



informe

operadores de mercado



Entrevista a Raúl Bessone

CEO de S&C Broker de Seguros

Un broker con enfoque integral



Si la justicia es ciega, qué mejor que un excelente equipo de profesionales para guiarte.

GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS



El diferencial de S&C es unir la tecnología con el trato humano

En una coyuntura compleja para el mercado de seguros, las oportunidades pasan por la digitalización, la personalización de productos y el crecimiento del seguro corporativo, en especial para pymes y sectores industriales. S&C Broker de Seguros ofrece plataformas de gestión, acceso a capacitaciones continuas, herramientas comerciales, soporte técnico y acuerdos exclusivos con aseguradoras.



Raúl Bessone
CEO de S&C Broker de Seguros

¿Cómo analizas la situación del mercado de seguros en términos de solvencia, liquidez y rentabilidad técnica?

El mercado argentino de seguros enfrenta una coyuntura compleja. Si bien la solvencia de las aseguradoras ha mejorado gracias a exigencias regulatorias más estrictas y a un mejor manejo de reservas, la liquidez se vio desafiada por la alta inflación y la volatilidad del tipo de cambio. Hoy este panorama parece despejarse ayudando a apostar a estrategias de mediano plazo, aunque siempre atentos a los desvíos. En cuanto a la rentabilidad técnica, sigue siendo un reto: la competencia de precios, sumada a grandes siniestros y costos crecientes, obliga a repensar estrategias de suscripción y reaseguro.

En el mercado actual, ¿cuáles son las oportunidades y los desafíos que se abren para S&C Broker de Seguros?

Las oportunidades pasan por la digitalización, la personalización de productos y el crecimiento del seguro corporativo, en especial para pymes y sectores industriales. El desafío es seguir siendo competitivos manteniendo un nivel técnico alto, en un entorno económico en permanente cambio.

Contanos en qué consisten los "servicios hechos a medida" que brinda S&C en materia de Consultoría de Riesgos, Auditoría de Pólizas, Asesoramiento en Higiene y Seguridad, y Licitaciones. ¿A qué se debe la especialización en estas coberturas?

Nuestro enfoque integral incluye consultoría de riesgos, auditoría de pólizas, asesoramiento en higiene y seguridad y asistencia en licitaciones. Esta especialización responde a la necesidad de acompañar a nuestros clientes más ➔

Nacimos sobre bases del sector solidario, afianzando un proyecto de apoyo y crecimiento a empresas de Seguros en la República Argentina.

R.A.S.A. se caracteriza por la fidelidad de sus clientes, fruto de su solvencia, la calidad de sus servicios y su interés en establecer relaciones de larga duración

vda. DE MAYO 1370 1° PISO, CABA
www.rasare.com.ar
info@rasa-re.com.ar
00 54 11 4384- 7313 / 4381 2642 / 4383 6147

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN
0800-666-8400 | www.ssn.gob.ar | N° de inscripción 846

N° de inscripción SSN 0360

Atención al asegurado 0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



« El desafío es seguir siendo competitivos manteniendo un nivel técnico alto, en un entorno económico en permanente cambio »



» allá de la simple contratación del seguro, aportando valor agregado y anticipándonos a sus necesidades reales de resguardo y protección del patrimonio.

Siendo Bahía Blanca uno de los centros operativos de S&C, ¿cuál ha sido el impacto que han tenido las graves inundaciones ocurridas en marzo 2025 tanto para las instalaciones y

personal del bróker, como así también en relación a la gran cantidad de siniestros que produjo? ¿Cuál ha sido la siniestralidad para S&C? ¿Cómo fue la respuesta de las Aseguradoras?

Las inundaciones fueron un evento crítico. A nivel operativo, logramos mantener la continuidad gracias a nuestros protocolos de contingencia. Sin embargo, la

siniestralidad aumentó notablemente en la región y en nuestra cartera. La respuesta de las aseguradoras fue variada: algunas reaccionaron con celeridad, mientras que otras se mostraron con demoras. Esto nos motivó a reforzar nuestros acuerdos con compañías que demuestren un compromiso real con el asegurado.

Frente a un asegurado que cada vez exige más inmediatez e innovación, ¿cómo evalúas la respuesta en general de los brokers de seguros, y cuál es la propuesta de S&C para diferenciarse?

Hay una brecha entre lo que el cliente espera y lo que muchas veces el mercado ofrece. En S&C apostamos por la transformación digital, la atención personalizada y el soporte especializado. Nuestro diferencial se concentra en unir la tecnología con el trato humano, para brindar una experiencia de calidad.

¿Cuáles son los beneficios y el valor agregado que brindan a los Productores Asesores de Seguros que los eligen para crecer?

Ofrecemos plataformas de gestión, acceso a capacitaciones continuas, herramientas comerciales, soporte técnico y acuerdos exclusivos con aseguradoras. Los PAS encuentran en nosotros un socio estratégico que les permite crecer y consolidar su cartera con respaldo profesional.

¿Qué soluciones a medida brinda S&C para Pymes y en qué consiste su atención personalizada?

Diseñamos coberturas modulares adaptadas a la actividad, tamaño y nivel de exposición de cada empresa. Nuestra atención personalizada incluye visitas técnicas de requerir, revisión de condiciones contractuales y acompañamiento ante siniestros, garantizando así una protección real y eficaz.

« Hay una brecha entre lo que el cliente espera y lo que muchas veces el mercado ofrece »



**Seguro, seguro.
Vayas donde vayas.**

Alvear 930, (2000) Rosario (SF)
Tel. (54-341) 422 9100 y rotativas
e-mail: consultas@segurometal.com
www.segurometal.com

SEGUROMETAL
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

Nº de inscripción en SSN 0286 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Primero lo que importa.



la segunda
SEGUROS

Nº de inscripción SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436 | Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400 | www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Raúl Bessone CEO de S&C Broker de Seguros, junto a Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado de Seguros.



**Innovación y Compromiso al servicio
de nuestros Productores de Seguros**



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS SA.**

www.fedpat.com.ar



PROTAGONISTAS

« En S&C estamos trabajando en un acuerdo con centros universitarios y tecnológicos para implementar un piloto local en industrias de alto riesgo »

Siendo Riesgos del Trabajo una de las principales coberturas que brinda el bróker, contamos acerca del modelo español que utiliza laboratorios de biomecánica para prevenir accidentes y enfermedades laborales y cómo es el proyecto de S&C para replicarlo.

El modelo español que utiliza laboratorios de biomecánica ha demostrado reducir significativamente los accidentes laborales. En S&C estamos trabajando en un acuerdo con centros universitarios y tecnológicos para implementar un piloto local en industrias de alto riesgo. El objetivo es anticiparnos al siniestro mediante tecnología aplicada a la ergonomía y la seguridad laboral.

¿En qué consiste y cuáles son los alcances de los acuerdos que poseen con importantes Brokers de Reaseguros para el análisis, diseño y colocación de riesgos complejos?

Estos acuerdos nos permiten ofrecer coberturas que exceden el mercado tradicional argentino, accediendo a soluciones internacionales para riesgos especiales: energías renovables, infraestructura, agroindustria y grandes cuentas. El análisis técnico y la colocación se realizan junto a nuestros socios de reaseguro, lo cual brinda respaldo y flexibilidad.

En un contexto de reacomodamientos en cuanto a lo económico y financiero, el rol del broker adquiere una dimensión estratégica. Nuestra tarea no es sólo intermediar, sino educar, asesorar y proteger. En S&C entendemos que el seguro no es un gasto, sino una inversión en estabilidad. Por eso, apostamos a la profesionalización del sector y a una mirada de largo plazo, basada en relaciones de confianza. ☺

informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 32 / Nº 787 - Mayo 2025

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

www.informeoperadores.com.ar

https://www.instagram.com/informeoperadores/

https://twitter.com/InformeOperador

DIRECTORA

Delia Rimada
delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN

Oscar Martínez / oscarrevistas@gmail.com.ar

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD

Rosa Asta / rosa.asta@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD

Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

COLABORADORES

Lic. Anibal Cejas.
Dra. Gabriela Álvarez.

Edición Digital. Descarga desde www.informeoperadores.com.ar

Prohibida la reproducción total o parcial del material publicado sin expresa autorización de la dirección. Los artículos firmados no reflejan necesariamente la opinión de la dirección. Registro de la Propiedad Intelectual Nº 273.478.

50 AÑOS

MARCANDO UN NUEVO RUMBO



DENTRO DEL MERCADO ASEGURADOR

DC
SISTEMAS
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

Nos especializamos en desarrollar **productos a medida** junto a cada uno de nuestros clientes, integrando soluciones tecnológicas que marcan un nuevo camino.

Brindamos **asesoramiento personalizado** a lo largo de todo el proceso, garantizando una mejor toma de decisiones y con una atención que nos diferencia.

📍 Bouchard 680 | 5° Piso | CABA

✉ info@dcsistemas.com.ar

🌐 www.dcsistemas.com.ar

Productores de Seguros

La opinión de los productores asesores de seguros resulta fundamental, ya que tienen a su cargo la intermediación entre aseguradoras y asegurados, cuentan con una visión del mercado, tanto del lado de la compañía como así también de los clientes.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

En oportunidad de preparar esta nota, entrevistamos a **María Ayelén Lastra Duche**, Productora asesora de seguros del estudio que lleva su nombre, **Bruno Greco**, Contador y Productor asesor de seguros y **Diego Ambrosio**, Productor asesor de seguros y miembro de la comisión directiva (vocal 1º) de APAS Córdoba, quienes nos brindaron sus consideraciones acerca de la actualidad del mercado de seguros, la irrupción de las nuevas tecnologías y cómo llevan a cabo su labor diaria en medio de un mercado que cambia día a día.

¿Cómo ve actualmente el mercado de seguros?

Ma. Ayelén Lastra Duche, Productora asesora de seguros, lo consideró cada vez más necesario. Veo que muy de a poco la gente empieza a tomar consciencia en algunas coberturas que salen de las obligatorias y las contratan por prevención y necesidad.

Bruno Greco, Productor de Seguros, señaló que el mercado asegurador se encuentra en un momento hiper competitivo, y esto lo trae como consecuencia el proceso de cambio en los hábitos de consumo de nuestros clientes. Acceder a una cotización y posterior contrata-



ción de un seguro, está al alcance de la mano de cualquier ciudadano, en donde, sumado a una búsqueda constante de optimización de costos, nuestra agenda se ve abocada a cotizar y re cotizar riesgos de nuestra misma cartera,

con fines de retención. Esto ocasiona que el foco hoy se centre en el precio, tanto para el consumidor final, como en los PAS en la búsqueda de trabajar con aseguradoras que cumplan sus compromisos, pero así también mantienen una oferta de cobertura / precio apropiada para la demanda actual.

Diego Ambrosio, Productor asesor de seguros, argumentó que el mercado asegurador argentino se encuentra en una etapa de transformación, con un notable potencial de expansión más allá de los seguros tradicionales de automotores y riesgos del trabajo, que todavía representan la mayoría de las primas. En 2023, el sector experimentó un crecimiento real del 17,2%, alcanzando una participación del 10,4% en las primas totales de América Latina.

A pesar de este crecimiento, la penetración del seguro en Argentina, medida como porcentaje del **Producto Bruto Interno (PBI)**, se mantiene relativamente baja en comparación con otros países de la región. Aunque ha habido avances, aún existe un amplio margen para incrementar la participación del sector asegurador en la economía nacional. Los seguros de vida, salud, hogar, responsabilidad civil y ciberseguridad presentan oportunidades significativas de crecimiento. Además, el aumento de la conciencia sobre la protección financiera y la digitalización de los servicios ofrecen un entorno propicio para el desarrollo de estos productos.

¿Qué opina acerca del rol de los productores asesores de seguros?

Ma. Ayelén Lastra Duche: Como productora de seguros, creo que tenemos un rol importantísimo. Además de producir, nuestro trabajo es asesorar, un cliente ➔



INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

Más de 95 años brindando respaldo, solidez y experiencia.
Y el asesoramiento más conveniente a tu necesidad.

