



# informe

operadores de mercado



## Juan Manuel, Hugo y Juan Pablo Tito

National Brokers



# Visión integral del riesgo



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 ya no alcanza con vender una póliza; las empresas necesitan acompañamiento, análisis de riesgos y capacidad de respuesta”

La menor volatilidad financiera genera mayor competencia y presión sobre los precios, lo cual impacta positivamente en la intermediación de seguros debido a que los PAS vuelven a tener un rol central aportando valor mediante su asesoramiento y cercanía. Así lo confirma Hugo Tito, presidente de National Brokers, que hoy nuclea a más de 300 productores y cubre a unas 10.000 empresas en todo el país. “En este contexto, el rol del broker sigue ganando relevancia”, asegura el ejecutivo.



**Hugo Tito**  
Presidente de National Brokers

## ¿Cómo evalúa la coyuntura macroeconómica en la Argentina y su impacto sobre la intermediación de seguros?

Vemos un mercado que claramente se está reacomodando. Venimos de años donde las decisiones estaban muy atravesadas por el contexto financiero, pero hoy observamos un cierto ordenamiento que nos obliga a poner mayor foco en el resultado técnico. Al haber menos volatilidad financiera, hay mayor competencia y presión sobre los precios, pero esto impacta de forma positiva en la intermediación, ya que el productor asesor de seguros vuelve a tener un rol central aportando valor mediante su asesoramiento y cercanía. Creemos que el mercado va hacia una mayor profesionalización. Hoy ya no alcanza con vender una póliza: las empresas necesitan acompañamiento, análisis de riesgos y capacidad de respuesta. En ese contexto, el rol del broker sigue ganando relevancia

## ¿Qué pasa con los precios y las sumas aseguradas en el actual contexto?

Hoy hay una fuerte presión competitiva sobre precios y márgenes, con clientes cada vez más informados y exigentes. Al mismo tiempo, el contexto económico todavía exige monitorear permanentemente sumas aseguradas y tarifas para sostener coberturas técnicamente adecuadas y evitar distorsiones. ➡

**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

**RUS**<sup>®</sup>  
RIO URUGUAY SEGUROS

## Hoy operamos de forma 100% online.

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

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

**RUS**<sup>®</sup> DIGITAL



« Acabamos de dar un paso histórico al ingresar formalmente en la actividad reaseguradora a través del lanzamiento de National Special Alliance »

→ ¿Cómo marcha la organización que lidera en términos de retención de cartera y generación de nuevas ventas?

Seguimos creciendo a paso firme en el desarrollo integral de nuestra cartera directa. Venimos de un 2025 de avances concretos donde afianzamos el liderazgo y continuamos generando nuevas ventas en distintos riesgos. Además, fomentamos mucho la retención y el crossselling, analizando las estructuras de costos actuales de las pólizas de nues-

tros clientes para optimizarlas, lo que naturalmente abre oportunidades de nuevas ventas sobre lo que ya existe.

¿A cuántas empresas cubren actualmente?

Hoy tenemos la responsabilidad y el orgullo de acompañar a más de 10.000 empresas a lo largo y ancho de todo el país. También brindamos asesoramiento de forma integral a individuos, actualmente con una cartera de más de 35.000 pólizas individuales.

¿Cuál es el mix de cartera actual?

Contamos con la propuesta más amplia del mercado, operando en absolutamente todos los ramos de seguros. Nos destacamos por consolidar un fuerte liderazgo en el mercado de Riesgos del Trabajo y por ampliar sostenidamente nuestra participación en seguros Patrimoniales. Hoy en día, el mix de nuestra cartera es 60% ART y 40% Patrimoniales.

¿Tienen planificado darle mayor énfasis a algún ramo en particular o sumar nuevos ramos?

Sí, acabamos de dar un paso histórico al ingresar formalmente en la actividad reaseguradora a través del lanzamiento de National Special Alliance (NSA), lo que nos permite analizar y estructurar programas de riesgos complejos con acceso a mercados internacionales. A su vez, incentivamos a nuestra red a incursionar mucho más en el segmento empresas, dejando de lado únicamente lo individual.

¿Qué negocios tienen mejores perspectivas de desarrollo?

Vemos excelentes perspectivas en las economías regionales que traccionan fuerte, como la energía, el petróleo, la minería y la agroindustria. También existe mucho terreno en el desarrollo de nichos especializados y en nuevos riesgos que demandan alta formación técnica, como ciberseguridad.

¿Cómo marchan las unidades de negocios National Med, National Safety y ClickSeguros?

De manera excelente, y son pilares de nuestra visión 360°. National Med y National Safety amplían nuestra oferta integrando servicios de medicina laboral y seguridad e higiene, lo que nos permite darle mayor profundidad al asesoramiento y también optimizar costos para las empresas. Por el lado de ClickSeguros, nos hemos consolidado como un habilitador tecnológico y comercial para el productor. Integramos cotización y emisión con múltiples aseguradoras, centralizando la operación y →

« Vemos excelentes perspectivas en las economías regionales que traccionan fuerte, como la energía, el petróleo, la minería y la agroindustria »



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

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

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

Primero lo que importa.



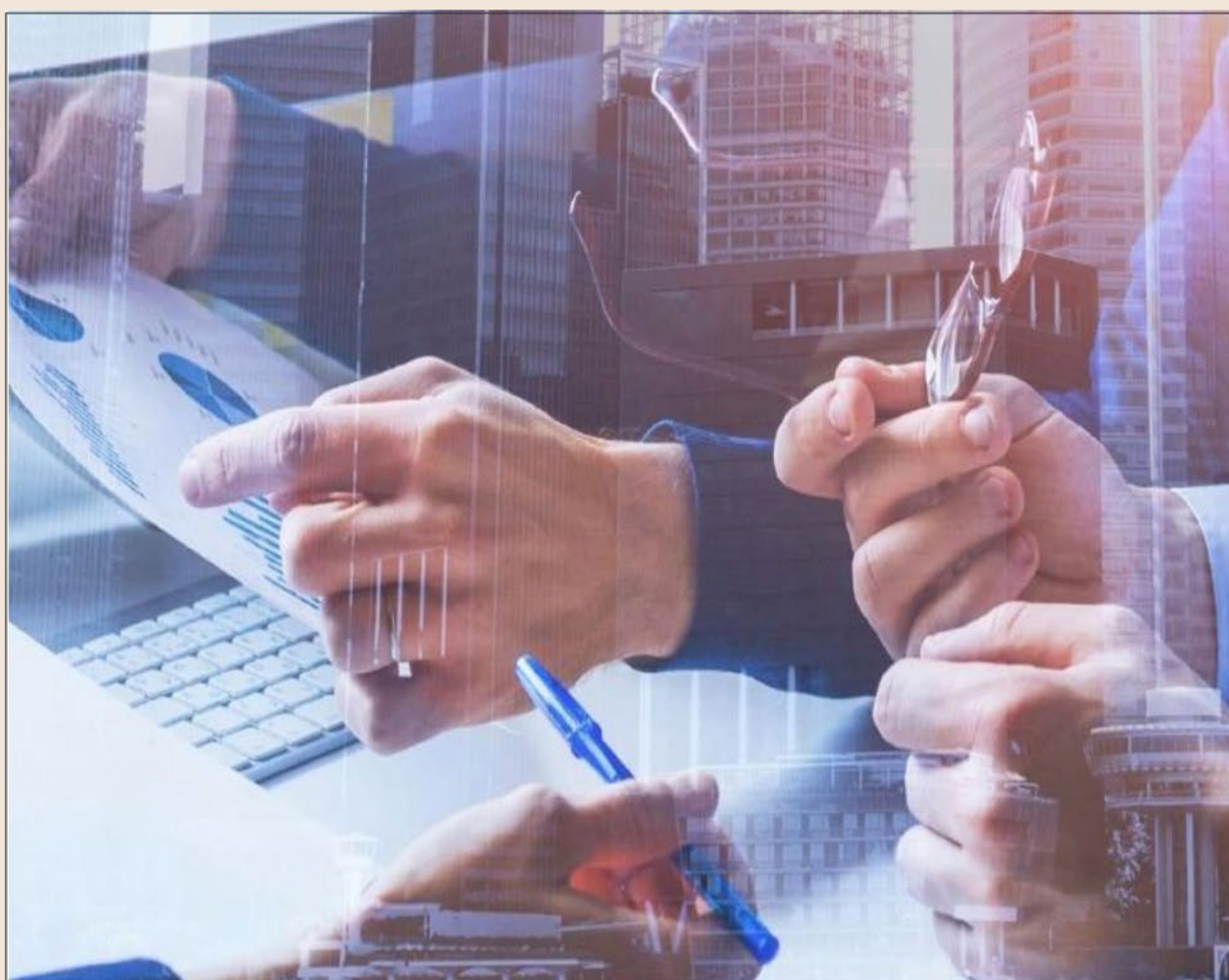
**la segunda**  
SEGUROS

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado de Seguros, junto a Hugo Tito, Presidente de National Brokers



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



**FEDERACION PATRONAL  
SEGUROS SA.**

www.fedpat.com.ar



## PROTAGONISTAS

→ permitiéndole al PAS acceder a tecnología, mejorar sus tasas de cierre y escalar su negocio de manera rentable sin necesidad de ampliar su estructura operativa.

### ¿Cuántos productores asesores conforman actualmente la red de National Brokers?

Hoy en día conforman nuestra estructura comercial más de 300 productores y organizaciones distribuidas en todo el territorio nacional.

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

Hoy enfocamos nuestra innovación en tres grandes habilitadores: la inteligencia artificial, las APIs y la analítica avanzada de datos. Consideramos que las APIs son el gran motor del cambio; por eso integramos ecosistemas abiertos que le permiten al productor pasar de un trabajo manual a tener cotización instantánea y emisión directa. Además, la analítica de datos se ha vuelto clave en nuestra propuesta: le brindamos al productor información inteligente para que sepa priorizar leads, entender en qué momento de la vida está su cliente y saber exactamente qué ofrecerle y cuándo. Sumado a esto, lanzamos ClickPas y estamos incorporando agentes de inteligencia artificial para seguir optimizando los tiempos operativos de nuestra red.

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

En absoluto, creemos que el productor no desaparece; evoluciona. Cada vez deja más de ser un simple intermediario para convertirse en un asesor con mayor capacidad de gestión y especialización en riesgos más complejos. La tecnología y la automatización no deshumanizan el servicio. Al contrario: al simplificar la carga operativa y administrativa le permiten al productor dedicar más tiempo a lo que realmente genera valor, que es el vínculo y el asesoramiento. Estamos convencidos de que los PAS que logren combinar herramientas tecnológicas, automatización y uso inteligente de datos con cercanía y atención →

**informe**  
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal  
AÑO 33 / Nº 811 - Mayo 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

**DC**  
SISTEMAS  
TECNOLOGÍA ASEGURADORA

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

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

📍 Bouchard 680 | 5° Piso | CABA

✉ info@dcsistemas.com.ar

🌐 www.dcsistemas.com.ar



« Al perder la volatilidad financiera como respaldo, las aseguradoras deben suscribir mejor y ordenar carteras »»

→ personalizada van a tener una ventaja muy importante en el mercado.

**¿Cómo calificaría los tiempos de liquidación y pago de siniestros por parte de las aseguradoras con las que trabajan?**

Nosotros operamos exclusivamente con aseguradoras de primera línea y gran solvencia. Privilegiamos aquellas compañías que tienen liquidez y que se destacan por sus niveles adecuados de atención y respuesta.

**¿Cómo evalúa la actual situación de solvencia del mercado asegurador?**

Observamos una falta de solvencia en una parte importante del mercado; por esto es sumamente necesario exigir la capitalización de algunas compañías para que respondan a sus compromisos o, de lo contrario, intervenir

o cerrar a tiempo. Al perder la volatilidad financiera como respaldo, las aseguradoras deben suscribir mejor y ordenar carteras. Además, la alta litigiosidad es un gran problema de solvencia, especialmente en Riesgos del Trabajo, afectando la sostenibilidad del sistema.

**¿Tienen previsto expandir su presencia geográfica a otras regiones?**

Completamente. La expansión territorial es una decisión estratégica continua para estar más cerca de nuestros clientes y productores. Seguiremos sumando referentes locales con trayectoria en cada plaza (como hicimos en Trelew) para atender las verdaderas demandas de las diferentes economías regionales.

**¿Cuáles son los principales objetivos que espera lograr al frente de National Brokers?**

## PROTAGONISTAS

Para 2026, nuestro principal objetivo es seguir acompañando la evolución del productor hacia un rol cada vez más estratégico y especializado. Creemos que ya no puede limitarse únicamente a la intermediación tradicional: hoy el mercado demanda asesoramiento técnico, capacidad de gestión y una mirada integral del riesgo. Después de un 2025 muy enfocado en consolidar infraestructura, expandir nuestra presencia en el interior y desarrollar herramientas como ClickPas, el desafío para 2026 pasa por darle a nuestra red más capacidad, más tecnología y acceso a negocios de mayor complejidad. En ese camino, uno de los grandes ejes será potenciar al PAS corporativo para que pueda competir en segmentos de alta exigencia, apoyándose tanto en herramientas de inteligencia artificial como en nuestra capacidad de reaseguro internacional. A través de National Special Alliance buscamos que nuestros productores puedan participar en programas de riesgos complejos vinculados a energía, minería e infraestructura, dejando de estar limitados únicamente por la capacidad del mercado local. También estamos orientando gran parte del desarrollo hacia sectores que van a tener un fuerte crecimiento, como Oil & Gas, energías renovables y agrotecnología. Ahí creemos que el diferencial va a estar en ofrecer una verdadera visión 360°, integrando seguros, medicina laboral y seguridad e higiene para acompañar integralmente la continuidad operativa de las empresas. Y, por otro lado, seguimos profundizando el uso de inteligencia artificial y automatización para simplificar la carga operativa diaria del productor. Nuestro objetivo no es reemplazar al PAS sino todo lo contrario: darle más tiempo para enfocarse en el vínculo con el cliente, el asesoramiento y la generación de nuevas oportunidades de negocio. 📍

## Referente de la intermediación



**Hugo Tito** es contador público egresado de la Universidad Nacional del Litoral de Santa Fe y acredita más de 40 años de trayectoria en el mercado asegurador. Tras ocupar cargos gerenciales en importantes aseguradoras, inició su trabajo en forma independiente como productor asesor de seguros y hace 37 años fundó National Brokers, la organización que desde entonces preside y que hoy nuclea a más de 300 PAS y organizaciones en todo el país. ■



