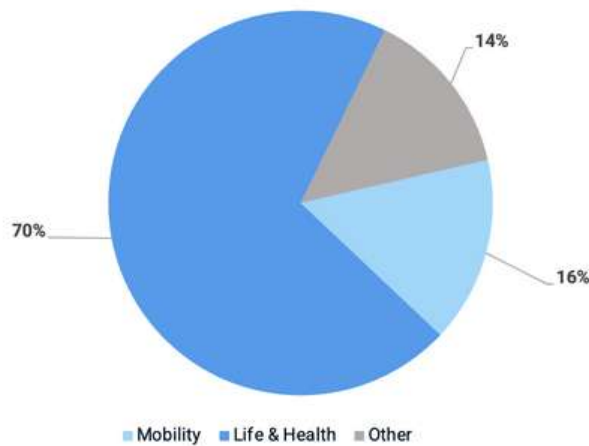
Neste ano, os grandes vencedores foram o Brasil (33%) e o México (32%), que receberam os maiores influxos de capital.

Em termos de linhas de negócios, o investimento foi em grande parte direcionado ao ecossistema de Vida e Saúde (70%), o que pode parecer contraintuitivo.



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

Financing  
by Business Line

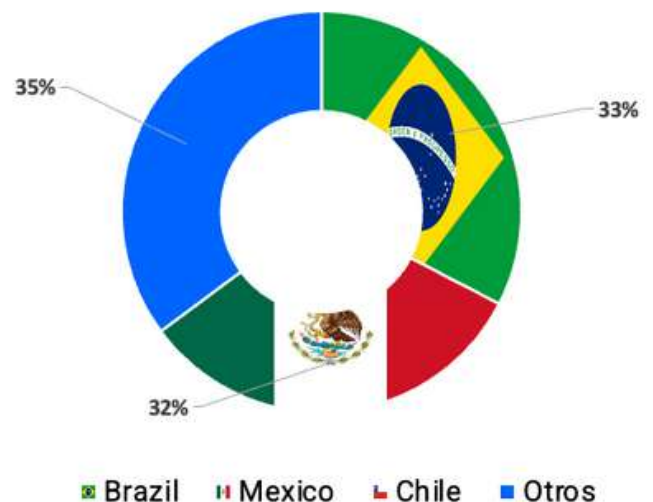


As maiores investigações do ano

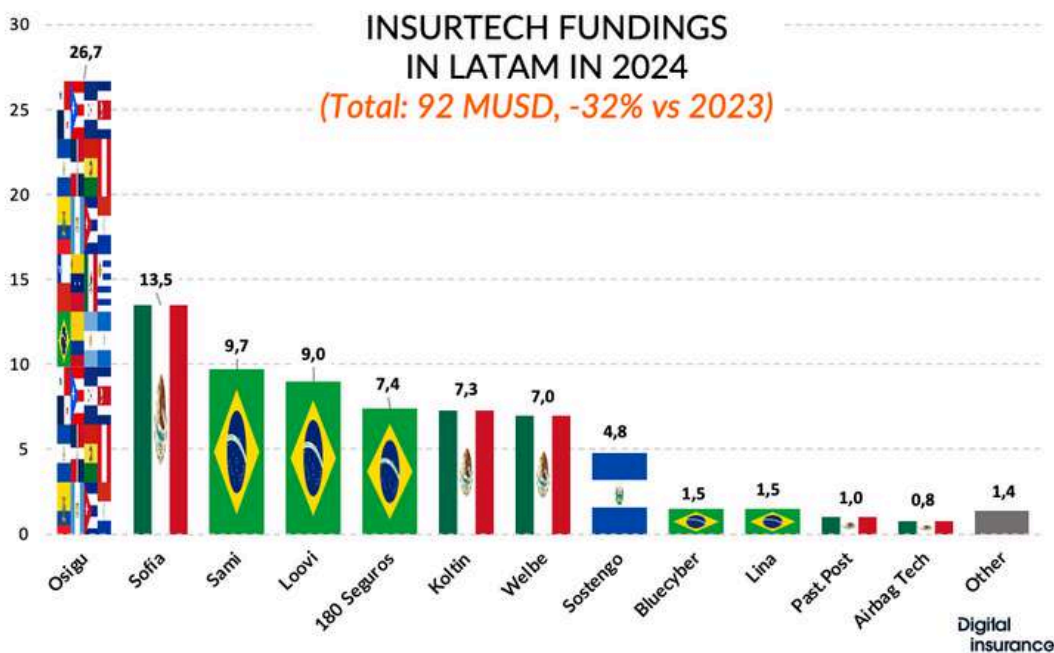
- **Osigu: (26,7 Musd)**  
Plataforma que automatiza a gestão de pagamentos e reivindicações no setor de saúde, melhorando a eficiência financeira para prestadores de serviços e seguradoras.
- **Sofía (13,5 Musd):** Seguro médico digital no México que oferece cobertura completa sem dedutíveis, acessível por meio de um aplicativo para indivíduos e empresas.
- **Sami (9,7 Musd):** Startup brasileira que combina seguros de saúde com atendimento primário, oferecendo planos para pequenas empresas com foco em telemedicina e cuidados preventivos.

- **Loovi (9,0 Musd):** Neoasseguradora brasileira especializada em seguros de automóveis, oferecendo soluções digitais e personalizadas para seus clientes.
- **180 Seguros (7,4 Musd):** Neoasseguradora brasileira que permite a empresas integrar seguros personalizados, melhorando a experiência do cliente.
- **Koltin (7,3 Musd):** Insurtech mexicana que oferece seguros de despesas médicas maiores e serviços de atenção preventiva, focada em melhorar a saúde e a segurança financeira de idosos.

Investment by country  
in 2024



- **Welbe Care (7,0 Musd):** Plataforma mexicana que oferece soluções integradas de saúde ocupacional e bem-estar organizacional para empresas, utilizando tecnologia para melhorar a saúde dos funcionários.
- **Sostengo (4,8 Musd):** Primeira insurtech da América Central, originada em El Salvador, que oferece uma solução digital completa para seguros de automóveis, geridos a partir de um aplicativo móvel.
- **Bluecyber Seguros (1,5 Musd):** Insurtech brasileira que oferece seguros cibernéticos simplificados para pequenas e médias empresas, focando na proteção contra riscos digitais com assistência 24/7.
- **LINA (1,5 Musd):** Provedora brasileira de tecnologia para troca de dados e serviços em Open Insurance, facilitando a integração e gestão de consentimentos no ecossistema financeiro aberto.
- **Past Post (1,0 Musd):** Startup mexicana que ajuda a gerenciar o legado digital e planejar mensagens póstumas, garantindo que os desejos do usuário sejam respeitados após seu falecimento.
- **Airbag Technologies (0,8 Musd):** Insurtech que desenvolve soluções tecnológicas inovadoras para o setor de seguros, oferecendo seguro veicular 100% digital.





Charles Taylor  InsureTech

## Charles Taylor InsureTech: Resolvendo os principais desafios na indústria de Seguros

Na Charles Taylor InsureTech, combinamos **mais de 140 anos de experiência** com tecnologia inovadora para ajudar **seguradoras e grandes corretores** a superar seus desafios mais urgentes. Desde a gestão de configurações e preços de produtos complexos até a otimização dos processos de distribuição e sinistros, oferecemos soluções personalizadas que impulsionam a eficiência e o crescimento.

**Nossas soluções InsureTech são projetadas para atender às necessidades específicas da indústria de seguros:**

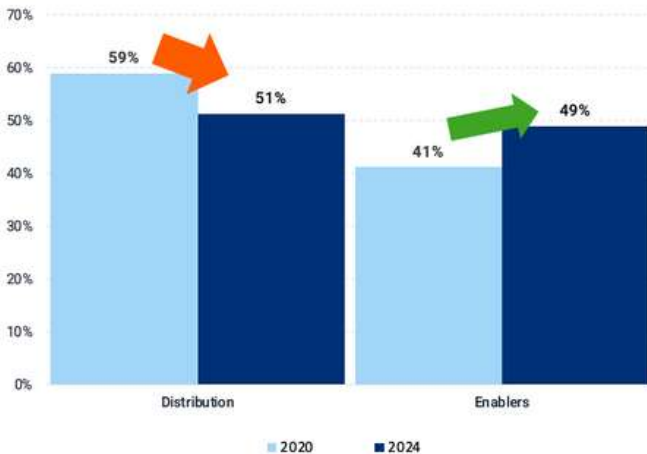
- **Simplifica a gestão de produtos** com ferramentas avançadas de configuração e motores de tarifas.
- **Otimiza a distribuição** com soluções integradas para cotações, emissão de apólices e ajustes de médio prazo.
- **Melhora tanto os canais B2B quanto B2C** por meio de portais, aplicativos móveis e gateways de pagamento.
- **Agiliza a gestão de sinistros** e reduz o risco de fraude com soluções completas e robustas.

**Se você busca modernizar suas operações e se manter competitivo em um mercado dinâmico, a Charles Taylor InsureTech está aqui para apoiar a modernização do seu negócio.**

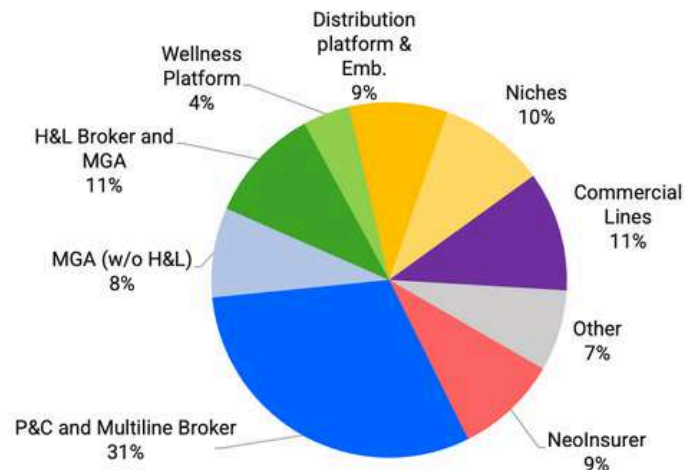


# IV. O QUE FAZEM AS INSURTECHS?

Enablers are increasing (+8% in 4 years)



NeoInsurers represent 9%.  
P&C lines distribution is the main part with 39%.  
H&L and Wellness distribution reach 15%



## (A) DISTRIBUIÇÃO (51%)

A parte mais competitiva, os 'neoinsurers', representa 9% de toda a distribuição, especialmente no México e no Brasil.

A maioria das insurtechs de distribuição se concentra em linhas pessoais de automóvel e residência com modelos de Broker ou MGA. A soma de ambos os modelos chega a 39%.

Agora, como observamos, o limite entre Saúde, Vida e Bem-estar está cada vez mais difuso.

Sob os modelos de Broker, MGA ou Plataforma, esse segmento representa atualmente 15% (como é o caso da Betterfly).

Uma parte importante da intermediação digital (D2C) migrou para o modelo B2B2C para fornecer plataformas de distribuição. Além disso, surgiram atores 100% digitais que buscam apifizar a distribuição.

Nos chamados nichos, encontramos soluções para Funeral, Seguros de Animais de Estimação, Bicicletas e Celulares.

## (B) ENABLERS OU HABILITADORES (47%)

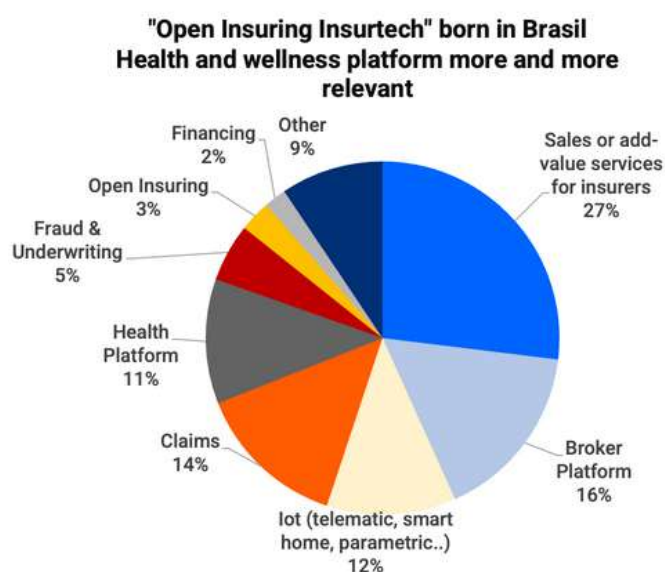
Na categoria de 'Habilitadores', 16% consiste em soluções destinadas a digitalizar a intermediação tradicional. Esse modelo está fortalecendo a nova forma de intermediação, conhecida como 'OMNI', que está se tornando cada vez mais digitalizada.

Além disso, 14% das soluções se concentram em digitalizar o processo de sinistros, como é o caso da LISA Insurtech. Essas soluções complementam as ferramentas de detecção de fraudes, que representam 5% do total e são oferecidas por empresas como Emet 360, Hift, Ceptinel e Fraudkeeper, entre outras.

O setor de saúde está adquirindo uma relevância significativa, tanto na distribuição quanto na prestação de serviços de valor agregado para as seguradoras, representando 11% do mercado.

Em paralelo à evolução regulatória, estamos testemunhando o surgimento de uma nova categoria de

insurtechs chamada 'Open Insuring', que atualmente representa 3% (Guru, Lina, Open Power). Espera-se que essa categoria cresça com os avanços na regulação de Open Data em países como Colômbia, México e Chile.



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

Digital insurance

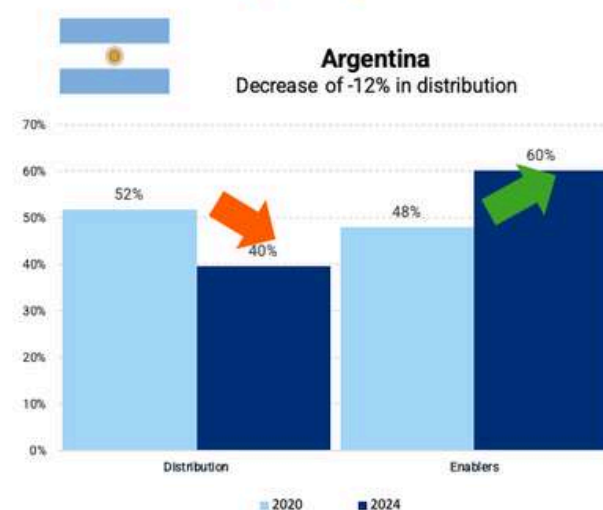
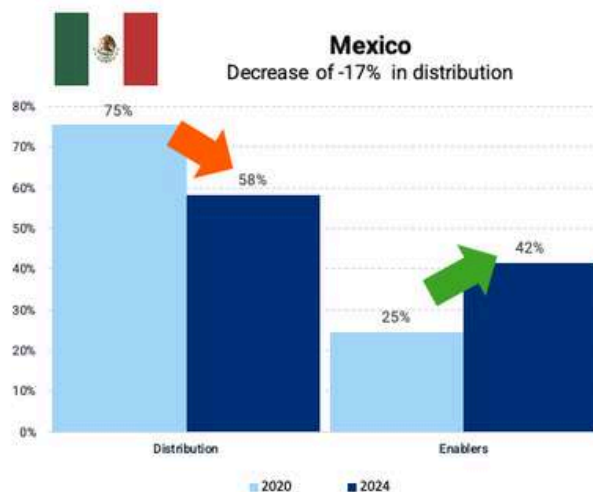
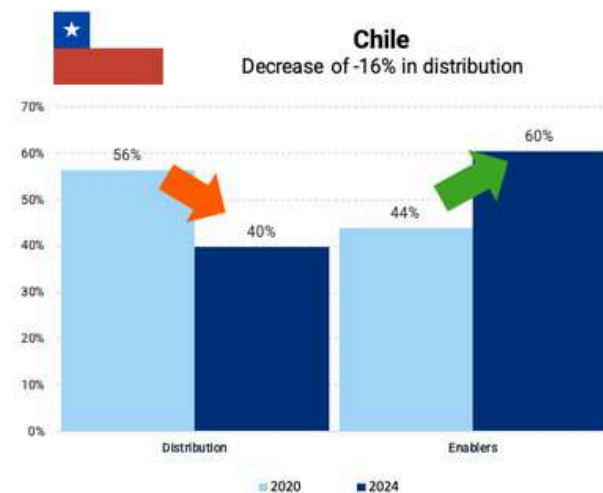
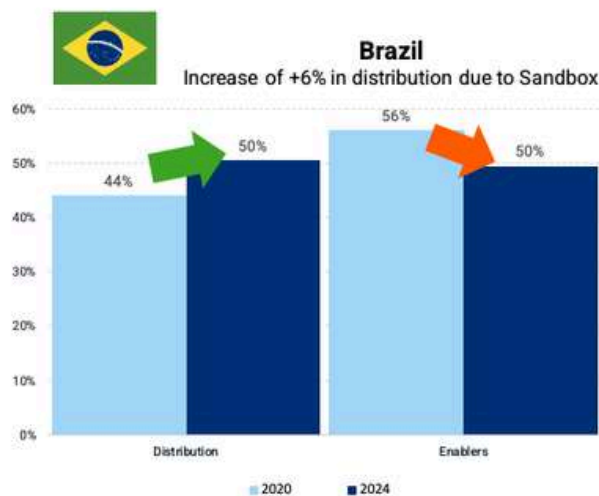
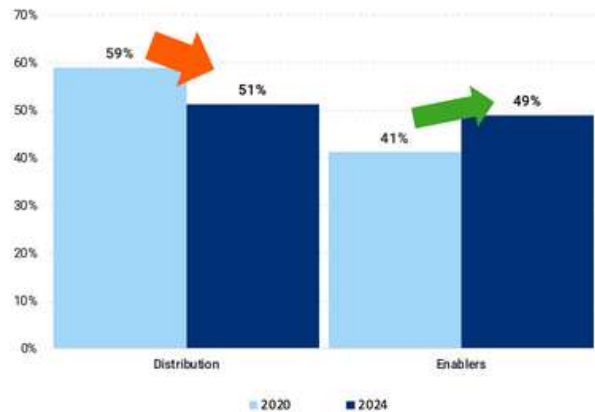
## REGLA DE ORO

6 tips para tener una insurtech exitosa 2.0

Hugues Bertin  
@digitalinsurancclatam  
@HCScapital

Entre 2020 e 2024, observamos uma dinâmica muito distinta do ecossistema, passando de um ecossistema de Distribuição (59% a 51%) para um ecossistema de Habilitadores (de 41% para 49%) (“Tech Vendors”).