PRUDENCIA
Seguros



Global Reinsurance Brokers

- Accidentes Personales, Vida y Salud
- ART, Riesgos del Trabajo
- Terrorismo, Riesgo Político
- K&R, Riesgos en Guerra
- Deportistas Profesionales
- Cuidados Prolongados
- Responsabilidad Civil, Riesgos Especiales
- Cargo, Hulls, Marine Liability
- E&O, D&O, Líneas Financieras
- Ingeniería, Aeronavegación, Energía
- Equinos y animales exóticos de alto valor
- Travel Insurance

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

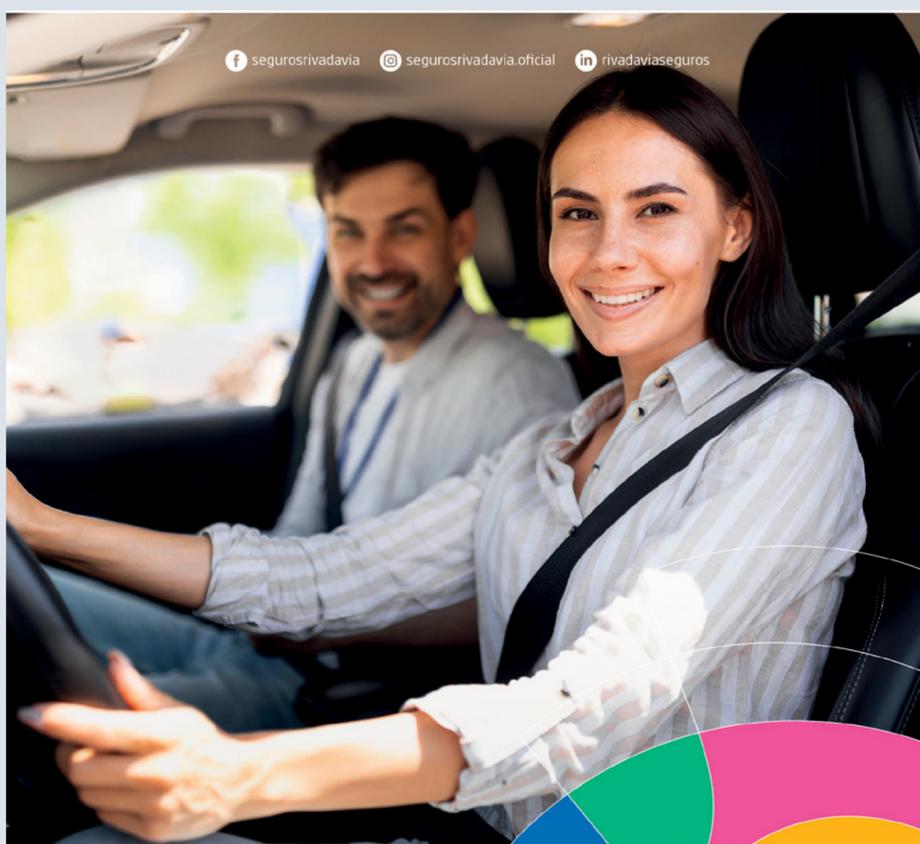
contact@americalre.com

www.americalre.com



www.prudenciaseguros.com.ar » prudencia@prudenciaseguros.com.ar
Palacio Houlder, 25 de Mayo 489 6°, CABA » 0800-345-0085





RIVADAVIA
Es más seguro

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

segurosrivadavia.com

N° de inscripción SSN 0222

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gov.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



mal asesorado es un cliente mal asegurado. En otras palabras el rol del productor es clave, necesario y hasta incluso más como para el cliente.

Bruno Greco: El PAS sigue siendo el principal canal de venta en el mercado asegurador. Esto potenciado durante y post pandemia, contrariamente a lo que muchos preveían. Esta tendencia nos empodera como Productores y tiene que enorgullecernos, aunque también nos exige una constante adaptación a los cambios, impulsado por la necesidad de apalancarnos en la tecnología para potenciar nuestro día a día y hacer crecer nuestra cartera sin necesidad de estar abocados a mayores labores administrativas.

Diego Ambrosio: El rol del productor asesor es fundamental, tanto en la captación como en la fidelización de clientes. Más allá de intermediar en la contratación, el productor cumple una función de asesoramiento integral, ayudando al asegurado a comprender qué cobertura necesita y cómo actuar en caso de siniestros. La cercanía, la confianza y el conocimiento técnico son valores que el productor aporta y que difícilmente pueden ser reemplazados por canales automatizados.

Su rol es insustituible en la construcción de confianza y fidelización.

¿Con qué compañías trabaja y qué opinión le merece el trabajo que están llevando a cabo las compañías de seguros?

Ma. Ayelén Lastra Duche: Trabajo con muchas compañías, tengo un abanico de opciones muy amplio para ofrecer. En su mayoría trabajan bien, renuevan plataformas, brindan capacitaciones para nuevos productos, pero también me pasó tener una mala comunicación de parte de algunas compañías.

Bruno Greco: Inicialmente mis compañías estandartes eran Sancor y Rivadavia. Aseguradoras de primera línea con gran variedad de productos y presencia en todo el país. Luego tuve que ampliar las alternativas a fines de mantenerme acorde a las necesidades de mis clientes. Sumé a mi proyecto a Federación Patronal, Triunfo Seguros y Río Uruguay. Las aseguradoras tienen un rol clave en este ecosistema y mientras más fluida sea la comunicación con el Productor de Seguros y su acompañamiento, mayor devolución en términos de pólizas tendrán. Siempre desde una mirada comercial. Hoy en día se enfrentan al gran desafío de mantenerse competitivas en términos de costos y productos, como así también en desarrollos tecnológicos.

Diego Ambrosio: Trabajo con diversas aseguradoras, entre ellas El Norte seguros, Sancor Seguros, Federación Patronal y San Cristóbal, y en general destaco el esfuerzo que están realizando para adaptarse a las nuevas demandas del mercado. Muchas han invertido en tecnología, en mejorar sus canales de atención y en ofrecer herramientas para facilitar la gestión diaria del productor. Aún hay aspectos por mejorar, pero se observa una tendencia positiva hacia la modernización, la eficiencia y potenciar la autogestión.

En su experiencia, ¿cuáles son los principales reclamos y/o quejas que los asegurados expresan respecto de la actuación de las compañías de seguros?

Ma. Ayelén Lastra Duche: En primer lugar, la queja más recurrente, es el aumento elevado de la cuota, y en segundo lugar la demora en el pago de siniestros.

Bruno Greco: El reclamo del cliente radica en aumentos en la cuota del seguro de su vehículo mes a mes, siendo en segundo lugar la demora en el pago de siniestros.

tu asegurado
del **—futuro**
te pide un seguro
más inteligente—

Orange Time
para vos que
—siempre la ves.

El seguro del auto
del futuro que
tu asegurado puede
tener hoy.



**Pago por tiempo
de uso del auto.**



**Pago de siniestros dentro
de los 7 días hábiles.**

La actitud de mirar al futuro.

www.libraseguros.com.ar

LIBRA
SEGUROS



« Además de producir, nuestro trabajo es asesorar, un cliente mal asesorado es un cliente mal asegurado »



▲ María Ayelén Lastra Duche, Productora asesora de seguros

→ que lo lleva a comparar y solicitar recotización constante. Es por ello que gran parte de nuestra agenda diaria se basa en escuchar reclamos, fundamentar la situación y brindar soluciones para retener a nuestros clientes. Es clave tener preparado un "paquete de herramientas comerciales" para ello. No obstante, esta situación también nos trae clientes nuevos. No deja de ser una oportunidad

Diego Ambrosio: Las quejas más frecuentes suelen estar relacionadas con demoras en la resolución de siniestros de terceros, falta de información clara sobre las coberturas, aumentos en las primas y, en algunos casos, procesos burocráticos excesivos. Estas situaciones generan frustración en los asegurados, y es ahí donde el productor tiene un rol clave como nexo entre el cliente y la compañía, ayudando a canalizar y resolver los problemas.

¿Cuáles considera que son las habilidades y capacidades principales que debe tener un productor de seguros en el mercado actual?

Ma. Ayelén Lastra Duche, consideró que es importantísimo tener una buena atención con el cliente, tenemos que ser humanos ante todo, y el asesoramiento tiene que ser puntilloso, preciso y detallado.

Bruno Greco, señaló que la Adaptación es una de las palabras que define al perfil del Productor Asesor de Seguros. Desde siempre estuvimos abocado a ello y hoy no es la excepción. Con la tecnología como impulsora en el cambio de hábitos de consumo, nos vemos en la obligación de mantenernos vigentes y actualizados a su alrededor. Sacándole también un provecho comercial. Empatía es otro valor importante que el PAS debe tener. Debemos ser empáticos con nuestros clientes y comprender sus reclamos en términos de precios. Interpretar cada situación y trabajar en encontrar las mejores soluciones en base a cada necesidad. A estas cualidades personales también se suman la honestidad y ética profesional. En términos de habilidades profesionales, sin dudas encontramos el manejo técnico de cada ramo y producto, como también un buen manejo en negociación, marketing y ventas.

Diego Ambrosio, manifestó que un productor hoy debe combinar varias habilidades: conocimiento técnico y normativo, capacidad comercial, dominio de herramientas digitales y, sobre todo, una fuerte orientación al cliente. La empatía, la escucha activa y la habilidad para ofrecer soluciones a medida son cualidades esenciales en un mercado cada vez más competitivo y exigente.

El Productor de seguros es clave porque combina cono-

« El PAS sigue siendo el principal canal de venta en el mercado asegurador »



▲ Bruno Greco, Contador y Productor asesor de seguros

cimientos técnicos, comerciales y humanos para brindar asesoramiento hiper personalizado.

¿Qué rol cumple la tecnología en su modalidad de trabajo y qué tecnología utiliza diariamente?

Ma. Ayelén Lastra Duche: Hoy en día es muy difícil no utilizar la tecnología. La computadora y el celular son base para el trabajo. La computadora para trabajar en las plataformas de las compañías, y el celular para hablar con los clientes, ya sea por teléfono, mensaje, o usar redes. En mi caso las redes me ayudan a informar, promocionar y captar clientes. Pero nunca perdiendo el trato directo y humano con los ellos.

Bruno Greco: La tecnología es nuestro aliado y no nuestro enemigo. Hay que sacarle provecho y usarla a nuestro favor para optimizar tiempo, automatizar procesos y crecer comercialmente. En lo personal uso Polko, una plataforma comercial que me permite multicotizar simultáneamente, emitir pólizas y, entre otros beneficios, disponer de una página web propia en donde, a través de un link o Qr, un posible cliente puede autocotizar y emitir su póliza. Puedo decir que hoy en día, dejé de ser una plataforma y pasó a convertirse en un gran aliado estratégico que me permite desarrollar una mejor labor comercial. Asimismo, las redes sociales son mi fuerza de ventas, permitiendo llegar a una gran cantidad de público, forjar comunidad a partir de un contenido pensado para ayudar y generándome así una gran autoridad. Lo que se convierte en pólizas.

Diego Ambrosio: La tecnología cumple un rol central en mi actividad diaria. Utilizo sistemas de gestión de clientes, plataformas de cotización, y canales de comunicación como WhatsApp Business o correo electrónico automatizado. También recorro a videollamadas para mantener reuniones a distancia. Todo esto permite brindar un servicio más rápido, profesional y accesible para el asegurado.

¿Qué expectativas de producción maneja para este año? ¿Con crecimiento? ¿Cuánto?

Ma. Ayelén Lastra Duche: Me planteo el objetivo de triplicar la cartera de clientes este año. No nos olvidemos que la gente está más consciente.

Bruno Greco: La labor comercial es parte clave en el desarrollo de los Productores de Seguros. Muchas veces, nos vemos colapsados en tareas administrativas que nos impiden dedicar tiempo a conseguir nuevos clientes. En ello estoy trabajando personalmente. Mis expectativas de crecimiento van más allá de la llegada natural de referidos

« El rol del productor asesor es fundamental, tanto en la captación como en la fidelización de clientes »



▲ Diego Ambrosio, Productor asesor de seguros y miembro de la comisión directiva (vocal 1º) de APAS Córdoba

y retención de pólizas actuales. En base a campañas digitales potenciadas por plataformas como Meta o Google Ads, busco llegar a prospectos de todo el país y cerrar nuevas pólizas de automotor, hogar, microseguros y asistencia al viajero. Mis expectativas son altas, aunque también realistas comprendiendo que es un proceso que lleva tiempo de aprendizaje y gestión. Mi horizonte es crecer anualmente en un porcentaje mayor al correspondiente a inflación.

Diego Ambrosio: Mis expectativas para este año son positivas. Proyecto un crecimiento de entre un 10% y un 15% en términos de producción, enfocados en fortalecer la cartera existente y desarrollar ramos que muestran buen potencial. Si bien el contexto es complejo, también se presentan oportunidades para aquellos que estén dispuestos a adaptarse y ofrecer un valor diferencial.

¿Qué ramos abren mayores oportunidades de crecimiento?

Ma. Ayelén Lastra Duche: El buen asesoramiento hace que cualquier cobertura que ofrezcamos nos ayude a crecer. Algunas son más fáciles de vender como el seguro para vehículos o seguros de hogar, y otras no lo son tanto como los seguros de vida.

Bruno Greco: Sacando el seguro de automotor que se define como comoditie en el mercado. Veo una gran oportunidad en explotar otros ramos como Asistencia al Viajero, interpretando que la economía y estabilidad del dólar impulsan a vacacionar fuera del país. Empezaría con una estrategia dentro de nuestra cartera interna, sabiendo que muchos clientes no asocian nuestro servicio con Asistencia al Viajero, aquí hay una gran oportunidad. Otra oportunidad nace en seguros de Hogar. Cada vez es mayor la necesidad de asegurar estos riesgos, impulsado a las exigencias de inmobiliarias de contratar este tipo de seguros para concretar un alquiler. La comercialización de microseguros se vuelve atractivo para captar público joven y generaciones que recién se están insertando en el mercado laboral. Asimismo, muchas aseguradoras están dispuestas a ofrecer incentivos a fines de promover la comercialización de estos ramos.

