



informe

operadores de mercado



Entrevista a Alejandro Korin

CEO de CNP Seguros



Estrategia digital



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

GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS

AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

“Buscamos consolidar nuestro crecimiento profundizando la estrategia digital”

La alta volatilidad y la inflación impactan directamente en el poder adquisitivo de las personas y en la dinámica del mercado asegurador. Sin embargo, también se observa una mayor conciencia sobre la importancia de la protección, lo que abre oportunidades, explica el CEO de CNP Seguros. “La clave está en desarrollar soluciones más accesibles y adaptadas a las nuevas formas de consumo”, precisa el ejecutivo. Por estos días, la compañía cubre a cerca de un millón de asegurados en todo el país y espera seguir creciendo apoyada en la digitalización y el fortalecimiento de sus alianzas estratégicas con productores, bancos y retails.



RASA
Reaseguradores Argentinos S.A.

Haciendo historia en el reaseguro argentino desde **1992**

- EXPERIENCIA
- SOLIDEZ
- RESPALDO



Alejandro Korin
CEO de CNP Seguros

¿Cómo evalúa la coyuntura macroeconómica en la Argentina y su impacto sobre el mercado asegurador?

La coyuntura macroeconómica argentina sigue siendo desafiante, con alta volatilidad e inflación, lo que impacta directamente en el poder adquisitivo de las personas y en la dinámica del mercado asegurador. Sin embargo, también vemos una mayor conciencia sobre la importancia de la protección, lo que abre oportunidades para desarrollar soluciones más accesibles y adaptadas a las necesidades actuales.

¿Cómo manejan en este contexto la estructura tarifaria de la compañía?

Trabajamos con una gestión técnica muy rigurosa, revisando tarifas de manera periódica para acompañar la evolución de costos y la siniestralidad. Al mismo tiempo, buscamos equilibrar sostenibilidad técnica con accesibilidad para nuestros clientes, incorporando herramientas de analítica y datos que nos permiten mayor precisión.

¿Han podido retener su cartera? ¿A cuántos asegurados cubren actualmente?

Mantenemos niveles de retención sólidos, apalancados en la cercanía con nuestros socios comerciales y en una propuesta de valor clara para el cliente. Actualmente protegemos a cerca de un millón de asegurados en toda la Argentina, lo que refleja la confianza sostenida en nuestra compañía. ➡

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

RASA 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.

Avda. de Mayo 1370 1° Piso. CABA

www.rasare.com.ar

info@rasa-re.com.ar

+54911 4381-2642

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



RUS[®]
RIO URUGUAY SEGUROS

Hoy operamos de forma 100% online.

En 2019 anunciamos el camino a la digitalización. Trabajamos en la transformación, nos adaptamos, asumimos nuevos desafíos y colaboramos en la digitalización de los PAS.

Hoy operamos de forma 100% online y somos la aseguradora de mayor crecimiento entre las 20 líderes del mercado.

RUS[®] DIGITAL



« Trabajamos con una gestión técnica muy rigurosa, revisando tarifas de manera periódica para acompañar la evolución de costos y la siniestralidad »

→ ¿Están generando nuevas ventas?

Sí, seguimos generando nuevas ventas con foco en propuestas simples, digitales y de rápida implementación. En este contexto, es clave adaptarse a las nuevas formas de consumo y ofrecer soluciones que acompañen la realidad económica de las personas.

¿Cuál es el mix de cartera actual? ¿Tienen planificado darle mayor énfasis a algún ramo en particular o sumar nuevos ramos?

Nuestra cartera está fuertemente orientada a seguros de Personas, especialmente Vida y protección, que son el corazón de nuestro negocio. Hacia adelante, buscamos seguir fortaleciendo este posicionamiento incorporando soluciones más flexibles y ampliando nuestra propuesta

en segmentos aún poco penetrados.

¿Qué ramos cree que podrían llegar a ser los motores de crecimiento?

Los seguros de Vida, Salud y protección vinculados a nuevas formas de trabajo —como la economía de plataformas— tienen un gran potencial de crecimiento. También vemos oportunidades en productos simples, embebidos en ecosistemas digitales.

¿Tienen previsto lanzar nuevos productos?

Sí, estamos trabajando en el desarrollo de soluciones más modulares, accesibles y digitales pensadas para adaptarse a distintos perfiles de clientes. La innovación en productos es un eje clave de nuestra estrategia.

PROTAGONISTAS

¿Con qué canales comerciales operan? ¿Cuántos productores asesores conforman la red?

Operamos con un modelo multisocios que combina alianzas estratégicas con bancos, red de productores asesores y retails. Este enfoque nos permite tener una capilaridad muy amplia y llegar a distintos segmentos del mercado y a todo el país.

¿Qué está haciendo la compañía en materia de canales digitales? ¿Qué herramientas tecnológicas les ofrecen a sus PAS?

La digitalización es uno de nuestros pilares estratégicos. Venimos desarrollando una fuerte infraestructura basada en APIs, inteligencia artificial y analítica de datos que nos permite integrarnos de manera ágil con nuestros socios. Además, ofrecemos a nuestros productores herramientas digitales que simplifican la gestión comercial y mejoran la experiencia del cliente.

¿Cómo anduvo la producción de la compañía durante el último ejercicio? ¿Cuáles son sus proyecciones para este periodo?

En el último periodo hemos tenido un desempeño sólido, en línea con nuestros objetivos de crecimiento sostenible. Pudimos crecer en el último periodo por arriba del mercado y por encima de la inflación. Para este año, proyectamos continuar creciendo apoyados en la innovación, la digitalización y el fortalecimiento de nuestras alianzas estratégicas.

Trayectoria



Tras formarse como actuario en la Universidad de Buenos Aires, Alejandro Korin trabajó durante cinco años en el área actuarial de las compañías de seguros del Banco Hipotecario. En 2013 inició sus labores en Cardif Seguros, incluyendo cinco años de desempeño en la casa matriz de la aseguradora en Francia, y desde 2017 hasta 2023 fue CFO de Cardif Argentina. Luego se incorporó a CNP Seguros como CFO y miembro del Directorio, y en enero de 2025 asumió la vicepresidencia y dirección general de CNP hasta su designación como CEO de la compañía.

Estar cerca es que sepan que siempre estás para dar una mano.

Escaneá el código QR y descargá la app.

TRIUNFO SEGUROS. Mucho más cerca tuyo.

la segunda SEGUROS



N° de inscripción SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gov.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a Alejandro Korin, CEO de CNP Seguros

PROTAGONISTAS

¿Cómo se encuentra la compañía en términos de solvencia? ¿Y en materia de siniestralidad?

Contamos con una posición de solvencia sólida, respaldada por el Grupo CNP Assurances, y mantenemos una gestión prudente del riesgo. Tenemos un ratio de solvencia (capital computable sobre capitales requeridos) mayor al 400%.

En cuanto a la siniestralidad, se encuentra dentro de parámetros esperados, con un monitoreo permanente para anticipar desvíos.

¿Cuáles son las proyecciones del mercado en general y de su compañía en particular para 2026?

Esperamos un mercado que continúe adaptándose a un entorno desafiante, con mayor foco en eficiencia, digitalización y cercanía con el cliente. En nuestro caso, proyectamos consolidar nuestro crecimiento profundizando nuestra estrategia digital y nuestro posicionamiento en seguros de Personas.

Durante 2025 el grupo CNP Assurances obtuvo ingresos récord y un sólido desempeño a escala global. ¿Cómo actúa el brazo local del grupo para aportar a esos resultados?

Desde la Argentina contribuimos con una operación sólida, eficiente y alineada a la estrategia global del grupo. Nuestro foco en innovación, digitalización y desarrollo de alianzas nos permite generar valor tanto a nivel local como dentro del ecosistema global de CNP.

¿Cuáles son los principales objetivos que se ha propuesto lograr al frente de CNP Seguros?

Nuestro objetivo es seguir consolidando a la compañía como un actor relevante en seguros de Personas en la Argentina, impulsando la innovación y la transformación digital. Buscamos crecer de manera sostenible, ampliar el acceso a la protección y generar impacto positivo en nuestros clientes y en la sociedad. ●



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 33 / Nº 808 - Abril 2026

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.

un año que comienza
365
nuevas oportunidades

GRACIAS por continuar creciendo juntos



compartimos la misma pasión

Impacto de la Reforma Impositiva en los precios de Seguros y Servicios en Argentina

Escribe: **Dra. Gabriela Álvarez**

La reciente reforma impositiva fue aprobada en Argentina el 26 de Diciembre de 2025, junto con el Presupuesto 2026 y la llamada "Ley de Inocencia Fiscal". Posteriormente, fue promulgada y publicada en el Boletín Oficial el 1 de enero de 2026, entrando en vigencia en el nuevo ejercicio fiscal.

La reforma impositiva tuvo lugar en un contexto muy particular en nuestro país. Por un lado, desde el punto de vista político, fue parte de un paquete más amplio de reformas estructurales impulsadas por el Poder Ejecutivo, que incluía cambios laborales, previsionales y fiscales, se debatió en el Senado junto con el Presupuesto 2026 y la llamada Ley de Inocencia Fiscal, la votación fue ajustada, 46 votos a favor, 25 en contra y 1 abstención, reflejando tensiones entre oficialismo y oposición.

En lo relativo al contexto económico, Argentina venía de años de fuerte carga impositiva y precios elevados en servicios básicos, el Gobierno buscaba mejorar la competitividad y reducir el costo argentino, la caída en el poder adquisitivo había afectado la contratación de seguros y el acceso a servicios tecnológicos, las provincias reclamaban mayor participación en la recaudación, lo que derivó en la creación del Súper IVA.

A modo de resumen podemos decir que el objetivo principal de la reforma estuvo dado por la intención de dinamizar el consumo y aliviar la presión fiscal sobre sectores estratégicos, las medidas más destacadas fueron la reducción de impuestos indirectos, la simplificación de tributos provinciales y eliminación de cargas menores que encarecían servicios y el impacto macroeconómico esperado consistió en lograr una mayor competitividad, estimular la inversión y reactivar el mercado interno.

La reforma impositiva, marcó un punto de inflexión en la economía cotidiana. Su impacto no se limita al consumo masivo de bienes tecnológicos y servicios básicos, sino que también alcanza al sector asegurador, un mercado clave para la estabilidad financiera de familias y empresas. La reducción de cargas tributarias y la simplificación de ciertos gravámenes generaron un alivio en los precios finales, abriendo nuevas oportunidades de accesibilidad y expansión.

Principales medidas de la reforma

- Impuesto a las Ganancias

La Agencia de Recaudación y Control Aduanero (ARCA), que reemplazó a la AFIP, actualizó las escalas en abril de 2026.

Los nuevos valores impactan tanto en trabajadores en relación de dependencia como en autónomos, ajustados por inflación.

Se mantienen alícuotas altas para grandes empresas, aunque con exenciones en alquileres, venta de inmuebles y plazos fijos en dólares.

- "Súper IVA"

Nación cede parte de la recaudación a provincias.



« Argentina venía de años de fuerte carga impositiva y precios elevados en servicios básicos, el Gobierno buscaba mejorar la competitividad y reducir el costo argentino »

Las provincias pueden reducir alícuotas para atraer inversiones, generando competencia fiscal interna.

Simplificación tributaria

Eliminación de impuestos de baja recaudación.

Ajustes técnicos para reducir burocracia y facilitar la operatoria de empresas.

- Reformas complementarias

El paquete incluye también reformas laborales y previsionales, con el objetivo de bajar el "costo argentino" y desincentivar la informalidad.

Como era de esperar, la llegada de la reforma impositiva trajo consecuencias positivas tanto para los diferentes servicios como también para el mundo asegurador.

Dentro de los principales efectos que tuvo la reforma en el mercado asegurador, podemos destacar los siguientes:

- **Seguros patrimoniales, tales como autos, hogar, comercios:** las primas bajaron entre un 5% y 8%, dependiendo de la jurisdicción y el tipo de cobertura.
- **Seguros de vida corporativos:** el menor costo relativo los convirtió en un beneficio atractivo para empresas que buscan fidelizar talento.
- **Seguros de retiro:** aunque representan apenas el 1,4% del mercado, la baja de impuestos mejora su competitividad frente a alternativas previsionales tradicionales.
- **Litigiosidad y costos judiciales:** si bien la reforma no incide directamente en lo que hace a la litigiosidad y los costos de un pleito, lo cierto es que el alivio en primas permite a las aseguradoras destinar más recursos a la gestión de riesgos legales.