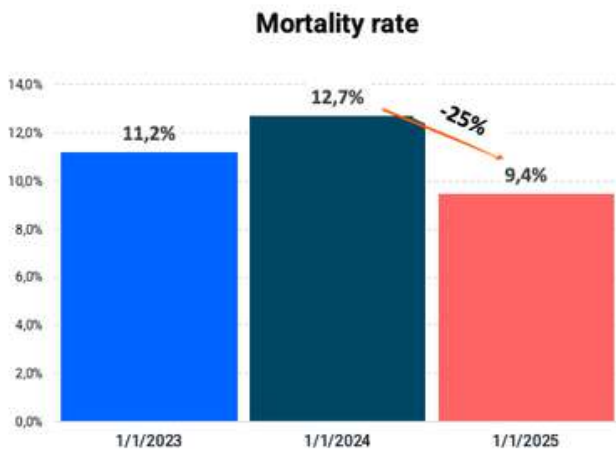
### Enablers are increasing (+8% in 4 years)



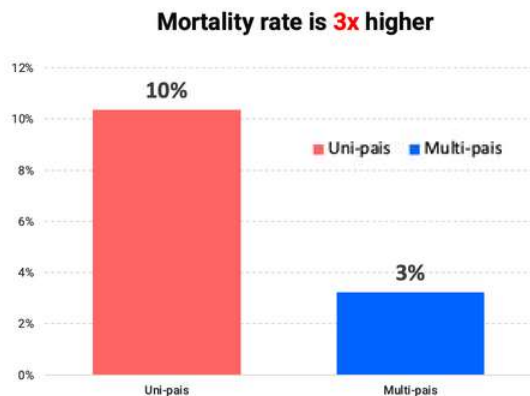
O Brasil parece ser uma exceção, já que a distribuição aumentou de 44% para 50%. Sem dúvida, uma das causas é o desenvolvimento do sandbox e o surgimento das neoaseguradoras.

Chile, Argentina e México veem seu subecossistema de distribuição diminuir entre -12% e -17% em proporção.

# V. MORTE DE INSURTECHS

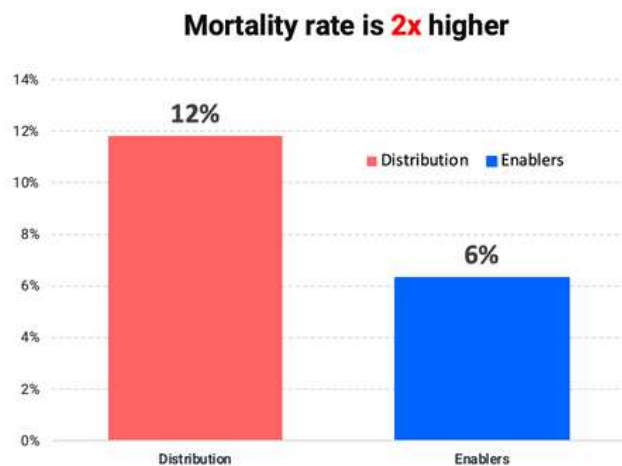


A taxa de mortalidade diminuiu em relação ao ano passado, passando de 12,7% para 9,4%, no entanto, estabiliza-se em torno de 10% ao ano.



As insurtechs que não conseguem escalar para outros países se encontram em uma situação de vulnerabilidade (dificuldade para levantar fundos?). A mortalidade das multilatinas é 3x inferior à das insurtechs locais.

A evolução dos modelos de negócios das insurtechs mostra que, nos últimos 4 anos, a proporção de insurtechs de distribuição diminuiu. Nesse contexto, observamos que um enabler tem uma taxa de mortalidade 2x menor que uma insurtech de distribuição.

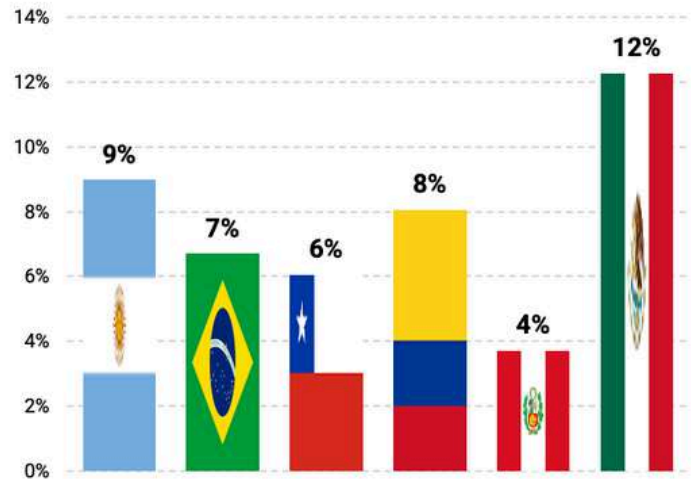


Em 2024, o Brasil conseguiu melhorar sua taxa de mortalidade, reduzindo-a de 12% para 7%. Por outro lado, o México registra a maior taxa de mortalidade, com 12%. Enquanto isso, Argentina e Colômbia apresentam melhorias, com taxas de mortalidade de 9% e 8%, respectivamente, nos últimos 12 meses.

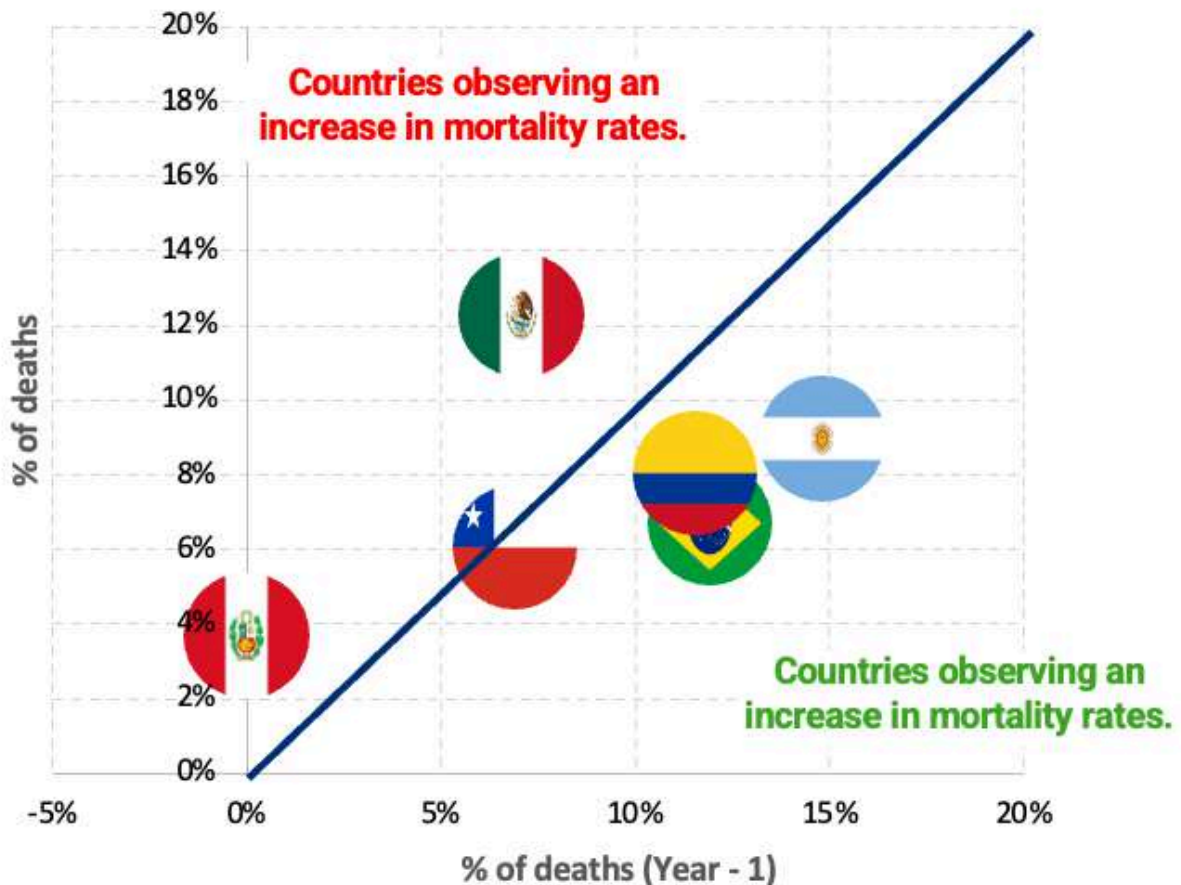
Seguir a taxa de mortalidade nos ensina alguns pontos que não são evidentes. Alguns aprendizados:

- A taxa de mortalidade de uma insurtech de um único país é 3x superior à taxa de uma insurtech multilatina.
- Uma insurtech de distribuição tem hoje uma probabilidade de mortalidade observada 2x superior à de um habilitador.

### Mortality Rate in 2024



### Resilient and weak countries





**Aura**  
**Next**

## O sistema mais avançado do mercado atual chega à América Latina

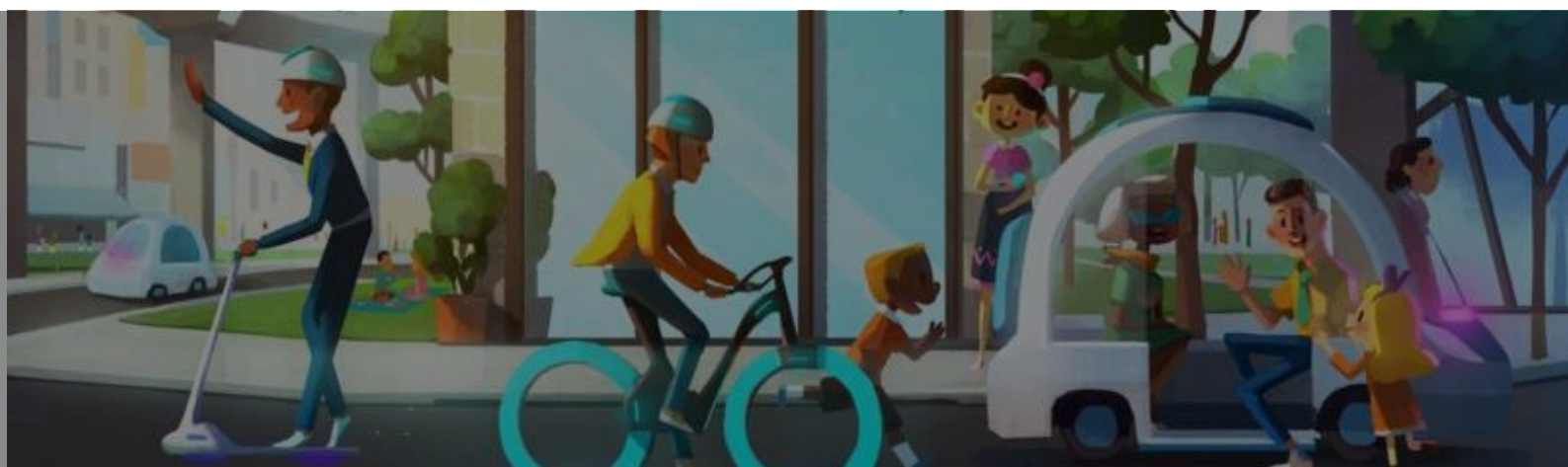
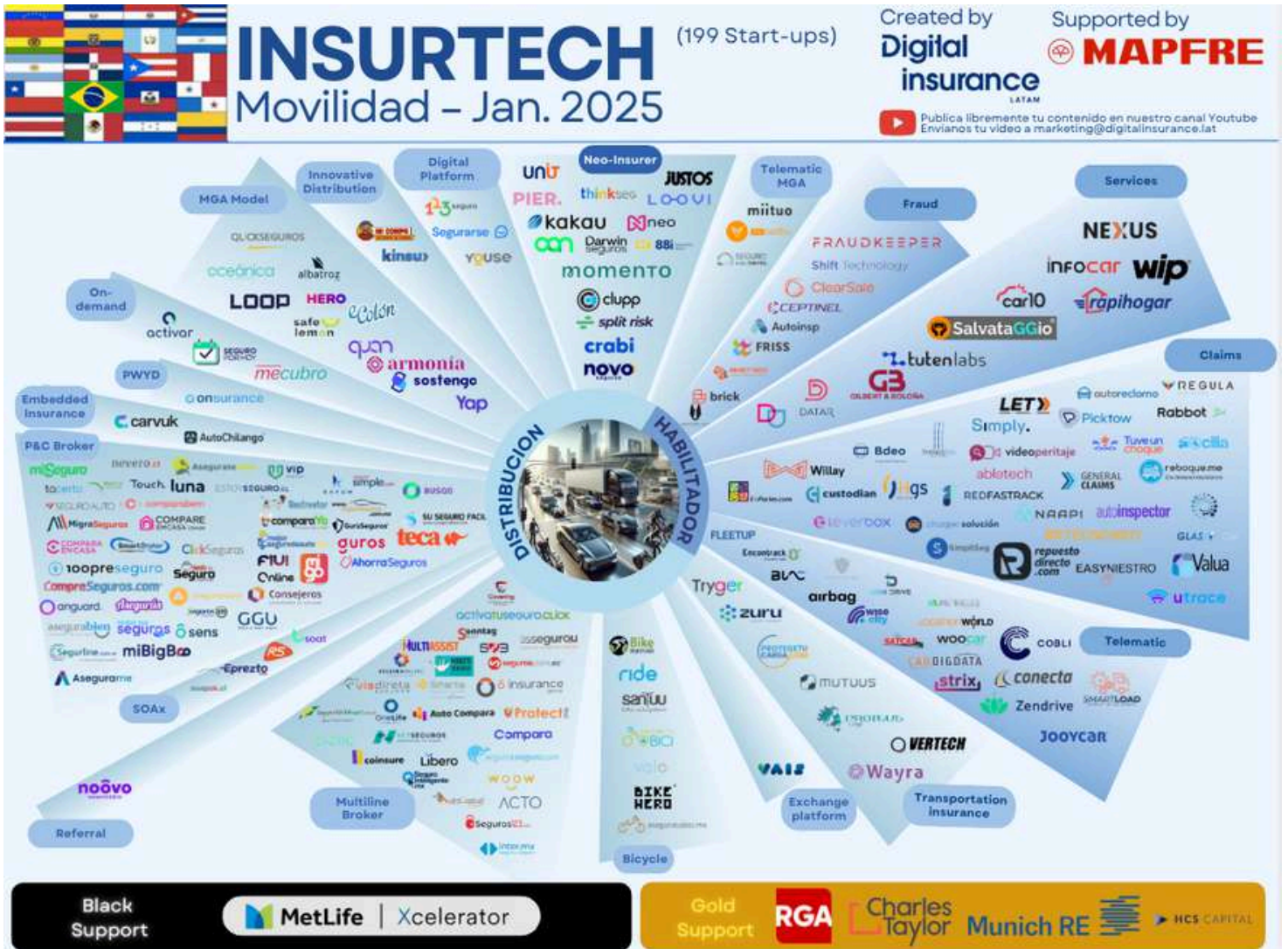
A plataforma de subscrição automatizada Aura Next da RGA faz sua grande estreia na América Latina. Solução global, líder de automação de subscrição e gerenciamento para permitir decisões de seguros mais rápidas para clientes e agentes sem sacrificar a precisão da avaliação de risco.

**Invista no amanhã com o sistema mais avançado do mercado hoje.**

Para saber mais, visite: [rgare.com/aura-next](https://rgare.com/aura-next)



# VI. MOBILIDADE EM INSURTECH

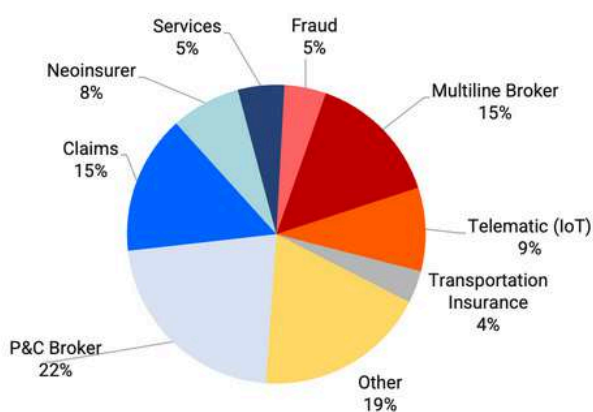


Com **199 insurtechs** e representando **40%**, o ecossistema de mobilidade é o mais destacado.

