



informe

operadores de mercado



Nadia Torres Caffarel

Gerente General de Gestión Seguros



Cercanía, agilidad y servicio



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

GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS

AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

“Hoy la clave está en la agilidad comercial y en la cercanía con el cliente y el productor”

Con fuerte especialización en cauciones, Gestión Seguros está enfocada en fortalecer la relación con sus productores, consolidar su presencia de marca y potenciar sus capacidades comerciales con un plantel abocado a generar relaciones de largo plazo. “El equipo es un pilar clave en este proceso: apostamos a seguir desarrollándolo, sumando especialización y alineando objetivos para poder brindar un mejor servicio”, explica Nadia Torres Caffarel, gerente general de la compañía, que durante el último ejercicio alcanzó un volumen de producción cercano a los \$ 6.000 millones.



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



Nadia Torres Caffarel
Gerente General de Gestión Seguros

¿Cómo impacta en el mercado asegurador el contexto macroeconómico por el que atraviesa la Argentina?

El contexto macroeconómico genera un escenario desafiante, pero también de oportunidades. Por un lado, obliga a las compañías a ser más eficientes, cuidar la rentabilidad técnica y ajustar sus procesos. Por otro, en ramos como **Caución**, el seguro se vuelve aún más relevante como herramienta para garantizar obligaciones en un entorno de mayor incertidumbre. En este contexto, la clave está en la capacidad de adaptación, la agilidad comercial y la cercanía con el cliente y el productor.

En **Caución**, además, se ven impactos bien concretos según el segmento: en Aduana, por ejemplo, hubo una baja en las exigencias y eso se traduce en menor demanda de cauciones. Al mismo tiempo, la menor participación de la obra pública tradicional empieza a compensarse de a poco con mayor protagonismo del sector privado, con proyectos de inversión importantes, especialmente en energía, Oil & Gas y minería, muy vinculados también al desarrollo de Vaca Muerta y a esquemas de incentivo a la inversión como el RIGI. En este escenario, más allá de las oportunidades será fundamental sostener una buena suscripción y trabajar con criterio en cada operación.

Somos positivos: creemos que más allá del contexto hay oportunidades concretas y que las compañías que estén preparadas van a poder crecer. Ahí es donde creemos que se va a marcar la diferencia. ➡



RUS[®]
RIO URUGUAY SEGUROS

Hoy operamos de forma 100% online.

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

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

RUS[®] DIGITAL



« En un contexto dinámico, es clave mantener un equilibrio entre competitividad comercial y rentabilidad, ajustando tarifas en función del riesgo, la evolución del mercado y la siniestralidad »

» ¿Cuál es la estrategia comercial de la compañía frente al actual escenario?

Nuestra estrategia está centrada en tres ejes: cercanía, agilidad y servicio. Estamos trabajando en fortalecer la relación con nuestros productores, acompañándolos más de cerca, entendiendo sus necesidades y brindando respuestas rápidas. Al mismo tiempo, buscamos consolidar nuestra presencia de marca y potenciar nuestras capaci-

dades comerciales, con un equipo enfocado en generar relaciones de largo plazo.

El equipo es un pilar clave en este proceso: estamos apostando a seguir desarrollándolo, sumando especialización y alineando objetivos para poder dar un mejor servicio.

Es un año de construcción, donde estamos sentando las bases para un crecimiento sostenido.

¿Cómo está compuesta actualmente la cartera de Gestión Seguros?

Nuestra cartera tiene un fuerte peso en **Caución**, que representa aproximadamente el 80% de la producción, y es el core histórico de la compañía. El resto se distribuye entre ramos de **Personas y Responsabilidad Civil**, donde venimos creciendo y desarrollando una propuesta más especializada. Entre otras cosas, estamos impulsando soluciones específicas como **RC** para eventos. Y en general en riesgos **Patrimoniales** buscamos diferenciarnos por la agilidad, con tiempos de emisión rápidos y un enfoque de servicio muy alineado al que tenemos en **Caución**, que no es tan habitual en estos ramos.

En **Personas**, trabajamos con un enfoque muy claro de especialización y servicio. Somos una compañía ágil, con capacidad de dar respuesta rápida y de diseñar soluciones a medida, lo que nos posiciona con una impronta más de compañía boutique. Contamos con productos diferenciales, como coberturas de **Accidentes Personales** que incluyen más de 200 deportes y soluciones específicas como coberturas en altura superiores a los 50 metros, que no son habituales en el mercado. Además, tenemos una propuesta sólida en **Accidentes Personales** prestacionales. Nuestro objetivo es ofrecer soluciones concretas, con rapidez de emisión y cercanía en el servicio, trasladando esa lógica más personalizada de **Caución** al resto de los ramos.

¿Qué ramos tienen mejores oportunidades de desarrollo? ¿Planean sumar nuevos ramos?

Vemos buenas oportunidades tanto en **Caución** como en ramos de **Personas y Responsabilidad Civil**. En **Caución**, si bien es un año desafiante, empiezan a aparecer oportunidades vinculadas a la inversión privada, especialmente en sectores como energía, **Oil & Gas** y minería. En paralelo, estamos impulsando con fuerza los ramos de **Personas y Responsabilidad Civil**, donde el crecimiento viene de la mano de una mayor especialización y de una propuesta de valor centrada en el servicio y la rapidez de respuesta. En cuanto a nuevos ramos, »

« Una de nuestras principales fortalezas es el equipo. Contamos con un plantel comprometido que seguimos fortaleciendo con perfiles cada vez más especializados »



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

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

Primero lo que importa.



la segunda
SEGUROS

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado de Seguros, junto a Nadia Torres Caffarel, Gerente General de Gestión Seguros



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



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS SA.**

www.fedpat.com.ar



PROTAGONISTAS

→ hoy el foco está en potenciar y consolidar los actuales. Estamos haciendo un seguimiento del negocio y evaluando, hacia adelante, posibles incorporaciones, pero con una lógica de crecimiento ordenado.

¿Cómo están manejando la estructura tarifaria?

Estamos trabajando con un enfoque técnico y prudente, priorizando la sustentabilidad del negocio. En un contexto dinámico, es clave mantener un equilibrio entre competitividad comercial y rentabilidad, ajustando tarifas en función del riesgo, la evolución del mercado y la siniestralidad.

¿Cómo evoluciona la venta online?

La venta online va avanzando, pero creemos que el mercado sigue moviéndose principalmente a través de los PAS, que son un actor central en nuestro negocio.

En ese sentido, trabajamos con un modelo combinado, donde la tecnología facilita la operatoria y hace los procesos más ágiles, pero el asesoramiento sigue siendo un diferencial clave. Hoy ya contamos con capacidad de cotizar y emitir a través de nuestra web, especialmente en riesgos de **Accidentes Personales**, incluyendo más de 250 actividades, incluso deportes extremos como paracaidismo o jineteada, que suelen estar excluidos en otras compañías. Y en esa misma línea, en breve estaremos relanzando nuestra web, incorporando la contratación online de más riesgos y mejorando la experiencia digital.

¿Qué están haciendo para captar a los públicos digitales?

Estamos trabajando en mejorar de manera continua nuestros procesos y sistemas, siempre con foco en el servicio y en simplificar la experiencia tanto para productores como para clientes. En esa línea, desarrollamos propuestas específicas como las garantías de alquiler, pensadas para que sean fáciles y accesibles para los inquilinos, pero al mismo tiempo completas en cobertura para los propietarios. La idea es combinar →

informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 33 / Nº 809 - Abril 2026

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES

www.informeoperadores.com.ar

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

https://twitter.com/InformeOperador

DIRECTORA

Delia Rimada

delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN

Oscar Martínez / oscarrevistas@gmail.com.ar

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD

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

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD

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

COLABORADORES

Lic. Anibal Cejas.

Dra. Gabriela Álvarez.

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

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

50 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 | 5° Piso | CABA

✉ info@dcsistemas.com.ar

🌐 www.dcsistemas.com.ar



« Como gerente general mi objetivo es consolidar un equipo sólido, alineado y con fuerte foco en el cliente »

→ herramientas digitales con una propuesta de valor clara que realmente resuelva necesidades concretas.

¿Qué rol ocupan los PAS en este nuevo escenario tecnológico? ¿Qué herramientas les dan para generar nuevas ventas?

Los PAS siguen siendo un pilar fundamental de nuestro modelo de negocio. La tecnología no viene a reemplazarlos sino a potenciarlos. Por eso estamos enfocados en brindarles herramientas que les permitan cotizar más rápido, gestionar sus carteras de manera más eficiente y mejorar la experiencia de sus clientes. Nuestro objetivo es que puedan vender más y mejor, con el respaldo de una compañía ágil y cercana.

¿A cuántos PAS nuclea actualmente en su red? ¿Cómo los capacitan?

Contamos con una red de más de 270 productores a nivel nacional. Y este año vamos a impulsar con más fuerza la capacitación, tanto desde lo técnico como desde lo comercial, acompañándolos con material, manuales de producto y herramientas que les faciliten la gestión. Además, generamos espacios de encuentro como desayunos de trabajo y charlas con referentes y economistas (como Martín Tetaz) que aportan una mirada de contexto muy valiosa para su negocio. También lanzamos un espacio exclusivo de eventos para mujeres, cuyo primer encuentro realizamos el mes pasado en el marco del mes de la mujer con muy buena recepción. Un punto que destacamos especialmente es el acompañamiento en cobranzas: contamos con un equipo dedicado, con una presencia muy cercana, que trabaja activamente con los productores para ayudarlos en la gestión diaria. Creemos que el crecimiento es conjunto y que cuanto más acompañados estén mejor pueden desarrollarse.

¿Cómo visualiza el desarrollo de los ramos Caución y Personas en 2026?

En **Caución**, creemos que el desarrollo va a estar muy vinculado a cómo evolucione la inversión privada. Más allá de un contexto desafiante, hay sectores que empiezan a mostrar dinamismo, especialmente energía, **Oil & Gas** y minería, con fuerte impacto también en todo lo que rodea a **Vaca Muerta** y a nuevos esquemas de incentivo a la inversión como el **RIGI**. También vemos oportunidades en segmentos más específicos, como obra privada o garantías de alquiler, que siguen teniendo una demanda sostenida.

Mirada integral

Nadia Torres Caffarel, licenciada en **Ciencia Política** por la **UBA** y con un posgrado en Negociación de la **UCA**, lleva más de 18 años trabajando en el mercado asegurador, con fuerte especialización en el ramo **Caución**. Inició su carrera en 2007 en **ACG Aseguradora de Créditos y Garantías**, parte de **Bristol Group**, donde ingresó como recepcionista. Luego pasó al área comercial, primero como asistente y después como ejecutiva de cuentas, donde empezó a trabajar directamente con productores y grandes brokers. En 2016 asumió como **Team Leader**, acompañando el desarrollo de un equipo comercial, y en 2023 asumió como gerente comercial, liderando la estrategia y el desarrollo del negocio. *“Tuve la oportunidad de aprender en una compañía muy reconocida en el mercado, a la que muchos llaman ‘la escolita de Caución’, donde me formé profesionalmente y trabajé junto a grandes referentes de la industria”, recuerda Torres Caffarel. “Hoy, en mi rol como gerente general de Gestión Seguros, busco aportar una mirada más integral con foco en consolidar a la compañía, fortalecer el equipo y acompañar su crecimiento en el mercado”, explica la ejecutiva en diálogo con Informe.*



PROTAGONISTAS

En ramos de **Personas**, el crecimiento lo vemos más desde la especialización que desde la masividad. Hay espacio para propuestas más flexibles, con productos diferenciales y un servicio más cercano, donde la rapidez de respuesta y la capacidad de adaptación hacen la diferencia. En ambos casos, el foco va a estar en elegir bien dónde crecer y en sostener una propuesta de valor clara, más allá del volumen. Desde la compañía somos positivos y estamos haciendo una fuerte apuesta, con inversión y foco en que este sea un gran año.

¿Cuáles son las mayores fortalezas de la compañía para hacer frente al escenario actual?

Una de nuestras principales fortalezas es el equipo. Contamos con un equipo comprometido que seguimos fortaleciendo con perfiles cada vez más especializados.

A eso se suma la agilidad: somos una compañía con una estructura flexible, lo que nos permite adaptarnos rápido y dar respuestas en tiempos cortos. Y, sobre todo, el foco en el servicio. Buscamos estar cerca del productor y del cliente, entender cada necesidad y dar soluciones concretas, muchas veces a medida. Esa combinación de equipo, agilidad y cercanía es lo que nos permite enfrentar el contexto actual y al mismo tiempo seguir viendo oportunidades de crecimiento.

¿Qué volumen de producción manejaron durante el último ejercicio? ¿Cuáles son las proyecciones para el periodo actual?

Durante el último ejercicio alcanzamos un volumen de producción cercano a los \$ 6.000 millones. Para este año el foco está puesto en un crecimiento fuerte, con el objetivo de duplicar la producción. Estamos trabajando en esa línea, apalancados en el desarrollo de **Caución**, el impulso de ramos de **Personas** y **Responsabilidad Civil** y el fortalecimiento de nuestra red de productores. También hay un trabajo importante en procesos, sistemas y servicios que creemos será clave para sostener ese crecimiento de manera ordenada.

¿Cuáles son los próximos pasos de la compañía en términos comerciales?

Los próximos pasos están enfocados en consolidar lo que venimos construyendo.

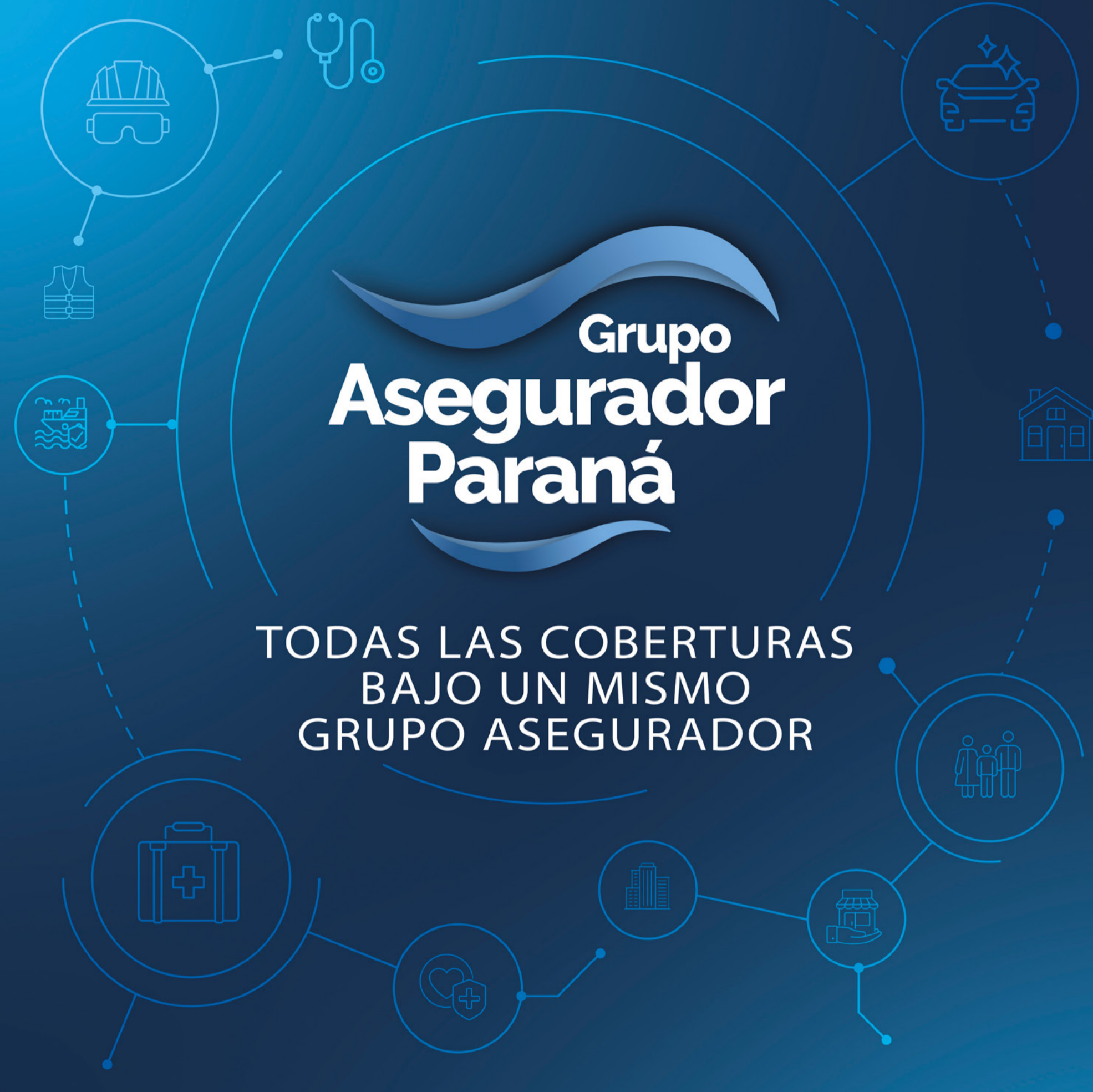
Por un lado, vamos a seguir potenciando nuestra red de productores, fortaleciendo el vínculo y acompañándolos con herramientas y capacitación. También estamos trabajando en mejorar procesos y sistemas para ser cada vez más ágiles en la respuesta.