En el ámbito de los servicios asociados, podemos destacar las principales consecuencias de la reforma en lo que hace a:

- **Telefonía y conectividad:** reducción de precios por baja de impuestos específicos, lo que favorece la digitalización del sector asegurador (apps, telemetría, seguros on-demand).
- **Tecnología y electrodomésticos:** el abaratamiento de dispositivos impulsa la contratación de seguros de garantía extendida y protección de equipos.
- **Movilidad urbana:** menor costo en servicios de transporte y micromovilidad abre espacio para seguros innovadores (bicicletas, monopatines, carsharing).

La reforma impositiva trajo consigo reacciones en los diversos niveles del sector asegurador, tal es así que muchas Aseguradoras líderes aprovecharon la coyuntura para lanzar al mercado productos digitales más accesibles al cliente, los productores asesores de seguros, destacaron que la baja de precios facilita la venta cruzada y la incorporación de clientes jóvenes y finalmente los consumidores perciben un alivio en el bolsillo, aunque advierten que la inflación general puede neutralizar parte del beneficio.

Perspectivas a futuro

- **Mayor inclusión financiera:** la baja de costos abre la puerta a que sectores históricamente alejados del seguro puedan acceder a coberturas básicas.
- **Innovación insurtech:** el contexto fiscal favorece la inversión en inteligencia artificial y big data para personalizar productos.
- **Desafíos regulatorios:** la SSN deberá monitorear que la reducción de impuestos no derive en prácticas de competencia desleal ni en deterioro de la solvencia de las aseguradoras. ↔

Allianz

Protege tu auto con el mejor seguro



| Allianz |
Worldwide Olympic and Paralympic Insurance Partner

N° de inscripción SSN 0036

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

→ Dentro de las perspectivas a futuro de la reforma impositiva, un capítulo aparte merece el tema de la Innovación y el contexto de las insurtech. El mercado asegurador argentino no vive estos cambios en aislamiento. La baja de costos fomenta que muchas compañías de seguros tengan acceso a más tecnología que le permita agilizar y gestionar sus diferentes operaciones.

Si buscamos un ejemplo práctico, casos como CallPilot.ai, una plataforma de agentes de inteligencia artificial aplicada a seguros, muestran cómo la reducción de costos y la necesidad de eficiencia se combinan con la innovación tecnológica. Este tipo de soluciones se potencian en un escenario donde los costos operativos bajan gracias a la reforma impositiva, generando un círculo virtuoso entre fiscalidad e innovación.

El caso particular de CallPilot.ai

Es una solución nacida dentro de Proxima, una empresa de BPO especializada en aseguradoras. Su misión es automatizar procesos operativos tradicionalmente humanos y mejorar la experiencia del cliente. De esta forma automatiza llamadas y WhatsApp, gestionando flujos de seguros, banca y comercio, no es un simple bot, sino un sistema que permite configurar múltiples agentes que interactúan entre sí y ejecutan procesos de forma autónoma, su modelo SaaS por consumo, permite que las empresas paguen solo cuando el piloto entra en producción y cumple objetivos.

Algunos resultados concretos:

- Más del 32% de las llamadas inbound ya se atienden de



« Aseguradoras líderes aprovecharon la coyuntura para lanzar al mercado productos digitales más accesibles al cliente »

- forma automatizada (avisos de siniestros, consultas generales).
- NPS promedio superior a 70 puntos, con atención inmediata 24/7 en inglés y español.
- 5.000 avisos de siniestro por trimestre y más de 50.000 llamadas de cobranza mensuales.
- 100.000 mensajes vía WhatsApp cada mes.
- Incremento del 25% en la contactabilidad de campañas outbound.

El uso de esta tecnología, trajo grandes beneficios, dentro de los cuales podemos destacar:

- **Huracán Milton (Florida, 2024):** una aseguradora debía gestionar 800 reclamos en 48 horas. CallPilot.ai resolvió más de 300 avisos de siniestro en una semana.
- **República Dominicana:** automatizó la venta del Seguro de Ley vía WhatsApp, interpretando incluso notas de voz coloquiales con precisión técnica.
- **Chicago:** combinación IA + humanos redujo tiempos de espera de 4 minutos a 16 segundos y elevó el NPS de 55 a 71.

Las principales características que diferencian a esta plataforma de las tradiciones son:

- **Agentes IA configurables:** cada aseguradora puede diseñar distintos agentes especializados (por ejemplo, uno para siniestros, otro para cobranzas, otro para ventas).
- **Interacción multicanal:** atiende llamadas, WhatsApp, y puede integrarse con sistemas internos de gestión.
- **Escalabilidad inmediata:** permite absorber picos de demanda (como catástrofes naturales) sin necesidad de ampliar personal humano.
- **Modelo de negocio SaaS:** se paga por consumo efectivo, lo que reduce costos fijos y facilita la adopción.

Esta nueva plataforma tuvo importantes consecuencias dentro de las Aseguradoras que decidieron utilizarla. Dentro de las principales podemos destacar:

- **Reducción de tiempos de espera:** de varios minutos a segundos, mejorando la satisfacción del cliente.
- **Automatización de procesos críticos:** desde avisos de siniestros hasta cobranzas masivas.
- **Mejora en indicadores de calidad:** NPS superior a 70 puntos, lo que refleja una experiencia positiva para los asegurados.
- **Complemento humano:** no reemplaza al call center, sino que lo potencia, liberando a los agentes humanos para tareas más complejas.

CallPilot.ai se posiciona como un ejemplo claro de cómo la innovación tecnológica se potencia en un escenario de reforma impositiva, donde los costos operativos bajan y las aseguradoras buscan eficiencia y escalabilidad.

La reforma impositiva no solo alivió precios, sino que reconfiguró el mapa del seguro en Argentina. El desafío será sostener este impulso en un contexto económico volátil, garantizando que la baja de costos se traduzca en mayor cobertura, innovación y confianza del consumidor. 🌐



UNA DECADA ENFOCADOS EN BRINDAR LAS MEJORES SOLUCIONES DE REASEGURO

@special.division

www.specialdivisionre.com



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

En busca del talento joven

En esta nueva edición de Informe Operadores de Mercado, **Alexandra Manera, Gerente Cultura y Talento de Sancor Seguros; Tatiana Gradecky, Encargada de Relaciones Humanas y Gestión de Calidad en Afianzadora Latinoamericana; y Pablo Tablón, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros, debatieron sobre el desafío de atraer talento joven a la industria aseguradora, percibida como tradicional frente a otros sectores más atractivos a primera vista como el fintech.**

Escribe: **Lic. Anibal Cejas**

La primera en iniciar el debate fue **Alejandra Manera, Gerente de Cultura y Talento en Sancor**, quien expresó: “Una de las principales barreras es la percepción de la industria como rígida y poco innovadora. En nuestro caso, además, competimos contra ese prejuicio siendo una organización que nació en el interior del país y con base cooperativa, lo que muchas veces se asocia erróneamente a menor dinamismo.

Sin embargo, la verdadera barrera no está en el modelo, sino en cómo lo contamos. Nuestro desafío es mostrar que ese origen es, en realidad, una fortaleza: hablamos de cercanía, impacto real en las comunidades y decisiones de largo plazo, en un contexto donde el talento joven busca coherencia entre discurso y acción”.

Desde su experiencia en **Relaciones Humanas y Gestión de Calidad en Afianzadora Latinoamericana, Tatiana Gradecky** agregó: “Hoy en día captar el interés se vuelve cada vez más difícil y con más desafíos. Las empresas que no cambian su mirada tradicional para ser más horizontales y flexibles se les hará mucho más complicado. Por ejemplo, en estas empresas hay barreras como las jerarquías muy marcadas, la poca participación de los jóvenes en la toma de decisiones, objetivos poco definidos y beneficios tradicionales que no se adaptan a lo que el talento busca”.

Luego se sumó **Pablo Tablón, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros**, quien en la misma línea afirmó: “La principal barrera es perceptual. El seguro sigue siendo visto como una industria conservadora, con procesos rígidos y menor exposición a la innovación en comparación con sectores como tecnología o fintech.

A esto se suma una menor visibilidad del impacto real que tiene la actividad aseguradora en la vida de las personas y las empresas. Muchas veces no logramos transmitir que detrás de cada póliza hay gestión de riesgo, análisis de datos, prevención y acompañamiento en momentos críticos.

Por último, existe una brecha en los formatos de trabajo y comunicación: los jóvenes esperan entornos más ágiles, híbridos y flexibles, colaborativos y digitales, y no todas las organizaciones del sector han evolucionado al mismo ritmo”.



Expectativas laborales

Uno de los aspectos a considerar al momento de hacer más atractivo el sector asegurador como elección de trabajo es la expectativa que tienen las nuevas generaciones respecto al entorno laboral. ¿Qué valoran? ¿Cómo se alinea la industria aseguradora con esos objetivos?

En ese sentido, **Gradecky** observó que las nuevas generaciones valoran mucho el aprendizaje continuo y tener voz en la toma de decisiones, así como la autonomía y la flexibilidad para tener un balance entre su vida personal y el trabajo.

“El sector asegurador se viene adaptando a esas nuevas generaciones, proponiendo una empresa más horizontal y no tan tradicionalista como venían siendo. Esto recién empieza, y llevará un tiempo que el sector se adapte por completo, pero creo que vamos por buen camino”, aseguró.

A esto, **Manera** agregó: “Valoran propósito, posibilidad de aprendizaje, flexibilidad, tecnología y liderazgo humano. Quieren trabajar en organizaciones con valores claros y con impacto concreto.

En ese sentido, el sector asegurador tiene una oportunidad enorme, especialmente aquellas compañías con ‘ADN social’, porque ponen a las personas en el centro por definición. El desafío está en acelerar la transformación cultural y organizacional para que esa esencia histórica dialogue con las expectativas actuales del talento”.

“Las nuevas generaciones priorizan propósito, desarrollo, imagen y experiencia laboral”, acordó **Tablón**. Y continuó: “Es valorado también el trabajo remoto como beneficio.

Buscan trabajar en organizaciones con impacto y un entorno donde puedan participar activamente. También valoran cultu-

ras menos jerárquicas, con liderazgo cercano y espacios para la innovación.

El sector asegurador está avanzando en esta dirección, especialmente en temas como trabajo híbrido, así como programas de desarrollo y bienestar”, afirmó.

Transmisión y visibilidad

Los especialistas identificaron un problema de comunicación entre el sector y los nuevos talentos. La industria aseguradora tiene un propósito claro, con impacto y múltiples áreas donde desarrollarse. Pero no está bien transmitido y le falta alcance para mejorar su visibilidad.

Al respecto, **Tablón** consideró: “Claramente existe una oportunidad de mejora en cómo comunicamos nuestro propósito.

El seguro no es solo un producto financiero: es una herramienta de protección social y económica que permite a personas y empresas recuperarse frente a imprevistos. Ese impacto muchas veces no está suficientemente visibilizado.

Deberíamos reformular el mensaje poniendo en el centro el concepto de ‘tranquilidad, respaldo y resiliencia’, mostrando casos concretos y acercando el rol del seguro a temas que a los jóvenes les importan, como la sostenibilidad, la inclusión y la protección del futuro”.

A su vez, **Gradecky** señaló: “Hay empresas que aún no se adaptaron o recién empiezan en este camino y hablan desde el enfoque tradicional, un enfoque económico, del negocio en sí y no hablan desde lo humano. Creo que el mensaje debe reformularse hacia lo humano, hacia el valor social del seguro, su rol, su protección, la prevención y la resiliencia; y su contribución a desafíos actuales como la innovación, la sostenibilidad, entre otras, en donde deberá estar alineado con ➔



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



«« Hablamos de cercanía, impacto real en las comunidades y decisiones de largo plazo, en un contexto donde el talento joven busca coherencia entre discurso y acción »»

«« Las empresas que no cambien su mirada tradicional para ser más horizontales y flexibles se les hará mucho más complicado »»

«« Existe una brecha en los formatos de trabajo y comunicación: los jóvenes esperan entornos más ágiles, híbridos y flexibles, colaborativos y digitales »»



▲ Alexandra Manera, Gerente Cultura y Talento de Sancor Seguros



▲ Tatiana Gradecky, Encargada de Relaciones Humanas y Gestión de Calidad en Afianzadora Latinoamericana



▲ Pablo Tablón, Gerente de Recursos Humanos de Triunfo Seguros

→ los valores y expectativas de los nuevos talentos”.