Dentro desse ecossistema, a distribuição desempenha um papel relevante, abrangendo **66%**, enquanto as habilitadoras são secundárias, com **34%**.

Em relação ao investimento, esse ecossistema atraiu **35%** do total investido nos últimos 10 anos (e apenas **16%** em 2024), alcançando **435 MUSD**, principalmente destinados aos neoinsurers de mobilidade, que requerem um alto capital inicial.

**In Mobility, 66% are focused on distribution and 34% are enablers. 35% of investment is directed towards Mobility.**



Argentina e Uruguai estão mais focados na mobilidade (**51%** e **48%**), enquanto Brasil, Colômbia e Equador parecem

estar menos centrados nesse campo (**33%**, **33%** e **35%**).

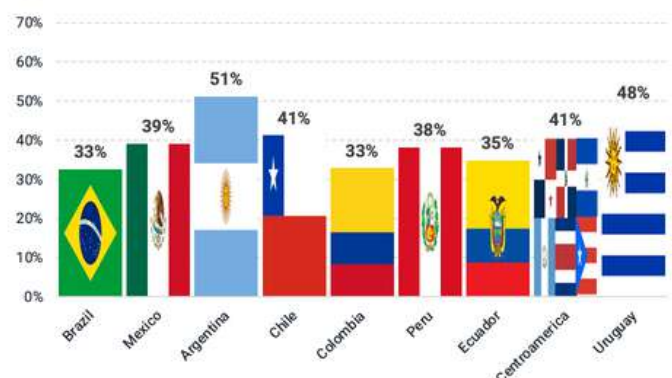
Hoje percebemos que os **neoinsurers** são relevantes (**8%**), como **Momento** no México ou **Pier** no Brasil, e **37%** são **brokers**, como **Compara** no Chile ou **Acto** no México.

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

É surpreendente que o tema do **fraude** (**Shift**, **Autoinspector**) represente apenas **5%**, apesar de seu custo equivaler a aproximadamente **10%** do prêmio.

**Insurance de Transporte surge como uma nova tendência (4%) na Latam**, com insurtechs como **Zuru**, **ProtegeTuCarga** e **Vertech**.

**Argentina and Uruguay are more focused in mobility**



The background features a stylized Brazilian flag with green, yellow, and blue waves. Overlaid on this is a dark blue digital grid with glowing lines and binary code (0s and 1s) scattered throughout. The text is centered in a white, bold, sans-serif font.

# II. FOCO NO SANDBOX BRASIL

## VII. FOCO NO SANDBOX BRASIL

(escrito em colaboração com [insurtechbrasil.com](https://insurtechbrasil.com))

No Brasil, o sandbox regulatório para insurtechs é uma iniciativa liderada pela SUSEP (Superintendência de Seguros Privados) que permite que empresas inovadoras do setor de seguros operem em um ambiente controlado com maior flexibilidade regulatória.

O sandbox tem sido fundamental para o desenvolvimento de modelos como Embedded Insurance, novos canais de distribuição e soluções digitais,

posicionando o Brasil como um líder regional em inovação no setor de seguros. Sob regras regulatórias específicas e com um modelo de capital simplificado, as insurtechs participantes do sandbox podem competir no setor de seguros.

Até o momento, segundo a Insurtech Brasil, 32 insurtechs aplicaram para o sandbox, das quais apenas 17 estão operando atualmente (53%) e 4 obtiveram uma licença definitiva (12,5%): Pier, Iza, Darwin Seguros e Simple2U.

### SANDBOX REGULATÓRIO – STATUS INSURTECHS

FONTE: INSURTECH BRASIL

ATUALIZAÇÃO: 12/2024

SEGUROADORA  
DEFINITIVA

APLICOU PARA  
LICENÇA DEFINITIVA

OPERANDO

PARTIAL

SEGUROADORA DEFINITIVA	APLICOU PARA LICENÇA DEFINITIVA	OPERANDO	PARTIAL
1 PIER.	1 split risk	2 LOOVI	2 Pírcel
2 Darwin seguros	1 thinkseg	2 neo	2 pin
1 IZA	2 clubfix	2 novo seguros	1 emotion
1 Simple2U	2 justos	2 now. seguros	1 Flix
1 0088i Seguradora Digital	2 kakau	2 oon	1 COOVER
			2 INTELIGENTE
			2 komus
			1 MEE
			2 MODELO
			2 NW
			1 TITÍ
			2 TROCAFONE
			2 URBANTECH
			2 ZODOSEG
			2 stone
			1 Det Seguros

Em relação aos prêmios, as insurtechs do sandbox representam um total de 12,5 milhões de USD (com uma projeção anualizada de 25 a 30 milhões de USD). Pier representa 51% desse total.

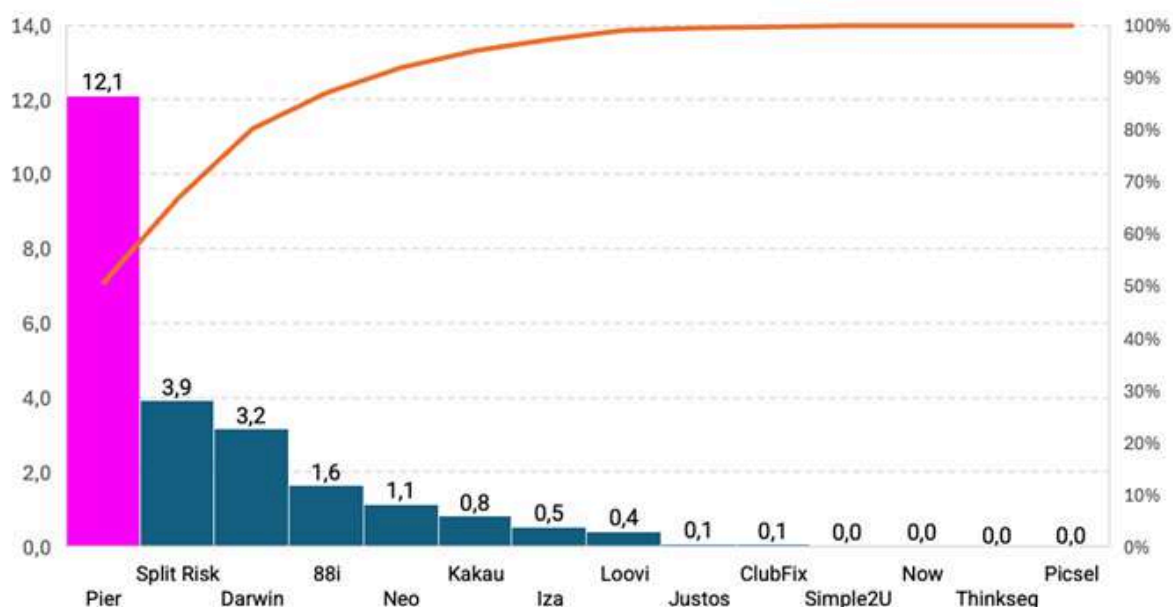
*(Ver gráfico debaixo)*

O crescimento dos prêmios é de 92% por semestre (vs. 9% para Pier), impulsionado principalmente pela entrada de novas insurtechs que começaram a gerar prêmios, como Split Risk, Darwin, 88i, Neo e Kakau.

**Jose Prado:** Como você explica que, além da Pier, os volumes de prêmios ainda sejam relativamente pequenos em relação ao mercado brasileiro?

Embora a Pier seja frequentemente citada como o principal caso de sucesso, é importante destacar que foi a primeira empresa a sair do Sandbox, em janeiro de 2022, o que lhe concedeu maior liberdade para crescer. O Sandbox, por design, impõe restrições para mitigar riscos, como limites no valor segurado, o que naturalmente limita o volume geral de negócios. Além disso, a maioria das startups no Sandbox ainda está em fases iniciais ou realizando testes de mercado, priorizando a validação do modelo de negócio em vez da escalabilidade imediata.

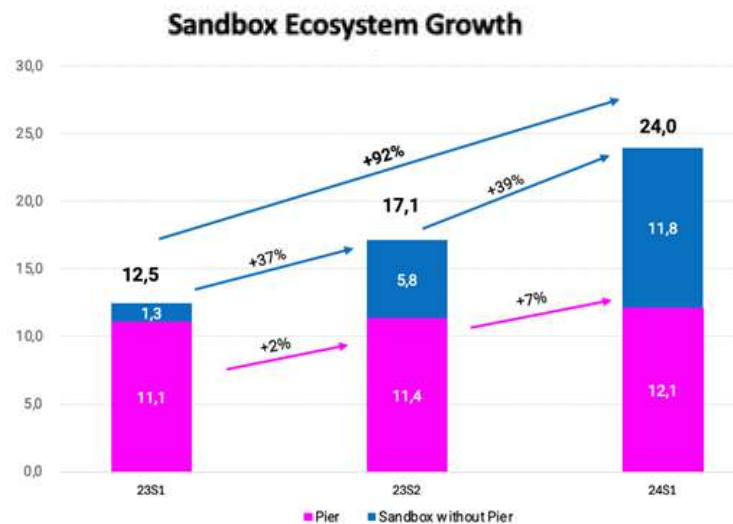
**Pier represents 51% of total premium in the first semester 2024**



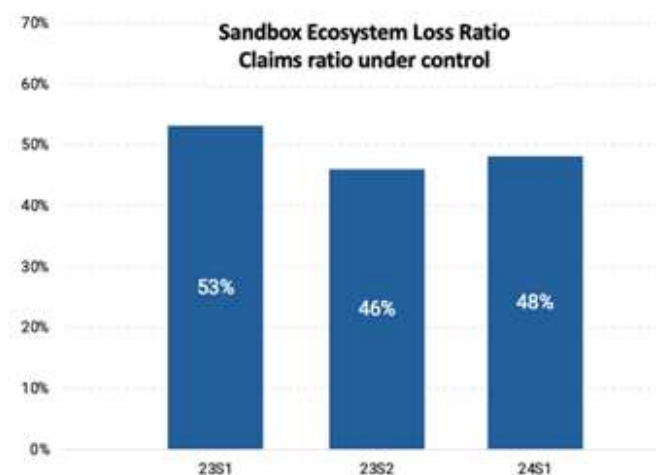
No caso da Pier, como uma das primeiras insurtechs do Brasil e a primeira aprovada no Sandbox, ela se beneficiou de um ambiente de mercado mais favorável para o crescimento acelerado de startups. Esse ambiente, combinado com uma excelente experiência do usuário e uma estratégia agressiva de aquisição de mercado, permitiu sua rápida expansão. Apenas agora estamos começando a ver uma recuperação global dos investimentos de capital de risco, e espera-se que em breve retornem as grandes rodadas de financiamento no Brasil, criando um cenário mais promissor para novas insurtechs.

Observando casos recentes de insurtechs que ainda estão no programa, como Split Risk e Neo — que devem fechar 2024 com mais de 6 milhões de USD e cerca de 1,5 milhão de USD em prêmios emitidos, respectivamente — e aquelas que saíram recentemente, como Darwin, que superou 5 milhões de USD em prêmios emitidos este ano, fica claro que o potencial de crescimento é significativo.

Esses exemplos reforçam a perspectiva de resultados substanciais no futuro para as empresas participantes do Sandbox.



A sinistralidade está controlada, variando entre 46% e 53%, o que demonstra que o processo do sandbox assegura a solidez técnica de cada insurtech e que as empresas buscam se desenvolver de maneira saudável.



As perdas atuais estão em torno de -7,2 milhões de USD (dados de 2023), com um índice EBITDA/GWP de -24%. É muito cedo para formar uma opinião definitiva, pois isso pode refletir uma perda lógica durante um período de crescimento que se estabilizará à medida que os prêmios aumentarem, ou um problema sistêmico causado por custos de aquisição excessivamente altos (isto é, Unit Economics negativos).

[1] 1 BRL = 0,18 USD

Jose Prado: Qual é a sua opinião sobre a rentabilidade das insurtechs do sandbox?

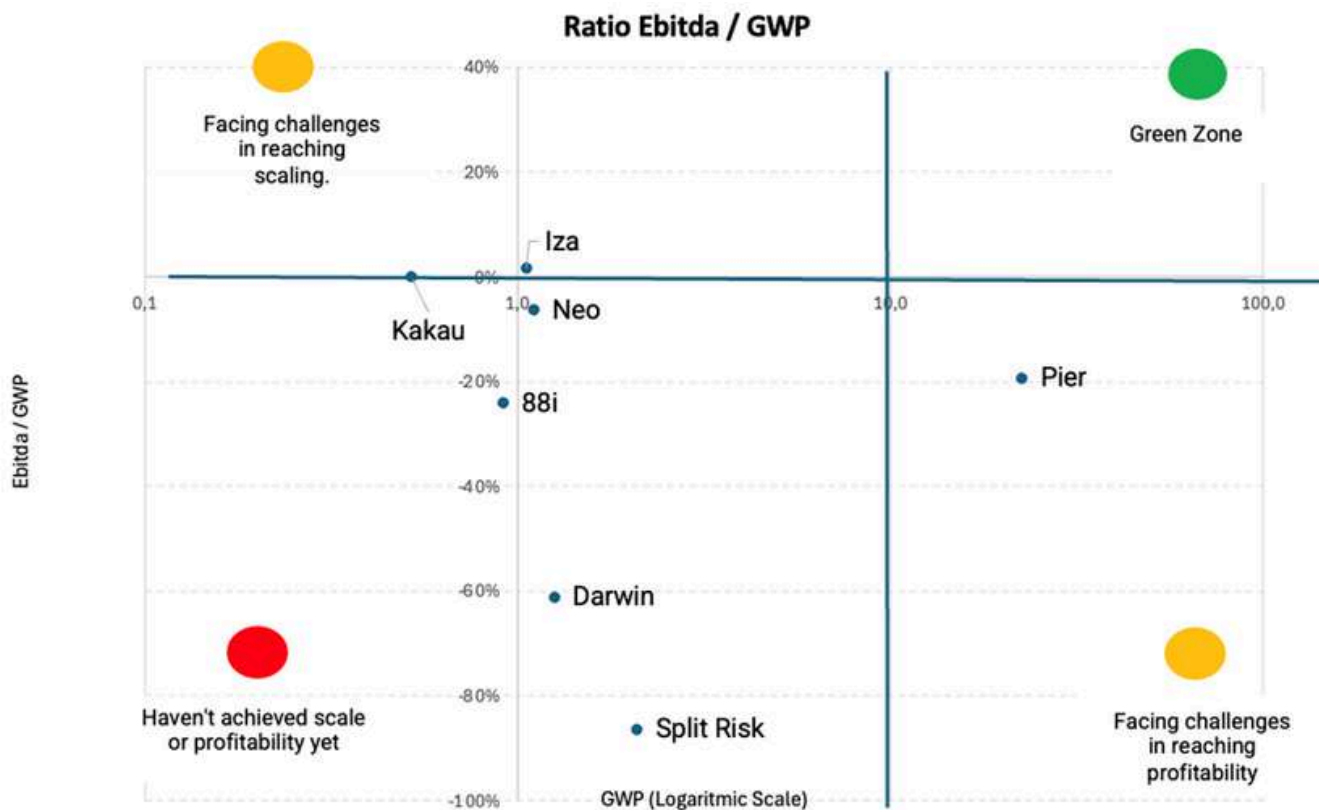
A rentabilidade ainda não é uma realidade para a maioria das insurtechs no Sandbox, algo esperado nas primeiras fases de operação. Essas empresas enfrentam dois principais desafios: altos custos de aquisição de clientes e restrições regulatórias que limitam os volumes de negócios. Além disso, o ciclo de desenvolvimento de uma startup, especialmente no setor de seguros, geralmente requer de 5 a 7 anos para atingir a maturidade.

O período de 3 anos do Sandbox é relativamente curto para oferecer resultados financeiros significativos.

Para colocar isso em perspectiva, outras empresas de sucesso no Brasil demoraram muito mais para alcançar a rentabilidade. O PagBank levou 9 anos, a Stone precisou de 5 anos e o Nubank atingiu esse marco após 8 anos. Até mesmo a Alice, uma insurtech fundada em 2019 e uma das startups mais bem financiadas do setor, ainda não é rentável.



Jose Prado, Insurtech Brasil



Apesar desses desafios, duas insurtechs que participaram do Sandbox (Pier e Split Risk) já atingiram o ponto de equilíbrio, demonstrando que é possível construir modelos de negócios sustentáveis mesmo dentro das limitações do programa.

**Jose Prado: Quais são os desafios desse ecossistema Sandbox?**

O maior desafio para a indústria de seguros como um todo é aumentar o número de brasileiros cobertos por produtos de seguros.

Nesse sentido, o Sandbox tem sido muito bem-sucedido. De acordo com uma pesquisa da Insurtech Brasil, 68% dos clientes atendidos pelas insurtechs do Sandbox nunca haviam adquirido um seguro antes, o que destaca o potencial de longo prazo do programa para expandir a penetração de seguros no país.

A próxima edição do Sandbox já gerou um interesse considerável, e em breve devemos começar a ver os primeiros participantes aprovados.

Esse novo impulso está alinhado com a esperada recuperação dos investimentos de capital de risco, que pode fornecer suporte essencial para os novos participantes que buscam escalar suas inovações e alcançar públicos mais amplos.