Diego Ambrosio: Veo un gran potencial en seguros de personas, vida especialmente aquellos con componente de ahorro e inversión, y en ciberseguros, un ramo que crece a medida que más empresas y profesionales toman conciencia de los riesgos digitales. También hay oportunidades en seguros técnicos y coberturas específicas para pymes y emprendedores. ☺



SEGUROS MEDICOS

Su compañía, su seguridad

LA COMPAÑÍA CON MAYOR PRESENCIA Y EXPERIENCIA EN EL PAÍS EN DEFENSA DEL EQUIPO DE SALUD.



Con la experiencia y el respaldo de la ASOCIACIÓN DE MÉDICOS MUNICIPALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES.

SEGUROS MEDICOS Viamonte 1674 - CABA.
Tel (5411) 5811-3228 / 5811-3510 / 5811-3519 / 5811-3918
info@segurosmedicos.com.ar - www.segurosmedicos.com.ar

Nº de inscripción en SSN 0749

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn



Exploración del mercado de seguros E&O y D&O

En el dinámico mundo de los seguros, las coberturas de E&O (Errores y Omisiones) y D&O (Directores y Gerentes, por sus siglas en inglés: Directors and Officers) se han consolidado como dos segmentos clave. Estos seguros resultan esenciales para proteger tanto a las empresas como a sus directivos frente a los riesgos específicos asociados con su actividad profesional. A continuación, analizamos las tendencias actuales, las coberturas más solicitadas, y los riesgos emergentes.

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

«En el actual mundo globalizado de los negocios, el dinamismo, la tecnificación y la creciente competitividad del mercado hacen necesario que los directores y gerentes o administradores de sociedades asuman a diario decisiones que comprometen su responsabilidad y como consecuencia su patrimonio presente y futuro», describió **Andrea Signorino Barbat**, Asesora Legal y Técnica en Seguros y Reaseguros, Miembro del Consejo ejecutivo AIDA World.

Y continuó: “La estricta normativa legislativa que existe a nivel continental, nacional, comunidades autónomas y locales, convierten a esta actividad en altamente expuesta a riesgos que pueden afectar la Responsabilidad Civil de los involucrados.

Por ejemplo, en la Unión Europea esta cobertura es sumamente común ya que existe una gran diversidad de preceptos legales, tanto internos como externos, normativa comunitaria (más de 20.000 textos sólo de la Unión Europea) que tienen incidencia en esta materia. Ello supone un auténtico arsenal jurídico difícilmente controlable por la dirección.

Ante este entorno potencialmente peligroso, incluso los directivos de las PYMES (pequeñas y medianas empresas), están expuestos a tener que hacer frente a reclamaciones y litigios por diversidad de conceptos”.

Características principales de las coberturas D&O

La demanda de seguros E&O y D&O ha crecido de manera sostenida en los últimos años. Este crecimiento se explica, en gran parte, por el entorno cada vez más regulado en el que operan las empresas, así como por los riesgos emergentes vinculados a la digitalización y la globalización.

Según **Juan Ignacio De Luca**, referente de **Suscripción en Responsabilidad Civil de Federación Patronal Seguros**: «El seguro de D&O brinda a los Directores o Gerentes, la protección de una cobertura adecuada frente a reclamos de terceros por el ejercicio de sus funciones.

La compañía ofrece modalidad de cobertura Base Reclamos (Claims Made) incluyendo cobertura A (cobertura para Directores y Gerentes) y B (reembolso por indemnización) con extensiones al riesgo cubierto que son esenciales en este tipo de pólizas, como ser: reclamos en materia laboral, cobertura para filiales y entidades sin fines de lucro y cobertura hacia la sociedad conyugal».



Más adelante, **Jorge Valencia**, gerente de técnica y suscripción de **Galicía Seguros**, afirmó: “En Galicía Seguros, el seguro de Directores y Gerentes está diseñado para proteger el patrimonio y la reputación de quienes toman decisiones clave en una organización. Brinda respaldo frente a acciones legales y ampara los gastos de defensa, indemnizaciones a terceros, fianzas y cauciones judiciales. Además, incluye coberturas adicionales que acompañan su gestión y les permiten ejercer sus funciones con mayor tranquilidad”.

Características clave de las coberturas E&O

Jorge Valencia, detalló: «Nuestro seguro de Errores y Omisiones (E&O) está pensado para proteger a los profesionales frente a los riesgos que puedan surgir en la prestación de sus servicios. Cubre gastos de defensa, indemnizaciones a terceros y contempla coberturas como la pérdida de documentos o la infidelidad de empleados. Es una herramienta clave para cuidar su patrimonio y su reputación profesional».

Por su parte, **De Luca** señaló: “Federación Patronal suscribe cobertura de E&O para toda profesión en la cual exista una formación universitaria o terciaria, avalada por autoridad competente y donde exista una regulación legal para llevar a cabo el ejercicio profesional.

Dentro del amplio abanico de profesiones. el que sin dudas

reviste mayor demanda de cobertura es el de los profesionales de Salud pero, con el paso del tiempo y el avance en materia de reclamos hacia otras profesiones, ha ganado terreno la cobertura para otras profesiones como ser Abogados, Contadores, Escribanos, hasta los mismos Productores de Seguros, que toman conciencia del riesgo al que están expuestos y suscriben este tipo de coberturas.

Para los Profesionales de la Salud existe la posibilidad de suscribir tanto en modalidad Base Ocurriencia como Base Reclamos Claims Made, y para el resto de las profesiones, únicamente la modalidad de Base Reclamos.

Pueden ser tomadores tanto las personas físicas como las jurídicas”.

Diferencias entre seguros D&O y E&O

“Si bien ambos seguros cubren la Responsabilidad contractual, el de E&O hace foco en amparar una profesión específica, mientras que el seguro de D&O se enfoca en amparar su función gerencial. En un ejemplo para comprender mejor esta diferencia, un médico puede trabajar en un consultorio y además, ser el dueño de un hospital. Para el primer caso precisaría un seguro de E&O que ampare su ejercicio profesional en la materia de su especialidad médica y para lo segundo en su función administrativa y gerencial, aplicaría una cobertura de D&O», sostiene **De Luca**.

Por su parte, **Valencia** explicó: “Ambos seguros ➡

GALENO
SEGUROS

LA SEGURIDAD
DE TENER
UN BUEN SEGURO

AUTOS - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - CAUCIÓN
TRO - AGRO - TÉCNICO - RC - INCENDIO - ROBO

VIDA COLECTIVO - AP - VIDA SALDO DEUDOR - SEPELIO

Conocé más en:
Galenoseguros.com.ar - Portal PAS / APP Galeno PAS

« Nuestro seguro de Errores y Omisiones (E&O) está pensado para proteger a los profesionales frente a los riesgos que puedan surgir en la prestación de sus servicios »



▲ Jorge Valencia, Gerente de técnica y suscripción de Galicia Seguros

« buscan proteger el patrimonio y la reputación de quienes toman decisiones o prestan servicios, pero se diferencian en el tipo de contingencias que amparan. El seguro D&O está orientado a cubrir las contingencias derivadas de la gestión y administración empresarial. En cambio, el seguro E&O ampara las contingencias relacionadas con errores u omisiones en la prestación de servicios profesionales ».

A continuación, **Signorino Barbat**, detalló: “La diferencia esencial está en quiénes son los titulares de las acciones u omisiones que generan los reclamos que van a dar lugar a la activación del seguro, ya que en puridad el seguro de D&O es un tipo de seguro de responsabilidad civil profesional -en sentido amplio-.

El seguro de Responsabilidad Civil de Directores y Gerentes es un contrato de seguro de daño patrimonial, cuya cobertura se dirige a mantener indemne el patrimonio del asegurado, en este caso el director, gerente o administrador de una sociedad, ante las posibles consecuencias de las acciones u omisiones culposas cometidas en su desempeño como jerarca de la compañía, que comprometan su responsabilidad civil.

Debemos entonces ubicar a la cobertura de Responsabilidad Civil de Directores y Gerentes dentro de la rama de seguros de Responsabilidad Civil y en la cobertura de la Responsabilidad Civil profesional en sentido amplio.

Se trata de una de las modalidades de cobertura de la Responsabilidad Civil profesional que, de acuerdo a la profesión del segmento de asegurados al que apunta, será denominada, en sentido estricto, por ejemplo, cobertura de Responsabilidad Civil profesional médica, comúnmente llamada de mala praxis médica, o de profesiones jurídicas, o de abogados y escribanos, o de arquitectos, etc.

En esta línea, la cobertura de Responsabilidad Civil profesional cuando no se dirige a proteger profesionales titulados, se denomina Responsabilidad Civil de, o por, errores y omisiones y cuando se dirige a proteger a directivos, gerentes, administradores de sociedades, se denomina Responsabilidad Civil de Directores y Gerentes, conocida en la jerga aseguradora como cobertura de D&O”.

«¿Qué tipos de reclamaciones pueden enfrentar los directores y gerentes que justifican la necesidad de este seguro?»

Sobre este punto, **Signorino Barbat** justificó: “En general, en virtud de las legislaciones societarias, los administradores responden de los perjuicios que ocasionen en el desempeño de sus funciones gestoras por actos realizados sin la debida diligencia.

Los administradores responden con su propio patrimonio personal presente y futuro de las consecuencias lesivas que se deriven de su actividad gestora.

« Dentro del amplio abanico de profesiones, el que sin dudas reviste mayor demanda de cobertura es el de los profesionales de Salud »



▲ Juan Ignacio De Luca, referente de Suscripción en Responsabilidad Civil de Federación Patronal Seguros

« En general, en virtud de las legislaciones societarias, los administradores responden de los perjuicios que ocasionen en el desempeño de sus funciones gestoras por actos realizados sin la debida diligencia »



▲ Andrea Signorino Barbat, Asesora Legal y Técnica en Seguros y Reaseguros, Miembro del Consejo ejecutivo AIDA World

Asimismo, muchas legislaciones establecen el principio de solidaridad de todos los miembros del órgano de administración, lo cual implica que cada uno de ellos responde de la integridad del perjuicio económico causado a terceros.

Pueden pues, enfrentar múltiples reclamaciones como ser: reclamos regulatorios, Investigaciones por parte de entes reguladores por incumplimiento de leyes o normativas, corrupción, actividades sin autorización; reclamos laborales, por despido injustificado, incumplimiento de contratos, discriminación; reclamos tributarios; reclamos por difamación, por declaraciones que puedan resultar en daño reputacional; reclamos de accionistas, acciones legales presentadas por accionistas en caso de desvalorización de la empresa, fraude; reclamos de terceros afectados por decisiones de los directivos o gerentes, como proveedores, clientes o colaboradores; reclamos de liquidadores en caso de quiebra o concurso de la empresa; reclamos por ciberataques, reclamos por contaminación ambiental causada por la empresa; reclamos por incumplimiento de contratos con proveedores o clientes; entre otros.

Por supuesto, siempre deberán analizarse los riesgos no cubiertos que establece el contrato de seguro ya que pueden llegar a excluirse algunos de los antedichos reclamos, en cierto contexto”. →



TRANQUILIDAD

ESTAMOS ATRÁS TUYO PARA QUE ESTÉS UN PASO ADELANTE.

Consultá con tu Productor Asesor de Seguros.

experta.com.ar

50 AÑOS ALBACAUCIÓN Compañía de Seguros

“65 años garantizando confianza en cada proyecto”

Buenos Aires | La Plata | Córdoba | Neuquén | Posadas | Tucumán | Sgo. Del Estero | Resistencia | Mendoza | Rosario | Santa Fe

www.albacaucion.com.ar



Nº de inscripción en SSN 0329 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

➔ ¿Cómo funciona la cobertura bajo la modalidad «Claims Made»?

Signorino Barbat respondió: “Si la cobertura es de base reclamos o reclamos hechos o claims made, el asegurador mantendrá indemne al asegurado en las condiciones y límites pactados en el contrato de seguros por cuanto le deba a un tercero a consecuencia de un hecho u omisión ocurrido durante el plazo previsto en la póliza – o anterior si existe pactada la cláusula retroactiva-, siempre que el reclamo del tercero sea formulado durante la vigencia del contrato de seguro o dentro del “periodo extendido” expresamente convenido en el contrato.

Los seguros de D&O en efecto, suelen otorgarse sobre base reclamos o “Claims Made”, con periodo extendido o de des-

cubrimiento, es decir, que todo reclamo que se le formule al Director o gerente durante la vigencia de la póliza o dentro del citado período, generalmente dos años a partir del vencimiento de la póliza, originado en un hecho ocurrido durante la vigencia del contrato de seguro, se hallará cubierto por el mismo.

Y como hemos dicho, algunas cláusulas Claims Made incluyen la cobertura retroactiva del asegurado, es decir por hechos ocurridos antes de la celebración del contrato, por supuesto, que las partes desconozcan y siempre y cuando el reclamo del tercero se produzca estando vigente el contrato.

Más allá de las discusiones doctrinarias, en general basadas en las legislaciones de cada país, las cláusulas Claims Made tiene su razón de ser en la propia técnica del seguro y se justifican por dar certezas al asegurador y al asegurado.