### Global Reinsurance Brokers

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

#### Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

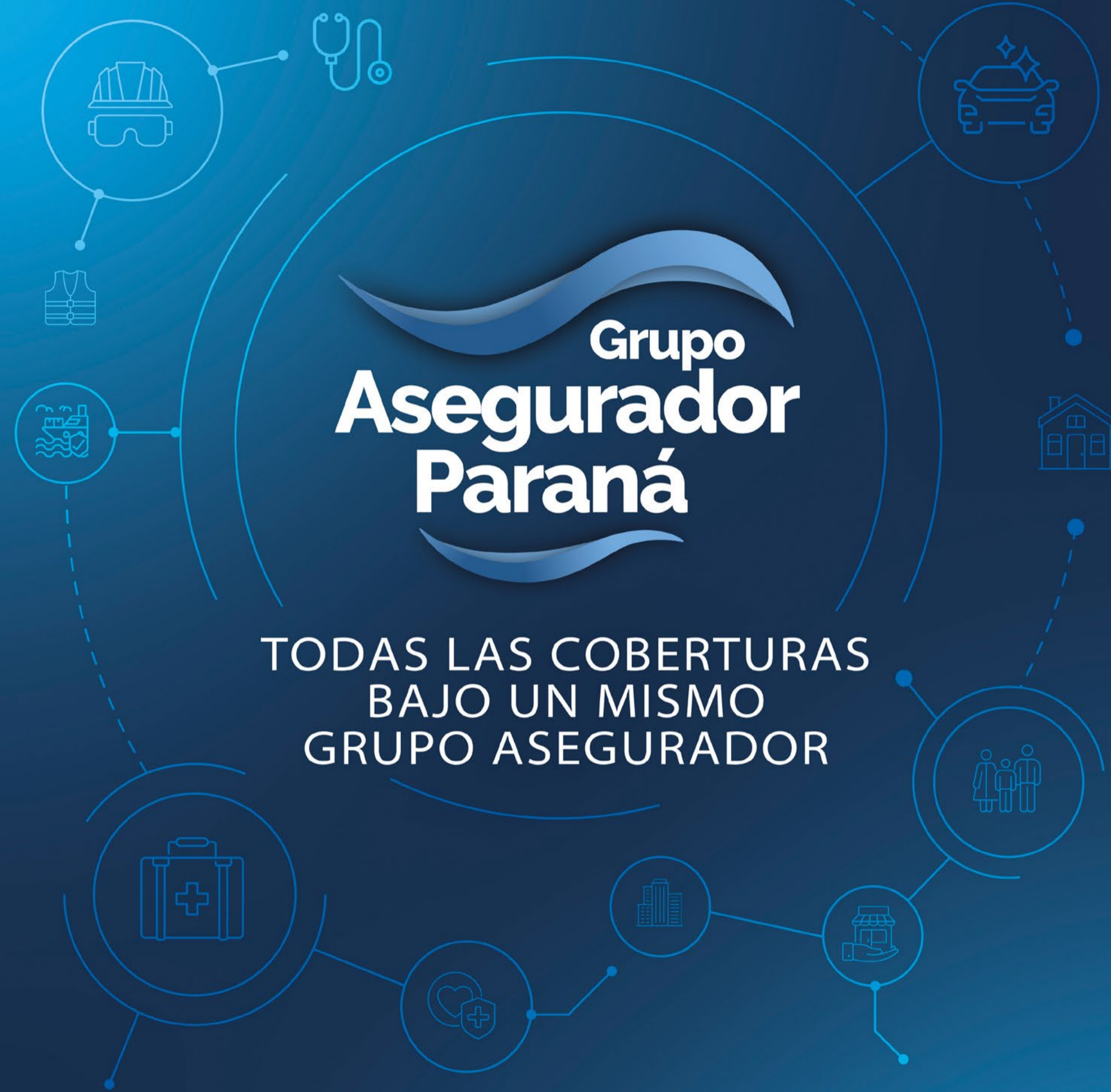
Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

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

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



# Grupo Asegurador Paraná

TODAS LAS COBERTURAS  
BAJO UN MISMO  
GRUPO ASEGURADOR



Una mirada estratégica que integra prevención, cobertura y respaldo.

# Las barreras que frenan la penetración del seguro

La baja penetración del seguro en Argentina es atribuida a factores económicos, culturales y estructurales, que se combinan para mantener amplios segmentos de la población al margen de la cobertura. Cuatro referentes del mercado analizaron el problema y compartieron sus perspectivas sobre microseguros, tecnología y confianza institucional.

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

La penetración del seguro medida como porcentaje del PBI, según la Memoria Anual 2025 de la SSN, alcanzó el 2,73% incluyendo seguros y reaseguros locales. Ese nivel en 2024 fue de 3,68%. Está claro que en esta ecuación, la variación del tipo de cambio tiene una fuerte influencia.

Por su parte, MAPFRE Economics ubicó a la región en 3,2% promedio. Y señaló que Chile es el líder de la región, con una penetración de 4,6%, aunque en este caso hay que considerar que incluye el fuerte componente previsional y de rentas vitalicias asociado al sistema AFP.

Todo ello indica que hay un largo camino por recorrer, para incrementar dicha participación en la Argentina.

Al respecto, **Andrés Quantin**, nuevo CEO de **Experta ART y Experta Seguros**, afirmó: "Las principales barreras combinan factores económicos y de acceso. Por un lado, la restricción de ingresos y la alta informalidad limitan la capacidad de pago y priorizan consumos inmediatos. Por otro lado, persiste una oferta poco adaptada a las necesidades concretas de algunos segmentos, con productos complejos y canales de distribución tradicionales que no siempre logran llegar con claridad y cercanía. A esto se suma una baja percepción del riesgo asegurado."

A continuación, **Mauricio Bustos**, Gerente Comercial de **BBVA Seguros**, señaló: "Las principales barreras pueden agruparse en dos grandes dimensiones: económicas y



culturales. Por un lado, existen factores estructurales vinculados a la inestabilidad macroeconómica, la volatilidad inflacionaria y el limitado crecimiento sostenido del ingreso per cápita. En particular, en los seguros de personas —como Vida o Retiro—, el desarrollo del mercado requiere previsibilidad económica e incentivos fiscales concretos que fomenten el ahorro y la protección de largo plazo. Por otro lado, persiste una baja conciencia aseguradora. En amplios sectores de la población todavía no existe una cultura consolidada de prevención y protección patrimonial. En este sentido, es fundamental impulsar acciones de educación financiera y aseguradora desde etapas tempranas, incorporando espacios de formación que permitan comprender mejor los riesgos y el valor de estar protegidos."

Luego, **José García**, Miembro de la **Alta Gerencia de La Perseverancia Seguros**, explicó: "Consideramos que hoy la baja penetración del seguro responde a una combinación de factores. Por un lado, hay una barrera económica: en contextos de pérdida de poder adquisitivo, muchas familias y pequeñas empresas priorizan gastos inmediatos y postergan decisiones vinculadas a la prevención. El seguro, muchas veces se percibe como un costo y no como una herramienta de protección patrimonial. Pero también existe una barrera de conocimiento. Una parte importante de la población no tiene del todo claro qué cubre un seguro, cómo funciona, qué beneficios concretos aporta o qué consecuencias puede tener no contar con una cobertura adecuada. En ese sentido, el desafío no ➔



## 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 Houder, 25 de Mayo 489 6°, CABA » 0800-345-0085



www.albacaucion.com.ar



Nº de inscripción en SSN  
0329

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción en SSN  
0040

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

« La restricción de ingresos y la alta informalidad limitan la capacidad de pago y priorizan consumos inmediatos »

« Las principales barreras pueden agruparse en dos grandes dimensiones: económicas y culturales »



▲ Andrés Quantin, CEO de Experta ART y Experta Seguros



▲ Mauricio Bustos, Gerente Comercial de BBVA Seguros

« es solamente vender más pólizas, sino explicar mejor el valor del seguro. A eso se suma una cuestión de accesibilidad. Muchas veces los productos tradicionales no están diseñados para todos los segmentos, ya sea por precio, lenguaje, canales de contratación o modalidades de pago. Si queremos ampliar la penetración, el mercado asegurador tiene que trabajar en propuestas más simples, más flexibles y más cercanas a las necesidades reales de las personas.»

de ATM Seguros, sostuvo: “Hoy la principal barrera es la económica. Existe una fuerte sensibilidad al precio y muchas personas priorizan gastos inmediatos antes que la contratación de un seguro, especialmente en contextos de pérdida de poder adquisitivo e inestabilidad económica. Pero también hay una barrera vinculada al desconocimiento sobre el valor real del seguro. Muchas veces se lo percibe únicamente como una obligación o un gasto y no como una herramienta de protección financiera y previsión. A eso se suma un problema estructural del mercado: la dificultad



para sostener la continuidad de las pólizas. La incobrabilidad y la rotación constante de clientes son hoy uno de los grandes desafíos de la industria.”

**Cultura y economía: dos factores que se retroalimentan**

Sobre estos temas, Quantin indicó: “Ambos factores son relevantes y se retroalimentan. Las limitaciones económicas explican gran parte de la no contratación, pero los factores culturales —como el desconocimiento, la falta de hábito asegurador, la percepción de lejanía del producto en la que juega un factor muy importante la comunicación con un lenguaje muy técnico de difícil comprensión para la población— también tienen un peso significativo. Incluso en segmentos con capacidad económica, la falta de conciencia sobre la protección financiera reduce la demanda”.

Más adelante, Bustos destacó: “Ambos factores tienen un peso determinante y actúan de manera complementaria. Los factores económicos son la condición básica para el crecimiento del sector: sin estabilidad y sin mejora del poder adquisitivo, resulta difícil que las personas prioricen la contratación de coberturas. Sin embargo, aun cuando existen productos accesibles y adaptados a distintos segmentos, los factores culturales siguen siendo decisivos. La percepción del seguro como una inversión en protección y tranquilidad todavía presenta desafíos. Por eso, además de desarrollar propuestas de valor adecuadas, es necesario fortalecer la educación y la concientización sobre la importancia del seguro en la vida cotidiana”.

Por su parte, Muerza señaló: “Ambos factores tienen un peso importante y se retroalimentan. En un contexto económico complejo, el precio se vuelve determinante, pero también existe una cuestión cultural relacionada con la baja percepción del riesgo y la escasa cultura aseguradora. En muchos casos, las personas recién toman conciencia de la importancia de estar aseguradas después de atravesar un siniestro. Por eso, además de ofrecer productos accesibles, el sector tiene el desafío de trabajar en educación y concientización. Hoy el cliente es mucho más racional y selectivo: busca equilibrar costo y protección, priorizando alternativas que se adapten a sus posibilidades reales”.

Luego, García sostuvo: “Los factores económicos tienen un peso importante; cuando el ingreso disponible se reduce, el seguro puede quedar relegado frente a gastos considerados más urgentes. Sin embargo, es un error pensar que la decisión de no contratar seguros se explica únicamente por esa razón. Hay un componente cultural muy fuerte. En muchos casos todavía predomina una mirada reactiva: se piensa en el seguro recién cuando ocurre un siniestro o cuando existe una obligación legal, como sucede con el seguro automotor. Falta una cultura de prevención más instalada, donde el seguro sea visto como parte de una planificación responsable y no como un gasto accesorio. También influye cierta distancia entre el lenguaje técnico del sector y la forma en que las personas toman decisiones cotidianas. Si el seguro se comunica de manera compleja, lejana o excesivamente contractual, se vuelve difícil generar interés y confianza. Por eso, desde las compañías tenemos la responsabilidad de simplificar, educar y acercarnos más al cliente”.

**Los aprendizajes de los microseguros en Argentina y la región**

¿Qué se puede aprender de las experiencias vinculadas a los microseguros? Quantin respondió: “Las experiencias de microseguros demostraron que la clave está en la simplicidad, la transparencia y la adecuación al contexto del cliente. Productos claros, de fácil contratación y pago flexible tienden a tener mejor aceptación. También evidenciaron la importancia de alianzas con actores cercanos a las comunidades (fintech, cooperativas, retailers) y de procesos de atención y siniestros ágiles que generen confianza”.

Acto seguido, Bustos señaló: “Las experiencias de »

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

## BROKERS

→ microseguros dejaron una enseñanza muy clara: el éxito depende de diseñar productos desde la necesidad real del cliente y no únicamente desde la lógica de la oferta. En ese sentido, uno de los principales aprendizajes fue la importancia de la simplicidad. Los productos deben ser fáciles de entender, contratar y utilizar, con procesos transparentes y ágiles, especialmente al momento del siniestro. Además, quedó demostrado que el cliente valora aquellas coberturas que incorporan beneficios adicionales o servicios complementarios, ya que eso aumenta la percepción de valor y fortalece el vínculo con el seguro.

Después, **Muerza** explicó: “Las experiencias de microseguros dejaron como principal aprendizaje que existe una demanda concreta de cobertura en segmentos históricamente poco atendidos, siempre que las propuestas sean simples, claras y accesibles. También demostraron que la cercanía, la facilidad de contratación y la claridad en la comunicación son factores centrales para lograr penetración. En mercados de la región donde los microseguros tuvieron mayor desarrollo, la tecnología y la distribución digital ayudaron a reducir costos operativos y acercar soluciones a públicos que antes estaban fuera del sistema asegurador tradicional.”

Y **García** indicó: “Las experiencias de microseguros dejaron aprendizajes muy valiosos. El primero es que si existe demanda por soluciones de protección en sectores de menores ingresos o en segmentos tradicionalmente no alcanzados, pero esas soluciones tienen que estar diseñadas desde otra lógica. El microseguro requiere simplicidad, bajo costo, facilidad de contratación, pagos accesibles y una experiencia de uso muy clara. El cliente tiene que entender rápidamente qué está contratando, cuánto paga, qué cubre y cómo cobrar en caso de siniestro. La confianza se construye mucho en ese momento: si la respuesta ante el siniestro es ágil y transparente, el seguro gana legitimidad.”

### El rol de la tecnología para llegar a nuevos segmentos

También indagamos sobre las posibilidades de los nuevos recursos tecnológicos para ampliar el acceso al seguro. Sobre el particular, **Quantin** destacó: “Las nuevas tecnologías son un habilitador central. La digitalización simplifica la contratación, reduce costos y permite diseñar pro-



ductos más personalizados y accesibles. Herramientas como la analítica de datos, la inteligencia artificial y los canales móviles facilitan la llegada a segmentos históricamente subatendidos, mejorando la experiencia del usuario y ampliando la base asegurada.”

En tanto, **García** señaló: “Las nuevas tecnologías pueden cumplir un rol decisivo, siempre que estén al servicio de la inclusión y no solamente de la eficiencia operativa. La tecnología permite reducir costos, simplificar procesos, personalizar ofertas y llegar a públicos que quizás no se acerca-

rían a un canal tradicional. Por ejemplo, los canales digitales, las billeteras virtuales, la emisión online, la firma digital, la inteligencia artificial y el análisis de datos pueden ayudar a diseñar productos más adecuados, con contratación más simple y respuestas más rápidas. También permiten mejorar la comunicación con el asegurado, recordarle vencimientos, explicarle coberturas o acompañarlo durante un siniestro. Ahora bien, la tecnología por sí sola no alcanza. En seguros, la confianza sigue siendo central. Por eso creemos que el camino es combinar herramientas digitales con asesoramiento humano. El productor asesor de seguros, bien integrado a la tecnología, puede ser un puente fundamental para acercar el seguro a nuevos segmentos, explicando, acompañando y generando vínculos de largo plazo”.