Como qualquer startup, as insurtechs enfrentam o desafio constante de garantir capital. Além disso, elas operam em um ambiente altamente regulado enquanto exploram simultaneamente novos públicos, canais e tecnologias, áreas frequentemente ignoradas pelas seguradoras tradicionais. Esse duplo desafio de inovação e regulamentação torna o Sandbox um espaço valioso para experimentação e crescimento.

O Sandbox Regulatório de Seguros, embora fomente a inovação, introduz certos desafios para a gestão de capital e crescimento. Por exemplo, as regras que limitam a captação de dívida devido aos requisitos de patrimônio mínimo e os limites nos valores segurados

restringem a capacidade de escalar. Os participantes só podem segurar um número limitado de itens, dificultando a gestão de riscos maiores. Uma abordagem mais flexível, como permitir que as insurtechs retenham riscos dentro de limites definidos e transfiram os riscos excedentes para resseguradoras, poderia promover a concorrência e beneficiar todo o mercado. Além disso, obter uma licença definitiva é tão complexo quanto criar uma nova seguradora, quando idealmente deveria ser um processo quase automático.

O órgão regulador tem mostrado uma abertura ao diálogo e um forte compromisso em fomentar a inovação no setor. Essa abordagem colaborativa garante que as lições aprendidas e os avanços regulatórios alcançados por meio do Sandbox não apenas apoiem as startups participantes, mas também contribuam para a construção de uma indústria de seguros mais moderna, inclusiva e acessível para todos os brasileiros.



**III.  
MAPA DAS  
ASSOCIAÇÕES  
INSURTECH**

# ASSOCIAÇÕES INSURTECH



# ASSOCIAÇÕES INSURTECH

A Latam está vivenciando uma revolução do ponto de vista gremial, com 9 associações presentes em suas geografias e 6 criadas nos últimos 2 anos.

A AIP (Aliança Insurtech Panamericana) é uma aliança composta por 4 associações:

- **AIM** - Asociación Insurtech México
- **AIC** - Asociación Insurtech Colombia
- **InsurteChile**
- **Camara Insurtech Argentina**

Essas associações agrupam mais de 250 sócios, incluindo insurtechs, seguradoras e grandes corretores, com uma coordenação de 5 managing directors e 28 conselheiros. Seu objetivo é construir um ecossistema colaborativo e co-criar a proteção do futuro na Latam.

As 4 associações seguem o decálogo *“Princípios Fundamentais para a Adesão de uma Associação à AIP”*.

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

Otras asociaciones en la región:

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

## 💡 *¿Y qué pasa con Miami?*

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



## 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

## BENEFICIOS SOCIOS

### BENEFICIOS PARA LOS MIEMBROS DE LAS ASOCIACIONES LOCALES:

- **Softlanding estratégico:** Apoyo para expandirse de manera efectiva en nuevos mercados.
- **Visibilidad regional destacada:** Amplifica tu presencia en América Latina.
- **Participación en eventos clave:** Oportunidad de formar parte de actividades como los prestigiosos **AIP Awards** y otros encuentros regionales.
- **Acceso a financiamiento:** Participación en los exclusivos **AIP Investor Days**, conectándote con inversores estratégicos.
- **Calendario Eventos:** Roadmap completo de eventos del sector en la región.
- **Beneficios exclusivos en eventos internacionales:**
  - Acceso al living de la AIP en **ITC Vegas**, un espacio privilegiado para networking.
  - Oportunidad de pitchear en los main stage de los principales eventos del sector, mediante concursos organizados con las asociaciones locales.
- **Mentorías personalizadas:** Para insurtechs con presencia en varios países, acceso gratuito al programa de **Mentores AIP**, en colaboración con la **SOA (Society of Actuaries)**. Un actuario experto te guiará según tus objetivos específicos.
- **Participación en White Paper y Encuestas Regionales.**
- **Coordinación Regulatoria**



# IV. MAPAS INSURTECH

JANEIRO '25





# INSURTECH

(88 Start-ups)

## Argentina - Jan. 2025

Created by  
**Digital insurance**  
LATAM

Supported by  
**MAPFRE**

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

DISTRIBUTION	ENABLERS
<p><b>On-demand insurance</b></p> <p><i>mecubro</i> activar  External Neo <i>Olé</i></p> <p><b>Wellness Platform</b></p> <p><i>BETTERFLY</i> <i>fully</i> <i>VivaWell</i> <i>Amor</i> <i>ALO</i></p> <p><b>Pet Insurance</b></p>	<p><b>Claims</b></p> <p><i>REDFASTRACK</i> <i>autoinspector</i> <i>utrace</i> <i>autoreclamo</i> <i>reproceso directo.com</i> <i>GLASSY.COM</i> <i>leverbox</i> <i>EASYNUESTRO</i> <i>Tuve un choque</i> <i>Valua</i> <i>choque solución</i> <i>SimpliSeg</i> <i>claims SERVICES</i> <i>TECNORED</i></p>
<p><b>Distribution Platform</b></p> <p><i>KLIMBER</i> <i>Segurarse</i> <i>123seguro</i></p> <p><b>MGA Model</b></p> <p><i>Segurocell</i> <i>Flip!</i> <i>ecolon</i></p>	<p><b>Telematics</b></p> <p><i>strix</i> <i>METRICLES</i> <i>LOCATIONWORLD</i> <i>woocar</i></p> <p><b>IoT (other)</b></p> <p><i>DRIXIT</i> <i>blipconnection</i> <i>UiFLOU</i></p> <p><b>Fraud</b></p> <p><i>EMET360</i> <i>FRAUDKEEPER</i></p>
<p><b>P&amp;C Broker</b></p> <p><i>sens</i> <i>Segurline.com.ar</i> <i>CompreSeguros.com</i> <i>Seguros 911</i> <i>asegurandots</i> <i>COMPARA EN CASA</i> <i>SmartBroker</i> <i>web de Seguro</i> <i>100preseguro</i> <i>ClickSeguros</i> <i>asegurabien</i> <i>anguard.</i> <i>aseguralo</i> <i>aseguris</i> <i>TU SEGURO YA</i></p> <p><b>Micro</b></p> <p><i>estó cubierto.com</i></p> <p><b>Surety Broker</b></p> <p><i>CAUCIONES</i> <i>CAUCIONES</i></p>	<p><b>Health Platform</b></p> <p><i>DOC24</i> <i>Llamando al Doctor</i> <i>mediclic</i></p> <p><b>Exchange Plat.</b></p> <p><i>VAIS</i> <i>winse</i></p> <p><b>Reinsurance</b></p> <p><i>WitWorks</i></p>
<p><b>Black Support</b></p> <p><i>MetLife</i>   <i>Xcelerator</i></p>	<p><b>Gold Support</b></p> <p><i>RGA</i> <i>Charles Taylor</i> <i>Munich RE</i> <i>HCS CAPITAL</i></p>





# INSURTECH

Brazil – Jan. 2025

(206 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

Simple2u  
PIER.  
Darwin seguros  
100 Seguros

Agro

pin  
Pisat

Cellphone

kakau  
clubifa

Multiline

88i  
now.

Sandbox

Auto

thinkseg  
LOOVI

split risk

neo  
novo

JUSTOS

### ENABLERS

Claims

REGULA  
OMNE  
Simply. Rabbot  
GENERAL CLAIMS

Underwriting

samplered  
Diretrix  
Fraud  
Shift Technology  
brick  
ClearSale

Agro

AGROTBUST  
TRAC  
Health Platform  
dr.consulta  
hCentrix  
bria.  
medismart  
osigu

IoT

wiglo  
dacadoo  
HEALTHBIT  
DRIXIT  
Exchange Platform  
Claps  
olik  
fitinsur  
Recognition  
TRADE  
Nimbloo

Telematics

COBLI  
conecta  
Zendrive  
bridge

Open Insuring

caenpower  
LINA  
Guru  
teros  
finansystech  
sensedia.

Broker Platform

STOA  
MOSHE  
admseg  
Starken  
corretou  
INSURANCE TOOLS  
seguraplan  
profee  
JUM  
segTV  
Agger  
clienteOgente  
GTI  
LOJACORR

Services

Parentalis  
NAATTECH  
Neoway  
segbox.  
simpletech  
peducaseguros  
sentimonitor  
atua  
car10  
pay3  
fincore  
infocar

Sales Services

JUSTSELL  
SALES AFFILIATE  
Megaluz  
VISION  
Bem-Assegurado  
canversu  
vayon  
ONLI  
ZIPIA.

### DISTRIBUTION

Health ecosystem

alice sami  
bem care  
dbraga  
tem.

Wellness

EQL PROTEGE  
FOR ELAS QUE CUIDAM  
fully  
BETTERFLY

Health & Life MQA

easy life  
saude  
AZOS

H&L Broker

secure.me  
PLATINUM  
pijo saude

Retirement

Stay  
onze  
PREV

P&C Broker

tocerto  
Touch  
luna

Multiline Broker

Comparo  
Libero  
CICHC  
Somatag  
assegurou  
o insurance  
Protect  
colisure  
Quidbista  
Auto Comparo

Agro

Agroseg  
AGROSEG

MQA Model

HERO  
acordica  
Flix  
QUISSEGUROS

Bicycle

volo  
BIKE HERO  
Bike  
ride  
serluu

Other

BLUCCYBER  
Instituto Focit  
CITEC

Transport

MUTUUS

Safety

ACOY  
seguradora

Emp. Benefits

piwi  
alineia

Distribution Platform

Stere.io  
SUTHUB  
YOUSE  
KIMBER  
bem te vi  
olga  
pdv  
box

Auto

amparo

Pet Insurance

amigao  
petlove  
ALO

SME & Free.

tuia  
teddy  
(latu)

Black Support

MetLife | Xcelerator

Gold Support

RGA | Charles Taylor | Munich RE | HCS CAPITAL





# CHILE

## INSURTECH

Chile – Jan. 2025

(80 Start-ups)

Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **MAPFRE**

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

### DISTRIBUTION

<b>Multiline Broker</b>   	<b>Wellness Platform</b> 	<b>External Neinsurer</b> 
<b>Pet Insurance</b>  	<b>SME Broker</b> 	<b>P&amp;C MGA</b>  
<b>Health Broker</b> 	<b>H&amp;L MGA</b>  	<b>Transportation Insurance</b> 
<b>Distribution Plat.</b> 	<b>P&amp;C Broker</b>  	<b>Embedded Ins.</b> 
<b>Parametric</b> 	<b>Referral</b> 	<b>SOAP</b> 
<b>Wallet</b> 		

### ENABLERS

<b>Claims</b>  	<b>Fraud</b>  
<b>Telematics</b> 	<b>Underwriting</b> 
<b>Exchange Platf.</b> 	<b>Health Platform</b> 
<b>Services</b> 	<b>IoT (Other)</b> 
<b>Broker Platform</b> 	<b>Other</b> 

**Black Support**  
 |

**Gold Support**

# COLÔMBIA



# COLÔMBIA

## INSURTECH (73 Start-ups) Colombia - Jan. 2025

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

**BETTERFLY EB**  
**mutuo**

H&L Broker

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

External Neoin insurer

**Ole**  
Multiline Broker  
**Seguros Seguros.com**

MGA Model

**vivaexpres**  
**insurama quan**

Travel

**segurú**

Distribution Platform

**monokera** **UVA**  
**COVER GENIUS** **sekiure** **123 seguro**

Cyber

**Kyber**

Bicycle

**BICI**

Transportation

**VERTECH**

Wallet

**seguopp**

SOAP

**Eprezto RS**  
**comparabien**

P&C Broker

**BUSAO** **Compara**  
**COMPARA EN CASA** **SU SEGURO FACIL**  
**teca** **AhorraSeguros.co**

### ENABLERS

Claims

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

Telematic

**airbag**  
**SEGURO X KILOMETRO** **wise city**

IoT

**dacadoo**

Health Platform

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

Broker Platform

**FARO** **Figuro** **agentemotor**

Fraud

**CEPTINEL**

Financing

**wilpol** **FINSISA**  
**Finsu** **Finmeridian** **CrediSeguro**

Services

**covergo** **clave** **Firefly Digital**  
**dona** **tutenlabs** **NEXUS** **bizagi**  
**Teggium** **NAATTECH** **wip** **vazy** **blitz**

Black Support


**MetLife** | **Xcelerator**

Gold Support

**RGA** **Charles Taylor** **Munich RE** **HCS CAPITAL**







# INSURTECH








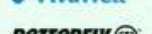
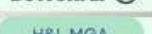









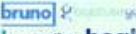
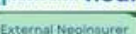
















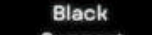

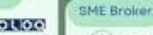









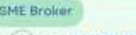








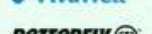
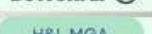









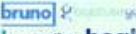
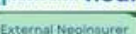
















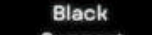

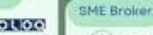









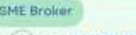









































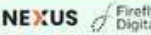



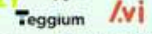


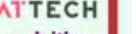
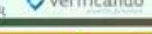

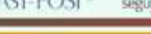


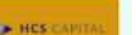




































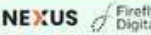



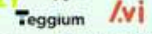


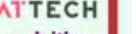
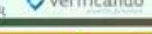

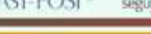


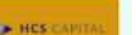



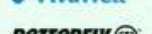
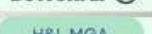









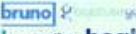
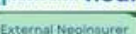
















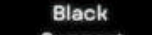

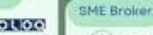









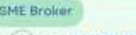









































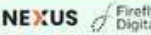



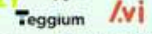


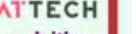
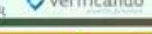

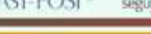


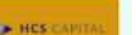



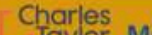


Mexico – Jan. 2025

(120 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

<div style="background-color: #2e7d32; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">FULL-STACK</div> <div style="padding: 5px; text-align: center;">     </div> <div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">DISTRIBUTION</div> <div style="padding: 5px;"> <table border="0" style="width: 100%; font-size: x-small;"> <tr> <td style="width: 33%;"> <p>Wellness Platform</p>      </td> <td style="width: 33%;"> <p>Innovative Distr.</p>    </td> <td style="width: 33%;"> <p>Embedded Ins.</p>   </td> </tr> <tr> <td> <p>meddi logo" data-bbox="195 515 250 530"/&gt;    </p></td> <td> <p>Telematic MGA</p>  </td> <td> <p>Smart Wallet</p>    </td> </tr> <tr> <td> <p>H&amp;L MGA</p>      </td> <td> <p>P&amp;C MGA</p>     </td> <td> <p>External Neolnsurer</p>  </td> </tr> <tr> <td> <p>P&amp;C Broker</p>       </td> <td> <p>Distribution Platform</p>      </td> <td> <p>H&amp;L Broker</p>   </td> </tr> <tr> <td> <p>Multiline Broker</p>     </td> <td> <p>SME Broker</p>   </td> <td> <p>Param.</p>  </td> </tr> <tr> <td> <p>MGA</p>  </td> <td> <p>Surety</p>  </td> <td> <p>Bicycle</p>  </td> </tr> </table> </div>	<p>Wellness Platform</p>     	<p>Innovative Distr.</p>   	<p>Embedded Ins.</p>  	<p>meddi logo" data-bbox="195 515 250 530"/&gt;    </p>	<p>Telematic MGA</p> 	<p>Smart Wallet</p>   	<p>H&amp;L MGA</p>     	<p>P&amp;C MGA</p>    	<p>External Neolnsurer</p> 	<p>P&amp;C Broker</p>      	<p>Distribution Platform</p>     	<p>H&amp;L Broker</p>  	<p>Multiline Broker</p>    	<p>SME Broker</p>  	<p>Param.</p> 	<p>MGA</p> 	<p>Surety</p> 	<p>Bicycle</p> 	<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 5px; text-align: center; font-weight: bold;">ENABLERS</div> <table border="0" style="width: 100%; font-size: x-small;"> <tr> <td style="width: 33%;"> <p>Claims</p>      </td> <td style="width: 33%;"> <p>Fraud</p>   </td> <td style="width: 33%;"> <p>Telematic</p>       </td> </tr> <tr> <td> <p>Risk &amp; Data</p>   </td> <td> <p>Broker Platform</p>        </td> <td> <p>IoT</p>  </td> </tr> <tr> <td> <p>Health Platform</p>             </td> <td> <p>Services</p>                </td> </tr> </table>	<p>Claims</p>     	<p>Fraud</p>  	<p>Telematic</p>      	<p>Risk &amp; Data</p>  	<p>Broker Platform</p>       	<p>IoT</p> 	<p>Health Platform</p>            	<p>Services</p>               
<p>Wellness Platform</p>     	<p>Innovative Distr.</p>   	<p>Embedded Ins.</p>  																									
<p>meddi logo" data-bbox="195 515 250 530"/&gt;    </p>	<p>Telematic MGA</p> 	<p>Smart Wallet</p>   																									
<p>H&amp;L MGA</p>     	<p>P&amp;C MGA</p>    	<p>External Neolnsurer</p> 																									
<p>P&amp;C Broker</p>      	<p>Distribution Platform</p>     	<p>H&amp;L Broker</p>  																									
<p>Multiline Broker</p>    	<p>SME Broker</p>  	<p>Param.</p> 																									
<p>MGA</p> 	<p>Surety</p> 	<p>Bicycle</p> 																									
<p>Claims</p>     	<p>Fraud</p>  	<p>Telematic</p>      																									
<p>Risk &amp; Data</p>  	<p>Broker Platform</p>       	<p>IoT</p> 																									
<p>Health Platform</p>            	<p>Services</p>               																										
<p>Black Support</p>  	<p>Gold Support</p>    																										





