

Alianza
Insurtech
Panamericana



SEGURO CONECTADO EM AUTOS E FROTAS: EVOLUÇÃO GLOBAL E PERSPECTIVAS NA AMÉRICA LATINA

Evolução Global e
Perspectivas na América
Latina





SEGURO CONECTADO EM AUTOS E FROTAS

Evolução Global e Perspectivas na América Latina

INDICE

**Evolución Global del Seguro
Conectado en Seguros de Auto**

6

**Seguro Conectado en LATAM:
Antecedentes y Estado Actual**

10

**De Productos de
Nicho a Integración Transversal**

13

**Impacto Comprobado: Fraude,
Siniestralidad y Resultados**

15

**Aplicaciones Prácticas,
Engagement y Fidelización**

3

**Hacia la Fidelización y el
Engagement: Más Allá del Siniestro**

3

**Perspectivas: LATAM ante la
Aceleración Digital y Fintech**

3

**Conclusiones y próximos pasos
para aseguradoras en LATAM**

3



SEGURO CONECTADO EM AUTOS E FROTAS



Objetivo e Público-Alvo

- Executivos e equipes técnicas de seguradoras de autos e frotas em toda a América Latina.
- Líderes das áreas de inovação, dados & analytics e canais digitais de distribuição.
- Reguladores e atores do ecossistema, incluindo corretores, insurtechs e associações do setor.



Seus objetivos são:

- Sensibilizar sobre o atual “momento global” do seguro conectado e o ponto de inflexão que ele representa para a América Latina.
- Demonstrar — por meio de evidências e estudos de caso concretos (Progressive, Discovery, SURA, insurtechs focadas em frotas) — seu impacto na frequência de sinistros, fraude, rentabilidade técnica, fidelização e experiência do cliente.
- Fomentar uma conversa pública regional, oferecendo uma visão analítica e prospectiva sobre como a telemática pode acelerar a inclusão securitária e melhorar a segurança viária.



SEGURO CONECTADO EM AUTOS E FROTAS

INTRODUÇÃO

A telemática veicular refere-se ao uso de dispositivos e sensores — como GPS, acelerômetros e sensores de smartphones — para coletar dados em tempo real sobre o comportamento de condução. No setor de seguros, essa tecnologia possibilitou o desenvolvimento de modelos de seguro baseados no uso e no comportamento (Usage-Based Insurance – UBI), nos quais os prêmios são ajustados de acordo com os quilômetros percorridos ou os hábitos de direção.

Por mais de uma década, os programas de telemática permaneceram em grande parte iniciativas de nicho. Nos últimos cinco anos, no entanto, ganharam tração exponencial em todo o mundo. Este white paper revisa a história e a evolução do seguro auto baseado em telemática em nível global — com foco na Europa e nos Estados Unidos — e sua adoção na América Latina.

Analisa casos emblemáticos tanto em veículos pessoais quanto em frotas comerciais, os resultados alcançados (redução de fraude, menos acidentes e menor custo), e o potencial da telemática para fortalecer a fidelização e o engajamento dos clientes. Por fim, explora as perspectivas para a América Latina, onde a penetração do seguro auto ainda é baixa, mas pode crescer significativamente à medida que essas tecnologias convergem com o avanço da inclusão digital na região.





VISÃO EXECUTIVA



Hugues Bertin, Presidente, AIP

"El seguro conectado sigue siendo, en muchos aspectos, una incógnita. Sabemos que tiene un impacto virtuoso tanto para los clientes como para las aseguradoras y, por extensión, para la sociedad en su conjunto, ya que la tecnología permite reducir la accidentabilidad, en particular integrando prevención o nuevas propuestas de valor.

Sin embargo, todavía está lejos de haber alcanzado su madurez.

¿Va a explotar? Es muy probable.

¿Cuándo? Esa es la gran pregunta.

En el caso de Auto, en los últimos años una proporción muy relevante de las nuevas pólizas en Estados Unidos ya integra soluciones de seguro conectado. En Vida, el caso de Vitality en Sudáfrica sigue siendo, con diferencia, la best practice de referencia a nivel global.

Por primera vez, la AIP pone a disposición de todo el ecosistema un white paper que ofrece una visión amplia, estructurada y optimista del seguro conectado en autos y flotas en América Latina.