Finalmente, **Manera** aportó: “Existe un problema de comunicación, y no solo hacia los jóvenes. Durante mucho tiempo hablamos del seguro desde el producto y no desde su impacto social.

En organizaciones como la nuestra, con fuerte anclaje territorial y reputación construida desde el interior del país, el propósito es claro: proteger proyectos y acompañar a las personas.

El mensaje debería reformularse desde ahí, mostrando cómo el seguro contribuye a la estabilidad social, al desarrollo local y a la sostenibilidad, con historias reales y cercanas que conecten emocionalmente”.

Transformación digital e innovación

En ese sentido, destaca la importancia de sostener el crecimiento en transformación digital y apostar por la innovación.

“La transformación digital es clave para demostrar que tradición e innovación no son opuestas”, señaló **Manera**.

Y prosiguió: “En nuestro caso, el desafío es integrar tecnología y nuevos modelos de trabajo sin perder la identidad ni la cercanía que nos caracteriza.

La digitalización, la analítica de datos y la inteligencia artificial nos permiten escalar impacto, mejorar la experiencia del cliente y generar espacios atractivos para perfiles jóvenes que buscan trabajar con tecnología, pero con sentido”.

Del mismo modo, **Gradecky** subrayó: “Ambas juegan un papel importantísimo a la hora de ser atractivas para los jóvenes. La parte digital es lo que viene en el ADN de los nuevos perfiles, es algo natural en ellos. En cuanto a la innovación, si no se sienten parte del equipo, con metodologías ágiles y claras, es probable que eso pueda ser un conflicto a la hora de elegirnos como empresa”.

En la misma línea, **Tablón** sostuvo: “La transformación digital no solo mejora la eficiencia del negocio, sino que redefine el tipo de talento que necesitamos y atrae perfiles más diversos.

La tecnología ha brindado soluciones tanto en la agilización de los procesos de reclutamiento como en la atracción de talentos altamente calificados. Hoy el seguro está incorporando analítica avanzada, inteligencia artificial, automatización y nuevas experiencias digitales para el cliente. Esto abre oportunidades muy atractivas para perfiles tecnológicos, pero también para roles híbridos que combinen negocio, datos y experiencia de usuario.

Cuanto más visible y concreta sea esta transformación, mayor será la capacidad del sector para posicionarse como un espacio dinámico y desafiante”, concluyó.

Cultura organizacional

El desafío no es solo llegar a las nuevas generaciones, sino



retenerlos. Y en este aspecto, la cultura organizacional es determinante.

Tablón lo explicó así: “Podemos atraer talento joven, pero si la experiencia interna no acompaña, la rotación es alta. Es necesario empatizar desde el inicio con las expectativas de ellos y acompañar con procesos de on-boarding, desde la adecuación al puesto hasta el check de expectativas.

Los jóvenes valoran entornos donde puedan aprender, equivocarse, proponer ideas y tener impacto desde etapas tempranas. Si se encuentran con estructuras muy rígidas o con poca apertura al cambio, tienden a buscar rápidamente otras alternativas.

Por eso, el desafío no es solo atraer, sino generar culturas más ágiles, con liderazgo empático, feedback constante y oportunidades reales de crecimiento”.

En este punto intervino **Gradecky**, quien aseveró: “La cultura organizacional hace a la compañía en sí. Si esta es tradicionalista, ni el salario ni el puesto hará que la empresa logre retener al talento joven.

Una vez ingresado ese talento, va a buscar que todo lo que se le propuso y realmente le atrajo, se cumpla. Si ellos sienten que tienen un aprendizaje continuo, autonomía, participación en la toma de decisiones, flexibilidad laboral y un propósito, favorecerá que ese talento se sienta cómodo y permanezca en la compañía”.

Manera también le otorgó un rol central a este punto: “La cultura organizacional es un factor decisivo en la permanencia del talento joven.

En nuestra experiencia, más que hablar de retención preferimos hablar de fidelización y experiencia de trabajo, haciendo que nuestra cultura impacte de manera directa. Este puede sentirse atraído por una marca, pero elige quedarse —o no— en función de la experiencia que vive todos los días.

Las organizaciones con una identidad clara y coherente tienen una ventaja competitiva: valores que se practican, vínculos genuinos y un sentido de pertenencia real. Para las nuevas generaciones, esto se traduce en líderes cercanos, espacios de →

LA SEGURIDAD DE TENER UN BUEN SEGURO

AUTO - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - VIDA Y CAUCIÓN

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

Entidad autorizada por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Registro N° 0878.

→ escucha, feedback frecuente, oportunidades de desarrollo y una cultura abierta al cambio.

Cuando la cultura acompaña estas expectativas, la permanencia deja de ser un objetivo en sí mismo y se convierte en una consecuencia natural de una experiencia laboral significativa”.

Los perfiles más buscados

Ya acercándonos al cierre de nuestro informe, consultamos por los perfiles más buscados en la industria, y aquellos más difíciles de cubrir. El foco está puesto en la interdisciplinariedad.

Manera compartió: “Hoy buscamos perfiles cada vez más híbridos: personas que combinen conocimiento técnico con habilidades digitales, pensamiento analítico y competencias humanas.

Los más difíciles de cubrir son los vinculados a datos, tecnología, experiencia del cliente y transformación, especialmente cuando se requiere comprensión del negocio asegurador. Por eso, en organizaciones con fuerte dispersión y arraigo territorial, la estrategia pasa también por desarrollar talento local, apostando a la formación y al crecimiento interno”.

Por su parte, **Gradecky** comentó: “Las aseguradoras buscan perfiles tradicionales y nuevos. Hay mucha demanda en perfiles digitales y transformadores, que se adapten a los cambios, analíticos y con experiencia en el trato al cliente. Son perfiles integradores entre el conocimiento del negocio asegurador con habilidades digitales y estratégicas.

Justamente los perfiles más difíciles de cubrir son los tecnológicos, los integradores y los líderes que impulsen el cambio de los jóvenes”.

Por su parte, **Tablón** nos contó: “Hoy buscamos perfiles cada vez más interdisciplinarios. A los conocimientos técnicos del seguro se suman habilidades en datos, tecnología, experiencia del cliente y gestión ágil.

Para posiciones estratégicas, los perfiles más demandados incluyen: analistas de datos, especialistas en transformación digital, perfiles comerciales con enfoque consultivo y técnico. Y para posiciones operativas como analistas de siniestros, análisis

de productos y posiciones operativas, el foco plus está en asegurar una buena experiencia al cliente.

Los más difíciles de cubrir son aquellos que combinan conocimiento técnico del negocio con capacidades digitales, ya que suelen ser altamente demandados por otras industrias”.

RRHH: estrategias de llegada

Desde las áreas vinculadas a Recursos Humanos, el seguro busca acercar su ecosistema laboral a las universidades y ser una opción elegible para los primeros pasos en el ámbito laboral.



Entre las diversas estrategias que se usan, **Manera** valoró: “Las estrategias más efectivas son aquellas que generan vínculos genuinos y de largo plazo con universidades, especialmente en el interior del país: programas de pasantías y prácticas profesionalizantes. Por otro lado, hemos desarrollado un programa al cual llamamos Mi Primer Empleo cuyo objetivo está directamente vinculado en dar la primera oportunidad real de trabajo a un joven que haya terminado los estudios secundarios”.

De acuerdo con su colega, **Tablón** aseveró: “Las estrategias más efectivas son aquellas que generan contacto temprano y experiencias concretas. Programas de pasantías, jóvenes profesionales, vínculos con universidades y participación en ferias de empleo siguen siendo clave.

También es fundamental que quienes participan en estas iniciativas puedan transmitir con claridad qué significa trabajar

en seguros hoy, rompiendo estereotipos y mostrando oportunidades reales de desarrollo”.

Por último, **Gradecky** indicó: “La estrategia que mejor funciona es tener convenios con universidades, con programas de pasantías donde se les permite participar de proyectos reales. Además, los canales digitales como LinkedIn, también son útiles. Hay muchas publicaciones en donde se puede llegar a los estudiantes o recién graduados que buscan empleo.

Otra estrategia que se utiliza es la claridad en los procesos de selección: que se expliquen los pasos y se dé un feedback de la resolución. Una vez ingresados es importante la capacitación inicial y el acompañamiento en todo momento al talento joven en todos sus pasos”.

En carrera: cambios necesarios

Por último, los profesionales analizaron los cambios estructurales que necesita llevar adelante el sector para no quedar rezagado en la competencia por el talento joven.

Para **Tablón**, el principal cambio es acelerar la transformación cultural.

“La tecnología es importante, pero sin cambios en la forma de trabajar, liderar y tomar decisiones, su impacto es limitado”, afirmó.

Y continuó: “El sector necesita avanzar hacia organizaciones más ágiles, con estructuras menos jerárquicas, mayor apertura a la innovación y foco en la experiencia del empleado.

Además, será clave fortalecer la marca empleadora del sector en su conjunto, posicionándola como un ámbito donde se combinan estabilidad, propósito e innovación.

Quienes logren integrar estos elementos van a estar mejor preparados no solo para atraer talento joven, sino para sostener su competitividad en el largo plazo”.

Seguidamente, tomó la palabra **Gradecky** y aportó: “El mercado asegurador necesita encarar un cambio estructural profundo, en cuanto a su cultura, a su modelo de gestión y su propuesta de valor. Tienen que evolucionar hacia organizaciones más ágiles y menos jerárquicas, incorporar innovación y tecnología en todos sus procesos, transformar el liderazgo hacia modelos más colaborativos, ofrecer flexibilidad laboral, mejorar su propuesta de valor basada en un aprendizaje continuo, con propósito, diversidad e impacto social.

En Afianzadora Latinoamericana hemos atravesado una profunda transformación organizacional. Somos la primera empresa de seguros en obtener la Certificación B, participamos activamente en eventos vinculados a la sustentabilidad y promovemos la participación de nuestros colaboradores. Contamos con equidad de género en los puestos gerenciales y desarrollamos iniciativas concretas alineadas con una mirada renovada y de vanguardia. Nuestros espacios de trabajo colaborativos y abiertos reflejan una cultura organizacional más actual y dinámica.

Asimismo, ofrecemos becas de estudio, licencias especiales para madres y padres, programas de formación en el exterior y una Escuela de Caución abierta a toda la comunidad, orientada a una formación de excelencia, democratizada y participativa”.

La ronda terminó con **Manera**, quien sobre el tema dijo: “El mercado asegurador necesita evolucionar sin perder identidad. Simplificar estructuras, acelerar decisiones, modernizar liderazgos y profundizar la transformación digital son pasos clave.

Pero también debe poner en valor lo que lo hace único: la vocación de largo plazo, el compromiso con las personas y el impacto en la comunidad. Las organizaciones que logren unir reputación, propósito e innovación serán las que mejor compitan por el talento joven en los próximos años”, concluyó. ●

Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS



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

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.

N° 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

“Trabajamos para forjar alianzas con el ecosistema insurtech multilatino”

Durante 2025 la cantidad de insurtech activas en Latinoamérica llegó a 536, con un crecimiento del 7% anual y una mortalidad cada vez más baja gracias a modelos más robustos y capaces de escalar. “Las startups están orientando su innovación a resolver problemas muy concretos del negocio y eso genera un terreno fértil para nuevos emprendimientos e inversiones”, explica Carlos Cendra, Scouting & Investment Lead de Innovación Corporativa en Mapfre. En ese contexto, los pilotos y pruebas de concepto que la compañía realiza con insurtech de la región tienen como objetivo la escalabilidad, precisa el ejecutivo.

Escribe: **Diego Fiorentino**

El mercado asegurador latinoamericano sigue teniendo una baja penetración en el PIB regional (cerca al 3% en promedio), y eso incentiva la entrada de nuevos actores capaces de crear productos más accesibles, mejorar la distribución y digitalizar procesos clave de suscripción y siniestros. Así lo confirma Carlos Cendra, Scouting & Investment Lead de Innovación Corporativa en Mapfre, quien explica que las insurtech de la región están orientando su innovación a resolver problemas muy concretos del negocio, desde la detección de fraude hasta la orquestación de siniestros o la oferta de microseguros, lo cual genera un terreno fértil tanto para nuevos emprendimientos como para inversiones estratégicas corporativas.

¿Cómo participan desde Mapfre en el desarrollo del ecosistema insurtech a escala regional? le preguntamos al ejecutivo.