« Si bien ambos seguros cubren la Responsabilidad contractual, el de E&O hace foco en amparar una profesión específica, mientras que el seguro de D&O se enfoca en amparar su función directiva »
 Juan Ignacio De Luca

En efecto, la mayoría de los autores ubican la aparición de las cláusulas Claims Made por los años 60, en el mercado asegurador londinense donde comenzaron a aplicarlas para algunas coberturas de seguros de responsabilidad profesional.

Igualmente los autores citan como antecedente emblemático el año 1985 cuando la autoridad de control en materia de seguros en el estado de Nueva York autorizó el uso de las cláusulas Claims Made como consecuencia de los resultados devastadores que afectaron a los mercados de seguros y reaseguros, como consecuencia de la comercialización de contratos de seguros de responsabilidad civil sobre la base “ocurrencias” cubriendo determinados riesgos con daños tardíos o diferidos especialmente aquellos denominados de “cola larga” o “long tail” así denominados por tener plazos de prescripción muy largos.

El problema se suscitó con coberturas de responsabilidad civil integral, mala praxis de profesionales, responsabilidad civil productos, etc. que se cubrían generalmente bajo la modalidad ocurrencias hasta que surgió un riesgo hasta entonces desconocido, la llamada asbestosis, enfermedad desconocida provocada por la aspiración de las fibras del asbesto, material utilizado durante muchos años en construcciones, para aislaciones, revestimientos en especial en EEUU. El asbesto causa entre otras enfermedades el cáncer de pulmón y se estima que sólo en ese país afectó a millones de personas.

Esto repercutió negativamente en el mercado de seguros y reaseguros hasta el punto de dejar al propio Lloyd's de Londres en situación crítica debido a las imprevisibles consecuencias provocadas por una extraordinaria siniestralidad vinculada a siniestros de Responsabilidad Civil de long tail. ➔

aacms
 ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
 Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
 bureau de reaseguros s.a.



Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
 de Mandatos y Servicios

Porque creemos en la sana competencia basada en la solidaridad, la honestidad y la solvencia técnica, hemos logrado consolidar nuestra pujante realidad

HIPOTECARIO SEGUROS

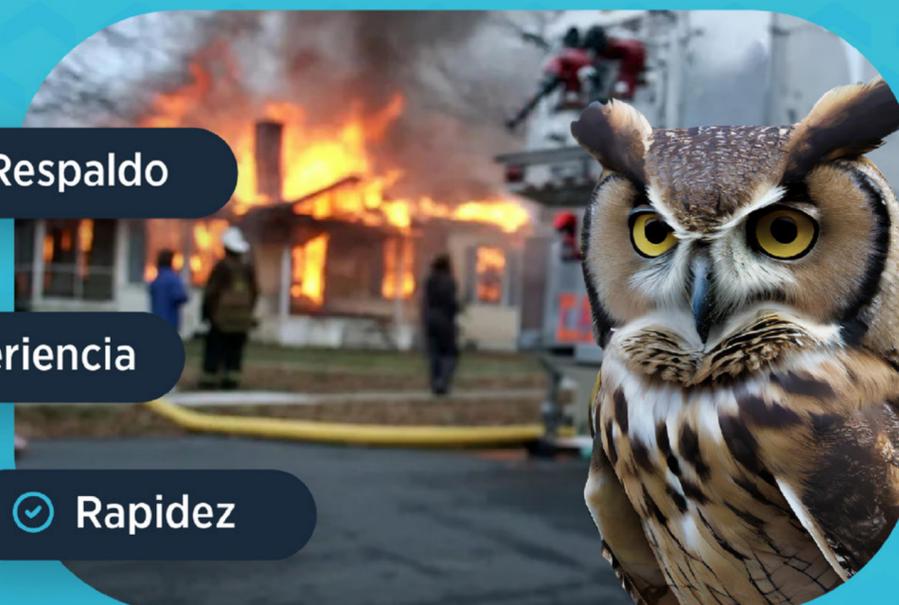
¿Se te prende fuego la cartera?

Si pasa, resolvemos.

✓ Respaldo

✓ Experiencia

✓ Rapidez



Tenemos la mejor oferta de productos para tus asegurados.

Llamanos y dejá todo en manos de nuestros especialistas.

www.hipotecarioseguros.com.ar - 0810-666-0101

Nº de inscripción en SSN
 695 | 696

Atención al asegurado
 0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

➔ Existen entonces, dos tipos de razones para justificar el origen de las cláusulas Claims Made:

-por un lado, el surgimiento o mejor dicho el auge de nuevas coberturas de responsabilidad civil en las cuales existe un diferimiento temporal entre la ocurrencia del hecho dañoso y el daño al tercero: notoriamente, los seguros de responsabilidad civil profesional (médicos, arquitectos, auditores, directores y gerentes, etc.) y de responsabilidad civil por productos defectuosos.

-por el otro, y ligado a lo anterior, las incertidumbres financieras, de reservas técnicas y de reaseguro que este tipo de seguros de responsabilidad civil provocan en las compañías aseguradoras, haciendo tambalear sus necesarias provisiones técnico-financieras o bien derivando en un encarecimiento excesivo de los premios o en la no cobertura de determinados riesgos en perjuicio del eventual asegurado que necesita el respaldo del seguro para su actividad.

Estas incertidumbres afectan gravemente las provisiones financieras de las aseguradoras y sus posibilidades de reaseguro, lo cual deriva en un encarecimiento desmedido del seguro o en la decisión de no asegurar determinados riesgos.

Si lo vemos del punto de vista del asegurado, pues, este tipo

« En general, en virtud de las legislaciones societarias, los administradores responden de los perjuicios que ocasionen en el desempeño de sus funciones gestoras por actos realizados sin la debida diligencia »

Signorino Barbat



de cláusula busca darle certezas en su cobertura, y a través de la delimitación temporal de su riesgo, el asegurador puede prever mejor la prima a cobrar por su seguro, además de otorgarle seguridad jurídica en la cobertura.

Además, este periodo extendido, apunta a evitar que frente a un siniestro ocurrido pero aun no reclamado, el asegurador rescinda el contrato de seguro o no lo renueve al vencimiento de la póliza, dejando así al asegurado sin cobertura para el futuro”.

A continuación, consultamos a la especialista sobre aquellos casos en que la culpa grave de un director o gerente está cubierta por el seguro, y cuándo no lo está: “Esto dependerá de la legislación nacional ya que en algunos países como Costa Rica no está permitido cubrir la culpa grave en un seguro de responsabilidad civil.

En otros países como Uruguay esto es perfectamente posible, lo habilita el art 37 de la Ley de seguro 19678, y en otros como Argentina este tema se ha discutido.

Lo cierto es que un seguro de responsabilidad civil profesional, incluido de D&O que no cubra culpa grave sería un seguro casi inútil.

Es que en muchos casos cuando un médico, un abogado o el director de una sociedad incurren en una culpa que genera su responsabilidad, estaremos frente a un supuesto de culpa grave.

Y se podría llegar a la conclusión que, si se terminara excluyendo de cobertura la culpa grave del asegurado o beneficiario, el asegurador estaría vendiendo – al decir del Dr Domingo López Saavedra QPD- prácticamente “humo”, es decir, la póliza estaría cubriendo nada o casi nada.

En Argentina la discusión ha girado en torno al artículo 70 de la Ley de seguros que establece que el asegurador queda liberado si el asegurado o el beneficiario “provoca el siniestro dolosamente o por culpa grave”.

Y es por esto que en las pólizas de D&O, al igual que en otras pólizas de responsabilidad profesional de Argentina se cubre expresamente la culpa grave aceptando que la normativa del artículo 70 de la Ley de Seguros, con excepción del dolo que técnica y jurídicamente es inasegurable, es modificable a favor del asegurado”.

Recomendaciones clave para productores de seguros

La evaluación de riesgos para suscribir estas pólizas requiere un análisis exhaustivo de cada empresa o profesional. Y el papel de los Productores Asesores de Seguros en este campo es fundamental. Al respecto, De Luca manifestó: “La recomendación que no solo aplica a este tipo de coberturas, sino a todo lo que un PAS quiera comercializar, es



« Es clave que los productores ayuden a sus clientes a tomar conciencia del nivel de exposición que implica su actividad, y del contexto cada vez más complejo en el que operan »

Jorge Valencia

estar informado no solo sobre el producto/cobertura, también estar nutrido de ejemplos de reclamos, de la realidad del mercado en materia de calidad de la Aseguradora que respalda la cobertura ofrecida. Son diferenciales que marcarán la relación comercial con el asegurado de cara a muchas otras oportunidades de coberturas que sin dudas podrá concretar también si el PAS es «sólido» en sus bases de conocimiento.

Es clave que los Productores conozcan las modalidades de cobertura que ofrece el mercado (Ocurrencia y Claims Made) para asesorar correctamente a sus clientes y ofrezcan sumas aseguradas acordes a los tiempos que corren. Estar informados y en conocimiento de los alcances de la cobertura, franquicias, exclusiones es el diferencial que potenciará la cartera del Productor Asesor”.

A su turno, Valencia completó: “Es clave que los productores ayuden a sus clientes a tomar conciencia del nivel de exposición que implica su actividad, y del contexto cada vez más complejo en el que operan. En el caso del D&O, por ejemplo, hay una amplia variedad de posibles reclamantes: clientes, empleados, accionistas, reguladores, entre otros. Brindar información clara, asesoramiento personalizado y espacios de capacitación hace la diferencia al momento de elegir una cobertura”.



UN SEGURO QUE TE PROTEGE A VOS Y TAMBIÉN A TODO LO QUE TE RODEA

Por cada seguro de Life, hacemos un aporte que protege a la naturaleza.

Life SEGUROS
Tu forma de vivir

UNA EMPRESA DE
SGST
Grupo Financiero

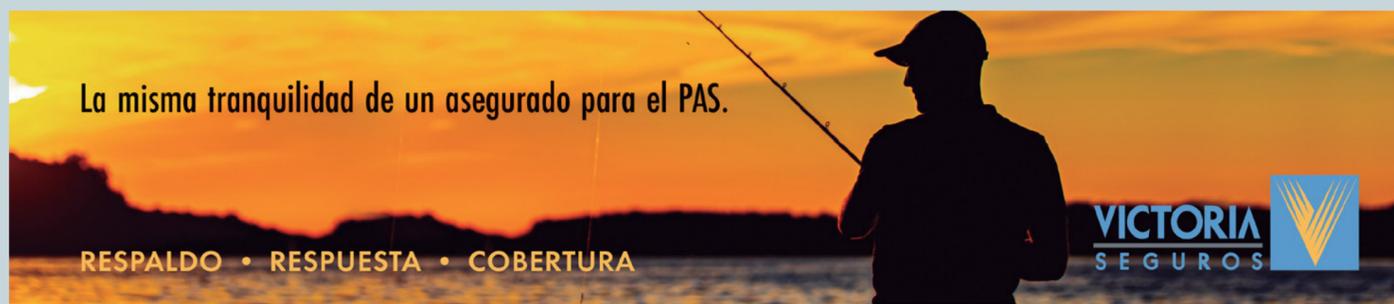
lifeseuros.com.ar

/LifeSegurosArgentina

/lifeseurosargentina

/lifeseurosargentina

/@LifeSeguros



VICTORIA SEGUROS

Nº de inscripción en SSN 064

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Afianzadora participó en la Asamblea General de APF-PASA y será parte del Comité Ejecutivo



● Afianzadora participó de la XXXVI Asamblea General de APF-PASA, que tuvo lugar del 4 al 7 de mayo en el Hotel Hilton, en Buenos Aires. Se trata de un evento que reúne a referentes del mercado de fianzas, cauciones, garantías y seguro de crédito de 35 países en tres continentes. Durante estas jornadas, se realizaron intercambios de ideas, experiencias y objetivos comunes para fortalecer el futuro del seguro en América Latina. Una de las decisiones tomadas en la Asamblea, fue la designación de Afianzadora para integrar el Comité Ejecutivo de la Asociación Panamericana de Fianzas (APF-PASA) por los próximos dos años. Afianzadora agradece esta distinción que refuerza su compromiso con el desarrollo del sector a nivel global. Además, en esta edición se llevó a cabo el traspaso presidencial y asumió Paulo Morais como Presidente, a quien le deseamos una excelente gestión.

#CulturaAfianzadora
<http://www.afianzadora.com.ar/>

SF500 sigue creciendo: La Segunda se suma para impulsar la creación de empresas de base científica



● SF500, el fondo de inversión orientado a potenciar startups de base científica y tecnológica en Argentina, suma a La Segunda como nuevo inversor estratégico reforzando el compromiso del sector privado con el desarrollo de la biotecnología y la innovación.

La Misión de SF500 es la creación de startups de base científica que puedan generar un impacto global tanto en la calidad de vida de las personas como en la regeneración del planeta. Para esto, SF500 desarrolló un programa para crear junto a científicos y emprendedores, startups de base científica y un fondo para invertir en ellas.

Desde su lanzamiento, SF500 ha invertido en más de 24 startups, promoviendo el desarrollo de tecnologías disruptivas en sectores estratégicos, más de la mitad de las compañías ya han sido invertidas por otros fondos de EEUU, Europa y Latinoamérica. Además, estas startups han logrado desarrollar más de 38 patentes, consolidando el impacto de la iniciativa en la generación de propiedad intelectual y el fortalecimiento del ecosistema de innovación en el país.