Sin duda, en los próximos años, el auge de la inteligencia artificial acelerará fuertemente la adopción de los seguros conectados, no solo en auto y vida, sino también en hogar y en los riesgos industriales."





Nicolás Dujovne, Diretor de Produtos, Jooycar

O seguro conectado continua sendo, em muitos aspectos, uma incógnita. Sabemos que tem um impacto virtuoso tanto para os clientes quanto para as seguradoras e, por extensão, para a sociedade como um todo, já que a tecnologia permite reduzir a sinistralidade, especialmente ao integrar prevenção e novas propostas de valor.

No entanto, ainda está longe de ter alcançado sua maturidade.

Vai explodir? É muito provável. Quando? Essa é a grande pergunta. No caso de Auto, nos últimos anos uma proporção muito relevante das novas apólices nos Estados Unidos já integra soluções de seguro conectado. Em Vida, o caso Vitality, na África do Sul, continua sendo, de longe, a best practice de referência em nível global.



Pela primeira vez, a AIP coloca à disposição de todo o ecossistema um white paper que oferece uma visão ampla, estruturada e otimista do seguro conectado em autos e frotas na América Latina.

Sem dúvida, nos próximos anos, o avanço da inteligência artificial acelerará fortemente a adoção dos seguros conectados, não apenas em auto e vida, mas também em residencial e nos riscos industriais.



Gamificação:
A força motriz por trás da adoção de seguros conectados.

EVOLUÇÃO GLOBAL DA TELEMÁTICA NO SEGURO AUTO

Europa como Pioneira: o Caso Italiano

A adoção em massa do seguro auto baseado em telemática começou na Europa, com a Itália se destacando como mercado pioneiro. Há mais de uma década, seguradoras italianas passaram a instalar dispositivos “black box” nos veículos para combater a alta frequência de sinistros impulsionada por fraude e roubo, especialmente no sul do país.

Esse movimento foi impulsionado tanto pela indústria quanto pela ação regulatória. Em 2012, o governo introduziu o chamado “Decreto Monti” e, em 2017, aprovou a Lei 124/2017, que incentivou ativamente o uso da telemática no seguro auto, exigindo que as seguradoras arcassem com o custo dos dispositivos e oferecessem descontos nos prêmios aos segurados que os adotassem.

Os resultados foram contundentes. Em 2015, 16% dos veículos segurados na Itália já possuíam apólices baseadas em telemática. Atualmente, estima-se que mais de 25% da frota segurada esteja conectada. A Itália conta hoje com aproximadamente 8 milhões de apólices UBI ativas — cerca de 70% de todas as apólices UBI da Europa — tornando-se o mercado com maior penetração de telemática no mundo.

→ Itália em Números

- **Mais de 8 milhões de apólices UBI ativas.**
- **Aproximadamente 25% da frota segurada equipada com dispositivos black box (geralmente instalados próximos à bateria e utilizados para recuperação de veículos, análise de comportamento de condução, notificação de acidentes e reconstrução de sinistros).**
- **Queda de quase 40% no prêmio médio do seguro auto entre 2012 e 2024 (de €558 para €333).**

Graças à telemática, as seguradoras italianas melhoraram significativamente a detecção de fraudes, a eficiência na gestão de sinistros e o controle geral de custos. Segundo Matteo Carbone, um dos principais especialistas italianos em seguro conectado, a telemática aumentou a rentabilidade técnica por meio de uma seleção de risco mais refinada e menores custos de sinistros, permitindo que parte desse valor fosse repassada aos clientes na forma de prêmios mais baixos e serviços adicionais.

Em resumo, a Itália demonstrou que a telemática pode ser uma verdadeira solução ganha-ganha: reduz perdas técnicas, diminui prêmios para bons motoristas e melhora a segurança viária.

“A telemática deixou de ser um experimento para se tornar infraestrutura básica do ramo de seguro auto na Itália.”



ESTADOS UNIDOS: DA LIDERANÇA INICIAL DA PROGRESSIVE AO PONTO DE INFLEXÃO DA ÚLTIMA DÉCADA

Nos Estados Unidos, a telemática no seguro auto começou a se desenvolver 15 anos atrás. A Progressive foi uma pioneira com o dispositivo Snapshot no início da década de 2010, oferecendo descontos com base no comportamento de direção. Durante vários anos, a adoção avançou lentamente, limitada por preocupações dos consumidores com monitoramento e pela inconveniência da instalação de hardware dedicado nos veículos.