Para nosotros América Latina es una región estratégica que impulsa los resultados del grupo y en la que todavía hay mucho recorrido por delante debido a la baja penetración del seguro. Como tal, trabajamos por forjar alianzas cercanas con el ecosistema desde varias perspectivas. Monitorizamos de manera continua el desarrollo y desempeño de las startups que operan en Latinoamérica estando muy pendientes de las rondas de financiación, los nuevos modelos de negocio, los datos de crecimiento y la mortalidad, entre otros factores. Además, hablamos de manera constante con los distintos agentes y organismos públicos y privados que forman parte del ecosistema para entender sus necesidades, conocer de primera mano los desafíos de la región y ver cómo encaja todo eso en nuestra estrategia de crecimiento, en nuestra rentabilidad, en la mejora de la eficiencia y, por supuesto, en nuestros objetivos de sostenibilidad para impulsar el bienestar y crecimiento socioeconómico de los países donde operamos. Somos un grupo multinacional presente en la mayoría del territorio, por lo que trabajamos en la coordinación y comunicación de los equipos locales de tal manera que todos podamos aprovecharnos de los aprendizajes y aciertos de todas las regiones. Los pilotos, pruebas de concepto y desarrollos que realizamos con startups tienen como



▲ **Carlos Cendra**, Scouting & Investment Lead de Innovación Corporativa en Mapfre

«Monitorizamos de manera continua el desarrollo y desempeño de las startups que operan en Latinoamérica estando muy pendientes de las rondas de financiación, los nuevos modelos de negocio, los datos de crecimiento y la mortalidad»

objetivo la escalabilidad, de manera que procuramos ser cercanos con las insurtech multilaterales.

¿A qué obedece el incremento en la cantidad de insurtech que operan en Latinoamérica?

Ante todo, obedece a un cambio estructural en el ecosistema regional tras la crisis de financiación de 2022. Durante los últimos cuatro años el mercado vivió un proceso de depuración natural -con un 48% de startups desaparecidas- que dio paso a un modelo más maduro, donde, de acuerdo con el informe ‘Latam Insurtech Journey’, elaborado por Digital Insurance Latam, surgieron 330 nuevas insurtech, impulsadas principalmente por habilitadores tecnológicos, embedded insurance, salud y soluciones basadas en datos y agentes de IA. Este contexto explica que el número total de compañías activas haya alcanzado 536 insurtech en 2025, con un crecimiento neto del +7% anual y una mortalidad cada vez más baja (8%) gracias a modelos más robustos y capaces de escalar. A ello se suma una recuperación significativa de la inversión. La financiación anual creció un 117% hasta los 199 millones de dólares, un retorno de capital que refuerza la confianza de fondos regionales e internacionales en modelos con impacto real sobre la eficiencia operativa y la ampliación de la protec-

ción. Brasil, México, Chile y la Argentina destacan como los polos de mayor dinamismo, con Chile y Uruguay creciendo incluso a doble dígito. Paralelamente, la región está experimentando un fuerte aumento en la internacionalización: cerca del 19% de las insurtech ya operan en más de un país, impulsadas por asociaciones gremiales como la Alianza Insurtech Panamericana y por la demanda de soluciones replicables a escala regional. Además, el mercado asegurador latinoamericano sigue teniendo una brecha de protección estructural -penetración del seguro cercana al 3% en promedio- que incentiva la entrada de nuevos actores capaces de crear productos más accesibles, mejorar la distribución y digitalizar procesos clave de suscripción y siniestros. Las insurtech de la región están orientando su innovación a resolver problemas muy concretos del negocio, desde la detección de fraude hasta la orquestación de siniestros o la oferta de microseguros, lo que genera un terreno fértil tanto para nuevos emprendimientos como para inversiones estratégicas corporativas.

¿Qué opciones de financiamiento existen hoy en día para las insurtech de la región?

El aumento en la financiación durante 2025 se acompaña de un proceso de consolidación: el capital fluye hacia modelos con economías unitarias probadas, soluciones ➔



PROTEGÉ LO QUE MÁS VALORÁS



INTEGRITYSEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN
720

Atención al asegurado
0800-666-8400





«Solo en 2025 hemos colaborado con más de 50 startups, consolidando nuestra relación con emprendedores del sector asegurador y nuestro papel como referentes en la innovación en seguros»

→ de IA aplicadas a suscripción y siniestros, plataformas B2B2C de distribución y habilitadores tecnológicos con capacidad de escalar. Las fuentes de financiamiento combinan venture capital regional e internacional, fondos especializados como Mundi Ventures, Sancor Seguros Ventures o HCS Capital, e inversiones corporativas de aseguradoras que buscamos acelerar nuestra transformación como las inversiones directas que hemos realizado desde Mapfre en startups estratégicas, siendo el ejemplo más cercano el de Blue Marble-. Esta actividad se complementa con rondas Seed y Serie A que continúan dinamizando el ecosistema, así como la entrada cada vez más frecuente de fondos que buscan los modelos antes mencionados. Además, el financiamiento está muy influido por la evolución macroeconómica. Según el informe 'Panorama Económico y Sectorial 2026', elaborado por el servicio de estudios de Mapfre, el contexto de desinflación gradual y mayor previsibilidad favorece la inversión en modelos de innovación aseguradora, especialmente en mercados con brecha de protección elevada. Esto abre la puerta tanto a alianzas con grandes aseguradoras como a nuevos instrumentos de crecimiento (pilotos pagados, acuerdos B2B2C y modelos de reparto de ingresos), que permiten a las insurtech financiarse a través de escalamiento operativo, no solo de capital.

¿Están asociados con alguna insurtech para optimizar algún proceso de la compañía? ¿Qué toman en cuenta a la hora de seleccionar una insurtech?

En Mapfre trabajamos con insurtech como parte de nuestro día a día. Solo en 2025 hemos colaborado con más de 50 startups, consolidando nuestra relación con emprendedores del sector asegurador y nuestro papel como referentes en el entorno de la innovación en seguros. Por un lado, nos aliamos con aquellas insurtech que nos ayudan a solucionar los desafíos de negocio detectados o a optimizar nuestros procesos, desde la mejora de la atención al cliente hasta nuevas funcionalidades digitales en nuestros seguros de salud. Para ello, analizamos las distintas startups enfocadas en cada uno de los proyectos que queremos llevar a cabo y seleccionamos aquellas que, bajo nuestros criterios internos, se adaptan mejor a los objetivos. Si la alineación es óptima, desarrollamos mano a mano pruebas de concepto o pilotos en alguna de nuestras geografías o unidades de negocio; si el resultado es positivo, siempre buscamos la implantación y, en última instancia, el escalado de la solución para optimizar la inversión y el desarrollo. Por otro lado, también llevamos a cabo inversiones directas en aquellas compañías en las que vemos un futuro claro y diferencial. Son startups diferentes; no solo solucionan un problema acuciante para el sector y para nosotros sino que también comparten nuestra forma de transformar la industria y nuestra visión y valores. Un ejemplo claro de estas inversiones es Blue Marble, consorcio en el que a finales de 2025 invertimos para ayudar a las poblaciones vulnerables a protegerse con una oferta aseguradora adaptada a sus necesidades. Este consorcio diseña, lanza y escala programas de segu-

ros paramétricos (indexados a variables objetivas como lluvia, temperatura o sequía) que pagan automáticamente cuando se supera un umbral, sin peritaje tradicional. Sus productos están pensados para pequeños agricultores, microempresarios y comunidades vulnerables, especialmente frente a eventos climáticos. Elegimos Blue Marble por muchas razones: su capacidad de llegada a colectivos desfavorecidos, su modelo operativo, su desarrollo

Mentor de startups

Carlos Cendra es Scouting & Investment Lead de Innovación Corporativa en Mapfre, compañía de la que forma parte desde hace más de siete años. Graduado en Administración de Empresas por la Universidad de Oriente en Venezuela, con un Executive Program en Venture Capital por el IE Business School y con varios postgrados y cursos en marketing, ha desarrollado su carrera muy ligado al emprendimiento, siendo fundador y CEO de varias compañías, entre ellas Animalvitae, startup del sector Pet-Care. También fue consultor y mentor de startups en programas y consultoras, tales como Cink Venturing o Masventures, del grupo MASMOVIL, y profesor en varios centros educativos en temas de desarrollo de negocio, investigación de mercados y Venture Labs del sector asegurador. En su puesto actual, es el responsable corporativo de las relaciones con startups, rol bajo el que aglutina labores de venture capital, inversiones directas, estrategias de innovación, scouting, nuevas fuentes de ingreso y apoyo a áreas de negocio en la evaluación y selección de startups y scaleups.

«Las insurtech aportan algo que hasta ahora era difícil de escalar: modelos más accesibles, más simples y adaptados a segmentos que tradicionalmente quedaban fuera del sistema asegurador»



INNOVACIÓN

como empresa en estos 10 años, su equipo y su EBITDA positivo. Para nosotros, es el complemento perfecto a esa llegada que ya tenemos con soluciones que hasta ahora no teníamos asentadas, pero sí testeadas. Los seguros paramétricos son una gran opción para ayudarnos a ampliar nuestro portafolio de coberturas y servicios y llegar a un número mayor de personas que los requieran.

¿Cree que Latinoamérica es un terreno fértil para las inversiones insurtech?

La región está en un punto en el que las aseguradoras necesitan soluciones que aporten eficiencia real y donde las startups han aprendido a construir modelos más sólidos, orientados a problemas concretos del negocio. Ese encaje entre necesidad y propuesta de valor genera un contexto muy propicio para que la inversión se traduzca en impacto.

Además, el ecosistema está cada vez más conectado: surgen insurtech que nacen pensando en múltiples países desde el día cero, y eso permite escalar de forma casi inmediata. Desde Mapfre valoramos mucho este movimiento porque facilita identificar oportunidades que pueden crecer rápido y extenderse a varios mercados. Para un inversor -corporativo o de venture capital- ése es un diferencial clave. En resumen: hay necesidad, hay talento y ahora también hay madurez.

¿Existen iniciativas de articulación público-privada para atraer inversiones hacia el ecosistema?

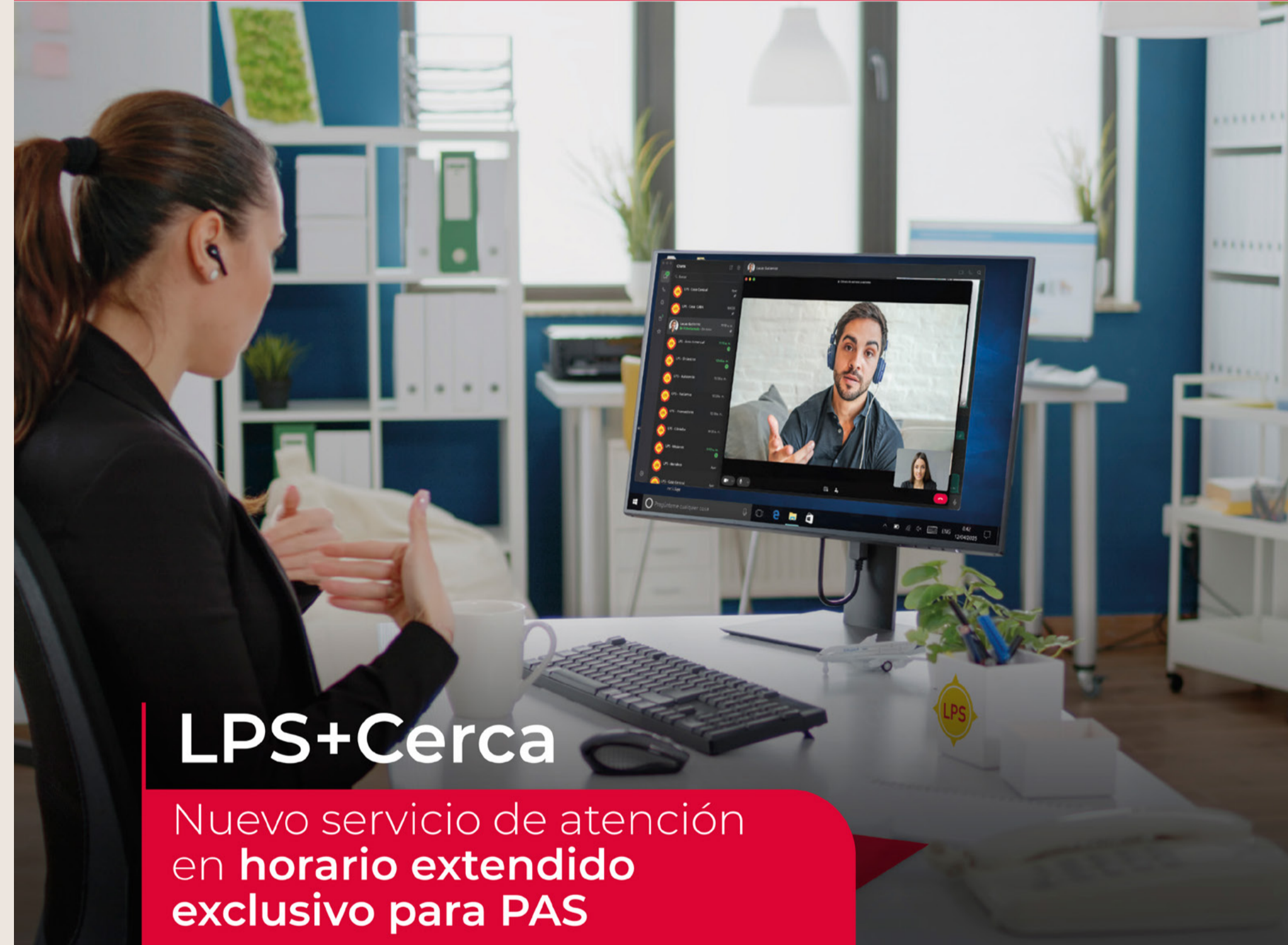
El caso más visible y que tiene un impacto global dentro de la región es la Alianza Insurtech Panamericana, que agrupa asociaciones de varios países y funciona como un puente entre aseguradoras, startups, brokers y administraciones públicas, creando espacios de colaboración y generando estándares comunes para acelerar el desarrollo del sector. Su estructura -más de 250 socios y un modelo de gobernanza compartida- está pensada precisamente para facilitar proyectos regionales y darles confianza a los inversores. Además, han surgido asociaciones nacionales que trabajan con una lógica similar y reciben apoyo directo de gobiernos o cámaras locales, como la AICC en Centroamérica, la Cámara Insurtech Argentina, la AIE en Ecuador o la AIU en Uruguay, todas orientadas a profesionalizar el ecosistema e impulsar la llegada de capital externo a través de reguladores, hubs de innovación y acuerdos binacionales. Incluso iniciativas como el Miami Insurtech Advocates Hub, aunque no es un organismo público, funcionan como plataforma de soft-landing y conexión con reguladores y actores institucionales en EE.UU., lo que amplía aún más las oportunidades de inversión para startups latinoamericanas.