# INSURTECH

(34 Start-ups)

## Peru - Jan. 2025

Created by  
**Digital insurance**  
LATAM

Supported by  
**MAPFRE**

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

DISTRIBUTION	ENABLERS
<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 30%;"> <p>Transportation Insurance</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>On-demand</p> <p>Aggregator</p> </div> <div style="width: 30%;"> <p>Wellness Platform</p> <p>Pet Insurance</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 60%;"> <p>Distribution Platform</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p>MGA Model</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 45%;"> <p>Health Broker</p> </div> <div style="width: 50%;"> <p>P&amp;C Broker</p> </div> </div>	<div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 60%;"> <p>Telematic (IoT)</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p>IoT</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 60%;"> <p>Claims</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p>Fraud</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 60%;"> <p>Health Platform</p> </div> <div style="width: 35%;"> <p>Exchange Platform</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 60%;"> <p>Broker Platform</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-between; margin-top: 10px;"> <div style="width: 100%;"> <p>Services</p> </div> </div>
<p>Black Support</p>	<p>Gold Support</p>





	<h1>INSURTECH</h1> <p>(23 Start-ups) Ecuador – Jan. 2025</p>	<p>Created by <b>Digital insurance</b> <small>LATAM</small></p> <p>Supported by <b>MAPFRE</b></p> <p><small>Publica libremente tu contenido en nuestro canal Youtube Envianos tu video a marketing@digitalinsurance.lat</small></p>	
<h2>DISTRIBUTION</h2> <ul style="list-style-type: none"> <li>Wellness Platform: <b>BETTERFLY</b> <small>EF3</small></li> <li>External Neinsurer: <b>Olé</b></li> <li>MGA Model: <b>armonía</b></li> <li>Distribution Platform: <b>InsureHero</b>, <b>nubloq</b>, <b>tú primo ro</b></li> <li>Multiline Broker: <b>seguros.com.ec</b>, <b>Seguros123.com</b></li> </ul>		<h2>ENABLERS</h2> <ul style="list-style-type: none"> <li>Claims: <b>Willay</b>, <b>videoperitaje</b>, <b>EnPartes.com</b></li> <li>Health and Wellness Platform: <b>ZENDERO</b> <small>El camino a tu bienestar</small>, <b>medismart Live</b>, <b>WeeCompany</b>, <b>Warmi</b></li> <li>IoT (exc. Telematics): <b>Vitality</b></li> <li>Telematic (IoT): <b>LOCATIONWORLD</b></li> <li>Exchange Platform: <b>eva</b></li> <li>Broker Platform: <b>Clic&lt;SEGUROS</b></li> <li>Services: <b>GILBERT &amp; BOLOÑA</b>, <b>dana</b>, <b>NAATTECH</b>, <b>LIBELULA</b></li> </ul>	
<p>Black Support: <b>MetLife</b>   <b>Xcelerator</b></p>		<p>Gold Support: <b>RGA</b>, <b>Charles Taylor</b>, <b>Munich RE</b>, <b>HCS CAPITAL</b></p>	

# AMÉRICA CENTRAL





# AMÉRICA CENTRAL

## INSURTECH

(27 Start-ups)

### Centroamerica - Jan. 2025

Created by  
**Digital insurance**  
LATAM

Supported by  
**MAPFRE**

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

**NEOINSURER**

**DISTRIBUTION**

Wallet

MGA Model

Parametric

Wellness Platform

P&C Broker and Agregator

**ENABLERS**

Claims

Telematic (IoT)

Health Platform

Exchange Platform

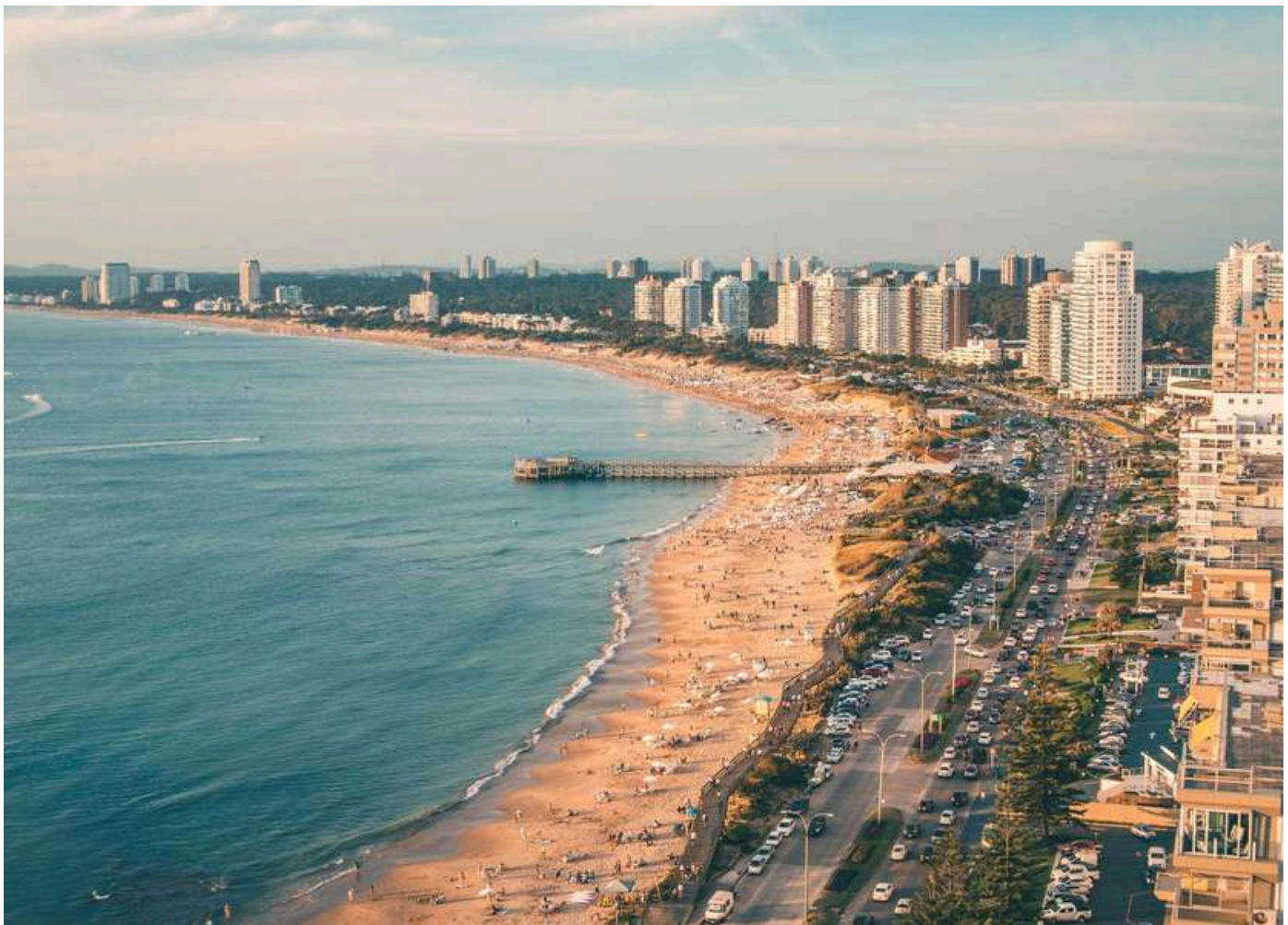
Broker Platform

Fraud


Services

Black Support

Gold Support







# INSURTECH

Uruguay – Jan. 2025

(21 Start-ups)


Created by **Digital insurance** LATAM

Supported by **MAPFRE**


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


### DISTRIBUTION


Pet Insurance




Distribution Platform









P&C Broker










### ENABLERS


Claims






Brokers Platform







Telematics




IoT (other)





Fraud








Services







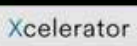







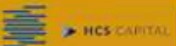




Black Support


|


Gold Support


|

|

|


Digital  
insurance  
LATAM

*Hugues Bertin*  
Insurance Strategist & Advisor

---

# CONFERENCIA *y workshop*

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

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



# V. O OLHAR DO ESPECIALISTA

*Carlos Cendra*  
*Scouting & Investment*  
*Lead de MAPFRE Open*  
*Innovation*



**MAPFRE**

## Inovação aberta e foco no cliente: o compromisso com a inovação da MAPFRE

Colaborar com startups, scaleups, universidades e outros agentes da indústria para criar soluções disruptivas que causem um impacto positivo nos negócios. Esse é o objetivo da MAPFRE Open Innovation.

A plataforma de inovação aberta do Grupo MAPFRE foi criada há mais de 5 anos para atingir esse objetivo, fortalecendo a inovação realizada por pessoas e para pessoas. E não é apenas uma intenção que fica no ar; temos o compromisso público de investir 1% dos lucros anuais da empresa em inovação, buscando formas novas e mais eficientes de fazer as coisas.

Sob esta aposta estratégica, mais de 4,4 milhões de clientes foram beneficiados com soluções originadas dentro deste modelo.

É justamente esse número de clientes o único indicador ou KPI sobre o qual nossa estratégia é desenvolvida e trabalhada.

Combinar talento interno e externo. Quebrar os silos e os compartimentos isolados. Trabalhar em equipe.



Abrir a mente para colaborar. Tudo isso torna a MAPFRE Open Innovation o motor de transformação da seguradora.

### Uma referência para o ecossistema empreendedor

As mudanças que enfrentamos como sociedade estão levando as empresas a reconsiderar os serviços que prestam e a maneira como os realizam. O setor segurador é ciente dessas novas realidades e precisa se adaptar a elas, embora seja verdade que, por ser um setor com forte tradição e altamente regulamentado, essa adaptação é muito mais lenta e complexa. É aqui que as startups entram em cena.

Na MAPFRE temos trabalhado com cerca de 150 startups em mais de 10 países, e atualmente temos em andamento projetos em mais de 30.

Além disso, por meio de nossa relação com o ecossistema e de nossos programas de *venture client*, como *insur\_space*, analisamos mais de 2.500 desses agentes globalmente para identificar possíveis caminhos de colaboração.

Essas sinergias contribuem com agilidade e adaptabilidade: no cenário atual, em que a situação macroeconômica, geopolítica ou social pode mudar rapidamente, as *startups* conseguem adaptar seus modelos de negócio com maior rapidez, além de terem surgido nos ecossistemas digitais que prevalecem atualmente. Em troca, esses *players* ganham experiência e recursos técnicos, documentais ou de equipe, para continuar seu desenvolvimento e crescimento.



Para a MAPFRE, a América Latina sempre foi e continua sendo um território estratégico e, por isso, há anos monitoramos a atividade insurtech na região. Isto é realizado a partir do profundo conhecimento do mercado, sempre tendo em mente que a América Latina é formada por uma série de realidades que compartilham algumas características comuns, mas que ao mesmo tempo requerem atenção às suas singularidades locais.

O caminho da inovação não é único nem tem as linhas traçadas. Na MAPFRE, com a nossa abordagem da inovação, sempre aberta e escalável, exploramos continuamente novas fórmulas para oferecer valor agregado aos nossos clientes latino-americanos. Esse compromisso não apenas nos fortalece, mas também nos permite colaborar para o desenvolvimento do ecossistema empreendedor da região, promovendo o crescimento de todos no processo

 **MAPFRE**



# VI. INSURTECH VIP LOUNGE

*By Hugues Bertin*

INSURTECH  
VIP  
LOUNGE

Powered By  
Digital Insurance

# INDICE

- 1 ..... Pier.
- 2 ..... Momento
- 3 ..... PEAK3
- 4 ..... Suyana
- 5 ..... Medismart
- 6 ..... Nimbloo



## PIER: A Neo-seguradora que paga em menos de 1 segundo - Junho 2024

No coquetel de Matteo Carbone em Las Vegas, eu estava sozinho, saboreando um bom vinho tinto, quando comecei a conversar com um brasileiro e descobri que ele era Igor Mascarenhas, CEO e cofundador da Pier, a Insurtech brasileira com US\$ 42 milhões em financiamento. Alguns meses depois, é um prazer encontrá-lo novamente e bater um papo.

A Pier é a maior operadora de seguros totalmente digital do Brasil. Ela aproveita os dados e a tecnologia para oferecer experiências satisfatórias a preços acessíveis para dois produtos. Primeiro, o seguro para smartphones, no qual foi pioneira, cobrindo furtos simples e pagando os sinistros em dinheiro, estabelecendo uma referência no setor. Hoje, eles se orgulham de pagar aproximadamente 30% de seus sinistros instantaneamente (sim, em 1 segundo, mais rápido que a Lemonade!!).

Apesar de seu processamento impecável de sinistros, eles mantêm preços competitivos. Em segundo lugar, o seguro de automóveis e, como este último não é obrigatório no Brasil, tem uma penetração significativamente baixa: apenas 30% dos carros são segurados, mas eles estão mudando essa realidade. Eles usam análise avançada de dados e um mecanismo antifraude aprimorado, oferecendo descontos até 40% abaixo da média do setor, proporcionando uma experiência digital amigável e processos de sinistros rápidos e fáceis. O resultado? Mais de 50% de seus clientes não tinham seguro antes de se associarem à Pier.

# PIER.



Hoje, eles atendem a mais de 100.000 clientes, com mais de US\$ 30 milhões em receita, tendo a melhor margem de subscrição (>30%) do setor. Igor me disse que eles acreditam firmemente no gerenciamento orientado por dados e que, atualmente, seu foco é aumentar o GWP, mantendo um índice combinado sustentável e um NPS alto.

Com relação ao Sandbox no Brasil e ao ecossistema de insurtech, estou interessado em saber um pouco sobre a concorrência. Igor diz que sua principal concorrência vem dos players tradicionais, pois eles são mais comparáveis em tamanho. No entanto, eles monitoram continuamente o cenário de insurtech para permanecerem inovadores e manterem sua vantagem competitiva. Essa abordagem dupla permite que eles atendam a uma ampla gama de necessidades dos clientes e, ao mesmo tempo, permaneçam na vanguarda dos avanços tecnológicos.

A população brasileira é altamente digitalizada, com uma das mais altas taxas de penetração de smartphones e internet do mundo. Os consumidores adotaram soluções digitais em vários setores (caso do Nubank!), incluindo o de seguros, em que as ofertas estão rapidamente se tornando digitais. Embora mais de 95% das vendas de seguros sejam feitas por meio de corretores, essas vendas estão usando cada vez mais ferramentas digitais. Essa transformação impactou profundamente o comportamento do consumidor, tornando a competência digital uma necessidade no mercado atual.

Eles acreditam na diversificação de canais, permitindo que o cliente escolha aquele que melhor lhe convier. Mantêm um forte canal B2C e investem em parcerias para atingir um público mais amplo. A adoção de uma estratégia multicanal é benéfica e está alinhada com seu objetivo de transformar o relacionamento das pessoas com o seguro.



O principal diferencial da Pier está em seu compromisso com métricas econômicas de alta qualidade, com crescimento rápido e grandes rodadas de financiamento. A empresa construiu um negócio robusto que não só demonstra que um player digital pode oferecer produtos superiores a preços acessíveis, mas também obtém lucratividade, muitas vezes excedendo as margens técnicas do setor.

A Pier opera apenas no Brasil e não há notícias de expansão regional, pois, por enquanto, eles acreditam que seus melhores esforços e recursos devem ser concentrados nesse vasto mercado, que é significativo, com um volume total de prêmios de aproximadamente US\$ 55 bilhões em 2022, de acordo com a Reuters. Isso representa uma ampla oportunidade de crescimento e inovação em seu país de origem.

**PIER.**

**Seu celular e carro  
segurados por quem  
se importa**

Um grande destaque para a Pier é ter a maior plataforma de comércio eletrônico da região como investidora – você pode imaginar de quem estamos falando, certo? Claro, do Mercado Livre. Igor me disse que seus investimentos significativos em tecnologia e sua ampla presença regional oferecem inúmeras sinergias com o negócio e que eles estão explorando e aproveitando ativamente essas sinergias para melhorar seus serviços e alcançar novos patamares no setor de insurtech.

Certamente será uma Insurtech a ser observada de perto.





## Momento, desafiando o setor de seguros de automóveis do México - Julho '24

Em junho, tive o prazer de conhecer dois grandes empreendedores no Insurtech Insight New York: Lois Rogel Vence e Andrés Guerrero Álvarez, cofundadores da Momento Seguros, uma insurtech mexicana full-stack, em outras palavras, o que chamamos de neo-seguradora. Para mim, é um prazer encontrá-los para falar sobre esse assunto.

A Momento surge no final de 2021 em resposta a uma grande oportunidade no setor mexicano de seguros de automóveis; um setor altamente concentrado com margens saudáveis, mas com uma acentuada falta de inovação. Essa falta de inovação criou altas barreiras à entrada, o que significa que pouquíssimos mexicanos têm acesso a esse seguro (30%) e os que têm acesso recebem um seguro caro com uma experiência de usuário ruim. Disseram-me que o mercado está em uma situação análoga à do setor bancário brasileiro quando o Nubank nasceu.

