



# informe

operadores de mercado



## Gabriel Depascual

Presidente de la Cámara Insurtech Argentina



# A la vanguardia de la innovación



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

## GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS



# Crece la inversión insurtech en el mercado asegurador local

Durante 2025 el ecosistema insurtech argentino creció un 14% respecto del año anterior y la tasa de atracción del país saltó de 8 a 20%. A entender de Gabriel Depascual, presidente de la Cámara Insurtech Argentina, hoy existen mejores condiciones para vincular innovación con demanda concreta. “El seguro empezó a reconocer con más claridad que necesita resolver problemas puntuales con tecnología”, advierte el ejecutivo en diálogo con Informe.



**RASA**  
Reaseguradores Argentinos S.A.

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

- EXPERIENCIA
- SOLIDEZ
- RESPALDO

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.gob.ar | N° de inscripción 846



**Gabriel Depascual**  
Presidente de la Cámara Insurtech Argentina

**¿Está preparado el mercado asegurador argentino para recibir inversiones en insurtech?**

Diría que está más preparado que hace algunos años, aunque con velocidades distintas según el actor. Hay señales objetivas: el ecosistema local llegó a 95 insurtechs en 2025, con un crecimiento anual del 14%, y la tasa de atracción del país saltó de 8 a 20%, lo que muestra un mercado bastante más visible y más interesante para jugadores externos. A eso se suma una Cámara que ya superó los 100 socios, integrando aseguradoras, brokers, empresas tecnológicas y de servicios, lo que da más densidad institucional y mejores condiciones para vincular innovación con demanda concreta.

**¿Es adecuada la legislación vigente que regula el accionar de las insurtechs en la Argentina?**

La respuesta honesta es que es un punto de partida, pero no alcanza todavía para el nivel de transformación que viene. Hubo avances relevantes, como la habilitación de la comercialización digital de seguros a partir de la Resolución SSN 219/2018 y la creación de la Mesa de Innovación en Seguros e Insurtechs en la SSN. Además, existen marcos generales aplicables, como firma digital y protección de datos personales. El problema no es la ausencia total de regulación sino que el esquema sigue siendo fragmentado y todavía necesita mayor actualización, previsibilidad y criterios más ágiles para modelos de negocio nuevos.

**¿Qué proponen desde la Cámara en ese sentido?**

Nosotros proponemos tres cosas muy concretas. Primero, diálogo técnico permanente entre regulador, aseguradoras e insurtechs para que la norma acompañe la innovación sin resignar protección al asegurado. ➔

**RUS**<sup>®</sup>  
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**<sup>®</sup> DIGITAL

➔ Segundo, marcos más claros para interoperabilidad, digitalización de procesos, uso responsable de datos y prueba de nuevos modelos. Y tercero, producción de evidencia. Por eso impulsamos el Observatorio Insurtech, para generar información seria que sirva tanto al mercado como a los organismos públicos. Nuestra posición es clara: regular mejor, no regular de más; ordenar para acelerar, no para frenar.

**¿Qué expectativas tienen de ampliar su base de asociados?**

Hoy la Cámara ya comunica públicamente que superó los 100 socios. Ahí conviven insurtechs, compañías de seguros, brokers, servicios de asistencias y empresas tecnológicas. Nuestra expectativa es seguir creciendo, pero no por volumen solamente. Nos interesa ampliar una base de asociados que tenga capacidad de colaborar, pilotear, integrar y transformar de verdad. En esta etapa, más que sumar logros queremos sumar actores que hagan que las cosas pasen.

**¿A qué obedece el incremento de la tasa de atracción de insurtechs en nuestro país?**

Obedece a una combinación de factores. Por un lado, el seguro empezó a reconocer con más claridad que necesita resolver problemas concretos con tecnología: eficiencia operativa, fraude, siniestros, distribución, automatización y experiencia de cliente. Por otro, el ecosistema ganó visibilidad, articulación y espacios de validación comercial.

Programas como LinkUp, el MeetDay, el trabajo regional con la AIP y la mayor interacción entre startups y aseguradoras ayudaron a convertir interés en oportunidades reales. En otras palabras: dejó de ser una conversación teórica y empezó a parecerse más a mercado.

**¿Qué opciones de financiamiento existen hoy en día para las insurtech locales?**

Hoy las opciones existen, pero no son homogéneas ni abundantes para todos. Hay venture capital, inversores ángeles, corporate venture, acuerdos comerciales con aseguradoras que derivan en PoC o MVP pagos y también expansión regional para captar capital fuera del país. A nivel Latam, la financiación insurtech repuntó con fuerza

**« Impulsamos el Observatorio Insurtech, para generar información seria que sirva tanto al mercado como a los organismos públicos »»**



en 2025: distintos reportes la ubican entre U\$S 199 y 200 millones en la región, con Brasil concentrando la mayor parte. En la práctica, para una insurtech argentina muchas veces el financiamiento más viable arranca por validación comercial, partnership estratégico e internacionalización, más que por una gran ronda local en etapa temprana.

**¿Están preparadas tecnológicamente las aseguradoras que operan en nuestro país para adaptar sus productos a la medida de las actuales necesidades de los consumidores?**

Algunas sí, otras todavía no. Sería poco serio decir que el mercado avanza de manera pareja. Lo que vemos es una

clara disparidad: hay aseguradoras que exploran integraciones, automatización, IA, nuevos canales y formatos de colaboración con insurtechs, y otras que todavía operan con más rigidez o con lógicas tecnológicas más cerradas. La buena noticia es que las compañías líderes ya están dando señales concretas: participan en LinkUp, esponsorizan espacios de innovación y se involucran en pruebas con startups. Eso muestra que el movimiento existe; ahora el desafío es escalarlo.

**¿A cuántas insurtech han logrado vincular con aseguradoras a través de los encuentros que llevan a cabo?**

Solo en las primeras cinco ediciones de LinkUp ya hubo más de 60 empresas tecnológicas convocadas y 18 finalistas, según comunicó públicamente el programa en 2025. Si además miramos las ediciones concretas informadas por la Cámara, vemos siete empresas en la primera junto a Galicia, cinco en la segunda con HDI, cinco en la tercera con Hipotecario, siete finalistas en la cuarta con RUS y cinco startups en la quinta con Meridional. O sea, el volumen de vinculación ya es significativo y, más importante todavía, empezó a generar pruebas de concepto, alianzas y conversaciones de negocio reales. ➔

**Experto en integración tecnológica**

**G**abriel Depascual es reconocido como un referente en el sector de seguros y tecnología en la Argentina por su desempeño en el ecosistema emprendedor y digital. Con una trayectoria de más de 30 años en el mercado corporativo, actualmente es presidente de la Cámara Insurtech Argentina, donde su gestión se enfoca en la innovación, el uso de Inteligencia Artificial y la integración de startups con compañías de seguros tradicionales. También es gerente general de Aseguralo, el broker de seguros 100% digital perteneciente a Hawk Group, y gerente general de Branco, la plataforma digital marca blanca del mismo grupo que permite embeber seguros y garantías para distintos rubros, tales como el retail de electrodomésticos, las agencias de viajes, el sector inmobiliario y las fintechs, entre otros. Su rol dentro de Hawk Group no es el de un asesor de seguros convencional sino el de un ejecutivo C-Level que lidera unidades de negocio estratégicas. Y actúa como la cara visible del grupo en eventos de la industria, las cámaras empresariales y los medios de comunicación. Su tarea se centra en diseñar cómo los productos de seguros se integran con la tecnología, impulsar el modelo de seguros embebidos, donde la cobertura se ofrece directamente en el punto de venta (como grandes cadenas de electrodomésticos), y posicionar a las empresas de Hawk Group a la vanguardia de la innovación en la Argentina.



“La tecnología debe ser un facilitador para que la experiencia del asegurado sea más ágil, dinámica y segura sin perder el valor del asesoramiento profesional”, explica el ejecutivo en diálogo con Informe. ■

**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](http://www.segurometal.com)

**SEGUROMETAL**  
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

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

Primero lo que importa.



**la segunda**  
SEGUROS

Nº de inscripción SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436 | Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400 | [www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn) | **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



« La Cámara nació para conectar; ahora el desafío es acelerar adopción, escala e impacto »

→ **¿Cómo marcha el Observatorio Insurtech?**

Marcha bien y ya dejó de ser una idea para transformarse en un activo concreto de la Cámara. Nació como una iniciativa conjunta con el PNUD para producir información confiable sobre el ecosistema, seguros inclusivos, innovación, empleo, inversión y barreras de desarrollo. En 2025 presentamos públicamente el primer Informe del Observatorio durante el MeetDay, lo cual fue un paso importante porque convirtió el proyecto en una herramienta visible para el mercado. Nuestro objetivo ahora es consolidarlo como una usina de datos útil para empresas, reguladores y tomadores de decisión.

¿Qué expectativas les genera la próxima edición de Link Up que llevarán a cabo en

**PROTAGONISTAS**

**el Foro Nacional de Seguros organizado por AAPAS?**

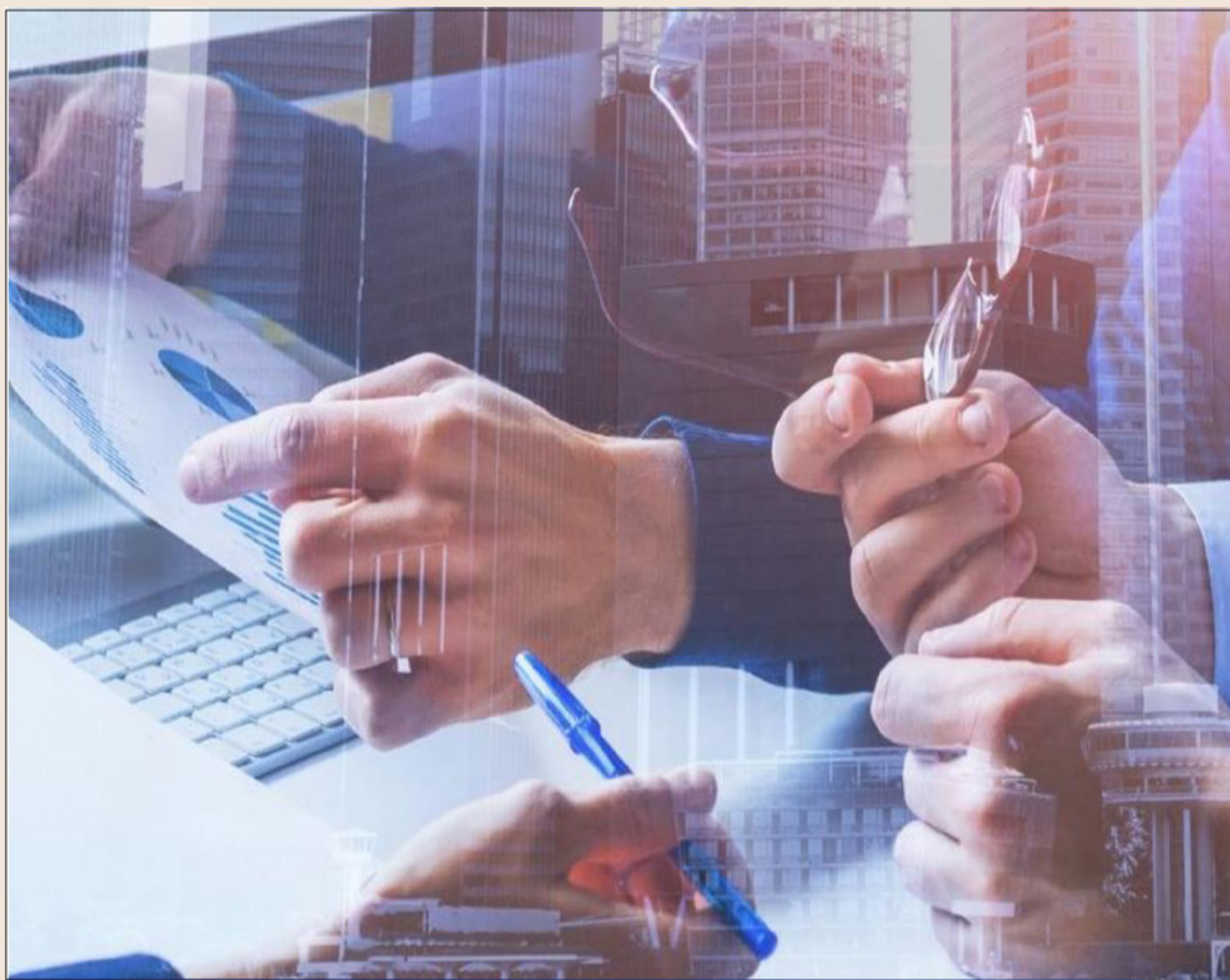
Nos genera muy buenas expectativas porque pone la innovación donde tiene que estar: frente al productor asesor y al broker, no en un laboratorio aislado. Esta edición de LinkUp, que se realizará el 8 de abril, está enfocada específicamente en soluciones que mejoren la eficiencia comercial, optimicen procesos y potencien oportunidades de negocio para PAS, con cinco finalistas y una audiencia de más de 500 asistentes. Es una señal inteligente: la innovación sirve cuando mejora el negocio real de quienes están en la primera línea del mercado.

¿Cómo evalúa el rol de la tecnología en el desarrollo de la actividad aseguradora?

La tecnología ya no es un complemento del seguro; es una palanca estructural para hacerlo más eficiente, más accesible y más relevante. Impacta en toda la cadena de valor: distribución, suscripción, prevención, atención, siniestros, fraude, cobranzas y experiencia de cliente. En la Argentina, además, la digitalización abrió una oportunidad concreta para ampliar la base de asegurados y acercar coberturas a segmentos históricamente subatendidos. Desde la Cámara sostenemos que el valor de la tecnología no está en 'tener innovación' sino en convertirla en adopción real dentro del negocio asegurador.

¿Cuáles son los próximos pasos de la Cámara para fortalecer el ecosistema insurtech y promover la innovación en el mercado asegurador?

Nuestros próximos pasos son bastante claros. Primero, profundizar la vinculación efectiva entre oferta tecnológica y demanda aseguradora, con más espacios tipo LinkUp y formatos de innovación abierta. Segundo, consolidar al Observatorio como fuente de inteligencia sectorial. Tercero, seguir fortaleciendo comunidad y conversación estratégica a través de eventos como MeetDay, talleres y espacios de formación. Y cuarto, sostener una agenda institucional seria con reguladores, asociaciones y actores regionales para que la Argentina no solo adopte innovación sino también pueda exportarla. La Cámara nació para conectar; ahora el desafío es acelerar adopción, escala e impacto. 🎯



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



**FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.**

www.fedpat.com.ar



SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACION

www.argentina.gob.ar/ssn

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-9400

Nº de inscripción SSN Rubro Ramos Generales 726

**informe**  
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal  
AÑO 33 / Nº 807 - Marzo 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.

5 AÑOS

# MARCANDO UN NUEVO RUMBO



DENTRO DEL MERCADO ASEGURADOR



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

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

📍 Bouchard 680 | 5º Piso | CABA

✉ info@dcsistemas.com.ar

🌐 www.dcsistemas.com.ar

# El seguro frente a nuevos hábitos de consumo: las nuevas prioridades

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La industria del seguro en Argentina atraviesa un momento de cambios, marcados no sólo por la irrupción de la tecnología en el sector, sino también por las nuevas reglas de juego que rigen el rumbo del país en general. La inflación persistente, la pérdida de poder adquisitivo y la transformación tecnológica están modificando la manera en que los asegurados se relacionan con las coberturas y con todo aquello que implique salida de dinero. Lo que antes era visto como un gasto fijo y casi incuestionable, hoy se analiza con lupa: los consumidores buscan alternativas más económicas, flexibles y adaptadas a sus necesidades reales.

## El impacto económico en la elección de coberturas

La economía argentina influye directamente en la elección de coberturas: la inflación y la pérdida de poder adquisitivo llevan a los asegurados a migrar hacia planes más básicos, mientras que por otro lado, la incertidumbre macroeconómica y la alta litigiosidad encarecen las pólizas y condicionan la oferta de las compañías.

En este contexto, los consumidores priorizan precio y flexibilidad por sobre coberturas amplias.

- **Migración hacia planes básicos:** cada vez más clientes optan por pólizas mínimas, especialmente en seguros de autos, donde la cobertura contra terceros se convierte en la opción predominante, sobre las coberturas de todo riesgo.



- **Reducción de gastos “no esenciales”:** productos como seguros de hogar o de vida pierden terreno frente a la presión del bolsillo, y pasan a ser considerados un gasto en lugar de una inversión.
- **Litigiosidad creciente:** el aumento de juicios contra compañías encarece los costos y obliga a ajustar precios, lo que repercute directamente en la decisión de los asegurados.

## Factores económicos que impactan en la elección de seguros

- **Inflación y poder adquisitivo**
  - La inflación sostenida obliga a los asegurados a revisar sus gastos mensuales y reducir coberturas consideradas “no esenciales”.
  - Migración hacia pólizas mínimas: en autos, la cobertura contra terceros es la más elegida, desplazando seguros “todo riesgo”.
  - Seguros de vida y hogar pierden terreno frente a la presión del bolsillo.

## Volatilidad macroeconómica

- Tras años de desequilibrios, las aseguradoras ya no pueden depender de resultados financieros para compensar pérdidas técnicas.
- Rentabilidad técnica y eficiencia operativa se vuelven claves para sostener el negocio.