¿A qué atribuye la decreciente, pero aún elevada, tasa de mortalidad de las insurtech en la región?

Quiero comenzar señalando que no es para nada extraño o inusual que haya mortalidad en cualquier ecosistema formado por startups, que son empresas con un elevado nivel de riesgo implícito. Dicho esto, la caída progresiva -pero todavía elevada- de la mortalidad de las insurtech en la región se explica, ante todo, por la fase de saneamiento que vive el ecosistema desde 2022. Muchas startups que nacieron con modelos poco sólidos, especialmente en la distribución digital, no lograron sostenerse en mercados con costos de adquisición altos y márgenes ajustados. Eso dejó fuera a los proyectos menos robustos y permitió que sobrevivieran los equipos con propuestas más claras y capacidad de ejecución. Al mismo tiempo, persisten desafíos estructurales que mantienen la mortalidad en niveles relevantes: entornos regulatorios heterogéneos, dificultad para escalar sin alianzas fuertes, ciclos comerciales largos y la necesidad de integrar soluciones tecnológicas →



LA PERSEVERANCIA SEGUROS



LPS+Cerca

Nuevo servicio de atención en horario extendido exclusivo para PAS

Realizá el 100% de tus operaciones a través de WhatsApp, con asistencia directa de nuestro equipo.

Emití pólizas, consultá siniestros, verificá cobranzas y mucho más, de lunes a viernes de 9 a 20hs.

▶ La Perseverancia Seguros: + cerca, más fácil.



« En el corto plazo, el mercado insurtech de la región crecerá de forma más selectiva y exigente, impulsado por la necesidad de resolver problemas muy concretos del negocio asegurador »



Crecé como PAS con una compañía que te escucha y entiende de verdad.

En Grupo San Cristóbal estamos para darte el respaldo que necesitás. Te ofrecemos:

- Una propuesta integral que se adapta a las necesidades de tus clientes.
- Herramientas digitales para facilitar la gestión comercial y que tu negocio crezca.

Estamos comprometidos con tu desarrollo. Una vez que te ponés nuestra camiseta no te las sacás más.

San Cristóbal *Te entendemos*
Seguros

San Cristóbal
Retiro

Asociart
ART

Nº de inscripción en SSN
0142-0620-0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

INNOVACIÓN

→ con sistemas heredados de aseguradoras que avanzan a distinto ritmo. Aunque la profesionalización del ecosistema y la aparición de asociaciones regionales ayudan, el camino hacia la estabilidad total todavía depende de que más startups logren modelos rentables y repetibles en varios mercados.

¿Cree que las insurtech pueden contribuir a incrementar la participación del mercado asegurador en el PIB de los distintos países donde operan?

En muchos mercados de Latinoamérica el seguro aún no logra llegar a amplias capas de la población, y las insurtech aportan algo que hasta ahora era difícil de escalar: modelos más accesibles, más simples y adaptados a segmentos que tradicionalmente quedaban fuera del sistema asegurador. Desde plataformas que abaratan la distribución hasta soluciones especializadas en salud, bienestar o movilidad, todas ayudan a reducir fricciones y ampliar el alcance del seguro. Además, están generando nuevas categorías de servicio que antes no existían -como la portabilidad, los seguros de nicho o los servicios digitales asociados al ecosistema de vida y salud- y que permiten que el seguro esté presente en más momentos de la vida cotidiana. Esa diversificación es clave para aumentar la densidad aseguradora en la región. Si el sector logra integrar estas soluciones con la escala de las aseguradoras tradicionales, el impacto sobre el PIB puede ser significativo, ya que la penetración del seguro deja de depender solo de canales tradicionales y empieza a crecer sobre bases más amplias y flexibles.

¿Cuáles son los próximos pasos de Mapfre para apalancar el crecimiento del ecosistema insurtech en América latina?

El ecosistema insurtech en Latinoamérica ha alcanzado un nivel de madurez en el cual su crecimiento ya no depende exclusivamente de que aparezcan más startups sino de sumar a esta variable las decisiones estratégicas que tomemos las aseguradoras de la región. Dado que nuestra posición en los diferentes países latinoamericanos no es la misma, más que con próximos pasos me gustaría responder con una ambición: 'Multilatina'. Si somos capaces de escalar tecnología en producción, orquestar capacidades, invertir con criterio y construir alianzas reales, no solo apalancaremos el crecimiento del ecosistema sino además seremos capaces de crear una ventaja competitiva estructural para los próximos años mientras ofrecemos a nuestros clientes los mejores servicios del mercado.

¿Cómo visualiza el crecimiento del mercado insurtech regional en el corto y mediano plazo?

En el corto plazo, el mercado insurtech de la región crecerá de forma más selectiva y exigente, impulsado por la necesidad de resolver problemas muy concretos del negocio asegurador. Las aseguradoras estamos priorizando soluciones que aporten eficiencia inmediata y reduzcan complejidad, lo que beneficia a plataformas de distribución más sofisticadas, a modelos especializados en movilidad, salud y bienestar, y a herramientas que mejoran procesos críticos como pricing, pagos, fraude o logística aseguradora. El foco pasa de 'probar cosas nuevas' a integrar lo que funciona y escalarlo con criterio.

En el mediano plazo, veremos un ecosistema marcado por dos dinámicas claras: por un lado, una expansión de las insurtech multilatinas, que ya operan en más de un país y que facilitan la creación de modelos regionales más estables; y por otro, una competencia creciente entre soluciones que apuntan a nichos muy específicos. El resultado será un mercado más profesionalizado, donde el crecimiento vendrá de conectar a los actores adecuados y de construir relaciones de confianza dentro del sector, más que de generar volumen. La región seguirá creciendo, pero a partir de una lógica de calidad y no de cantidad. 🍷

QUALIA

Somos la compañía de seguros que ayuda a sus clientes a disfrutar y vivir más tranquilos



Ingresa a segurosqualia.seg.ar/alianzas y descubrí más sobre nuestros socios y productos



Nº de Inscripción
SSN 0879

Coordinación de Comunicación
y Atención al Asegurado (CoAA)

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Ni alcohol ni velocidad: las 5 "trampas de confianza" que generan más accidentes de tránsito



● Otro fin de semana XXL de Semana Santa y la escena se repite como un loop: miles de argentinos cargan el auto, revisan el aceite y salen a la ruta convencidos de que, si no toman alcohol y no pisan el acelerador a fondo, están a salvo. Sin embargo, las tragedias siguen ocurriendo. ¿Por qué, si todos conocemos las reglas, los números siguen siendo rojos? La respuesta es tan humana como peligrosa: el exceso de confianza. No es la imprudencia temeraria lo que hoy más mata en la ruta, es la relajación.

Así lo indican los últimos informes de siniestralidad vial fatal del **Observatorio Vial de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV)**: los factores humanos continúan siendo la principal causa de los siniestros viales en Argentina, por encima de las fallas mecánicas o las condiciones climáticas. Es decir, la mayoría de los siniestros no se producen por el vehículo ni por la infraestructura, sino por decisiones del conductor.

Fuente: **Observatorio Vial – Agencia Nacional de Seguridad Vial (ANSV)**
<https://www.argentina.gob.ar/seguridadvial/observatorio>

En ese contexto, desde el área de **Siniestros de ATM Seguros** advierten que el perfil de los siniestros en ruta muestra un patrón cada vez más claro, especialmente en fines de semana largos y períodos turísticos como Semana Santa.

"El error más común hoy no es la imprudencia extrema. Es la confianza. Cuando el conductor se relaja, baja la atención y ahí aparece el riesgo", explica **Fernando Rodríguez, Gerente de Siniestros de ATM Seguros**.

Las 5 trampas de confianza que más aparecen en los siniestros viales. Del análisis de siniestros surgen conductas que se repiten con frecuencia en fines de semana largos:

1. La distracción al volante. Principalmente por el uso del celular, pero también por el GPS, el mate, las conversaciones o cualquier elemento que haga que el conductor quite la vista o las manos del volante, aunque sea unos segundos. Son distracciones cotidianas, naturalizadas, que en la ruta pueden marcar la diferencia entre llegar o no llegar.
2. El cansancio y la fatiga. Salir a la ruta con pocas horas de descanso o manejar durante muchas horas seguidas reduce los reflejos, la capacidad de reacción y la concentración.
3. El exceso de confianza. Ocurre cuando el conductor conoce la ruta, maneja habitualmente o siente que tiene el control de la situación y deja de manejar de forma defensiva.
4. No respetar la distancia de seguridad. Es una de las principales causas de choques por alcance y choques en cadena, sobre todo cuando hay mucho tránsito.
5. Los últimos kilómetros del viaje. Muchos siniestros ocurren cuando falta poco para llegar: el conductor se relaja o se apura y baja la atención.

"En los siniestros que vemos todos los días hay algo que se repite: la gente no choca porque no sepa manejar, sino porque se distrae, se cansa o se confía. El problema no es sólo la velocidad o el alcohol; el problema es creer que a uno no le va a pasar", concluye **Rodríguez**.

Por eso, en un fin de semana como Semana Santa, donde se concentran miles de vehículos en la ruta en pocos días, entender estas trampas puede ser tan importante como respetar la velocidad máxima. Porque en seguridad vial, muchas veces, el riesgo no está en la imprudencia extrema, sino en los errores más habituales.



Los siniestros viales crecieron más del 25% durante la temporada de verano y superaron las 36 mil intervenciones

De cara al próximo fin de semana largo, expertos comparten sus recomendaciones para viajar de forma segura y disminuir la métrica de incidentes.

● La temporada de vacaciones volvió a reflejar un escenario de alta demanda en materia de asistencia vial. De acuerdo con los datos relevados por la **Iké Argentina**, que ofrece servicios de asistencia en todo el país, las solicitudes registradas entre diciembre de 2025 y febrero de 2026 evidenciaron un crecimiento significativo en com-

Breves de Informe

paración con el mismo período del verano anterior, en un contexto marcado por el aumento del tránsito hacia los principales destinos turísticos.

Durante el verano 2024-2025 se registraron 9.922 servicios viales en diciembre, 10.216 en enero y 9.690 en febrero. En cambio, la temporada actual mostró un salto considerable: diciembre de 2025 cerró con 12.404 asistencias, enero de 2026 alcanzó las 12.892 y febrero registró 11.235 intervenciones.