Com essa oportunidade em mente, os três cofundadores (Lois, Leon e Andres) deixaram seus respectivos empregos na McKinsey & Company e na Procter & Gamble no verão de 2021 e se mudaram para a Cidade do México para lançar a Momento. Quase desde seu início, a Momento tem sido apoiada por Adrian Jones, um grande especialista no ecossistema de insurtech e um grande amigo da casa. Eles nos dizem que Adrian os ajudou muito, especialmente no início, compartilhando experiências do que havia funcionado para outras insurtechs nos EUA.

# momento



Além disso, a Momento foi estabelecida desde o início como uma neo-seguradora, com o objetivo claro de ter o controle de todo o produto e poder oferecer um seguro de automóvel fácil e acessível. Para isso, a empresa precisou passar pelo processo regulatório perante a Comissão Nacional de Seguros e Obrigações (CNSF) para se tornar uma instituição de seguros no México. Isso foi importante, pois eles estavam procurando controlar a experiência do cliente, os preços, os pagamentos, o suporte ao cliente, os ajustes, os reparos etc. Inovando em toda a cadeia de valor, não apenas na distribuição.

Quanto ao resto, o produto deles é bastante singular em relação ao que estamos prestes a descobrir. Depois de receber a aprovação regulatória em meados de 2023, a Momento completou seu

primeiro ano de operações em julho. Nesses 12 meses, eles conseguiram capturar vários milhares de apólices em vigor, mantendo um índice de sinistros invejável, -10pp abaixo do mercado. Até o momento, a empresa continua crescendo mais de 20% mês a mês.

A Momento nasceu com um perfil tecnológico claro que se reflete em todas as suas operações. Um exemplo claro é seu modelo avançado de precificação, que permite avaliar meticulosamente o risco de cada cliente, proporcionando uma oferta mais personalizada e justa. Na mesma linha, a flexibilidade de seus sistemas permite que eles ofereçam aos segurados o poder de adaptar sua cobertura, a duração da apólice ou o método de pagamento às suas necessidades individuais, sem imposições pré-estabelecidas.



Em termos de distribuição, eles comercializam seus seguros por meio de dois canais principais: direto e por meio de agentes e corretores. Por meio desses canais, eles têm como alvo dois segmentos de clientes:

- Motoristas sem seguro que não têm acesso ao seguro tradicional. Graças às apólices mensais, a Momento oferece a eles a tranquilidade de poder pagar mês a mês (e em dinheiro) sem compromisso e, se em um mês não puderem pagar, podem reduzir a cobertura ou até mesmo pausar (e depois retomar) a apólice.
- Motoristas que têm seguro, mas estão cansados dos produtos caros e anacrônicos que encontram no mercado e procuram um produto digital e flexível.



Para simplificar a experiência do cliente, eles oferecem uma plataforma on-line e um aplicativo intuitivo que permite gerenciar de forma rápida e eficiente toda a vida útil da apólice, desde a comunicação e o acompanhamento de sinistros até a realização de alterações nas coberturas, tudo em questão de segundos, eliminando a burocracia pesada. Da mesma forma, os agentes podem gerenciar facilmente suas carteiras a partir do portal que criaram para si mesmos, sem a necessidade de longas ligações para o executivo ou para a central de atendimento. Eles também oferecem ferramentas muito avançadas para agentes que lidam com grandes volumes de negócios; por exemplo, graças à IA, seus agentes podem cotar facilmente grandes frotas de veículos em um processo que leva de 10 a 15 minutos, em vez de várias horas (ou dias) com outros concorrentes.

Outro ponto relevante é a fraude, que, segundo estimativas, é responsável por 10% dos prêmios no México. Eles me dizem com orgulho que têm a sorte de contar com uma excelente equipe de sinistros e fraudes, liderada pelo ex-diretor

adjunto de sinistros e pelo líder de prevenção de fraudes da Qualitas, portanto, já nasceram com muito a aprender. Além disso, eles compartilham comigo algumas chaves; para eles, a prevenção de fraudes em automóveis tem quatro momentos principais:

**1) Subscrição**, se você identificar bem os perfis mais fraudulentos (aqui eles mantêm seu segredo), poderá aumentar o preço apenas para eles, diminuindo o preço para o restante dos bons motoristas.

**2) Onboarding**, se você mantiver um onboarding rigoroso em relação às informações que o cliente deve compartilhar, verificações automáticas com bases públicas e tempos de espera, poderá evitar a maioria das fraudes mais acidentais (agora eu bato e me certifico de reportar).

**3) Relatórios**, eles desenvolveram um modelo de ML, enriquecido com regras de negócios, que atribui um risco ao sinistro com base no cliente (dados demográficos, cotação, comportamento etc.) e no sinistro (o que/como/quando relatar).

Com isso, eles sabem desde o início se o sinistro pode ser processado rapidamente ou se requer atenção.

**4) Ajuste/Investigação**, para casos “complexos”, eles têm a experiência e os contatos em entidades/governos para poder obter todos os fatos rapidamente (arquivos de investigação, câmeras etc.) para saber rapidamente se é uma fraude ou se podem processá-la sem nenhuma ação adicional.

Eles me disseram que, em termos de inovação e tecnologia, estão particularmente orgulhosos de i) toda a sua estrutura de banco de dados e fluxos de back-end, que lhes permitem ser muito flexíveis e ágeis para qualquer mudança, ii) seu modelo de preços e, recentemente, iii) o ajuste fino dos modelos OpenAI para criar agentes de vendas virtuais no momento conectados ao seu sistema de cotação.

Seu foco é o México e os carros, com o objetivo de se tornarem os maiores especialistas nesse mercado – como esse é um mercado enorme e crescente que ainda tem um longo caminho a percorrer, “podemos ser um unicórnio (e mais) sem sair daqui, quem muito cobre, pouco aperta” Sucesso!



## PEAK3: a insurtech mais importante em breve na América Latina - Agosto '24

Minha audiência sabe que sou um admirador da ZhongAn, a insurtech mais bem-sucedida do mundo. Hoje, é um prazer me reunir com Adrien Lebegue, Diretor-Geral para a Europa da Peak3, para explicar a relação entre a ZhongAn e a Peak3.

A Peak3, uma insurtech emergente com ambições globais, foi incubada pela ZhongAn Online P&C Insurance Co., Ltd., a primeira seguradora exclusivamente online da China. Fundada em 2013, a ZhongAn revolucionou a indústria de seguros ao combinar inovação tecnológica com uma operação totalmente digital, sendo pioneira em seguros embutidos e digitais. A empresa também utiliza inteligência artificial (IA) e big data para otimizar cada aspecto de seu modelo de negócios. Desde sua abertura de capital na Bolsa de Hong Kong, em 2017, a ZhongAn emite mais de 12 bilhões de apólices por ano para mais de 500 milhões de

clientes nos setores de saúde, finanças do consumidor, automóveis e estilo de vida digital. Sua estrutura operacional atingiu níveis extraordinários de eficiência, com taxas de conversão digital direta entre 95% e 99% em algumas linhas de produtos, respaldada por mais de 600 patentes.

Com esse legado de inovação, a Peak3 foi criada para aproveitar a tecnologia central desenvolvida pela ZhongAn e oferecê-la a outras seguradoras e plataformas digitais em escala global.

Peak3 





O objetivo inicial da Peak3 era impulsionar a inovação em seguros digitais e embutidos, fornecendo ferramentas tecnológicas que permitissem às seguradoras modernizar e diversificar seus produtos e serviços. Adrien me conta que um exemplo notável de sucesso foi sua colaboração com a Grab, uma superapp de mobilidade (semelhante à Uber) no Sudeste Asiático. A Peak3 ajudou a empresa a construir sua estratégia de seguros, lançando mais de 30 produtos em seis países e conectando-se a mais de 20 seguradoras em diversas verticais, incluindo seguros de vida, saúde e bens.

Com o tempo, a Peak3 ampliou sua missão e agora ajuda seguradoras a modernizar até mesmo as linhas de negócios mais tradicionais, por meio de sua abordagem CORModernization.

Isso a transformou em um parceiro essencial para seguradoras que buscam uma transformação digital completa. Com suas plataformas SaaS (Software as a Service), impulsionadas por IA e big data, a Peak3 permite que seguradoras melhorem seu desempenho operacional, aumentem a eficiência e desbloqueiem novas oportunidades de crescimento. Essa mesma tecnologia possibilitou a emissão de mais de um bilhão de apólices de seguro nos últimos anos, multiplicando as interações positivas com dezenas de milhões de consumidores finais mensalmente.

Um dos marcos mais recentes para a Peak3 foi a rodada de financiamento Série A, em que levantaram 35 milhões de dólares, liderada pelo fundo sueco EQT, com co-investimento da Alpha JWC Ventures.

Este momento não só marcou um ponto de inflexão em sua evolução, mas também reforçou sua independência como uma entidade global. Após essa rodada, a empresa passou a se chamar Peak3, refletindo sua transição de uma extensão tecnológica da ZhongAn para uma empresa SaaS global focada na indústria de seguros. O novo nome simboliza suas aspirações de alcançar os níveis mais altos de inovação, desempenho e confiabilidade.

Com mais de 500 funcionários distribuídos por mais de uma dúzia de países, a Peak3 atende seus clientes de forma global e local ao mesmo tempo. Isso consolidou sua presença em mercados importantes, como Japão, Sudeste Asiático e Europa. Embora ainda não tenha iniciado operações na América Latina, a empresa já está de olho na região, reconhecendo o vibrante ecossistema fintech e insurtech que está emergindo. Segundo Adrien, há grande potencial nos mercados latino-americanos para implementar suas soluções tecnológicas e acelerar a transformação digital das seguradoras locais. Superapps, fintechs e modelos de seguros embutidos estão criando novas

oportunidades na região, e a Peak3 está interessada em colaborar com parceiros locais para promover a inovação, reduzir o gap de proteção existente nos mercados e melhorar a eficiência operacional.

A tecnologia da Peak3 é projetada para ser flexível e escalável, permitindo adaptação a uma ampla gama de modelos de negócios. Além disso, a empresa oferece soluções de distribuição omnicanal, bancassurance e modernização do core de seguros. Um exemplo é a plataforma Graphene, adotada por seguradoras P&C (bens e acidentes), digitais ou não, na Europa. Essas empresas construíram seus negócios na plataforma da Peak3 e já emitem milhões de apólices anualmente, ganhando múltiplos prêmios de inovação.



Na Ásia, a Peak3 apoiou uma superapp regional de mobilidade que integrou seguros como parte essencial de seu ecossistema de serviços. Essa colaboração permitiu o lançamento de produtos de seguros em vários mercados, conectando consumidores a produtos de vida, saúde e bens por meio de uma rede de seguradoras. Esse sucesso na Ásia é um indicador claro do potencial para replicar o modelo em outras regiões do mundo, incluindo a América Latina.

Desde o processamento de linguagem natural (NLP) até o aprendizado de máquina, a Peak3 integrou a IA em pontos-chave dentro das seguradoras. Um exemplo recente é o desenvolvimento de um agente virtual ou “copiloto”, que utiliza IA para otimizar processos como extração de informações e pré-aprovação de solicitações de seguros. Esse agente atua em interações com clientes por meio de chatbots, guias inteligentes de perguntas frequentes e até na avaliação de sinistros, melhorando a precisão e eficiência dos processos.

No médio prazo, a Peak3 planeja expandir sua presença nos

mercados da EMEA (Europa, Oriente Médio e África) e estabelecer novas parcerias com integradores de sistemas, enquanto continua a desenvolver suas capacidades em análise de dados e IA. Com os olhos voltados para a América Latina, a empresa busca forjar alianças estratégicas com atores locais, trazendo sua expertise em transformação digital para as seguradoras, aprimorando a experiência do cliente e adaptando suas soluções às especificidades do mercado regional.

A visão da Peak3 se baseia em três pilares fundamentais: inovação constante, superação dos limites de desempenho e confiabilidade em suas soluções. À medida que a empresa continua a desenvolver suas plataformas e se expandir para novos mercados, permanece comprometida em oferecer as melhores soluções tecnológicas para apoiar as seguradoras em sua jornada de transformação digital, aproveitando o poder da nuvem, big data e inteligência artificial.





## Suyana: insurtech que busca melhorar as capacidades de adaptação às mudanças climáticas com seguros paramétricos e um modelo de distribuição embutida, Setembro '24

Há muito tempo conheço Rodrigo García, CEO e fundador da Suyana, mas em junho tive o prazer de encontrar seu sócio, Fernando Yu, durante o Insurtech Insight New York, o que me motivou a compartilhar com vocês os últimos avanços dessa insurtech.

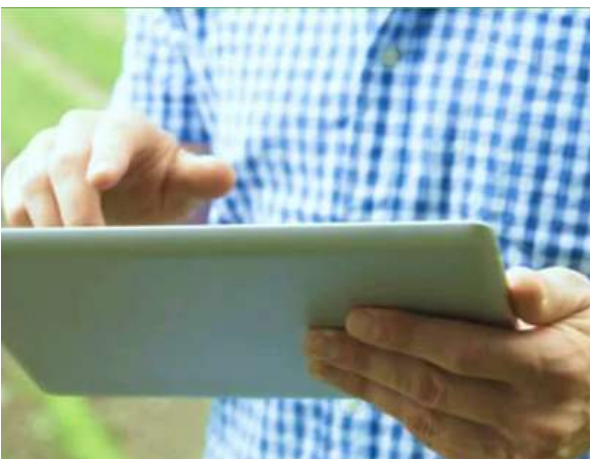
A Suyana utiliza tecnologias digitais e machine learning, combinados a um modelo de distribuição de seguros embutidos, para tornar os seguros climáticos mais precisos, acessíveis e baratos. Suas soluções oferecem cobertura para tempestades ciclônicas, secas e inundações, atendendo tanto agricultores quanto populações urbanas em toda a América Latina. O nome “Suyana”, que significa “esperança” em quechua, reflete seu objetivo de oferecer soluções para comunidades vulneráveis.

A insurtech nasceu na Bolívia a partir de um projeto para avaliar um seguro paramétrico em zonas rurais. Durante a iniciativa, perceberam que a limitação para cumprir a promessa de proteção e eficiência dos seguros paramétricos estava na necessidade de incorporar tecnologia. Desde então, a ideia evoluiu de um projeto acadêmico para o modelo atual.



A Suyana aposta em seguros embutidos por meio de um modelo B2B2C, facilitando a adoção rápida e em larga escala de suas soluções. Posicionada na vanguarda do setor de seguros climáticos, ela busca solucionar a exposição não segurada de bilhões de dólares em ativos e atividades econômicas no mundo. Atualmente, a empresa conta com dois produtos no mercado e espera gerar cerca de US\$ 30 milhões em prêmios até 2025, beneficiando mais de 60 mil usuários.

No modelo de negócios, os seguros estão vinculados a créditos oferecidos por bancos ou outras instituições financeiras. Essa abordagem reduz o custo de aquisição de clientes (CAC), mas exige ciclos de negociação longos, já que é necessário convencer os clientes B2B dos benefícios das soluções.



Entre os principais desafios enfrentados estão:

1. Disponibilidade e precisão de informações climáticas.
2. Baixa disposição para pagar por seguros, devido à baixa penetração na região. Isso torna essencial oferecer produtos acessíveis ao poder aquisitivo local.
3. Pouca conscientização sobre os benefícios de seguros contra desastres naturais.

A Suyana identificou um vasto mercado desatendido, chamado internamente de “A Pança Perdida”, referindo-se à classe média que, apesar de vulnerável a esses riscos, não possui proteção. Esses grupos possuem ativos e fluxos de renda expostos, o que abre espaço para criar um novo mercado.

A estratégia da Suyana é oferecer seguros embutidos de baixo custo com uma estrutura paramétrica. Essa abordagem já demonstrou demanda, mas o desafio é superar as barreiras mencionadas. Entre os produtos lançados estão:

- Um seguro contra secas para agricultores na Bolívia.
- Uma solução que compensa pescadores no Peru por perda de renda.
- Um piloto para compensar rendas perdidas devido a inundações em áreas urbanas do Brasil, previsto para o final do ano.

A expansão da Suyana se apoia em três pilares:

1. Acesso crescente a dados de satélites, possibilitado pela proliferação de satélites.
2. Avanços na capacidade de computação, permitindo modelar fenômenos climáticos com machine learning.
3. Digitalização da indústria de seguros, facilitando a distribuição eficiente por plataformas digitais.

Nos últimos anos, surgiram diversas insurtechs bem-sucedidas nesse segmento, muitas das quais colaboram com a Suyana.

As inundações, por exemplo, são um dos riscos mais prevalentes e difíceis de segurar, devido à falta de informações históricas e ao impacto local. Para lidar com isso, a Suyana desenvolveu um produto que utiliza dados de radares e satélites para monitorar áreas com alta resolução espacial, permitindo compensações rápidas por perdas de renda causadas por inundações.





Além disso, a Suyana busca diversificar sua exposição ao risco, criando novos mercados. Exemplos incluem seguros para trabalhadores informais no Peru e produtores de arroz no Brasil, aproveitando a baixa penetração de seguros na região e a crescente demanda por instrumentos como os Insurance Linked Securities.



A empresa também se orgulha de ter recebido apoio do BID Labs e da Incofin para desenvolver tecnologias que combinam modelos climáticos e dados de satélites, criando um sistema de alerta precoce e seguros paramétricos mais acessíveis. O projeto, desenvolvido em parceria com a UNICEF, tem o potencial de causar um grande impacto social ao beneficiar comunidades vulneráveis com proteção climática mais acessível e eficiente.