"Desde La Segunda sumamos al SF500 junto a la provincia y Bioceres, con un portafolio de startups que en esencia buscan mejorarle la vida a las personas, ante todo significará la posibilidad de abrir nuevos caminos para seguir consolidando nuestro propósito como empresa: brindar nuevas oportunidades, llevando tranquilidad en los momentos difíciles y contribuyendo a un mundo más seguro", afirmó Sergio Di Luca, Gerente de Inversiones de La Segunda Seguros.

"La incorporación de La Segunda fue un proceso natural, basado en una visión compartida sobre cómo construir nuevas empresas desde el conocimiento y con impacto real en el entorno. Para SF500, este acuerdo también representa una oportunidad para seguir fortaleciendo el ecosistema y generar vínculos con actores que valoran este tipo de iniciativas", señaló Francisco Buchara, de SF500.

Con esta nueva inversión, SF500 continúa su misión de transformar descubrimientos científicos en soluciones comerciales de alto impacto, consolidando a la provincia de Santa Fe y a la Argentina como un polo de referencia en innovación en biotecnología y bioeconomía. El fondo impulsado por Bioceres y la provincia de Santa Fe continúa con su plan de duplicar el portafolio actual y sumar nuevos inversores con interés en las tecnologías del futuro. [Click a web](#)

Breves de Informe

Fundación MAPFRE premia Tres Grandes Proyectos Internacionales de Innovación Social

- PEGASI SAIL (Chile), una solución que utiliza inteligencia artificial para mejorar la detección temprana del cáncer y optimizar la coordinación asistencial entre pacientes, hospitales y profesionales de la salud.
- Helpful Village (Estados Unidos), una plataforma que gestiona el modelo de envejecimiento en casa y que facilita pedir ayuda 24/7, automatiza gestiones y ofrece videollamadas, mapas interactivos y geolocalización de voluntarios.
- Cocoon (Suecia), un airbag para las sillas infantiles de las bicicletas que se despliega en 20 milisegundos cuando su IA detecta riesgo de colisión.
- Los ganadores reciben un premio individual de 40.000 euros y consultoría estratégica para impulsar sus negocios



● PEGASI SAIL (Chile), una solución que utiliza inteligencia artificial para mejorar la detección temprana del cáncer y optimizar la coordinación asistencial entre pacientes, hospitales y profesionales de la salud; Helpful Village (Estados Unidos), una plataforma que gestiona el modelo de envejecimiento en casa y que facilita pedir ayuda 24/7, automatiza gestiones y ofrece videollamadas, mapas interactivos y geolocalización de voluntarios; y Cocoon (Suecia), un airbag para las sillas infantiles de las bicicletas que se despliega en 20 milisegundos cuando su IA detecta riesgo de colisión.

Son los ganadores de la octava edición de los Premios Fundación MAPFRE a la Innovación Social, una iniciativa cuyo objetivo es mejorar la vida de las personas mediante proyectos y equipos emprendedores que se transforman en propuestas de alto valor social, y que está impulsada por IE University, partner académico de los premios. Los tres seleccionados han recibido un premio individual de 40.000 euros para desarrollar sus proyectos, así como un programa de mentorías por parte de IE University. También entrarán a formar parte de Red Inova, que fomenta el intercambio de conocimiento experto y contribuye al ecosistema de la innovación social. El acto, celebrado el 12 de mayo en el Museo Reina Sofía, en Madrid, ha contado con la participación de Juan Cruz Cigudosa, secretario de Estado de Ciencia, Innovación y Universidades; Antonio Huertas, presidente de Fundación MAPFRE; y Diego del Alcázar Benjumea, CEO de IE University; y Andrés Allamand, secretario general Iberoamericano.

Proyectos sociales e inclusivos

Antonio Huertas, presidente de Fundación MAPFRE, ha felicitado a los 12 finalistas y a los 350 proyectos innovadores de todo el mundo que se han presentado a esta edición de los premios, con el constante denominador común de proponer ideas que mejoren la vida de las demás personas. Además, ha destacado que por estos premios han pasado ya miles de propuestas disruptoras e inspiradoras, muchas de ellas convertidas hoy en una realidad que ayuda a cientos de miles de personas.

Los tres premiados: Chile, Suecia y Estados Unidos

Luis Santiago, cofundador y CEO de PEGASI SAIL: "PEGASI SAIL nació desde una experiencia personal dolorosa, pero se ha convertido en una herramienta con impacto real para miles de pacientes. Gracias a la inteligencia artificial, estamos transformando la manera en que se diagnostica y trata el cáncer, optimizando el tiempo que a veces marca la diferencia entre la vida y la muerte. Este premio refuerza nuestro compromiso de seguir desarrollando soluciones que rompan barreras, integren los sistemas de salud y lleven esperanza a quienes más lo necesitan".

Manuel Acevedo, fundador y CEO de Helpful Village: "Las personas mayores merecen envejecer en casa, rodeadas de su comunidad, con independencia, dignidad y apoyo real. Ver cómo mi madre, tras jubilarse, se enfrentaba a la soledad y a la falta de propósito, nos llevó a descubrir el Movimiento Village en Estados Unidos, y a comprender que muchas comunidades necesitaban herramientas para organizar mejor su ayuda mutua. Fue todo lo que necesitamos para crear Helpful Village".

Emma Garatea, fundadora y CEO de Cocoon: "Este premio refuerza la idea de que la movilidad sostenible también debe ser segura, sobre todo para los más pequeños. En Cocoon, no solo diseñamos un airbag, sino que diseñamos tranquilidad para madres y padres que quieren moverse en bicicleta sin miedo. Esto nos da fuerza para seguir creciendo, aprendiendo y contribuyendo a unas ciudades más verdes, pero también más humanas".

350 emprendedores de distintos países

A la convocatoria de este año se han presentado 350 proyectos, desarrollados por científicos, investigadores, estudiantes de universidades y escuelas de negocios. Los 12 finalistas han presentado sus propuestas ante un jurado formado por profesionales del ámbito empresarial y del emprendimiento social, que ha seleccionado a los tres ganadores, teniendo en cuenta criterios basados en su potencial de impacto social, su viabilidad técnica y económica, y la capacidad y experiencia del equipo.

YOLO Latam reconocida como la Mejor Propuesta Comercial en Retail 100 Edición 2025



La empresa de Hawk Group se destacó entre los principales referentes del sector, consolidando su liderazgo en innovación comercial en el evento pensado para el retail en Argentina. Con un enfoque centrado en la tecnología y la transparencia, YOLO ofrece un modelo de financiamiento que se adapta a las exigencias del consumidor moderno, bajo el lema: «YOU ONLY LIVE ONCE (Solo se vive una vez)».

● YOLO Latam, la solución financiera de Hawk Group diseñada para satisfacer las necesidades de partners y clientes que demandan opciones de pago flexibles y accesibles, anunció que fue distinguida con el premio a la Mejor Propuesta Comercial en la categoría servicios durante la edición 2025 del evento Retail 100, la plataforma de networking y negocios más influyente del ecosistema retail argentino, que se llevó a cabo del 5 al 8 de mayo en la Ciudad de Mendoza.

El reconocimiento fue otorgado en el marco del encuentro que reúne anualmente a los 100 principales decisores del canal moderno, mayorista y minorista del país, junto a marcas líderes del consumo masivo, tecnología y servicios. La propuesta presentada por YOLO Latam fue valorada por su enfoque estratégico, su capacidad de adaptación a las nuevas demandas del mercado y su innovación en modelos de activación y ejecución en el punto de venta.

«Estamos muy agradecidos por este reconocimiento que celebra la visión, el esfuerzo y la creatividad del equipo de YOLO. La propuesta comercial de YOLO no solo responde a las necesidades actuales del retail, sino que anticipa hacia dónde va la industria en América Latina. Este premio refuerza nuestro compromiso como grupo de seguir invirtiendo en talento, tecnología e ideas que generen impacto real en el mercado», expresó Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group, y subrayó: «Este premio no sería posible sin el compromiso de quienes lo hacen realidad: nuestro equipo comercial, que lleva la propuesta a cada rincón del país; y muy especialmente el respaldo de Sancor Seguros, que nos acompaña en cada paso con profesionalismo y confianza. También queremos agradecer a nuestros partners, colegas y nuevos aliados del sector por cada reunión, charla y oportunidad compartida».

«Retail 100 fue una instancia clave para reafirmar el valor que aporta YOLO al ecosistema del consumo. No solo mostramos resultados concretos, sino que también abrimos nuevas conversaciones con empresas que buscan soluciones de financiación más ágiles y efectivas. Nuestra presencia en el evento confirma que el modelo YOLO está pensado para crecer junto al retail, potenciando tanto la experiencia del cliente como la rentabilidad del punto de venta», comentó, por su parte, Andrés Iampietro, Gerente Comercial de YOLO Latam.



Andrés Iampietro, Gerente Comercial de YOLO Latam y Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group

YOLO, entidad no bancaria, incorpora tecnología de avanzada para garantizar una mejor experiencia de compra del cliente, y así poder fidelizarlo. Permite la evaluación de riesgo crediticio mediante algoritmos de machine learning para una aprobación rápida y segura, permitiendo al comercio ofrecer opciones de pago personalizables según el perfil crediticio de cada usuario, y posibilitando que más personas puedan acceder a más financiamiento, sin las estrictas restricciones otros modelos, todo en forma automatizada. A su vez, YOLO brinda a los comercios acceso a dashboards para seguimiento de transacciones y análisis de ventas; e informes detallados con datos en tiempo real sobre rendimiento y comportamiento del cliente. «En un contexto desafiante, seguimos apostando por un modelo de negocio que une tecnología, financiamiento real y respaldo sólido para transformar la experiencia de consumo en el mundo retail», enfatizó Sebastián Larrea.

Con esta distinción, YOLO Latam refuerza su posicionamiento como un socio estratégico para marcas que buscan potenciar su presencia comercial en Argentina, combinando creatividad, tecnología y ejecución de excelencia.

Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

Nationalbrokers

Contamos con las herramientas que te brindan el respaldo que necesitás para desarrollar tus negocios, incrementando tu rentabilidad a través de las mejores condiciones comerciales del mercado.

- ▶ ACOMPAÑAMIENTO EN TODA LA GESTIÓN COMERCIAL.
- ▶ APOYO TÉCNICO Y OPERATIVO DE NUESTROS EQUIPOS ESPECIALIZADOS.
- ▶ ACCESO AL MULTICOTIZADOR.
- ▶ GESTIÓN DE SINIESTROS.
- ▶ ANÁLISIS DE RIESGOS.
- ▶ PLAN DE DESARROLLO DE CARTERA.
- ▶ PLAN DE CAPACITACIONES EN RIESGOS, NUEVOS PRODUCTOS Y COBERTURAS.

nationalbrokers.com.ar | productores@nationalbrokers.com.ar

CASA CENTRAL: Av. Cabildo 2230, Pisos 11 y 12, CABA, 0810-444-5550.
SUCURSALES: Buenos Aires (Pilar), Mendoza, Neuquén, Santa Fe, Córdoba y Tucumán.

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

www.ssn.gov.ar / 0-800-666-8400 / N° de inscripción SSN: 748

Clínica de golf en el corredor deportivo porteño para los productores y clientes de Experta ART

En un nuevo capítulo de las experiencias únicas que **Experta Seguros** brinda a sus aliados estratégicos, una clínica de golf fue el punto de encuentro en un espacio exclusivo del corredor deportivo porteño para clientes destacados, brokers y al equipo comercial de ART.



Se trató de una nueva edición del programa **Experta Full Experience** realizada en el **Campo de Golf de la Ciudad de Buenos Aires**, un espacio único diseñado por **Allister Mackenzie** en 1930 en lo que actualmente se conoce como el corredor deportivo por la diversidad de propuestas para múltiples disciplinas que hay en la zona. El evento reunió a clientes destacados, brokers y al equipo comercial de **Experta ART** para compartir una tarde diferente: recepción de bienvenida, clases personalizadas para iniciados y jugadores experimentados, y un cierre al atardecer en el bar **Augusta** de la costanera porteña.

"En **Experta** buscamos construir vínculos sólidos con quienes día a día representan a la compañía. Queremos que se sientan reconocidos no solo por su desempeño comercial, sino también a través de propuestas que los inviten a disfrutar, relajarse y compartir en un ambiente distinto", afirmó **Mariana Navarro**, Gerente Canal Corporativo de la compañía. Así, **Experta Seguros** y **Experta ART** continúan posicionándose como referentes gracias a su enfoque innovador, su fuerte presencia a nivel nacional y su compromiso con la red de productores, aliados clave en la estrategia para llevar a los clientes la mejor propuesta de respaldo. Con presencia en todo el país, **Experta** trabaja codo a codo con miles de productores y asesores de seguros, quienes son el canal clave para acercar sus soluciones a personas, empresas y comunidades. El portafolio de la compañía incluye seguros de **Automotores, ART (Aseguradora de Riesgos del Trabajo), Seguros Personales, Seguros de Vida Colectivos, Agro, Hogar, Integral de Consorcio, Flotas y Comercios**. Esta amplia variedad permite dar respuesta a las necesidades de diversos segmentos y regiones del país. A través de su programa de fidelización **Experta Full Experience**, la compañía reconoce a los productores y asesores con mejor desempeño en ventas, ofreciéndoles beneficios únicos que van más allá de los premios tradicionales: experiencias inolvidables, pensadas para vivir y disfrutar.