De esta manera, el período completo de vacaciones acumuló 36.531 servicios, consolidando una suba interanual superior al 25% respecto del inicio de la temporada anterior y confirmando la creciente necesidad de contar con asistencia mecánica durante los desplazamientos en rutas y centros urbanos.

En este contexto, muchos conductores optan por contar con un servicio mecánico en ruta que les permita resolver imprevistos de manera rápida y segura, evitando que una falla menor se convierta en una situación de riesgo. En viajes largos y de alta circulación, este respaldo resulta clave para proteger a las personas y garantizar la continuidad del trayecto, así como también es de vital importancia el tiempo de respuesta que pueda brindar el servicio de auxilio.

En línea con este crecimiento en la demanda, la compañía logró mantener tiempos de contacto eficientes durante toda la temporada. En diciembre de 2025 el tiempo promedio de contacto fue de 01:01:17, en enero de 2026 descendió a 00:52:04 y en febrero de 2026 se ubicó en 00:57:00, mientras que en las zonas de mayor demanda los tiempos promedio se mantuvieron en torno a los 50 a 60 minutos. A su vez, los indicadores de calidad del servicio reflejaron altos niveles de satisfacción entre los usuarios. Durante el verano 2025-2026 la satisfacción de clientes alcanzó 93,6% en diciembre, 93,0% en enero y 96,1% en febrero, uno de los valores más altos registrados, lo que refuerza la importancia de contar con asistencia profesional frente a imprevistos en ruta.

Ciudades más comprometidas

La demanda de asistencias viales se concentró principalmente en las ciudades de mayor densidad poblacional y tránsito del país, así como en aquellas que funcionan como nodos turísticos y logísticos clave. Entre las zonas más comprometidas se destacan: C.A.B.A., G.B.A., La Plata, Mar del Plata, Córdoba, Bahía Blanca, San Miguel de Tucumán, Santa Fe, Rosario, Mendoza, Neuquén y Salta.

En estos centros urbanos y corredores de acceso se registran los mayores volúmenes de circulación durante la temporada de vacaciones, lo que incrementa la probabilidad de incidentes, sobre todo en horarios pico y fines de semana.

Recomendaciones para viajar de forma segura

Especialistas en seguridad vial advierten que la mayoría de los siniestros son evitables y están asociados a conductas de riesgo como el exceso de velocidad, las distracciones al volante y la falta de descanso previo a los viajes. También sugieren ciertas medidas a tener en cuenta para el correcto funcionamiento del automóvil:

- **Revisar la presión y el estado de los neumáticos antes de viajar:** es importante verificar no sólo la presión de los neumáticos sino también su desgaste.
- **Comprobar el estado de la batería:** especialmente antes de un viaje largo, se recomienda verificar que esté en buen estado y no cerca del final de su vida útil, ya que es una de las causas más comunes de pedidos de auxilio en ruta.
- **Controlar el sistema de frenos y el líquido refrigerante:** un fallo en los frenos o en el sistema de enfriamiento puede ser extremadamente peligroso, sobre todo en rutas de montaña o zonas con alto tránsito.

Paralelamente, ante el aumento en los pedidos de auxilio mecánico durante la temporada, es necesario reforzar las acciones frente al volante. **Jorge D'Urbano, Director General de Iké**, reflexiona sobre una serie de consejos a tener en cuenta ante un imprevisto mecánico durante un viaje en ruta.

"Estar preparado no sólo ayuda a tener una respuesta más efectiva en una emergencia, sino que también demuestra la importancia de asumir un rol proactivo para nuestra seguridad y la de los demás", destaca. *"Gracias a la preprogramación y a las medidas tomadas en las principales rutas siempre estuvimos por debajo de los 90 minutos de llegada",* asegura, marcando un detalle sustancial a la hora de contar con una respuesta rápida que no sólo mejore la solución, sino la experiencia del usuario.

Entre las recomendaciones más destacadas se encuentran:

- Evitar frenadas bruscas y reducir la velocidad gradualmente si se identifica un problema en el vehículo.
- Activar las luces de emergencia para alertar a otros conductores.
- Detenerse en el carril derecho o en la banquina si es posible.
- Colocar dispositivos de seguridad para advertir el riesgo a los usuarios de la vía, como triángulos de señalización.
- Contactar al centro de atención o al servicio de asistencia mecánica.
- Mantener siempre la atención en los vehículos que circulan alrededor.

El período de vacaciones continúa siendo uno de los más críticos del año en materia de siniestros viales. La prevención, la responsabilidad individual y el respeto por las normas siguen siendo herramientas fundamentales para reducir incidentes y proteger vidas en las rutas argentinas.

Zurich lleva el Universo Gamer a Experiencia Living con un espacio que se transforma de día y noche



La compañía de seguros se suma a la muestra de diseño y arquitectura más importante del año con "Live & Play She", un espacio que refleja la evolución de los estilos de vida, integrando diseño, tecnología y entretenimiento digital.

● Una vez más, **Zurich** dice presente en **Experiencia Living**, que tendrá lugar del 19 de marzo al 19 de abril en **Remeros Beach**, en **Tigre**. Se trata de la exposición de diseño, decoración y arquitectura más importante del año, que permitirá recorrer departamentos completos según la personalidad y creatividad de los expositores. Para esta 4ta edición, **Zurich** invita a explorar nuevas formas de habitar y la creciente integración entre tecnología, entretenimiento y vida cotidiana con el espacio **"Live & Play She"**.

Desarrollado por el reconocido arquitecto **Claudio Wertheim** y la diseñadora **Virginia Ortiz**, la propuesta mantiene el espíritu gamer que **Zurich** presentó en la edición anterior, pero desde un nuevo enfoque. Mientras que en 2025 se recreó la habitación de un hombre fanático de los videojuegos —un espacio oscuro con tintes oníricos, cortinas bajas y dibujos de neón en colores brillantes—, este año el espacio se ajusta al estilo de vida de una mujer profesional exitosa, en torno a los 40 años, a la que le gusta jugar videojuegos en línea como pasatiempo.

Se trata de un departamento de función dual: una unidad sobria, luminosa y sofisticada durante el día —con vista a la laguna de **Remeros Beach** y abundante luz natural— que, por la noche, cambia de atmósfera y se transforma en un espacio de juego y entretenimiento grupal, donde las luces LED, las pantallas y la tecnología cobran mayor protagonismo.



Live & Play She incluirá una estación de streaming equipada con pantallas gigantes, domótica y todo lo necesario para la reproducción de videojuegos. Al igual que el año anterior, el espacio será interactivo y quienes recorran el ambiente podrán jugar y experimentar en primera persona.

"Es una gran satisfacción volver a participar de un evento tan destacado como Experiencia Living. Este tipo de espacios nos permiten acompañar las tendencias que marcan cómo evolucionan las formas de vivir y los hábitos digitales, en un contexto donde el crecimiento del universo gamer —que en la actualidad alcanza a más de 26 millones de personas en el país— también impulsa la necesidad de soluciones que protejan equipos tecnológicos, cada vez más presentes en la vida cotidiana", destacó **Adriana Arias, Head of Communication & Sustainability de Zurich Argentina**.

En línea con esta propuesta, la compañía continúa impulsando **Zurich Hogar Gamer**, una nueva línea dentro de **Zurich Hogar** diseñada especialmente para fanáticos de los videojuegos y la tecnología. Se trata de una ampliación de la cobertura existente que protege equipos de alto rendimiento —como consolas, computadoras, componentes y accesorios— ante robos, hurtos e incendios dentro del hogar, con la opción de sumar protección ante cortes de luz.

La cobertura incluye electrodomésticos y equipos electrónicos portátiles como notebooks, tablets y consolas, así como instrumentos musicales, cámaras y reproductores de música en cualquier parte del mundo. También protege computadoras de escritorio y sus accesorios ante daños en el domicilio, ofreciendo una solución integral para quienes buscan resguardar su equipamiento tecnológico.

Experiencia Living Remeros Beach se desarrolló del 19 de marzo al 19 de abril en Remeros Beach (Camino de los Remeros 1585, Tigre, PBA) y estará abierta al público de martes a domingo, entre las 12 y 20 horas. Las entradas están disponibles en la web de Entrada Uno.



Asegurá tu mundo.

Asegurá tu futuro.



ATM DIGITAL

Punto de Venta Digital

Portal de Marketing

Mi Tienda



ATM Digital simplifica y potencia la gestión diaria de nuestros productores y representa un paso adelante en la integración de la tecnología en el día a día del negocio asegurador. Utilizar estas herramientas no es sólo una opción, sino una necesidad en un mercado en constante cambio

Sumate a ATM Digital, sumate a ATM Seguros 0810 345 0546

MARSH

Marsh nombra a Larissa Martins como líder de Placement para Latinoamérica

● **Marsh (NYSE: MRSH)**, líder global en materia de riesgos, reaseguro y capital, personas, inversiones y consultoría de gestión, anunció hoy el nombramiento de **Larissa Martins** como nueva líder de **Placement (mercado de seguros)** para **Marsh Risk Latinoamérica y El Caribe**. Basada en São Paulo, Brasil, Larissa reportará a **John Donnelly, Líder Global de Placement en Marsh Risk** y a **Carlos A. Rivera, CEO de Marsh LAC y presidente de Marsh Risk LAC**, a partir del 1° de abril.

En este rol, Larissa será responsable de liderar la estrategia de **Placement** en la región, conectando las prioridades globales y locales, fortaleciendo las relaciones con los clientes y socios estratégicos, impulsando soluciones innovadoras y colaborativas entre países, y promoviendo el desarrollo del talento para maximizar el impacto para los clientes y fomentar el crecimiento sostenible del negocio.

Con 20 años de experiencia en el sector reasegurador, Larissa posee una licenciatura en **Ciencias Actuariales** y una maestría en **Gestión Ejecutiva Internacional**. Su experiencia internacional incluye roles en Chile, Miami y Londres. Desde que se unió a **Marsh Re - Facultative Reinsurance (antes Carpenter Marsh FAC)** en 2021, ha sobresalido en diversos cargos de liderazgo, contribuyendo a la creación e implementación de soluciones de portafolio en toda Latinoamérica.

En **Marsh Re - Facultative Reinsurance**, Larissa ha liderado iniciativas de alto impacto que impulsan el crecimiento y la innovación. Como **Líder Regional de Prácticas y Placement**, definió la estrategia para la región, colaborando con los grupos de interés de la Firma para satisfacer las necesidades de los clientes, atender las demandas del mercado y apoyar el desarrollo del equipo.

Comentando sobre el nombramiento, **Carlos Rivera** dijo: “Larissa cuenta con sólidas relaciones con los mercados de seguros y reaseguros locales, regionales y globales, así como un profundo conocimiento de los desafíos que enfrentan las empresas y comunidades. Todo esto, unido a su extraordinario liderazgo, será clave para brindar a nuestros clientes todo el portafolio de servicios y soluciones que necesitan para crecer, mientras gestionan la incertidumbre y encuentran oportunidades en este tiempo de volatilidad y transformación.”

Larissa Martins comentó: “Me siento honrada de servir como Líder de Placement para Marsh Risk en América Latina durante un momento crucial para nuestra industria y empresa. El área de Placement (mercado de seguros) está en el corazón de nuestro negocio y es un motor clave para llevar nuestras soluciones al mercado y transformar nuestro sector. Abrazo este nuevo capítulo con entusiasmo y un profundo compromiso, convencida de que, a través de la colaboración, podemos seguir desarrollando soluciones impactantes para nuestros clientes, colegas y la organización”.

Del tabú a la planificación: por qué es necesario hablar de seguros de vida

Especialistas advierten sobre la importancia de contemplar coberturas que aseguren la continuidad de ingresos frente a situaciones como fallecimiento o incapacidad laboral.



● Cuando pensamos en seguros, inmediatamente los asociamos con la protección del auto, la casa u otros bienes materiales. Los seguros patrimoniales son ampliamente conocidos y contratados porque protegen lo tangible, y si bien son fundamentales, no son los únicos que deben considerarse. Es en este punto que entran en juego los seguros de personas, que tienen como finalidad garantizar la continuidad de los ingresos familiares cuando la persona que los genera ya no puede hacerlo, ya sea por fallecimiento o por una incapacidad que le impida trabajar.