## Presión fiscal y judicial

- El sector reclama previsibilidad y alivio fiscal para liberar su potencial de inversión. ➡



## Global Reinsurance Brokers

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

### Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

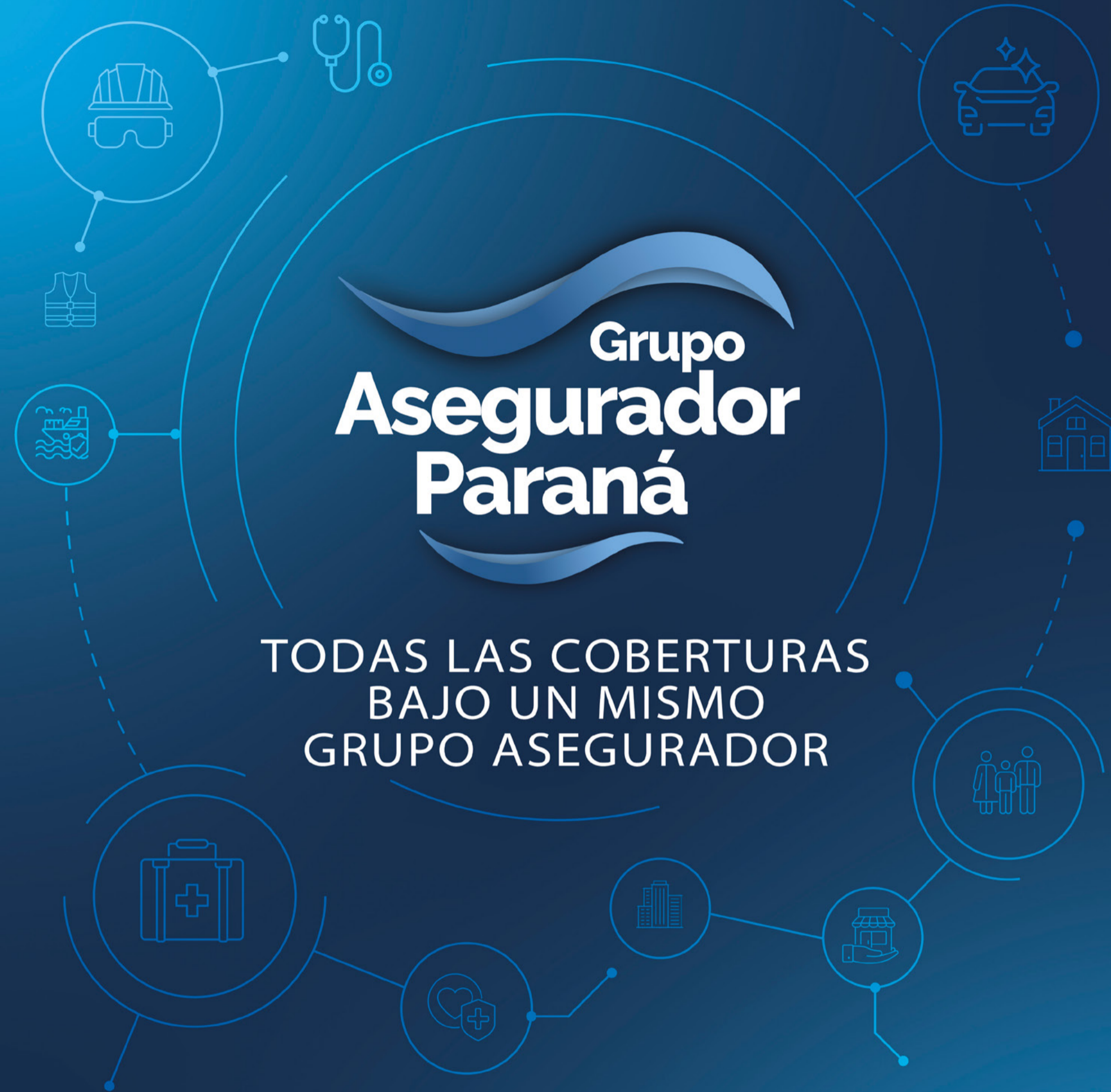
Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

[contact@americalre.com](mailto:contact@americalre.com)

[www.americalre.com](http://www.americalre.com)



Una mirada estratégica que integra prevención, cobertura y respaldo.

## ECONOMÍA

►► La litigiosidad récord encarece costos y obliga a ajustar precios, repercutiendo en la decisión de los asegurados.

Con todo ello, los seguros de cobertura todo riesgo, ceden ante las coberturas contra terceros completo, los seguros de vida que eran contratados por familias de clase media, tienen una menor demanda al ser considerados como gasto extra, los seguros de hogar que eran populares en sectores urbanos, sufren una reducción significativa y los seguros digitales que antes contaban con una escasa oferta, logran aumentar su volumen, sobre todo lo que hace a ciberseguros.

### Cambios en el comportamiento del consumidor

Los nuevos hábitos de los consumidores de seguros en



« La economía argentina influye directamente en la elección de coberturas: la inflación y la pérdida de poder adquisitivo llevan a los asegurados a migrar hacia planes más básicos »»

Argentina están marcados por la búsqueda de flexibilidad, digitalización y ahorro: los asegurados priorizan coberturas básicas, contratan pólizas "on demand" y valoran la rapidez tecnológica en la gestión. La economía ajustada y la transformación digital son los motores de este cambio.

- Los asegurados buscan flexibilidad y transparencia: coberturas "on demand" o temporales.
- La percepción del seguro como "gasto prescindible" sigue siendo un desafío cultural.

Dentro de los principales cambios en los hábitos de consumo, podemos destacar:

#### Prioridad en lo esencial

- **Coberturas mínimas:** en autos, la mayoría opta por seguros contra terceros, dejando de lado el "todo riesgo".
- **Reducción de seguros complementarios:** vida, hogar y salud privada pierden peso frente a la presión económica.
- **Consumo pragmático:** los argentinos priorizan productos y servicios básicos, ajustando el gasto familiar.

#### Digitalización y autogestión

- **Contratación online:** apps y plataformas permiten comparar precios y condiciones en segundos.
- **Seguros "on demand":** pólizas temporales para viajes, movilidad sustentable (bicicletas, monopatines) o dispositivos electrónicos.
- **Economía de la impaciencia:** el consumidor exige rapidez y eficiencia tecnológica en cada transacción.

#### Estrategias de ahorro

- **Los consumidores cambian de aseguradora,** de canal de compra y de producto según conveniencia.
- **La Comparación se volvió una constante:** buscan mejores precios y promociones, sin fidelidad a una sola compañía.
- **Consumo en modo supervivencia:** las decisiones se vuelven estratégicas para sostener gastos sin resignar protección.

#### Bienestar y sostenibilidad

- **Seguros vinculados a salud digital:** telemedicina y asistencia remota ganan espacio.
- **Coberturas relacionadas con bienestar preventivo:** productos que acompañan hábitos saludables.
- **Consumo consciente:** crece la demanda de seguros que integren sostenibilidad y responsabilidad social.

En resumen, anteriormente la relación del asegurado ↔



**RIVADAVIA**  
Es más seguro

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

[segurosrivadavia.com](http://segurosrivadavia.com)

Nº de inscripción SSN 0222

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

[www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



# INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

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

**PRUDENCIA**  
Seguros



[www.prudenciaseguros.com.ar](http://www.prudenciaseguros.com.ar) » [prudencia@prudenciaseguros.com.ar](mailto:prudencia@prudenciaseguros.com.ar)  
Palacio Houlder, 25 de Mayo 489 6°, CABA » 0800-345-0085



Nº de inscripción en SSN 0040

Atención al asegurado 0800-666-8400

Organismo de control [www.argentina.gob.ar/ssn](http://www.argentina.gob.ar/ssn)

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

→ con su compañía era de fidelidad, mientras que actualmente los cambios de compañía son frecuentes, según el precio y el servicio que ofrecen. Mientras hace un tiempo la contratación de los seguros se realizaba de modo presencial o a través del productor, actualmente muchas coberturas se contratan en forma digital, mediante apps o comparadores online.

**La transformación tecnológica y el nuevo consumidor**

- **Contratación digital:** las plataformas online y apps móviles permiten comparar precios y condiciones en segundos, generando un consumidor más informado y exigente.
- **Seguros “on demand”:** coberturas temporales para viajes, movilidad sustentable (bicicletas, monopatines eléctricos) o incluso para dispositivos electrónicos.
- **Personalización con big data:** las aseguradoras utilizan analítica avanzada para ofrecer productos ajustados al perfil de cada cliente, aunque la adopción aún es incipiente.

**Conciencia aseguradora: un desafío pendiente**

La necesidad de generar conciencia aseguradora en Argentina es uno de los grandes desafíos del sector. Hoy, gran parte de la población sigue viendo al seguro como un gasto prescindible y no como una herramienta de protección patrimonial y familiar. Esto genera un mercado con baja penetración y deja a millones de personas expuestas a riesgos que podrían cubrirse con productos accesibles.

- **Cobertura como inversión, no como gasto:** gran parte de la población todavía percibe al seguro como un costo prescindible.
- **Educación financiera:** campañas de concientización buscan instalar la idea de que el seguro es una herramienta de protección patrimonial y familiar.
- **Nuevos productos de cercanía:** ejemplos como el seguro de sepelio, que combina respaldo económico con acompañamiento integral, apuntan a necesidades concretas y sensibles.

Ampliar la conciencia aseguradora es clave para el sector, no sólo porque de esa forma el asegurado comprende que contratar un seguro para proteger sus bienes es una necesidad y una inversión, sino porque constituye la base para el crecimiento del sector.

- **Baja penetración del seguro en la sociedad**
- Más del 60% de los hogares argentinos no cuenta con ningún tipo de seguro más allá del obligatorio para automóviles. Tema aparte son las motocicletas, las cuales en su gran mayoría circulan por las calles sin seguro de ningún tipo.
- Esto implica que ante un siniestro (accidente, incendio, fallecimiento), las familias deben afrontar los costos sin respaldo financiero.

« Los nuevos hábitos de los consumidores de seguros en Argentina están marcados por la búsqueda de flexibilidad, digitalización y ahorro: los asegurados priorizan coberturas básicas, contratan pólizas “on demand” y valoran la rapidez tecnológica en la gestión »



- **Percepción cultural del seguro**
- El seguro suele ser visto como un gasto y no como una inversión en tranquilidad.
- La falta de educación financiera refuerza la idea de que “si no pasa nada, el dinero se pierde”.
- **Impacto económico y social**
- La ausencia de cobertura genera mayor vulnerabilidad económica en los hogares.
- También limita la capacidad del sistema asegurador de invertir y crecer, afectando la economía en su conjunto.

Dentro de las estrategias que puede utilizarse con el fin de generar conciencia aseguradora, podemos señalar:

- **Educación financiera:** campañas que expliquen el valor del seguro como herramienta de protección y no como gasto.
- **Productos accesibles y segmentados:** seguros básicos, “on demand” y flexibles que se adapten a distintos bolsillos.
- **Testimonios y casos reales:** mostrar cómo un seguro puede marcar la diferencia en situaciones críticas.
- **Alianzas institucionales:** colaboración entre asegu-

radoras, productores y organismos públicos para difundir la importancia del seguro.

**Mirada socio cultural**

El cambio en los hábitos de consumo, más allá de lo que implique para el sector, en realidad refleja también profundas transformaciones sociales, relacionadas en muchos casos con el surgimiento de las nuevas generaciones, con intereses y necesidades diferentes a las anteriores.

- **Generación joven:** los millennials y centennials buscan seguros flexibles, digitales y con menor burocracia.
- **Adultos mayores:** valoran más la seguridad y el acompañamiento integral, como en los seguros de salud y sepelio.
- **Diversidad de necesidades:** la heterogeneidad social obliga a las aseguradoras a diseñar productos segmentados.

El cambio en los hábitos de consumo de los asegurados refleja una sociedad en transformación: más cautelosa con sus gastos, más digital en sus decisiones y más consciente de la necesidad de flexibilidad. El desafío para las aseguradoras será acompañar este proceso con innovación, transparencia y productos que realmente respondan a las nuevas prioridades de los argentinos. ●

“65 años garantizando confianza en cada proyecto”



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

www.albacaucion.com.ar



Nº de inscripción en SSN 0329

Atención al asegurado 0800-666-8400

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



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

Orange Time

para vos que

—siempre la ves.

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



Pago por tiempo de uso del auto.



Pago de siniestros dentro de los 7 días hábiles.

La actitud de mirar al futuro.

www.libraseguros.com.ar

LIBRA SEGUROS

# El pecado original del seguro: cuando el riesgo se declara mal y el siniestro solo lo expone

**Gran parte de los conflictos entre aseguradora y asegurado no nacen en el siniestro sino en la suscripción. Declaraciones incompletas, desconocimiento técnico y ventas rápidas generan pólizas frágiles. En ese escenario, el productor asesor vuelve a ocupar un rol clave como primer auditor del riesgo.**

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

**E**n el mercado asegurador hay una verdad incómoda que recorre silenciosamente cada póliza: muchos conflictos no nacen cuando ocurre el siniestro, sino mucho antes, en el momento mismo de la suscripción. Declaraciones incompletas, simplificaciones peligrosas y procesos de venta cada vez más veloces están dando lugar a coberturas técnicamente débiles, incapaces de sostener la promesa de protección. En ese escenario, el Productor Asesor de Seguros vuelve a ocupar un lugar central, no como mero intermediario, sino como auditor inicial del riesgo, responsable de traducir la realidad del cliente en un contrato que resista la prueba más exigente: la del siniestro.

Para debatir este tema, la ronda comenzó con **Stephanie Lincow, COO de Hawk Group**, quien señaló los errores de declaración más frecuentes en los distintos ramos de seguros patrimoniales. Lincow comenzó por el ramo automotor, donde aseguró que los errores más habituales siguen estando en el uso real del vehículo (particular o comercial), la zona de riesgo y, en coberturas de casco, la correcta individualización de accesorios o modificaciones. “En la práctica, muchas pólizas nacen con datos básicos correctos pero con una descripción incompleta de la exposición al riesgo”, comentó.

Y continuó: “En Integrales de Comercio, los errores más frecuentes suelen darse en las sumas aseguradas de Incendio (ya sea Edificio, Contenido y/o Mercadería). Lo que sucede es que las sumas aseguradas suelen ser menores a los valores reales, lo que genera una liquidación menor a la pretendida por el asegurado en caso de un siniestro, en pólizas donde la medida



de la prestación es a prorrata. Por otro lado, también ocurre que se declara de manera errónea la actividad principal, las medidas de seguridad, la existencia de mercadería estacional y la ocupación efectiva del local. Asimismo, es frecuente que el cliente declare la actividad como un comercio y se emita una póliza estándar cuando en realidad hay elaboración, depósito, fábrica, delivery, uso de cámaras de frío o tránsito de terceros que cambian materialmente el riesgo, agravándolo.

Además, muchas veces ocurre la omisión o error en la declaración de linderos, resultando también importante conocer las actividades y/o construcciones de los comercios o casas vecinas. El error típico no es un dato aislado: es la simplificación excesiva de una actividad que necesita lectura técnica”.

Por último, se refirió al ramo Hogar. Al respecto, observó: “Al igual que en comercio, suele haber una declara-

ción errónea en lo que respecta a las sumas aseguradas de incendio. Los desvíos aparecen sobre todo en el destino del inmueble, la ocupación, el tipo y/o materiales de construcción, las medidas de protección, la existencia de bienes de valor especial y, cada vez más, en usos mixtos: vivienda con oficina, alquiler temporario o desocupación prolongada. Son situaciones que el cliente muchas veces no percibe como relevantes, pero técnicamente modifican el riesgo. Por eso el punto crítico es traducir correctamente la realidad del asegurado a términos asegurables”.

A continuación tomó la palabra **Walter Pizzi, Productor Asesor de Seguros** especialista en análisis de riesgos, quien remarcó: “El contrato de seguro se basa en un principio fundamental: la correcta declaración del riesgo. Cuando esa información es incompleta, imprecisa o superficial, la póliza pierde consistencia técnica. ➔

La misma tranquilidad de un asegurado para el PAS.

RESPALDO • RESPUESTA • COBERTURA

**VICTORIA SEGUROS**

Nº de inscripción en SSN  
064

Atención al asegurado  
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



## SEGUROS MEDICOS

Su compañía, su seguridad

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



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

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

Nº de inscripción  
en SSN 0749

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



« En la práctica, muchas pólizas nacen con datos básicos correctos pero con una descripción incompleta de la exposición al riesgo »



▲ Stephanie Lincow, COO de Hawk Group

« Muchas veces el problema no se percibe en el momento de contratar, pero aparece con claridad cuando ocurre el siniestro. En ese punto se evidencia algo que en el mercado asegurador se conoce bien: el siniestro no siempre revela un problema del seguro, sino un problema previo en la suscripción del riesgo ».

Y prosiguió: “Los errores más habituales varían según el ramo, pero suelen tener un denominador común: un relevamiento insuficiente del riesgo asegurado”.

En automotores, uno de los errores más frecuentes es la incorrecta identificación del vehículo. Muchas veces no se declara con precisión la versión exacta del modelo o su nivel de



« Muchas veces el problema no se percibe en el momento de contratar, pero aparece con claridad cuando ocurre el siniestro »



▲ Walter Pizzi, Productor Asesor de Seguros

equipamiento, lo que puede generar diferencias relevantes en el valor asegurado.

Esto puede derivar en situaciones de infraseguro, cuando el vehículo real tiene un valor superior al declarado, generando distorsiones al momento de la indemnización.

También se observan errores vinculados al uso real del vehículo, accesorios o modificaciones no declaradas. Detalles que parecen menores pueden terminar impactando directamente en el contrato”.

Luego, continuó con Hogar, donde observó que los in-

convenientes derivan de una descripción incorrecta de la vivienda y su entorno. Usualmente, falta información sobre la superficie cubierta, el tipo de ocupación (permanente, temporaria, etc), las características constructivas (es decir, los materiales predominantes), su ubicación precisa e información sobre medidas de seguridad (como alarmas, rejas o cerraduras especiales).

Y agregó: “Otros aspectos relevantes que muchas veces no se informan correctamente incluyen la existencia de pileta, animales domésticos y personal contratado de forma habitual (empleadas domésticas, jardineros o pileteros).

Un punto particularmente sensible aparece cuando dentro de la vivienda se desarrollan actividades profesionales o comerciales, como consultorios o estudios. Si esa situación no se declara, la póliza puede no reflejar adecuadamente el riesgo real”.

Por último, abordó el caso de los Integrales de Comercio, sobre los cuales advirtió de la complejidad que deriva de la propia dinámica de la actividad.

Pizzi afirmó que, nuevamente, uno de los problemas más frecuentes es la descripción incompleta, en este caso respecto a la actividad comercial.

“Muchas veces no se detalla correctamente qué tipo de mercadería se comercializa, cómo se almacena o qué procesos se realizan dentro del establecimiento.

También suelen omitirse aspectos importantes como el tipo de construcción del local y características de los linderos si el establecimiento forma parte de un edificio.