Entre las actividades destacadas del programa se incluyen clínicas deportivas, viajes al exterior, espectáculos musicales de figuras nacionales e internacionales, encuentros gastronómicos exclusivos y acceso a eventos deportivos internacionales como el **tenis, el fútbol, el golf y la Fórmula 1**, entre otras. Cada experiencia es cuidadosamente curada para agasajar a quienes hacen crecer la marca día a día.

CNP Seguros recibió a Cascos Verdes para una charla sobre inclusión y medio ambiente.

En el marco de su compromiso con la sustentabilidad y la inclusión, **CNP Seguros** recibió en sus oficinas a la **ONG Cascos Verdes**, organización reconocida por promover la inclusión de personas con discapacidad intelectual a través de programas de educación ambiental. Durante la jornada, los colaboradores participaron de una charla enriquecedora donde pudieron conocer de cerca el trabajo que realiza la fundación y reflexionar sobre el impacto positivo de sus iniciativas. Además, se abordaron conceptos clave sobre la separación de residuos y la importancia del reciclaje, promoviendo hábitos sustentables dentro y fuera del entorno laboral. **Cascos Verdes** trabaja desde 2007 formando a jóvenes con discapacidad intelectual como **Educadores Ambientales**, brindándoles herramientas para fomentar el cuidado del planeta y la concientización en empresas, escuelas y comunidades.

Esta actividad se enmarca en las acciones de **CNP** para avanzar hacia un futuro más inclusivo y responsable con el ambiente, integrando la diversidad y la sostenibilidad como pilares fundamentales de su cultura corporativa.



Breves de Informe



El 60% de las empresas que sufre un ciberataque cierra a los seis meses

En el **Día Mundial de Internet**, **Marsh McLennan**, líder global en riesgo, estrategia y personas, reflexiona sobre la importancia de una cultura de ciberseguridad, que proteja a las organizaciones frente a las crecientes amenazas digitales.

En un entorno digital cada vez más complejo y desafiante, los ciberataques se han convertido en una de las amenazas más serias para las organizaciones. En Latinoamérica, el 70% de las empresas todavía no tiene una cultura del riesgo bien desarrollada. Esto las hace más vulnerables no solo a ataques informáticos, sino también a otros problemas operativos.

Más allá de tener una infraestructura tecnológica, las organizaciones deben contar con una cultura del riesgo madura. Esto implica que todos los empleados, desde la dirección hasta los equipos técnicos, estén comprometidos con la prevención y sepan cómo actuar ante un incidente. Medir cuánto saben y cómo reaccionan las personas ante los riesgos ayuda a detectar debilidades y a mejorar la preparación. Frente a este contexto, donde los ciberataques están en constante aumento y pueden tener consecuencias devastadoras para las organizaciones, la necesidad de contar con un seguro de riesgo cibernético se vuelve cada vez más crucial. "Invertir en un seguro de riesgo cibernético no solo protege a la empresa, sino que también puede ser un factor diferenciador positivo en la confianza con el cliente y la reputación de la marca", sostuvo **Christian Rada**, Senior Vice President (SVP) - Gerente Corporate de **Marsh**.

Los ciberataques son cada vez más frecuentes y complejos, y pueden afectar a cualquier empresa, sin importar su tamaño o sector. Desde ataques de ransomware que detienen por completo las operaciones, hasta filtraciones de datos que exponen información sensible, los efectos pueden ser graves. Según estudios recientes, el costo de un ciberataque puede alcanzar varios millones de dólares, sumando no solo las pérdidas económicas, sino también el daño a la reputación y la pérdida de confianza de los clientes.

El 60% de las empresas que sufren un ciberataque cierran en menos de seis meses. Es por eso que tener un plan de respuesta ante incidentes cibernéticos es esencial para la continuidad del negocio. "Establecer un plan de respuesta, implementar medidas de seguridad robustas y realizar simulacros puede reducir el impacto de un ciberincidente en un 50%", explicó **Rada**.

El seguro de riesgo cibernético ayuda a las empresas a enfrentar las consecuencias económicas de un ciberataque. Cubre gastos como la recuperación de datos, la notificación a clientes y los honorarios legales. También ofrece acceso a especialistas en ciberseguridad que pueden asistir en la preparación y respuesta ante incidentes.

Ante este panorama **Marsh**, líder global en riesgo, estrategia y personas, comparte algunos consejos prácticos sobre cómo las empresas pueden prepararse para enfrentar ciberataques y cómo responder de manera efectiva cuando ocurren. Entre las recomendaciones destacadas se incluyen:

- **Evaluación de riesgos:** realizar auditorías regulares de seguridad para identificar vulnerabilidades.
- **Capacitación continua:** implementar programas de capacitación para empleados sobre las mejores prácticas de ciberseguridad.
- **Planes de respuesta:** desarrollar y probar planes de respuesta ante incidentes para minimizar el impacto de un ataque.

Zurich participó de Experiencia Living con una innovadora propuesta dedicada a los fanáticos de los videojuegos

La compañía líder de la industria del seguro desembarcó en la clásica muestra de diseño y arquitectura con un espacio especial dedicado al mundo del gaming

Zurich participó de la 3ª edición de **Experiencia Living**, la exposición de diseño, decoración y arquitectura más importante del año, con un exclusivo espacio inspirado en el mundo del gaming denominado **Live & Play**, dedicado a los fanáticos de los videojuegos. La muestra estuvo disponible del 8 de abril al 11 de mayo (12 a 20 hs), en el Complejo **Bliss Buenos Aires (Uruguay 3999)**, ubicado en la localidad de **Victoria**, partido de **San Fernando**.



Live & Play Espacio Zurich fue una propuesta innovadora que recrea lo que sería la habitación de un apasionado por los videojuegos clásicos y de última generación. La muestra, que nació con el objetivo de conectar con el estilo de vida y hábitos de consumo de las nuevas generaciones de consumidores, fue desarrollada por el prestigioso estudio **Wertheim Campos**, del internacionalmente reconocido arquitecto **Claudio Wertheim**.

"Es una gran satisfacción poder ser protagonistas de un evento tan destacado como **Experiencia Living**. Este año quisimos aprovechar este espacio para acompañar también al mundo del gaming, que a nivel local e internacional es una de las industrias de mayor y más rápido crecimiento. Como empresa líder del sector trabajamos para escuchar a nuestros clientes, así como las nuevas tendencias y hábitos de consumo de la comunidad, para acercarle propuestas en línea con sus intereses. Nuestro espacio **Live & Play** no sólo es un espacio de disfrute y entretenimiento, es también un medio para vincularnos con las nuevas generaciones de consumidores", destacó **Adriana Arias**, Head of Communication & Sustainability de **Zurich Argentina**.

El espacio de **Zurich** contó todo lo necesario para disfrutar al máximo del gaming, mezclando la tecnología con los espacios de relajación. En su interior contó con espacios de realidad virtual, una consola **PlayStation 5**, un simulador de carreras de automóviles con una pantalla de 50 pulgadas full HD, y un **Pump It Up** doble. Además, hubo tres máquinas de **Retro Arcade** doble con algunos videojuegos clásicos como **Mario Bros, Pac-Man, Galaxia, Sonic y Sega**. De esta manera, los chicos y los grandes pudieron entretenerse en un mismo lugar con los títulos más apasionantes.

Con la mira en la innovación constante, **Zurich** ofrece una amplia gama de productos y soluciones para el hogar alineadas con las necesidades de cada perfil de cliente. Para responder a la demanda del cada vez más grande universo de jugadores de videojuegos de Argentina (en torno a 17 millones de personas), la compañía ofrece cobertura para la protección de distintos equipos y dispositivos de gaming.

La compañía dispone de distintas alternativas de protección con múltiples beneficios y servicios de asistencia que las personas pueden solicitar en todo momento. En el marco de **Zurich Hogar, Zurich** ofrece cobertura desde los aspectos más básicos de la vivienda, como muebles y electrodomésticos, hasta objetos personales como obras de arte, consolas de juegos, notebooks, bicicletas, y pantallas de TV. Como complemento, ofrece **Hogar Blue Label**, una póliza premium para aquellas personas con bienes de alto valor en sus hogares.

AlbaCaución reunió a sus Reaseguradores en una cena exclusiva en Buenos Aires



En el marco de la **Asamblea General de APF PASA** celebrada recientemente en la ciudad de **Buenos Aires**, **AlbaCaución** ofreció una cena especialmente organizada para agasajar a los integrantes de su **Panel de Reaseguradores**.

La iniciativa, pensada como un espacio de encuentro y reconocimiento, se desarrolló en **Quincho Santo Domingo** del barrio de **San Telmo**, un ámbito de impronta histórica y estética autóctona, elegido para transmitir de forma genuina los valores que guían el accionar de la compañía: cercanía, profesionalismo y flexibilidad.

Del evento participaron autoridades de **AlbaCaución**, entre ellas su **Presidente José Mariano Cuffia**, el **Jefe de Negocios Internacionales Marcelo Gómez**, el **Director Comercial Diego Brun**, el **Gerente Técnico Marcelo Fortino** y la **Gerente de Asegurados y Relaciones Institucionales Virginia Marinsalta**, quienes encabezaron el encuentro en un clima distendido y cálido, propicio para el intercambio en un plano más personal. "Es un gusto recibirlos y agradeceremos su presencia, han sido muchos años de conocernos con la mayoría de ustedes. La realidad es que su apoyo ha sido muy importante para nosotros, somos referentes de la actividad y compañía **Top Ten** del ramo y en parte gracias a su apoyo. Gracias por acompañarnos y gracias por ser parte de esta historia, de estos 65 años" fueron las palabras de bienvenida del **Contador Marcelo Gomez Jefe de Negocios Internacionales**.

La propuesta combinó sabores típicos, vinos argentinos y Tango en vivo, generando una experiencia que permitió compartir la cultura local en un marco de hospitalidad y agradecimiento. Como obsequio, los asistentes recibieron un cuchillo artesanal personalizado, realizado con materiales regionales, que sintetizó el espíritu del encuentro. "Fue una acción que refleja nuestro modo de vincularnos: con atención a los detalles, respeto por la identidad de quienes somos y vocación de construir relaciones sostenibles en el tiempo", expresaron desde la compañía.



CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS



MAPFRE Economics rebaja la previsión de crecimiento global hasta el 2,7 % por las disputas arancelarias

El Servicio de Estudios Económicos de MAPFRE mantiene la estimación de avance económico mundial en el 3% para el próximo año, y apunta a una inflación del 3,4% y el 2,9% para 2025 y 2026. El deterioro económico será más intenso en Estados Unidos, mientras que en Europa tendrá un impacto más moderado. En Latinoamérica, sus efectos serían dispares.

MAPFRE Economics, el Servicio de Estudios Económicos de MAPFRE, ha publicado la actualización de su Informe Panorama Económico y Sectorial, en el que prevé un crecimiento de la economía mundial del 2,7% para 2025, lo que supone cuatro décimas menos de lo estimado a principios de año, y del 3% para 2026. Por su parte, las previsiones de inflación son del 3,4% para 2025 (una décima menos) y del 2,9% para 2026.

El escenario que contempla MAPFRE Economics continúa siendo de desaceleración global, controlada por los bancos centrales. Sin embargo, el surgimiento de nuevos riesgos a nivel internacional derivados de la política arancelaria de EE.UU. lleva a un extra de prudencia y a pensar en un posible desacople hacia movimientos menos coordinados a nivel global. Las principales variables macroeconómicas seguirán expuestas a los efectos de las disputas comerciales, apuntan desde MAPFRE Economics, por lo que su impacto dependerá de las políticas que se definan en los próximos meses.

El Informe Panorama Económico y Sectorial, editado por Fundación MAPFRE, prevé unos efectos más intensos de este nuevo escenario en Estados Unidos, con una desaceleración más pronunciada y mayores presiones de precios que obstaculicen la actuación de la Fed. Así, el crecimiento se situaría en el 1,9% en 2025 y en el 1,8% en 2026, frente al 2,5% y el 2% previstos inicialmente. La inflación sería del 3% este año, una décima más, mientras que para el próximo año la previsión se mantiene en el 2,6%.

En Latinoamérica, las implicaciones de las tensiones comerciales son dispares, ya que, aunque apuntarían a una menor demanda externa para los socios más dependientes de EE.UU., como México, estos también podrían beneficiarse tanto de una redirección comercial como por la atracción de flujos de capital. Esta situación puede llevar a una política monetaria con menos cambios de lo inicialmente previsto y ofrecer un marco relativamente estable. El crecimiento económico estimado es del 1,9% para este año y del 2,1% para el próximo, y la inflación, del 8,8% y el 8%.