Breves de Informe

Desde **La Perseverancia Seguros**, compañía líder con más de 120 años de trayectoria, explican que los seguros de personas se dividen en dos categorías: seguro de vida y seguro de accidentes personales. El seguro de vida brinda cobertura ante la muerte por cualquier causa, ya sea enfermedad o accidente, y funciona de manera permanente, con el objetivo de asegurar un respaldo económico para los beneficiarios. Por su parte, el seguro de accidentes personales se limita a hechos súbitos, violentos y externos, y cubre exclusivamente las consecuencias derivadas de ese tipo de eventos, lo que deja fuera, por ejemplo, enfermedades de origen interno como un infarto o un ACV.

Comprender cómo funcionan estas coberturas implica también conocer los roles dentro del contrato: el tomador, que contrata y paga la póliza; el asegurado, sobre cuya vida recae la cobertura; y el beneficiario, quien recibirá la indemnización. En este punto, especialistas destacan la importancia de designar beneficiarios de manera explícita y de informarles sobre la existencia del seguro, ya que, de no hacerlo, el capital se asignará a los herederos legales. Asimismo, la transparencia al momento de contratar resulta clave: omitir información relevante, como enfermedades preexistentes o cambios en la actividad laboral, puede derivar en la pérdida del derecho a la cobertura.

En la práctica, estas situaciones no son excepcionales. Cambios de profesión hacia actividades de mayor riesgo, trabajos en altura o el ejercicio independiente en entornos que exigen cobertura específica son algunos de los casos en los que la correcta declaración del riesgo y la elección del seguro adecuado resultan determinantes. También es fundamental conocer las exclusiones habituales, como accidentes bajo efectos del alcohol, enfermedades o la práctica de deportes extremos sin cobertura adicional, para evitar interpretaciones erróneas.

“El verdadero riesgo no es perder algo material, sino que se interrumpa el ingreso que sostiene a una familia. Ahí es donde los seguros de personas cumplen un rol clave como red de contención” comenta **Adalberto Bruzzone, director de La Perseverancia Seguros**. “En definitiva, cualquier persona cuyos ingresos sostengan a otros debería considerar este tipo de protección como parte de su planificación financiera”, concluye.

ADIRA participó del Foro Internacional de Seguros 2026 y reforzó el trabajo conjunto contra el fraude en el sector

● La **Asociación de Aseguradores del Interior de la República Argentina (ADIRA)** participó del **Foro Internacional de Seguros 2026**, organizado por **AAPAS**, uno de los encuentros estratégicos más relevantes del sector asegurador a nivel nacional. El evento, que se desarrolló en la ciudad de Buenos Aires, convocó a referentes locales e internacionales para analizar los principales desafíos de la industria, con eje en la transformación digital, la innovación y la necesidad de fortalecer la conciencia aseguradora en la sociedad. A través de paneles de alto nivel y espacios de networking, la jornada volvió a consolidarse como una plataforma clave para impulsar el desarrollo de un mercado en constante evolución.



En este marco, **ADIRA** formó parte del panel sobre fraude internacional, donde su **Director Ejecutivo, Julián García**, compartió espacio con **Diego Rojas Daydi**, de la **Asociación de Aseguradores de Chile**, y la **Dra. Andrea Signorino** de **Uruguay**, especialista en derecho privado. Durante el intercambio, los panelistas coincidieron en la importancia de abordar el fraude como una problemática global que requiere respuestas coordinadas entre todos los actores del ecosistema asegurador. En ese sentido, remarcaron la necesidad de trabajar de manera conjunta —compañías, productores, cámaras y organismos— para lograr que las campañas de concientización calen profundamente en la sociedad y evitar que estas conductas se naturalicen como parte de una supuesta «normalidad», cuando en realidad se trata de un delito. En línea con este enfoque, se destacó la campaña «**Crimen y Castigo**», impulsada por el **Comité Asegurador Argentino** con la participación de **ADIRA** y la **Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACS)**. La iniciativa busca visibilizar el crecimiento del fraude en el mercado y desarticular la idea de que mentirle a una aseguradora es una «viveza criolla» sin consecuencias. Por el contrario, la campaña puso en evidencia que cada maniobra fraudulenta —desde siniestros inventados hasta reclamos exagerados— genera pérdidas millonarias que terminan impactando en el costo de las primas que pagan millones de asegurados. Desde noviembre de 2025, las compañías vienen difundiendo semanalmente contenidos en redes sociales con mensajes directos como «**El fraude no es viveza, es un crimen**» y «**Robarle al seguro también es robar**», con el objetivo de promover una cultura de transparencia y responsabilidad en toda la sociedad.

Río Uruguay Seguros lanza RUS Market y anticipa un nuevo paso en su estrategia digital



La presentación se realizará el martes 14 de abril a las 14 hs, a través de una transmisión en vivo por el canal de YouTube RUS Media TV.

● **Río Uruguay Seguros (RUS)** anunciará el próximo martes 14 de abril el lanzamiento de **RUS Market**, una nueva plataforma digital que introduce cambios en la forma de cotizar y contratar seguros. La presentación se llevará a cabo a las 14 horas mediante un streaming en vivo por su canal oficial de **YouTube RUS Media TV**, donde se darán a conocer las características y alcances de esta iniciativa. Desde **RUS** adelantaron que se trata de un desarrollo que incorpora nuevas lógicas de contratación digital, con herramientas orientadas a simplificar la experiencia de usuario y optimizar los procesos comerciales. Entre algunos de los conceptos que se anticipan, se encuentran funcionalidades que permiten una interacción más dinámica con los productos, así como la integración de tecnología para agilizar instancias clave del proceso.

La propuesta también contempla nuevas posibilidades para los **Productores Asesores de Seguros (PAS)**, quienes podrán acceder a herramientas que buscan fortalecer su gestión comercial en entornos digitales, ampliar oportunidades de venta y mantener su rol dentro del ecosistema.

Desde la aseguradora destacaron que este lanzamiento forma parte de un proceso de evolución sostenida, en el que la transformación digital se construye de manera conjunta con su red de productores. El evento será abierto y permitirá conocer en detalle una iniciativa que apunta a redefinir la experiencia de contratación de seguros.

ATM Seguros dijo presente en el Foro Nacional del Seguro 2026

● **ATM Seguros**, compañía en constante crecimiento en el mercado asegurador, contó con una presencia destacada en la edición 2026 del **Foro Nacional del Seguro**, organizado por la **Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS)**, llevado a cabo el 8 de abril en el Centro de Convenciones de Buenos Aires. El evento que contó con más de 3500 asistentes, es considerado uno de los más relevantes del sector, volvió a destacarse por su formato integral, combinando espacios de networking, capacitación y actualización para toda la industria aseguradora.

En este contexto, **ATM** participó como **Sponsor Gold** con un stand institucional que recibió a más de 400 Productores a lo largo de la jornada, consolidando un espacio de encuentro e intercambio con actores claves del sector.

La acción se enmarca dentro de la propuesta “**Alcanzá Tus Metas 2026**”, una iniciativa de la aseguradora orientada a acompañar el crecimiento de los productores, brindando herramientas, incentivos y propuestas de valor que potencien su desarrollo profesional en un contexto cada vez más desafiante.

“Es muy positivo encontramos con nuestros socios estratégicos y también poder conectar con aquellos productores que ven en nuestra compañía un potencial desarrollo para sus carteras. Estamos orgullosos del recibimiento de nuestra propuesta y el trabajo en conjunto que hacemos para impulsar constantemente el crecimiento de nuestra marca”, sostuvo **Martín Díez Gomez, Gerente Comercial** de la aseguradora.



El **Foro** contó con una agenda diversa de charlas y paneles a cargo de referentes de la industria, donde se abordaron temas como innovación, transformación digital, tendencias del mercado y los desafíos actuales del sector asegurador.

La participación de **ATM** en este espacio refuerza su compromiso con el desarrollo del canal de productores y su apuesta por generar instancias de cercanía, capacitación y crecimiento conjunto.

Relanzamiento de seguros de vida con ahorro y seguros de retiro

Tenemos 30 años de experiencia en servicios actuariales y software técnico en Argentina como FM&A-Fernando Mesquida y Asociados. Hoy como Milliman, ofrecemos nuestra experiencia única, incluyendo:

- Software de administración específico para vida con ahorro y retiro
- Consultoría actuarial
- Desarrollo de productos
- Asesoramiento estratégico

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida

fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler

hector.gueler@milliman.com

milliman.com

Paraguay 610 Piso 25

(5411) 4314-6230

Milliman
Solutions for a world at risk™

Zurich anuncia la reapertura de su Oficina de Representación en Tandil en alianza con el destacado productor Fabián Fontana



La oficina recientemente fue reconocida como Mejor Oficina de Representación 2025 durante el Champions Meeting 2026. En esta nueva etapa, la aseguradora renueva su compromiso con la ciudad para brindar un servicio más cercano y personalizado a sus clientes.

© Zurich, empresa líder de la industria aseguradora, sigue consolidando su estrategia de expansión federal con la reapertura de su oficina de representación en la ciudad de Tandil. En alianza con Fabián Fontana, productor asesor histórico de la compañía y referente del mercado asegurador en la región, la empresa renueva su compromiso con el desarrollo local, fortaleciendo su vínculo con clientes y productores asesores de seguros.



Breves de Informe

La gestión destacada de Fontana fue reconocida con el premio a la "Mejor Oficina de Representación 2025" durante el Zurich Champions Meeting 2026 que la compañía realizó en el mes de marzo. Esta distinción destaca su trayectoria y la alineación estratégica con el modelo de asesoramiento y servicio que Zurich impulsa en todo el país.

Ubicada en Alberdi 315, en una zona estratégica de la ciudad, la nueva oficina opera de lunes a jueves de 9 a 16 horas y los viernes de 9 a 13. Fontana es el responsable de liderar la operación local, aportando su conocimiento del mercado y cercanía con la comunidad tandilense.

"La reapertura de la oficina de representación en Tandil tiene un valor muy especial para nosotros al tratarse de la primera oficina de representación de Zurich en el país. Tandil es una plaza con gran potencial de desarrollo y queremos acompañar su crecimiento con una propuesta integral. Con esta nueva etapa reafirmamos el compromiso con la ciudad y con toda la región, sumando un espacio más moderno y fortaleciendo la capacidad operativa para ampliar la presencia a nivel regional", destacó Silvana Roccabruna, gerente de Agro e Interior de Zurich Argentina. Con un espacio más amplio, moderno y funcional, pensado para mejorar la experiencia tanto de clientes como de productores asesores de seguros, la nueva oficina de representación marca una evolución respecto de la etapa anterior. El espacio busca optimizar la atención, ampliar la capacidad operativa y ofrecer un servicio más ágil, eficiente y personalizado, en línea con las necesidades actuales del mercado.

La reapertura también viene acompañada de un fortalecimiento de la operación y contempla la incorporación de nuevos agentes para seguir ampliando la presencia en la ciudad. Tandil —la primera oficina de representación de Zurich Argentina en el país— reafirma su valor estratégico dentro de una apuesta que combina inversión, desarrollo del canal y generación de nuevas oportunidades para la comunidad local.

Con sede en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Zurich cuenta con una red de cobertura compuesta por oficinas propias ubicadas estratégicamente en Bahía Blanca, Córdoba, La Plata, Mar del Plata, Mendoza, Neuquén, Posadas, Rosario y San Miguel de Tucumán. Además, la compañía tiene otras 40 oficinas delegadas de representantes distribuidas en todo el país y una red de más de 4.000 Productores Asesores de Seguros independientes.

De Argentina a la región: Strix designa nuevo Director de Negocios Corporativos para Argentina, Chile y Uruguay

Se trata de Federico Tommasini, con más de 15 años de trayectoria dentro de la empresa y actual Director Comercial para Argentina, quien desde abril se desempeñará como líder comercial para los tres mercados donde la empresa tiene presencia.

© Strix, empresa líder en seguridad y tecnología, anuncia el nombramiento y ascenso de Federico Tommasini como nuevo Director de Negocios Corporativos para Argentina, Chile y Uruguay, luego de un exitoso recorrido de más de 3 años como Director Comercial de la operación de la empresa en Argentina.

En su nuevo rol, Federico será responsable de continuar la consolidación de Strix como referente en rastreo y seguridad vehicular en el mercado corporativo de Argentina, Chile y Uruguay, con foco en los segmentos de seguros y flotas, tanto en el canal directo como en el desarrollo del canal indirecto por medio de las compañías de seguros.

Federico cuenta con una extensa trayectoria en el negocio de servicios de tecnología aplicadas a la seguridad de activos, donde se desarrolló como Gerente de Desarrollo de Negocios, Director de Recursos Humanos, entre otros.