En materia de seguridad también se detectan deficiencias frecuentes: tableros eléctricos en mal estado, ausencia de disyuntores, falta de matafuegos o red hidrante y luminarias sin protección adecuada. Por otro lado, en el manejo de mercaderías aparecen situaciones de riesgo como mercadería mal estibada, acumulación excesiva de materiales y almacenamiento incorrecto de productos inflamables o corrosivos.

Además, es relativamente frecuente que los comercios incorporen nuevas actividades o productos sin informar a la aseguradora, lo que modifica el perfil del riesgo inicialmente declarado.

Otro aspecto crítico es la subestimación de sumas aseguradas, especialmente en mercaderías y en coberturas de responsabilidad civil.

En particular, las coberturas de Responsabilidad Civil e Incendio a Linderos suelen quedar por debajo de la exposición real frente a elementos como marquesinas, cartelería, estacionamientos o circulación de público”.

La siguiente en la ronda fue Karina Basualdo, Productora Asesora de Seguros especializada en Gestión de Riesgos y CEO de Auris Asesoría en Seguros. Basualdo sumó: “La correcta declaración del riesgo y su adecuado análisis —identificando exposiciones, probabilidades y alcances de cobertura— constituyen el verdadero punto de partida del contrato de seguro. En rigor, el siniestro no crea el conflicto: lo revela. Cuando surgen discrepancias sobre coberturas o interpretaciones contractuales, con frecuencia quedan expuestos desajustes originados en la etapa de suscripción; y, en otros casos, dificultades vinculadas a la gestión del siniestro, aun cuando la cobertura resulte aplicable”.

Al analizar los diferentes ramos, Basualdo agregó la incorrecta declaración del domicilio de guarda del vehículo para el caso de Automotores, un dato importante ya que determina la zona de riesgo y condiciona la prima y las condiciones de cobertura. A esto se suman las cuestiones vinculadas con la titularidad registral o el interés asegurable —por ejemplo, vehículos pertenecientes a terceros o en sucesión—, lo que pueden generar conflictos al momento de determinar quién se encuentra legitimado para percibir la indemnización. »

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.



➔ En el segmento de comercio acordó con **Pizzi** en el peligro de una declaración imprecisa de la actividad asegurada, lo que puede llevar al infraseguro, sumado, en algunos casos, a la contratación de límites de responsabilidad civil claramente insuficientes frente a la exposición del riesgo.

Por último, sobre el ramo Hogar comentó: “Es frecuente la determinación inadecuada de las sumas aseguradas del inmueble y su contenido. Valores alejados del costo de reconstrucción o reposición generan escenarios de infraseguro que impactan directamente en el alcance de la indemnización en caso de siniestro”.

Cerrando la rueda, intervino **Roberto Fajín Estévez**, **Productor Asesor de Seguros y Analista de Riesgo (miembro de ALUMNI Think Tank, de AAPAS, igual que Basualdo y Pizzi)**, y resaltó: “El seguro es una herramienta de protección patrimonial que sólo es eficaz si el riesgo fue correctamente declarado. Cuando la suscripción es superficial o basada en datos incompletos del asegurado, la póliza nace con una fragilidad técnica que termina, inevitablemente, en el rechazo del siniestro o en la desprotección total del cliente.

En automotores, el error crítico es el ‘Riesgo Patrimonial Oculto’. Existe una brecha peligrosa entre los límites de RC normativos y las sentencias judiciales actuales. A esto se suma la omisión del uso real. Declarar ‘uso particular’ en vehículos que operan en plataformas como Uber, Cabify o Didi, o falsear el domicilio para bajar la prima, faculta a la aseguradora a alegar reticencia por agravación del riesgo. Ante un siniestro con pasajeros, la póliza no responderá, exponiendo los bienes del asegurado a juicios millonarios.

En cambio, en Hogar los errores nacen de la omisión de agravantes. Muchos clientes ocultan la existencia de piletas, animales domésticos o personal contratado de forma habitual (empleadas, jardineros) para reducir la prima. Asimismo, es un error de suscripción no aclarar que el seguro protege ante eventos súbitos y violentos, y no debe contratarse para cubrir la obsolescencia o el desgaste natural. Finalmente, omitir los usos profesionales o comerciales (consultorios o estudios) invalida la Responsabilidad Civil frente a terceros”.

« Valores alejados del costo de reconstrucción o reposición generan escenarios de infraseguro que impactan directamente en el alcance de la indemnización en caso de siniestro »



▲ **Karina Basualdo**, Productora Asesora de Seguros especializada en Gestión de Riesgos y CEO de Auris Asesoría en Seguros

En cuanto al ramo de Integral de Comercio, afirmó que suele ser el más deficiente. Al igual que sus colegas, **Fajín Estévez** señaló las insuficiencias en las declaraciones y el encubrimiento adrede por parte de los asegurados del estado real de los tableros eléctricos y la peligrosidad de los linderos, buscando evitar recargos.

**Responsabilidad profesional del PAS**

El siguiente punto sujeto a debate fue la responsabilidad que tiene el PAS frente a esta problemática.

« El seguro es una herramienta de protección patrimonial que sólo es eficaz si el riesgo fue correctamente declarado »



▲ **Roberto Fajín Estévez**, Productor Asesor de Seguros y Analista de Riesgo

En ese sentido, **Pizzi** aseguró: “El productor asesor de seguros tiene la responsabilidad de relevar correctamente el riesgo y formular las preguntas necesarias para que la suscripción sea adecuada en términos técnicos.

Esto implica obtener información completa del riesgo, documentarla correctamente en la propuesta, explicar con claridad el alcance de las coberturas y recomendar sumas aseguradas razonables.

Cuando la propuesta está bien explicada y correctamente documentada, y el cliente acepta las condiciones de cobertura, la posibilidad de conflictos disminuye significativamente.

En los casos en que el cliente decide modificar coberturas o reducir sumas aseguradas por cuestiones presupuestarias, es fundamental que esa decisión quede documentada.

Esto puede actuar como un elemento atenuante frente a eventuales reclamos, aunque no necesariamente como un eximente total de responsabilidad”.

Por su parte, **Fajín Estévez** consideró: “Nuestra responsabilidad es técnica y ética; no somos simples ‘tomadores de pedidos’. Nuestra función es auditar la exposición del cliente con la debida diligencia. Es una responsabilidad de medios y no de resultados: tenemos el deber de asesorar correctamente y agotar las instancias de verificación, pero la eficacia final del contrato depende de la veracidad de lo declarado por el asegurado. Si un siniestro se rechaza por una reticencia que debimos detectar con nuestro expertise, la responsabilidad por mala praxis es ineludible. Por ello, debemos documentar fehacientemente cuando el cliente decide retener riesgo o subestimar sumas para proteger nuestra matrícula”.

En este punto **Lincow** tomó la palabra y retomó los textos legales para delimitar la injerencia del PAS: “Su responsabilidad llega hasta su deber de asesoramiento, diligencia y correcta intervención profesional. La Ley 22.400 define al Productor Asesor de Seguros como un intermediario calificado, con deberes específicos y sujeto a sanciones por incumplimiento. Eso significa que si el PAS omite relevar información esencial, induce a respuestas incompletas o emite sin advertir inconsistencias evidentes, su responsabilidad puede quedar ➔



# EXPERTA SEGUROS

## CUANDO ALGO SE COMPLICA, TE LA HACEMOS FÁCIL 🤗



Consultá con tu Productor Asesor de Seguros.

experta.com.ar



→ comprometida en el plano administrativo y también en el civil si ese déficit profesional genera daño.

Dicho de otra forma: el PAS no responde por cualquier diferencia entre lo que el cliente dice y lo que luego aparece, pero sí por no haber actuado con el estándar técnico esperable de su matrícula. Cuando hubo relevamiento razonable, preguntas correctas, documentación respaldatoria y advertencias claras, la posición profesional es una; cuando hubo venta apurada, copia de datos de una póliza anterior o carga automática sin validación, es otra”.

En ese sentido, **Basualdo** comentó: “La responsabilidad profesional del Productor Asesor de Seguros frente a una mala declaración del riesgo no puede analizarse en términos absolutos, pero tampoco minimizarse. Su alcance surge del equilibrio entre las obligaciones legales del tomador y el deber de diligencia, asesoramiento y criterio técnico propio del PAS.

La Ley 17.418 establece que la declaración del riesgo constituye una carga del tomador, quien debe informar con exactitud las circunstancias conocidas que permitan al asegurador apreciar el riesgo, bajo apercibimiento de retención o falsa declaración.

Este modelo permite agilizar procesos y ampliar el acceso a la contratación, especialmente en seguros estandarizados o de tipo retail—como automotores, accidentes personales— donde de muchas variables del riesgo se pueden predefinir.

Sin embargo, cuando el riesgo presenta mayor complejidad, la ausencia de instancias de repregunta, contextualización o análisis técnico, puede generar desajustes entre el riesgo real y el efectivamente suscripto, así como entre el alcance de la cobertura contratada y las expectativas del asegurado al momento del siniestro”.

“La velocidad mejora, pero también aumenta el riesgo de que la suscripción quede reducida a una captura de datos sin verdadero análisis”, advirtió **Lincow**.

Y continuó: “Es una realidad que la experiencia digital eleva la expectativa de inmediatez. El punto es que una buena experiencia de compra no reemplaza la correcta declaración del riesgo. En seguros patrimoniales, vender más rápido no puede significar suscribir con menos profundidad. Es importante el capital humano para poder realizar un correcto análisis de riesgo y que la suscripción sea acorde al riesgo real en cuestión”.

precisión técnica. Al buscar que el proceso sea lo más simple posible para el usuario, se elimina la ‘entrevista técnica’ del Analista de Riesgo. Esto genera pólizas que son solo una falsa sensación de seguridad: el cliente elige por precio y rapidez sin entender las exclusiones, y el problema aparece recién cuando el perito nota que la realidad física no coincide con lo declarado en la web”.

#### Los controles previos recomendados

En base a lo anterior, los especialistas recomendaron algunos controles prácticos que pueden ser implementados por los PAS antes de emitir la póliza.

Comenzó **Lincow**, quien sugirió: “Primero, un relevamiento mínimo obligatorio por ramo: uso, actividad, ubicación, medidas de seguridad, bienes expuestos y antecedentes. Un ‘check list’ que permita recabar información básica pero crucial para la suscripción.

Segundo, validación documental cuando el riesgo lo amerita: habilitación, fotos, constancia de domicilio, detalle de bienes o una póliza anterior solo como referencia, nunca como fuente única. Asimismo, realizar inspecciones en conjunto con la aseguradora para relevar el estado del riesgo y proponer mejoras que puedan resguardar el patrimonio asegurado.

A esto podemos sumarle controles simples pero decisivos: detección de inconsistencias y plan de acción. Inconsistencias, por ejemplo, entre actividad declarada y cobertura pedida, entre suma asegurada y dimensión del riesgo, o entre domicilio, uso y tipo de bien. Y plan de acción, para poder corregir estas incongruencias y dejar asentado lo solicitado por el asegurado, además de las recomendaciones/asesoramiento del productor asesor de seguros”.

Luego, **Fajin Estévez** compartió: “En la formación de Analista de Riesgos sostenemos una premisa fundamental: para obtener mejores respuestas, debemos aprender a hacer mejores preguntas. La suscripción no es un cuestionario administrativo, es una entrevista técnica.

Como profesionales, entendemos que el riesgo se debe ver, caminar, transitar y evaluar en el campo. No se puede analizar un riesgo comercial o industrial desde un escritorio. Debemos recorrer las instalaciones junto al responsable de planta o dueño del negocio; solo así podemos identificar los riesgos ocultos a los que están expuestos. Este relevamiento ‘in situ’ permite diseñar la respuesta asegurativa correcta, orientada no solo a indemnizar, sino a minimizar los daños operativos del cliente mediante la prevención. La auditoría visual de tableros, linderos y procesos productivos es el único camino para evitar la retención y el infraseguro”.

Finalmente, **Basualdo** indicó: “Entre los controles prácticos, un primer paso consiste en verificar el contexto del bien o de la actividad a asegurar. Cuando es posible, resulta recomendable conocer el lugar donde se encuentra el riesgo u observar su funcionamiento. También pueden utilizarse herramientas de observación públicas—como plataformas de mapas digitales— y otras verificaciones abiertas del establecimiento o de la actividad declarada para realizar una primera validación del entorno.

Asimismo, para cotizar sumas acordes a las características del inmueble, pueden utilizarse herramientas técnicas que estiman valores de reconstrucción o reposición—como calculadores especializados— y permiten evaluar la razonabilidad de las sumas aseguradas.

Finalmente, resulta importante verificar la correcta configuración del interés asegurable, identificar la titularidad o interés económico sobre el bien y dejar registro de la información relevada y de las aclaraciones realizadas al asegurado”. →



Ello no excluye la responsabilidad profesional del PAS. La Ley 22.400 define su actividad como intermediación y asesoramiento en la contratación de seguros, lo que implica relevar información relevante, orientar al cliente y procurar que la cobertura resulte adecuada al riesgo. Sin embargo, esa responsabilidad encuentra un límite razonable: no sustituye el conocimiento ni la voluntad del tomador respecto de las circunstancias del riesgo”.

#### Suscripción y venta digital

La contratación de pólizas de forma digital entraña ciertos riesgos en el relevamiento y registro correcto de los riesgos.

Al respecto, **Basualdo** expresó: “La expansión de los canales digitales ha modificado la forma en que los riesgos se relevan y registran. En los procesos de contratación totalmente digitales, la suscripción suele apoyarse en formularios auto-declarativos, preguntas cerradas y validaciones automáticas, configurando esquemas de evaluación del riesgo fuertemente parametrizados.

A esto, **Pizzi** agregó: “Con la contratación digital el contrato se transforma en un acuerdo de adhesión sin asesoramiento técnico directo.

El asegurado selecciona coberturas a partir de formularios o plataformas automatizadas, pero sin un profesional que lo ayude a interpretar el verdadero alcance de lo que está contratando.

Esto puede generar una situación frecuente: el asegurado cree haber contratado una cobertura determinada, cuando en realidad la póliza no refleja adecuadamente su exposición al riesgo.

El problema aparece recién cuando ocurre el siniestro. En ese contexto, el productor vuelve a tener un rol clave como traductor técnico del contrato de seguro, ayudando al cliente a comprender qué riesgo está transfiriendo y bajo qué condiciones”.

En la misma línea, **Fajin Estévez** puntualizó: “La venta digital prioriza la facilidad y rapidez de la compra por sobre la



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

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

**Life SEGUROS**  
Tu forma de vivir

UNA EMPRESA DE  
**CGST**  
Grupo Financiero

lifeseuros.com.ar

/LifeSegurosArgentina

/lifeseurosargentina

/lifeseurosargentina

/@LifeSeguros

→ **Traslado de tareas**

En otro orden de temas, los profesionales se refirieron al creciente traslado de tareas de las aseguradoras hacia el PAS.

Al respecto, **Fajin Estévez** comentó: “Es una realidad innegable que las compañías han despersonalizado la suscripción, delegando en el PAS funciones que históricamente eran internas.

Primero, la inspección y pre-calificación. Hoy, el primer filtro de aceptabilidad del riesgo somos nosotros. La “inspección” suele ser la validación que el productor hace de los datos y las fotos que aporta.

En segundo lugar, lo que llamo la administración de la retención: al eliminarse el contacto directo entre la compañía y el riesgo físico, la responsabilidad de que no existan omisiones recae sobre nuestros hombros. Este traslado de tareas aumenta nuestra carga operativa y exposición legal, pero nos brinda la oportunidad de ser los verdaderos dueños de la calidad técnica de la cartera”.

Más adelante, **Lincow** afirmó que cada vez se trasladan más tareas en términos operativos. Sin embargo, añadió: “En términos jurídicos, la responsabilidad final de suscripción sigue siendo de la aseguradora. Lo que se ve en la práctica es un relevamiento inicial por parte del productor asesor en cuanto a la clasificación del riesgo, carga estructurada de información, obtención de fotos y documentos, y explicación de exclusiones.

Esto es positivo. Mejora la calidad y tiempos si el PAS agrega criterio técnico, trabajando en equipo con la aseguradora, sumando valor al proceso de análisis de riesgo y contratación del seguro”.

Por su parte, **Basualdo** observó: “En los últimos años, parte del relevamiento inicial del riesgo se realiza en la instancia comercial, impulsado por procesos de digitalización y por la necesidad de agilizar la emisión de pólizas.

A través de cotizadores, cuestionarios estandarizados y sistemas de emisión automatizada, las aseguradoras establecen parámetros de suscripción para determinados riesgos —como automotores, hogar, comercios— y delegan en esa instancia la carga y descripción inicial del riesgo.

En este esquema, el Productor Asesor de Seguros adquiere un rol central: su criterio técnico resulta clave para identificar correctamente el riesgo, estimar sumas razonables y procurar que la cobertura contratada se adecue lo mejor posible a la situación del asegurado, explicando además el alcance y las limitaciones de la póliza”.

Por último, tomó la palabra **Pizzi**, quien afirmó: “Las aseguradoras están delegando tareas vinculadas al relevamiento y análisis preliminar del riesgo.

Esto incluye la identificación inicial de la exposición, la evaluación de medidas de seguridad, sugerencias de sumas aseguradas y recomendación de coberturas adicionales.

Cuando no existen inspecciones previas por parte de la aseguradora, el productor termina siendo muchas veces el primer evaluador técnico del riesgo”.

**Revisión de riesgos: hacia un servicio remunerado**

Ya en el cierre, los especialistas analizaron la posibilidad de llegar a un modelo donde la revisión de riesgos sea un servicio remunerado, en lugar de sólo comercial.

Al respecto, **Pizzi** sostuvo: “El análisis técnico de riesgos requiere tiempo, conocimiento y responsabilidad profesional.



En muchos casos excede claramente la simple intermediación comercial.

Por eso es razonable pensar en modelos donde este servicio pueda ser reconocido como una prestación profesional específica, ya sea remunerada por la aseguradora o por el propio cliente dentro de un esquema de consultoría en gestión de riesgos. En mercados más desarrollados este tipo de servicios forma parte natural del asesoramiento profesional.

Para avanzar en esa dirección, el productor debe contar con formación técnica sólida, experiencia en análisis de riesgos y una reputación construida en el mercado.