En paralelo, buscamos crecer fuertemente en **Caución**, y seguir desarrollando los ramos donde ya operamos, con foco en especialización y en propuestas diferenciales tanto en **Personas** como en **Responsabilidad Civil**. Y, por último, continuar consolidando la marca, ganando mayor presencia y posicionamiento en el mercado.

¿Cuáles son sus objetivos al frente de la Gerencia General de la compañía?

Como gerente general mi objetivo es consolidar un equipo sólido, alineado y con fuerte foco en el cliente. Busco aportar una visión integral del negocio, combinando mi experiencia comercial con una mirada estratégica para fortalecer la compañía, potenciar la marca y generar relaciones de largo plazo con nuestros productores y clientes.

El foco está en construir una base sólida que nos permita crecer de manera sostenida.



TODAS LAS COBERTURAS BAJO UN MISMO GRUPO ASEGURADOR



Una mirada estratégica que integra prevención, cobertura y respaldo.

Realidad del Mercado de Seguros de personas en Argentina

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Durante décadas, el mercado de seguros de personas en Argentina se mantuvo en un segundo plano en comparación con los seguros patrimoniales, tales como el seguro de automóviles o accidentes de trabajo, básicamente por el carácter obligatorio de estos últimos y el interés de la población en priorizar los seguros sobre los bienes materiales que concentraron la mayor parte de la atención y la inversión. Mientras los seguros obligatorios tienen una penetración masiva por imposición legal, los seguros de personas enfrentan el desafío de convencer a la sociedad de su valor como herramienta de protección y planificación.

La cultura aseguradora local estuvo marcada por la desconfianza, la burocracia y la percepción de que contratar un seguro de vida o salud era un gasto más que una inversión. En un país atravesado por la inflación y la incertidumbre económica, la planificación a largo plazo parecía un lujo reservado para pocos.

Sin embargo, en los últimos años, la irrupción de la tecnología y la inteligencia artificial comenzó a transformar silenciosamente este escenario. Insurtechs locales y aseguradoras tradicionales están incorporando plataformas digitales, big data y aplicaciones móviles que permiten contratar pólizas en minutos, acceder a servicios de salud preventiva y personalizar coberturas según el perfil de cada cliente. Lo que antes era un trámite presencial y engorroso, hoy se convierte en una experiencia ágil, transparente y cercana. Hoy, contratar un seguro de vida o salud puede ser tan simple



Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com
www.americalre.com

como unos clics en el celular, y la evaluación de riesgos se realiza en segundos gracias a algoritmos que procesan millones de datos.

Este cambio no solo responde a la necesidad de modernizar procesos, sino también a una demanda creciente de protección en un contexto social complejo: familias que buscan seguridad financiera, trabajadores independientes que requieren coberturas flexibles y empresas que apuestan por beneficios colectivos para sus empleados. El mercado de seguros de personas en Argentina, aunque todavía con baja penetración, se encuentra en un punto de inflexión que puede redefinir su rol en la vida cotidiana de millones de argentinos.

La clave para el futuro será educar, digitalizar y generar confianza, de modo que los seguros de personas dejen de ser percibidos como un lujo y se conviertan en parte esencial de la vida cotidiana de los argentinos.

Situación actual del mercado

El mercado de seguros de vida en Argentina en 2026 está en plena expansión: alcanza un tamaño estimado de USD 17,31 mil millones y se proyecta que crecerá hasta USD 25,70 mil millones en 2031, con una tasa anual compuesta del 8,23%. Además de la protección familiar, hoy se consolidan como herramientas de inversión y planificación financiera. El tamaño del ➡



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



MERCADO

➔ mercado es de USD 17,31 mil millones en 2026, con fuerte potencial de crecimiento hacia 2031.

Lo cierto es que a pesar de estas mejoras que se observan en los últimos tiempos, a los seguros de personas todavía les queda un largo camino por recorrer, básicamente por varios motivos:

- **Alta fragmentación:** Conviven aseguradoras tradicionales con fuerte presencia territorial y nuevas insurtech que apuestan a la digitalización.
- **Crecimiento moderado:** El mercado de seguros de vida, salud y sepelio sigue siendo pequeño en comparación con otros países de la región, aunque con señales de expansión.
- **Nuevos productos:** Se destacan lanzamientos como el Seguro de Sepelio pensado para acompañar



RIVADAVIA
Es más seguro

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

segurosrivadavia.com

Nº de inscripción SSN
0222

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

www.argentina.gob.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

« La inflación y la inestabilidad económica hacen que las familias prioricen gastos básicos sobre coberturas de vida o salud. Los seguros de personas compiten con otras formas de ahorro e inversión más conocidas (plazos fijos, dólares, inmuebles). »

en momentos sensibles, y apps de bienestar.

Tipos de seguros de Persona

En el mercado argentino, los seguros de personas abarcan varias ramas que buscan proteger la vida, la salud y la integridad de los asegurados. Se trata de un segmento clave dentro del sistema asegurador. Dentro de ellos podemos destacar:

Seguro de Vida:

- **Individual:** cobertura ante fallecimiento, invalidez o enfermedades graves.
- **Colectivo:** contratado por empresas para sus empleados, con primas más bajas y acceso masivo.
- **Temporal y permanente:** los temporales cubren un período determinado (10–20 años), mientras que los permanentes incluyen ahorro e inversión.

Seguro de Salud / Medicina Prepaga:

- **Cobertura de gastos médicos,** internaciones y tratamientos.

Seguro de Accidentes Personales:

- **Protege ante lesiones,** incapacidad o fallecimiento por accidentes. Muy utilizado por trabajadores independientes y PYMES.

Seguro de Sepelio:

- **Cubre los gastos** asociados al fallecimiento.

Seguro de Invalidez y enfermedades críticas:

- **Complementa al seguro de vida,** ofreciendo indemnización ante diagnósticos graves (cáncer, infarto, etc.).

Causas de la baja penetración en el mercado

La baja penetración en el mercado argentino se debe en su mayor parte a la falta de cultura aseguradora, la idea de que como no es un seguro obligatorio es más un lujo que una necesidad, pero también coexisten otros factores que hacen que su penetración aún hoy en día esté muy por debajo de otras ramas. ➔

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

→ Factores Culturales y de percepción

Existe la idea de que el seguro de vida o salud es un "gasto innecesario" y no una inversión en protección. Muchos argentinos priorizan el ahorro inmediato frente a la planificación a largo plazo.

La confianza en las aseguradoras es limitada, persiste la percepción de trámites engorrosos y falta de transparencia.

Factores Económicos

La inflación y la inestabilidad económica hacen que las familias prioricen gastos básicos sobre coberturas de vida o salud. Los seguros de personas compiten con otras formas de ahorro e inversión más conocidas (plazos fijos, dólares, inmuebles).

Educación financiera limitada, gran parte de la población desconoce los beneficios fiscales (deducciones en Ganancias) y de inversión que ofrecen algunos seguros de vida. Falta información clara sobre cómo funcionan los productos y qué ventajas concretas aportan.

Oferta y distribución, históricamente, las aseguradoras se enfocaron más en seguros patrimoniales (autos, hogar) que en seguros de personas. La venta presencial y tradicional limita el alcance, especialmente en segmentos jóvenes que prefieren soluciones digitales.

Regulación y adaptación tecnológica, la normativa avanza más lento que la innovación, lo que retrasa la incorporación de productos digitales masivos. Aunque las insurtech están creciendo, todavía no logran penetrar en todos los segmentos sociales.

Los seguros de personas y la tecnología

La tecnología aplicada a los seguros de personas y ni hablar de la inteligencia artificial, no solo moderniza los seguros de personas en Argentina, sino que además redefine la relación entre aseguradoras y clientes. El futuro apunta a seguros más accesibles, rápidos y personalizados, pero ello nos obliga a mantener el equilibrio entre innovación y confianza, regulación y protección de datos.

Dentro de las principales innovaciones tecnológicas que hoy en día se aplican a los seguros de personas podemos destacar:

Inteligencia artificial (IA):

• **Automatización de procesos** Reclamos y gestiones que antes demoraban semanas hoy pueden resolverse en minutos. La IA permite que hasta el **95% de los siniestros** se gestionen sin intervención humana.

« Este nuevo escenario que atraviesan los seguros de personas en nuestro país, nos trae aparejado gran cantidad de desafíos »



- **Personalización de productos** Los algoritmos analizan hábitos de consumo, historial médico y datos socioeconómicos para diseñar seguros adaptados a cada perfil.
- **Detección de fraudes** La IA identifica patrones sospechosos en reclamos y documentación, reduciendo pérdidas millonarias para las compañías.
- **Experiencia del cliente** Contratación "en dos clics", soporte digital 24/7 y apps de bienestar que integran salud preventiva

Big Data y analítica avanzada:

- **Permite segmentar clientes** y diseñar productos específicos (ejemplo: seguros de vida con riders de enfermedades críticas).
- **Mejora la evaluación de riesgos** con información más precisa.

Plataformas digitales y apps:

- **Contratación en línea en minutos.** Acceso a beneficios de salud preventiva, telemedicina y asistencia digital.
- **Blockchain:** Se explora para contratos inteligentes y trazabilidad de operaciones, garantizando transparencia en pólizas y reclamos.

Tendencias clave

- **Cobertura flexible y personalizada:** Pólizas temporales (10-20 años), permanentes (vitalicias) y colectivas, adaptadas a distintos perfiles (jóvenes, familias, emprendedores, empleados de PYMES).
- **Riders opcionales:** Accidentes, enfermedades graves, cáncer, entre otros, que amplían la protección.
- **Integración fiscal:** Muchas pólizas permiten deducciones en el impuesto a las Ganancias, optimizando la carga tributaria.
- **Digitalización:** Comparadores online y apps bancarias (BBVA, Santander) facilitan contratación rápida y hasta un **40% de ahorro** en primas.
- **Servicios de bienestar:** Incluyen consultas médicas virtuales, asistencia óptica y programas preventivos.

Este nuevo escenario que atraviesan los seguros de personas en nuestro país, nos trae aparejado gran cantidad de desafíos. La atención presencial sigue siendo valorada por un segmento de la población, versus la digital aplicable a personas más jóvenes, sobre todo cuando hablamos del futuro y de seguros que son voluntarios. Dentro del marco normativo, la tecnología avanza a pasos agigantados y la reglamentación debe acompañar ese avance. El manejo de la privacidad de los datos se vuelve fundamental en este tipo de seguros, donde se maneja información sensible de las personas, lo que exige que se utilicen estándares de seguros y transparencia muy altos. 🌐



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



"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



Del intermediario al consultor: el nuevo rol del Productor Asesor de Seguros

Cuatro referentes del sector analizan la transformación del PAS frente a la complejidad de los riesgos, la digitalización y los límites del marco normativo vigente.

Escribe Lic. Aníbal Cejas

El mercado asegurador argentino atraviesa un momento de redefinición profunda. La creciente complejidad de los riesgos, clientes cada vez más informados y la irrupción de canales digitales de venta directa están poniendo en tensión el rol tradicional del **Productor Asesor de Seguros**. La pregunta ya no es si el PAS debe cambiar, sino cómo y a qué velocidad.

Para responder esa pregunta, convocamos a cuatro referentes del sector: **René Villegas**, Gerente de Estrategia Comercial del Grupo Sancor Seguros; **Sebastián Collazuol**, Jefe de Desarrollo Comercial de La Segunda Seguros; **Diego Andrada**, Gerente Comercial Canal Productores Asesores de Seguros de Hawk Group; y **Daniel Layus**, productor asesor con 40 años de experiencia. Sus visiones, distintas en tono y énfasis, coinciden en un punto central: el PAS que agrega valor técnico y analítico no solo sobrevive a la digitalización, sino que sale fortalecido de ella.

El empuje del cliente informado y la complejidad de los riesgos

René Villegas, Gerente de Estrategia Comercial del Grupo Sancor Seguros, señala: "Uno de los principales factores es el acceso masivo a la información. Hoy los clientes llegan con datos, comparaciones y opiniones, pero no siempre con información confiable o bien interpretada. Esto muchas veces genera más confusión que claridad. En ese contexto, el valor del Productor Asesor de Seguros se redefine: ya no alcanza con ofrecer productos, sino que se vuelve clave el rol de experto que interpreta, ordena y traduce esa información en soluciones concretas. A esto se suma una mayor complejidad de los riesgos —tanto personales como empresariales— que exige un enfoque más integral y personalizado. El cliente ya no busca solo 'comprar un seguro', sino entender



qué necesita cubrir y por qué. Ahí es donde el PAS se posiciona como asesor, acompañando con una mirada técnica y adaptada a cada realidad."

A continuación, **Sebastián Collazuol**, Jefe de Desarrollo Comercial de La Segunda Seguros, agrega: "El mercado asegurador atraviesa un proceso de sofisticación creciente, impulsado por la complejidad de los riesgos —cibernéticos, climáticos, operacionales—, asegurados más informados y exigentes, y una presión competitiva que demanda diferenciación por valor y no solo por precio. En este contexto, el PAS evoluciona hacia un perfil estratégico donde el asesoramiento integral y la comprensión profunda del riesgo son activos clave. Esto se da también en un mercado con gran diversidad de actividades y economías regionales que el PAS debe conocer para asesorar de forma proactiva. Asimismo, el productor deberá adquirir conocimientos sobre los procesos

y necesidades de certificaciones de sus clientes corporativos. Quienes estén más capacitados serán percibidos como parte fundamental de las estructuras empresariales y no solo como intermediarios."

Por su parte, **Diego Andrada**, Gerente Comercial Canal Productores Asesores de Seguros de Hawk Group, sostiene: "Actualmente trabajar en el ofrecimiento de pólizas productos de la modernidad —movilidad, tecnología, bolso, etc.— cuenta con una mayor adhesión y simpleza en la venta digital, pero analizar cuánta exposición tiene el asegurado a los riesgos expuestos en sus bienes patrimoniales en su actividad profesional/comercial y de sus riesgos personales, detectar vacíos de cobertura y asesorar en la estructuración de armados de coberturas en riesgos complejos, necesariamente, tiene un trabajo fundamentado en la dedicación y la capacitación del profesional que lo lleve adelante. La ➔

GALENO
SEGUROS

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

La misma tranquilidad de un asegurado para el PAS.

RESPALDO • RESPUESTA • COBERTURA

VICTORIA
SEGUROS

« Hoy los clientes llegan con datos, comparaciones y opiniones, pero no siempre con información confiable o bien interpretada »



▲René Villegas, Gerente de Estrategia Comercial del Grupo Sancor Seguros

« suba de la siniestralidad, la presión de costos, los avances en nuevas coberturas y necesidades de los agentes económicos y productivos y asegurados más exigentes empujan al PAS a aportar criterio técnico y no solo colocación. Incluso con avance digital, en Argentina el canal PAS sigue concentrando la mayor parte de la producción, lo que muestra que el mercado todavía valora el asesoramiento. »

Finalmente, **Daniel Layus, Productor Asesor de Seguros**, completa: « el principal factor es la creciente complejidad de los riesgos, lo que exige un análisis más profundo que el meramente comercial. El cliente actual está más informado y demanda claridad sobre alcances, limitaciones y adecuación de coberturas. Ante la estandarización de productos



« El PAS evoluciona hacia un perfil estratégico donde el asesoramiento integral y la comprensión profunda del riesgo son activos clave »



▲Sebastián Collazuol, Jefe de Desarrollo Comercial de La Segunda Seguros

impulsada por la digitalización, el PAS debe diferenciarse mediante el asesoramiento técnico y la gestión integral del riesgo. Asimismo, el marco legal —Código Civil y Comercial, Ley de Defensa al Consumidor y jurisprudencia— nos obliga a una debida información del contrato. Quienes no se capacitan para este cambio de paradigma corren el riesgo de ser desplazados por las nuevas tecnologías. »

Las competencias clave para ser consultor (técnicas, legales, analíticas)

Daniel Layus, Productor Asesor de Seguros, detalla: « Un PAS con rol consultivo debe fortalecer tres dimensio-

nes: Técnica: conocimiento profundo de coberturas, condiciones de póliza y determinación adecuada de sumas aseguradas para evitar el frecuente infraseguro. Legal: capacidad para interpretar normativas y jurisprudencia, especialmente en materia de coberturas y rechazos. Analítica: identificación y priorización de riesgos para diseñar soluciones a medida. La capacitación profunda en el contrato de seguros es vital para asesorar estratégicamente. »

En la misma línea, **Diego Andrada, Gerente Comercial Canal Productores Asesores de Seguros**, añade: « En lo técnico, las competencias fundamentales son análisis de riesgos, armado de programas de cobertura, análisis de exclusiones, sumas aseguradas e infraseguro. En lo legal, conocimiento total y absoluto de las disposiciones que emanan de las leyes 17.418, 22.400, deberes de información y regulación de la SSN; y, según ramo, también nociones de compliance y prevención de LA/FT. En lo analítico, capacidad de trabajar con informes de siniestralidad, frecuencia, severidad, segmentación de cartera y uso de datos para justificar decisiones frente al cliente. La propia SSN viene reforzando la lógica de profesionalización y capacitación continua del PAS. »