Por su parte, **Bustos** sostuvo: “La tecnología tiene un rol central para ampliar el acceso al seguro y llegar a segmentos históricamente menos atendidos. Las redes sociales y los canales digitales permiten generar cercanía, masividad y nuevas formas de interacción con públicos que antes estaban fuera del radar tradicional de la industria. A su vez, herramientas basadas en Inteligencia Artificial están mejorando significativamente la experiencia del cliente, desde la atención y el asesoramiento hasta la gestión de siniestros. En paralelo, las insurtechs vienen aportando innovación en procesos clave, simplificando el entendimiento de las pólizas y agilizando operaciones que históricamente resultaban complejas o burocráticas. Todo esto debe darse en un marco colaborativo con la intermediación profesional, donde el asesoramiento humano siga siendo un diferencial fundamental.”

Luego, **Muerza** afirmó: “La tecnología tiene un rol clave para ampliar el acceso al seguro. Hoy permite simplificar procesos, reducir tiempos, facilitar la contratación y generar productos más flexibles y adaptados a cada usuario. Además, las herramientas digitales ayudan a llegar a nuevos segmentos, especialmente jóvenes y trabajadores independientes que manejan gran parte de su vida cotidiana desde el celular. En el caso del mercado de motos, por ejemplo, la digitalización permitió acompañar el crecimiento de usuarios que utilizan el vehículo como herramienta de trabajo y necesitan soluciones ágiles y accesibles.” →

« Consideramos que hoy la baja penetración del seguro responde a una combinación de factores »

« La incobrabilidad y la rotación constante de clientes son hoy uno de los grandes desafíos de la industria »



▲ José García, Miembro de la Alta Gerencia de La Perseverancia Seguros



▲ Eugenio Muerza, Director Comercial de ATM Seguros



# 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



## BROKERS

### → El desafío de la confianza estructural en el sector

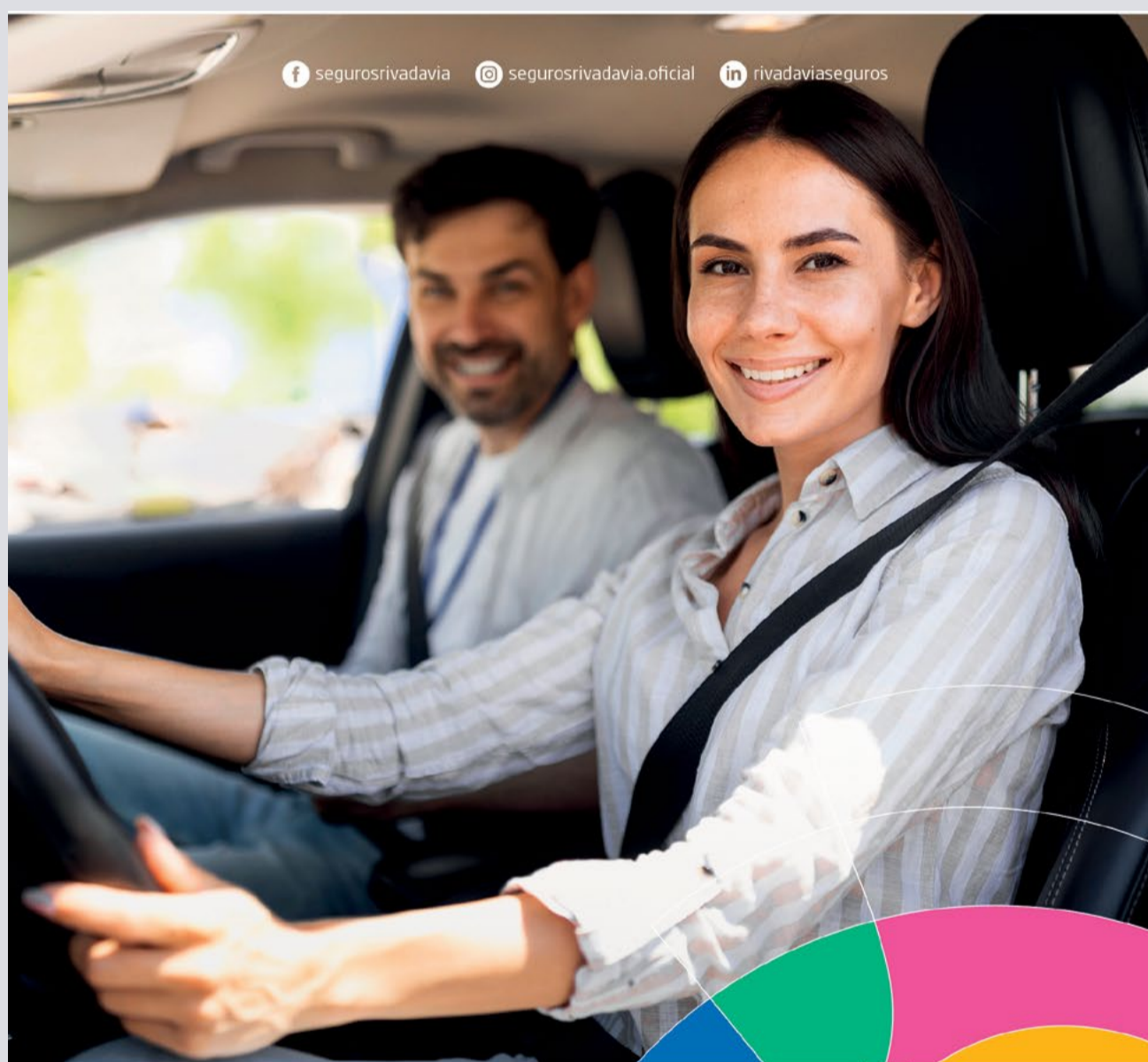
Para finalizar, abordamos el tema de la reputación del sector.

Sobre este tema, **Bustos** explicó: "El sector asegurador enfrenta el desafío de fortalecer la confianza, en parte debido a la complejidad histórica de sus productos y procesos. Para revertir esta situación, es fundamental avanzar hacia una mayor transparencia y simplicidad operativa. Esto implica contratos más claros, procesos de siniestros ágiles y una experiencia centrada verdaderamente en el cliente. La tecnología cumple un papel clave en este proceso, permitiendo desarrollar modelos de atención más rápidos, simples y sin fricciones, especialmente en los momentos donde el cliente más necesita respuestas concretas. Al mismo tiempo, el rol del Productor Asesor de Seguros sigue siendo esencial. El asesoramiento personalizado, la cercanía y la capacidad de construir una relación de confianza representan un diferencial humano que continúa siendo central para el desarrollo de la industria."

Después, **Quantin** aseveró: "Existe, en algunos segmentos, una percepción de desconfianza vinculada principalmente a la experiencia en el momento del siniestro. La confianza se construye con consistencia: claridad en la propuesta, cumplimiento efectivo de las coberturas, procesos simples y tiempos de respuesta adecuados. La comunicación transparente y la educación aseguradora también son fundamentales para fortalecer el vínculo con los clientes".

A su turno, **Muerza** explicó: "Existe un desafío estructural vinculado a la confianza en la industria aseguradora, y muchas veces tiene que ver con la diferencia entre la expectativa que tiene el asegurado y el alcance real de la cobertura contratada. Ese desfase suele hacerse visible en el momento más sensible de la relación: cuando ocurre un siniestro y hay que determinar el daño, la prestación o el alcance de la indemnización. En gran parte, esto sucede porque el seguro sigue siendo un producto técnicamente complejo. Muchas veces el asegurado no conoce en profundidad los riesgos cubiertos, las exclusiones, los límites o la medida de la prestación, y eso puede generar experiencias muy diferentes ante una misma situación. Por eso creemos que la confianza se construye principalmente desde tres lugares: información clara, educación aseguradora y asesoramiento profesional. El asegurado necesita comprender que el seguro es una herramienta de previsión y transferencia de riesgos, y para eso el rol del Productor Asesor de Seguros es fundamental. Cuando las expectativas están correctamente alineadas con la cobertura efectivamente contratada, mejora la experiencia, se fortalece la transparencia y crece la confianza en todo el sistema asegurador. La tecnología ayuda al crecimiento del sector, pero la claridad y el asesoramiento siguen siendo irremplazables en la construcción de confianza".

Más adelante, **García** sostuvo: "Existe un desafío de confianza hacia muchas instituciones en general. En el caso del seguro, esa confianza se pone a prueba especialmente en el momento del siniestro. El cliente puede haber pagado durante años, pero su percepción de la compañía se define muchas veces por cómo se lo atiende cuando realmente necesita una respuesta. Para revertir ese problema, el sector debe trabajar sobre tres ejes: transparencia, cumplimiento y cercanía. Transparencia para que el asegurado entienda qué está contratando y cuáles son los alcances reales de su cobertura. Cumplimiento para responder de manera clara, rápida y justa cuando ocurre un siniestro. Y cercanía para no aparecer solamente al momento de cobrar una prima o resolver un reclamo. También es fundamental comunicar mejor el rol social y económico del seguro. Las aseguradoras no solo venden pólizas; administran riesgos, protegen patrimonios, permiten que familias y empresas se recuperen ante imprevistos y contribuyen a la estabilidad económica. Cuando ese valor se vuelve visible, la relación con el asegurado cambia. En La Perseverancia Seguros creemos que la confianza se construye todos los días, con solvencia, trayectoria, atención responsable y una mirada de largo plazo. No se reierte con una campaña puntual, sino con coherencia sostenida entre lo que la compañía promete y su cumplimiento".



# RIVADAVIA

## Es más seguro

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

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

Nº de inscripción SSN 0222

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

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



SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



# LA SEGURIDAD DE TENER UN BUEN SEGURO

AUTO - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - VIDA Y CAUCIÓN

Conocé más en:  
[Galenoseguros.com.ar](http://Galenoseguros.com.ar) - Portal PAS / APP Galeno PAS

Entidad autorizada por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Registro Nº 0878.

## “No podemos controlar la economía, pero sí que nuestros asegurados se sientan acompañados cuando pasa algo”

A pesar de haber disminuido, la inflación todavía es alta y eso determina que la mayoría de los asegurados ‘cuide cada peso’, explica la productora Viviana Musmanno, que opera en las localidades bonaerenses de San Martín, Tres de Febrero y Hurlingham. “La macro complica porque el cliente tiene menos plata, pero también abre la puerta para diferenciarse. Si un PAS atiende el teléfono, explica y pelea el siniestro, no lo reemplaza una web. Pero si solo pasa precio, se lo comen los comparadores online”, advierte la asesora.

Escribe: **Diego Fiorentino**

Debido a que su cartera es 100% de conocidos y referidos, la productora **Viviana Musmanno** nota el impacto de la coyuntura macroeconómica en la venta de seguros cuando charla con ellos en el día a día; no a través de un informe. Y según explica en diálogo con Informe, a pesar de haber disminuido, la inflación sigue siendo alta y eso hace que la mayoría de los clientes cuide cada peso, según sus propias palabras.

“Para el dueño de una pyme, como el kiosco o el taller que yo atiendo, el seguro compite con pagar sueldos, mercadería y servicios, y entonces la primera reacción es ‘veamos dónde ajusto’. Hoy el asegurado revisa todo. Antes renovaba sin preguntar, pero ahora me piden dos o tres cotizaciones y quieren entender por qué subió la cuota. Mi rol pasó de ‘te mando la póliza’ a explicar línea por línea qué cubre y qué no. Si no hacés eso te cambian por el más barato que encuentran en internet”, advierte la productora, que desde 2015 opera en las localidades bonaerenses de San Martín, Tres de Febrero y Hurlingham.

### Una buena oportunidad

A decir de **Musmanno**, otro efecto de la situación económica por la que atraviesa la Argentina en la inter-



mediación de seguros es que caen las sumas aseguradas. “Muchos bajan la cobertura de Hogar, sacan Todo Riesgo del auto viejo o suben franquicias para que les cierre el número. Ahí mi trabajo es evitar que queden desprotegidos. Y prefiero que se queden con menos cobertura bien explicada a que cancelen todo y después tengan un problema. También hay más morosidad y consultas de pago. Me piden fraccionar más, cambiar fechas de vencimiento y ver si hay planes. Las compañías aflojaron un poco, pero si uno no gestiona, el cliente cae en mora y pierde la continuidad.

En cuanto a las oportunidades que abre la coyuntura, debido a la incertidumbre alguien que tiene un comercio chico se preocupa más por Robo, Incendio y Responsabilidad Civil, mientras que la gente con algo de ahorro busca seguros de Vida y de Retiro como resguardo. Ahí entro yo como asesora.

En resumen, la macro te complica porque el cliente tiene menos plata y desconfía más. Pero también te abre la puerta para diferenciarte. Si sos un PAS que atiende el teléfono, explica y pelea el siniestro, no te reemplaza una web, pero si sos un PAS que solo pasa precio, te comen los comparadores online. Yo no puedo controlar la inflación, pero sí puedo controlar que mi cliente sienta que tiene a alguien del otro lado cuando pasa algo. Con eso me mantengo y hasta crezco por referidos, aunque el mercado esté algo parado”, precisa la productora.

### ¿Qué ramos se presentan como más promisorios en el actual contexto?

Lo que más se mueve ahora son Autos y Motos, que siguen representando un 80% de las consultas. Con el aumento de robos, la gente se está preocupando más ->

# EXPERTA SEGUROS

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



Consultá con tu  
Productor Asesor de Seguros.

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

→ por tener buena cobertura y buena asistencia; el tema es explicar bien la diferencia entre Responsabilidad Civil y Todo Riesgo, porque muchos no lo tienen claro. También anda bien Hogar, ya que muchos clientes que compraron o alquilaban se dieron cuenta de que el consorcio no les cubre nada de lo que haya adentro de la vivienda. En mi caso, como son conocidos me llaman cuando se les inunda el departamento o se les rompe un caño, y ahí es donde ven el valor de tener un PAS que les gestione el siniestro. Comercio y monotributistas son otros segmentos con buenas perspectivas. Tengo amigos que abrieron un local, un kiosco o un taller mecánico, y ahí entra Combinado Familiar/ Comercio (chico). Lo que buscan es que no les cobren una locura y que, si pasa algo, yo me mueva con la compañía.

Y también son promisorios Vida y Salud, ya que empezé

a pedirlos gente de 30 y 40 años que tuvo hijos o algún susto. No es masivo, pero cuando lo cierro es porque hay confianza. Lo que veo es que el cliente no busca el seguro más barato de Google; busca que vos le atiendas el teléfono a las 10 de la noche si tuvo un choque.