El seguro es una herramienta extraordinaria de protección patrimonial. Pero su eficacia depende de algo muy simple: que el riesgo haya sido correctamente entendido desde el primer día.

El seguro no falla en el siniestro.

El seguro falla cuando el riesgo fue mal entendido desde el inicio”.

A esto **Lincow** sumó: “Probablemente ese sea uno de los debates más interesantes del canal. Si la revisión de riesgos aporta diagnóstico, ordena información crítica, mejora la calidad de la suscripción y reduce conflictos futuros, tiene valor profesional propio. Podrían pensarse —dentro del marco contractual y fiscal que corresponda— servicios técnicos diferenciados cuando hay un trabajo real de relevamiento, análisis y recomendación que aporten valor. De hecho, muchas empresas cuentan con su propia área de Gerenciamiento de Riesgos.

El mercado está empujando en esa dirección. Cuanto más automatizable es la venta simple, más valioso se vuelve el trabajo humano en riesgos complejos: interpretar exposiciones, detectar omisiones, ordenar documentación y traducir actividad económica a lenguaje asegurable. Ahí el PAS deja de competir por precio o velocidad y pasa a competir por criterio. Y ese criterio puede transformarse en servicio profesional reconocible, medible y, en ciertos segmentos, remunerable. El Productor Asesor de Seguros aporta valor previniendo las inconsistencias que la automatización suele pasar por alto”.

Por su parte, **Basualdo** consideró: “La revisión del riesgo forma parte del núcleo del asesoramiento que brinda el Productor Asesor de Seguros. En el esquema normativo argentino, su remuneración se estructura principalmente a través de la comisión de intermediación incluida en la prima, por lo que en la práctica el análisis del riesgo suele integrarse al proceso de contratación.

No obstante, cuando el relevamiento implica un análisis más profundo —como la identificación de exposiciones, la elaboración de check list de riesgos o la evaluación de su viabilidad asegurativa— ese trabajo adquiere características de consultoría técnica.

Si bien hoy no constituye una práctica generalizada, a futuro podría consolidarse como un servicio profesional diferenciado, especialmente en riesgos de mayor complejidad, lo que naturalmente requiere mayor capacitación técnica y especialización por parte del productor asesor. En esos casos, y con información previa y consentimiento del cliente, podría incluso contemplarse como una prestación específica dentro del proceso de asesoramiento”.

Finalmente, tomó la palabra **Fajin Estévez**, y sobre el tema dijo: “Desde la visión de ALUMNI, debemos separar el asesoramiento comercial de la consultoría técnica de riesgo.

Un informe de inspección detallado o un plan de prevención de siniestros son servicios que requieren formación académica y conllevan responsabilidad legal. Es decir, hay un expertise que debe valorarse.

A esto se suma la independencia profesional: cobrar por la revisión permite asesorar con total independencia. Jerarquizar nuestra matrícula implica que el cliente comprenda que nuestro conocimiento técnico tiene un valor propio, independiente de la comisión de venta. El objetivo es que nuestra firma en un informe de riesgo sea reconocida como una garantía de solvencia técnica.

El seguro no falla en el siniestro; falla cuando el riesgo fue mal comprendido desde el inicio. Por eso, profesionalizar la suscripción es la única forma de garantizar la verdadera protección del patrimonio de nuestros clientes”, concluyó. ●

# Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

**Nationalbrokers**

35 años

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.
- ▶ ASISTENCIA EN 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

## La venta de seguros frente a un contexto de incertidumbre

Mucha gente decide reducir la póliza de su auto al mínimo solo para no quedarse sin seguro, y cuando se le ofrece una cobertura para su casa o su negocio elige dejarlo para más adelante, explica el productor asesor Jordán Collante, que opera en la zona Oeste de la provincia de Buenos Aires y trabaja con las principales aseguradoras del mercado. “El momento que atraviesa el país es complicado, delicado e incierto, y el mercado asegurador no está exento de ello”, advierte en diálogo con Informe.

Escribe: **Diego Fiorentino**

Según la visión del productor asesor Jordán Collante, si bien la Argentina pocas veces se destacó por tener una economía estable, particularmente en este momento la gente no hace nada más allá de lo justo y necesario para poder mantener lo que tiene.

“Lo veo tanto en la calle o en el supermercado como charlando con algún asegurado que me confiesa que prefiere bajar la póliza de su auto al mínimo solo para ‘no quedarse sin seguro’. Y cuando pretendo ir más allá y ofrecerle una cobertura para su casa o su negocio elige dejarlo para más adelante. Creo que eso se debe no solo a la coyuntura económica por la que atraviesa el país sino también a la incertidumbre que hoy existe respecto del futuro inmediato. Y ni hablar del largo plazo. El momento que atraviesa la Argentina es complicado, delicado e incierto, y el mercado asegurador no está exento de ello”, admite el productor, que opera de manera independiente en la zona Oeste de la provincia de Buenos Aires y trabaja con algunas de las principales aseguradoras del mercado, tales como Sancor, San Cristobal, Mercantil andina y Río Uruguay Seguros, entre otras.

**¿Qué ramos se presentan como más promisorios en el actual contexto? le preguntamos a Jordán Collante.**

Creo que el segmento de Vida y Retiro es lo que se viene (o lo que empezó hace un tiempo y va a seguir), no solamente porque abarca un pequeño porcentaje dentro del mercado asegurador y de la economía en sí, con mucho margen para crecer todavía, sino también por la gran conciencia que se está generando día a día desde diversos sectores respecto de la importancia de este tipo de coberturas para el desarrollo saludable de la economía familiar. Esto se contrasta con las limitaciones extremadamente visibles que presenta actualmente el sistema jubilatorio estatal, ya sea como consecuencia de las malas administraciones que existieron o de la imposibilidad de adaptarlo a la nueva realidad de una población que se vuelve cada vez más longeva gracias a los avances de la medicina, sumado a la baja natalidad que experimentan las sociedades de hoy, haciendo que eso repercuta directamente en la población laboralmente activa.

Obviamente no hay que dejar de lado los ramos más relacionados con coberturas vinculadas a las nuevas tecnologías, pero creo que eso es algo que se está constru-



▲ **Jordán Collante**, productor de seguros independiente

« Las aseguradoras deben mejorar la interfaz de sus sistemas para que los PAS podamos trabajar mejor desde el celular, ya que hay muchas situaciones que se dan en la calle donde uno podría resolver mucho más rápido si tuviera el mismo acceso de un dispositivo móvil »

yendo en la medida y con la velocidad que van apareciendo nuevos riesgos de forma cada vez más rápida y que posiblemente requieran de un conocimiento algo más técnico y con constante capacitación para poder atender una demanda tan variada.

**¿Cómo está compuesta la cartera que administra?**

Principalmente por Autos, Motos, Accidentes Personales, Combinado Familiar, Integrales de Comercio e Industria, Caucción, Retiro, Robo de Bicicletas (en franco crecimiento), Responsabilidad Civil Profesional (la está exigiendo cada vez más), Robo de Celulares y Salud.

**¿Está conforme con las soluciones tecnológicas que le acercan las aseguradoras?**

Me gusta el esfuerzo que hacen para mejorar desde lo tecnológico, pero creo que todavía falta mucho. Es necesario también que mejoren la interfaz de sus sistemas para que los PAS puedan trabajar mejor desde el celular,

ya que hay muchas situaciones que se dan en la calle donde uno podría resolver mucho más rápido si tuviera el mismo acceso de un dispositivo móvil.

**¿Qué herramientas utiliza actualmente para vender seguros?**

El sistema que utilizamos para la administración de la cartera es un sistema privado. La venta de seguros la realizamos principalmente desde las redes, sobre todo Instagram.

**¿Piensa que los productores perderán terreno a medida que avance la venta online para los seguros estandarizados?**

No necesariamente, la importancia del rol del productor está dada principalmente por la calidad del servicio que brinda y eso tiene más que ver con la forma que acerca el producto al cliente que con el producto en sí mismo. En un mercado donde las soluciones tecnológicas son cada vez más, la respuesta desde lo humano cobra mucho más valor. ➔



CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS



→ ¿Cómo evalúa la actual situación de solvencia de las aseguradoras?

Creo que es un momento bisagra; las compañías que no tengan una buena base financiera van a terminar quedando afuera del mercado (ya hay varias que se encuentran en una situación muy delicada y al borde de caer). Las altas regulaciones y la realidad del mercado hacen que las aseguradoras que no tengan una buena administración de su producción versus el pago de siniestros no podrán seguir manteniendo ese déficit en el mediano o largo plazo.

¿Cómo calificaría los tiempos de liquida-

« La capacitación es uno de los principales pilares para poder crecer y estar a la altura de lo que se viene para el mercado »

ción y pago de siniestros por parte de las compañías con las que trabaja?

En general son muy buenos. Algunas podrían mejorar, pero estoy conforme.

¿Qué factores toma en cuenta a la hora de elegir una aseguradora para comercializar sus seguros?

Desde mi rol como profesional de la intermediación, lo que considero más importante al momento de elegir una compañía es que su proyección de crecimiento esté

Con foco en el relacionamiento



**Jordán Collante** trabaja como productor de seguros desde hace 13 años. Los primeros cinco años de su carrera se desempeñó únicamente en Vida y Ahorro y desde 2018 trabaja en seguros Patrimoniales junto con su esposa Elizabeth.

“Empezamos con una oficina chica casi desde cero y hoy podemos decir que vivimos bien, trabajando de lo que nos gusta y con muchas expectativas de seguir creciendo. Nos estamos capacitando constantemente en todo lo que se viene: Inteligencia Artificial, campaña en redes, nuevas tecnologías, nuevas coberturas y desarrollo profesional. Me incorporé hace poco tiempo a las distintas comisiones de trabajo de la Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS) y trato todo el tiempo de relacionarme con colegas, personas y entidades vinculadas con el mercado para poder seguir aprendiendo y por la sinergia que se produce cuando se comparten experiencias”, explica el productor en diálogo con Informe.

sustentada esencialmente en la relación que tiene con el productor como su principal socio estratégico.

¿Cómo marcha la producción? ¿Cuáles son sus proyecciones para este año?

Me siento muy conforme porque si bien no es el mejor momento para crecer, el crecimiento que tuvimos durante los últimos dos o tres años estuvo muy por encima de la inflación, lo cual me genera un sentimiento muy positivo respecto de lo que viene hacia adelante.

¿Realiza capacitaciones periódicamente?

Si, totalmente. Lo considero uno de los principales pilares para poder crecer y estar a la altura de lo que se viene para el mercado.

¿Cuáles son las principales dificultades que enfrentan actualmente los PAS?

La economía. Es difícil poder mantener toda una estructura cuando el contexto no ayuda. De todas formas, el mercado asegurador ofrece muchas variantes para trabajar, desarrollarse desde lo profesional y poder meterse en segmentos no muy explotados por la competencia. Claro está, eso requiere de pensamiento estratégico y voluntad de cambiar el chip de lo ya conocido.



EVOLUCIÓN SEGUROS DE LA MANO CON VOS

Seguro de caución



+75

AÑOS EN EL MERCADO

CALIFICACIÓN PRO RATING **A**

Primera póliza de caución del país.

+1.000.000 BENEFICIARIOS DE PÓLIZAS

ESPECIALISTAS EN SEGUROS PARA EMPRESAS

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

evolucionseguros.com.ar



9 11 2658 9562

**El Ministerio Público bonaerense y ADEAA firman acuerdos de cooperación, capacitación e intercambio tecnológico con el objetivo de mejorar las investigaciones judiciales y la prevención del delito**



ADEAA, Asociación de Aseguradores Argentinos, y el Ministerio Público Fiscal de la provincia de Buenos Aires, firman acuerdos de trabajo conjunto en capacitación y transferencia tecnológica a fin de enfrentar ilícitos y fraudes que afectan al mercado asegurador. El acuerdo, sin precedentes en el sector asegurador, apunta a fortalecer el vínculo institucional y establecer un ámbito formal para el desarrollo de actividades de interés común e impacto social. Estos acuerdos constituyen un enorme paso adelante y un carril de entendimiento entre la institución que lleva adelante la investigación de las conductas ilícitas y un sector, que el asegurador, permanentemente, expuesto a ellas. Con esta interacción, se busca no sólo un mayor conocimiento en la materia, sino también proporcionar herramientas para la investigación de posibles delitos.

El Ministerio Público de la Provincia de Buenos Aires y la Asociación de Aseguradores Argentinos- ADEAA- firman tres acuerdos institucionales orientados a fortalecer la cooperación entre ambas instituciones, promover la capacitación de sus equipos y avanzar en el desarrollo de herramientas tecnológicas que contribuyan a mejorar las investigaciones judiciales y la prevención del delito. Los convenios fueron suscriptos por el Procurador General de la Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires, Dr. Julio M. Conte-Grand, en representación del Ministerio Público, y por el presidente de ADEAA, Dr. Aldo A. Álvarez, en nombre de la entidad que nuclea a 30 compañías de seguros de capital nacional y privado y está próxima a cumplir 25 años de trabajo institucional. El primero de los acuerdos establece un Convenio Marco de Colaboración, cuyo objetivo es crear un ámbito institucional permanente de cooperación entre ambas organizaciones. A través de este marco se promoverá el intercambio de información y conocimientos, el desarrollo de acciones conjuntas, la realización de reuniones periódicas de trabajo y la coordinación de iniciativas orientadas a fortalecer la seguridad pública, el acceso a la justicia y la optimización de los servicios que ambas instituciones brindan a la sociedad. Con el acuerdo general como base, las partes rubricaron dos más: el primero, un Convenio Específico de Capacitación y en segundo término, un Convenio de Cooperación Tecnológica.

**Convenio Específico de Capacitación.** Prevé la organización conjunta de programas de formación continua, jornadas y cursos destinados a fortalecer las capacidades técnicas de los equipos de ambas instituciones. En este esquema, el Ministerio Público aportará especialistas y profesionales para el dictado de las actividades, mientras que ADEAA colaborará con la organización, logística y recursos necesarios para su realización.

**Convenio de Cooperación Tecnológica.** Está destinado a desarrollar e implementar herramientas informáticas y soluciones digitales que faciliten el intercambio seguro y eficiente de información entre el Ministerio Público y el sector asegurador. La iniciativa apunta a agilizar los procesos de investigación penal y optimizar los recursos disponibles mediante la incorporación de nuevas tecnologías y sistemas de comunicación.

Asimismo, se contempla la posibilidad de incorporar a otros organismos públicos en las actividades de capacitación, así como la realización de reuniones periódicas de seguimiento para coordinar las acciones previstas y supervisar los proyectos de cooperación.

Por su parte, el presidente de ADEAA, Dr. Aldo Álvarez, señaló que se trata de un hito para el sector asegurador en su totalidad, no sólo por la amplitud e impacto de los acuerdos firmados, sino también porque en la provincia de Buenos Aires debido a su magnitud se concentra la mayor litigiosidad. "Por eso- afirma- la articulación entre el sistema judicial y el sector asegurador, entre el sector público y el privado, permitirá generar herramientas que contribuyan a mejorar la prevención del delito y a fortalecer la seguridad jurídica acelerando tiempos en la resolución de conflictos, estableciendo parámetros claros e igualitarios y detectando anomalías que pudieran enmascarar ilícitos. Anticipamos así transitar un fructífero camino conjunto". Los tres convenios tendrán una vigencia inicial de dos años, con renovación automática por períodos iguales salvo decisión en contrario de alguna de las partes, y no implican compromisos económicos directos para las instituciones firmantes.

**Algunos datos numéricos.**

- Se estima que el fraude impacta generando un incremento de entre 15 y 20% en los valores de las coberturas.
- 1/3 de las denuncias de siniestros generan sospechas de fraude.
- El 65% de los casos investigados corresponden a automotores.
- El 70% de los casos se detectan en el AMBA.

**Breves del Informe**

**ATM Seguros lanzó su Seguro de Sepelio: acompañamiento real en uno de los momentos más sensibles**

En un contexto donde la planificación financiera gana cada vez más relevancia, ATM Seguros presentó su Seguro de Sepelio, una cobertura diseñada para brindar respaldo económico y acompañamiento integral a las familias en uno de los momentos más difíciles de la vida. El seguro de sepelio permite anticipar y resolver de manera ordenada un proceso que, en situaciones de pérdida, suele implicar decisiones urgentes, trámites complejos y costos imprevistos. Con esta nueva propuesta, ATM Seguros refuerza su portafolio de coberturas orientadas a la previsión y el cuidado de las personas. La cobertura contempla el fallecimiento del asegurado por cualquier causa y ofrece dos modalidades:

- **Prestacional:** a través de un prestador especializado, la familia recibe asistencia inmediata, desde la organización completa del servicio funerario, incluyendo traslados, ceremonia religiosa o responso, hasta los trámites administrativos necesarios.
- **Por reintegro,** permite a los beneficiarios recuperar los gastos del servicio funerario elegido hasta la suma asegurada contratada.

El producto está disponible para personas mayores de 18 años y permite incorporar al grupo familiar primario. La cobertura tiene alcance nacional y cuenta con un periodo de carencia de 30 días, excepto en caso de fallecimiento accidental, cuando la protección es inmediata. En la modalidad prestacional, el servicio se activa con una llamada telefónica disponible las 24 horas, los 365 días del año, y un equipo especializado coordina cada instancia del proceso, brindando contención y asistencia en tiempo real. En el caso de la modalidad por reintegro, el plazo estimado de pago es de hasta 15 días desde la presentación de la documentación requerida. Desde ATM Seguros destacan que este producto responde a una demanda creciente de soluciones que combinen previsión económica y acompañamiento humano. "No solo es una solución financiera; le permite a las familias estar protegidas y acompañadas con el profesionalismo y la seriedad que requiere ese momento tan sensible", señala Verónica Fernández, responsable de suscripción de seguros de personas de la compañía. Con primas accesibles y una operatoria simple, el Seguro de Sepelio Prestacional de ATM Seguros se posiciona como una herramienta clave de planificación familiar, alineada a una mirada integral del bienestar y la previsión.



Verónica Fernández

**Grupo Sancor Seguros recibe el reconocimiento de IARSE como Miembro 360° por sus 20 años de compromiso con la Gestión Responsable**

El Grupo Sancor Seguros fue distinguido por el Instituto Argentino de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (IARSE) como Miembro 360°, en el marco de un reconocimiento a las organizaciones que llevan dos décadas acompañando y apoyando su misión institucional.