A su turno, **Sebastián Collazuol**, aporta: « El PAS debe fortalecer capacidades críticas como la comprensión avanzada de coberturas, alcances y limitaciones, además de sumar habilidades analíticas para interpretar datos y modelizar escenarios de riesgo. En cuanto al marco legal, es fundamental conocer la normativa general y profundizar en regulaciones específicas que impacten a los asegurados. En la era de la comunicación digital y la inteligencia artificial, también resultan esenciales la comunicación efectiva, el pensamiento estratégico y la orientación al cliente. Este mix permite trascender la intermediación tradicional y generar propuestas de valor diferenciales. »

Por último, **René Villegas**, explica: « En cuanto a competencias técnicas, es indispensable tener conocimiento profundo de los productos que comercializa, sus alcances, exclusiones y combinaciones posibles. Esto implica no solo conocer el 'qué', sino el 'cómo' y el 'para qué' de cada cobertura. En este punto, como compañía nos propusimos brindar un respaldo integral a los PAS a través de equipos comerciales, suscriptores y espacios de capacitación continua. Además, comenzamos a capacitar en la aplicación de la inteligencia artificial en el negocio: en esta línea, realizamos un programa intensivo de entrenamiento en Marketing y Management con IA, con un enfoque completamente adaptado al mundo del seguro y a la realidad diaria del Productor. Respecto a capacidades legales, el productor debe tener una comprensión del marco normativo del seguro, condiciones contractuales, responsabilidades y derechos de las partes. Esto le permite asesorar con mayor seguridad, prevenir conflictos y brindar claridad en momentos críticos como un siniestro. Este es un gran diferencial respecto de otros canales de venta de seguros. Las competencias analíticas están, a mi criterio, más relacionadas con la personalización, el desarrollo de la capacidad para identificar riesgos, priorizarlos y traducirlos en propuestas específicas de cobertura. Y, por otro lado, también con la adopción de tecnología para facilitar el análisis de cartera y optimizar los esfuerzos de comercialización. »

Un marco normativo pensado para la comisión, no para el honorario

Luego, **Daniel Layus**, opina: « La normativa actual está estructurada sobre la intermediación por comisiones, sin un desarrollo específico para el asesoramiento independiente. Aunque no hay una prohibición expresa de honorarios, falta un encuadre claro. El mercado avanza hacia un modelo consultivo a mayor velocidad que la norma. Además, aunque se nos llame 'socios estratégicos', la apertura de nuevos canales de venta a veces desdibuja esa posición. »

Enseguida, **Diego Andrada**, sostiene: « La Ley 22.400 reconoce al PAS como figura de intermediación y, en materia de remuneración, habla de comisiones acordadas con el asegurador, no de honorarios independientes por consultoría. Además, para las sociedades de PAS, la SSN sigue exigiendo como objeto exclusivo la intermediación en la comercialización »

EXPERTA
SEGUROS

CUANDO ALGO SE COMPLICA,
TE LA HACEMOS FÁCIL 😊



Consultá con tu
Productor Asesor de Seguros.

experta.com.ar



➔ de seguros. Es decir: hay espacio conceptual para asesorar, pero el encuadre normativo todavía está pensado sobre una lógica comisional, no sobre un modelo puro de fee por advisory.”

Por su parte, **Sebastián Collazuol** señala: “El marco actual presenta oportunidades de evolución. Si bien el esquema de comisiones ha sido predominante, existe espacio para modelos híbridos donde el asesoramiento profesional sea reconocido de manera más explícita. Esto requerirá avances regulatorios y, sobre todo, un cambio cultural en la industria.”

Cierra esta sección **René Villegas**, quien concluye: “A mi entender, el marco normativo actual todavía está fuertemente vinculado al esquema tradicional de intermediación basado en comisiones por ventas.”

Digitalización: ¿enemiga o aliada del PAS?

Daniel Layus, afirma: “La digitalización automatiza los productos estandarizados, reduciendo el valor de la intermediación tradicional. Sin embargo, esto refuerza la importancia del PAS cuando evoluciona hacia un perfil consultivo. En riesgos complejos, el cliente sigue requiriendo criterio y conocimiento. La tecnología actúa como un filtro que desplaza al intermediario, pero potencia al asesor que aporta valor agregado.”

Luego, **Diego Andrada** expone: “Todo depende de lo que haga el PAS. La digitalización lo debilita cuando su aporte se limita a cotizar y emitir, porque eso sí puede absorberlo un canal digital. Pero lo refuerza cuando se posiciona como analista del riesgo, armado y diseños de cobertura y servicio integral en siniestros o decisiones complejas. De hecho, la evidencia de mercado va en esa línea: los clientes aceptan más autoservicio en lo simple, pero siguen prefiriendo interacción humana cuando hay complejidad o necesidad de consejo. Y en Argentina la intermediación vía PAS sigue siendo claramente dominante frente a la venta directa.”

A continuación, **Sebastián Collazuol** dice: “Lejos de debilitarlo, la digitalización redefine su rol. Las herramientas tecnológicas automatizan procesos transaccionales, liberando tiempo para actividades de mayor valor agregado.”

« En Argentina el canal PAS sigue concentrando la mayor parte de la producción, lo que muestra que el mercado todavía valora el asesoramiento »



▲Diego Andrada, Gerente Comercial Canal Productores Asesores de Seguros de Hawk Group

Finalmente, **René Villegas** agrega: “La digitalización y la venta directa responden a la diversidad actual de clientes y, lejos de ser perjudiciales, son desafíos que potencian la actividad del PAS. Ambas herramientas pueden ser implementadas por los PAS en sus negocios para ampliar el alcance de su oferta, liberando tiempo y recursos para lo más importante: el análisis, el asesoramiento y la relación con el cliente. En un entorno donde la tecnología simplifica el acceso al producto, el diferencial pasa a ser el criterio profesional. Y ahí el PAS tiene una gran oportunidad de posicionarse.”

« Ante la estandarización de productos impulsada por la digitalización, el PAS debe diferenciarse mediante el asesoramiento técnico y la gestión integral del riesgo »



▲Daniel Layus, Productor Asesor de Seguros

¿El cliente está dispuesto a pagar por asesoramiento?

Daniel Layus, responde: “Personalmente, realizo asesoría en cooperativas para la contratación de coberturas según el riesgo, sin participar en la venta. Actualmente, el concepto de honorarios profesionales por asesoramiento no está instalado masivamente, pero es un tema que seguramente evolucionará con los cambios del mercado. Asimismo, considero que aún falta una capacitación generalizada y profunda entre los colegas para abordar riesgos facultativos de manera profesional, como lo expresé previamente.”

En la misma sintonía, **Diego Andrada** explica: “Hoy, en términos generales, el mercado todavía lo percibe más como valor implícito que como servicio separado, sobre todo en individuos y pymes chicas. Donde aparece mayor disposición a pagar es cuando el riesgo es complejo, el impacto económico de una mala cobertura es alto o el asesoramiento baja incertidumbre concreta. En otras palabras: el cliente sí paga por advisory, pero normalmente cuando ve una pérdida evitable o una decisión crítica detrás, no solo una promesa de ‘acompañamiento’. Por eso, más que vender ‘asesoramiento’ en abstracto, conviene traducirlo en diagnóstico, prevención, ahorro de costo total de riesgo y defensa patrimonial.”

Por su parte, **Sebastián Collazuol** observa: “Observamos una tendencia incipiente pero creciente, especialmente en el segmento corporativo y en economías regionales como por ejemplo la de Oil & Gas, donde el análisis de riesgos es visto como un servicio estratégico y se complementa con los equipos internos de las organizaciones. En individuos aún predomina la percepción de valor implícito en la póliza, pero el cambio cultural está en marcha. La clave será educar al cliente y demostrar el impacto del asesoramiento profesional en la mitigación de riesgos.”

Cierra este informe **René Villegas** quien finaliza: “Hoy el mercado, en su mayoría, todavía percibe el asesoramiento como un valor implícito en la venta. Sin embargo, a nivel corporativo o de empresas, entendemos que, en la medida que los riesgos se vuelvan más complejos y el impacto de una mala decisión sea más alta, la valoración del asesoramiento especializado va a crecer.”



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.



lifeseguros.com.ar

f /LifeSegurosArgentina

ig /lifesegurosargentina

in /lifesegurosargentina

yt /@LifeSeguros

Servicio y respuesta inmediata, las claves del PAS para retener cartera en el contexto actual

Según la visión de Reinaldo Bertolino, que intermedia seguros desde hace más de 30 años, para tener clientes cautivos hoy el productor debe brindar servicio ante un requerimiento y responder rápidamente ante un problema o consulta. "Los asegurados valoran mucho que alguien los acompañe en el momento que lo necesitan", explica el asesor en diálogo con *Informe*.

Escribe: **Diego Fiorentino**

Con más de tres décadas de trayectoria en la intermediación de seguros, **Reinaldo Bertolino** celebra que hoy los productores estén trabajando sin que se altere demasiado la economía, que en otras épocas no les permitía proyectar debido a la alta inflación. No obstante -advierte-, aún falta que se reactive el consumo para poder entrar en un contexto más agresivo y generar nuevas ventas.

"Las empresas están buscando reducir gastos y una de las primeras cosas que recortan son los seguros. Por eso estamos a la expectativa, pero ofreciendo un abanico de opciones para que los clientes pueden tener buenos costos sin perder calidad de cobertura", explica el productor.

¿Qué ramos se presentan como más promisorios en el actual contexto? Le preguntamos a Bertolino.

Los ramos de **Todo Riesgo Operativo, Integrales de comercio y seguros de Hogar**, aunque **Automotores** siempre es el 'caballito de batalla' y el que nos permite fidelizar al cliente y ofrecerle coberturas que tal vez desconocía. También tienen buenas perspectivas los ramos de **Cautión, Accidentes Personales y RC Construcción**, lo cual nos abre un campo de ventas que está muy bueno.

¿Cómo está compuesta la cartera que administra?

40% Automotores y 60% demás riesgos, incluyendo Integrales de comercio, Incendio, Hogar, ART, Todo Riesgo Operativo, Cauciones Responsabilidad Civil, Accidentes Personales y seguros de Bolso Protegido.

¿Con qué aseguradoras trabaja?

Con Berkley, Mercantil Andina, Allianz, Barbus, San Cristóbal, Federación Patronal, Seguros Rivadavia y ATM.

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

Sí, muy conforme. Y eso nos ayuda a agilizar la venta, el control de cobranza, la atención del siniestro y la emisión en tiempo y forma, y sobre todo a tener un control mayor de la cartera y administrarla de una manera más ordenada. Hoy las herramientas tecnológicas nos permiten ofrecer un abanico de opciones y poder dar servicio, que es lo que priorizamos para nuestros asegurados.



« Hoy los ramos con mejores perspectivas son Todo Riesgo Operativo, Integrales y seguros de Hogar, aunque Automotores siempre es el 'caballito de batalla' »

¿Qué herramientas utiliza actualmente para vender seguros?

En nuestro caso tenemos una cartera fidelizada, pero acompañamos con redes sociales, aplicaciones como WhatsApp y local a la calle, lo cual nos permite responder y estar presentes con nuestros clientes. El 90% de nuestra cartera es recomendada por asegurados y eso hace que debamos tener una respuesta inmediata ante un requerimiento para poder hacerle sentir que está protegido y asesorado ante la mínima consulta.

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

El futuro va para ese lado, pero nosotros seguimos pensando que el servicio ante un requerimiento es muy importante para tener clientes cautivos y que la respuesta inmediata ante un problema o una consulta hace que nos busquen, ya que de esa manera el asegurado siente que alguien le responde en el momento que lo necesita. Eso es muy valorado. Las herramientas las tenemos para poder competir, sabiendo que hay un porcentaje de consumidores de seguros que buscan las ofertas online, sobre todo los jóvenes. Pero la mayoría de los compradores de pólizas prefieren darle a un productor el análisis de sus

riesgos a asegurar, ya que les garantiza un buen asesoramiento sin tener que pagar de más por el servicio y sentirse protegidos en todo sentido.

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

Con la economía que tenemos en el país actualmente, las aseguradoras se fueron depurando y los que estamos en el mercado sabemos cuáles son las que responden y las que no lo hacen. Aquéllas con las que trabajamos nos responden en forma inmediata. Con un contexto más favorable se puede conciliar con las compañías que siempre nos acompañan para estar respaldados ante nuestros comunes asegurados ante un requerimiento de cualquier índole.

¿Cómo calificaría los tiempos de liquidación y pago de siniestros por parte de las compañías con las que trabaja?

Nosotros no tenemos problemas con las aseguradoras con las cuales trabajamos; nos responden eficientemente. Hoy se puede analizar un siniestro y tener una respuesta inmediata. En ocasiones nos encontramos con algunas dificultades con los reclamos de terceros cuando son aseguradoras que no están respondiendo y que todavía están vigentes en el mercado. ➔

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



« Hoy se debe controlar mucho la cobranza por la morosidad de las personas con las tarjetas de crédito y los cobros con CBU »

COYUNTURA

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

Siempre llegamos a hacer un vínculo con las compañías que operamos y por supuesto llegamos a ellas a través de las relaciones comerciales. Buscamos que estén bien posicionadas en términos de solvencia y de respuesta ante un análisis de riesgo independientemente de la cobertura que sea.

¿En qué zonas opera actualmente?

Operamos en el AMBA, mayormente en CABA y zonas Norte y Oeste.

¿Realiza capacitaciones periódicamente?

Siempre estamos capacitándonos; nuestra profesión nos obliga a hacerlo. Hacemos tanto las capacitaciones obligatorias para poder revalidar nuestra matrícula como la que brindan las aseguradoras con las que trabajamos sobre nuevos productos y actualización de los que ya tenemos. Eso nos sirve para estar profesionalmente preparados para el futuro que se viene en el mercado.

Pasión por la intermediación



Reinaldo Bertolino inició su actividad laboral en el área técnica de una compañía de seguros y al poco tiempo decidió abrirse paso para seguir en el mercado como productor asesor independiente. "Soy un profesional apasionado de lo que hago; llevo más de 30 años en esta actividad, que me permitió desarrollarme no solo profesionalmente sino también como persona", admite el productor en diálogo con **Informe**.

¿Cuáles son sus proyecciones para este año?

Nuestros proyectos, como siempre, son dar servicio y crecer mirando hacia adelante.

Hoy manejamos un volumen de más 1.500 asegurados que confían en nosotros con la tranquilidad de saber que ante un requerimiento estamos presentes y siempre buscando crecer y dar servicio.

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

Tenemos un tema puntual, ya que se debe controlar mucho la cobranza por la morosidad de las personas con las tarjetas de crédito y los cobros con CBU, que en la mayoría de los casos se deben reenviar porque vienen rechazados en los primeros intentos del débito. Así se evidenció durante el primer trimestre, ya que como todos los años los asegurados vienen con gastos de vacaciones y comienzo de clases. ☹



CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS



AACMS
Asociación Argentina de Cooperativas
y Mutualidades de Seguros

stop loss
BUREAU DE REASEGUROS S.A.



rasa
Reaseguradores Argentinos S.A.

FINALLOSS
S.A. de Mandatos y Servicios

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

“La competencia por talento no es solo salarial, es una competencia por relevancia”

Gonzalo Córdoba, Gerente Comercial de Crédito y Caución SA Compañía de Seguros, reflexiona sobre los desafíos que enfrenta el sector asegurador para atraer a las nuevas generaciones de profesionales y propone tres transformaciones urgentes: cultural, tecnológica y comunicacional.

Por: **Gonzalo Córdoba**, Gerente Comercial de Crédito y Caución SA Compañía de Seguros.

El principal desafío que enfrenta nuestra industria es romper con la percepción de rigidez que todavía pesa sobre ella, en un contexto donde competimos con sectores mucho más asociados a la innovación, como tecnología o fintech.

Durante años, el seguro se comunicó desde lo técnico —pólizas, coberturas— y eso genera distancia con audiencias jóvenes. Además, hay poco conocimiento sobre la diversidad de roles que existen, desde analítica avanzada hasta decisiones estratégicas. Hoy el desafío no es solo atraer talento, sino cambiar la forma en que contamos lo que hacemos. En **Crédito y Caución** estamos enfocados en mostrar una industria en evolución, con más dinamismo y oportunidades reales de desarrollo.

Una propuesta integral, no solo un sueldo

Las nuevas generaciones buscan propuestas integrales: flexibilidad, desarrollo profesional, beneficios concretos y entornos atravesados por la tecnología. El sector está avanzando en esa dirección, pero todavía hay camino por recorrer. Adaptarse a estas expectativas no es una opción, es una condición para atraer y retener talento. En nuestro caso, en **Crédito y Caución** lo trabajamos como parte central de la cultura, con foco en el desarrollo de las personas, la flexibilidad y la innovación.

Y hay un problema de fondo que debemos atender: históricamente comunicamos el propósito desde el producto y no desde el impacto. Los seguros son una herramienta que brinda protección y tranquilidad al transferir riesgos y garantizar respaldo económico ante imprevistos. Y en particular el seguro de caución tiene un rol más profundo: es un facilitador del desarrollo económico y de la vida cotidiana. Desde grandes proyectos hasta algo tan concreto como acceder a un alquiler, el seguro reduce incertidumbre. El desafío es contar eso. En **Crédito y Caución** estamos trabajando para comunicar desde ese lugar, poniendo en valor el impacto real de nuestra actividad.