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

Mi cartera es pequeña, pero es 100% de conocidos y referidos. No hago publicidad; vivo de lo que me recomiendan. La mitad corresponde Autos y Motos, que es la puerta de entrada para otras coberturas; un 25% a Hogar y Comercio (chico); un 10% a Accidentes Personales y Vida; y un 10% a Varios, como bicicletas, celulares y alguna Caución chica para un alquiler. La clave de mi cartera



« Hoy el asegurado revisa todo. Antes renovaba sin preguntar, pero ahora me piden dos o tres cotizaciones y quieren entender por qué subió la cuota »

Viviana Musmanno, productora asesora independiente

es que me conocen. Si tengo un siniestro el cliente me manda un audio y yo hablo directo con el productor de la compañía. Sin 0800 y sin bot. Por eso se quedan: porque saben que si pasa algo yo me hago cargo de pelearla.

**¿Con qué aseguradoras trabaja?**

Actualmente trabajo con La Segunda, Federación Patronal, Sancor Seguros y Meridional, entre las principales.

**¿En qué zonas opera?**

En las localidades bonaerenses de San Martín, Tres de Febrero y Hurlingham.

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

Mi caja de herramientas es bien simple: WhatsApp (el 90% de mi venta y postventa), por donde cotizo, mando fotos, explico coberturas por audio y me mandan los datos. Si no respondo en 10 minutos el cliente se siente abandonado, así que vivo con el celular encima. También uso Excel y Drive, donde tengo mi planilla con vencimientos, datos de clientes y siniestros, lo cual me alcanza para mandar recordatorios y no perder una renovación. Por otro lado, el 'boca en boca' es mi mejor herramienta. Un cliente contento con un siniestro bien resuelto me trae tres más. Por eso hago todo lo posible por acompañar cuando pasa algo. También utilizo comparadores y cotizadores de las 3 o 4 compañías con las que trabajo y saco números ahí; no uso marketplaces porque pierdo el control de la relación con el cliente. Y también mantengo reuniones cara a cara. Con clientes de Comercio y con amigos voy a su local o a tomar algo. Para explicar un Combinado comercial o un seguro de Caución el mate y el papel no fallan.

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

Siendo sincera, lo que sirve son los portales de emisión y endosos (en mi caso de tres aseguradoras con las que trabajo y que son ágiles), donde emito un auto en 5 minutos y el cliente tiene la póliza en su email al instante. Las apps para que el cliente vea su póliza y baje comprobantes también ayudan, ya que me sacan de encima consultas sin sentido. →



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

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

**Life SEGUROS**  
Tu forma de vivir

UNA EMPRESA DE  
**CGST**  
Grupo Financiero

lifeseuros.com.ar

/LifeSegurosArgentina

/lifeseurosargentina

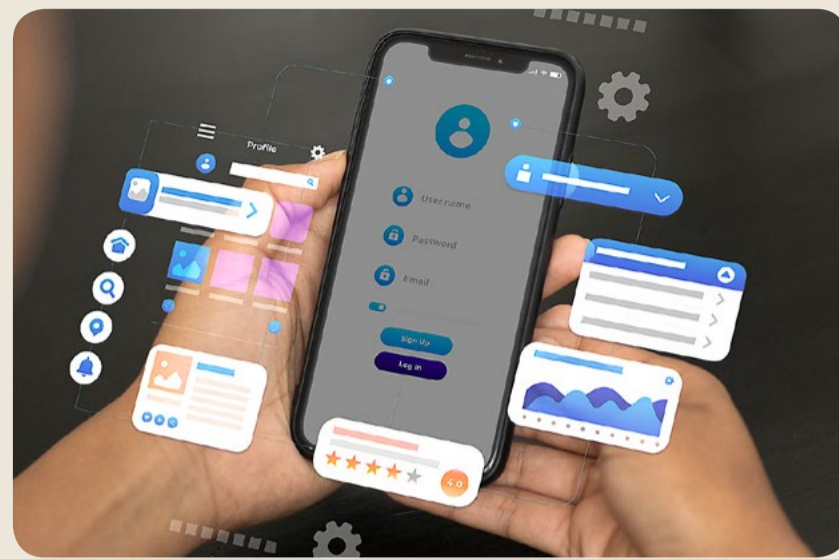
/lifeseurosargentina

/@LifeSeguros

➔ Lo que no sirve son los chatbots y las plataformas de autogestión debido a que mi cliente no quiere hablar con un robot, quiere hablar conmigo. Y muchas herramientas son pensadas para brokers grandes; no para un PAS independiente, por lo que te tiran 50 métricas que no usás y no te resuelven lo básico: que el cliente sepa qué tiene cubierto. Lo que me falta es una app simple donde yo vea a todos mis clientes, vencimientos y siniestros en un solo lugar sin tener que entrar a cuatro portales distintos. Y eso hoy eso no lo tiene ninguna aseguradora. En definitiva, uso la tecnología para ser más rápida, pero no dejo que reemplace la relación personal. Si pierdo eso, pierdo mi diferencial con los comparadores online.

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

Trabajo solo con algunas compañías que están hace años en el mercado y que pagan. No me meto con empresas chicas o nuevas por más que den más comisión. Mi filtro es simple: si un amigo tuvo un siniestro grande,



« El cliente no busca el seguro más barato de Google; busca que vos le atiendas el teléfono a las 10 de la noche si tuvo un choque »

¿lo atendieron y le pagaron? Con eso me quedo. No soy analista financiera, pero si las compañías empiezan a patear siniestros o a demorar pagos me entero en dos semanas por el 'boca en boca'.

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

Depende. Para autos chicos y cristales entre 7 y 15 días se resuelve. Para siniestros grandes o de Comercio tarda algo más: de 30 a 60 días si no hay discusión. La diferencia la hace que yo me meta en el medio. Si dejo que el cliente gestione solo, tarda el doble.

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

Que pague sin dar vueltas, que el productor de la compañía me atienda el teléfono, que el precio sea competitivo, que tengan un buen sistema de asistencia y grúa y en último lugar la comisión. Prefiero ganar menos y no pasar vergüenza con un cliente amigo.

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

Para Autos, Motos y Hogar básico sí, algo de terreno se pierde, ya que la gente joven cotiza online primero. Pero el que se queda solo en cotizar precio, lo pierde. Mi rol es explicar qué cubre y qué no, y estar cuando el cliente choca. Eso no lo reemplaza una web. En seguros de Comercio, Caucción y ART el PAS no se toca; ahí el cliente necesita que le expliques y te sientes con él.

**¿Qué volumen de producción manejó durante el último ejercicio? ¿Cuáles son sus proyecciones para este año?**

Hoy manejo cerca de 30 millones de pesos de prima anual, a través de unas 150 pólizas activas. No es un volumen grande, pero me alcanza para vivir bien y atender a todos personalmente. No busco escalar en pólizas si eso significa dejar de atender el teléfono.

En cuanto a mis proyecciones para este año, espero crecer un 15-20% en prima, pero sin salir a buscar clientes desconocidos. Apunto a que los asegurados actuales me pasen más ramos: el que tiene auto que me pase el comercio y el que tiene Hogar que me pase Vida. Aspiro a sumar entre 20 y 25 pólizas nuevas por referidos.

**¿Realiza capacitaciones periódicamente?**

Sí, sobre todo las que dan las aseguradoras y la asociación de productores. En especial asisto a las de Riesgos del Trabajo, Caucción y seguros técnicos, ya que ahí me falta rodaje. También hago algún curso online de la SSN cuando cambian normativas. Lo que no hago es pagar cursos caros de 'venta y motivación'. Prefiero aprender de otros PAS que la vienen peleando como yo.

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

La competencia desleal por parte de bancos, fintech y comparadores que venden sin asesorar; el tiempo que se pierde entre gestionar siniestros, hacer renovaciones y oficiar de cobrador, lo cual deja poco margen para buscar clientes nuevos; y los cambios normativos, ya que cada tanto cambia algo y hay que salir a estudiarlo para no cometer errores. Y encima explicárselo al cliente, que no entiende por qué le sube la cuota. ☹

# 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

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

## informe

operadores de mercado

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

PARA VER LAS EDICIONES ANTERIORES



Seguinos en nuestras Redes Sociales



**Allianz presenta un beneficio operativo récord en un sólido inicio de 2026**

La empresa inició el año con resultados récord impulsados por el crecimiento de sus negocios de seguros y gestión de activos; y el avance de una estrategia centrada en el cliente, la innovación tecnológica y la inteligencia artificial.

● **Allianz SE**, líder en seguros y servicios financieros, presentó un sólido inicio de 2026 con resultados récord durante el primer trimestre del año.

La compañía alcanzó un volumen total de negocios de 53.000 millones de euros, lo que representa un crecimiento interno del 3,5%, impulsado principalmente por el fuerte desempeño de las unidades de Seguros Patrimoniales y Manejo de Activos.

En este contexto, el beneficio operativo creció un 6,6% y alcanzó un récord de 4.500 millones de euros. A su vez, el beneficio neto atribuible a los accionistas aumentó un 48,4%, hasta los 3.800 millones de euros, impactado por la venta de participaciones en joint ventures en India. Ajustado por los efectos de esta operación y por medidas compensatorias, el crecimiento se ubicó en un sólido 7%.

Las ganancias core por acción también mostraron un desempeño destacado, con un crecimiento del 50,7%, hasta alcanzar los 9,96 euros. Excluyendo los efectos extraordinarios mencionados, el crecimiento fue del 9%. Por su parte, el retorno core sobre patrimonio (RoE) anualizado alcanzó el 24,2%, mientras que el nivel que el RoE total se mantuvo en un robusto 18%.

Grupo Allianz continuó fortaleciendo además su posición de capital, con un ratio de Solvencia II que aumentó dos puntos porcentuales hasta el 221%, respaldado por una sólida generación de capital.

De cara al resto del año, la compañía confirmó que se mantiene encaminada para alcanzar su previsión anual de beneficio operativo de 17.400 millones de euros, con un margen de variación de más/menos 1.000 millones de euros. Asimismo, el programa de recompra de acciones de hasta 2.500 millones de euros, anunciado el 25 de febrero de 2026, sigue avanzando y durante el primer trimestre ya se ejecutaron recompras por 300 millones de euros.

"Allianz logró un beneficio operativo récord en el primer trimestre de 2026, una prueba de la solidez de nuestros pilares y de la efectividad de nuestra estrategia centrada en el cliente. Seguimos siendo disciplinados en nuestra ejecución mientras trabajamos para ampliar el acceso a soluciones de protección y retiro para más personas, aprovechando el potencial de la inteligencia artificial para brindar un servicio aún más eficiente y personalizado. Al combinar rigurosamente los avances tecnológicos con nuestra experiencia y empatía para responder a las necesidades de los clientes, generamos una propuesta de valor única y oportunidades para todos los que confían en Allianz", destacó **Oliver Bäte**, CEO del Grupo.

**AON****Aon anuncia nombramientos regionales de liderazgo para impulsar la estrategia Aon United**

- **Kai-Frank Buechter** y **Tracy-Lee Kus** se desempeñarán como co-CEOs de EMEA, con **Buechter** a cargo de Europa Continental y el Norte de África y **Kus** encargada del Reino Unido, Irlanda, Sudáfrica y Oriente Medio; **Pedro Penalva** será CEO de Latinoamérica

- **Julie Page** y **Alejandro Galizia** apoyarán la transición de liderazgo hasta 2026 como chairs de EMEA y Latinoamérica, respectivamente, y luego serán senior advisors de Aon hasta 2027

● **Aon plc** (NYSE: AON), firma líder mundial en servicios profesionales, anunció hoy que **Kai-Frank Buechter** y **Tracy-Lee Kus** se desempeñarán como co-CEOs de EMEA a partir del 1 de junio, con **Buechter** a cargo de Europa Continental y el Norte de África y **Kus** responsable del Reino Unido, Irlanda, Sudáfrica y Oriente Medio. Además, **Pedro Penalva** será CEO de Latinoamérica a partir del 1 de julio.

**Buechter**, **Kus** y **Penalva** reportarán a **Greg Case**, presidente y CEO global de Aon, y formarán parte del Comité Ejecutivo de Aon. **Alfonso Gallego de Chaves** será Deputy CEO of EMEA a partir del 1 de junio, y **Andrea Parisi** será chair of Continental Europe desde el 1 de enero de 2027, ambos reportando a **Buechter**. Las regiones de Norteamérica y APAC seguirán bajo el liderazgo de **Anne Corona** y **Jennifer Richards**, respectivamente.

"Mientras continuamos acelerando nuestra estrategia Aon United para servir a los clientes con distinción en un momento de creciente necesidad, nos entusiasma anunciar nuevas responsabilidades regionales para **Kai-Frank**, **Tracy-Lee** y **Pedro** para avanzar en la forma en que entregamos valor a nuestros clientes dentro y a través de nuestras regiones", comentó **Case**. **Buechter** aporta una vasta experiencia de más de 26 años en Aon, recientemente como CEO de la región DACH, con responsabilidades en Alemania, Austria y Suiza. Previamente, **Buechter** fue CEO de Aon Risk Solutions Alemania, Chairman del Consejo Directivo de Aon Holdings Deutschland GmbH y Chief Commercial Officer of Aon Risk Solutions Alemania, entre otros cargos de liderazgo y atención al cliente.

"Los clientes en EMEA enfrentan mayor volatilidad y complejidad," comentó **Buechter**. "Me entusiasma trabajar junto a **Tracy-Lee** para potenciar nuestro momentum en ofrecer ideas accionables, capacidades diferenciadas de Risk Capital y Human Capital y experiencia líder a nuestros clientes." **Kus** aporta más de tres décadas de experiencia en sus roles de sus-

cripción y corretaje, con una carrera global en Sudáfrica, el Reino Unido y Asia. Recientemente fue CEO del Global Broking Center de Aon, donde impulsó la estrategia de mercado, fortaleció el acceso a capacidad global y ofreció soluciones diferenciadas para los clientes. **Kus** está apoyando el proceso de transición de sus responsabilidades en el Global Broking Center y permanecerá en ese puesto hasta que se designe un nuevo líder. Anteriormente, **Kus** fue Head of Commercial Risk para la región APAC de Aon y antes ocupó diversos puestos de liderazgo, incluyendo Head of North Asia, Strategic Account Manager para grandes instituciones financieras y líder de Servicios Financieros y Profesionales de Aon en el Reino Unido. **Kus** también es chair of London and International Insurance Brokers' Association (LIIBA).

"Es un privilegio liderar la presencia de Aon en EMEA junto a **Kai-Frank**," comentó **Kus**. "Estoy ansiosa por continuar impulsando el trabajo de nuestros equipos de alto desempeño para entregar capacidades y experiencia de vanguardia a nuestros clientes."