En la eurozona, en cambio, MAPFRE Economics vaticina un menor deterioro macroeconómico y una inflación más controlada, factores a los que se suman los estímulos fiscales anunciados, especialmente en Alemania, para dibujar un panorama menos negativo. El avance del PIB se estima en el 0,8% este año y en el 1,1% para 2026, mientras que las anteriores estimaciones eran del 1,1% y del 1,4%, respectivamente. Por su parte, la inflación se situaría en el 2,1% en 2025 y en el 1,8% en 2026. En el agregado de los países emergentes, las previsiones de crecimiento se sitúan en el 3,3% y 3,5% para 2025 y 2026. El avance de los precios será del 4,2% para el año en curso y del 3,6% el próximo. Las distintas regiones presentan movimientos notables en sus economías por el impacto de las políticas arancelarias en Estados Unidos.

En Asia, sin embargo, la disputa comercial parece algo más pronunciada y las medidas anunciadas menos conciliadoras, particularmente en China, lo que arroja un recorte de previsiones más acusado para la región. Así, el conjunto de Asia Pacífico crecerá un 4,3% en 2025 y un 4,4% en 2026, con una inflación del 0,4% y el 1%. China, que se esperaba en la anterior edición del informe que creciese un 4,3% este año, lo hará un 4%, mientras que para 2026 se mantiene la previsión de avance del 4%, con una inflación del 0,2% y del 0,8%.

El sector asegurador aguanta el tipo pese a los aranceles

Una menor actividad económica a nivel global también tendría su impacto en la actividad aseguradora, por lo que hay cierta moderación de las buenas perspectivas existentes a principios de año. No obstante, y a pesar de la incertidumbre geopolítica, el crecimiento económico y los niveles de tipos de interés seguirán impulsando el desarrollo del sector asegurador global.

MAPFRE Economics espera un aumento de las primas de los seguros de Vida del 4,3%, y de los seguros de No Vida, del 3,9%. Su rentabilidad sigue teniendo buenas perspectivas, por un entorno de inflación moderada y las curvas de los tipos de interés a la baja, pero en niveles y con primas por plazo positivas. Los ingresos financieros seguirán contribuyendo significativamente a los beneficios, gracias a las inversiones del sector y a la actividad de los seguros de Vida vinculados al ahorro, por los elevados niveles de tipos de interés.

Para leer el informe completo podés dirigirte a [este enlace](#).



Seguridad Vial: un llamado urgente a la acción y la concientización

Cada año, los siniestros viales provocan aproximadamente 1,19 millones de muertes en el mundo, siendo la principal causa de fallecimiento entre jóvenes de 15 a 29 años, de acuerdo a lo que indica la OMS en su último reporte global.

En Argentina, la situación es igualmente alarmante. En 2023, se registraron 4.369 muertes por siniestros viales, lo que equivale a

Breves de Informe

una tasa de mortalidad de 9,4 por cada 100 mil habitantes, según datos de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV, 2024). Del 12 al 18 de mayo se celebró la Semana Mundial de la Seguridad Vial, una iniciativa impulsada por Naciones Unidas y la Organización Mundial de la Salud (OMS) para concientizar sobre la crisis global de siniestralidad vial y promover acciones que salven vidas.

Prevención y asistencia en ruta: claves para un viaje seguro

Ante la eventualidad de un defecto mecánico o la necesidad de asistencia en el trayecto, es crucial que cada conductor adopte medidas preventivas y sepa cómo actuar.

Iké Argentina, compañía especializada en asistencia vial en la LATAM, brinda una serie de consejos que pueden ser de gran utilidad. Antes de emprender un viaje en ruta, siempre es importante realizar controles periódicos del vehículo (neumáticos y auxilio, frenos, luces, y niveles de aceite, refrigerante y líquido de frenos). Además, contar con un kit de emergencia puede marcar la diferencia. El conductor deberá asegurarse de contar con los elementos de seguridad obligatorios y recomendados, como un matafuego con carga vigente, balizas triangulares portátiles, chaleco reflectante, botiquín de primeros auxilios, gato y llave cruz, linterna, agua y un teléfono móvil con batería cargada. Con más de 10.000 solicitudes de servicio mensuales, la compañía imparte el compromiso de 90 minutos en remolque, cubriendo tanto al titular como al vehículo, a diferencia de los servicios tradicionales, que brindan exclusivamente el servicio a la patente del vehículo.

"En nuestro caso, realizamos una contención de 30 minutos, tiempo en el que enviamos una moto para ayudar al usuario. Ante alguna situación de vulnerabilidad o demora superior a nuestro estándar de calidad, enviamos personal técnico de contención", explican. Este diferencial en el servicio, permite a Iké contar con altos índices de satisfacción del cliente. Los expertos de la compañía enumeran los pasos a seguir en caso de sufrir un defecto o detención en la Vía:

- **Priorizar la seguridad:** a través de las balizas, además de desplazar el vehículo lo más lejos posible de la calzada y del tránsito activo.
- **Visibilidad:** colocar balizas triangulares a una distancia reglamentaria del vehículo (aproximadamente 75 metros antes en rutas y autopistas, o según la normativa local y las condiciones de visibilidad), para alertar a otros conductores. Esto se suma al chaleco reflectante antes de descender del vehículo, especialmente en condiciones de baja luminosidad o clima adverso.
- **Ubicación segura para esperar:** una vez señalizado el vehículo, todos los ocupantes deberán descender por el lado contrario al tránsito y esperar detrás de las barreras de contención, o en una zona elevada y alejada de la calzada. Si debe permanecer en el vehículo, hágalo con el cinturón de seguridad abrochado y las puertas trabadas.
- **Solicitar asistencia:** comunicarse con el servicio de auxilio vial para proporcionarle la ubicación actual, y esperar, de manera segura, su llegada.

Adoptar estas prácticas, no solo incrementa la seguridad individual ante un imprevisto, sino que contribuye activamente a la prevención de siniestros secundarios, protegiendo también a quienes acuden para brindar su ayuda y al resto de los usuarios de la vía.

Seguros inclusivos: una oportunidad clave para reducir la brecha de protección en Argentina

La baja penetración de seguros en el país deja ver que hay un mercado con gran potencial, donde la banca, la tecnología y la educación financiera emergen como actores clave para impulsar el crecimiento inclusivo.

En un contexto en donde todos los sectores se encuentran en plena reestructuración y adaptación a nuevos modelos de negocio, el mercado asegurador argentino no escapa a esa lógica y atraviesa un momento crucial para fortalecer su rol como herramienta de protección y movilidad social. Si bien el país forma parte de una región donde el sector ha crecido un 11% anual entre 2019 y 2024, según el Informe Global de Seguros 2025 de McKinsey, las tasas de penetración siguen siendo bajas: se estima que solo 3 de cada 10 adultos cuentan con algún tipo de cobertura de seguros. Esta baja tasa de protección es un problema estructural y afecta especialmente a los sectores de ingresos medios y bajos, trabajadores informales y pequeños emprendedores. Es allí donde los seguros inclusivos colaboran para reducir esa brecha, pero al mismo tiempo abren una oportunidad para el mercado dado que se requieren productos asequibles, accesibles y comprensibles para poblaciones que tradicionalmente han estado fuera del radar del seguro tradicional. A su vez, esto implica revisar canales, modelos de negocio, estrategias de distribución y uso intensivo de tecnología.

En este sentido, el informe de McKinsey destaca que la distribución será la palanca clave para escalar soluciones inclusivas. Aunque el canal tradicional de agentes y corredores todavía representa entre el 60% y 65% de las primas emitidas en la región, se observa un fuerte dinamismo en modelos alternativos, especialmente bancaseguros y asociaciones con plataformas no tradicionales.

"En un contexto donde la innovación y la eficiencia marcan el ritmo de la industria financiera y aseguradora, el canal de bancaseguro emerge como uno de los grandes motores de transformación. No solo representa una alternativa en la distribución de seguros, sino que también se consolida como una de las vías más rentables y sostenibles de crecimiento para los bancos" señala Fernando López Orlandi, Gerente Comercial de Charles Taylor. Sucede que el canal bancario representa hasta el 80% de la distribución de seguros de vida en países como Brasil y entre un 20% y 25% en segu-

ros patrimoniales en mercados como Chile. En Argentina, si bien las cifras no alcanzan esos niveles, el potencial es enorme: el 50% de las personas bancarizadas no tienen ningún tipo de seguro, pese a que el 90% de los no asegurados estarían dispuestos a contratarlos con su banco.

La clave para capitalizar esta oportunidad es ampliar el portafolio de productos, simplificar la experiencia del usuario y utilizar tecnología para generar procesos más amigables y accesibles. De hecho, la adopción de inteligencia artificial y canales digitales ya está transformando el recorrido del cliente, especialmente en las etapas de información y cotización.

"La tecnología juega un rol central.

Plataformas capaces de gestionar todo el ciclo de vida del seguro -desde la cotización y emisión hasta el servicio postventa y la atención de siniestros- son ahora indispensables para que el modelo de bancaseguro alcance su máximo potencial. En este terreno, la experiencia y el posicionamiento que viene teniendo Charles Taylor, en donde prácticamente la mitad de los negocios relacionados con bancaseguros en Chile se procesan a través de tecnologías desarrolladas por nosotros, reflejan el creciente valor y la oportunidad que tiene un mercado cada vez más dinámico", destaca López Orlandi.

Con la tecnología disponible y números que hablan por sí solos, impulsar seguros inclusivos en Argentina es toda una oportunidad en sí misma, aunque para ello se requiere un trabajo coordinado entre el regulador, las aseguradoras, los bancos y demás canales emergentes. Con una estrategia clara de desarrollo de la educación financiera y conciencia aseguradora, y un marco regulatorio flexible que promueva la innovación y la creación de productos más sencillos y claros, el camino puede ser allanado.

"Con más de 30 millones de personas bancarizadas y un ecosistema fintech en expansión, Argentina tiene las condiciones para escalar soluciones inclusivas que reduzcan la vulnerabilidad de sus ciudadanos y consoliden un mercado asegurador más resiliente", remarca el Gerente Comercial de Charles Taylor, agregando que "la experiencia en otros mercados y varios ejemplos exitosos de soluciones B2B2C que tiene la compañía generan altas expectativas a futuro para este segmento".

Zurich reabre su oficina de La Plata y refuerza su presencia en Buenos Aires



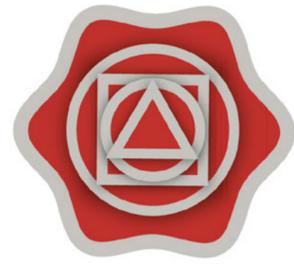
La compañía líder del mercado asegurador consolidó su presencia en la capital bonaerense con la remodelación de sus oficinas, en línea con su estrategia de expansión federal.

Zurich Argentina reabrió sus oficinas de la ciudad de La Plata, con el objetivo de fortalecer su presencia en la zona noroeste de la provincia de Buenos Aires. La compañía líder del mercado de seguros continúa optimizando su red de cobertura y accesibilidad para brindar servicio a sus más de 1,5 millones de clientes en todo el país.

La remodelada oficina de Zurich se encuentra ubicada en la Avenida 7 al 461, entre las calles 41 y 42, en el centro de La Plata. Los trabajos de remodelación se desarrollaron desde mediados del año pasado, y apuntan a brindar un mejor servicio a sus clientes de la ciudad, el Gran La Plata, y de toda la región norte y oeste bonaerense. La sede tendrá un horario de atención de 8 a 17 horas, y reforzará la presencia de Zurich como referente en rubros como Autos, Hogar, PyMEs, y Comercios.

"Para nosotros es un verdadero orgullo relanzar la presencia de Zurich en una ciudad tan importante y emblemática como La Plata. Además de brindar una atención más personalizada a nuestros clientes y partners, estas nuevas oficinas nos permitirán seguir consolidando a la compañía a nivel federal, con foco en el noroeste de la Provincia de Buenos Aires. En Zurich creemos en el potencial inculcable del interior del país, y por eso queremos tener los medios adecuados para acercar nuestra cobertura a los emprendedores, comerciantes y productores de toda la Argentina", destacó Silvana Roccabruna, Gerente de Agro e Interior de Zurich Argentina.

Con sede central en la Ciudad de Buenos Aires, Zurich cuenta con oficinas propias ubicadas estratégicamente en Bahía Blanca, Córdoba, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Posadas, Rosario y San Miguel de Tucumán, como así también con 39 oficinas delegadas de representación distribuidas en todo el país y una red de más de 4.000 Productores Asesores de Seguros independientes.



EVOLUCIÓN SEGUROS DE LA MANO CON VOS

Seguro de caución



+75

AÑOS EN EL MERCADO

CALIFICACIÓN PRO RATING **A**

Primera póliza de caución del país.

+1.000.000 BENEFICIARIOS DE PÓLIZAS

ESPECIALISTAS EN SEGUROS PARA EMPRESAS

Responsabilidad civil general | Integral de comercio | Integral de consorcio Seguros técnicos | Praxis médica | Transporte de mercadería

evolucionseguros.com.ar



9 11 2658 9562



GOURMEND



profile

BABA HOUSE

ficha técnica

NOMBRE	BABA House
DOMICILIO	Av. del Libertador 2629, Olivos
ESPECIALIDAD	Originales estilos cerveceros y una oferta gastronómica clásica
CREADORES	Sebastián Rubello, Francisco Ferretti y Nicolás Pizzagalli
VIARIOS	16 canillas de diversos estilos cerveceros, este espacio combina lo mejor de la tradición con un espíritu innovador
HORARIOS	Domingo a jueves de 17 a 01 hs, viernes y sábados de 17 a 02 hs.
INSTAGRAM	@babacerveza

El nuevo rincón de la cervecería que cautiva con estilos y sabores en Olivos

BABA House es el nuevo spot en Olivos que promete cautivar con originales estilos cerveceros y una oferta gastronómica clásica con toques originales que tientan. Con 16 canillas de diversos estilos cerveceros, este espacio combina lo mejor de la tradición con un espíritu innovador. Su propuesta incluye cócteles y opciones para compartir, como tapas y una variedad de sándwiches que destacan por su creatividad.