La transformación digital redefine el atractivo del sector

La transformación digital no solo mejora la eficiencia, también redefine la propuesta de valor del sector hacia el talento. Hoy hablamos de inteligencia artificial, analítica de datos, automatización y nuevos modelos de trabajo. Todo eso genera entornos más dinámicos y atractivos. En un mercado donde competimos con industrias tecno-



▲ Gonzalo Córdoba, Gerente Comercial de Crédito y Caución SA Compañía de Seguros

lógicas, esto es clave. En **Crédito y Caución** venimos impulsando esta evolución de manera sostenida, con foco en digitalización y mejora continua.

Pero la tecnología sola no alcanza. La cultura es determinante. Las nuevas incorporaciones no solo evalúan dónde entran, sino cómo es la experiencia una vez dentro. La coherencia entre lo que se dice y lo que realmente pasa en la organización es clave. Culturas rígidas o poco participativas pierden atractivo muy rápido. En cambio, los



« Las nuevas generaciones buscan propuestas integrales: flexibilidad, desarrollo profesional, beneficios concretos y entornos atravesados por la tecnología »

entornos donde hay confianza, autonomía y posibilidades reales de crecimiento generan compromiso. Ese es el modelo que buscamos consolidar en **Crédito y Caución**.

Los perfiles más difíciles de cubrir

Hoy buscamos perfiles con base técnica, pero también con visión de negocio y capacidad de adaptación. Los más desafiantes de cubrir son los vinculados a tecnología y datos —analítica, sistemas, inteligencia artificial— porque la competencia con otras industrias es muy alta. Por eso, en **Crédito y Caución** estamos poniendo foco tanto en atraer como en desarrollar ese talento, que es clave para el futuro del negocio.

En esa línea, las estrategias más efectivas son las que generan contacto directo: pasantías, programas, charlas con casos reales. Hoy no alcanza con salir a buscar talento, hay que construir vínculo. La industria necesita ser más cercana y visible para los jóvenes. En **Crédito y Caución** trabajamos para acercarnos desde etapas tempranas y mostrar de forma concreta las oportunidades que ofrece el sector.

Tres transformaciones urgentes

Mirando hacia adelante, el sector necesita acelerar su transformación en tres dimensiones: cultural, tecnológica y comunicacional. Ser más ágiles, integrar innovación de forma transversal y, sobre todo, reposicionarse como una industria con impacto y propósito. Hoy la competencia por talento no es solo salarial, es una competencia por relevancia. En **Crédito y Caución** tenemos claro ese desafío y trabajamos sobre esos tres ejes como parte de nuestra estrategia. 📍



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

bdt global reunió a líderes de seguros de Argentina, Chile y Paraguay y presentó una solución de IA para potenciar el Cross selling

El encuentro convocó a más de 120 participantes del sector asegurador de Latinoamérica para analizar cómo la inteligencia artificial está impulsando la eficiencia, la toma de decisiones y el crecimiento del negocio.

● **bdt global** realizó el webinar regional **“Transformación del negocio asegurador en LATAM: el rol estratégico de la IA”**, que reunió a líderes de la industria de **Argentina, Chile y Paraguay** para debatir el presente y futuro de la inteligencia artificial en el sector. La apertura estuvo a cargo de **Aldo Kazakevich, CEO & Co-Founder de bdt global**, quien destacó: **“La inteligencia artificial ya no es solo una conversación sobre innovación tecnológica. Hoy empieza a impactar en procesos críticos del negocio y a generar resultados concretos.”** Asimismo, señaló que el desafío es lograr un equilibrio entre negocio, regulación y capacidades del mercado para escalar su impacto. Uno de los ejes centrales fue el panel **“El futuro del seguro frente a la IA: oportunidades, riesgos y regulación”**, con la participación de **Gustavo Trias (AACS), Cristián Millán (AACH) y Alberto Duarte (CAPY)**, moderado por **Federico Sardi, Business Development Manager de bdt global**.



Los referentes coincidieron en que la industria se encuentra en una etapa inicial de adopción, con el desafío de pasar de pilotos a implementaciones integrales y evolucionar hacia modelos más predictivos y basados en datos en tiempo real, con foco en la calidad de la información y la explicabilidad.

El webinar continuó con el bloque **“Tendencias y visión de la industria”**, donde participaron **Catalina Jara, Gerente General / COO de Sudameris Seguros (Paraguay)**, y **Taufic Zahed, CIO de Zurich Chile**, moderado por **Nicolas Rennis, Head of Ops & Development de bdt global**.

Durante el intercambio, coincidieron en que el valor de la inteligencia artificial no está solo en la automatización, sino en su capacidad de mejorar la toma de decisiones y generar impacto concreto en el negocio, especialmente en eficiencia operativa y experiencia del cliente.

Asimismo, señalaron que el principal desafío para escalar su adopción es la transformación cultural y la necesidad de trabajar sobre procesos ordenados y casos de uso concretos.

IA aplicada a negocio: del dato a la oportunidad comercial
Como parte del encuentro, **bdt global** presentó un caso práctico de desarrollo de software con inteligencia artificial, donde se evidenció que el impacto de estas tecnologías depende directamente de la calidad del contexto y los datos disponibles.

Durante la demostración, se destacó que en entornos con procesos ordenados y buena documentación, la **IA** permite acelerar significativamente la productividad, mientras que en contextos desordenados puede incluso amplificar ineficiencias, replicando la lógica de **“Garbage in, garbage out.”**

Asimismo, se presentó una solución de inteligencia artificial desarrollada por **bdt global**, orientada a potenciar el cross selling en compañías de seguros, basada en el análisis de datos y la generación de modelos de scoring inteligente.

Esta herramienta permite analizar información del cliente y su comportamiento para generar un score predictivo, a partir del cual se obtienen recomendaciones de venta cruzada personalizadas, optimizando la estrategia comercial y mejorando la conversión.

Esta solución permite:

- Identificar oportunidades comerciales sobre la cartera existente
- Incrementar la eficiencia de los equipos de venta
- Mejorar la experiencia del cliente mediante ofertas relevantes
- Reducir tiempos de análisis y toma de decisión

“El verdadero diferencial de la inteligencia artificial no está solo en automatizar procesos, sino en potenciar decisiones de negocio. Hoy podemos transformar datos en oportunidades concretas de crecimiento para las aseguradoras”, destacó **Nicolas Rennis, Head of Operations & Development de bdt global**.

El encuentro dejó en evidencia que el principal desafío ya no es incorporar inteligencia artificial, sino llevarla a escala y traducir su potencial en impacto real en el negocio, combinando tecnología, conocimiento del sector y una estrategia clara de implementación. Con iniciativas como este webinar regional, **bdt global** continúa impulsando espacios de intercambio y reflexión para acompañar la evolución del sector asegurador en Latinoamérica, promoviendo una adopción de la inteligencia artificial con foco en resultados, eficiencia y generación de valor.

Breves del Informe

Hawk Group participó con éxito en Insurance Week 2026



La empresa anunció que resultó muy positiva la participación de Hawk Broker de Seguros, en lo que consideran el evento más relevante de la industria, organizado por el Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro (CIDeS) en Mendoza y confirmó que los desafíos actuales requieren una mirada integradora y un trabajo más colaborativo. “Estos espacios nos permiten validar que el camino es el de la especialización, el trabajo conjunto y la construcción de estructuras cada vez más sólidas para acompañar a empresas y organizaciones”, destacó Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group, quien reafirmó el liderazgo de su empresa en el sector asegurador.

● **Hawk Group**, grupo líder en seguros, asistencias y soluciones financieras, informó que participó con éxito en el evento organizado por **CIDeS, el Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro** entre los días 25 al 27 de marzo, donde además auspició la exclusiva cena de clausura, en el **Park Hyatt Mendoza**.



“El encuentro organizado por CIDeS, se ha consolidado como el punto de inflexión anual para marcar la agenda del mercado, con una agenda que confirmó el rumbo del sector asegurador. Esta nueva edición de Insurance Week 2026 nos vuelve a demostrar el valor de los espacios que promueven el intercambio genuino de ideas y la diversidad de miradas que permiten abordar temas estructurales de la industria con profundidad, alejándose de consensos superficiales y generando conversaciones necesarias para el futuro del sector”, afirmó **Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group**. *“Fue muy importante la participación de distintos actores como los reguladores, compañías, productores, cámaras y referentes internacionales, ya que reforzó una idea central: Los desafíos actuales requieren una mirada integradora y un trabajo cada vez más colaborativo”,* analizó **Sebastián Larrea**. *“Entre los principales mensajes que dejó esta edición, se destacan la necesidad de seguir avanzando en la profesionalización del sector, la adaptación a nuevas dinámicas tecnológicas y regulatorias, y la importancia de construir modelos sostenibles frente a problemáticas estructurales, como la litigiosidad en determinados ramos”,* sostuvo **Larrea** y destacó. *“Al mismo tiempo, se evidenció que existen caminos posibles, con experiencias concretas que muestran mejoras en eficiencia y funcionamiento del sistema cuando se aplican criterios técnicos y marcos adecuados.”*

“Estos mensajes refuerzan una línea de trabajo que Hawk Broker de Seguros viene desarrollando: la construcción de soluciones desde el conocimiento técnico, la gestión profesional y la articulación entre los distintos actores del mercado. Es por eso que este tipo de espacios nos permiten validar que el camino es el de la especialización, el trabajo conjunto y la construcción de estructuras cada vez más sólidas para acompañar a empresas y organizaciones”, enfatizó el **CEO de Hawk Group**.

Cuatro décadas de historia y evolución
Desde su fundación en 1986 —originalmente bajo la órbita de **Casa Cooperativa** y, desde 2008, gestionado por la **Fundación Grupo Sancor Seguros**—, **ICES** se ha consolidado como un faro educativo en la región. Durante su discurso, José Sánchez destacó la misión de la institución de formar profesionales competentes y con compromiso social.

Un diálogo entre el pasado y el futuro
Uno de los momentos más significativos de la noche fue el **Panel Conversatorio**, donde se entrelazaron las vivencias de tres figuras claves:

- **Roberto Alemani**, referente de **Casa Cooperativa** y pionero en la apertura del instituto.
- **Carlos Blanche**, egresado, docente y exdirector de la institución.
- **Román Frutero**, actual director de **ICES Superior** y también egresado de la casa.

A través de este intercambio, se repasaron los desafíos históricos, la evolución de las currículas frente a los cambios tecnológicos y la visión estratégica de cara al cincuentenario de la institución, reafirmando el objetivo de liderar el cambio educativo regional.

Reconocimientos y distinciones

La velada incluyó la proyección de un video conmemorativo que recorrió los hitos de estos 40 años y la entrega de distinciones especiales a personas que fueron pilares en la construcción institucional. Por su parte, El ejecutivo **Municipal** y el **Concejo Municipal de Sunchoales** hicieron entrega de reconocimientos oficiales, declarando la importancia de este aniversario para el patrimonio cultural y educativo de la ciudad.

El acto concluyó con un mensaje de cierre que invitó a la comunidad a seguir eligiendo la educación como herramienta de dignidad y transformación social.

Se puede ver el evento completo en este [link](#).



José Sánchez, presidente de Fundación Grupo Sancor Seguros

lidad, acompañando las demandas del entorno productivo y social. Con una propuesta educativa, anclada en valores cooperativos, se orienta a la innovación y al desarrollo de competencias, formando profesionales preparados para los desafíos actuales. A lo largo de sus cuatro décadas de trayectoria, **ICES** mantuvo un fuerte compromiso con la educación y la generación de oportunidades, fortaleciendo su vínculo con la comunidad y consolidando su rol dentro del ecosistema educativo y empresarial de la región.



El acto aniversario se presentó como una instancia de reconocimiento al camino recorrido y, al mismo tiempo, como una oportunidad para proyectar el futuro de la institución, reafirmando su misión de continuar formando profesionales con visión, valores y capacidad de adaptación a los nuevos escenarios.



📍 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

Prevencción Salud lanza IÓN, su plan pensado para jóvenes que priorizan flexibilidad, autonomía y soluciones de salud más accesibles

Con descuentos en farmacias, asistencia médica online y presencial, y una propuesta accesible y autogestionable, Prevencción Salud busca acompañar a las nuevas generaciones en el cuidado de su salud.

En un contexto donde los jóvenes redefinen la forma de vincularse con los servicios de salud, priorizando la autogestión, la flexibilidad y el acceso digital, Prevencción Salud, la prepaga de SANCOR SEGUROS, presenta IÓN, su nuevo plan diseñado especialmente para personas entre 18 y 35 años.

Con esta propuesta, la compañía busca acompañar quienes atraviesan momentos clave como el inicio de su vida laboral, el trabajo independiente o freelance, y la toma de decisiones vinculadas a su bienestar y economía personal.

IÓN nace como una respuesta a estas nuevas dinámicas, ofreciendo una experiencia simple, ágil y accesible, con herramientas que permiten gestionar la salud de manera autónoma y desde cualquier lugar. No es solo un plan de salud, sino una nueva forma de acompañar a quienes buscan soluciones modernas, flexibles y con beneficios concretos para su día a día.



“El lanzamiento de IÓN refleja nuestra evolución como compañía y nuestra capacidad de adaptarnos a las necesidades de las nuevas generaciones, que buscan soluciones más digitales, flexibles y alineadas con su estilo de vida. Con este plan, buscamos acompañar una forma de vivir la salud donde cuidarte no te frena, sino que te potencia”, destaca el Dr. Matías Buffa, Gerente General de Prevencción Salud.

El plan integra una propuesta de valor pensada para un estilo de vida dinámico, con beneficios concretos y diferenciales como:

- 40% de descuento en farmacias
- Asistencia médica online y presencial
- Cobertura en nutrición y óptica digital
- 100% de cobertura en anticonceptivos
- Internación en habitación individual
- Acceso a psicología sin copago a través de la app
- Seguro de asistencia al viajero
- Reintegros en actividades de bienestar como gimnasio, yoga, natación y pilates
- Alcance nacional y una amplia red de prestadores

Estos beneficios diferenciales refuerzan una propuesta pensada para acompañar un estilo de vida activo, con foco en la prevención, el bienestar y la autonomía. Además, IÓN ofrece condiciones de ingreso diferenciales, con una bonificación en la cuota durante los primeros 12 meses, lo que permite acceder a la cobertura abonando únicamente los copagos según uso.

De esta manera, Prevencción Salud continúa consolidando su crecimiento y posicionamiento en el mercado, ampliando su propuesta con soluciones innovadoras que acompañan los cambios en la forma de vivir, trabajar y proyectarse de las nuevas generaciones.

Abrió la convocatoria a Docentes que inspiran, el Premio que reconoce a Educadores de todo el país



Se trata de la sexta edición del premio impulsado por Clarín y Zurich. Hasta el 8 de mayo es posible postularse o postular a un candidato en docentesqueinspiran.com.ar. Hay 32 millones de pesos en premios.

Por sexto año consecutivo, Clarín y Zurich lanzan Docentes que Inspiran, una iniciativa que homenajea a educadores que llevan la formación más allá de la pizarra y convierten el aprendizaje en una experiencia de vida.

«Docentes que Inspiran nació con la convicción de que la educación es una pieza fundamental para construir una sociedad más inclusiva y un futuro mejor para el país. Desde Zurich, junto a Clarín, impulsamos este premio para reconocer a quienes, desde el aula, transforman realidades todos los

Breves de Informe

días y generan un impacto positivo que trasciende a sus estudiantes. Celebrar a un docente inspirador es poner en valor la vocación, el compromiso y su rol clave en el desarrollo social». Adriana Arias, Head of Communications & Sustainability de Zurich Argentina.

La convocatoria para la edición 2026 ya está abierta y, hasta el 8 de mayo, los docentes podrán postularse completando el formulario en docentesqueinspiran.com.ar. Por ese mismo medio, cualquier persona puede postular a un educador que esté dejando huella en sus alumnos. Para celebrar la pasión por la docencia, se entregarán 32 millones de pesos en premios. De este monto, el Docente Inspirador del Año recibirá 18 millones. Además, se otorgarán dos menciones especiales con premios de 7 millones de pesos cada uno.

¿Quién puede ser un docente inspirador?

Cualquier docente que dicte clases de cursada obligatoria en un establecimiento educativo reconocido por la Secretaría de Educación, del Ministerio de Capital Humano de la Nación, y que cuente con un mínimo de cinco años de antigüedad. Serán distinguidos quienes destaquen por su dedicación y compromiso, propongan métodos de enseñanza innovadores y transmitan valores positivos a sus alumnos tanto dentro como fuera del aula.

“De eso se trata también la educación. No solamente transmitir conocimiento, sino también poder ayudar a manejar, entrenar toda la vida en general”, señala Gabriela Bütner, docente del Instituto de Enseñanza Agropecuaria N° 8 Guatambú en Misiones y Docente Inspiradora Finalista 2025.

Desde su inicio en 2021, el premio ya reconoció el trabajo de treinta docentes que vieron la necesidad de llevar la innovación a las aulas y cambiar la forma de enseñar. “Capaz que ese pupitre, ese pizarrón, ya no es suficiente. Tenemos que ir para otra parte, pensando qué tipo de alumnos tenemos hoy en día y qué son las cosas que a ellos les motiva”, explica Gabriela.