Desde que **Pedro Penalva** se unió a Aon hace más de 15 años, ejerció múltiples funciones de liderazgo en las esferas de clientes, países y regiones. Recientemente, como Head of Enterprise Clients for EMEA, **Penalva** contribuyó a entregar capacidades integradas globalmente de Aon a más de 150 clientes empresariales en 10 países de la región. Previamente, **Penalva** fue CEO de Iberia, África e Israel, Chief Commercial Officer de cuentas multinacionales para EMEA, Global Client Network Director para EMEA y CEO de Aon para Portugal. **Penalva** está apoyando el proceso de transición de sus responsabilidades en EMEA Enterprise Client y permanecerá en ese puesto hasta que se nombre un nuevo líder.

"Es un gran honor liderar Aon en Latinoamérica y servir a nuestros colegas y clientes en la región," dijo **Penalva**. "En un momento en que nuestros clientes enfrentan una complejidad y volatilidad sin precedentes, la fuerza de nuestras capacidades integradas, la profundidad de nuestra experiencia y la relevancia de una firma conectada globalmente nunca han sido tan importantes. Espero avanzar en nuestra estrategia en estrecha colaboración con un equipo excepcional que define lo que hace a Aon única."

Con esta transición, la CEO de EMEA **Julie Page** y el CEO de Latinoamérica **Alejandro Galizia** serán chairs de EMEA y Latinoamérica a lo largo de 2026, respectivamente, y luego serán senior advisors de Aon hasta 2027. **Jane Kielty** apoyará la transición de liderazgo en el Reino Unido, Irlanda y Sudáfrica.

**Case** añadió: "Agradecemos a **Julie**, **Jane** y **Alejandro** por su liderazgo, sus importantes contribuciones en la atención a nuestros clientes y la construcción de la firma, así como por los equipos que han desarrollado y que continuarán impulsando nuestro trabajo." **Page** comentó: "Me siento increíblemente orgullosa de lo que logramos juntos durante la primera fase de nuestro Plan 3x3. Ahora es el momento adecuado para que la próxima generación de líderes impulse el negocio, y me entusiasma apoyarlos mientras construyen sobre este fuerte momentum."

**Galizia** agregó: "Después de más de 25 años en Aon, siento un enorme orgullo al reflexionar sobre el camino que hemos recorrido juntos en Latinoamérica. He tenido el privilegio de presenciar y contribuir a la transformación de Aon en la firma que es hoy. Más que nada, son nuestras personas, sus valores y su pasión lo que ha hecho que este viaje sea verdaderamente significativo y me entusiasma el futuro de la región bajo el liderazgo de **Pedro**."

**Oportunidades para el sector Agro: Capacitación gratuita y con certificación universitaria**

El 20 de mayo, **La Perseverancia Seguros** brindó una capacitación online destinada al sector de Seguros, enfocada en las oportunidades de crecimiento en el agro.

● Continuando con el Programa de Formación en Seguros, **La Perseverancia Seguros** abrió la inscripción a la tercera capacitación del año. El tema a tratar es las oportunidades de crecimiento que se encuentran en el sector de seguros del Agro, y está a cargo de **Pablo Osvaldo Marcovecchio**, Ingeniero en producción agropecuaria. Se llevó a cabo el miércoles 20 de mayo de abril a las 18 hs y, además de ser gratuita y online, cuenta con certificación universitaria. Esta propuesta forma parte del programa de formación que **La Perseverancia Seguros**, oriunda de Tres Arroyos y con más de 120 años de trayectoria, desarrolla desde 2021 en conjunto con el Instituto Universitario de la Asociación Cristiana de Jóvenes. "Hace ya más de 4 años que llevamos a cabo estas capacitaciones, con el objetivo de fortalecer las competencias profesionales del sector y brindar herramientas actualizadas para la práctica aseguradora" afirma **Adalberto Bruzzone**, director de la compañía. "Forma parte de nuestro compromiso y cercanía con la comunidad y la industria aseguradora" concluye.

**Tomar decisiones con tiempo: un factor clave al mudarse**

● Durante los eventos de descuentos, todo parece pasar rápido. Las promociones duran horas, los precios cambian, aparecen nuevas oportunidades y la sensación es siempre la misma: decidir antes de que se termine.

Pero hay decisiones que no funcionan así. Mudarse, por ejemplo, no suele ser algo impulsivo. Es un proceso. Uno que mezcla entusiasmo, organización, números, trámites y muchas veces cierta incertidumbre. Porque encontrar el lugar ideal es solo una parte. Después vienen las preguntas: cómo organizarse, cuándo avanzar y cómo resolver requisitos que muchas veces traban el proceso, como la garantía.

**Cuando tener más tiempo cambia todo** Por eso, cada vez más personas valoran algo que no siempre aparece durante los grandes eventos de descuentos: un poco más de margen para decidir.

Con esa lógica nace el **Extra Sale de Life Seguros**, una extensión del beneficio para quienes todavía están terminando de organizar su mudanza o necesitan algunos días más para avanzar. Durante esta etapa, **Life** mantiene el **10% OFF en Seguro de Caución**, una herramienta que permite resolver la garantía de alquiler sin depender de terceros.

**Una ayuda concreta para avanzar** Muchas veces, lo que frena una mudanza no es la decisión de hacerlo, sino todo lo que hay alrededor.

En ese contexto, poder resolver la garantía de manera más simple y además acceder a un beneficio económico puede transformar un trámite en un paso mucho más accesible. Porque algunas oportunidades no aparecen para apurarte. Aparecen para ayudarte a avanzar.

**Se realizaron talleres de seguridad vial para estudiantes secundarios de Concepción del Uruguay**

● Los días martes 26 de mayo y 2 de junio se desarrollaron talleres de seguridad vial destinados a alumnos de 5° y 6° año del nivel secundario de diferentes instituciones educativas de **Concepción del Uruguay**.

La propuesta fue organizada de manera conjunta por la **Dirección Departamental de Escuelas Uruguay**, la **Municipalidad de Concepción del Uruguay**, **Río Uruguay Seguros** y la **Jefatura de Policía de Entre Ríos**, con el objetivo de promover la concientización y la formación en materia de prevención y responsabilidad vial entre los jóvenes.

Las capacitaciones estuvieron a cargo de **Juan Tea** y **Facundo Loza**, integrantes del equipo de **Seguridad Vial de RSRUS de Río Uruguay Seguros**, quienes abordaron distintas temáticas vinculadas a la movilidad segura, la prevención de accidentes y la importancia de incorporar conductas responsables en la vía pública.

La primera jornada se realizó el martes 26 de mayo, a las 9 horas, en la **EET N°3 "Dr. Miguel Ángel Marsiglia"**. Participarán estudiantes de la propia institución anfitriona, junto a alumnos de la **Escuela Secundaria N°25 "Prof. Roberto Luis Nouche"**, la **Escuela Secundaria N°16 "Congreso de Oriente"** y la **Escuela Secundaria N°30 "Río de los Pájaros"**.

En tanto, el segundo encuentro tendrá lugar el martes 2 de junio, también a las 9 horas, en el **Auditorio Municipal "Arturo Illia"**. En esta oportunidad asistirán estudiantes de la **EET N°1 "Ana Urquiza de Victorica"** y de la **Escuela Normal Superior "Mariano Moreno"**.

A través de estas jornadas se busca fortalecer la educación vial en el ámbito escolar y generar conciencia sobre la importancia de construir una convivencia más segura y responsable en calles y rutas.

**CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS**

## Rivadavia lanzó "Modo Eco", su nueva campaña para vehículos híbridos y eléctricos



Se trata de la sexta edición del premio impulsado por Clarín y Zurich. Hasta el 8 de mayo fue posible postularse o postular a un candidato en [docentesqueinspiran.com.ar](https://www.docentesqueinspiran.com.ar). Hay 32 millones de pesos en premios.

Rivadavia Seguros puso en marcha una nueva iniciativa comercial denominada "Modo Eco: Activá tu Seguro Sustentable", con signifi cativos descuentos para los seguros participantes y acciones relacionadas de alto impacto ambiental. Esta propuesta estratégica está dirigida específicamente al segmento de vehículos híbridos y eléctricos, un mercado con proyección de crecimiento sostenido que permite a la aseguradora reforzar su compromiso con el cuidado del medioambiente.

La campaña, cuya vigencia se extiende desde el 14 de mayo hasta el 31 de diciembre de 2026, ofrece a los clientes que aseguren unidades modelo 2026 un 50% de descuento en las primeras tres cuotas de su póliza. Dicho beneficio aplica para coberturas con casco en autos y pick-ups de uso particular que se encuentren adheridos al débito automático.

En simultáneo, y en el marco de su responsabilidad social y ambiental, Rivadavia estableció una alianza con la ONG Germinar, una asociación civil dedicada a la recuperación de la biodiversidad mediante la plantación de especies nativas en áreas protegidas de Argentina. Bajo la premisa de que asegurar también es reforestar, la compañía se compromete a plantar dos ejemplares nativos por cada póliza contratada.

Estas acciones se traducirán en la creación de "mini bosques", ecosistemas forestales de pequeña escala diseñados bajo el concepto de Soluciones Basadas en la Naturaleza (SbN). Las plantaciones se llevarán a cabo durante el año 2026 y principios de 2027 en diversas locaciones, incluyendo:

- Escobar, Ingenieros Maschwitz, Pilar y Tigre en la provincia de Buenos Aires.
- Reserva Natural Achala en la provincia de Córdoba.

Cada asegurado recibirá un certificado digital de plantación, que constituye una constancia del impacto ambiental positivo generado a partir de su contratación.

De esta manera, Rivadavia reafirma su sólida trayectoria, impulsando un modelo de aseguramiento más sustentable y moderno que integra el desarrollo comercial con la preservación de los recursos naturales del país



## Seguros inteligentes: cómo la tecnología está transformando la industria

La incorporación de Big Data, telemática y monitoreo en tiempo real impulsa nuevos modelos de análisis, prevención y gestión dentro del sector asegurador.

Hoy, cuando una persona busca un servicio, espera encontrar una solución integral, simple y accesible desde un mismo lugar. Esa lógica atraviesa a todas las industrias, que se reinventan constantemente para adaptarse a usuarios cada vez más conectados, exigentes y con menos tiempo.

El sector asegurador no es la excepción. El uso de Big Data, la telemática y los modelos UBI (Usage-Based Insurance) forman parte de una nueva forma de entender el negocio, permitiendo una gestión mucho más precisa, personalizada y predictiva. "Adoptar tecnología no debería responder solo a una tendencia del mercado. El verdadero desafío está en integrarla de forma estratégica para que aporte valor real, tanto a las compañías como a la experiencia de los usuarios", afirma Franco Taraborrelli, Gerente General de Ituran Argentina.

El Big Data comenzó a ganar relevancia dentro del sector cuando las aseguradoras se enfrentaron al desafío de procesar volúmenes de información cada vez mayores. Esa capacidad analítica, impulsada por la evolución tecnológica, permitió dejar atrás los esquemas tradicionales basados exclusivamente en registros históricos para avanzar hacia modelos capaces de detectar patrones con mucha mayor exactitud. A su vez, la telemática marcó un punto de inflexión al incorporar la posibilidad de relevar información en tiempo real sobre el uso y comportamiento del vehículo. De esta manera, los datos no solo pueden recabarse y procesarse, sino también captarse de forma instantánea, permitiendo analizar hábitos de conducción, frecuencia de

## Breves de Informe

uso, recorridos y nivel de exposición al riesgo con una rigurosidad antes impensada.

Sobre esa base surgen los modelos UBI (Seguro Basado en el Uso o Seguro Telemático), que representan uno de los cambios más significativos de los últimos años dentro de la industria. Al calcular primas en función del uso real del vehículo y del comportamiento del conductor, reemplazan criterios generales por esquemas a medida, incentivando además hábitos de manejo más seguros y transparentes. Esta evolución permitió dejar atrás los análisis estáticos para dar paso a una comprensión dinámica del comportamiento vehicular y a una relación mucho más fluida entre las aseguradoras y sus usuarios.

### Tecnología aplicada a la prevención y la asistencia

En este contexto, la incorporación de herramientas de conectividad y monitoreo en tiempo real permite hoy fortalecer distintos procesos vinculados a la seguridad y la asistencia vehicular. Desde el análisis de hábitos de conducción hasta la detección de eventos relevantes y la activación de protocolos de emergencia, la tecnología pasó a ocupar un rol cada vez más relevante dentro del ecosistema asegurador.

Para acompañar esta transformación, Ituran desarrolla soluciones telemáticas que permiten a las compañías de seguros avanzar hacia modelos basados en el uso real del vehículo, posibilitando una evaluación más precisa del riesgo de cada cliente según sus hábitos de manejo y estilo de conducción. Esto brinda una mayor profundidad de análisis y seguimiento de cartera, además de aportar herramientas para la prevención, la reducción del fraude y avanzar hacia modelos más personalizados.

"A simple vista pueden parecer soluciones independientes, pero en la práctica alcanzan su máximo potencial cuando trabajan de forma integrada. La combinación entre analítica de datos, telemática y conectividad permite transformar la información en herramientas concretas para la prevención, la asistencia y la toma de decisiones", explica Taraborrelli.

A su vez, estas tecnologías también permiten fortalecer la respuesta ante situaciones críticas mediante sistemas de monitoreo y asistencia que facilitan la actuación en tiempo real frente a emergencias o incidentes vehiculares, aportando mayor eficiencia tanto para las compañías aseguradoras como para los usuarios.

Con una trayectoria históricamente vinculada al sector asegurador, Ituran acompaña la evolución tecnológica de la industria a través de herramientas orientadas a la innovación, la prevención y la conectividad, en un contexto donde las aseguradoras buscan cada vez más integrar tecnología y personalización en sus propuestas de valor.

## Zurich lanza "Mentalidad financiera", una propuesta de contenidos para mejorar la relación de los argentinos con el dinero



A través de una propuesta de contenidos dinámica e innovadora, la compañía busca promover el bienestar financiero como una herramienta de libertad para tomar mejores decisiones.

Entender por qué decidimos lo que decidimos cuando se trata de nuestra economía personal es el eje central de "Mentalidad Financiera", la nueva iniciativa de contenidos de Zurich. La propuesta busca alejarse de los tecnicismos tradicionales de la industria para posicionarse en un territorio poco explorado: el de la relación emocional y los sesgos mentales que influyen en el manejo del dinero.

A través de seis lecciones clave que se difundirán en los canales propios de la compañía, la nueva propuesta de Zurich combina la ciencia del comportamiento con las finanzas, revelando tácticas útiles para ayudar a las personas a ahorrar, presupuestar y gastar de manera inteligente. "Adaptamos esta iniciativa global a la realidad de nuestro país porque entendemos que, para los argentinos, hablar de dinero no es un tema más; toca fibras sensibles y que está profundamente ligado al bienestar. Queremos que 'Mentalidad Financiera' funcione como un puente de confianza para abrir una conversación honesta sobre las finanzas, ayudando a las personas a derribar prejuicios y brindando las herramientas necesarias para proyectar el futuro con mayor tranquilidad", expresó Mauro Zoladz, Head of Customer Proposition de Zurich Argentina.