O ponto de virada ocorreu com a ampla adoção dos smartphones como principal plataforma de telemática. O uso do celular do próprio segurado — em vez de dispositivos dedicados — reduziu drasticamente custos e barreiras de entrada, permitindo que mais seguradoras lançassem programas UBI em escala.

Ao final de 2021, havia aproximadamente 12 milhões de apólices UBI ativas nos EUA, e a América do Norte se tornou o maior mercado de UBI do mundo, com mais de 13,4 milhões de apólices ativas. Hoje, praticamente todas as grandes seguradoras norte-americanas — incluindo State Farm, Allstate, GEICO e USAA — oferecem programas de telemática baseados em aplicativos.

Um marco simbólico foi o reconhecimento público da GEICO — por meio de Ajit Jain, vice-presidente da Berkshire Hathaway — de que a empresa havia sido “tardia em perceber o valor da telemática” e que havia, na prática, “perdido o bonde”, sendo forçada a acelerar sua adoção para permanecer competitiva. Essa declaração consolidou a telemática como uma capacidade estratégica, e não mais como um experimento tático.

EXPANSÃO PARA A ÁSIA E OUTROS MERCADOS

No Reino Unido, o seguro auto baseado em telemática ganhou tração inicialmente entre motoristas jovens e de alto risco. Na África do Sul, o programa Vitality Drive, da Discovery, inovou ao oferecer recompensas na forma de vouchers de combustível e outros benefícios relacionados à mobilidade, com base no score de direção, em vez de descontos diretos no prêmio.

No Japão e em outros mercados asiáticos, a adoção da telemática se expandiu tanto em seguros de autos pessoais quanto em frotas, com alguns programas reportando reduções de sinistros próximas a 16%. Coreia do Sul, Índia e China também começaram a flexibilizar seus marcos regulatórios, abrindo espaço para uma adoção mais ampla e escalável.

Segundo estimativas da PTOLEMUS, o mercado global de UBI deve alcançar cerca de 180 milhões de veículos segurados até 2035. Essa projeção reflete expectativas de crescimento exponencial e posiciona a América Latina como a região com maior potencial de crescimento no mundo.

Embora os mercados avancem em ritmos distintos, a trajetória global é clara: após quase 15 anos de maturação gradual, a telemática no seguro auto entrou em uma fase de crescimento acelerado, impulsionada por:

- Queda nos custos tecnológicos.
- Propostas de valor centradas no cliente.
- Evidências empíricas robustas de redução de sinistros, menor fraude e maior retenção de clientes.



TELEMÁTICA NA AMÉRICA LATINA: CONTEXTO E SITUAÇÃO ATUAL

Na América Latina, a adoção do seguro auto baseado em telemática tem sido mais lenta e permanece atrás dos Estados Unidos e da Europa. Ainda assim, a região oferece precedentes relevantes e importantes aprendizados.

Chile: O Primeiro Programa UBI da Região e um Laboratório de Pay-Per-Use

O primeiro programa UBI da América Latina foi lançado no Chile. Em 2017, a Seguros SURA introduziu o Seguro x KM, o primeiro produto de seguro auto baseado em telemática da região, com prêmios calculados diretamente de acordo com os quilômetros rodados. Os segurados pagavam uma taxa fixa mensal mais um valor variável por quilômetro, monitorado por um dispositivo OBD que registrava a quilometragem do veículo.

A pandemia de COVID-19 — marcada pela redução do uso dos veículos e maior sensibilidade a custos — criou condições ideais para a adoção. O Seguro x KM foi bem recebido, e o Chile se tornou um dos poucos mercados da região com um portfólio UBI implementado em escala e com resultados atuariais positivos.

México: Lições de um Piloto Precoce

No México, a AIG Seguros lançou em 2017 o Seguro de Auto por Kilômetro, em parceria com a insurtech local SXKM. O produto oferecia pacotes pré-pagos de quilômetros, cobertura contra roubo sem franquia e recompensas para bons motoristas.