Etapas del premio

Una vez cerrada la convocatoria, comienza un proceso de selección que consta de tres etapas. La primera es la preselección, en la que un comité de la Fundación Varkey selecciona a 24 semifinalistas.

En la segunda etapa, un jurado compuesto por miembros de las organizaciones Conciencia, Cimientos, Cippoc, Enseña por Argentina, Educar 2050, Argentinos por la Educación y Fundación Noble selecciona, de entre los veinticuatro semifinalistas, a los seis docentes finalistas.

Por último, en la etapa final se define al Docente Inspirador del 2025 y a las dos menciones especiales. Esta instancia está a cargo de un Gran Jurado integrado por referentes de la educación: Diego Golombek, Guillermina Tiramonti, Marcela Noble Herrera, Manuel Álvarez Tronzo, María Marta García Negroni, Pablo Jacovkis, Gabriela Azar, María Julia Tramutola, Beatriz Hall, Agustín Porres, Paola Del Bosco, Esteban Torre, Claudia Romero y Víctor Volman.

En 2025, el Gran Jurado eligió a Edgardo Doberstein como Docente Inspirador del año. El misionero sorprendió a todos con su vocación por la educación y su constante innovación en el aula. En la Escuela Provincial de Educación Técnica Nro 18, Edgardo desarrolla junto a sus alumnos proyectos que mejoran la calidad de vida de la comunidad a través de la tecnología. Entre sus creaciones se encuentra una prótesis para una persona que perdió los dedos y un dispositivo que ayuda a niños con discapacidad visual a aprender braille.

“Este premio para mí es muy importante porque refleja lo que hacemos pensando siempre en los demás”, dijo Edgardo Doberstein, Docente Inspirador 2025.

Un reconocimiento federal

El Premio Docentes que Inspiran se caracteriza por ser una iniciativa federal. A lo largo de sus cinco ediciones, ya reconoció a 30 docentes de 11 provincias distintas. Más de 12.000 docentes se postularon desde su primera edición en 2021.

Para más información, y para seguir novedades del

Premio Docentes que Inspiran, se puede visitar el sitio web www.docentesqueinspiran.com.ar, o las cuentas de Instagram o Facebook @docentesqueinspiran

Río Uruguay Seguros adhirió al Pacto Cooperativo sobre Discapacidad



El presidente ejecutivo de Río Uruguay Seguros (RUS), Juan Carlos Lucio Godoy, firmó esta semana el Pacto Cooperativo sobre Discapacidad, una iniciativa que busca fortalecer el compromiso del sector cooperativo en la promoción y defensa de los derechos de las personas con discapacidad.

En ese marco, el Consejo de Administración de RUS, asociado a la Confederación Cooperativa, celebró el martes 14 de abril la adhesión a este instrumento, que reafirma la continuidad de las distintas acciones impulsadas dentro de la estrategia de responsabilidad social de RUS, basada en su compromiso con la comunidad y en los valores propios de su identidad cooperativa.

A través de la representación de Silvana Vazón, la aseguradora integra la Comisión de Discapacidad de Cooperar junto a otras entidades asociadas. Desde ese espacio, RUS impulsa diversas iniciativas, entre ellas el acompañamiento a deportistas con discapacidad, la realización de charlas de sensibilización y la enseñanza de lengua de señas en ámbitos educativos, además de otras acciones a nivel local y nacional.

En el plano local, la aseguradora mantiene una fuerte presencia en Concepción del Uruguay, Entre Ríos, ciudad donde fue fundada. Allí, en articulación con el gobierno municipal y en el marco de la Red de Municipios Cooperativos, desarrolló un proyecto de construcción de esquinas accesibles en uno de los principales accesos a la ciudad. “Se trató de una iniciativa público-privada que permitió visibilizar la importancia de construir ciudades más accesibles”, destacó Vazón.

El Pacto, promovido por Cooperar a través de su Comisión de Discapacidad, propone avanzar de manera gradual y sostenida en la implementación de políticas que garanticen el pleno ejercicio de los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas con discapacidad, en condiciones de igualdad. Con la firma de RUS, ya son ocho las entidades que suscribieron el documento.

Viviana Chaskielberg, nueva Directora Ejecutiva de AVIRA

AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, anuncia la designación de Viviana Chaskielberg como su nueva Directora Ejecutiva, quien tendrá a su cargo la conducción institucional y el fortalecimiento del vínculo con los distintos actores del sector público y privado.

Con una destacada trayectoria en la industria aseguradora, Viviana Chaskielberg se incorpora a AVIRA con el objetivo de continuar impulsando el desarrollo del seguro de vida y retiro en la Argentina, promoviendo la conciencia aseguradora, el ahorro de largo plazo y el crecimiento sostenible del mercado.

Viviana comenzó su carrera en Towers Perrin Marcu y Asociados, donde se desempeñó como consultora y continuó a nivel local durante más de 25 años en Prudential Seguros, empresa en la que ocupó diferentes roles hasta la Dirección Financiera. Viviana cuenta también con experiencia en el mercado internacional, habiendo participado como directora en la AFP Habitat de Chile y como presidente de Wellness Services.

Viviana es Actuaría egresada de la Universidad de Buenos Aires y cuenta con una diplomatura en Mercado de Capitales obtenida en la Universidad del CEMA. También destaca su paso por el IGEP, Instituto de Gobernanza Empresarial y Público, donde cursó el programa de Dirección de Empresas Profesional.

“Es un honor asumir este desafío en una institución con la trayectoria y relevancia de AVIRA. Trabajaremos para seguir posicionando al seguro de vida y retiro como una herramienta clave para la protección de las personas, las familias y la planificación financiera de largo plazo. Generar cultura aseguradora y ser un actor relevante en el mercado de capitales son parte de la misión a cumplir. Agradezco a AVIRA y a sus integrantes la enorme confianza que me brindan para alcanzar estas metas”.

Desde su nuevo rol, Viviana Chaskielberg liderará la agenda estratégica de la entidad, promoviendo iniciativas orientadas a la innovación, la educación financiera, el diálogo con organismos públicos y privados, y la generación de propuestas que contribuyan al desarrollo del sector.

Su amplia formación y su destacada experiencia laboral dan cuenta de un excelente punto de partida para desempeñarse en la desafiante tarea de conducir una cámara empresarial activa y en crecimiento.

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

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

@scbrokerdeseguros

/SCBrokerDeSeguros



RUS Market: una nueva experiencia digital para contratar seguros



El pasado martes 14 de abril, **Río Uruguay Seguros (RUS)** presentó oficialmente **RUS Market**, una innovadora solución digital que redefine la forma de contratar seguros. El lanzamiento se realizó vía streaming a través del canal de **YouTube RUS Media TV** y estuvo a cargo de **Sabrina Cabrera, Andrés Fiorotto y Martín Martínez**, integrantes del **Laboratorio Digital** de la compañía.

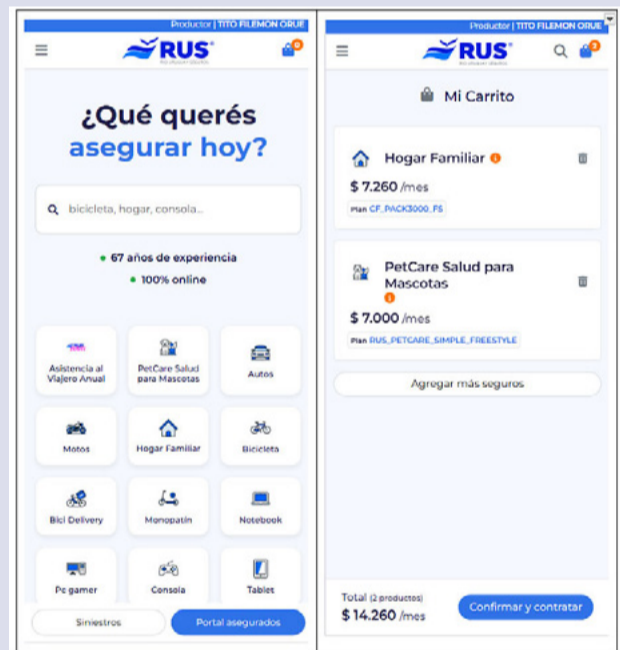
Con esta incorporación, **RUS** completa su ecosistema de venta digital mediante una plataforma que permite a los Productores Asesores de Seguros (PAS) comercializar coberturas combinadas a través de un carrito de compras, utilizando las mismas herramientas tecnológicas que emplea la aseguradora.

Disponible en **rus.com.ar** y **riouruguay.com.ar**, **RUS Market** se presenta como un marketplace de seguros que integra un buscador inteligente y múltiples funcionalidades orientadas a optimizar la experiencia de venta. Entre ellas, se destaca la posibilidad de que cada **PAS** opere digitalmente bajo su propio código identificador, accediendo a una URL personalizada del tipo **www.rus.com.ar/código-del-productor** (por ejemplo, **www.rus.com.ar/1234**).

De esta manera, **Río Uruguay Seguros** consolida un ecosistema en el que todos sus canales de comercialización digital incorporan al productor como protagonista activo del proceso, bajo un esquema unificado que mantiene el mismo código utilizado en sus operaciones habituales con la compañía.

Una nueva forma de vender, con lógica de e-commerce

RUS Market incorpora un buscador semántico que guía al usuario desde una pregunta simple y directa: “¿Qué querés asegurar?”. A partir de allí, facilita el acceso a los productos mediante términos cotidianos como “bici”, “play” o “perro”, sin necesidad de conocimientos técnicos.



Desarrollado bajo los principios del comercio electrónico moderno aplicados al mundo del seguro, el buscador interpreta el lenguaje natural y orienta al usuario hacia la cobertura adecuada. Así, al ingresar palabras como “televisor”, “bici” o “PlayStation”, la plataforma identifica la necesidad y ofrece de manera ágil el seguro correspondiente. El carrito de compras es otra de las innovaciones clave: permite cotizar, combinar y contratar múltiples seguros en una sola operación, con una única carga de datos y un único medio de pago. Además, cada producto avanza de forma independiente, por lo que la falta de documentación en uno no interfiere en la contratación de los demás. A esto se suma la integración de Autoinspector, una herramienta de inspección basada en inteligencia artificial que realiza verificaciones fotográficas en tiempo real durante el proceso de contratación, agilizando la gestión y reduciendo fricciones en la experiencia del usuario.

El productor, integrado desde el inicio

Uno de los pilares del desarrollo es que la tecnología no reemplaza al productor, sino que lo potencia. Cuando un cliente ingresa a **RUS Market** a través del link personalizado de un PAS, la plataforma registra y conserva esa atribución, incluso en vistas posteriores sin el código. Asimismo, si el cliente ya cuenta con un productor asignado, dicha vinculación se respeta en todas las operaciones futuras, independientemente del canal de entrada.

Cada vez que se genera una propuesta o emisión desde el **Market**, el productor recibe una notificación automática por correo electrónico.

Breves de Informe

nico. Desde allí puede acceder al core de la compañía para revisar la información, analizar el riesgo y autorizar la emisión. El seguimiento de cada operación se realiza desde el **Portal PAS (pas.rus.com.ar)**, donde el productor accede a sus prospectos, propuestas y pólizas emitidas.

Alcance geográfico sin límites

La **URL** personalizada permite al productor compartir su link por **WhatsApp**, correo electrónico, redes sociales o código QR, habilitando la contratación desde cualquier punto del país. De este modo, un productor puede gestionar clientes en distintas provincias sin necesidad de presencia física ni intermediación adicional.

Esta lógica amplía las posibilidades de diversificación de cartera: el buscador facilita que los clientes descubran coberturas que de otro modo no habrían considerado, generando oportunidades de venta cruzada de manera natural.

Un ecosistema que se integra y evoluciona

RUS Market no reemplaza las herramientas digitales existentes, sino que las complementa. La **Tarjeta Digital** del productor continúa funcionando como herramienta de presentación profesional e identidad del **PAS**. Ambas soluciones se articulan: la **Tarjeta Digital** genera confianza en el primer contacto y personaliza la propuesta, mientras que **RUS Market** facilita la contratación cuando el cliente decide avanzar. Por su parte, el **Portal de Asegurados**, destinado a la gestión de pólizas, siniestros y coberturas vigentes, mantiene su funcionamiento sin cambios, preservando la diferenciación entre los procesos de venta y postventa.

Para acompañar la adopción de la plataforma, **RUS** ofrece capacitaciones gratuitas a través de su **Universidad Corporativa U-RUS**, junto con canales de soporte dedicados al productor.

AON

Aon evoluciona la base de datos de compensación de Radford McLagan, respondiendo al impacto que la IA tiene sobre las habilidades y la compensación de la fuerza laboral

Las nuevas funcionalidades de la plataforma integran datos, información en tiempo real y automatización para ofrecer una experiencia más fluida a los líderes de Recursos Humanos

● **Aon plc (NYSE: AON)**, firma líder mundial en servicios profesionales, anunció evoluciones en su base de datos de compensación de **Radford McLagan (RMCD)**, ante la creciente demanda de talento y de perfiles vinculados a la inteligencia artificial (IA) en todos los sectores. La base de datos ahora integra puestos específicos de IA, como **Jefe de IA, Científico de Investigación Aplicada, Ingeniero de Machine Learning y Especialista en Ética de la IA**, lo que aporta mayor transparencia sobre cómo el mercado define y valora estos roles. Construida sobre datos rigurosamente validados (y no recolectados mediante esquemas abiertos de colaboración), la base de datos abarca a más de 30 millones de empleados en 115 países y 150 funciones laborales.

“La IA exige a las organizaciones que tomen decisiones más rápidas en un entorno donde los roles, las habilidades y las expectativas cambian en tiempo real”, afirmó **Byron Beebe, CEO global de Capital Humano en Aon**. “A medida que las organizaciones rediseñan los puestos para adaptarse a la IA, los marcos tradicionales tienen dificultades para mantenerse al día. Al ampliar la base de datos de compensación de Radford McLagan con nuevas familias de puestos basadas en IA y análisis mejorados, ayudamos a los líderes a fundamentar las decisiones salariales en datos de mercado actuales y confiables, incluso a medida que el mercado continúa evolucionando”.

A medida que la IA transforma la forma en que se trabaja, las organizaciones se enfrentan a un cambio en las habilidades que necesitan y en cómo deben valorarse. Las empresas esperan cada vez más que los roles evolucionen en tiempo real, combinando la experiencia técnica con responsabilidades que abarcan estrategia, gobernanza, riesgo y operaciones. Como resultado, las responsabilidades y el alcance de los puestos cambian más rápido de lo que las definiciones de roles y los marcos tradicionales de compensación estaban preparados para incorporar.

Según la información **RMCD**, los puestos clave en IA como Ingenieros en **Aprendizaje Automático (machine learning)**, **Científicos de Datos e Investigación Aplicada**, e **Ingenieros de Plataformas de IA**, se encuentran entre los de mayor crecimiento en el mercado, junto con la creciente demanda de habilidades afines como ingeniería de datos y ciberseguridad. Al mismo tiempo, los diferenciales salariales asociados a habilidades vinculadas a la IA aumentan la presión sobre las organizaciones que buscan mantenerse competitivas sin comprometer la equidad ni la consistencia de sus decisiones salariales.

Estos conocimientos también complementan las soluciones de **Aon** para la transformación de la fuerza laboral basada en IA, que ayudan a las organizaciones a comprender cómo la IA automatiza o potencia el trabajo a gran escala, y así orientar decisiones de inversión en empleos, habilidades y estrategias de talento.

Además de los puestos específicos para IA, **Aon** evolucionó en **RMCD** para ayudar a los líderes de **RRHH** a afrontar este cambio, proporcionándoles información sobre compensación lista para la toma de decisiones, basada en datos de mercado confiables. Las principales mejoras de la base de datos incluyen:

- **Carga de datos flexible y validada:** La integración directa con los sistemas **HRIS (Human Resource Information System)** y **ATS**

(**Applicant Tracking System**) del cliente mediante conexiones **API** permite a las empresas enviar datos en formatos que reflejan la realidad de los puestos actuales. Un nuevo panel de validación en tiempo real ofrece devoluciones inmediatas, detecta inconsistencias y reduce significativamente el trabajo manual, lo que permite definir referencias de mercado más precisas para puestos cuyas responsabilidades y alcance evolucionan más rápido que los marcos tradicionales.

- **Asistente de compensación y homologación de puestos con IA:** Acceso a herramientas con inteligencia artificial que simplifican la comparación salarial con el mercado, alineando los puestos con referencias externas y ofreciendo información salarial a demanda. Mediante instrucciones en lenguaje natural e integración de datos fluida, el agente de **Aon** automatiza la homologación de puestos y la configuración de informes, simplificando el proceso y mejorando la calidad de la comparación con el mercado. Impulsada por modelos de aprendizaje automático propios, la base se complementa con el **Asistente de Compensación** con IA de **Aon**, que proporciona acceso a demanda a los datos de compensación, permitiendo a los usuarios ahorrar tiempo gracias a flujos de trabajo simplificados.
- **Información del mercado laboral en tiempo real:** Los indicadores del mercado en tiempo real complementan los datos de encuestas tradicionales para aportar un contexto actualizado a las decisiones salariales a medida que cambian las condiciones. Al integrar información en tiempo real con datos de compensación rigurosamente validados, **RMCD** ayuda a las organizaciones a comprender cómo se valoran los roles impulsados por IA en el mercado, lo que permite tomar decisiones oportunas y, al mismo tiempo, mantener la gobernanza, la equidad y la rendición de cuentas.