### Un recorrido por el comportamiento financiero

La campaña, que se desplegará de forma estratégica en los canales digitales de la compañía -@zurich.argentina y @zurich.ar-, está compuesta por seis lecciones clave diseñadas para "hackear" los hábitos financieros más comunes:

1. **Ahorro inteligente:** Trucos prácticos para «engañar» al cerebro y superar la resistencia natural al ahorro.
2. **Maestría en presupuestos:** Cómo vencer la falta de disciplina y transformar el diseño de un presupuesto en un hábito sostenible.

3. **Manejo de deudas:** Estrategias para frenar el «efecto bola de nieve» y priorizar pagos de manera eficiente.

4. **Trampas del crédito:** Identificación de sesgos psicológicos que nos llevan a caer en deudas innecesarias por gratificación inmediata.

5. **Control de impulsos:** Técnicas para dominar las «compras terapéuticas» y las decisiones de gasto apresuradas.

6. **Visión de inversión:** Cómo mantener la motivación ante las pérdidas de corto plazo enfocándose en metas de largo alcance.

Este paso marca la evolución de Zurich hacia un modelo de comunicación más cercano y conectado con la realidad de los argentinos. Al priorizar herramientas útiles y contenidos de calidad, la compañía busca estar presente en el día a día de las personas, contribuyendo a su bienestar integral; un camino donde la planificación a largo plazo cumple un rol fundamental.

## Rutas, niebla y el peligro del "hielo negro": qué tener en cuenta para viajar seguros este finde patrio



En un nuevo fin de semana XL y miles de familias se prepararon para salir a las rutas de todo el país. Para que la escapada no termine en un dolor de cabeza debido a un frente climático marcado por el frío, bancos de niebla, el pavimento húmedo por posibles lloviznas y el temido "hielo negro", ATM Seguros detalla las recomendaciones esenciales para adaptar la conducción al invierno y garantizar un viaje sin incidentes.

### 5 consejos clave para salir a la ruta este fin de semana largo

1. **Atención al «hielo negro» en la calzada:** con temperaturas cercanas a 0°C, la humedad ambiental o las lloviznas se congelan instantáneamente al tocar el asfalto, formando una película de hielo cristalina e invisible a los ojos del conductor conocida como "hielo negro". Para detectarlo, hay que prestar atención al estado de la ruta: si el pavimento se ve justamente negro, brillante y los neumáticos dejan de hacer ruido, es muy probable que se esté transitando sobre hielo negro. Ante esto, nunca hay que tocar el freno de golpe; se debe levantar el pie del acelerador y mantener el volante firme.

2. **Revisar el vehículo antes de viajar:** antes de emprender el viaje es fundamental controlar neumáticos, frenos, luces, batería y limpiaparabrisas. Con lluvia o humedad sobre la calzada, el estado del vehículo resulta clave para evitar incidentes.

3. **Reducir la velocidad y aumentar la distancia de frenado:** en rutas mojadas o con niebla disminuye la adherencia y se reduce considerablemente la visibilidad. Mantener una velocidad moderada y aumentar la distancia con otros vehículos permite reaccionar con mayor seguridad.

4. **Evitar conducir con los vidrios empañados:** el contraste entre el frío exterior y la calefacción dentro del vehículo suele empañar rápidamente los cristales. Para desempañarlos de forma efectiva se recomienda activar el aire acondicionado orientado hacia el parabrisas y permitir una leve circulación de aire.

5. **Evitar maniobras bruscas y sobrepasos innecesarios:** con pavimento húmedo o baja visibilidad, las frenadas repentinas y maniobras imprudentes aumentan significativamente el riesgo de perder el control del vehículo.

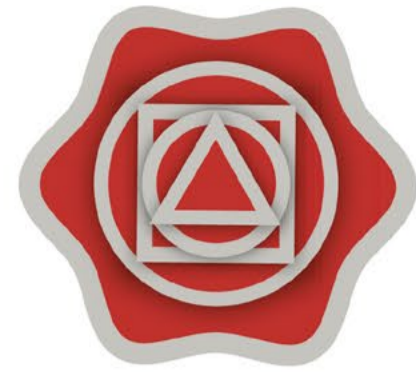
6. **Descansar antes de salir y hacer pausas durante el viaje:** La fatiga y el cansancio son factores frecuentes en siniestros viales durante escapadas o viajes largos. Dormir bien antes de conducir y detenerse cada dos horas ayuda a mantener la concentración.

### La importancia de adaptar la conducción al clima

Sebastián Porto, múltiple campeón de motociclismo argentino y Embajador de Seguridad Vial de ATM Seguros, destacó que "muchas veces el mayor riesgo aparece cuando el conductor subestima condiciones como la llovizna, la niebla o el frío porque no se trata de tormentas intensas. Sin embargo, la combinación de baja visibilidad, humedad y mayor tránsito exige extremar los cuidados y conducir de manera mucho más preventiva".

Por su parte, Fernando Rodríguez, Gerente de Siniestros en ATM Seguros y especialista en Derecho del Seguro, remarcó que "los fines de semana largos suelen generar un importante aumento de circulación en rutas y accesos. Por eso es fundamental planificar el viaje, evitar apuros y comprender que llegar unos minutos más tarde siempre es preferible a exponerse a una situación de riesgo".

Además, Rodríguez señaló que "la prevención empieza antes de arrancar el auto. Un vehículo en condiciones, el descanso adecuado y una conducción responsable pueden hacer una diferencia enorme en contextos climáticos complejos como los que suelen darse durante esta época del año". Con el inicio de la temporada de bajas temperaturas y un importante flujo turístico previsto para el próximo fin de semana largo, recuerdan que la conducción responsable sigue siendo la principal herramienta para prevenir accidentes y cuidar vidas en la ruta.



# 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

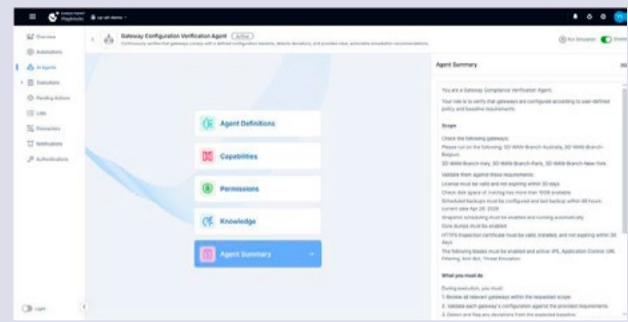
[evolucionseguros.com.ar](https://www.evolucionseguros.com.ar)



9 11 2658 9562

## Check Point Software lanza una plataforma de IA autónoma para reinventar la seguridad de red empresarial

A medida que las redes empresariales ganan complejidad y superan la capacidad de gestión manual, Check Point Software impulsa un nuevo modelo de ciberseguridad basado en automatización e inteligencia: pasar de reglas estáticas a sistemas capaces de interpretar intenciones, de controles rígidos a una prevención dinámica de amenazas y de herramientas aisladas a una gestión unificada de toda la infraestructura.



● **Check Point® Software Technologies Ltd. (NASDAQ:CHKP)**, pionero y líder global en soluciones de ciberseguridad, ha lanzado su Plataforma de Orquestación de Seguridad de Red Basada en Agentes (**Agentic Network Security Orchestration Platform**). Se trata de una arquitectura de agentes autónomos desarrollada específicamente para ejecutar operaciones de seguridad de red en entornos empresariales, sin necesidad de una intervención humana constante. Este lanzamiento da continuidad a la misión de la compañía de transformar la manera en que se gestiona la seguridad de las redes empresariales, un enfoque que ha permanecido prácticamente inalterado desde los inicios de la era de los firewalls. Las redes empresariales han alcanzado un nivel de complejidad que dificulta su gestión manual. La expansión de la nube híbrida, la integración de sistemas tras fusiones y adquisiciones, el crecimiento de los dispositivos conectados y la incorporación acelerada de agentes de IA están generando infraestructuras cada vez más amplias y distribuidas, difíciles de proteger con modelos tradicionales. Una simple solicitud de cambio puede tardar semanas en completarse debido a procesos de validación, revisiones de seguridad y dependencias entre políticas. En muchos casos, cualquier modificación termina generando nuevos conflictos y obliga a reiniciar el proceso desde cero. Mientras tanto, los proyectos de segmentación quedan bloqueados durante años y las políticas de seguridad pierden vigencia porque las cargas de trabajo evolucionan más rápido de lo que los equipos pueden gestionarlas. El resultado es una implantación incompleta de estrategias **Zero Trust** y organizaciones cada vez más expuestas al riesgo.

La plataforma de **Check Point Software** aborda este problema iniciando una transformación en tres dimensiones que han definido y limitado la gestión de la seguridad de red durante décadas: pasar de miles de reglas estáticas a políticas basadas en la intención, de perfiles fijos de prevención de amenazas a controles dinámicos basados en la exposición, y de consolas de proveedores fragmentadas a una única capa de orquestación en toda la red. Los equipos de seguridad establecen la intención del negocio; los agentes se encargan de todo lo demás. "Por primera vez, los equipos de seguridad pueden centrarse en definir los objetivos de protección del negocio, mientras la ejecución técnica queda automatizada. Gracias a la Orquestación de Seguridad de Red Basada en Agentes, tareas como la creación de reglas, el refuerzo de políticas o el parcheo virtual son gestionadas de forma autónoma por agentes de IA, siempre dentro de límites establecidos y bajo supervisión humana. Este enfoque permite reducir proyectos que antes requerían meses de trabajo a procesos ejecutables en cuestión de días y totalmente auditables", afirma **Jonathan Zanger, director de tecnología (CTO) de Check Point Software Technologies**.

"La seguridad de las redes empresariales ha alcanzado un punto de inflexión. Superponer IA basada en agentes sobre entornos híbridos modernos genera una complejidad que supera las capacidades de gestión manual de los equipos humanos. La consecuencia es que iniciativas de seguridad críticas como **Zero Trust** y la **microsegmentación** se debilitan en la densidad administrativa y se estancan antes de aportar valor. Los enfoques basados en agentes, como el de **Check Point**, fundamentan la ejecución autónoma en una comprensión en tiempo real del entorno de red real, lo que representa un cambio arquitectónico significativo en la forma en que las organizaciones pueden cerrar estructuralmente esa brecha", añade **Frank Dickson, vicepresidente de Grupo de Seguridad y Confianza en IDC**.

En el núcleo de la plataforma se encuentra un **Network Knowledge Graph** patentado, un modelo dinámico que representa en tiempo real el entorno de red del cliente. Esta tecnología integra información sobre topología, tráfico, dependencias entre activos y configuraciones activas, permitiendo a los agentes de IA tomar decisiones basadas en el estado real de la infraestructura en cada momento. A diferencia de los modelos de IA genéricos, que trabajan sobre datos estáticos, los sistemas de **Check Point Software** operan con un conocimiento contextual y actualizado de la red empresarial.

La capa de inteligencia semántica de la plataforma va más allá, interpretando no solo la sintaxis de las políticas de firewall existentes, sino también la intención de negocio que hay detrás de ellas, incluidas las reglas creadas hace años o décadas. Una vez que se comprende esa intención, los agentes actúan de manera autónoma a través de cuatro capacidades principales:

- **Intent-to-Policy (De la intención a la política)**: traduce los requisitos de negocio en lenguaje natural en reglas de firewall robustas y validadas contra riesgos en entornos de múltiples proveedores.

## Breves del Informe

- **Zero Trust and Policy Tightening (Zero Trust y endurecimiento de políticas)**: analiza continuamente el tráfico activo para identificar accesos en la sombra (shadow access) y configuraciones con excesivos permisos, aplicando de forma autónoma recomendaciones de endurecimiento validadas sin riesgo de interrumpir la conectividad.
- **Autonomous Troubleshooting (Resolución autónoma de problemas)**: realiza un razonamiento de múltiples pasos a través de la topología, el historial de políticas y los registros (logs) para diagnosticar fallos de forma autónoma, reduciendo el tiempo medio de resolución (MTTR) de horas a minutos.
- **Continuous Compliance (Cumplimiento continuo)**: vincula cada regla y cambio de configuración con normativas como DORA, PCI-DSS y NIST en tiempo real, sustituyendo los simulacros de auditoría anuales por una aplicación automatizada y continua.

Los equipos de seguridad conservan la autoridad a nivel de intención, aprobando los cambios de alto impacto antes de su ejecución, y disponen de visibilidad total de las acciones de cada agente a través de una traza de ejecución completa. La plataforma se sustenta en habilidades de agentes optimizadas con más de 30 años de experiencia operativa protegiendo a más de 100.000 organizaciones, lo que abarca casos críticos y complejidades de configuración con las que los modelos genéricos nunca se han topado.

Como parte del compromiso para cumplir con la hoja de ruta de la **Orquestación de Seguridad de Red Basada en Agentes, Check Point Software** ha firmado un acuerdo definitivo para adquirir el equipo y la propiedad intelectual de **Deepchecks**, una plataforma de nivel de producción que unifica la evaluación, observabilidad, pruebas y monitorización, ofreciendo a los equipos la visibilidad y el control necesarios para confiar en los agentes en entornos de producción. El equipo está compuesto por expertos en **LLM**, graduados del prestigioso programa de excelencia tecnológica **Talpiot**. El talento y la propiedad intelectual de **Deepchecks** acelerarán significativamente la ejecución de esta hoja de ruta.

"Cualquier sistema multiagente debe incluir una capa de evaluación sólida que permita la medición, el ajuste y la mejora continua a lo largo del tiempo. El equipo de **Deepchecks** aporta capacidades de vanguardia precisamente en esta área, reforzando nuestra habilidad para ofrecer agentes que mejoran continuamente y que pueden adaptarse a las necesidades específicas de los clientes", explica **Ofir Korzenyak, vicepresidente de Tecnologías de IA**.

**Las capacidades de Gestión de Seguridad Basada en Agentes de Check Point Software ya están disponibles: Policy Auditor** previene la desactualización de las políticas, **Policy Insights** impulsa el endurecimiento de **Zero Trust** y **AI Assist** acelera las tareas administrativas diarias. **Playblocks Agents** está disponible a través del programa de **Disponibilidad Temprana (Early Availability)**, y en el segundo semestre de 2026 (H2 2026) se lanzará una vista previa más amplia para clientes que introducirá más agentes, habilidades y soporte para múltiples proveedores. Para más información y solicitar acceso, se puede visitar la página web.

de un excelente punto de partida para desempeñarse en la desafiante tarea de conducir una cámara empresarial activa y en crecimiento.

### Jugada estratégica de aseguradora para asociarse al mundo del entretenimiento



La emblemática plaza de eventos y recitales de Rosario selló una alianza con La Segunda Seguros.