Este reconocimiento celebra 20 años de trabajo colaborativo, aprendizaje compartido y construcción conjunta de una agenda estratégica en Gestión Responsable y Sustentabilidad. Durante estas dos décadas, Grupo Sancor Seguros ha formado parte activa de la comunidad de IARSE, impulsando prácticas y políticas orientadas al desarrollo sostenible en Argentina y la región. Como parte de la distinción, IARSE creó un sello conmemorativo exclusivo, que permitirá visibilizar este compromiso a largo plazo y fortalecer la comunicación de una relación institucional que se consolida año tras año. Además del Grupo, en 2026 otras tres empresas en Argentina recibieron esta distinción: Naturgy, Río Uruguay Seguros y TGN – Transportadora de Gas del Norte. "Para el Grupo Sancor Seguros es un honor recibir este reconocimiento de parte de una institución referente como IARSE, con la que hemos compartido 20 años de evolución, desafíos y crecimiento en la gestión responsable. Este hito reafirma nuestro propósito y nuestro compromiso con la sostenibilidad como parte del ADN de nuestra organización."- Betina Azugna, Gerente de Sustentabilidad. Este reconocimiento coincide con la reciente publicación del 20° Reporte ASG 2024/2025 del Grupo Asegurador, que marca dos décadas de medición del progreso y de transformación de desafíos en oportunidades de sostenibilidad dentro del Grupo.

**Zurich Champions Meeting 2026: La Compañía reconoció a los Productores Destacados del Año 2025**

En el evento anual de reconocimiento y lanzamiento del nuevo ciclo bajo el liderazgo de Sebastián Dabini, la compañía reconoció a los Productores, Agencias y Organizaciones de Seguros, que integran su red de ventas en el país.

Zurich Argentina reconoció a los Productores Asesores de Seguros con mejor desempeño durante 2025 en una nueva edición de su tradicional evento Champions Meeting. Entre las principales distinciones, Loyalty Secured S.A. fue reconocida como Mejor Agencia de Seguros de Vida 2025, Ardama 2020 S.A. recibió el premio al Mejor Socio Blue en Seguros Patrimoniales 2025, y Alejandro Bleuzet, presidente de Grupo Absa S.A y AbsaNet, fue homenajeado con el premio a la Trayectoria. Con una impronta federal, también se reconoció el crecimiento y desempeño en el interior del país, con distinciones a las Nuevas Oficinas de Representación 2025 y a la Oficina de Representación Destacada 2025. El encuentro se realizó este miércoles en el Auditorio Principal de La Rural con más de 600 invitados, entre productores de seguros de Vida y Patrimoniales de todo el país, equipos comerciales y el equipo de liderazgo de la compañía. Durante la jornada se generaron espacios de diálogo sobre el presente y el futuro de la industria aseguradora, se compartieron las principales novedades del negocio y los desafíos para 2026. Además, se develaron los destinos de los incentivos Zurich Sales Meeting 2026 y Zurich Experience 2027 y se reconoció a los Productores Asesores de Seguros que ganaron el viaje Zurich Experience 2026.



«El Champions Meeting es una oportunidad para reconocer el compromiso, la cercanía y el profesionalismo de nuestros productores, que son el corazón de nuestra red y hacen posible que Zurich acompañe a sus más de 1,5 millones de clientes en todo el país. Su capacidad de adaptación, vocación de servicio y mirada de largo plazo son clave para seguir impulsando el crecimiento de la industria desde una mirada que prioriza a las personas», señaló Sebastián Dabini, CEO de Zurich Argentina.

Los productores organizadores y agencias distinguidos fueron seleccionados a partir de distintos criterios de desempeño, entre los que se destacan el volumen de primas y el crecimiento del negocio, el mix de cartera, la gestión y retención de clientes, así como su representación de los valores y el modelo de trabajo de Zurich dentro de la red de asesores.

"Sin duda, es el reconocimiento que la industria mira y busca. Recuerdo que hace 30 años estaba sentado imaginando y soñando con este momento, así que es una sensación hermosa. Zurich es mucho más que una empresa, ya es parte de mi ADN", destacó José Blaksley de Loyalty Secured S.A., distinguida como Mejor Agencia de Seguros de Vida 2025. Por su parte, Ariel Eskenazi de Ardama 2020 S.A., quien recibió el reconocimiento a Mejor Socio Blue 2025 en Seguros Patrimoniales, señaló: "Estoy muy agradecido y emocionado por este reconocimiento, para mí es un honor. Sigo eligiendo a Zurich por su solidez y por la confianza que genera".

El Reconocimiento a la Trayectoria, otorgado a Alejandro Bleuzet, distinguió su aporte sostenido al desarrollo del negocio desde hace más de cuarenta años, con innovación, sumando nuevos segmentos y canales de ventas, y su compromiso con la industria aseguradora y un modelo de propuesta de valor distinguida en el mercado.



**YOLO**  
Cuotas

**hawk**  
Broker de seguros

**ASSIST**  
blister  
Asistencias y garantías

**aseguralo**  
.COM  
Broker 100% digital

**BRANCO**  
Insurtech

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

Nº de inscripción en SSN 1011

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN  
Atención al asegurado 0800-666-8400



**SANCOR SEGUROS y Prevención Salud acompañaron el verano con acciones culturales, deportivas y solidarias en la Costa Atlántica**



Durante la temporada, se desarrolló una agenda de actividades en Mar del Plata, Pinamar y Villa Gesell, con presencia en paradores, eventos deportivos, propuestas culturales y acciones de prevención en salud.

⊙ Durante esta temporada de verano, SANCOR SEGUROS llevó adelante una serie de iniciativas en la Costa Atlántica con el objetivo de acompañar a las comunidades y promover el bienestar, el deporte y la cultura. Las actividades se concentraron principalmente en Mar del Plata, aunque también incluyeron acciones en Pinamar y Villa Gesell.

En Mar del Plata, el grupo asegurador tuvo presencia en reconocidos paradores y espacios de playa como Torreón del Monje, Arenas Blancas, La Reina y Playas del Balcón, entre otros, donde desplegó cartelera institucional, activaciones de marca y promociones para el público a través de su programa Beneficia, que ofreció descuentos en gastronomía y servicios de playa.

En el ámbito deportivo y de la salud, Prevención Salud, la prepa de SANCOR SEGUROS, fue main sponsor de la 12ª edición de los 10K Open Sports, que reunió a más de 4.500 corredores en Plaza España. En ese marco, además, se realizaron capacitaciones en reanimación cardiopulmonar (RCP) y se donó un desfibrilador, reforzando la importancia de la prevención.



La agenda también incluyó acciones culturales y solidarias, como la participación en el encuentro musical Rock & Fire, el patrocinio de la Correcaminata Solidaria 4K organizada por Dar Salud —destinada a recaudar fondos para hospitales públicos de la ciudad— y el acompañamiento de propuestas gastronómicas y artísticas, como el show de “Los Totorá” y el patrocinio de Bendu, nuevo multispa local.

Las iniciativas se extendieron además al Partido de la Costa, también con beneficios y presencia institucional en paradores de Pinamar, y el acompañamiento a eventos deportivos como “Gesell Corre de Noche”, reafirmando el compromiso de Prevención Salud con la promoción de hábitos saludables y el acompañamiento a las comunidades donde está presente.

**Seguros multirriesgo: en Expoagro la Segunda Seguros reforzó su compromiso con la gestión integral del riesgo agropecuario**

Del 10 al 13 de marzo se llevó a cabo Expoagro 2026 en el predio ferial y autódromo de San Nicolás, provincia de Buenos Aires. En el marco de la muestra, la compañía participó del debate sobre los novedades seguros multirriesgo y destacó su rol en el desarrollo de esta experiencia piloto implementada junto al Gobierno de Córdoba.

⊙ La Segunda Seguros volvió a estar presente en Expoagro 2026, uno de los encuentros más importantes del calendario agroindustrial argentino. Junto a Avalian y Coovaeco, las otras empresas del grupo cooperativo, la marca líder en seguros para el agro participó en el espacio de ACA -Asociación de Cooperativas Argentinas-, acompañando al productor y participando activamente de un espacio clave para el intercambio entre empresas, instituciones y actores del sector.

En un escenario donde el clima y la variabilidad ambiental adquieren cada vez mayor relevancia, los seguros agropecuarios se han ido consolidando como una herramienta central para disminuir riesgos en la

## Breves del Informe

actividad expuesta permanentemente a eventos imprevisibles. Con una sólida trayectoria en el rubro, la misión de La Segunda Seguros ha sido leer el mercado para fortalecer estas herramientas que no solo protegen al productor frente a contingencias productivas, sino que también resguardan a la continuidad de una cadena económica estratégica para el país. Como bien se sabe, el agro sostiene economías regionales, empleo y servicios asociados, por lo que contar con mecanismos de cobertura adecuados se vuelve fundamental para garantizar su estabilidad.

En la edición 2026, la participación de La Segunda Seguros en Expoagro estuvo enfocada en un intercambio permanente con distintos agentes para seguir trabajando en una mejora de su oferta de valor, siempre condicionada por las necesidades actuales y venideras de los productores: “Este espacio compartido nos ha permitido generar sinergia entre los clientes de cada grupo, como son los de Avalian, productores agrícolas de ACA y nuestros propios asegurados. Un ecosistema potente en un contexto descontracturado para escuchar, debatir y conversar”, dijo Mario Teruya, Sub Gerente General Comercial de La Segunda Seguros.



Cada año, la empresa líder en seguros, piensa y proyecta al detalle su participación para que sea una verdadera oportunidad de conexión. A eso se refirió Mario Castellini, Gerente General de La Segunda Seguros: “Es un evento importante que potencia nuestro perfil como empresa, más este año que compartimos con otras del grupo que son un ejemplo del cooperativismo. Así, todos juntos, ponemos mucha energía en dar una buena experiencia a todos los asociados y a quienes participan de Expoagro”. Respecto a la dinámica del espacio, Martín Faicht, Jefe de Comunicación y Marketing de La Segunda Seguros, agregó: “Disfrutamos mucho estos días porque podemos recibir en persona a los productores, agasajarlos y agradecerles su confianza”.

Por su parte, el Presidente de La Segunda Seguros, Hugo Tallone recordó los orígenes de La Segunda Seguros, vinculados a la ACA que explican con claridad la alianza en un mismo espacio: “Existe una gran relación de La Segunda Seguros con el agro, no solo por las coberturas tradicionales, sino principalmente la de granizo. No olvidemos que el origen de la aseguradora se da a partir de la experiencia de los asociados que conformaban ACA y buscaron cubrir esta necesidad”.

**Seguro Multirriesgo Agrícola: un antes y un después en el rubro**

En el marco de Expoagro, también se desarrolló una charla organizada por ADIRA (Asociación de Aseguradoras del Interior de la República Argentina) donde se presentó el acuerdo alcanzado con el Gobierno de Córdoba para implementar un seguro multirriesgo agrícola a escala provincial. Esta iniciativa, de la cual La Segunda Seguros participó activamente de cada instancia diseñando la propuesta y su implementación, introduce una cobertura que complementa los seguros tradicionales contra granizo. A su vez suma la protección frente a riesgos sistémicos como sequía e inundación, fenómenos que históricamente no han tenido cobertura comercial en el mercado asegurador hasta el momento.

El esquema es un hito en el segmento, además de una herramienta innovadora que busca ampliar las alternativas disponibles para la gestión del riesgo climático en el agro: “El camino para que el productor agropecuario pueda estar cubierto frente a los riesgos de sequía e inundación, es la interacción pública privada, en donde el estado pueda aportar beneficios y/o mejoras impositivas a los fines de hacer accesible estos seguros al agricultor, por lo tanto esta experiencia piloto debe ser replicada a todas las zonas productivas del país”, dijo el ingeniero Carlos Comas, Gerente de Riesgo Agropecuario de La Segunda Seguros.

**Lectura de las últimas y desafiantes campañas**

El contexto productivo actual muestra señales alentadoras luego de años complejos para el sector. Las últimas campañas agrícolas (2024/25 y 2025/26) estuvieron marcadas por una fuerte irregularidad climática que parece haber cesado, dando pie a una etapa más favorable. Tras el final de una sequía histórica, el país experimentó precipitaciones dispares y un escenario heterogéneo, con excesos hídricos y tormentas en algunas zonas de Buenos Aires, mientras que regiones clave como Santa Fe y Córdoba enfrentaron déficit de humedad y altas temperaturas que afectaron la consolidación de los rendimientos. Así las coberturas preventivas han resultado fundamentales para acompañar tanto las buenas como las malas campañas, permitiendo mitigar pérdidas y brindar mayor previsibilidad al productor.

El panorama productivo también muestra cambios en la estructura de

cultivos. La soja continúa siendo la oleaginosa más importante en volumen, aunque el girasol viene creciendo con fuerza. En el caso de los cereales, el maíz se consolidó como uno de los principales cultivos del país y en 2025 se convirtió en el tercer producto que más divisas generó para la Argentina, detrás de la harina de soja y el petróleo. La rotación de cultivos viene ganando terreno como estrategia para mejorar la sustentabilidad del sistema productivo, incorporando con mayor protagonismo cultivos como trigo, maíz y girasol, una tendencia que también responde a la necesidad de enfrentar escenarios productivos cada vez más desafiantes.

**Nueva campaña en el agro, renovado compromiso**

La Segunda Seguros continúa fortaleciendo su propuesta de soluciones para el agro con una amplia oferta de coberturas agrícolas. Para la campaña de invierno, la compañía ofrece planes que incluyen granizo tradicional, granizo con adicional de viento, granizo con heladas y combinaciones que integran ambos riesgos. A estas opciones se suman adicionales sin costo como incendio de cultivos e incendio en rastrojo, con coberturas destinadas a producciones como trigo, cebada, centeno, lentejas o arvejas.

Para la campaña de verano, la oferta contempla coberturas de granizo tradicional, granizo más viento, granizo más heladas y planes combinados, junto con adicionales como planchado de suelos, y adicionales sin costo, como resiembra, incendio de cultivos e incendio en rastrojo. Estas coberturas se aplican a cultivos estratégicos como soja, girasol, maíz y sorgo, entre otros, permitiendo adaptar la protección a las necesidades productivas de cada región.

Con su participación en Expoagro 2026, compartiendo el stand de ACA, La Segunda Seguros reafirmó su compromiso histórico con el desarrollo del agro argentino, acompañando a los productores con herramientas de gestión del riesgo cada vez más completas y adaptadas a los desafíos de una actividad atravesada por la variabilidad climática y los cambios productivos.

**El Desafío de Formar a los Más Chicos: Olimpiadas de Seguridad Vial para estudiantes**

Están abiertas las inscripciones para participar de la nueva edición de las Olimpiadas de Seguridad Vial de Tres Arroyos, una propuesta que combina aprendizaje y competencia, destinada a alumnos de sexto grado.



⊙ La Municipalidad de Tres Arroyos impulsará una nueva edición de las Olimpiadas de Seguridad Vial, una propuesta educativa destinada a estudiantes de 6º grado que combina aprendizaje y competencia con el objetivo de fortalecer el conocimiento de las normas de tránsito desde edades tempranas.

“La iniciativa busca promover la formación de los más chicos en materia de convivencia y responsabilidad en la vía pública, a través de una experiencia pedagógica que permitirá a los alumnos incorporar contenidos sobre seguridad vial y luego ponerlos en práctica en una instancia competitiva” explica Adalberto Bruzzone, director de La Perseverancia Seguros, compañía líder en el mercado con más de 120 años de trayectoria, que participa en la organización de la jornada. Los interesados en participar tienen la oportunidad de inscribirse durante todo el mes de marzo. Una vez anotados, los estudiantes deberán participar de una capacitación previa obligatoria, que se desarrollará durante abril y mayo. En ese período se trabajará sobre las principales normas y conceptos de seguridad vial, con el objetivo de que todos los participantes lleguen a la competencia con una base común de conocimientos.



Las Olimpiadas se realizarán el 4 de junio a las 8 horas, en el Polideportivo Municipal de Tres Arroyos, donde los alumnos pondrán a prueba lo aprendido en diferentes instancias vinculadas a la circulación segura y el respeto por las normas de tránsito. La actividad contempla además premios para los equipos ganadores, en el marco de una propuesta que busca promover la educación vial y reforzar la importancia de adoptar conductas responsables en el espacio público desde la infancia.

**S&C Broker de Seguros**

**Encontrá el seguro que mejor se adapte a vos entre una amplia gama de coberturas y empresas.**

Estamos cuando nos necesitás.  
#NosImporta

Visítanos en:  
Juana Manso 205 - Piso 5  
PUERTO MADERO

ENCONTRANOS EN:

CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / MONTEVIDEO / MIAMI / MADRID

[www.scbrokerdeseguros.com](http://www.scbrokerdeseguros.com)

Juana Manso 205 - Piso 5 / +54 11 5263 7500

@scbrokerdeseguros

/SCBrokerDeSeguros



Claims Services de SSPV fue elegida para potenciar sus plataformas con la IA de Google Cloud



La insurtech líder de Argentina realizará una Prueba de Concepto con el apoyo de Google Cloud, marcando un nuevo hito en su objetivo de transformar la industria aseguradora con tecnología.

● **Claims Services** continúa sumando buenas noticias en este comienzo de año. En este caso, realizará una **Prueba de Concepto** con el apoyo de **Google Cloud** y su equipo de expertos para la investigación, experimentación y desarrollo de soluciones para el mercado asegurador basadas en inteligencia artificial.

Esta alianza estratégica permitirá que la insurtech pueda avanzar en distintos proyectos que exploren todo el potencial de la IA para mejorar la eficiencia y la calidad de los procesos que intervienen en un siniestro.

Entre los principales ejes de trabajo se encuentran la detección automática de daños, la validación de estimaciones realizadas por personas, y la auditoría del trabajo de talleres, peritos y otros actores involucrados, incorporando una capa adicional de análisis y control sobre información crítica para las aseguradoras. Todo esto, permitirá mejorar la forma en la que se realizan las peritaciones.