Apesar do grande mercado potencial e da baixa penetração de seguros, o programa não conseguiu escalar e acabou sendo descontinuado. Entre os principais fatores estavam a baixa conscientização dos consumidores, a complexidade operacional relacionada à instalação de dispositivos e gestão de dados, uma proposta de valor que não ressoou plenamente com o mercado de massa e tensões

com o canal de distribuição. Quando intermediários percebem prêmios mais baixos sem benefícios adicionais claros — e maior complexidade para explicar o produto —, seu engajamento tende a diminuir.

Ainda assim, a experiência acelerou o aprendizado regional sobre as barreiras à adoção da telemática na América Latina.

Brasil e Outros Mercados: Experiências Parciais com Foco em Segurança

No Brasil, a Porto Seguro lançou há mais de uma década o programa Trânsito+Gentil. A iniciativa, baseada em um aplicativo que recompensava a condução gentil, não ajustava dinamicamente os prêmios, mas ajudou a criar uma cultura de telemática e familiaridade com o monitoramento veicular, gerando descontos na renovação.

Na Colômbia, Peru e outros mercados, seguradoras testaram pilotos e lançaram programas pay-per-kilometer e baseados em aplicativos. Os resultados foram mistos, mas os aprendizados gerados têm sido valiosos para a região.

Da Primeira Onda (Hardware) à Segunda Onda (Mobile-First)

Até 2022, a adoção da telemática na América Latina foi impulsionada principalmente por modelos baseados em hardware — unidades GPS e dongles — que permitiram implementações de nicho, mas não geraram o crescimento exponencial observado em mercados mais maduros.

Essa dinâmica começou a mudar com a emergência de modelos mobile-first. Um marco importante foi o lançamento do aplicativo Movilidad SURA no Chile, em 2025, desenvolvido em parceria com a insurtech Jooycar e oferecido sem custo adicional a todos os clientes de seguro auto da SURA.

O aplicativo:

- Utiliza sensores do smartphone para avaliar o comportamento de direção.
- Oferece incentivos financeiros diretos (cashback) para condução segura.
- Inclui detecção automática de acidentes graves e assistência imediata.

O Movilidad SURA representa a primeira iniciativa de telemática mobile em escala massiva na América Latina a oferecer incentivos tangíveis, marcando um possível ponto de inflexão para a adoção regional.



América Latina: Onde Estamos Hoje

- **A penetração do seguro auto permanece baixa, abaixo de 30% em vários mercados.**
- **Existem iniciativas UBI bem-sucedidas, porém limitadas (Chile; programas isolados no Brasil, Colômbia, Peru, México e Argentina).**
- **Está em curso uma clara transição de hardware dedicado para modelos baseados em aplicativos, mais escaláveis e eficientes em custos.**

De forma geral, a América Latina acumulou experiência e aprendizado relevantes, mas ainda não alcançou a adoção em massa. As condições atuais — aceleração da digitalização, pressão sobre a rentabilidade técnica, casos globais comprovados e propostas de valor adaptáveis — indicam que o “salto” regional está se aproximando.

SURA INSURANCE: O PRIMEIRO PROGRAMA DE SEGURO CONECTADO EM GRANDE ESCALA DA AMÉRICA LATINA

Um Programa de Mobilidade para Crescimento Sustentável

A Suramericana é uma empresa latino-americana com mais de 80 anos de experiência em seguros e gestão de riscos. Atua em sete países e atende mais de dois milhões de clientes no Chile. Classificada entre as cinco maiores seguradoras de automóveis do país, com mais de 100.000 veículos segurados, seu propósito é promover bem-estar sustentável e competitividade para pessoas e empresas.

Para isso, a companhia desenvolveu uma proposta de valor baseada em soluções multissegmento e multicanal, sustentada por um relacionamento sólido e de longo prazo com seus clientes ao longo de todo o ciclo de vida do negócio.

Nesse contexto, o lançamento do Programa de Mobilidade SURA representa um marco estratégico. O programa utiliza dados de condução para segmentar os perfis de risco dos segurados e desenhar produtos com preços justos e personalizados. Ao mesmo tempo, promove a direção responsável e recompensa, com benefícios tangíveis, aqueles que atingem metas e desafios definidos.

Em 2024, a SURA selecionou a parceria Jooycar para desenvolver um programa piloto aprofundado, que possibilitou a coleta de dados robustos para modelar tanto a proposta de valor quanto a futura experiência do cliente do Programa de Mobilidade SURA. Os resultados foram altamente positivos e, em maio de 2025, o programa foi oficialmente lançado no mercado, passando a estar disponível, sem custo adicional, para todos os clientes de seguro automóvel da SURA.