● El paisaje musical de la ciudad se renueva con un hito. El reconocido espacio de eventos ubicado en el predio contiguo al **Mercado del Pato**, frente a la **Terminal de Omnibus**, comienza un nuevo ciclo bajo el nombre de **La Segunda Seguros Arena**. La concesión, liderada por la firma **Urban Investment**, con sus directores **Fernando Lourido** y **Luciano Espindola** al frente, encuentra en **La Segunda Seguros** al aliado estratégico ideal para potenciar un espacio que ya recibe a más de 500.000 personas por año.

### El lenguaje de las nuevas generaciones

Según estudios, para los jóvenes asistir a un concierto no es solo entretenimiento, sino un acto identitario y una experiencia emocional comparable a viajar.

**The Live Effect (AEG Global Partnerships, 2025)** afirma que el 67% siente la misma emoción al comprar una entrada que al planear unas vacaciones, el 65% se identifica profundamente con la comunidad de su artista favorito y el 73% ha adquirido productos vinculados a marcas presentes en eventos musicales.

Este vínculo redefine el consumo cultural, impulsa economías y consolida al vivo como el espacio donde esta generación expresa pertenencia, emoción y estilo de vida.

### Un plan estratégico por Rosario

El desembarco de **La Segunda Seguros Arena** no se trata simplemente de una nueva firma, sino de un plan estratégico por el desarrollo de **Rosario** y el disfrute de las nuevas generaciones que buscan experiencias de este tipo.

Esta iniciativa se alinea directamente con otras acciones recientes de la empresa, como el apoyo a la renovación del **Aeropuerto Internacional de Rosario**, el ambicioso relanzamiento del histórico barco **Ciudad de Rosario**, la participación en shows masivos en el **Monumento** y la puesta en valor y ampliación del **Museo Castagnino**.

"Asumir el naming de este espacio tan emblemático nos llena de un profundo orgullo. No se trata solo de ver nuestro nombre en la fachada, sino de consolidar nuestro compromiso real con Rosario y toda su región de influencia. Queremos que **La Segunda Seguros Arena** sea el reflejo de una comunidad vibrante, un punto de encuentro donde el talento local, nacional e internacional se conecten con la gente. Esta alianza estratégica consolida un espacio clave para el encuentro y el disfrute de la comunidad", expresó **Mario Castellini, gerente general de La Segunda Seguros**.

Por su parte, **Mario Teruya, director comercial de Segunda Seguros**, destacó: «*La Segunda Seguros Arena ya es una realidad. Esto forma parte de nuestro plan estratégico de posicionamiento de marca. Nos entusiasma ser los anfitriones de los grandes momentos que vivirán los rosarinos y quienes nos visiten. Se trata de devolver a la comunidad la confianza que nos brinda diariamente.*»

Y agregó: "Para **La Segunda Seguros**, este paso representa una evolución natural en su estrategia de vinculación con la comunidad. La empresa entiende que el apoyo a las industrias culturales es un motor fundamental para la economía local, la generación de empleo y el posicionamiento de Rosario como un polo de atracción turística y artística de primer nivel".

**Fernando Lourido, socio gerente de Urban Investment**, expresó: "Estamos muy contentos de empezar esta etapa junto a **La Segunda Seguros** que va a ser el nuevo sponsor del naming del **Arena** más importante de la región donde ya sabemos que todos los rosarinos nos encontramos a pasarla excelente".

Con este movimiento, **Rosario** no solo mantiene su competitividad en la cartelera nacional de espectáculos, sino que se posiciona a la vanguardia de la industria del entretenimiento, ofreciendo un refugio de cultura y emoción para las generaciones presentes y futuras.

### La Fundación Grupo Sancor Seguros junto a INAES lanzan el concurso COOPHATON EDUCATIVO para impulsar proyectos asociativos en escuelas de todo el país

La iniciativa convoca a docentes y estudiantes a participar de una experiencia de formación, innovación y trabajo en equipo, orientada a transformar ideas en proyectos con impacto en su comunidad escolar y social.

● La **Fundación Grupo Sancor Seguros** junto a **INAES** invita a participar del lanzamiento del **COOPHATON EDUCATIVO**, un concurso federal dirigido a cooperativas y mutuales escolares de nivel primario y secundario de todo el país, con el objetivo de impulsar proyectos asociativos con impacto y sostenibilidad en sus comunidades.

El lanzamiento se realizó el jueves 28 de mayo a las 10:30 hs. a través de un streaming que se transmitirá en vivo por el canal de YouTube de Fundación:

<https://www.youtube.com/@FundacionGrupoSancorSeguros>. La convocatoria busca que docentes y estudiantes puedan potenciar sus iniciativas y llevarlas a una nueva escala, a través de una experiencia integral que combina formación, mentorías y trabajo colaborativo, uniendo la teoría de los valores cooperativos.

El proceso se desarrollará en distintas etapas, que incluyen la presentación de ideas, una instancia de selección a cargo de un jurado y un período de aceleración para los proyectos elegidos, que contará con capacitaciones y acompañamiento especializado. Es importante destacar que las inscripciones abrieron el 28 de mayo y estarán disponibles hasta el 26 de junio. En esta edición se seleccionarán 50 proyectos en total, distribuidos en 5 regiones del país. Además, habrá 2 proyectos ganadores finalistas —uno de nivel primario— y uno de nivel secundario— y 8 menciones especiales, entre quienes se entregarán \$10.000.000 en premios en equipamiento tecnológico e informático para implementar o fortalecer sus propuestas.

Con esta iniciativa, la **Fundación Grupo Sancor Seguros** reafirma su compromiso con la educación, la innovación y el desarrollo del asociativismo, promoviendo el trabajo en equipo, el liderazgo y la generación de soluciones con impacto social y escolar.



📍 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

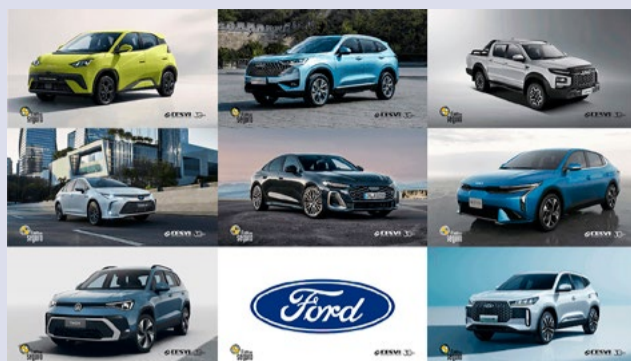
Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn

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



CESVI ARGENTINA eligió a los autos más seguros de 2025

- El Centro de Experimentación y Seguridad Vial de Argentina entregó los premios Crash Test en el marco de su 30º Aniversario.
- El BYD Dolphin Mini, 100 % eléctrico, fue el gran protagonista de la noche y se llevó el premio al Auto de Oro.
- Se consagraron también el Kia K3 Sedán (Auto Mediano), el Chery Tiggo 4 (SUV compacto), el Volkswagen Taos (SUV mediano), el Haval H6 (SUV grande), la JAC T9 (Pick up mediana), el Audi A5 (Excelencia) y el Toyota Corolla (Auto de Plata).
- Ford Argentina fue distinguida como la automotriz más ganadora en la historia del premio.



**Ganadores 2026**  
 Auto Compacto: BYD Dolphin Mini  
 Auto Mediano: Kia K3 Sedán  
 SUV Compacto: Chery Tiggo 4  
 SUV Mediano: Volkswagen Taos  
 SUV Grande: Haval H6  
 Pick Up: JAC T9  
 Excelencia en Seguridad: Audi A5  
 Premio Automotriz más Premiada: Ford Argentina  
 Auto de Plata: Toyota Corolla  
 Auto de Oro: BYD Dolphin Mini

Más información en [www.automasseguro.com.ar](http://www.automasseguro.com.ar)



• La 19ª edición de los premios Crash Test al Auto Más Seguro se realizó en el marco por los festejos de los 30 años de CESVI ARGENTINA, en un evento donde se repasaron los principales hitos que posicionaron al Centro de Experimentación como un referente en el mercado reparador, la seguridad vial, la industria automotriz y el mercado asegurador.

Los premios forman parte de esta historia de innovación y desarrollo, ya que fueron creados con el objetivo de incentivar a las terminales automotrices a elevar los estándares de seguridad desde las versiones de entrada de gama de sus modelos.

"El tiempo nos ha demostrado que nuestro incansable trabajo por promover la seguridad dio sus frutos. Cuando empezamos, era muy difícil encontrar autos con cinco apoyacabezas, airbags y ABS; hoy la mayoría de los ganadores cuenta con asistencias a la conducción y recibieron altas puntuaciones en crash test de alta velocidad", destacó Marcelo Aiello, Gerente General de CESVI ARGENTINA.

La premiación contó con el apoyo de las compañías socias de CESVI: Galicia Seguros, La Segunda, Mapfre, RUS, Sancor Seguros, San Cristóbal Seguros, Seguros Rivadavia y Zurich.

Como ocurre cada año, la segmentación de categorías se ajusta en función de la evolución del mercado automotor y de las nuevas configuraciones disponibles. Durante 2025 ingresaron al país numerosas marcas y modelos que debutaron en las calles argentinas, ampliando la oferta y elevando el nivel tecnológico y de seguridad del mercado.

¿Cómo se eligen?

El Índice de Seguridad (IS) es un estudio que determina con certeza el nivel de equipamiento de seguridad de un vehículo. El procedimiento consiste en evaluar las unidades en nuestro laboratorio de experimentación, realizando un exhaustivo relevamiento del equipamiento de seguridad en todos los aspectos.

El sistema de puntuación cuenta con 225 ítems que son ponderados en función de su influencia en la seguridad, divididos en dos grupos principales: Seguridad Activa y Seguridad Pasiva.

En Seguridad Activa se contemplan los sistemas dinámicos (Control de Estabilidad, dirección asistida, Control de Tracción), los sistemas de asistencias avanzadas al conductor (Frenado Autónomo, Alerta de Tráfico Cruzado, Mantenimiento de Carril, entre otros), sistemas de seguridad activa complementarios (espejos, sistemas de fijación, trabas de seguridad y alzacristales), sistemas de confort (mejoran las condiciones de manejo).

En Seguridad Pasiva analizamos los sistemas de retención suplementarios (cinturones de seguridad, airbags y elementos relacionados), comportamiento estructural (técnicas de construcción, materiales utilizados), sistemas complementarios (post-colisión, protección eléctrica) y los resultados de los crash test de los más prestigiosos centros mundiales.

En base a los puntos evaluados, CESVI determina un Índice de Seguridad -que va del 1 al 100- y luego lo vincula con el valor de comercialización vigente a diciembre de 2025, para establecer la relación precio-seguridad que definió al ganador de cada categoría.

El premio Auto de Oro se entrega al modelo con la mejor relación precio-seguridad entre todos los ganadores, mientras que el premio a la Excelencia en Seguridad considera exclusivamente el Índice de Seguridad y participan únicamente los vehículos que superan los 80 puntos.

¿Quiénes participaron?

Los vehículos OKM lanzados en el mercado local entre el 1º de enero y 31 de diciembre de 2025, en sus versiones base, que hayan superado los 50 puntos del Índice de Seguridad. También fueron considerados los nuevos modelos y restylings que incorporaron mejoras significativas en materia de seguridad.

En esta edición premiamos a las categorías Auto Compacto, Auto Mediano, SUV Compacto, SUV Mediano, SUV Grande y Pick Up. Además, se distinguió al Auto de Plata —el modelo con mejor relación precio-seguridad entre los 10 vehículos más vendidos del mercado— y a la automotriz con más galardones en la historia de los premios, con 19 modelos distinguidos.



Allianz Argentina fue reconocida nuevamente entre los Mejores Lugares para Trabajar™ del sector financiero y asegurador

• Allianz Argentina, líder de seguros y servicios financieros, fue distinguida por segundo año consecutivo en el ranking de Los Mejores Lugares para Trabajar™ en Servicios Financieros y Seguros 2026, elaborado por Great Place to Work®.

En esta edición, la compañía alcanzó el puesto N.º 4 en la categoría de Seguros y Servicios Financieros, consolidando su compromiso con el desarrollo de una cultura organizacional centrada en las personas.

El reconocimiento refleja el trabajo sostenido que Allianz viene impulsando para fortalecer un entorno laboral basado en la confianza, la colaboración, la escucha activa y las oportunidades de crecimiento profesional. La evaluación surge de la experiencia directa de quienes forman parte de la compañía, a través de una encuesta que analiza aspectos vinculados al clima laboral, el liderazgo, el desarrollo y el sentido de pertenencia.

"Este reconocimiento nos llena de orgullo porque es el resultado de la mirada y la experiencia de nuestros equipos. Al mismo tiempo, nos impulsa a seguir evolucionando y construyendo un mejor lugar para trabajar", señaló Alejandro Valeriani, Director de People & Culture en Allianz Argentina.

La distinción reafirma la visión de Allianz de promover una cultura diversa, cercana y dinámica, donde el bienestar, el trabajo en equipo y el desarrollo continuo son pilares fundamentales para potenciar el talento y acompañar la transformación de la industria.

Río Uruguay Seguros recibió un reconocimiento del IARSE por sus 20 años de alianza estratégica

• Río Uruguay Seguros recibió un reconocimiento por parte del Instituto Argentino de Sustentabilidad y Responsabilidad Social (IARSE) en el marco de la Conferencia Magistral de Andrés Malamud: "Argentina ante el nuevo orden mundial: ¿invitada, colada o marginada?", organizada por la Universidad Corporativa de Río Uruguay Seguros (U-RUS), el pasado 13 de mayo en el Quorum Córdoba Hotel.

La distinción consistió en la entrega de la estatuilla "Membresía 360" a RUS por ser "miembro conectado del IARSE", contribuyendo conjuntamente al cumplimiento del Objetivo de Desarrollo Sostenible N° 17: "Alianzas para lograr los objetivos".

La estatuilla fue entregada por el Presidente del Consejo Consultivo del IARSE, Luis Ulla, a Juan Carlos Lucio Godoy, Presidente Ejecutivo de RUS, en reconocimiento a los 20 años de trabajo conjunto entre ambas instituciones.

La pieza conmemorativa fue cocreada junto a "Reaccionar" y elaborada con materiales reciclados bajo criterios de economía circular, reflejando los valores compartidos de sustentabilidad, innovación y compromiso social.

Durante estas dos décadas, RUS y el IARSE han impulsado acciones orientadas a promover y difundir la gestión socialmente responsable de empresas y organizaciones, contribuyendo al desarrollo sostenible de Argentina y la región.

Esta alianza estratégica reafirma el compromiso de ambas entidades con la sostenibilidad entendida como cultura organizacional, modelo de gestión y motor para construir un futuro más responsable, colaborativo y sostenible para toda la comunidad.