## Medismart: Inovação e liderança no ecossistema insurtech da América Latina - Dezembro '24

Este ano, foi realizada a primeira edição do AIP Awards, um evento que reconhece a inovação no ecossistema insurtech de toda a América Latina. A grande vencedora foi Medismart.live, destacando-se como a melhor insurtech entre as 10 finalistas. Agora, o que poderia ser melhor do que me reunir com Antonio Lira, CEO e Fundador da Medismart, para saber mais sobre essa insurtech de destaque?

Medismart é um ecossistema de saúde Digital-First que oferece uma ampla gama de soluções integradas para atender tanto à saúde mental quanto física. Desde a prevenção e o bem-estar até o manejo de doenças crônicas, passando pela gestão integral das doenças, oferece uma experiência completa por meio de consultas, medicamentos, exames e ferramentas tecnológicas inovadoras.

Seu foco é ser uma "solução integral em um só lugar" (one-stop solution), atendendo todas as necessidades de saúde primária e bem-estar de seus clientes e usuários.

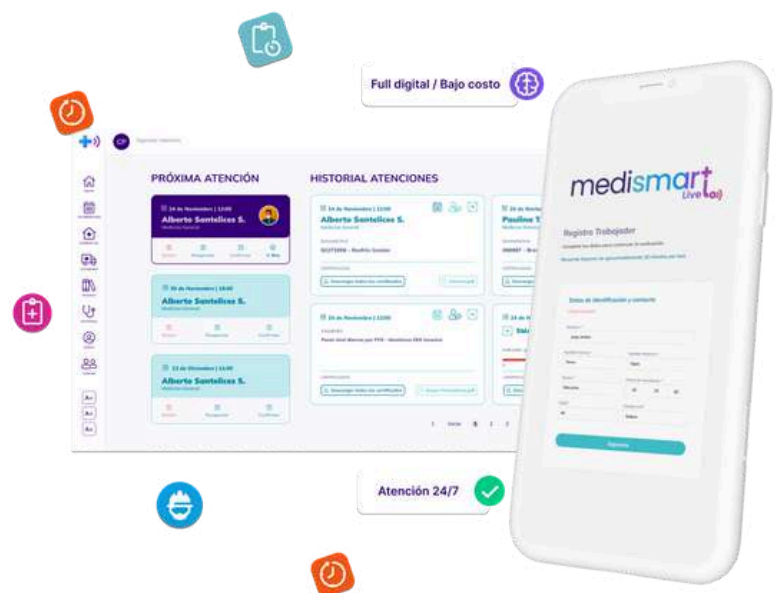
Buscam criar uma experiência única para cada cliente ao co-criar o percurso de saúde, o que impulsionou seu rápido crescimento nos sete países onde operam. Atualmente, já desenvolveram mais de 350 ecossistemas de saúde que atendem 10 milhões de usuários. Seus principais clientes são seguradoras e grandes pagadores com bases de usuários amplas, interessados em oferecer mais valor em serviços de saúde.

medismart  
Live (o)

Os desafios da região, como os altos custos diretos, a baixa cobertura e as dificuldades de acesso, encontram soluções eficazes por meio dos ecossistemas integrados da Medismart, o que tem sido chave para seu sucesso em toda a América Latina.

Eles se orgulham de ter alcançado, até o momento, mais de 1 milhão de serviços de saúde entregues. Atualmente, gerenciam mais de 50 mil consultas por mês e 300 mil interações em sua plataforma, números que refletem a alta atração que geram. Além disso, esse sucesso é validado com um impressionante NPS de 88 pontos, que demonstra o nível de satisfação e o valor que os usuários percebem em suas soluções. A equipe desenvolveu um ecossistema integral de saúde e bem-estar que distribuem por meio de parceiros estratégicos, oferecendo serviços que cobrem de forma completa (360°) as necessidades de saúde, além do que seus planos habituais incluem. Sua estratégia, focada 100% em modelos B2B e B2B2C, tem sido fundamental para seu crescimento, e Antonio garante que não planejam desviar desse foco no curto prazo.

O movimento em direção ao bem-estar tem ganhado impulso, mas ainda assim são poucas as soluções que geram um impacto significativo e sustentável. Além disso, o compromisso a longo prazo dos clientes com essas aplicações tende a ser baixo. Sobre esse ponto, Antonio explica que está amplamente demonstrado globalmente que incentivar o bem-estar traz economias significativas em saúde para os pagadores a longo prazo. Por isso, acredita que não se trata apenas de uma tendência passageira. Na Medismart, estão convencidos de que, com um bom acompanhamento dos pacientes e garantindo seu bem-estar mental e físico, essa será uma prática que continuará crescendo, beneficiando os usuários finais e os pagadores.



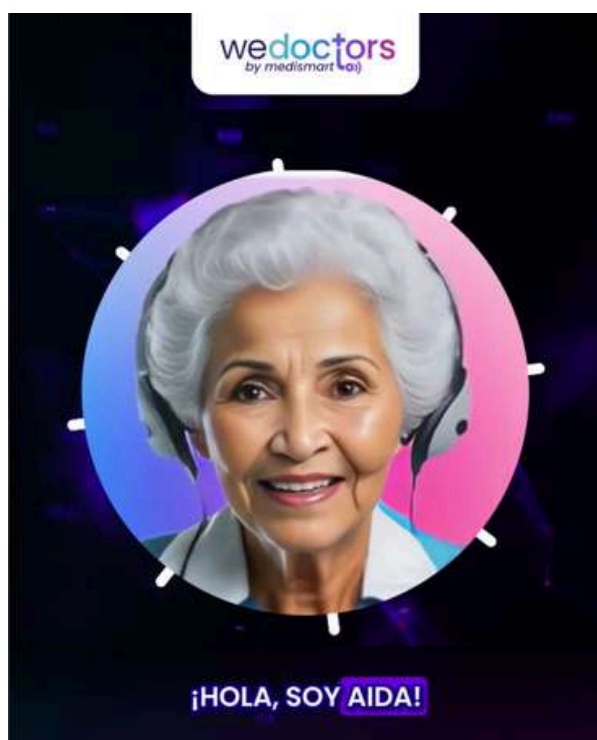


Como parte de sua estratégia de crescimento, ele me conta sobre a fusão com a insurtech chilena Teledoc. "A complementariedade das equipes foi a razão chave para nos unirmos. Hoje operamos sob a bandeira da Medismart como uma empresa renovada, com uma cultura fortalecida que nos deixa extremamente satisfeitos", comenta. Embora o processo tenha trazido desafios, Antonio garante que conseguiram superá-los com sucesso e agora contam com uma equipe reforçada, que ele qualifica como "a melhor em saúde digital de toda a América Latina". Atualmente, estão presentes em 87 países. Chile, Colômbia e México sempre foram seus eixos centrais de crescimento e recentemente chegaram à América Central com um modelo de negócios totalmente inovador, que certamente será notícia nos próximos meses.

No Peru, Equador e Bolívia estão totalmente estabelecidos, mas sem uma equipe comercial, tendo desenvolvido suas operações acompanhando o crescimento e expansão de seus clientes e parceiros comerciais, o que os deixa muito felizes.

Agora, irão se concentrar em aprofundar suas soluções onde já estão e, por enquanto, não abrirão mais países, o que obviamente trará desafios muito interessantes, como sua ambição de multiplicar seu crescimento por dez, consolidando-se como líder indiscutível em saúde para a indústria seguradora dentro de cinco anos. Em cada um dos países onde operam, aspiram cobrir 50 milhões de usuários ou mais, e estão convencidos de que estão no caminho certo para alcançar esse objetivo.

Suas inovações são numerosas e reconhecidas na indústria. Foram premiadas diversas vezes por sua capacidade de inovação, e em particular, estão muito entusiasmados com o lançamento de Aida, seu concierge digital. Por meio de um modelo de LLM (Large Language Model) aplicado à saúde, Aida não só melhorará suas habilidades dentro da plataforma, mas também se tornará muito mais resolutiva em uma ampla gama de áreas de saúde e bem-estar. Segundo Antonio, Aida será uma das inovações mais destacadas de 2025 no setor de saúde na América Latina! Uau, já quero saber mais!



Para concluir nossa conversa, aproveitei a oportunidade para parabenizá-los pelo merecido reconhecimento recebido no AIP Awards, uma premiação que destaca a inovação no ecossistema insurtech de toda a América Latina, criada pela Aliança Insurtech Panamericana. Antonio expressou que foi "uma ocasião extraordinária, onde as melhores práticas da indústria são compartilhadas e visibilizadas para todos. Estamos convencidos de que continuará crescendo e atraindo mais atores-chave da indústria."





## Nimbloo, inteligência artificial no mundo da inspeção - Janeiro 2025

A experiência do cliente no momento do sinistro está mudando rapidamente. No ITC Vegas, tive a oportunidade de me reunir com Moisés Santana, CEO da Nimbloo, e trocar ideias sobre o impacto da inteligência artificial no setor.

Desde sua fundação em 2022, a Nimbloo se posicionou como uma AutoTech inovadora que utiliza inteligência artificial para transformar processos de inspeção e análise no setor automotivo. Sua tecnologia, baseada em 14 APIs patenteadas, extrai, padroniza e enriquece dados de imagens de veículos, resolvendo problemas operacionais como ineficiência, falta de precisão e gargalos em processos rotineiros. Essas soluções não só automatizam tarefas, mas também geram insights estratégicos que permitem às empresas tomar decisões informadas e escalar suas operações.

A Nimbloo desenvolveu mais de 30 algoritmos especializados que analisam imagens em uma média de 20 segundos, com precisão superior a 95%. Sua IA processa mais de um milhão de imagens mensais para clientes no Brasil e mercados internacionais. Essa capacidade permitiu à empresa alcançar métricas impressionantes, como uma redução de 95% no tempo de emissão de apólices e um aumento de 80% na capacidade produtiva dos processos de inspeção prévia e gestão de sinistros. Além disso, sua solução mantém uma taxa de churn de 0% e um NPS mínimo de 92, o que reflete a satisfação e confiança de seus clientes.





O desenvolvimento de sua inteligência artificial não foi isento de desafios. Durante quatro anos de trabalho em laboratório, o modelo evoluiu de realizar tarefas básicas de detecção visual para identificar variáveis complexas, como padrões de danos e tipos de veículos. Hoje, sua tecnologia combina análise robusta com adaptabilidade, respondendo às necessidades específicas de cada cliente e contexto.

Embora tecnologias emergentes, como os modelos de linguagem natural e IA generativa, não estejam integradas diretamente em seu modelo principal, a Nimbloo as utiliza estrategicamente para otimizar processos analíticos e realizar simulações de risco. Essas ferramentas permitiram reduzir em 30% o tempo de análise de relatórios e melhorar a experiência do cliente final. Essa abordagem garante que as inovações tecnológicas sejam aplicadas de forma precisa e segura, sempre respeitando as necessidades do setor segurador.

Na América Latina, a Nimbloo encontrou tanto desafios quanto oportunidades. Fatores como a diversidade regulatória, a resistência à mudança organizacional e a falta de maturidade digital representam obstáculos, mas também impulsionaram a empresa a desenvolver soluções altamente adaptáveis.

Por exemplo, trabalharam com empresas como Loovi, uma seguradora digital que automatizou completamente seus processos de subscrição e aprovação utilizando a tecnologia da Nimbloo; AutoAvaliar, uma multinacional especializada na compra e venda de veículos B2B, que usa a solução para avaliar veículos no México, Portugal e Brasil; e Carglass, líder em serviços de reparo e substituição de para-brisas, que integrou IA para decidir automaticamente se um vidro deve ser reparado ou substituído.

A expansão internacional é uma prioridade estratégica para a Nimbloo. Após sua participação no ITC Vegas 2024, retornaram com uma agenda cheia de novas parcerias e potenciais clientes em mercados chave como Estados Unidos, Europa e Latam. Nestes mercados, sua tecnologia se destaca por ser altamente personalizável, facilmente integrável com sistemas legados e validada regularmente por especialistas do setor automotivo. Os Estados Unidos, com seu enfoque maduro em dados e inteligência artificial, representam uma oportunidade sem precedentes, embora também tragam desafios devido ao seu tamanho e diversidade. Na Europa, as parcerias com fornecedores tecnológicos estão gerando interesse significativo, enquanto na América Latina, mercados como Brasil e México oferecem um terreno fértil para a implementação de soluções avançadas.



Moisés Santana também destacou o potencial do Open Insurance para transformar o setor. Com acesso a dados detalhados sobre sinistros e apólices, sua tecnologia poderia enriquecer as análises de imagens cruzando informações históricas, melhorando a avaliação de riscos e permitindo a criação de apólices personalizadas baseadas no estado real dos veículos.

Em resumo, a Nimbloo está redefinindo a maneira como os processos de inspeção e análise são gerenciados no setor segurador. Com uma visão estratégica, um foco em resultados tangíveis e tecnologia de ponta, está preparada para liderar a transformação digital na América Latina e além.



# VII. WHITEPAPER OPEN INSURANCE

*E se falarmos de negócios  
agora?*

***Supported by AIP***

# OPEN INSURANCE: E SE FALARMOS DE NEGÓCIOS AGORA?

## INTRODUÇÃO

Europa, Brasil, México, Colômbia, Chile... O trem-bala do Open Insurance está acelerando.

De forma simples, o Open Insurance é uma regulamentação que visa dar aos segurados total controle sobre seus dados, permitindo que sejam os "donos de suas informações" e decidam livremente com quem compartilhá-las.

Consequentemente, as entidades reguladas são obrigadas a respeitar e implementar essa decisão. O papel da regulamentação é fundamental para definir o escopo e, acima de tudo, garantir a implementação de uma nomenclatura apropriada e padrões de API.

Até agora, o Open Insurance tem sido definido em termos de Regulação ou Tecnologia, e raramente discutido em termos de Negócios. Em outras palavras, não é exatamente glamoroso.

- **“Regulação”** porque, por definição, é o regulador quem está impondo essa nova estrutura para construir a proteção do futuro.
- **“Tecnologia”** porque estamos falando de padrões de API e que os consultores veem uma grande oportunidade de negócios... para eles mesmos.

Pesquisar artigos sobre Open Insurance mostra que eles discutem a importância do desenvolvimento de APIs ou os conceitos de ecossistemas e conexões com terceiros.

Isso é interessante, mas não parece abordar a questão principal, uma vez que a maioria das seguradoras está desenvolvendo suas APIs, criando ecossistemas e interagindo com startups - mesmo nos últimos cinco anos. Agora, a pergunta é: **“Se os clientes querem compartilhar seus dados com o mercado, isso agregará valor ao setor de seguros, ou se tornará apenas uma guerra de preços com os mesmos clientes e produtos?”**

Do ponto de vista do cliente, o mundo dos Dados Abertos e do Open Insurance é, sem dúvida, uma grande oportunidade, pois permitirá que eles tenham o direito de compartilhar suas informações com terceiros em tempo real, sem custo e com um clique (condições, coberturas, oportunidades), permitindo que compreendam completamente suas coberturas, comparem preços e coberturas, e recebam melhores preços e orientações. Em outras palavras, uma simplificação do seguro que os surpreenderá... e isso, com um clique e o consentimento do cliente. Agora, do ponto de vista das seguradoras, o Open Insurance poderia significar hoje: investimento em tecnologia para



cumprir com as regulamentações, levando ao aumento da concorrência e, portanto, à redução das margens. Nesse contexto, quem gostaria de ser proativo? Isso é o que se ouve em particular. Segundo a Minsait, uma consultoria especializada em Open Insurance, apenas 10% estão familiarizados com possíveis casos de uso, limitando a visibilidade do potencial na legislação.

Até agora, o setor de seguros que costumava dizer, “temos uma tonelada de dados,” agora está recebendo a mensagem dos reguladores de que “esses dados não são seus; pertencem aos seus segurados, que têm o direito e nenhum custo para enviá-los aos seus concorrentes.”

O objetivo deste white paper é que todos que trabalham no setor de seguros sonhem e co-constroam a proteção do futuro com base em novos modelos de negócios, novos produtos e canais de distribuição: esta é uma oportunidade como nenhuma outra.