Citação Executiva – Sofia Frascaroli

Gerente de Clientes, Marketing e Transformação Digital, SURA Insurance

“Na SURA, estamos profundamente comprometidos com nossa estratégia de gerar bem-estar para a comunidade, apoiando as pessoas na adoção de hábitos de direção mais seguros e responsáveis. Junto com nossos parceiros Jooycar, desenvolvemos produtos e serviços inovadores que tornam esse propósito uma realidade. Nossa oferta de Seguro Conectado é composta por dois produtos únicos no mercado: o Seguro por Quilômetro Rodado, que prioriza a quantidade de quilômetros percorridos a cada mês entre outras variáveis, e o Programa de Mobilidade SURA, que recompensa os clientes de seguro automóvel da SURA com benefícios e descontos relevantes à medida que trabalham diariamente para se tornarem motoristas mais responsáveis.”



DE PRODUTOS DE NICHOS À INTEGRAÇÃO TRANSVERSAL NO PORTFÓLIO

Inicialmente, as seguradoras adotaram a telemática para criar produtos de nicho diferenciados:

- Pay As You Drive / Pay How You Drive: modelos iniciais focados na precificação atuarial com base na quilometragem ou no comportamento de condução, com interação mínima do usuário.
- Programas para jovens motoristas com prêmios muito elevados: esquemas desenhados principalmente para corrigir assimetrias de risco por meio da medição técnica do uso, e não para estimular engajamento.
- Apólices telemáticas com marca própria (Snapshot, Drivewise, etc.): iniciativas tratadas como produtos independentes, aplicando análises telemáticas a segmentos específicos, sem integração transversal ao portfólio como um todo.

Nessa fase, a telemática era essencialmente uma ferramenta atuarial e técnica, com baixo envolvimento do cliente e uma proposta de valor limitada ou pouco visível para os segurados.

Hoje, o setor avança em direção à integração transversal no portfólio:

- A Progressive incorporou a detecção de colisões em seu aplicativo para toda a base de clientes, e não apenas para participantes de UBI.
- A Allstate migrou de um programa independente para a integração direta das pontuações de direção nas apólices padrão de seguro automóvel.
- Na América Latina, o SURA Mobility segue a mesma lógica: um complemento gratuito vinculado a qualquer apólice de automóvel da SURA, e não um produto isolado.

A telemática está evoluindo de um “novo produto” para uma capacidade horizontal que sustenta:

- Marketing
- Experiência do usuário
- Uma abordagem mais holística, além das considerações puramente técnicas

Ela passa a viabilizar:

- Precificação mais precisa
- Uma experiência fluida e amigável, com benefícios claros
- Gestão de sinistros mais eficiente e automatizada
- Serviços proativos de prevenção e assistência

Citação em Destaque

“A telemática desempenha um papel muito importante no alinhamento dos prêmios ao risco real de cada segurado.”
(Berkshire Hathaway)

Olhando para o futuro, a visão é que o seguro automóvel seja oferecido como “telemática habilitada por padrão”, em que a conectividade do veículo se torne a norma, e não uma camada opcional. Os clientes poderão escolher quais dados compartilhar, mas a proposta de valor será construída sobre sensores e dados nativos do próprio veículo. A Tesla já opera nesse modelo, oferecendo precificação dinâmica com base em um Safety Score gerado pelo veículo, sem dispositivos externos. A McKinsey e outras consultorias projetam que essa integração nativa permitirá produtos mais precisos, redução de fraudes, melhoria da experiência do usuário e uma redução estrutural da frequência de sinistros por meio de análises avançadas e ADAS, consolidando um modelo de seguros mais eficiente, personalizado e de maior valor para todos os stakeholders.



IMPACTO COMPROVADO: FRAUDE, FREQUÊNCIA DE SINISTROS E RESULTADOS FINANCEIROS

Fraude e Sinistros

Os programas de telemática mostraram-se particularmente eficazes na redução de fraudes:

- Registros de velocidade, aceleração e horário ajudam a identificar inconsistências em relatos de acidentes.
- Dados telemáticos já foram aceitos como prova legal em processos judiciais (por exemplo, na Itália).
- Dispositivos antifurto e rastreamento por GPS inibem roubos e facilitam a recuperação de veículos.