"Estamos muy contentos de contar con el respaldo de Google. Este acuerdo representa un salto de calidad muy importante para nosotros. Nos permite explorar los límites de la inteligencia artificial y probar nuevas formas de simplificar y automatizar procesos", señaló **Leonardo Valseche, CEO de Claims Services**.

Con este proyecto también podrá orientar su investigación a la automatización de denuncias de siniestros para validar datos clave y resolverlos de manera inmediata, agilizando la resolución de la gestión sin perder control operativo. Además, abre la puerta a desarrollos de nuevos productos relacionados a otras ramas del seguro, como por ejemplo Responsabilidad Civil.

"Sabemos que poder contrastar decisiones y estimaciones con modelos entrenados nos ayuda a reducir desvíos, mejorar la calidad de la información y tomar decisiones más sólidas", afirmó **Valseche**.

De esta manera, **Claims Services** continúa reforzando su compromiso con la innovación aplicada al sector asegurador, apostando a soluciones y alianzas que permitan ordenar procesos y ganar eficiencia. "Desarrollar con Google Cloud nos permite pensar el futuro del seguro con una mirada a largo plazo. Es una confirmación de que la tecnología bien aplicada puede elevar el estándar de toda la industria", concluyó el CEO.

Zurich Argentina fortalece su compromiso con el Rugby y Universal Assistance se suma como sponsor de La Urba



Universal Assistance, miembro del Grupo Zurich y de la mano de Zurich Argentina, se suma como nuevo patrocinador oficial de la Unión de Rugby de Buenos Aires en el marco del lanzamiento del Top 14.

● **Zurich Argentina**, compañía líder del mercado asegurador, continúa profundizando su compromiso con el deporte y la comunidad y comparte la incorporación de **Universal Assistance** — la división de asistencia y seguros de viaje de **Zurich Insurance Group** — como nuevo patrocinador oficial de la **Unión de Rugby de Buenos Aires (la URBA)**, una de las instituciones más representativas del rugby argentino.

El anuncio se realizó en el marco del lanzamiento oficial de la temporada 2026 de la **URBA**, que se realizó el lunes pasado en el **Belgrano Athletic Club**. Del encuentro participaron autoridades de la entidad —encabezadas por su presidente, **Rafael Silva**—, junto con representantes de los 91 clubes, capitanes, referentes del rugby, jugadores y empresas que acompañan a la organización.

"En Zurich creamos en el deporte como motor de desarrollo y de construcción de comunidad. Desde hace más de diez años impulsamos el rugby en todo el país junto a la UAR y la URBA, promoviendo la participación, la

## Breves de Informe

formación de nuevos talentos y el bienestar de las personas. En este sentido, la incorporación de Universal Assistance como patrocinador de la URBA es un paso más para seguir fortaleciendo este ecosistema con propuestas que generen un impacto positivo en las personas y las comunidades", señaló **Adriana Arias, Head of Communication & Sustainability de Zurich Argentina**.

**Zurich** acompaña al rugby argentino desde hace más de una década, con presencia en competencias como el **URBA Top 14** y la **Unión Argentina de Rugby (UAR)**, junto a sus equipos y seleccionados. También participa en el **Torneo del Interior Copa Zurich** y el **Nacional de Clubes**, lo que consolida su lugar en los principales torneos del país. En este marco, la incorporación de **Universal Assistance** como patrocinador de la **URBA** refuerza su vínculo con la comunidad deportiva, al integrar nuevas capacidades y ampliar su propuesta de valor.



**Universal Assistance** cuenta con más de 45 años de experiencia brindando servicios de asistencia integral al viajero y forma parte de **Cover-More Group**, la división de asistencia y seguros de viaje de **Zurich Insurance Group**. A través de una red global con presencia en 21 países y más de 3.000 empleados, ofrece cobertura y acompañamiento las 24 horas, los 365 días del año.

La temporada 2026 de la **URBA** comenzó el sábado 14 de marzo con el inicio del **URBA Top 14**, junto con los torneos de Primera A, B, C y Segunda, mientras que las categorías Tercera y Desarrollo iniciarán el 11 de abril.

RUS Aero: una apuesta para llevar la seguridad de la aviación al mundo de los drones agrícolas

● En el corazón de **Expoagro 2026**, donde la innovación late como un motor en plena pista de despegue, **Río Uruguay Seguros (RUS)** presentó un nuevo proyecto orientado a ordenar el creciente universo de los drones, en especial los agrícolas: **RUS Aero**. La iniciativa fue dada a conocer el miércoles 11 de marzo en el stand de **RUS Agro**, en el marco de la megamuestra de la que la aseguradora es sponsor oficial. El proyecto, liderado junto al piloto de aviación **Fernando Brescacin**, nace con una misión clara: trasladar al universo de los drones los mismos estándares de seguridad que rigen en la aviación tradicional. Una especie de "torre de control invisible" pensada para un cielo cada vez más poblado de tecnología.

De asegurar drones a ordenar el aire

**RUS** no parte de cero. Desde hace años, la compañía asegura drones de todas las características y categorías, en este caso particular y debido a la temática de la expo, hizo hincapié especialmente en los drones utilizados en el ámbito agrícola. Su cobertura está diseñada para proteger el patrimonio del asegurado frente a reclamos de terceros derivados del uso de **Aeronaves Pilotadas a Distancia (RPA)**, cumpliendo con la normativa vigente.

El seguro contempla: **Responsabilidad Civil**, cubriendo daños a terceros, tanto materiales como lesiones personales; **Todo Riesgo**, incluyendo robo total o parcial, incendio, explosión y accidentes;



Presentación de RUS Aero en Expoagro 2026

Protección del equipo (casco), para resguardar la integridad del drone y sus accesorios y la cobertura específica de daños por deriva en cultivos.

Sin embargo, con **RUS Aero**, la mirada va un paso más allá: no solo cubrir el riesgo, sino anticiparse a él.

En esa evolución también se inscribe la mirada estratégica del equipo de **RUS Agro**. **María Ducret, coordinadora del área**, destacó el desafío que implica acompañar un fenómeno en plena expansión: "Es un desafío muy importante, muy vertiginoso porque entendamos que los drones vinieron para revolucionar los sistemas productivos y es nuestro deber acompañar toda esta innovación tecnológica en el campo".

Además, subrayó el rol pionero de la aseguradora en este segmento: "Fuimos la primera aseguradora en asegurar drones en general y, en el caso de drones para el agro, cuando en octubre del año pasado se hacen cambios normativos, detectamos una oportunidad y creamos un producto específico y vamos ayunando las coberturas en función de lo que necesita el productor agrícola. Tenemos la mirada de un equipo sólido de expertos que están a la vanguardia del conocimiento y estudio en la materia".

Un cielo con reglas claras

"Por mi experiencia en la aviación profesional, estoy trayendo información sobre esta tecnología y lo que he trabajado en otros países", explicó **Brescacin**, quien cuenta con más de 40 años en aviación y 15 enfocado en drones.

El especialista pone el foco en un desafío clave: el crecimiento vertiginoso de los drones superó la velocidad de la regulación. Aunque Argentina avanzó en normativa durante el último año, aún queda terreno por recorrer en la implementación.

En ese sentido, uno de los conceptos centrales del proyecto es el **UTM (Unmanned Aircraft System Traffic Management)**, es decir, la gestión del tráfico aéreo no tripulado. Un sistema que busca organizar el espacio aéreo de baja altura, donde operan los drones, con reglas y herramientas específicas.

"Hoy la reglamentación está escrita, pero no existe un sistema que le facilite al operador saber si puede volar o no en determinado lugar", señaló **Brescacin**. Y agregó una imagen concreta: un productor puede creer que está en zona rural habilitada, pero encontrarse con restricciones por la cercanía a un aeródromo.

Tecnología para prevenir, no para lamentar

La propuesta de **RUS Aero** apunta justamente a eso: convertir datos en decisiones seguras en tiempo real. A través de tecnología y procesamiento de información, se busca que el operador pueda acceder a plataformas que indiquen: si está habilitado para volar en determinada zona, en qué condiciones puede hacerlo, información meteorológica actualizada y restricciones operativas específicas.

"En vez de pensar en el incidente o en el accidente, la idea es prevenirlo. Así se trabaja en aviación", resumió **Brescacin**.

En línea con esa visión, **Ducret** destacó el valor agregado del proyecto dentro de la propuesta de la aseguradora: "Los puntos más destacados de este seguro para drones agrícolas son la innovación, el acompañamiento al desarrollo tecnológico y productivo, el equipo de expertos que está detrás de todo esto, que son ingenieros agrónomos que están constantemente estudiando todo lo que tiene que ver con los usos, las aplicaciones y demás".

Y concluyó: "Esto que estamos creando con el **RUS Aero** le agrega otra capa de valor a lo que tiene que ver con las coberturas en sí, las resoluciones y entendimiento de los drones agrícolas".

Drones: los aliados clave del agro

El crecimiento de los drones en el sector agropecuario ha sido exponencial. Su capacidad para relevar datos, optimizar insumos y mejorar la eficiencia productiva los convierte en herramientas casi imprescindibles.

"Creo que nuestra gran industria necesita de estos drones que facilitan datos para ser más eficientes, impactar menos en el ambiente, aumentar los rindes y bajar los costos. Y eso no tiene límites", afirmó el especialista. En ese escenario, **RUS Aero** aparece como una pieza estratégica: no solo acompaña la expansión tecnológica, sino que busca darle estructura, previsibilidad y seguridad.

Porque cuando el cielo se llena de máquinas inteligentes, no alcanza con volar alto. También hace falta saber cómo, cuándo y dónde hacerlo. Y ahí es donde este nuevo proyecto empieza a trazar su propio mapa.

# 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™

Rivadavia Seguros inauguró su Centro de Atención de Paraná



En las últimas semanas, la Aseguradora abrió las puertas de su Centro de Atención de Paraná en su nueva ubicación de la calle Pellegrini 49, entre Gral. Justo José de Urquiza y España, en el centro de la capital entrerriana.

El nuevo espacio fue especialmente remodelado y acondicionado para garantizar un salto notable en comodidad, agilidad y bienestar tanto para sus asegurados y aseguradas de la ciudad, su personal, proveedores y PAS, como para toda persona que desee visitarlo. Cabe destacar que, en línea con su compromiso por convertirse en una empresa más sustentable, durante la obra se utilizaron materiales que permiten un uso más eficiente de la energía y de los recursos necesarios para su funcionamiento. Con esta inversión, y en un contexto donde la digitalización avanza, la compañía reafirma su convicción de que el contacto directo y personalizado sigue siendo trascendental, permitiéndole brindar el asesoramiento experto con la calidez humana que la caracteriza desde hace ochenta años.

«Esta mudanza es una muestra palpable de nuestro compromiso con la ciudad. Queremos que la comunidad sepa que, además de toda nuestra gestión digital, cuentan con un Centro de Atención moderno y accesible donde encontrarán a un equipo listo para brindarles la confianza y la respuesta que necesitan,» afirmó al respecto Clarisa Donoso, Gerente de la sucursal.

El renovado Centro de Atención ya se encuentra funcionando con total normalidad, abriendo sus puertas de lunes a viernes de 9:00 a 15:30 horas.

Prevención Salud revoluciona la medicina prepaga con el lanzamiento de «Mi Prevención», su app de bienestar integral



Con el respaldo de SANCOR SEGUROS, la prepaga presenta una solución digital personalizada que combina tecnología de vanguardia, inteligencia artificial y acompañamiento profesional humano.

En un mercado de salud en constante transformación, Prevención Salud, la prepaga de SANCOR SEGUROS con más de 10 años de trayectoria, anuncia el lanzamiento de Mi Prevención. Se trata de una aplicación móvil gratuita de bienestar integral diseñada para ayudar a las personas afiliadas en el cuidado de su salud a través de diferentes programas preventivos y de acompañamiento continuo.

Bajo la premisa de ofrecer un enfoque digital con acompañamiento personalizado, Mi Prevención no es solo una herramienta de gestión, sino una guía de salud que se adapta a cada etapa de la vida de las personas.

«Nuestra evolución de marca nos impulsa a ir siempre un paso más allá. Con 'Mi Prevención', estamos tangibilizando nuestro compromiso de ofrecer un servicio de excelencia, personalizado y de vanguardia, llevando la salud literalmente en el bolsillo de nuestros afiliados, estén donde estén,» destacan desde la prepaga.

## Brevess del Informe

### Programas preventivos: El corazón de la App

En Mi Prevención, nuestros afiliados encontrarán información para la construcción de un Estilo de vida saludable, promoviendo el autocuidado y la prevención. La propuesta se basa en los pilares de la medicina de estilo de vida (descanso, bienestar emocional, nutrición y actividad física) y tiene como objetivo fomentar el cambio de hábitos, brindando información confiable, clara y con respaldo científico que permita empoderarlos en la toma de decisiones sobre su salud. El diferencial de la app radica en sus programas personalizados, que permiten seguimiento de resultados y teleconsultas con profesionales especializados:

- **Salud Femenina | «Un Toque de Conciencia»:** Orientado a la detección temprana del cáncer de mama. Acompaña a mujeres de entre 40 y 70 años en la realización de estudios mamográficos y ofrece teleconsultas con ginecólogas.
- **Salud Mental | «Tu Salud en Mente»:** Este servicio brinda herramientas de apoyo emocional y teleconsultas sin copagos con psicólogos, abordando la salud mental desde un enfoque preventivo.
- **Cáncer de Piel | «Por tu piel»:** Aborda consejos e información médica especializada para el cuidado de la piel para nuestros afiliados.
- **Acompañamiento en Diabetes:** Consiste en un acompañamiento clínico continuo para pacientes con Diabetes Tipo II. Además, los afiliados reciben seguimiento personalizado, consejos asociados al tratamiento de la diabetes, educación familiar, red de apoyo, etc.
- **Nuevos y más servicios** que se sumarán para aportar al bienestar y la salud de los afiliados y afiliadas de Prevención Salud.

Con este lanzamiento, la prepaga reafirma su posicionamiento como líder en innovación dentro del sector, integrando la eficiencia de los servicios digitales con la calidez del asesoramiento profesional médico.

### La dupla de la tranquilidad: Ginóbili y Pareto regresan en una campaña para que los argentinos recuperen la calma



La Segunda Seguros lanza su nueva publicidad junto a Manu Ginóbili y la Peque Pareto con un objetivo claro: transformar el seguro en un aliado de paz mental y bienestar.

El mundo actual impone un ritmo frenético. Según recientes estudios de la consultora La Dupla basados en encuestas a jóvenes entre 18 y 35 años, la cultura de la hiperexigencia y la autogestión está pasando factura: los argentinos viven con una carga mental constante, sintiendo que deben saber de finanzas, salud y previsión para «poder con todo». En este escenario, la capacidad de relajación y disfrute se ve seriamente limitada. Bajo esta premisa, La Segunda Seguros presenta su nueva campaña integral, la cual nuevamente fue producida por Virgen Films: «Con La Segunda Seguros, nada te saca la calma». Con la participación, por tercera vez consecutiva, de Manu Ginóbili y Paula Pareto, embajadores de la empresa, la marca apunta a conectar con una audiencia que ya no busca solo un producto, sino una solución que le permita «soltar» y recuperar la fluidez en su vida diaria.

### De la carga mental al bienestar real

«El brief de la campaña nace de una escucha activa a la sociedad en general, en particular a las nuevas generaciones, las cuáles perciben los seguros más como una obligación que como una elección», expresó Martín Faicht, jefe de Marketing, Comunicación y CX de La Segunda Seguros. Con esta campaña, La Segunda rompe este paradigma posicionándose como la marca que entiende la vida cotidiana y ofrece paz mental. La campaña se sumerge en el mundo de la ficción para exagerar situaciones de riesgo cotidiano. La premisa es clara: cuando contás con el respaldo de una aseguradora líder, incluso los imprevistos más estresantes se transforman en anécdotas menores. Diego Paskins, director de Virgen Films, expresó: «En tiempos donde todo el mundo está nervioso, preocupado por las cosas, La Segunda te tacha un problema de la lista. Ese es el mensaje principal de la campaña que luego la llevamos al extremo. Ninguna situación por más grave que sea, como un alien o un ovni, te va a alterar».

### La elección de los embajadores: Confianza y orgullo nacional

La elección de Manu y la Peque, por tercer año consecutivo, no es casual. Ambos evocan el orgullo argentino y representan valores fundamentales: honestidad, transparencia y éxito basado en el esfuerzo sano. Como dupla creativa en la ficción de los comerciales, funcionan como un respaldo de confianza que ayuda a bajar la guardia en un entorno de incertidumbre.

«Esta es la tercera vez que trabajamos con Manu y la Peque y ellos se involucran tanto en la campaña que finalmente terminan mejorando los chistes. Los guños que se hacen entre sí muestran el buen vínculo que construyeron entre ellos, la admiración mutua que se tienen y la entrega a la hora de grabar hace que el producto final sea espectacular», señaló Diego Paskins.

### «Vivi tranquilo, disfruté seguro»

La campaña refuerza que la confianza no es un concepto abstracto, sino un motor de bienestar. Al ocuparse de los imprevistos, la aseguradora permite que las personas dejen de lado la presión de la autogestión total. «Lo que las personas anhelan hoy es contención para que la vida fluya sin miedo ni sobresaltos», señala Faicht. Con esta propuesta, La Segunda Seguros se consolida como el aliado estratégico para quienes quieren y necesitan vivir liberados de cargas innecesarias. «Buscamos mostrar que la verdadera tranquilidad no es que no pase nada, sino saber que si algo pasa, estás en las mejores manos», concluyó.

Se pueden ver los spots en los siguientes links:

- [Nada te saca la calma | La Segunda Seguros](#)
- [Nada te saca la calma | La Segunda Seguros](#)
- [Nada te saca la calma | La Segunda Seguros](#)

### «Bolso Deportivo»: la nueva propuesta de RUS para cuidar lo que llevás al gym

Rio Uruguay Seguros (RUS) lanzó «Bolso Deportivo», una nueva cobertura diseñada para proteger el bolso y las pertenencias que acompañan a las personas en entrenamientos, clubes y competencias.

El producto nace como respuesta a una necesidad concreta: proteger los objetos de uso habitual en la práctica deportiva, que con frecuencia quedan expuestos a riesgos. La cobertura incluye robo (con exclusión de hurto) e incendio de los bienes asegurados dentro del territorio argentino.