BABA, fundada en 2015 por **Sebastián Rubello, Francisco Ferretti y Nicolás Pizzagalli**, ha demostrado ser mucho más que una productora de cervecería artesanal. Lo que inició como un proyecto en una casa evolucionó hasta convertirse en una fábrica en Vicente López, marcando un camino hacia la innovación y creatividad que va más allá del producto. Con sus originales combinaciones cerveceras, la marca ha logrado destacarse en el mercado, y su crecimiento los llevó a dar un paso más el 08 de marzo de 2025 con la apertura de **BABA House**, un bar y restaurante situado en Olivos. Este nuevo espacio promete no sólo deleitar a los amantes de la cerveza, sino también ofrecer una propuesta gastronómica que tienta con sabores clásicos.

El nombre **"BABA"**, derivado del hindi, significa **"gurú"** o **"maestro"**, un término afectuoso que evoca guía e inspiración. Este concepto no llegó por casualidad: uno de sus creadores trajo consigo esta palabra después de un viaje a la India, donde quedó fascinado por su profundidad. Este espíritu místico se ve reflejado en cada aspecto, desde sus cervezas hasta el ambiente de su nuevo espacio.

La reciente apertura del bar de **BABA** en Olivos, barrio en el que se criaron los tres socios fundadores y amigos de la infancia, marca un hito en la evolución de la marca. Alain Bisiau se une al equipo como gerente para impulsar el éxito de este emocionante proyecto. Ubicado en una casona de 1926, combina el encanto de lo antiguo con un diseño moderno y descontracturado. Las reformas realizadas respetaron la esencia original del sitio, dejando a la vista paredes desgastadas que dejan entrever las estructuras originales, mientras se integran elementos modernos que invitan a disfrutar y relajarse. El interior refleja la misma esencia: paredes que mantienen su estructura original, mesas cuadradas de hierro que se complementan con sillones corredizos pegados a la pared y una iluminación al estilo industrial.

El jardín amplio a cielo abierto, con su abundante vegetación y una vista al Río de la Plata, se presenta como el verdadero tesoro del lugar. Este espacio al aire libre invita a desconectar y disfrutar de un entorno acogedor que ➡



LLEVÁ TU SEGURIDAD AL SIGUIENTE NIVEL: TRUST THE HAWK

QUEREMOS QUE CONOZCAS EL MUNDO HAWK GROUP

YOLO Preparete para lo inesperado con Yolo, la insurtech en ascenso. You Only Live Once

hawk BROKER Impulsemonos juntos hacia el éxito, le ponemos valor a tu economía real; la pasión de reinventarnos cada día.

asegurado.com Donde la seguridad abraza tus sueños; a tan sólo un click, 100% digital, 100% cerca tuyo.

BRANCO Somos una solución a tu negocio, somos innovación en su máxima expresión. Fluimos en cada conexión.

OSSIS blister Tu respaldo garantizado en el mundo del retail, protegemos tus logros.

¿QUÉ ESTÁS ESPERANDO? UNITE AL MUNDO HAWK GROUP

¡Se un hawker!

✉ INFO@HAWKGROUP.COM

WWW.HAWKGROUP.COM



📍 Juana Manso 1750 - 2º piso . of.2 . Puerto Madero . Bs. As. 📍 Garay 1755 - 5º piso . Mar del Plata
📍 Dr. Ramón 87 - 3º piso . of. 304 . Neuquén Argentina . info@hawkgroup.com

Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control
www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

El nombre “BABA”, derivado del hindi, significa “gurú” o “maestro”, un término afectuoso que evoca guía e inspiración

➔ resalta por la asimetría de su diseño y la frescura que transmite. Cada detalle está pensado para romper con lo convencional, desde las sillas de hierro de diseño único hasta los bancos de madera que invitan a sentarse de maneras poco habituales. Además, el área exterior cuenta con una amplia barra con taburetes, donde se puede apreciar la variedad de estilos cerveceros que desfilan por sus 16 canillas, junto con una oferta de bebidas que complementan la experiencia.

La cerveza es, sin duda, el corazón de **Baba**. Cada variedad destaca por su tomabilidad, pero al mismo tiempo por despertar emociones y sorprender los sentidos. La cervecería no teme experimentar con ingredientes inusuales para salir de la rutina y explorar lo inesperado. Desde sus canillas se sirven estilos como la **Alma Lager** (lúpulo **Crystal** y su base de pura malta), la **Hipnosis Honey** (de aroma floral y cítrico, sabor dulce y delicado) o la **Laberinto Red Ale** (con presencia de caramelo y notas frutadas, sofisticada y balanceada).

También sobresalen alternativas originales como la **Flowin APA** (con notas a frutas tropicales y canabís), la **Inframundo Stout** (con notas a chocolate, coco y café), la **Moon IPA** (de cuerpo suave y aroma frutal), o la **Ritual Red IPA** (de cuerpo medio y aroma a caramelo y lúpulo). También, **Baba** convoca a los fanáticos de la cerveza a una imperdible degustación compuesta por sus 9 estilos.

Además, la cervecería cuenta con una tienda ubicada en una ventanilla frontal donde se pueden adquirir cervezas enlatadas a través de su servicio de take away, así como productos de la marca y cerveza al paso.

Por su parte, **BABA** también cuenta con un gin artesanal, preparado con cuatro botánicos clásicos que se incorporan a la receta original para maximizar su sabor y frescura. Además presentan cócteles como **vermut**, **fernet**, **Campari**, **Cynar Julep**, **Aperol Spritz** y vinos servidos por copa.

El menú del bar es tan variado como sus cervezas. Su cocina cambia según la temporada, aprovechando frutas y verduras frescas para ofrecer opciones tradicionales ideales para disfrutar en sus espacios. Para comenzar el banquete, proponen las **Papas Baba** (con pimentón y romero, acompañadas de barbacoa casera), **Queso Halloumi** (dorado, con salsa verde, chutney de tomates y nueces crocantes), **Hacele Caso a Nachito** (nachos crocantes con mix de quesos y frijoles negros con salsa roja y salsa ácida), **Trio del Desierto** (hummus cremoso de pajarés, babaganoush de berenjena y muhammara de morrones asados con nueces y pan crocante), o los **vegetales asados** (con salsa verde y **Dukkah** de sésamo y maní).

Los sándwiches también destacan con opciones como el de milanesa (milanesa crocante en pan de viena, alioli casero, lechuga fresca y tomate), el **Roast Beef Sándwich** (carne braseada servida en pan brioche, mostaza Dijon, cebolla caramelizada, mix de quesos y pepinillos), **Curry Chicken Sandwich** (sándwich frío de pollo servido en pan brioche, con mayo chilli picante, lechuga fresca y pickles de pepino), de **Fondue** (pintado con manteca



de ajo y mostaza Dijon, relleno con mix de quesos fundidos), o el **Panchito** (salchicha tradicional, cebolla morada encurtida, lluvia de papas pay y salsa de la casa).

La estadía en el bar de **Baba** no sería completa sin la música. Fieles a su filosofía, este lugar propone disfrutar de una selección musical que va de los **clásicos de los años 80 y 90** a tendencias actuales. Desde **jazz y funk** hasta rock, reggae y música nacional e internacional, cada playlist es un viaje que complementa la atmósfera del lugar. Incluso los **DJs invitados** siguen esta línea, ofreciendo sets que se pasean entre lo familiar y lo actual, creando un ambiente musical ideal para todos los gustos.

BABA también organiza pop-ups gastronómicos y catas con menús de pasos que maridan sus cervezas con propuestas culinarias diseñadas para resaltar sabores y texturas.

Sin duda, **Baba** no es sólo una marca de cerveza; es un proyecto que busca inspirar con un espacio y una oferta que conjuga lo antiguo y lo moderno. Desde su enfoque en lo místico hasta los detalles distintivos de su proyecto, esta cervecería ha logrado posicionarse como un referente para quienes buscan una experiencia completa. 🍷

**SANCOR
SEGUROS**

**EL VALOR
DE DAR
RESPUESTA**

**PARA MÁS INFORMACIÓN
CONSULTÁ A TU PRODUCTOR ASESOR DE SEGUROS**

sancorseguros.com.ar /    



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Federico De Alessandre

Casado - 32 Años - Signo Escorpio (20/11/1992)

Jefe área Técnica Comercial (Casa Matriz) **La Perseverancia Seguros**



- **UN HOBBY**
Basquet
- **LA JUSTICIA**
Lenta
- **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES**
No depende del sexo
- **LA SEGURIDAD**
Insuficiente
- **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY**
Vacaciones en familia
- **MI MODELO PREFERIDA**
Mis padres
- **UN RIESGO NO CUBIERTO**
Amistad
- **VESTIMENTA**
Elegante sport
- **LA MUERTE**
Dudas
- **EL MATRIMONIO**
Felicidad
- **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**
Hijos
- **UN SER QUERIDO**
Abuelo
- **ACTOR Y ACTRIZ**
Robert De Niro y Julia Roberts
- **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**
La mentira
- **ESTAR ENAMORADO ES**
Único

- **ME ARREPIENTO DE**
Ser confiado
- **SU MAYOR VIRTUD**
Lealtad
- **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**
El cañón
- **LA MENTIRA MÁS GRANDE**
Adolescencia
- **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?**
Autoplan (Autoahorro)
- **EL TEATRO**
Comedia
- **LE TENGO MIEDO A**
El trabajo
- **TENGO UN COMPROMISO CON**
Mi familia
- **LA INFLACIÓN**
Cíclica
- **UN SECRETO**
Privado
- **LA MUJER IDEAL**
No existe
- **MI PEOR DEFECTO ES**
Paciencia
- **LA CULPA ES DE**
Cada Uno
- **NO PUEDO DEJAR DE TENER**
Tranquilidad
- **UN FIN DE SEMANA EN**
El mar
- **LA INFIDELIDAD**
Imperdonable

- **UN PROYECTO A FUTURO**
Ser Padre
- **EL FIN DEL MUNDO**
Espero no estar
- **EL CLUB DE SUS AMORES**
Boca Juniors
- **ESCRITOR FAVORITO**
J. T. Rowling
- **SI VOLVIERA A NACER SERÍA**
Como soy
- **UNA CANCIÓN**
Flowers
- **EL AUTO DESEADO**
Amarok
- **EL PASADO**
Fue
- **¿CUÁL ES SU RED SOCIAL PREFERIDA?**
Instagram
- **AVIÓN O BARCO**
Avión
- **EL DÓLAR**
Cíclico
- **LA TRAICIÓN**
Imperdonable

- **LA CORRUPCIÓN**
Asco
- **EN COMIDAS PREFIERO**
Milanesa napolita con papas fritas
- **¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?**
Harry Potter
- **UN PERSONAJE HISTÓRICO**
San Martín
- **MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIÓ ESTE AÑO**
La Ballena y el hombre que amaba los platos voladores
- **PSICOANÁLISIS**
Si
- **¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?**
Siesta
- **DIOS**
Fe
- **MI MÚSICO PREFERIDO ES**
Gustavo Cerati
- **¿QUÉ ES LO QUE APRECIA MÁS DE SUS AMIGOS?**
Confidencialidad

- **¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?**
Inteligencia
- **EN DEPORTES, PREFIERO**
Básquet
- **UN MAESTRO**
Emanuel Ginobil
- **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**
Europa
- **SU BEBIDA PREFERIDA**
Gin Tonic
- **EL PERFUME**
Paco Rabanne
- **UNA CONFESIÓN**
Privada
- **NO PUEDO**
Mentir
- **MARKETING**
Arte
- **EL GRAN AUSENTE**
Abuelo
- **¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?**
Básquet
- **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?**
Auto 0 Km
- **DE NO VIVIR EN ARGENTINA... ¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?**
Costa Amalfitana (Italia)

BBVA Seguros

Seguro de Hogar

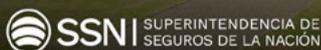
40% off en los primeros 3 meses

Cotizá tu Seguro de Hogar 100% online



N° de inscripción SSN 0396 www.argentina.gob.ar/ssn

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400



Promoción válida en la República Argentina hasta el 30/09/2024 inclusive, para quienes contraten un nuevo Seguro de Hogar con débito automático de tarjeta de crédito, en BBVA Seguros Argentina S.A. El beneficio a otorgar será de un descuento del 40% sobre la prima en las tres primeras cuotas. No combinable con otras promociones. Para más información consulte en www.bbvasseguros.com.ar. Aseguradora: BBVA Seguros Argentina S.A. CUIT 30-50006423-0 Av. Córdoba 111, Piso 22 (C1054AAA) - C.A.B.A.