O efeito líquido é uma redução material dos custos médios de seguro, refletida na queda dos prêmios médios em mercados como o italiano.

Frequência de Sinistros e Segurança Viária

Estudos da Cambridge Mobile Telematics e de outros players do setor indicam:

- Redução da distração ao volante, do excesso de velocidade e de frenagens bruscas entre usuários de UBI.
- Menor probabilidade de acidentes com feridos.
- Reduções de 10% a 20% na frequência de sinistros em programas bem executados (Discovery Vitality, programas de UBI para jovens na Espanha, entre outros).

Esses resultados combinam autoseleção (motoristas mais responsáveis aderindo) com mudança comportamental impulsionada por coaching, feedback e gamificação.

Resultados Técnicos e Competitivos

Para as seguradoras, os benefícios incluem:

- Melhoria dos índices combinados (por exemplo, a UnipolSai reportando índices abaixo de 90 no seguro automóvel).
- Maior rentabilidade técnica e crescimento de participação de mercado (caso Progressive).
- Retenção superior entre usuários de telemática (taxas de renovação até 76% maiores em alguns programas).

Do ponto de vista do cliente:

- Descontos relevantes para bons motoristas (30% a 40% em alguns programas).
- Maior percepção de justiça na precificação.
- Melhor experiência de sinistros, com detecção automática e resolução mais rápida.

Três Impactos-Chave Comprovados:

- Menos fraude
- Menos acidentes
- Maior lealdade e NPS mais elevado

APLICAÇÕES PRÁTICAS, ENGAJAMENTO E FIDELIZAÇÃO

Telemática Aplicada a Frotas Comerciais

O uso da telemática em frotas (caminhões, entregas, táxis, serviços de última milha) antecede muitas aplicações no seguro automóvel individual. Tradicionalmente, ela foi utilizada para:

- Otimizar rotas e consumo de combustível
- Monitorar jornadas de direção
- Melhorar segurança e produtividade
- Gerenciar e dimensionar frotas com base em dados operacionais

O que mudou nos últimos anos foi a integração entre telemática e seguro de frotas, impulsionada por insurtechs como Fairmatic, HDVI, Koffie Labs, Samsara, Geotab e Fleetr:

- Métricas individuais de motoristas são coletadas (aceleração, frenagem, velocidade, uso do celular, horas de condução).
- Pontuações de risco são geradas por motorista e por frota.
- Prêmios são ajustados periodicamente (mensal ou trimestralmente) com base no desempenho real.
- Gestores de frota recebem insights para gerenciar segurança e treinamento.

Resultados reportados incluem:

- Reduções aproximadas de 25% nos acidentes em frotas que adotam ativamente modelos telemáticos.
- Economias de 15% a 20% nos prêmios para as empresas, impulsionadas pela menor frequência de sinistros.

Na América Latina, a adoção de telemática em grandes frotas já é comum por razões corporativas (rastreamento, segurança, controle de combustível), mas a integração com o seguro ainda está em estágio inicial. Tendências emergentes incluem:

- Programas de carga em que os prêmios são recalculados com base em quilometragem e eventos.
- Startups e provedores de telemática em parceria com seguradoras para oferecer descontos e bônus por boa condução.

A telemática de frotas representa uma convergência de interesses:

- Empresas seguradas buscam menos acidentes e menor custo total de risco.
- Seguradoras buscam menos sinistros e melhor desempenho técnico.
- Motoristas comprometidos com padrões desejam reconhecimento por comportamento seguro.

Dados e feedback em tempo real alinham esses objetivos.

ENCERRAMENTO

Em síntese, a telemática no seguro automóvel e de frotas deixou de ser promessa para se tornar realidade em diversos mercados desenvolvidos. A América Latina encontra-se agora em uma posição singular para aproveitar essa experiência acumulada, adaptar os modelos às realidades locais e avançar rumo a um ecossistema em que:

- Os prêmios reflitam melhor o risco real de cada motorista.
- As seguradoras se tornem parceiras ativas da segurança viária.
- Os clientes recebam valor visível e frequente por dirigir melhor.

O “ônibus” da telemática já está em movimento. Para as seguradoras da América Latina, a questão não é mais se devem embarcar — mas com que rapidez e com qual nível de ambição.

Sponsored By



Alianza
Insurtech
Panamericana