“En Latinoamérica, donde la transformación digital y los roles impulsados por inteligencia artificial avanzan más rápido que las estructuras organizacionales, los líderes de Recursos Humanos necesitan actuar con agilidad, pero también con el respaldo de datos confiables. Hoy no solo importa la velocidad, sino la capacidad de fundamentar y sostener cada decisión en un entorno de creciente escrutinio”, señala **Max Saraví, líder de Human Capital para Latinoamérica en Aon**.

“En este contexto, avanzar hacia la estandarización de los nuevos puestos vinculados a la IA es clave para aportar claridad al mercado y valorar adecuadamente el talento emergente. **RMCD**, la base de datos de compensación de Radford McLagan ofrece consistencia, contexto y credibilidad para acompañar estas decisiones en un entorno cada vez más dinámico”, concluye.

Acerca de la base de datos de compensación **Radford McLagan (RMCD)**: La base de datos de compensación **Radford McLagan de Aon**, impulsada por la plataforma de análisis de capital humano de la firma, ha sido un referente confiable en la industria durante más de 50 años. Basada en datos rigurosamente validados y no obtenidos mediante crowdsourcing, es utilizada por más de 8,500 organizaciones e incluye información sobre más de 30 millones de empleados en 115 países y 150 funciones laborales. La base de datos ofrece una visión integral de las tendencias globales de compensación, lo que ayuda a las organizaciones a tomar mejores decisiones.

AlbaCaución realizó un encuentro en Neuquén junto a PAS y Clientes en el marco de sus 65 años

La compañía continúa con su agenda de encuentros en el país, fortaleciendo vínculos con productores y actores clave del sector.



● En el último tramo de su **65° aniversario**, **AlbaCaución** llevó adelante un encuentro en la ciudad de **Neuquén** junto a **Productores Asesores de Seguros (PAS)** y clientes de la región.

El evento se desarrolló en **De la Ribera** y formó parte de una serie de acciones que la compañía viene impulsando en distintos puntos del país, con el objetivo de consolidar su presencia federal y fortalecer el vínculo con quienes forman parte de su red de trabajo.

La jornada contó con la participación de **Diego Brun, Director Comercial**, quien acompañó al equipo local liderado por **Marcela Delgado, Gerente Regional Patagonia**, junto a colaboradores de distintas áreas de la compañía.

Durante el encuentro, se generó un espacio de intercambio con referentes locales, en un contexto que priorizó la cercanía y el diálogo directo.

Asimismo, se realizó un reconocimiento a actores clave de la región, entre ellos **INVAP** -recibido por **Carlos Montenegro**- y **APAS Norpatagonia**, a través de su presidenta, **Aluminé Colombo**, destacando el valor del trabajo conjunto y las relaciones construidas en el tiempo.

Estas acciones se enmarcan en la estrategia de **AlbaCaución** de acompañar el desarrollo de sus clientes y productores, promoviendo espacios de encuentro e intercambio en todo el país.

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™

Por primera vez en Argentina: un prestigioso congreso internacional sobre salud laboral elige a Rosario como sede principal



El Congreso Internacional ORP reunirá a expertos de 43 países y el foco estará puesto en el uso de datos para prevenir riesgos, así como en el rol clave de la inteligencia artificial para crear entornos laborales más seguros y sostenibles.

En el marco de la Semana de la Salud y Seguridad Laboral, Argentina se posiciona en el centro de la escena global. Rosario se consolida como capital regional de la innovación al confirmarse como sede y organizadora del Congreso Internacional ORP 2026, un evento que reúne a los máximos referentes mundiales en prevención de riesgos, sostenibilidad y tecnología aplicada al trabajo.

El encuentro, organizado conjuntamente por La Segunda Seguros y la Fundación ORP de España, se llevará a cabo los días 29 y 30 de septiembre y 1 de octubre. Aunque contará con actividades en Buenos Aires e Iguazú, Rosario será el epicentro donde se darán cita más de 2.000 profesionales y líderes de diversas nacionalidades en el salón Metropolitano.

El eje central del congreso será la innovación y la transformación digital, posicionando a la

Inteligencia Artificial como una herramienta clave para gestionar el nuevo mercado laboral. El programa pondrá el foco en la seguridad e higiene, la medicina laboral, la sostenibilidad y la productividad.

Sebastián Antolioni, jefe del Área de Prevención Integral de Riesgos Laborales de La Segunda Seguros, remarca el valor del trabajo conjunto con la Fundación Internacional ORP, con la que desde 2019 la aseguradora mantiene una alianza estratégica: "Venimos desarrollando proyectos que integran innovación, tecnología y formación técnica para fortalecer a nuestros equipos y a nuestros clientes. Rosario se ha convertido en un espacio que convoca a especialistas, empresas y startups de distintos países para debatir sobre el futuro del trabajo y la prevención".

Semana de la seguridad laboral

El 21 de abril se celebra en Argentina el Día Nacional de la Higiene y Seguridad en el Trabajo, establecido en conmemoración de la sanción de la Ley N° 19.587 en 1972. Esta normativa es fundamental para la prevención de accidentes laborales, protegiendo la integridad de los trabajadores y promoviendo una cultura de seguridad. La misma semana, el 28 de abril, es el Día Mundial de la Seguridad y Salud en el Trabajo, impulsado por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) desde 2003 para promover entornos laborales seguros y prevenir accidentes y enfermedades profesionales.

Ambas fechas reconocen la importancia de tener en agenda un tema tan relevante como preocupante: las elevadas cifras de accidentes laborales que hoy con la incorporación de tecnología pueden ser cosa del pasado.

Según datos de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo, SRT, la evolución de la accidentabilidad laboral durante los últimos años tuvo un repunte durante el 2025, sin embargo, no se observa una merma significativa en la gravedad sino una baja considerable en siniestros mortales e incluso graves.

En relación a los sectores que concentran la mayor cantidad de accidentes laborales, en primer lugar se coloca la industria manufacturera con mayor cantidad de eventos y la construcción con mayor criticidad, dado que las tareas de demoliciones, excavaciones, obras de ingeniería civil y las vinculadas con la industria metalúrgica, siderúrgica y transporte, registran los siniestros más graves.

En función a la potencialidad de daño, los principales riesgos laborales están asociados a todo aquello relacionado a tareas en altura y actividades que impliquen el desplazamiento en vía pública, aunque distintas fuentes señalan que Argentina lidera la región en cantidad de trabajadores que padecen patologías asociadas al estrés o factores psicosociales.

Innovación tecnológica para la prevención

La utilización de tecnología en el rubro asegurador está teniendo un impacto positivo en la gestión de riesgos laborales, especialmente en la administración del riesgo, la generación e interpretación de datos y el control tanto en las fuentes como en la mitigación del daño.

Breves del Informe

En este contexto, diversas herramientas digitales están ganando protagonismo en la prevención de accidentes, como el software de análisis de datos, la realidad virtual aplicada a la capacitación, la sensorial, los exoesqueletos y los gemelos digitales, que permiten simular escenarios y anticipar riesgos antes de que ocurran.

"Desde La Segunda Seguros estamos ampliando nuestra propuesta de valor en materia de prevención, brindando soporte a los equipos de Seguridad y Salud Ocupacional (SySO) mediante el uso de análisis de datos y soluciones de realidad virtual enfocadas en la formación y concientización del personal", detallaron desde la empresa.

Distinción municipal

Tras el éxito de la edición 2025 en Cartagena de Indias, Colombia, que congregó a más de 1.800 especialistas de 43 países y destacados ponentes internacionales como Laurence Golborne de Chile, la Dra. Tetiana Klymchu de Ucrania y Majed bin Ibrahim Al-fuwaiz de Arabia Saudita, la elección de Rosario como sede reafirma el posicionamiento de la provincia de Santa Fe como referente en la organización de eventos de escala mundial.

El 19 de marzo el congreso fue declarado de Interés Turístico y Municipal por la Comisión de Cultura y Educación del Concejo Municipal de Rosario, destacando la magnitud del evento, su impacto en la formación de profesionales locales y la proyección internacional que otorga.

La Segunda Seguros redobla su compromiso con la innovación, la sostenibilidad y la salud laboral, reafirmando su liderazgo en el desarrollo de una cultura de prevención que se traduce en empresas más seguras, eficientes y humanas.

Inscripción al congreso 2026:

<https://www.passline.com/eventos/congreso-orp-2026>

La Perseverancia Seguros participó en la organización de charlas sobre control de adicciones en Tres Arroyos

En el Polideportivo Municipal de Tres Arroyos, Pauls brindó una charla abierta que puso el foco en el inicio temprano del consumo y la necesidad urgente de contención.



En el marco de su charla abierta sobre prevención de adicciones, el actor y conductor Gastón Pauls brindó una conferencia de prensa el pasado 13 de abril de 2026 en el Polideportivo Municipal de Tres Arroyos, donde compartió una mirada directa y preocupante sobre la situación actual del consumo en Argentina. Durante el encuentro con los medios, remarcó que el problema de las sustancias atraviesa a toda la sociedad, sin distinción de clases sociales ni ideologías políticas, y subrayó la necesidad de asumir un compromiso inmediato que comience en el ámbito familiar antes que en las instituciones.

Acompañado por referentes locales, Pauls hizo referencia a su reciente visita a la localidad de Oriente, donde destacó la participación de niños desde los 12 años. Para el actor, este hecho refleja una demanda urgente de las nuevas generaciones por encontrar espacios de escucha y contención. En ese sentido, advirtió que la edad de inicio en el consumo es cada vez más temprana y que el acceso a las drogas se ha facilitado de manera alarmante. También mencionó la incipiente llegada del fentanilo al país como una señal crítica que requiere respuestas concretas, entre ellas la creación de centros de recuperación serios y profesionalizados.

Desde una perspectiva personal, Pauls compartió cómo aborda esta problemática con sus propios hijos adolescentes, priorizando una comunicación sin eufemismos y promoviendo la "educación emocional" como herramienta clave para reconocer sentimientos como la soledad o la ansiedad antes de que deriven en consumos problemáticos. Finalmente, el actor convocó a la comunidad a sostener el debate más allá de la charla y a multiplicar un mensaje de prevención, esperanza y cuidado, como forma de contrarrestar la creciente disponibilidad de sustancias en el entorno cotidiano.

"Generar estos espacios es fundamental porque habilitan algo que muchas veces falta: la posibilidad de hablar sin filtros, escuchar de verdad y acompañar a tiempo. Cuando la prevención se vuelve una conversación abierta y cercana, deja de ser un concepto abstracto y se transforma en una herramienta concreta para cuidar a las nuevas generaciones", reflexionó Adalberto Bruzzone, director de La Perseverancia Seguros, compañía líder en el mercado y oriunda de Tres Arroyos.



CNP Seguros presentó su estrategia digital en un encuentro con foco en tecnología y negocios

CNP Seguros llevó adelante una jornada de relacionamiento en sus oficinas junto a referentes de los ecosistemas fintech, banca, insurtech y retail, con el objetivo de presentar su propuesta de valor y generar un espacio de conversación sobre las oportunidades del negocio, el rol de la tecnología y el impacto de la inteligencia artificial en la evolución de la industria.

La iniciativa se desarrolló en el marco de la estrategia digital de la compañía, basada en tres pilares clave: Inteligencia Artificial, Data y APIs, ejes que impulsan la transformación tecnológica de CNP Seguros y el desarrollo de nuevas soluciones para el mercado.

Durante el encuentro se presentaron casos concretos de agentes virtuales, demostraciones in vivo del uso de inteligencia artificial aplicada al negocio y ejemplos reales de implementaciones digitales orientadas a optimizar procesos y mejorar la experiencia de clientes y socios comerciales. Asimismo, se compartió cómo la propuesta de valor de CNP Seguros puede potenciar el crecimiento y la evolución de los negocios de sus socios estratégicos.

Desde la compañía destacaron el valor de estos espacios para fortalecer vínculos, impulsar nuevas ideas y construir, junto a sus socios estratégicos, soluciones que acompañen las necesidades de las personas. Con este tipo de iniciativas, CNP Seguros continúa consolidando su posicionamiento como un actor clave en la transformación digital del mercado asegurador y en el desarrollo de alianzas estratégicas de largo plazo.

Charles Taylor reunió a líderes del ecosistema asegurador para debatir acerca del futuro de la industria

En sus oficinas de la Ciudad de México, Charles Taylor organizó un encuentro exclusivo con referentes del sector para analizar uno de los principales dilemas que enfrenta hoy la industria aseguradora: la brecha entre la estrategia y su ejecución efectiva. Bajo el concepto "El verdadero diferencial ya no es la estrategia, es la ejecución a tiempo", el panel reunió a Martina Camacho, Business Development Manager de Charles Taylor InsureTech en México; Lautaro Mon, Insurance Modernization Managing Director de Charles Taylor InsureTech; Federico Spagnoli, Founder y CEO de Gangkhar; y, Antonio Fernández Salgado, Head of Sales de Stripe.

A lo largo de este panel, los especialistas compartieron su visión sobre los desafíos estructurales que condicionan el crecimiento del negocio, poniendo en evidencia que, si bien las aseguradoras, brokers y players del sector tienen cada vez mayor claridad sobre sus prioridades – crecimiento, apertura de nuevos canales, lanzamiento de productos con mayor velocidad, mejora de experiencia y eficiencia operativa de la mano de la IA –, el principal obstáculo radica en la capacidad de ejecución. "El problema ya no es qué hacer, sino con qué capacidades y con qué infraestructura lo ejecutamos", fue uno de los mensajes centrales del panel, en línea con datos que indican que el 65% de las compañías reconoce que los sistemas ineficientes y los procesos manuales limitan el cumplimiento de sus objetivos de negocio.

Uno de los ejes más relevantes giró en torno a los "cuellos de botella invisibles", especialmente en áreas como pagos, conciliación y procesos administrativos. Los panelistas coincidieron en que gran parte de la fricción operativa no proviene únicamente de los sistemas core legacy, sino de la capa operativa y financiera que sostiene el negocio. En este sentido, se destacó que entre el 30% y el 40% del tiempo de los equipos de underwriting se destina a tareas administrativas, mientras que la brecha de costos operativos entre aseguradoras líderes y rezagadas puede superar el 60%, evidenciando un amplio margen de mejora.

Hacia un nuevo modelo operativo

La eficiencia operativa es uno de los objetivos primarios de la industria, motivo por el cual durante la conversación entre los referentes convocados se analizó cómo compañías líderes están migrando desde la construcción interna de capacidades hacia un modelo basado en "capabilities on demand", apoyado en ecosistemas tecnológicos y servicios integrados. Este enfoque permite acelerar la implementación, reducir costos – hasta en un 40% – y escalar operaciones con mayor eficiencia. "Las compañías que ganan no son las que tienen mejores ideas, sino las que logran ponerlas en producción más rápido", fue otra de las conclusiones destacadas del encuentro.

Finalmente, el panel exploró el rol de la inteligencia artificial como acelerador del negocio. Si bien el 81% de los CEOs la considera una prioridad estratégica, los expertos coincidieron en que su impacto real aún es limitado: solo una minoría de las aseguradoras logra escalar sus iniciativas a producción. En este sentido, se subrayó que el verdadero valor de la IA no reside en la tecnología en sí, sino en su integración sobre una infraestructura operativa moderna y en procesos rediseñados. El evento concluyó con una sesión interactiva de preguntas del público, reforzando una idea transversal: en un entorno cada vez más competitivo, la velocidad de ejecución y la capacidad de transformar modelos operativos serán los factores determinantes para capturar valor en la industria aseguradora.

La Clínica Santa Isabel del Grupo Omint inaugura un centro médico en Caballito



Ubicado en Caballito, el nuevo Centro Médico Santa Isabel amplía la red de atención con consultorios ambulatorios y servicios integrales que incluyen laboratorio, diagnóstico por imágenes y hospital de medio día, entre otras especialidades.

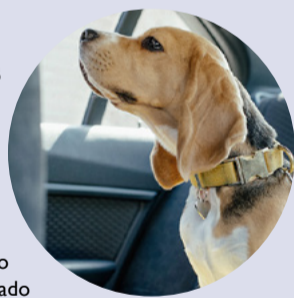
El nuevo Centro Médico Santa Isabel anuncia la inauguración del nuevo Centro Médico Santa Isabel, un espacio de atención ambulatoria que se incorpora a su ecosistema asistencial y marca un nuevo hito en su evolución. Esta apertura forma parte de una estrategia sostenida de expansión y mejora continua de las clínicas del Grupo Omint, orientada a seguir fortaleciendo la calidad médica y ampliar la capacidad asistencial en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

"La apertura del Centro Médico Santa Isabel en Caballito nos permite ampliar y organizar mejor la atención ambulatoria, integrando distintas especialidades y servicios en un mismo espacio. Esto facilita el recorrido de los pacientes y nos da la posibilidad de acompañarlos con equipos profesionales de gran experiencia y una infraestructura pensada para brindar una atención cada vez más completa y cercana", señaló el Dr. Ricardo Salvador, Director Médico de la Clínica Santa Isabel. Por su parte, Diego Martínez, Director de la División Clínicas del Grupo Omint, destacó: "La inauguración de este centro médico forma parte del proceso de fortalecimiento y crecimiento de las clínicas del Grupo Omint. Nuestro objetivo es seguir consolidando espacios que combinen excelencia profesional, innovación y una mirada integral del cuidado de la salud centrada en el paciente."