Entre los elementos contemplados se encuentran indumentaria deportiva, zapatillas, botines, raquetas, palos de hockey y distintos artículos de protección, como cascos, guantes y canilleras. También cubre las pertenencias personales que suelen transportarse en el bolso, como anteojos, perfumes, documentación, llaves y otros objetos vinculados a la actividad.

El seguro está dirigido a un público amplio y transversal: desde deportistas y niños que participan en fútbol infantil hasta personas que asisten al gimnasio, realizan actividades al aire libre o tienen su turno semanal de pádel, tenis o fútbol.

En todos estos casos hay un punto en común: la inversión en equipamiento deportivo, desde las zapatillas hasta la indumentaria y los accesorios que forman parte de la rutina diaria.

TODO LO QUE LLEVÁS A ENTRENAR TAMBIÉN TIENE VALOR

COBERTURA ANTE

**ROBO E INCENDIO** en todo el territorio de la Rca. Argentina

Consultá a tu **Productor** Asesor de Seguros

**RUS** BOLSO DEPORTIVO

En este contexto, «Bolso Deportivo» responde a situaciones cotidianas, como bolsos que quedan en vestuarios, bancos de suplentes, espacios comunes o incluso durante el traslado hacia y desde la actividad, donde el riesgo de robo es concreto. La propuesta busca brindar una solución simple y accesible para proteger todo aquello que acompaña la práctica deportiva.

El producto ofrece dos planes: uno con una suma asegurada de \$350.000 y otro de \$500.000, ambos con costos accesibles, lo que lo convierte en una alternativa fácil de incorporar.

Uno de sus principales diferenciales es la simplicidad: una cobertura clara y accesible, ideal para situaciones cotidianas en las que el valor de proteger las pertenencias se reconoce de inmediato.

Con este lanzamiento, RUS reafirma su compromiso de desarrollar soluciones que acompañan de manera concreta la vida activa de sus clientes.

## Brevess del Informe

### 30 años de innovación y desarrollo



CESVI ARGENTINA cumple tres décadas aportando soluciones concretas para el mercado asegurador, la industria automotriz, la seguridad vial y la reparación segura de vehículos.

El 9 de marzo de 1994, el presidente de MAPFRE Internacional y de CESVIMAP España, le presentaron al mercado asegurador argentino la propuesta de crear un Centro de Experimentación y Seguridad Vial.

La visión de ese momento y la actual sigue siendo la misma: investigar y generar soluciones técnicas en pos del desarrollo del mercado asegurador, contribuyendo así con toda la sociedad.

El 5 de abril de 1995 se colocó la piedra fundamental, pero la fecha que se ha tomado como aniversario de CESVI ARGENTINA fue la inauguración formal del Centro, que está ubicado en el Parque Industrial de Pilar y se realizó el 26 de marzo de 1996.

Marcelo Aiello, Gerente General de CESVI ARGENTINA, reflexionó sobre esta fecha histórica: «Con profunda emoción celebramos estos 30 años y, en mi caso personal que me tocó estar desde el primer día, mirar hacia atrás y ver todo lo que se ha construido, me llena de orgullo. Hemos contribuido al desarrollo de la industria automotriz y de la seguridad vial. Somos un Centro único en el país que se ha convertido en referente en investigación y generación de soluciones técnicas en pos del desarrollo del mercado asegurador. Todo esto fue posible gracias al apoyo incondicional de nuestras ocho compañías de seguro socias».

A lo largo de estas tres décadas se produjeron diferentes hitos que consolidaron la presencia de CESVI con aportes concretos a la comunidad en general y a los diferentes mercados. En este tiempo se desarrollaron soluciones de gestión para el mercado asegurador que registraron más de 4.500.000 peritaciones de siniestros.



Nuestro exclusivo Sistema de Compensación de Siniestros CLEAS atendió a más de 1.000.000 de asegurados, en el que el 87% de los vehículos siniestrados fueron reparados y cuya resolución demandó en promedio sólo 6 días, reduciendo considerablemente los tiempos de respuesta versus la gestión de siniestros convencional. Se creó la única pista de impactos del país en la que se realizaron más de 600 ensayos de impacto para analizar el comportamiento y la adecuada reparación de los distintos vehículos. Además, se pusieron a prueba airbags, cascos, sillas de seguridad infantiles y diferentes componentes.

La capacitación fue clave para promover la conducción segura a través de una amplia variedad de cursos en los que se capacitaron más de 110.000 conductores. Por otra parte, los especialistas de seguridad vial también relevaron y reconstruyeron más de 7.500 siniestros de tránsito.

El rol comunicacional ha sido también fundamental para transmitir los mensajes de prevención, informar sobre los resultados de las diferentes investigaciones y divulgar todas las actividades que realizamos, a través de informes y gacetillas de prensa que distribuimos en los medios de comunicación de todo el país. Sin dudas, la potencialidad de nuestras redes sociales, que agrupan a más de 140.000 seguidores, nos permite amplificar los contenidos de manera masiva. Además, contamos con nuestros medios Crash Test: la revista que alcanzó las 244 ediciones y el programa de televisión que alcanzó las 1.300 emisiones ininterrumpidas.

CESVI ARGENTINA participó activamente en la creación del RUDAC e inauguró CESVIAUTO, el primer desarmadero legal del país, donde se procesaron más de 62.000 vehículos. Por otra parte, la empresa fue un actor fundamental en la reformulación de la Ley Nacional de Tránsito y tuvo participación en el Comité Consultivo de la Agencia Nacional de Seguridad Vial desde sus comienzos.



«Queremos destacar el rol clave que ha tenido CESVI como punto de conexión entre las compañías de seguros, las terminales automotrices, los talleres de reparación y el ciudadano argentino. Además, nuestro aporte como generadores de datos fundamentales para la lucha contra el fraude en el seguro, la seguridad vial y la resolución de siniestros», agregó Aiello.

«Queremos destacar el rol clave que ha tenido CESVI como punto de conexión entre las compañías de seguros, las terminales automotrices, los talleres de reparación y el ciudadano argentino. Además, nuestro aporte como generadores de datos fundamentales para la lucha contra el fraude en el seguro, la seguridad vial y la resolución de siniestros», agregó Aiello.

### Pasado, presente y futuro

Pasaron 30 años de constante evolución y crecimiento, acompañando los avances tecnológicos y el desarrollo del mercado asegurador, la seguridad vial, la industria automotriz y la reparación segura.

El ritmo de la investigación y el desarrollo no se detiene en CESVI ARGENTINA. De aquel primer ensayo de crash test de un Fiat Uno llegamos a un presente que nos encuentra en plena transformación, donde implementamos la Inteligencia Artificial en la peritación automática de daños de un siniestro automotor, reformulamos nuestras propuestas de capacitaciones en base a los avances tecnológicos, avanzamos hacia la creación de un laboratorio para el desarme, reparación, diagnóstico y disposición final de los vehículos electrificados y lanzamos la certificación de talleres Eco Sustentables en todo el país.

Los tiempos cambian, pero siempre mantenemos el foco en contribuir a la baja de la siniestralidad, promover la reparación segura, impulsar la cultura antifraude, motivar a que se eleven los estándares de seguridad de los vehículos y brindar soluciones para el mundo del seguro.

### Un respaldo de confianza

CESVI ARGENTINA está conformada societariamente por ocho compañías de seguros, que consideran la inversión a mediano y largo plazo como la única forma de producir el cambio necesario para modernizar el sector asegurador: Galicia Seguros, La Segunda, Mapfre, RUS Seguros, Sancor Seguros, San Cristóbal Seguros, Rivadavia Seguros y Zurich.

### Tres décadas en números

- Creación de la única pista de impactos del país, donde se realizaron más de 650 ensayos para analizar el comportamiento y la reparabilidad de diversos vehículos.
- Introducción en el mercado del Sistema SOFIA, que ha analizado información de más de 23 millones de siniestros para detectar fraudes en el seguro.
- Fundación de CESVIAUTO, el primer desarmadero legal del país, donde se procesaron más de 62.000 vehículos para asegurar la trazabilidad en la comercialización de repuestos usados y contribuir a la preservación del medio ambiente.
- Investigación y reconstrucción de más de 7.500 siniestros de tránsito graves para determinar las causas por las que se produjeron.
- Relevamiento de 300.000 kilómetros de rutas argentinas para detectar riesgos.
- Desarrollo del Sistema de Peritación ORIÓN, con más de 9.500.000 peritaciones.
- Capacitación a más de 370.000 participantes en técnicas de reparación, peritación y manejo seguro.
- Atención ágil y gestión más sencilla para más de 1.000.000 de asegurados a través del Sistema de Compensación de Siniestros CLEAS, garantizando que el 87% de los vehículos fueron reparados.

El gobernador mendocino Alfredo Cornejo combinó diagnóstico y advertencia: elogió los avances en estabilidad macro, y solicitó una reforma integral del federalismo fiscal

En el marco de la 2da edición del Insurance Week que se está desarrollando en la ciudad de Mendoza, el gobernador de la provincia, Alfredo Cornejo, cuestionó el régimen de coparticipación por favorecer a provincias sin actividad económica propia, reclamó un paquete integral de reformas y sostuvo que la confianza de largo plazo en Argentina exige instituciones robustas.

El gobernador realizó estas declaraciones en el marco del Insurance Week, organizado por CIDEs (Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro), que se está desarrollando en la ciudad de Mendoza. El evento reúne a más de 300 asistentes, la agenda reúne una combinación única de actores públicos y privados, con la participación de gobernadores, ministros, jueces, autoridades regulatorias de todo el mundo, referentes del sector, líderes sindicales, ejecutivos de compañías globales, especialistas internacionales, economistas, consultores y risk managers de grandes empresas.

La edición más reciente del Argentina Week fue, según Cornejo, la más robusta de las que participó: once gobernadores junto al Poder Ejecutivo Nacional, con presencia de fondos de inversión y bancos internacionales. «Esta vez vimos un interés mayor que en anteriores ediciones», señaló, aunque subrayó que los inversores externos siguen formulando siempre la misma pregunta: cuán sostenibles son las reformas en el mediano plazo. El hecho de que gobernadores de distintos partidos del presidente integraran la delegación fue especialmente valorado por los interlocutores extranjeros.

El gobernador mendocino realizó un balance matizado de la situación económica nacional: reconoció que la estabilidad macroeconómica es un logro positivo, pero advirtió que la situación concreta de la población sigue siendo difícil. «Ningún país que encará un plan de estabilización lo logró sin dos o tres años de cruzar la economía», dijo, y añadió que el punto de partida era extremadamente malo. Destacó además un dato



inédito en la historia democrática argentina: es la primera vez que un oficialismo gana elecciones legislativas sin mejoras en el consumo ni en el empleo, lo que interpreta como una señal contundente de respaldo social a las reformas.

En materia federal, Cornejo fue directo: el régimen de coparticipación vigente es perverso porque penaliza a las provincias que generan actividad económica y recaudan ingresos propios, mientras subsidia a aquellas que no lo hacen. Para el gobernador, esta distorsión estructural no puede analizarse de forma aislada: la reforma fiscal, la laboral, la previsional y la de coparticipación están profundamente interconectadas y deben abordarse de manera integral. Mendoza, señaló, fue pionera en este campo: lleva años de equilibrio fiscal en un contexto en que eso era contracultural.

Otro eje de su intervención fue el de la confianza institucional. Cornejo rechazó explícitamente el modelo del presidente mesiánico: «La Argentina no puede depender de un presidente, sino de un sistema institucional sólido». Citó los casos de Perú y Chile como ejemplos de países que lograron crecer durante treinta años consecutivos con gobiernos de distinto signo ideológico, partiendo de un PBI inferior al argentino. La clave, sostuvo, es haber logrado escindir el crecimiento económico de los ciclos políticos. Un mérito que sí reconoció al gobierno nacional es que las reformas en curso se están implementando sin ruptura de contratos, lo que envía una señal positiva al mercado. Mendoza, agregó, es un caso emblemático en ese sentido: en un país con nueve defaults, la provincia nunca incumplió sus compromisos financieros.

Cornejo también abordó la litigiosidad en el mercado de ART, donde Mendoza implementó oficinas de conciliación laboral —junto con la Ciudad de Buenos Aires, únicos distritos con ese sistema— logrando que el 70% de los casos se resuelvan sin llegar a la justicia. En materia de inteligencia artificial, llamó a debatir la regulación sin dogmatismos ideológicos: «No puede ser que cinco empresas sean más importantes que todo por tener esa tecnología». Cerró su intervención con un llamado al mercado asegurador: apuesta a que el mercado asegurador crezca porque es, para Cornejo, sinónimo directo de que la economía argentina se vuelve sostenible.

### El ministro Santilli afirmó que Argentina está acerca de cruzar a la otra orilla hacia un ciclo de crecimiento sostenido

Durante la segunda jornada del Insurance Week que se desarrolla en Mendoza, organizado por CIDEs (Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro), el ministro del Interior, Diego Santilli, trazó un balance de los dos primeros años de gestión y defendió el rumbo económico ante el sector empresario: reconoció el costo del ajuste pero afirmó que las bases del crecimiento ya están sembradas y que el desafío de 2026 es extender la recuperación a todos los sectores.

Santilli abrió su intervención con una lectura del punto de partida: una Argentina que había llegado a un colapso, «fuera de contexto mundial», donde se batieron todos los records de destrucción económica. Desde allí, trazó una curva de recuperación que incluye el restablecimiento del superávit fiscal, crecimiento en 11 de los 15 sectores de actividad y récords en exportaciones e inversiones. Destacó al presidente Milei como el mandatario más reformista de la historia reciente y destacó la devolución de facultades a las provincias como uno de los cambios estructurales más relevantes del periodo, con la ley de glaciarios como ejemplo concreto de ese giro federal.

Respecto de uno de los puntos más sensibles para el mercado asegurador -la litigiosidad laboral-, el ministro destacó a Mendoza como modelo a seguir: sus reformas estructurales lograron reducir de forma concreta la conflictividad judicial. El ministro invitó al auditorio empresario: son las compañías privadas, en un marco más desregulado y con inversiones crecientes, las que deben empujar la siguiente etapa. Planteó la disyuntiva en términos netos: volver a la Argentina donde devaluar y empobrecer eran la moneda corriente, o sostener el camino de la sanidad económica. En ese marco, descartó cualquier posibilidad de marcha atrás: «El presidente no va a claudicar y los argentinos lo entienden».

El horizonte que trazó fue ambicioso: un tercer año consecutivo de crecimiento en 2026 y un 2027 que encuentre al país discutiendo más empleo, más inclusión y más exportaciones.

**CNP Seguros participó en una jornada sobre Inteligencia Artificial aplicada a la gestión organizacional**



● **Alejandro Korin, CEO de CNP Seguros**, participó de una jornada de actualización sobre **Inteligencia Artificial** organizada por **Universidad Blas Pascal** y la **Cámara de Comercio e Industria Franco-Argentina**, en la que se abordaron los desafíos y oportunidades que esta tecnología presenta para el management y la gestión de personas.

En un contexto en el que la inteligencia artificial redefine los modelos de trabajo, el encuentro reunió a referentes del ámbito empresarial y académico para compartir experiencias concretas de implementación en organizaciones. En este marco, se presentaron casos reales, entre ellos el de **CNP Seguros**, destacando iniciativas vinculadas a la adopción de tecnologías basadas en datos y automatización de procesos.

La participación de **Korin** reafirma el compromiso de **CNP Seguros** con la innovación y la transformación digital, impulsando una estrategia que integra herramientas de inteligencia artificial para optimizar la toma de decisiones y mejorar la experiencia de clientes y colaboradores.

La jornada contó además con la presencia de especialistas en management, tecnología y liderazgo organizacional, quienes aportaron distintas miradas sobre el impacto actual y futuro de la **IA** en las empresas.

**Beneficio Compañía de Seguros anuncia la incorporación de Verónica Moyano como nueva Directora Comercial de Vida**



● Con más de 20 años de experiencia en la industria aseguradora, **Moyano** se suma a la compañía con el objetivo de fortalecer el desarrollo del negocio de vida, consolidar la estrategia comercial y continuar impulsando el crecimiento sostenible de la organización.

**Moyano** cuenta con una destacada trayectoria en gestión integral del negocio, estrategia comercial y transformación organizacional en compañías del sector asegurador. A lo largo de su carrera, ha tenido responsabilidad directa sobre resultados de ventas, rentabilidad y eficiencia operativa, liderando iniciativas de alto impacto orientadas a la optimización de procesos, el desarrollo de canales comerciales, productos y la mejora de la experiencia del cliente.

Previo a su incorporación a **Beneficio**, se desempeñó como **Gerente Comercial en Lograr Compañía de Seguros**, donde lideró la construcción del modelo comercial desde su etapa fundacional, definiendo redes de ventas, oferta de productos y planes de crecimiento escalable. Anteriormente, ocupó la **Dirección de Estrategia e Innovación en CNP Seguros**, liderando procesos de transformación del negocio, desarrollo de productos digitales y mejora de la eficiencia operativa.

Asimismo, cuenta con amplia experiencia en la gestión de canales de ventas, desarrollo de redes de productores y brokers, y liderazgo de equipos multidisciplinarios, integrando estrategia comercial, operación y tecnología para el cumplimiento de objetivos de negocio. En su nuevo rol, **Moyano** será responsable de impulsar el desarrollo del negocio de seguros de vida, fortalecer las capacidades comerciales y acompañar el crecimiento de la compañía en un entorno altamente competitivo y dinámico.

“Es un honor incorporarme a **Beneficio Compañía de Seguros** y asumir este nuevo desafío. Mi objetivo es contribuir al crecimiento del negocio de vida mediante una gestión orientada a resultados, eficiencia operativa y generación de valor para nuestros clientes y socios estratégicos”, señaló **Moyano**.

**Breves del Informe**

**AVIRA lanza la 12ª edición de su Concurso de Creatividad “Generando Conciencia Aseguradora”**



● La **Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA)** anuncia el lanzamiento de la **12ª edición del Concurso de Creatividad “Generando Conciencia Aseguradora”**, una iniciativa que invita a pensar, crear y comunicar el valor de los seguros de vida y de retiro desde nuevas miradas.