«La designación de Federico tiene como objetivo potenciar el crecimiento de los negocios corporativos en la región y dar continuidad al trabajo que venimos realizando. El liderazgo de un profesional que conoce a la empresa como lo hace Federico es clave dentro del proceso de consolidación y expansión para nuestro negocio», explica Carlos Mackinlay, CEO y Propietario de Strix.

Federico es Licenciado en Marketing de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales (UCES) y cuenta con más de 15 años de experiencia en la empresa. Previamente a su incorporación a Strix (en ese momento Lojack) en octubre de 2009, ocupó puestos de Product Manager en el sector bancario como Banco Hipotecario y Banco Itaú. Asimismo, el ejecutivo cuenta con un Posgrado en Gerenciamiento Bancario de la Universidad Torcuato Di Tella.



Federico Tommasini



GOURMEND



profile
profile

VILLEGAS RESTO

Un emprendimiento de raíces ganaderas que redefine la experiencia de la carne en Puerto Madero

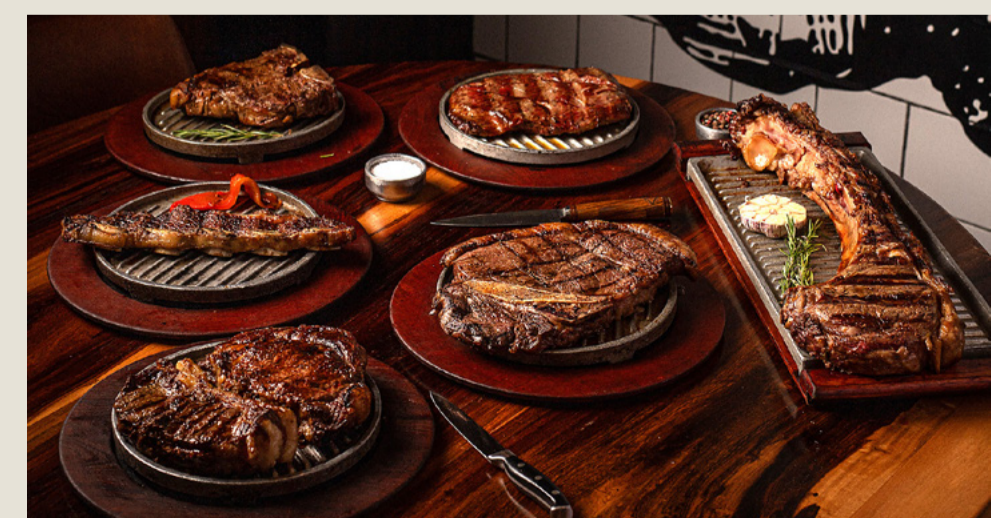
Fundado en 2009, y con una historia familiar profundamente ligada al mundo de la carne, este restaurante ofrece una mirada moderna sobre la tradición parrillera argentina, con una propuesta cárnica de excelencia, platos de alta cocina tradicionales e innovadores, y un servicio de primera línea que invita a volver.

En el corazón de Puerto Madero se encuentra Villegas Resto, referente de la parrilla argentina moderna, que brinda una experiencia premium y, a la vez, accesible. Su marca está construida a base de oficio, técnica y materia prima de excelencia. El resultado: una identidad marcada por la simpleza del trabajo bien hecho y el respeto por el producto, que invita a disfrutar de la mejor carne de la ciudad desde una mirada integral, donde cada detalle está cuidado.

Su historia está ligada a la tradición ganadera. Su fundador, Oscar Protto, nació en Villaguay, Entre Ríos, y comenzó a vincularse con la temática desde joven, acompañando la carnicería de su padre. Con el tiempo, se convirtió en un referente del rubro, llegando a administrar más de 80 carnicerías y dos frigoríficos, además de desarrollarse como matarife y operador en el Mercado de Hacienda de Buenos Aires. Sólo era cuestión de tiempo la llegada del restaurante.

Finalmente, Villegas Resto abrió en 2009, en un destino porteño estratégico. El proyecto se consolidó como un negocio familiar y atravesó diferentes etapas de crecimiento y redefinición: un rebranding en 2014 y una renovación integral en 2018, que potenció su posicionamiento en la escena gastronómica de Puerto Madero.

El local refleja ese camino: amplio y funcional, en él conviven distintos salones con una ambientación sobria y varios sectores, inclusive al aire libre, con vista directa al río y valet parking propio. La cava refrigerada cuenta con una capacidad para 1600 botellas y una atenta selección de 300 etiquetas de bodegas nacionales. ➡



ficha técnica

NOMBRE	Villegas Resto
DOMICILIO	Avenida Alicia Moreau de Justo 1050, Puerto Madero.
ESPECIALIDAD	Parrilla argentina
VARIOS	Ojo de bife, vacío, asado de tira, bife de chorizo y de cuadril, junto a opciones modernas como tomahawk, mustang steak para compartir, entraña de lomo, bife de picaña, porterhouse y aloha
INSTAGRAM:	@villegasresto
FACEBOOK:	villegasresto
PÁGINA WEB:	https://villegasresto.com.ar
WHATSAPP:	1149352375
HORARIO:	Lunes, martes, miércoles, jueves y domingos de 12 a 00 hs. Viernes y sábados de 12 a 01 hs.

CON UNA TRAYECTORIA DE MÁS DE 33 AÑOS COMO PUBLICACIÓN ESPECIALIZADA EN SEGUROS, TECNOLOGÍA Y SISTEMA FINANCIERO, **INFORME OPERADORES DE MERCADO** HOY PRESENTA UNA PROPUESTA 100% DIGITAL, A TRAVÉS DE SU REVISTA QUINCENAL, SITIO WEB Y NEWSLETTER

informe

operadores de mercado

Lo que en un principio fue una reacción debida al Aislamiento Social Preventivo Obligatorio que impuso la pandemia Covid-19, hoy se transformó en la adopción consciente de un formato alineado a las actuales tendencias de consumo de información y a la reducción de la utilización del papel impreso, como una medida tendiente a priorizar el Medioambiente y la Sustentabilidad.

PARA VER LAS EDICIONES ANTERIORES



Seguinos en nuestras Redes Sociales



La propuesta culinaria tiene como eje las carnes de novillo y animales jóvenes, elegidos a partir de un riguroso control de origen y trazabilidad



→ La propuesta culinaria tiene como eje las carnes de novillo y animales jóvenes, elegidos a partir de un riguroso control de origen y trazabilidad. Entre los cortes preferidos por los comensales destacan clásicos de la parrilla argentina como ojo de bife, vacío, asado de tira, bife de chorizo y de cuadril, junto a opciones modernas como tomahawk, mustang steak para compartir, entraña de lomo, bife de picaña, porterhouse y aloha.

La carta, pensada para diversos perfiles de comensales, incluye alternativas vegetarianas, veganas, sin TACC y un menú infantil. Dispone de entradas clásicas, como milhojas de papas con guacamole y langostinos grillados; burratina con salmón ahumado, crema de palta y pesto de tomate, o arancini de ternera con romero fresco y alioli de rúcula. También se pueden pedir entradas a la parrilla: mollejas crocantes, provoleta completa, chorizo con parmesano y morrón, riñones y chinchulines crocantes, entre otros.

Entre las guarniciones se pueden mencionar las papas rústicas gratinadas con hierbas, cabutia asada con miel y queso azul, espárragos salteados con crema de queso brie, coliflor marinado en leche de coco, curry, jengibre y cebollas, o vegetales asados. También resaltan sus especialidades a las brasas, como salmón grillé, filet de trucha argentina, matambrito de cerdo, brochette de lomo marinado con panceta, pimienta roja y cebolla colorada,



además de tablas para compartir, ensaladas de autor, milanesas de bife de chorizo con fetuccini y crema de pesto y pastas de elaboración propia. Para el cierre dulce, la carta exhibe opciones como crème brûlée de dulce de leche, panna cotta de yerba mate y matcha servido con alfajores argentinos, peras al malbec perfumadas con cardamomo y helado de mousse de maracuyá, entre otros ítems de la carta.

La propuesta se completa con una cuidada carta de vinos, curada por una sommelier que promueve etiquetas de diferentes regiones del país, invitando a recorrer Argentina a través de la copa, además de aperitivos con y sin alcohol, whiskies y licores.

Por último, **Villegas Resto** cuenta con menús fijos pensados para distintos momentos del día. Al mediodía se puede optar por el menú ejecutivo, con un valor de \$33.000 (sin entrada) y \$38.000 (con entrada). Además, durante toda la jornada están disponibles el menú fijo Puerto Madero, a \$60.000, y el Menú Aniversario, a \$70.000.

Con un perfil definido y una impronta actual, **Villegas Resto** reafirma un concepto donde el saber parrillero, la búsqueda de la mayor calidad y una atención de primer nivel se integran de manera natural. Un espacio que articula tradición, profesionalismo y coherencia para ofrecer una experiencia gastronómica confiable y de alto nivel en Puerto Madero. 🍷

**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

Marcos Darío Becerra

En pareja - 25 Años - Signo Piscis (16/03/2001)

Senior Software Developer – Sistemas
Afianzadora Seguros de Caución.

● UN HOBBY

Piano y ciclismo

● LA JUSTICIA

No la entiendo, me frustra.

Una deuda permanente

● LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES

Capacidades distintas, no género

● LA SEGURIDAD

Un anhelo de una sociedad cada vez mas violenta

● UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY

Me caí de la bici por hacerme el lindo

● MI MODELO PREFERIDO

Mi hermano Lucas

● UN RIESGO NO CUBIERTO

El amor

● VESTIMENTA

Simple, sin moda

● LA MUERTE

Aterradora

● EL MATRIMONIO

No me interesa

● UNA ASIGNATURA PENDIENTE

Armar un mueble de cocina

● UN SER QUERIDO

Mi viejo

● ACTOR Y ACTRIZ

De Niro, Depp, Murphy

● ¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?

Traición

● ESTAR ENAMORADO ES

Volverse bobo y entregarse

● ME ARREPIENTO DE

Dar de más

● SU MAYOR VIRTUD

Resolver problemas, pragmático

● SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR

Ninguno

● LA MENTIRA MÁS GRANDE

Fingir banda favorita

● ¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?

Proyecto de una sola persona

● EL TEATRO

Música clásica y tributos

● LE TENGO MIEDO A

Cucarachas

● TENGO UN COMPROMISO CON

Ser referente en tecnología

● LA INFLACIÓN

Un malabar constante

● UN SECRETO

Busco adrenalina

● LA MUJER IDEAL

Femenina y comunicativa

● MI PEOR DEFECTO ES

Muy racional, poca empatía

● LA CULPA ES DE

Pocos

● NO PUEDO DEJAR DE TENER

Exigencia y apuro

● UN FIN DE SEMANA EN

Playa y fogata

● LA INFIDELIDAD

Todo tiene solución menos la muerte

● UN PROYECTO A FUTURO

Casa en el campo

● EL FIN DEL MUNDO

Comming soon

● EL CLUB DE SUS AMORES

Bici, piano, perra, vino, plata

● ESCRITOR FAVORITO

Yo; soy bueno

● SI VOLVIERA A NACER SERÍA

Cóndor

● UNA CANCIÓN

Cae el Sol – Airbag

● EL AUTO DESEADO

Porsche 911 Carrera

● EL PASADO

Pisado

● ¿CUÁL ES SU RED SOCIAL PREFERIDA?

Ninguna

● AVIÓN O BARCO

Avión

● EL DÓLAR

Hay cosas más importantes

● LA TRAICIÓN

Decepcionante, no tolero las mentiras ni la falta de lealtad



CARA
a
CARA

● ¿QUÉ ES LO QUE APRECIA MÁS DE SUS AMIGOS?

Lo divertidos que son

● ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?

Ojos

● EN DEPORTES, PREFIERO

MMA (Artes Marciales Mixtas)

● UN MAESTRO

Mi viejo

● EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR

Polo Norte

● SU BEBIDA PREFERIDA

Agua

● EL PERFUME

YSL Le Parfum, Spicebomb Extreme

● UNA CONFESIÓN

Me enamoro fácil

● NO PUEDO

Me distraigo y no termino tareas

● MARKETING

El arte del sobrevaloramiento

● EL GRAN AUSENTE

El abrazo

● ¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?

Piano

● ¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?

Paz mental

● DE NO VIVIR EN ARGENTINA... ¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEJRÍA?

Escocia

BBVA
Seguros

Avanzar también es sentirse cuidado.

Conocé todos nuestros seguros en: www.bbvaseguros.com.ar