Ubicado en Av. Rivadavia 6044, el Centro Médico Santa Isabel cuenta con más de 20 consultorios destinados a la atención ambulatoria en más de 30 especialidades, entre las que se destacan clínica médica, cardiología, ginecología, gastroenterología, pediatría, dermatología y traumatología, entre otras.

El centro también incorporará servicios orientados a una atención integral, entre ellos, diagnóstico por imágenes, vacunatorio, laboratorio, y rehabilitación con Hospital de medio día. Los turnos pueden solicitarse a través de Mi Portal Clínicas, llamando al 0800-666-6587 o por WhatsApp al 1144932017, con una oferta ampliada de lunes a sábado.

29 de abril Día del Animal ¿Tu mascota viaja segura? Un guía para evitar accidentes y multas en la ruta



El 29 de abril se celebra en Argentina el Día del Animal, una fecha que no solo invita a reflexionar sobre su protección, sino también a incorporar hábitos de cuidado en la vida cotidiana, como su traslado en auto.

En los últimos años, las mascotas pasaron a ocupar un rol central dentro de las familias: hoy están presentes en 3 de cada 4 hogares y su presencia creció con fuerza, especialmente a partir de la pandemia.

En paralelo, también se expandió la oferta de servicios "pet friendly", desde alojamientos hasta medios de transporte. Sin embargo, al momento de viajar en auto, todavía persisten dudas sobre cómo hacerlo de manera correcta.

Si bien a nivel nacional no hay una ley específica para autos, sí un marco obligatorio indirecto. Por eso, en rutas nacionales se aplica la Ley de Tránsito y leyes provinciales. En la Provincia de Buenos Aires, la ley 13.637 establece que "ningún conductor podrá llevar animales en el asiento delantero, éstos deberán ser transportados en el asiento trasero y atados con correas de modo tal que no puedan saltar al asiento delantero". Por su parte, la ley 2.148 de tránsito de la Ciudad de Buenos Aires también se expresa sobre el tema ya que prohíbe a los conductores "transportar animales sueltos".

- Por eso, se recomienda utilizar sistemas de retención adecuados:
- Arnés con cinturón de seguridad (para perros)
- Transportadoras o caniles fijados al vehículo (especialmente para gatos)
- Rejas divisorias en autos de mayor tamaño

Viajar en auto puede resultar estresante para muchas mascotas. Los especialistas aconsejan evitar que coman antes del viaje para reducir

Breves del Informe

mareos, mantenerlas hidratadas y realizar paradas frecuentes para que puedan relajarse.

Si bien el comportamiento varía según el temperamento, ya que los animales pequeños suelen ser más inquietos, mientras que los de mayor tamaño tienden a adaptarse mejor, es importante acostumbrar a las mascotas de manera progresiva, comenzando con trayectos cortos. Al respecto, Daniel Telmo, consultor en Educación y Seguridad Vial de La Segunda Seguros, destaca la importancia de entender que la seguridad de los animales es parte integral de la seguridad del vehículo:

"Los riesgos más frecuentes en la ruta suelen estar asociados a distracciones y falta de sujeción adecuada. En el caso de las mascotas, un animal suelto no solo es un factor de distracción para el conductor, sino que ante una frenada brusca o un siniestro, se convierte en un riesgo para sí mismo y para todos los ocupantes. La mayoría de estos peligros pueden minimizarse si se toman decisiones responsables antes de arrancar, priorizando siempre la seguridad propia y la de quienes comparten la ruta".

Para un viaje seguro y confortable:

- No llevar a la mascota en el asiento delantero
- Evitar que saque la cabeza por la ventanilla
- No dejarla sola dentro del auto, especialmente en días calurosos
- Realizar pausas cada dos o tres horas
- Llevar objetos familiares, como mantas o juguetes
- Asegurar siempre su correcta sujeción

Trasladar mascotas implica responsabilidad. Con medidas simples, es posible garantizar un viaje seguro, minimizando riesgos y cuidando tanto a los animales como a quienes los acompañan.

El seguro del yaguareté refuerza su presencia en Misiones con trabajo junto a comunidades



El Seguro de Protección al Yaguareté sigue ganando músculo en Misiones. Durante los días 21, 22 y 23 de abril, referentes del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) Argentina, el Ministerio del Agro y la Producción de Misiones, Río Uruguay Seguros (RUS), la Asociación Aves Argentinas y el Proyecto Yaguareté (CeIBA-CONICET) recorrieron distintas localidades del Departamento Iguazú para consolidar la implementación de esta herramienta que busca equilibrar dos mundos que a veces chocan: la producción y la conservación.

Las visitas se desarrollaron en Comandante Andresito, Puerto Esperanza, Wanda, Puerto Libertad y Puerto Iguazú, municipios donde actualmente funciona el seguro del yaguareté. Este seguro fue implementado por primera vez en Comandante Andresito y posteriormente se extendió a las demás localidades mencionadas. Divididos en equipos, los referentes de la iniciativa desplegaron una agenda que combinó gestión institucional, trabajo territorial y escucha directa a las comunidades.

Por un lado, uno de los equipos mantuvo encuentros con actores institucionales y autoridades municipales para explicar el funcionamiento del seguro, entregar material informativo y promover el trabajo conjunto. El objetivo fue claro: que los gobiernos locales se conviertan en aliados activos en la difusión de la herramienta y en la orientación a vecinos ante la presencia de yaguarretés o eventuales ataques.

En paralelo, otro grupo dialogó con guardaparques de la región, compartiendo la experiencia acumulada, especialmente en Comandante Andresito, y proyectando nuevas formas de articulación para fortalecer la convivencia entre las comunidades y la fauna silvestre.

Un tercer equipo visitó un territorio más concreto: las chacras. Allí conversaron con productores, relevaron problemáticas actuales y recogieron testimonios sobre ataques o avistamientos. Esa información resulta clave para ajustar el funcionamiento del seguro y comprender



mejor la dinámica entre el yaguareté y su entorno humano.

El Seguro de Protección al Yaguareté se consolida así como una herramienta innovadora para enfrentar uno de los grandes desafíos de conservación: proteger a una especie en peligro crítico sin desatender a las comunidades que conviven con ella. El yaguareté, símbolo indiscutido de la biodiversidad argentina, enfrenta amenazas persistentes como la pérdida de hábitat, la caza furtiva, los atropellamientos y los conflictos derivados de ataques a animales domésticos. En este contexto, la póliza, contratada por el Gobierno de Misiones, cumple un doble rol: ofrece respaldo económico ante la depredación y, al mismo tiempo, actúa como un puente que reduce tensiones. Al indemnizar pérdidas de bovinos, ovinos, caprinos, porcinos o mascotas cuando se confirma la intervención del felino, el seguro fomenta la tolerancia social y desalienta la caza en represalia.

El mecanismo de denuncia es ágil: ante un ataque, los productores pueden comunicarse vía telefónica o WhatsApp al 3764-179080. Luego, un perito verifica el caso y, de confirmarse, se otorga la compensación correspondiente junto con recomendaciones para prevenir nuevos incidentes.

En la selva misionera, donde cada huella cuenta una historia, el seguro empieza a escribir una nueva: una donde la convivencia no es una utopía, sino un proceso en construcción.

Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo: la prevención como clave para entornos laborales más seguros

Bajo el concepto "Prevención nos une, acciones que hacen bien", la compañía desarrolla capacitaciones, herramientas digitales y propuestas innovadoras para promover entornos de trabajo más seguros y saludables

En el marco del Día Mundial de la Seguridad y la Salud en el Trabajo (28 de abril) Prevención ART, la Aseguradora de Riesgos del Trabajo más elegida por las empresas, renueva su compromiso con el cuidado de las personas en el ámbito laboral y lanza una nueva edición de su campaña de concientización: "Prevención nos une, acciones que hacen bien".

La iniciativa invita a construir, de manera colectiva, entornos laborales seguros, poniendo el foco en la prevención como un valor compartido entre empleadores, trabajadores y especialistas. "La prevención no es solo una práctica, sino una forma de construir entornos de trabajo cada vez más seguros y saludables. Por eso impulsamos actividades que involucren a todos los actores y promuevan una cultura del cuidado compartido", destacó Fernando Paulón, Gerente de Seguridad y Salud Ocupacional de Prevención ART.

Como parte de esta propuesta, a comienzos de abril se puso en marcha una agenda de capacitaciones, cursos y conferencias web destinada a trabajadores de empresas aseguradas, que se extenderá durante los primeros días de mayo. Estos espacios buscan actualizar conocimientos, promover buenas prácticas y reforzar el rol clave de la prevención en el día a día laboral.

Entre las acciones destacadas, la compañía presenta un Escape Room virtual, una experiencia lúdica e interactiva que propone a los colaboradores poner a prueba sus conocimientos sobre seguridad y salud en el trabajo. La empresa del ganador será reconocida, promoviendo el trabajo en equipo y el compromiso conjunto con la prevención.



Asimismo, continúa impulsando "Capacitate por WhatsApp", una herramienta que premia la participación de empleados y empleadores. Esta modalidad permite acceder de manera ágil a cursos dictados por asesores virtuales con inteligencia artificial, facilitando el aprendizaje en cualquier momento y lugar, en línea con las nuevas dinámicas del mundo laboral.

En paralelo, Prevención ART convoca a sus asesores de riesgos a participar de una actividad orientada a compartir experiencias, reflexiones y miradas sobre la evolución de la prevención, reforzando su rol estratégico en la construcción de espacios de trabajo seguros y saludables.

A través de esta campaña, la compañía reafirma que la prevención es una tarea compartida, que se construye día a día a partir de acciones concretas que cuidan a las personas y contribuyen al bienestar en el trabajo.

En el Día Nacional de la Responsabilidad Social Empresaria, Grupo Sancor Seguros celebra 20 años de gestión sustentable



En el marco del Día Nacional de la Responsabilidad Social Empresaria —fecha que conmemora la adhesión de Argentina a los Principios Universales del Pacto Global de Naciones Unidas—, Grupo Sancor Seguros reafirma su compromiso con la construcción de un futuro más equitativo y responsable. En este contexto, la compañía se suma a la iniciativa #PactoEnAcción impulsada por la Red Argentina de Pacto Global, a través de Ser + Consciente, su programa transversal de sustentabilidad, orientado a promover la prevención, la salud, la ética y el cuidado del ambiente, con el objetivo de contribuir a mejorar la calidad de vida de las personas y generar bienestar, seguridad y solidaridad.

Al mismo tiempo, el Grupo celebra 20 años de gestión sustentable del negocio, reflejados en su Reporte ASG 2024/2025, el vigésimo consecutivo desde que formalizó su estrategia en 2005. Dos décadas de trabajo que hoy se traducen en indicadores concretos en materia ambiental, social y de gobernanza, en línea con una visión de largo plazo orientada a generar valor económico, social y ambiental para todos sus grupos de interés.

“Nuestra estrategia de sustentabilidad se organiza en cinco pilares: diálogo, innovación, iniciativas en prevención, seguridad y salud, generación de valor y medición del desempeño ASG. A partir de ellos, gestionamos integralmente los impactos de nuestros negocios para identificar riesgos, definir prioridades y generar valor compartido con nuestros grupos de interés”, detalló Betina Azugna, Gerente de Sustentabilidad del Grupo.

El Reporte ASG 2024/2025 está elaborado conforme a los estándares GRI 2021, la Norma ISO 26000, los principios del Pacto Global de Naciones Unidas, los ODS y los estándares AA1000 y SASB para el sector financiero-seguros, reflejando el enfoque sistemático de medición, gestión y mejora continua que la compañía sostiene desde hace dos décadas.

Este recorrido también fue reconocido recientemente por el Instituto Argentino de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (IARSE), que distinguió al Grupo como Miembro 360° por sus 20 años de acompañamiento a la misión institucional de la entidad, un reconocimiento que en 2026 recibieron solo cuatro organizaciones en todo el país.

Impacto social: educación, prevención de riesgos y desarrollo
En materia social, el Grupo alcanzó a más de 236.000 personas con acciones de capacitación y formación entre todos sus grupos de interés, mientras que más de 92.100 niños, niñas y jóvenes fueron destinatarios de programas educativos. Estas iniciativas se enmarcan en su compromiso por la generación de valor a través del conocimiento y el fortalecimiento del desarrollo social, impulsando además proyectos a través de sus verticales de innovación y emprendedurismo; y programas educativos promovidos por su Fundación.

A su vez, más de 2.418.000 usuarios fueron alcanzados con la campaña de conciencia aseguradora, reflejo de su enfoque en la prevención, la seguridad y la promoción de una cultura del cuidado.

Compromiso ambiental: economía circular y digitalización
En el frente ambiental, la compañía avanza en su inventario de emisiones —registrando 5.393 tn CO₂ en el período— como base para definir estrategias concretas de reducción, en línea con su enfoque de sistematización y medición del desempeño ambiental. En ese marco, el 94% de los clientes ya adhirió a la póliza electrónica, lo que significó una reducción del 77% en impresiones durante el último ejercicio. Además, se trataron más de 45.000 kg de residuos de la operación con lineamientos de economía circular, y se reutilizaron más de 3.200 autopartes de vehículos siniestrados.

Gobernanza: liderazgo sectorial y validación externa
Sancor Seguros ha obtenido varios reconocimientos que dan cuenta de su desempeño responsable y del compromiso del Gobierno de la empresa con una gestión sustentable del negocio. Ocupa el primer lugar en el Ranking Mercado Responsabilidad ESG Argentina del sector seguros (posición 36° en el ranking general), mejorando cuatro posiciones respecto al año anterior.

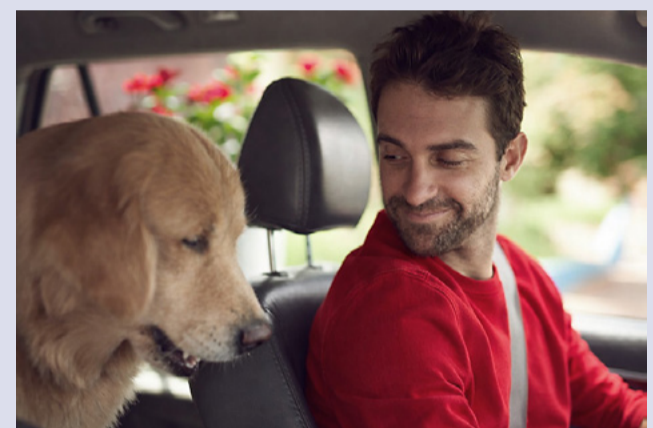
Breves del Informe

A ello se suman reconocimientos como la participación durante seis años en la Mesa Directiva de Pacto Global Argentina; el Premio Latinoamericano a la Responsabilidad de Empresas del Foro Ecuemérico Social; y el reconocimiento del CEADS por su contribución a ocho Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En esta línea, la participación del CEO de la compañía también fue destacada a nivel global en el estudio “Turning the Key: Unlocking the Next Era of Sustainability Leadership”, que reúne la visión de más de 2.000 CEOs sobre tendencias y desafíos en sustentabilidad. «Desde hace 20 años gestionamos integralmente los impactos de nuestros negocios para identificar riesgos, generar valor compartido y dar respuesta a las expectativas de nuestros grupos de interés. Este es un momento para mirar hacia atrás con orgullo y hacia adelante con más compromiso», finalizó Azugna.

En este Día Nacional de la RSE, Grupo Sancor Seguros reafirma que la sustentabilidad no es una declaración de intenciones, sino una práctica transversal a toda su estrategia de negocio, basada en la innovación, la prevención y el diálogo, con resultados medibles y en constante evolución.

Día del Animal: cómo viajar con mascotas en el auto de forma segura y qué dice la normativa en Argentina



Especialistas de La Caja brindan una serie de consejos a tener en cuenta a la hora de viajar con las mascotas en el vehículo.

Cada vez más familias incluyen a sus mascotas en escapadas y viajes, pero no siempre lo hacen de manera segura. En el marco del Día del Animal, especialistas de La Caja advierten que trasladar perros o gatos sueltos dentro del auto no solo aumenta el riesgo de accidentes, sino que también puede implicar una infracción según la jurisdicción. Aunque en Argentina no existe una ley nacional específica que regule el transporte de mascotas en autos particulares, sí hay criterios generales de seguridad vial que aplican a estos casos. “El principio básico es que el conductor debe evitar cualquier tipo de interferencia durante la conducción. Un animal suelto puede convertirse en una distracción o en un factor de riesgo”, explican desde la compañía.

La situación cambia a nivel local. Tanto en la Provincia de Buenos Aires como en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, la normativa es explícita: las leyes vigentes prohíben llevar animales sin sujeción dentro del vehículo. Esto significa que trasladar una mascota suelta puede derivar en una multa. Más allá de lo legal, el riesgo es concreto. En una frenada brusca, cualquier elemento sin sujeción (personas, objetos o animales) continúa en movimiento por inercia. “Eso puede provocar lesiones tanto en los ocupantes como en la propia mascota”, señalan.