“El concurso es una herramienta clave para acercar el concepto de conciencia aseguradora a nuevas generaciones, a través de los lenguajes y formatos con los que hoy se comunican. Al mismo tiempo, nos permite seguir construyendo un puente entre la industria y el talento creativo, impulsando nuevas formas de dialogar acerca del valor del seguro”, destaca **Irene Capusselli, Presidenta de la Asociación**. “El Concurso es una acción que nos enorgullece y que apuesta a una innovación en la forma de apelar audiencias de manera cada vez más cercana, actual y con impacto”.

**Nueva categoría**

En esta nueva edición, el concurso propone una estructura de categorías renovada, alineada con las tendencias actuales de creación y consumo de contenidos y formatos creativos. Las categorías 2026 son:

• **Audiovisual**

Con novedad: se incorpora como requisito la presentación en formato vertical (9:16 y 16:9), con el objetivo de facilitar su difusión en plataformas digitales como Reels y Stories. Se aceptan piezas de ficción, documental o registro de acciones comunitarias.

• **Gráfica**

Una de las de mayor participación del certamen. Se admiten piezas desarrolladas con soporte de herramientas de inteligencia artificial (IA).

• **Advergaming (nueva categoría)**

El término proviene de la combinación de «advertising» (publicidad) y «gaming» (juegos). Invita a desarrollar conceptos de juegos educativos vinculados al mundo del seguro, estimulando la creatividad en formatos interactivos. Es una propuesta para pensar en los seguros desde una lógica lúdica.

**Premios**

El certamen otorgará premios en dinero por un total de \$9.400.000, a las piezas destacadas.

Los trabajos serán evaluados por un jurado integrado por referentes del ámbito creativo, académico y asegurador. Dirigido a estudiantes, profesionales y creativos de todo el país, el concurso busca impulsar ideas que comuniquen de forma simple, creativa y relevante cómo estos instrumentos de protección y ahorro pueden ser aliados concretos para cuidar el presente y planificar el futuro. Los interesados podrán participar de manera individual o en equipo y tendrán tiempo hasta el 31 de julio para presentar sus propuestas.

Para más información e inscripción: [www.avira.org.ar/concurso](http://www.avira.org.ar/concurso)



**En grupo, de noche y en la calle: cómo evoluciona el robo vehicular en el inicio de 2026**

Según el último “Indicador Ituran de Robo Vehicular (IRV)”, durante enero y febrero, más del 75% de los hechos fueron a mano armada y ocurrieron mayoritariamente en la vía pública.

● **Ituran Argentina**, empresa líder en innovación y tecnología enfocada en servicios para la administración, localización, control y asistencia en recupero de vehículos, presentó su último “Indicador de Robo Vehicular” (IRV), correspondiente al primer bimestre del año, con datos recabados por su Centro de Comando y Control en CABA y GBA.

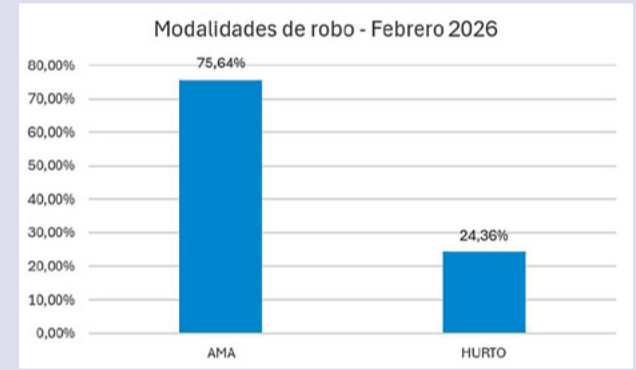
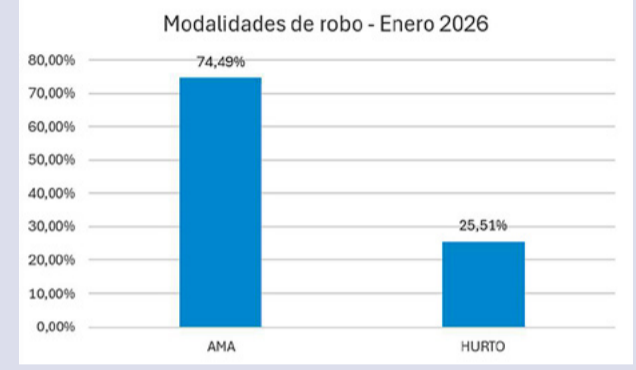
Durante el verano, la modalidad a mano armada fue la más utilizada por los delincuentes: representó el 74,49% de los casos registrados en enero y el 75,64% en febrero. El hurto sostuvo porcentajes similares durante ambos meses alcanzando el 25,51% y 24,36% respectivamente. La mayor parte de estos hechos tuvieron lugar en la vía pública, escenario de los 98,63% de los robos de enero y del 94,92% en febrero. Los casos ocurridos en garages fueron minoritarios alcanzando sólo el 1,37% en el primer mes del año y 5,08% en el siguiente.

Según muestra el informe, los autos particulares siguen siendo el tipo de

vehículo más buscado con el 57,5% de los casos totales y un aumento del 25,5% de enero a febrero. Las 4x4 Pick UP mantuvieron una alta participación durante el primer mes con el 28,57% y reflejaron una baja en el segundo mes del año alcanzando el 13,33%. Más atrás se ubicaron los motos (7,14% y 6,67%), los utilitarios (10,20% y 10,67%) y los camiones, que representaron el 3,06% en el primer mes y el 5,33% en el segundo.

En cuanto a la cantidad de delincuentes involucrados en cada hecho, enero mostró una mayoría de casos cometidos por dos personas (53,33%), seguido de grupos de cuatro (26,67%) y tres delincuentes (11,67%). Solo el 3,33% de los robos fueron perpetrados por un único asaltante. En febrero, la tendencia fue similar: los robos cometidos por bandas de dos integrantes sumaron un 42,55%. También se registró un 21,28% de hechos con cuatro delincuentes, 19,15% con tres y un 10,64% de bandas de cinco personas, mientras que el 4,26% fue cometido por un solo individuo.

**Daniela Medina, Gerente de Seguridad y Emergencias de Ituran Argentina**, explicó: “Lo que vemos en este inicio de año es una evolución en la forma en que se cometen los robos. El crecimiento de los robos a mano armada y la mayor participación de grupos de varios delincuentes reflejan un cambio en la dinámica del delito. Hoy vemos bandas más activas, que priorizan horarios de menor exposición y zonas específicas, lo que obliga a repensar las estrategias de prevención y respuesta”.



En términos de áreas geográficas, la zona Oeste del Gran Buenos Aires lideró los robos durante todo el verano, concentrando el 52,04% de los incidentes en enero y el 47,44% en febrero. Le siguió la zona Sur, que mostró un aumento del 23,47% al 29,49%. Por su parte, Capital Federal presentó porcentajes similares con el 12,24% en enero y el 12,82% en febrero; y la Zona Norte se mantuvo estable, ocupando el último lugar en ambos meses.

Respecto a los días de la semana, el comportamiento de los robos muestra variaciones entre ambos meses, aunque con cierta concentración hacia el final de la semana. En enero, los jueves se posicionaron como el día más crítico, concentrando el 21,43% de los casos, seguidos por los viernes (18,37%). Sin embargo, en febrero el pico se trasladó al sábado, que pasó a liderar con el 20,51%, mientras que jueves y viernes compartieron el segundo lugar con el 16,67%.

En cuanto a los días de menor incidencia, los fines de semana mostraron un comportamiento dispar: en enero registraron los valores más bajos (8,16% tanto sábado como domingo), mientras que en febrero el domingo se mantuvo como el día con menos robos (8,97%), pero el sábado experimentó un aumento significativo, convirtiéndose en el día con mayor cantidad de casos.

El relevamiento también reflejó cuáles son las franjas horarias más riesgosas. La más crítica continúa siendo la de 18:00 a 24:00 horas, en la que ocurrieron el 42,86% de los robos en enero y el 43,59% en febrero. En segundo lugar, se observa un cambio en la dinámica: mientras que en enero la franja de 12:00 a 18:00 concentró el 25,51% de los casos, en febrero ese porcentaje descendió al 16,67%, igualándose con la franja de 06:00 a 12:00, que registró el mismo porcentaje.

Por su parte, la madrugada (00:00 a 06:00) mostró un incremento significativo, pasando del 17,35% en enero al 23,08% en febrero, lo que indica un corrimiento parcial de los hechos hacia horas más nocturnas. “Esta información nos permite identificar patrones cada vez más claros: franjas horarias críticas, zonas con mayor concentración y modalidades que se repiten. Este tipo de datos es clave no solo para reaccionar, sino para anticiparse y tomar decisiones más inteligentes en materia de seguridad. La tecnología y el análisis de datos cumplen un rol central para entender cómo operan los delincuentes y poder actuar de forma más rápida y precisa frente a un escenario cada vez más dinámico”, concluyó **Franco Taraborelli, Gerente General de Ituran Argentina**.

**Ficha técnica del “Indicador ITURAN de Robo Vehicular” (IRV)**  
Informe realizado por **ITURAN Argentina** con datos obtenidos durante enero y febrero de 2026 en base a su cartera de más de 350.000 vehículos monitoreados con sistemas de geolocalización en todo el territorio argentino.



profile profile

LA CASA BLANCA DE HABANA

El regreso de un clásico con alma de barrio y espíritu artesanal

Villa Pueyrredón vuelve a tener su pizzería de culto. Con horno 100% a leña, ingredientes premium, torta de ricota de la abuela y un estilo propio que fusiona lo napoletano y lo porteño, dos amigos reabrieron el mítico local de la esquina de Nazca y Habana para rendir homenaje a la tradición, la familia y la amistad.

En el corazón de Villa Pueyrredón, **La Casa Blanca de Habana** renace como un espacio que celebra la memoria colectiva del barrio y la excelencia gastronómica. Fundada originalmente en los años 90 y recordada por generaciones de vecinos, la pizzería reabrió sus puertas en septiembre de 2024 de la mano de **Walter García Díaz** y **Martín Coiro**, dos amigos nacidos y criados en la zona, decididos a recuperar el histórico local con una propuesta de calidad, fiel a su esencia original pero con una mirada contemporánea.

El nuevo proyecto conserva el nombre y elementos icónicos del lugar, pero incorpora una identidad renovada centrada en la producción artesanal, materias primas seleccionadas y una experiencia cuidada. La cocina gira en torno a un horno de piedra 100% a leña —con quebracho blanco y rojo— construido a medida por un artesano. Allí, las pizzas se cocinan a la vista, en tiempo real, sobre una masa elaborada con fermentación de 48 horas, masa madre y harina tipo napoletana. El resultado: una base liviana, borde desarrollado, textura crocante y un distintivo toque de alioli casero en los bordes.

El local fue completamente renovado, aunque conserva guiños estéticos a su historia: el cartel original, cerámicas ilustradas en las paredes y antiguas pizzerías colgando del techo, a modo de homenaje funcional. Estos detalles conviven con un interiorismo actualizado que combina materiales nobles, mobiliario clásico e iluminación cálida, generando un ambiente acogedor y familiar. El salón —con mesas interiores y en la vereda— invita tanto a vecinos como a nuevos comensales, integrando la experiencia gastronómica con la vida del barrio. El foco está puesto en la atención personalizada en salón y mostrador, priorizando el contacto directo con el cliente y la frescura del producto. Para quienes eligen el take away, se incluye una recomendación especial para recalentar la pizza en casa sin perder textura ni sabor, reforzando el compromiso con la calidad.

El menú comienza con una sección “Para picar”, que incluye lehmeyún (empanada armenia) de receta familiar —en versiones como carne especiada de la nona Caty, queso y cebolla, y calabaza con rúcula—, pan de pizza con alioli casero y porciones de faín en variedades como cebolla caramelizada con queso reggiano, o tomates confitados con rúcula y cebolla morada. ➔



ficha técnica

NOMBRE	La Casa Blanca de Habana
DOMICILIO	Nazca 4301, Villa Pueyrredón
ESPECIALIDAD	Pizzas de masa madre en horno a leña
VARIOS	Las pizzas, de 30 cm, combinan técnicas napoletanas con sabores porteños, y se presentan en dos líneas: tradicionales y especiales
INSTAGRAM:	@lacasablancadehabana
WHATSAPP:	+54 11 7065-3403
HORARIO:	martes y miércoles de 19 a 23.30 hs, jueves a domingos de 20 a 00 hs.

El local fue completamente renovado, aunque conserva guiños estéticos a su historia: el cartel original, cerámicas ilustradas en las paredes y antiguas pizzeras colgando del techo, a modo de homenaje funcional



→ Las pizzas, de 30 cm, combinan técnicas napolitanas con sabores porteños, y se presentan en dos líneas: tradicionales (napolitana, fugazzeta clásica y rellena, cuatro quesos, mozzarella) y especiales, como stracciatella (con base blanca de crema, mozzarella, calabaza asada, hongos, almíbar, hierbas y tomates confit), mortadella con pistacho (con salsa de tomates casera, mozzarella, ricotta, maní tostado y pesto de albahaca), bresaola (con crema de ajo crocante, mozzarella, queso duro, almíbar cítrico con un poco de picor) y azul (con base de crema, mozzarella, cebolla caramelizada y de verdeo).

También hay alternativas veganas y sin TACC, elaboradas en horno convector. Todo se prepara en el momento, de forma artesanal y a la vista.

La propuesta dulce incluye torta de ricota artesanal con receta de la nona Elena, servida con mandarinas confitadas a la leña, y budín de pan de masa madre acompañado de dulce de leche y crema. Las bebidas abarcan desde op-



ciones sin alcohol, cervezas y vinos por copa o botella, hasta cócteles clásicos. Además, la casa cuenta con su propia etiqueta de moscato joven, Momenti, disponible en copa o botella de 750 cc, y en dos tragos exclusivos: Moscatoni (con Sprite y jugo de limón) y Momenti Spritz (con agua tónica y jugo de limón).

Más allá de lo culinario, el proyecto busca revalorizar el barrio y recuperar un ícono cultural local. Sus fundadores lo definen como un punto de encuentro intergeneracional, donde se entrelazan los recuerdos de quienes crecieron con **La Casa Blanca de Habana** y el descubrimiento de nuevas generaciones, siempre bajo los pilares de la amistad, la familia y la tradición de la zona.

Con una combinación de legado, pasión gastronómica y visión emprendedora, **La Casa Blanca de Habana** vuelve a posicionarse como una referencia del circuito pizzeria porteño, reafirmando su lazo con la comunidad y su apuesta por la calidad en el segmento artesanal del barrio. 🍕

**SANCOR  
SEGUROS**

**EL VALOR  
DE DAR  
RESPUESTA**

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

[sancorseguros.com.ar](http://sancorseguros.com.ar) /    



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# informe

## operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# Claudia Davecchi

Casada - 46 Años - Un hijo - Signo Cáncer (11/07/1979 )

Gerente Regional Cuyo **ALBA CAUCION S.A.**



● **UN HOBBY**

Hacer manualidades

● **LA JUSTICIA**

Divina

● **LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES**

Son los dos necesarios, no hay mejores ni peores, pero si me das a elegir trabajo con hombres

● **LA SEGURIDAD**

Es muy importante en los tiempo en lo que vivimos

● **UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY**

Los desayunos con mi abuela

● **MI MODELO PREFERIDO**

Valeria Mazza

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Seguro de mi casa porque tengo otras medidas de seguridad

● **VESTIMENTA**

Formal

● **LA MUERTE**

Respeto

● **EL MATRIMONIO**

Un acto de legalidad

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Retomar una carrera universitaria

● **UN SER QUERIDO**

Mi abuela

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Richard Gere

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La mentira

● **ESTAR ENAMORADO ES**

Una emoción muy bonita

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **SU MAYOR VIRTUD**

Bondad

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

La Marchigiana en Mendoza

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Ocultar alguna persona

● **¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?**

En negocios virtuales

● **EL TEATRO**

Amo el Teatro Colón

● **LE TENGO MIEDO A**

Nada

● **TENGO UN COMPROMISO CON**

La vida

● **LA INFLACIÓN**

Me preocupa mucho

● **UN SECRETO**

No tengo ninguno

● **LA MUJER IDEAL**

La mujer sincera, humilde y detallista

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Ser estructurada

● **LA CULPA ES DE**

Mía

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER**

Mis ahorros

● **UN FIN DE SEMANA EN**

El mar

● **LA INFIDELIDAD**

No la acepto

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Invertir en nuevos negocios inmobiliarios

● **EL FIN DEL MUNDO**

No lo creo

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Godoy Cruz Antonio Tomba

● **ESCRITOR FAVORITO**

Jorge Luis Borges

● **SI VOLVIERA A NACER SERÍA**

Como hoy soy

● **UNA CANCIÓN**

La vida es una moneda de Baglietto

● **EL AUTO DESEADO**

Ninguno

● **EL PASADO**

Lo dejo atrás y sigo adelante

● **¿CUÁL ES SU RED SOCIAL PREFERIDA?**

Instagram

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **EL DÓLAR**

Una moneda importante

● **LA TRAICIÓN**

No la perdono

● **LA CORRUPCIÓN**

No la acepto

● **EN COMIDAS PREFIERO**

Pastas

● **¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?**

La felicidad de Gabriel Rolón

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

● **MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIÓ ESTE AÑO**

El niño con el pijama de rayas

● **PSICOANÁLISIS**

Me encanta

● **¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?**

La obsesión con la limpieza o al menos ser más permisiva

● **DIOS**

Un Ser divino al quien me afero mucho

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES**

Charly García

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

La compañía

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

Como se viste

● **EN DEPORTES, PREFIERO**

El tenis

● **UN MAESTRO**

René Favaloro

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Europa

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

El licor Baileys

● **EL PERFUME**

Carolina Herrera Good Girl

● **UNA CONFESIÓN**

Amar la vida

● **NO PUEDO**

Dejar de preocuparme por mi familia

● **MARKETING**

Creo que es una herramienta muy importante

● **EL GRAN AUSENTE**

No tengo

● **¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?**

Meditación

● **¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?**

Perfumes

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

Italia



Avanzar también es sentirse cuidado.

Conocé todos nuestros seguros en: [www.bbvaseguros.com.ar](http://www.bbvaseguros.com.ar)