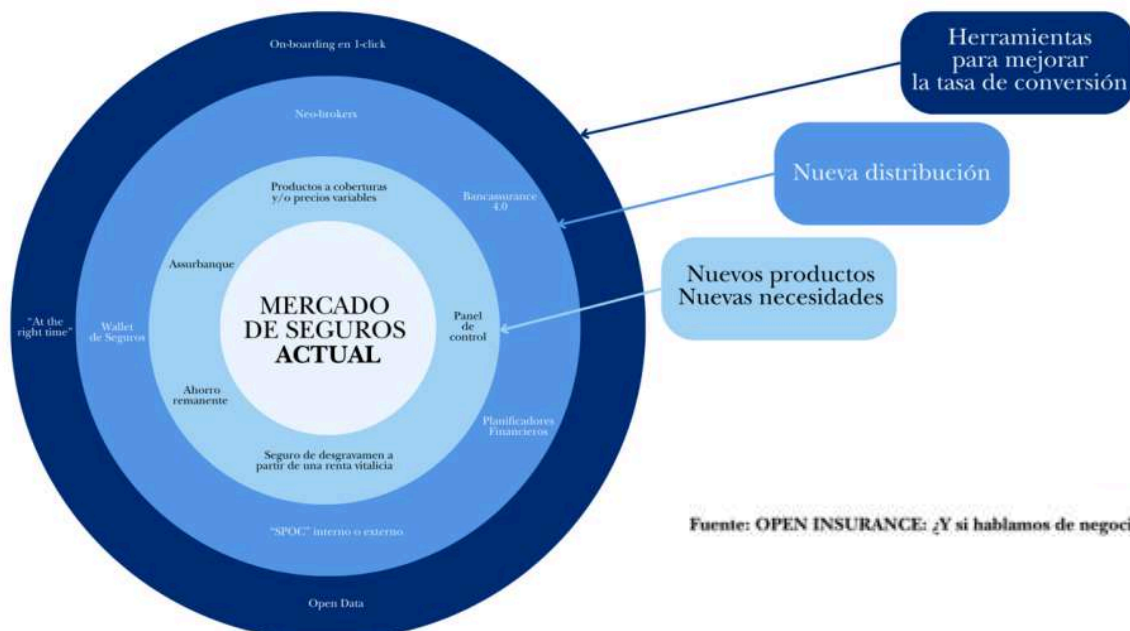
A convite é para que todos os participantes do ecossistema se engajem ativamente na discussão. Este white paper visa fomentar e direcionar o diálogo para casos de uso que gerem o maior impacto econômico. O argumento, presente desde o início, é que a implementação dessas iniciativas é inevitável e é responsabilidade do ecossistema de seguros garantir que se tornem a chave para impulsionar um crescimento acelerado, em vez de um retrocesso.

Este white paper não descreve as contribuições do Open Insurance em termos de detecção de fraudes, melhoria da experiência do cliente, subscrição ou tempos de liquidação (por exemplo, no caso de falecimento). O objetivo deste artigo é focar no “Open Insurance para aumentar a

penetração de seguros e melhorar a proteção dos latino-americanos, o que é essencial para o crescimento econômico e social.”

Os reguladores, sob pressão dos consumidores e graças à tecnologia, estão projetando uma estrutura com uma visão centrada no cliente, o que é oportuno. Cabe a nós, o setor de seguros, abraçar a mudança e criar novas oportunidades: vamos sonhar!!

Primeiro, o artigo foca no lado do produto. Em segundo lugar, apresenta exemplos de novos canais de distribuição que devem surgir ou ser fortalecidos. Finalmente, analisa como a conversão no processo de vendas deve melhorar significativamente.



## 1 O Open Insurance permite a criação de novos produtos

### ✓ Painel: A Oportunidade de Complementar a Cobertura do Cliente

Imagine que, com apenas um clique, o cliente permite que seu provedor de seguros X acesse a totalidade de seus produtos de seguro. Do lado do cliente, isso permitiria que, dentro de seu aplicativo ou site, ele tivesse uma visão abrangente de seus produtos com várias seguradoras. O cliente também poderia analisar os custos incorridos a cada mês.

**Estratégia de Upselling:** Como a seguradora X, com base nas informações do painel, seria possível propor coberturas complementares que o cliente não possui atualmente. Por exemplo, se for detectado que, para seu seguro residencial, em caso de incêndio, o valor segurado é limitado ao saldo do empréstimo, e, portanto, o cliente está sub-segurado, a seguradora X poderia propor um novo nível de cobertura (semelhante ao que uma resseguradora faria) até o valor de reposição da casa.

**Estratégia de Cross-Selling:** Como seguradora X, sabendo das coberturas que o cliente possui, seria possível realizar uma ação para complementar as coberturas. Por exemplo, se o cliente tem um seguro de saúde para sua família (cônjuge e dois filhos), então seria uma oportunidade para personalizar uma oferta de aluguel para a educação dos dois filhos.

**Estratégia de Preços Agressiva:** Como seguradora X, se for detectado que o cliente possui um seguro de carro a um preço mais alto do que o que está sendo cotado, além de conhecer o histórico exato de sinistros do cliente, poderia ser proposto transferir o produto da seguradora Y para a seguradora X. No entanto, deve-se ter cuidado com esse tipo de estratégia, pois isso poderia gerar uma guerra de preços e, conseqüentemente, uma redução nas margens sem melhorar a situação do segurado.



Claro, esse conceito de painel pode ser estendido a PMEs (que estão sub-seguradas na América Latina) e/ou empresas. Esse valor agregado poderia ser muito importante e, acima de tudo, permitir a proposta de coberturas adequadas para PMEs.

Esse produto de painel apresenta uma oportunidade, tanto em termos de produto quanto de canal. De fato, como seguradora X, é uma oportunidade de desenvolver produtos e soluções diretamente, sem intermediários. Para especialistas em bancassurance com grandes bases de clientes, é uma oportunidade significativa. No entanto, a seguradora poderia escolher outra estratégia, sempre designando um intermediário de confiança para garantir que seu cliente seja aconselhado em todos os momentos.

#### ✓ **Assurbanque: Incluindo Produtos Financeiros ou Não Financeiros no App de Seguros**

Uma vez que a seguradora participa do ecossistema de Open Finance e propõe um painel (veja 'Painel'), há uma oportunidade de oferecer outros produtos de terceiros, como

empréstimos ou investimentos, complementando assim seu papel de concierge. Assim como surgiu o bancassurance (bancos entrando no setor de seguros), surgirá a oportunidade de desenvolver assurbanque (seguradoras entrando no setor bancário). Claro, não apenas produtos bancários e bancários poderiam ser incluídos. Produtos de saúde e despesas médicas também podem ser imaginados em países onde o regulador de saúde é independente do regulador de seguros. Ou seja, a seguradora de confiança pode se tornar o concierge confiável.

#### ✓ **Poupanças Residual ou Comportamentais e Micro-Pagamentos**

Dentro do marco do Open Finance, poderia-se imaginar que, para cada pagamento, um percentual mínimo e/ou os centavos necessários para atingir 1 USD poderiam ser alocados a uma apólice de seguro de vida com poupança, por exemplo, ou a uma apólice de aluguel para educação com aquisição progressiva do valor segurado. Esse tipo de produto já existe, como no caso do Snack by Income em Singapura.

No entanto, poderia ser estendido a múltiplos métodos de pagamento e, eventualmente, personalizado de acordo com o tipo de pagamento (por exemplo, se um café for comprado, que é um valor mínimo, não transferiria para a seguradora, mas se uma compra significativa for feita no supermercado, transferiria).

A diferença significativa é que, com apenas um clique, a seguradora poderia conhecer todos os métodos de pagamento do cliente e, portanto, organizar pagamentos de vários desses. Por exemplo, nesse sentido, o produto Cling\_Cling da Caser na Espanha é interessante.

### ✓ Produtos com Cobertura e/ou Preços Variáveis

A integração de dados de várias fontes nanceiras e não nanceiras permitiria a avaliação de risco em tempo real, possibilitando a criação, dependendo das possibilidades regulatórias, de produtos com cobertura e/ou preços variáveis. Por exemplo, para uma seguradora de saúde, se um cliente passar por testes exaustivos para obter um empréstimo e os resultados

forem favoráveis, poderia ser uma oportunidade para aumentar o valor segurado mantendo o mesmo prêmio. Por outro lado, se um cliente investir em um sistema de alarme para casa, como indicado por uma compra feita através de seu cartão de crédito, poderia ser uma oportunidade para reduzir automaticamente o prêmio de seu seguro residencial.



### ✓ Proteção de Empréstimos de uma Renda Vitalícia

Uma seguradora poderia propor ao seu cliente que está recebendo uma pensão de outra entidade nanceira e possui um produto de renda vitalícia um empréstimo com seguro de proteção ao empréstimo, onde o pagamento mensal é descontado da pensão (o modelo 'Empréstimo de Apólice').

Além de oferecer um empréstimo através de uma entidade nanceira dentro do ecossistema e um seguro de proteção ao empréstimo, a seguradora poderia sugerir que parte do empréstimo fosse alocada para a compra de seguro de saúde para idosos.

## 2 Open Insurance é a oportunidade de repensar a distribuição

### ✓ Carteira de Seguros

Assim como hoje temos uma carteira digital para pagamentos, o Open Insurance permitirá que um terceiro crie uma carteira de seguros sem custo e com um único clique (ou seja, com o consentimento do cliente). Nessa carteira, os beneficiários de todas as apólices de seguro podem ser facilmente alterados, os pagamentos podem ser realizados e uma visão abrangente das coberturas pode ser obtida.

Claro, a empresa que oferece essa carteira pode assumir o papel de consultor, recomendando novos produtos, ampliando coberturas e otimizando os preços pagos.

Essa empresa pode ser um corretor ou não, dependendo das regulamentações de cada país. Do ponto de vista da seguradora, será possível trabalhar e desenvolver um novo canal de distribuição: carteiras digitais.

Do ponto de vista dos intermediários atuais, será bastante natural se tornarem a carteira de seus clientes, visando fornecer uma visão abrangente deles. A tecnologia permitirá que os intermediários aprimorem seu trabalho atual. No entanto, é provável que esse canal de carteira também seja desenvolvido por novos players que obterão as aprovações regulatórias necessárias.

### ✓ Neo-corretor

Esta categoria poderia ser unificada com a categoria "Carteira de Seguros", mas queremos destacar a entrada de novos players. Até agora, para um intermediário, o maior desafio era adquirir um cliente, gerar algum nível de confiança e trocar informações com o prospecto para realizar um processo de vendas.

Com o Open Insurance, a parte de "trocar informações" pode ser eliminada, já que um novo

corretor (ou intermediário) pode obter as informações do cliente e aconselhá-lo diretamente com um único clique. Esses novos players serão muito relevantes em sua estratégia de canal de distribuição.

#### ✓ “SPOC” Interno ou Externo

No Brasil, o regulador SUSEP definiu um 'SPOC' (Ponto Único de Contato para Processamento de Pedidos de Clientes) como um ponto de contato único que instituições financeiras e de seguros devem estabelecer para facilitar a comunicação e a troca de dados com outras entidades autorizadas e consumidores. Esse SPOC atua como uma interface centralizada através da qual todos os pedidos e transmissões de informações relacionadas ao Open Insurance são canalizados. Em outras palavras, seja interno ou externo, é provável que cada país implemente um 'SPOC' que servirá como um "Ponto Único de Contato" e responderá aos requisitos regulatórios, particularmente em relação à proteção de dados.

Esses novos SPOCs serão fundamentais para acelerar as vendas através de novos canais de distribuição, pois não serão

úteis apenas para participar do modelo Open Insurance e cumprir regulamentos, mas também servirão como o "novo braço" que cada seguradora pode usar para desenvolver modelos de distribuição B2B2C (bancos, empresas financeiras, varejistas, techs, e-commerce, automotivo, utilidades, etc.). Para todas as seguradoras que têm um canal de intermediários, esta é uma oportunidade de entrar em novos canais de distribuição e se tornar "Insurtech-as-a-Service."

#### ✓ Bancassurance 4.0

Os bancos terão que atender aos clientes no mundo do Open Insurance. Portanto, cada executivo de vendas em bancos (e outros canais B2B2C) terá a oportunidade, com um único clique, de acessar todo o portfólio de seguros de seus clientes e propor a melhor solução possível (veja 'neo-corretor' e 'carteira' para contexto).

No entanto, os bancos tendem a ter contratos de longo prazo e/ou exclusivos com um segurador específico, o que traz o risco de que "a melhor solução possível" pode não ser oferecida por esse segurador exclusivo.

Portanto, é provável que surjam oportunidades para outras seguradoras proporem seus produtos e oferecer alternativas aos executivos de vendas bancárias, além dos contratos exclusivos. O Open Insurance pode ser um divisor de águas no Bancassurance, particularmente no contexto de contratos exclusivos de longo prazo, pois abrirá as portas para novos players entrarem na distribuição através de bancos.

### ✓ Planejadores Financeiros

Até agora, os planejadores financeiros se concentraram principalmente na gestão de recursos financeiros (receitas e despesas) e, eventualmente, na gestão de ativos (como investir e onde?). Com o mundo do Open Insurance e Open Finance, será possível acompanhar os clientes ao longo de suas vidas, tanto na gestão de sua saúde financeira quanto na otimização de recursos financeiros e não financeiros, mas, acima de tudo, na mitigação de riscos por meio da inclusão de seguros.

Um usuário poderia automatizar a alocação de uma parte de suas economias para produtos de

seguro de aposentadoria, ajustados dinamicamente com base em suas metas financeiras gerais. O Open Insurance permite a criação de ecossistemas onde serviços financeiros e de seguros estão totalmente integrados, oferecendo uma experiência de usuário contínua na qual a gestão de seguros está integrada a outros serviços financeiros, como economia, investimentos ou gestão de dívidas.

Esses players começarão a emergir. Claro, o Planejador Financeiro também poderia ser um produto oferecido pelas seguradoras (por exemplo: seguradoras de vida e pensões).



### 3 Open Insurance permite melhores taxas de conversão

#### ✓ Onboarding em 1 Clique

Uma das principais razões para as baixas taxas de conversão é um processo de subscrição lento e complexo. Como resultado, o cliente perde a emoção positiva no momento da compra (“Vou me proteger de riscos potenciais e viver com mais tranquilidade”) e a substitui por uma emoção negativa (“Estão me pedindo exames de saúde complexos, perco um dia de trabalho para o processo, já forneci meus dados KYC ou Sarla, então não tenho tempo para comprar um seguro”).

Com Open Data, pode-se imaginar obter, com um único clique e com o consentimento do cliente, todos os exames de saúde realizados, por exemplo, ao solicitar um empréstimo hipotecário. Isso permitiria a oferta de seguros de saúde (catastrócos, doenças críticas, oncologia e os vários nomes utilizados em diferentes países) com altos níveis de cobertura. Da mesma forma, dependendo do país e das regulamentações, é

provável que todos os processos de KYC (ou Sarla na Colômbia) possam ser simplificados... em um único clique.

Em resumo, assim como é feito hoje na Europa, a integração do método de pagamento dentro do processo de vendas do segurador e/ou intermediário poderia ser realizada em 1 clique.

#### ✓ "No Momento Certo": O Produto de Benefício por Falecimento é uma Oportunidade para Outros

Uma oportunidade significativa surge quando o segurador paga a indenização em caso de morte, por exemplo. Nesse momento, um terceiro, "o beneficiário", recebe um ativo para investir ou gastar.

No caso do segurador X, se ele souber que o segurador Y concedeu uma quantia de dinheiro à pessoa Z, há uma grande oportunidade de oferecer produtos de seguro de investimento (por exemplo, seguro de vida com savings) ou produtos de risco para uma parte razoável desse valor. Além disso, o beneficiário, neste caso, é mais propenso a adquirir um seguro, pois está indiretamente conectado ao conceito de risco.

Claro, no caso de indenização, sempre há a oportunidade de vender seguros adicionais, embora neste caso, é provável que o beneficiário seja a mesma pessoa segurada.

### ✓ **Open Data: Dados Bancários Disponíveis**

O sonho de todo segurador é ter acesso a dados em tempo real para otimizar seus processos de subscrição e alcançar a hiperpersonalização dos seguros. Por exemplo, essa é uma das barreiras no ecossistema de bancassurance, onde os bancos costumam ser relutantes em compartilhar dados com seguradoras.

Com o mundo do Open Finance e Open Insurance, os dados bancários estarão disponíveis com um único clique do cliente, permitindo taxas de conversão melhoradas através de produtos hiperpersonalizados. Além dos dados bancários, podemos imaginar um futuro onde dados de saúde coletados por telefones celulares, assim como qualquer outra informação que o segurado decida compartilhar, também sejam utilizados. Isso permitirá uma subscrição mais precisa e o

desenvolvimento de produtos inovadores que ainda não existem no mercado.

## CONCLUSIÓN

Este artigo não pretende ser exaustivo, mas sim iniciar uma primeira etapa na imaginação do novo mundo proposto pelo Open Insurance e na co-construção da proteção de seguros para melhorar a inclusão no setor.

O potencial para novos produtos, canais de distribuição e melhorias nos processos de conversão é significativo. Portanto, a regulamentação do Open Insurance pode contribuir para alcançar esse objetivo.





O risco para o setor de seguros não reside na regulamentação do Open Insurance, que já está na agenda regulatória global. O verdadeiro risco está em um Open Insurance limitado. Em outras palavras, se a quantidade de informações compartilhadas for insuficiente, o setor poderá enfrentar o custo de investir em tecnologia e se adaptar às regulamentações sem perceber os benefícios potenciais que essas inovações podem oferecer.

O convite nal é construir um mundo com uma abordagem mais aberta ao Open Insurance por meio da colaboração ativa entre todas as partes interessadas e reguladores. Este white paper visa não apenas estimular a discussão, mas também guiá-la em direção a casos de uso que gerem um impacto econômico significativo. A mensagem é clara: a implementação dessas iniciativas é inevitável, e cabe a nós, como ecossistema de seguros, trabalharmos juntos para garantir que se tornem um motor de crescimento acelerado, em vez de um obstáculo.

Supported by  AIP

**Digital**  
**insurance**  
LATAM

**MUITO OBRIGADO  
PELO APOIO!**

**AGRADECEMOS A DIFUSÃO**

---

**Gostaria de ser patrocinador?**

Entre em contato conosco em:  
**[marketing@digitalinsurance.lat](mailto:marketing@digitalinsurance.lat)**