Cómo trasladar a tu mascota de forma segura

La forma más adecuada depende del tamaño del animal. Para mascotas pequeñas, se recomienda utilizar un canil o transportadora homologada ubicada en el piso trasero del vehículo. “No debería colocarse sobre el asiento, ya que estos dispositivos no están diseñados para resistir fuerzas de impacto”, advierten.

En el caso de perros medianos o grandes, la opción más segura es un arnés especial sujeto al cinturón de seguridad o al sistema Isofix. Para animales de más de 20 kilos, los especialistas recomiendan fijarlos en más de un punto para mejorar la estabilidad. También pueden viajar en el baúl de vehículos tipo hatchback o SUV, siempre que exista una red divisoria que los separe del habitáculo.

Los errores más comunes al viajar con animales

- Entre las prácticas que más se repiten y que conviene evitar, expertos de La Caja destacan:
- Llevar a la mascota suelta dentro del auto
 - Permitir que invada el espacio del conductor
 - Dejar que saque la cabeza por la ventanilla
 - Sujetarla únicamente del collar
 - Colocar la transportadora sobre el asiento

Todas estas situaciones pueden aumentar el riesgo ante una maniobra brusca.

Claves para un viaje seguro con mascotas

- Además de la sujeción, hay otros aspectos importantes a considerar:
- Hacer paradas cada dos horas para que el animal se hidrate y camine

- Evitar darle de comer justo antes del viaje para prevenir mareos
- Consultar con el veterinario si el animal se pone ansioso
- Llevar identificación con teléfono de contacto
- No dejar nunca a la mascota sola dentro del auto, especialmente en días calurosos

Un fenómeno en crecimiento

El aumento de los viajes con mascotas también se refleja en los datos. Los certificados emitidos por SENASA para trasladar animales entre jurisdicciones crecieron más de un 800% en la última década y alcanzaron casi 60.000 trámites anuales en 2024. Además, se estima que en Argentina hay alrededor de 17 millones de perros y 6 millones de gatos.

Con este escenario, la recomendación es clara: viajar con mascotas es cada vez más común, pero hacerlo de forma segura es clave. No solo ayuda a evitar multas, sino que reduce significativamente los riesgos para todos los ocupantes del vehículo.

AlbaCaución cerró en Corrientes el ciclo de encuentros por sus 65 años



La compañía finalizó su agenda de actividades en el país con un encuentro junto a PAS y clientes de la región.

AlbaCaución llevó adelante en la ciudad de Corrientes el cierre del ciclo de actividades que realizó en distintas regiones del país en el marco de su 65° aniversario, en La Alondra Casa de Huéspedes, un espacio que combina una antigua estructura industrial recuperada con un entorno cálido, íntimo y contemporáneo, reconocido en la Guía Michelin Argentina.

Esta iniciativa tuvo como objetivo fortalecer el vínculo con Productores Asesores de Seguros (PAS), Clientes, Asegurados y referentes del sector, promoviendo espacios de cercanía, intercambio y trabajo conjunto en cada región.

A lo largo de este recorrido, la compañía generó instancias que le permitieron compartir agenda con actores locales, relevar necesidades específicas y acompañar de cerca el desarrollo de su red en distintos puntos del país.



La jornada en Corrientes contó con la participación del Director Comercial, Diego Brun, y de la Directora de Asegurados y Relaciones Institucionales, Virginia Marinsalta, junto al equipo de la agencia local liderado por Laura Lorenzetti.

Durante el encuentro, se realizó un reconocimiento a referentes de la región, entre ellos Organización Cassiet, representada por Néstor Hugo, Luis Mario y Daniel Omar —integrantes de la familia Cassiet, referentes del sector—, y Osvaldo Baltazar Egea, de Coning SACC, destacando el valor del trabajo compartido y las relaciones construidas en el tiempo.

A través de este recorrido federal, AlbaCaución reafirma su compromiso de acompañar el desarrollo de sus clientes y productores en todo el país, consolidando una presencia cercana, flexible y sostenida en cada región.



GOURMEND



profile

HIERRO

La Casa de Fuegos que celebra la carne argentina con estilo propio

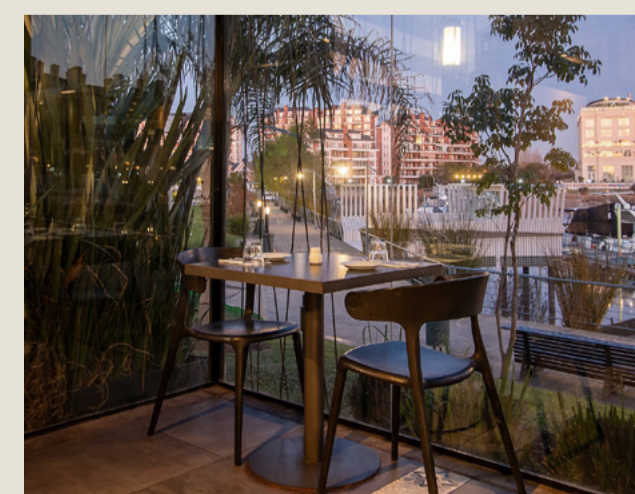
Con una propuesta vanguardista, protagonizada por carnes maduradas al vacío y vegetales orgánicos de estación, en Hierro se puede disfrutar de un espacio de diseño innovador, cócteles de autor, vinos seleccionados y cerveza artesanal.

Como su nombre lo indica, este restaurante conjuga el hierro con otros dos elementos distintivos de la gastronomía argentina: la carne y el fuego. Bajo estos pilares, además de mantener un atractivo diseño, Hierro se enfoca principalmente en carnes premium maduradas al vacío por 30 días, vegetales orgánicos de estación y una interesante coctelería de autor. El diseño de su menú exhibe opciones tradicionales reversionadas con sello personal y elaboradas a partir de materias primas de primera línea cocidas a la parrilla con carbón y quebracho colorado.

Con Francisco Giambirtone, Diego y Gustavo Batica y Santiago Lambardi —mixólogo y creador del mundialmente conocido Cynar Julep— como socios actuales, Hierro nació en 2019 de la mano de amigos de Bariloche vinculados al turismo. Ávidos por ofrecer un servicio de gran calidad ligado a la carne y los fuegos, abrieron su primer local en el Mercado de San Telmo. El gran crecimiento de la marca siguió su camino hacia Nordelta y Palermo.

La imponente sede de Nordelta que abrió en 2021 ocupa un espacio preferencial sobre la bahía, distribuido en un amplio salón con una pérgola vidriada, un deck y una galería techada. Su diseño es moderno y seductor, logrado con materiales nobles. El hierro —estandarte de la marca— se repite en lámparas, barras, banquetas, sillones, sillas y mesas combinadas con neolith. Para trabajarlo, recurrieron a Hugo Tonti, un artista especializado en herrería con más de 50 años de trayectoria que se encargó de diseñar todo el mobiliario del local. La disposición del lugar responde a diversas situaciones. Adentro se ubica una llamativa barra de cocktails ideal para comenzar la noche, otra gran barra desde donde se puede observar el trabajo en la parrilla y cocina, mesas bajas para dos y cuatro personas, y un espacio reservado que ofrece mayor intimidad para eventos empresariales o sociales. Afuera, en el deck, hay mesas bajas con livings, otras standard para dos o cuatro personas y una pérgola semi cerrada con vista panorámica de la bahía. El ambiente perfecto para disfrutar con música chill out, mientras que las cenas se acompañan con set de DJ en vivo, a excepción de los martes y domingos.

El local de Palermo, que abrió sus puertas en 2022, se emplaza en un espacio de 400 m² distribuidos en una planta con techos altos y un entropiso. Además cuenta con dos pérgolas climatizadas en la vereda. El amplio ➡



ficha técnica

NOMBRE	Hierro
DOMICILIO	Boulevard del Mirador 220, Nordelta; Costa Rica 5602, Palermo
ESPECIALIDAD	Carne argentina con estilo propio
VARIOS	Carnes premium maduradas al vacío por 30 días, vegetales orgánicos de estación y una interesante coctelería de autor
INSTAGRAM:	@hierronordelta; @hierro.palermo
TELÉFONOS:	011 15 2486 8061
HORARIO:	lunes a viernes de 12 a 16h y de 19 a 00h, sábados de 12 a 17h y de 19 a 00h, y domingos de 12 a 17h (Nordelta); domingos a miércoles de 12 a 00h y de jueves a sábados de 12 a 01h (Palermo).

Figuras locales e internacionales de la música y la actuación (incluyendo elencos de reconocidas obras de teatro y películas), como Luisana Lopilato, Michael Bublé, Nicolás Repetto, Pablo Rago, Florencia Raggi, Juanse, Barbara Lombardo, Carlos Portalupi y Mariano Peluffo, por mencionar algunos, eligen cada día a Hierro para eventos privados y noches especiales

→ salón alberga mesas y sillas para grupos de dos y cuatro personas, así como un espacio privado, una imponente cava de vinos y una atractiva barra de cocktails. Al fondo, una gran "H" de hierro enmarca la segunda barra, ubicada frente a los fogos, desde donde se logra apreciar el trabajo de los parrilleros y cocineros. Su ambientación mantiene la misma esencia que la sede de **Nordelta**: el hierro está presente en lámparas, barras, banquetas, sillones, sillas y mesas combinadas con neolith.

Con un puntaje inmejorable de cinco estrellas y la leyenda "Excelente" como principal reseña, **Hierro Palermo** recibió más de 1300 comentarios positivos en **TripAdvisor**, la plataforma utilizada por comensales de todo el mundo, donde se reconoce no solo la notable calidad de su oferta culinaria, sino también la cuidada atención de quienes trabajan cada día en el lugar, uno de los aspectos más destacados por los clientes ya que hacen a la totalidad de la experiencia ofrecida en el lugar. Además, en Google cuentan con una destacada calificación de **4.7 estrellas**, junto con casi **8.000 reseñas** del lugar.

Asimismo, figuras locales e internacionales de la música y la actuación (incluyendo elencos de reconocidas obras de teatro y películas), como Luisana Lopilato, Michael Bublé, Nicolás Repetto, Pablo Rago, Florencia Raggi, Juanse, Barbara Lombardo, Carlos Portalupi y Mariano Peluffo, por mencionar algunos, eligen cada día a **Hierro** para eventos privados y noches especiales, con una propuesta completa y personalizada, donde lo mejor de la carta es servido para deleitar el paladar de los visitantes, acompañado de cocktails originales y su amplia carta de vinos, que incluye cepas argentinas de renombre.

En cuanto a la carta de esta **Casa de Fuegos**, diseñada por **Lambardi**, permite vislumbrar una amplia variedad de alternativas: carnes de primera calidad maduradas al vacío (para obtener más ternura y sabor) y vegetales de estación, todo trabajado a la parrilla con carbón y quebracho colorado. Sus platos permiten experimentar sabores característicos de la cocina argentina, logrados mediante técnicas vanguardistas y un gran cuidado por el detalle, las texturas y los aromas.

La experiencia comienza con las entradas, donde resaltan las empanadas fritas de masa casera rellenas de carne o de cordero (también con opción veggie con alioli de ajos asados, porotos negros, jengibre, hongos, cebolla morada, tomates secos y queso); la provoleta con ananá grillada, miel de la Pradera, romero y pistachos tostados; la morcilla vasca con nuez, verdeo y uvas pasas; y las mollejas a la parra con cremoso de batata, mandarina y tomillo, salmoriglio Hierro y limón quemado.

En la sección de principales se exhiben cortes clásicos de la cocina argentina madurados al vacío, guarniciones con vegetales como protagonistas y algunos platos elaborados. Los más destacados son el bife de chorizo, el vacío, la entraña y los cortes especiales, con vacío, T-Bone y tres clases de ojo de bife: con hueso, de novillo argentino (con 45 días de maduración al vacío) y de Wagyu, que destaca por su característico marmoleado de grasa intramuscular. También sobresalen los platos de cordero, como la polpettina de cordero con risotto, hinojo, uvas pasas y pistachos, y los agnolottis caseros de queso azul con puerro caramelizado, apio, nueces tostadas, huevo poché y queso estacionado. Como acompañamientos se proponen diversos vegetales orgánicos que son trabajados con técnica y creatividad. Es el caso del milhojas de papa (con queso provola, cebolla



asada y reducción de aceto), el brócoli asado (con pasta de berenjena y ajo asados, salsa teriyaki Hierro y maní tostado), las zanahorias rostizadas (con pasta de porotos negros, alioli verde, salsa harissa y almendras tostadas) y la remolacha asada (con pasta de choclo ahumado, pickle de zanahoria, gremolata y pistachos).

La experiencia se completa con originales versiones de postres tradicionales a cargo de **Clara María Gimenez Haupt**, como flan casero y tiramisú, y creaciones propias como las texturas de chocolate con crumble de cacao, sorbete de frambuesa y lajas de chocolate semiamargo, merengue de cacao, y el volcán de dulce de leche con semifreddo de dulce de leche y vauquita casera: una explosión de dulzura, ideal para compartir.

La propuesta de bebidas también es un punto focal de la oferta de **Hierro**. **Cocktails** clásicos y de autor, di-

señados por **Lambardi**, se destacan por la autenticidad de sus nombres -en honor a la cultura argentina- y por la combinación de frutas de estación con almibares naturales y jarabes exóticos. Algunos recomendados son Sandro (Amargo Obrero, tequila José Cuervo macerado en romero, jugo de ananá, lima, almíbar simple y sal de cítricos), Molinete (Bourbon Fat Wash, mantequilla de maní, Aperol y Amaro Averna) y El Chanta (whisky escocés, manzana verde, jarabe de jalapeño quemado, lima, Amargo de Angostura y chip de manzana).

Además, ofrecen un menú de mediodía de lunes a viernes y una propuesta especial para niños.

Hierro se perfila como una marca argentina creada para exportar, siendo su estandarte el uso de productos nacionales y el aprovechamiento de los mismos para ofrecer un servicio de alta calidad en el mundo. 🍷

**SANCOR
SEGUROS**

**EL VALOR
DE DAR
RESPUESTA**

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

sancorseguros.com.ar /    



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Adrián Arario

Casado - 40 Años - Dos hijos - Signo Capricornio (31/12/1985)

Gerente de Negocios **Experta Seguros S.A.**



● **UN HOBBY**

Jugar al fútbol con amigos

● **LA JUSTICIA**

Engranaje clave para el funcionamiento de una sociedad

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

Rotundo no, el género per se no adiciona valor

● **LA SEGURIDAD**

Necesidad fundamental

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

Racing campeón del 2001

● **MI MODELO PREFERIDA**

Mi Hija

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

La inteligencia Artificial

● **VESTIMENTA**

Depende, prefiero casual

● **LA MUERTE**

Siempre llega

● **EL MATRIMONIO**

Acuerdo sostenido con amor y compañerismo

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Programador

● **UN SER QUERIDO**

Mi familia

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Ricardo Darín / Valeria Bertuccelli

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

La deslealtad

● **ESTAR ENAMORADO ES**

Divino

● **ME ARREPIENTO DE**

Faltar al recital de AC/DC del 2009

● **SU MAYOR VIRTUD**

La integridad

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

El Antajo

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

La emisión no genera inflación

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

Fabricar indumentaria

● **EN TEATRO**

Comedia

● **LE TENGO MIEDO A**

Al sufrimiento de mis hijos

● **TENGO UN COMPROMISO CON**

Mi Familia

● **LA INFLACIÓN**

Fenómeno monetario también conocido como «El peor de los impuestos»

● **UN SECRETO**

Que siga siéndolo

● **LA MUJER IDEAL**

Mi esposa

● **MI PEOR DEFECTO ES**

Ser perfeccionista

● **LA CULPA ES DE**

La falta de autocrítica

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER**

Motivación

● **UN FIN DE SEMANA EN**

Familia

● **LA INFIDELIDAD**

El acto más deshonesto con uno mismo

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Un viaje

● **EL FIN DEL MUNDO**

Impredecible

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Racing Club

● **ESCRITOR FAVORITO**

Agatha Christie

● **SI VOLVIERA A NACER SERÍA**

Programador

● **UNA CANCIÓN**

November Rain - Guns & Roses

● **EL AUTO DESEADO**

El que cumpla con lo necesario

● **EL PASADO**

Aprendizaje

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

X

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **EL DÓLAR**

La moneda preferida de los Argentinos

● **LA TRAICIÓN**

Inaceptable

● **LA CORRUPCIÓN**

El cáncer del país

● **EN COMIDAS PREFIERO**

Milanesas con pure

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

Diario de Ana Frank

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

San Martín

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

Este año fui al cine a ver Hoppers

película infantil, 6 puntos

● **PSICOANÁLISIS**

No he pasado por ello

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

Los postres

● **DIOS**

Omnipresente

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES**

Prefiero hablar de banda,

Guns and Roses

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

Compartir momentos

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

Su sonrisa

● **EN DEPORTES, PREFIERO**

Fútbol

● **UN MAESTRO**

Mi padre

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

New York

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Agua

● **EL PERFUME**

212 Carolina Herrera

● **UNA CONFESIÓN**

No tengo

● **NO PUEDO**

Jugar al fútbol como antes

● **MARKETING**

El puente entre la necesidad del cliente y el producto/servicio

● **EL GRAN AUSENTE**

El miedo

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

La respiración

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

Tiempo adicional con mi familia

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

Estados Unidos



Avanzar también es sentirse cuidado.

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