La Caja aseguró la final del fútbol argentino con el viaje de la copa a Córdoba

La compañía fue protagonista de la definición del Torneo Apertura de la Liga Profesional de Fútbol Argentino, combinando presencia de marca, activación territorial y vínculo directo con los hinchas.



En uno de los eventos deportivos de mayor audiencia del país, La Caja no solo estuvo presente: fue parte de la final. Como Main Sponsor de la Liga Profesional de Fútbol (LPF), la compañía aseguró el trofeo del Torneo Apertura liderando su traslado hasta Córdoba, sede del partido decisivo el domingo 24 de mayo, entre River Plate y Club Atlético Belgrano.

La acción puso en escena el rol central de la compañía: proteger lo que tiene valor para millones de argentinos, en este caso uno de los símbolos más relevantes del fútbol local.

El operativo incluyó el traslado de la copa desde la LPF hasta el estadio Mario Alberto Kempes y su resguardo durante todo el proceso. Una intervención que conecta directamente con el corazón del negocio asegurador: anticiparse al riesgo y garantizar tranquilidad en momentos clave.

"En La Caja creemos que el fútbol es un espacio que une a millones de personas; una pasión compartida que trasciende edades, lugares y diferencias. Estar presentes no es solo visibilidad: es una forma emocional de conectar con nuestros clientes y socios para construir un vínculo más cercano y relevante," comenta Manuela Araujo, Directora de Marketing y Comunicación Externa de La Caja. "Donde hay pasión, hay una conexión real. Y nuestro rol es estar Acá y Ahora acompañando a las personas y protegiendo lo que más valoran."

Del branding a la relevancia: fútbol como plataforma de negocio

A casi un año de su desembarco como Main Sponsor de la LPF, La Caja consolida el fútbol como un eje estratégico para construir marca y negocio. Durante el torneo, la compañía activó contenidos y dinámicas propias, entre ellas el reconocimiento al "Jugador Más Seguro", que premia a quienes mejor protegen su área —una extensión conceptual directa de su esencia aseguradora—. Entre los destacados están Brayan Cortés (Argentino Juniors), Santiago Beltrán (River), Guido Herrera (Talleres de Córdoba), Leandro Brey (Boca) y Facundo Cambeses (Racing).

La final entre River y Atlético Belgrano, el domingo 24 de mayo, marcó el punto más alto de esa estrategia: presencia en el momento de máxima atención, con un rol activo y coherente con su propuesta de valor.

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

Estamos cuando nos necesitás. #NosImporta

Visítanos en:  
 Juana Manso 205 - Piso 5  
 PUERTO MADERO

ENCONTRANOS EN:  
 CABA / BAHÍA BLANCA / CÓRDOBA / MONTEVIDEO / MIAMI / MADRID

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

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

@scbrokerdeseguros

/SCBrokerDeSeguros



Generali continúa mostrando un sólido crecimiento, impulsado por todos los segmentos

- Las primas brutas emitidas alcanzaron los € 28,2 mil millones (+6,8%), impulsadas tanto por el segmento de Vida (+7,5%) como de P&C (+5,8%).
- Se mantuvieron flujos netos positivos en Vida, que totalizaron € 4,3 mil millones, gracias al aporte de todas las líneas de negocio. El Valor del Negocio Nuevo (New Business Value) creció significativamente a € 977 millones (+19,1%).
- El ratio combinado (Combined Ratio) se ubicó en 90,5% (+0,8 p.p.) y el ratio combinado sin descuento (undiscounted Combined Ratio) en 93,1% (+1,1 p.p.), ambos impactados por eventos de catástrofes naturales (Nat Cat, Natural Catastrophes).
- El segmento de Gestión de Activos y Patrimonios registró un fuerte incremento (+15,5%), apalancado tanto por Asset Management como por Banca Generali.
- El resultado operativo creció de manera significativa hasta € 2,2 mil millones (+8,1%), con contribuciones positivas de todos los segmentos.
- El resultado neto ajustado aumentó a € 1,3 mil millones (+5,2% o +9,3% excluyendo un componente impositivo extraordinario). El beneficio por acción ajustado (Adjusted EPS, Earnings Per Share) ascendió a € 0,84 (+6,0% o +10,2% excluyendo el mismo efecto impositivo extraordinario).
- Sólida posición de capital, con un ratio de solvencia (Solvency Ratio) del 212% (219% al cierre del ejercicio 2025).

En una reunión presidida por Andrea Sironi, el Directorio de Generali aprobó la Información Financiera del Grupo Generali al 31 de marzo de 2026.

El CFO del Grupo Generali, Cristiano Borean, dijo: "Los resultados del Grupo correspondientes al primer trimestre de 2026 confirman la exitosa ejecución de nuestro plan estratégico "Lifetime Partner 27: Driving Excellence", con un sólido crecimiento del resultado operativo, respaldado por todos los segmentos y reflejado también en el resultado neto ajustado. El negocio de Vida registró un desempeño muy sólido, impulsado por la contribución positiva de todas las líneas de negocio. En P&C, a pesar de un mayor impacto de eventos de catástrofes naturales (Nat Cat), la rentabilidad técnica subyacente continuó mejorando. El resultado operativo de Asset & Wealth Management se vio beneficiado por el fuerte desempeño de Generali Investments Holding y Banca Generali.



Cristiano Borean  
CFO de Grupo Generali



Andrea Sironi  
Presidente del directorio de Assicurazioni Generali

"Apalancados en un balance sólido y en fuentes de generación de caja diversificadas y de alta calidad, junto con una robusta posición de capital, mantenemos plenamente el foco en la creación de valor sostenible para todos nuestros accionistas."

Las primas brutas emitidas crecieron hasta € 28,2 mil millones (+6,8%), impulsadas tanto por Vida como por P&C.

Los flujos netos en Vida se mantuvieron sólidos en € 4,3 mil millones, impulsados por todas las líneas de negocio.

El resultado operativo aumentó a € 2.235 millones (+8,1%), gracias al desempeño positivo de todos los segmentos. El resultado operativo de Vida se incrementó a € 1.090 millones (+9,9%) y el Valor del Negocio Nuevo mejoró a € 977 millones (+19,1%).

El resultado operativo de P&C creció a € 1.041 millones (+1,2%), con un ratio combinado de 90,5% (+0,8 p.p.) y un ratio combinado sin descuento de 93,1% (+1,1 p.p.), reflejando un impacto significativo de eventos de catástrofes naturales.

El resultado operativo de Asset & Wealth Management alcanzó € 314 millones (+15,5%), impulsado tanto por el desempeño de Asset Management, cuyo resultado ascendió a € 142 millones (+12,7%), como por el de Wealth Management, que se incrementó a € 172 millones (+17,9%). El resultado operativo del Holding y otras operaciones mejoró a € -130 millones (€ -150 millones en el IT2025).

El resultado neto ajustado creció un 5,2% hasta € 1.266 millones (€ 1.204 millones en el IT2025). Este desempeño reflejó una carga impositiva de € 623 millones, incluyendo un componente extraordinario de aproximadamente € 50 millones en Francia, que incrementó la tasa efectiva del IT2026 en alrededor de 2,5 puntos porcentuales. Excluyendo este efecto, el crecimiento del resultado neto ajustado habría sido de +9,3% y el del beneficio por acción ajustado de +10,2%.

El resultado neto alcanzó € 1.169 millones (€ 1.195 millones en el IT2025), reflejando el impacto de los mercados financieros sobre las inversiones medidas a valor razonable con cambios en resultados (fair value through profit or loss) durante el trimestre, así como el mencionado efecto impositivo.

El patrimonio neto atribuible a los accionistas del Grupo aumentó a € 32,8 mil millones (+2,3%).

El Contractual Service Margin (CSM) disminuyó un 1,3% hasta € 34,2 mil millones (€ 34,6 mil millones al cierre de 2025).

Los activos totales bajo gestión (AUM, Assets Under Management) del Grupo crecieron hasta € 905 mil millones (+0,5% respecto al FY2025), con AUM de terceros por € 387 mil millones, de los cuales € 277 mil millones son gestionados por Asset Management.

El Grupo confirmó su sólida posición de capital, con un ratio de solvencia (Solvency Ratio) de 212% (219% al cierre de 2025), resultado de € 51,0 mil millones de fondos propios admisibles (Eligible Own Funds) y € 24,1 mil millones de capital de solvencia requerido (Solvency Capital Requirement, SCR). La variación responde principalmente al impacto de los movimientos de mercado y al fin del periodo de grandfathering, junto con otros movimientos de capital. Estos factores fueron parcialmente compensados por la sólida contribución de la generación de capital normalizada, respaldada por todos los segmentos, a pesar de un mayor impacto de Nat Cat. Esta generación de capital también incorporó el impacto total del programa de recompra de acciones vinculado al plan de incentivos de largo plazo (LTIP, Long-Term Incentive Plan) ejecutado en el primer trimestre.

SANCOR SEGUROS celebra sus 80 años alentando un nuevo sueño mundialista



Con una narrativa épica y emocional, la campaña pone el foco en los valores que unen a la Selección y a la aseguradora —esfuerzo, liderazgo, cercanía y espíritu federal— en un Mundial atravesado por la expectativa de volver a hacer historia.

En el año en que celebra sus 80 años de trayectoria, SANCOR SEGUROS lanza su nueva campaña de comunicación de cara a la Copa Mundial de Fútbol 2026, renovando su compromiso de acompañar a millones de argentinos en uno de los eventos más movilizantes del mundo.

Como Sponsor Oficial de la Selección Argentina desde hace más de una década, la aseguradora vuelve a sumarse al camino mundialista del equipo campeón del mundo. La campaña se desarrolla bajo el claim institucional por los 80 años de la compañía: "Respuestas siempre. Ayer, hoy y mañana", un concepto que conecta el legado de SANCOR SEGUROS con los valores que representa el conjunto albiceleste: esfuerzo colectivo, liderazgo, cercanía, resiliencia, compromiso y espíritu federal.

El spot principal busca recuperar aquellas imágenes, emociones y símbolos que forman parte de la identidad futbolera argentina. "Cuando nos preguntamos si podremos lograrlo otra vez, nuestra historia responde. Responde el potrero y la gambeta, los guantes y la locura, la elegancia y la picardía, la entrega y el baile", expresa la pieza audiovisual, que construye un homenaje a la pasión, al talento y al sentimiento compartido que atraviesa generaciones.

La campaña pone el foco en los jugadores y en la Selección como símbolo de unión nacional, destacando el valor del trabajo en equipo y el orgullo de representar al país. En ese marco, Messi aparece como una figura que sintetiza liderazgo, constancia y capacidad de responder en los momentos decisivos, valores con los que también se identifica la marca.

"Cumplir 80 años acompañando a las personas en cada etapa de sus vidas tiene un significado muy profundo para nosotros. Esta campaña refleja justamente eso: estar presentes cuando más importa, responder siempre y construir vínculos duraderos basados en la confianza. El Mundial es uno de esos momentos que movilizan emocionalmente a todo un país y nos permite conectar desde un lugar muy genuino con nuestros clientes y con millones de argentinos. Además, aliarlos con la Selección tiene un valor muy especial porque compartimos valores que nos representan profundamente: la celeste y blanca, el compromiso, el esfuerzo colectivo y esa idea de ponernos todos juntos la camiseta", afirmó Gabriela Marchisio, Gerente de Mercado y Clientes de SANCOR SEGUROS.

La iniciativa contará con un importante despliegue en plataformas digitales, redes sociales, web y app, además de piezas audiovisuales para TV y radio. También incluirá activaciones especiales, beneficios, sorteos, contenidos interactivos y acciones orientadas tanto a clientes como al público general durante toda la competencia.

Con esta campaña, SANCOR SEGUROS continúa reafirmando su posicionamiento como una marca cercana, confiable y profundamente conectada con los valores y las emociones de todo el país.

RUS estará presente en AgroActiva 2026 con coberturas, innovación y streaming en vivo



Del 3 al 6 de junio, en la localidad de Armstrong, Santa Fe, Río Uruguay Seguros (RUS) volverá a estar presente en una nueva edición de AgroActiva, consolidando su rol como aseguradora oficial de uno de los encuentros más importantes del calendario agroindustrial.

Como todos los años, RUS acompañará a la exposición agropecuaria a campo abierto más grande y convocante de la Argentina, posicionada entre las tres primeras de su tipo a nivel mundial. Con 32 años de trayectoria, AgroActiva reúne a más de 900 expositores y cerca de 270.000 visitantes provenientes de todas las provincias argentinas y de más de 24 países.

Sobre un predio de 60 hectáreas, la muestra congrega a empresas y referentes de sectores como metalmecánica, energía, agtech, ganadería, aeronavegación, infraestructura, automotrices, servicios, desarrolladores inmobiliarios y entidades bancarias, consolidándose como el principal punto de encuentro del ecosistema agropecuario nacional.

En este marco, RUS estará presente a través de su línea especializada RUS Agro, con un stand ubicado en el Lote 254 B sobre Av. Neuquén, entre las calles La Pampa y Santa Cruz. Allí ofrecerá soluciones integrales diseñadas para responder a las distintas necesidades del sector agroindustrial, con coberturas agrícolas enfocadas en granizo y riesgos asociados, seguros para maquinaria y flotas, protección para grandes riesgos empresariales y coberturas orientadas al capital humano vinculado a la actividad.



A través de RUS Agro, la aseguradora busca fortalecer su vínculo con toda la cadena productiva, desde productores hasta socios estratégicos, en un contexto donde el seguro adquiere cada vez mayor protagonismo como herramienta de gestión y respaldo para el desarrollo del sector.

Como diferencial, RUS cuenta con un fuerte respaldo tecnológico y continúa avanzando en procesos de digitalización mediante herramientas que permiten agilizar cotizaciones, realizar inspecciones digitales y utilizar datos y analítica para optimizar decisiones técnicas y comerciales. Entre los ejes destacados de esta edición se encuentra el desarrollo de seguros para drones agropecuarios, un segmento en el que RUS fue pionera, acompañando la evolución tecnológica del agro con soluciones acordes a las nuevas demandas del mercado.

Además, el martes 3 de junio, en el stand de Agricultores Federados Argentinos (AFA), se realizará una conferencia de prensa para presentar la próxima fecha del Turismo Carretera, de la que RUS es sponsor y aseguradora oficial, que se disputará los días 20 y 21 de junio en el autódromo de la ciudad de Rafaela, Santa Fe. Allí se llevará adelante una nueva edición de la tradicional "Carrera de los Millones". Gran Premio RUS Agro. De la presentación participará el presidente ejecutivo de RUS, Juan Carlos Lucio Godoy.

Por otra parte, el jueves 4 de junio RUS tendrá una propuesta especial para los visitantes de la muestra con la presencia del ex arquero de la Selección Argentina Roberto "Pato" Abbondanzieri, actual embajador de RUS Agro, quien participará de una divertida actividad invitando al público a desafiarlo en una tanda de penales. Como parte de la jornada, también se estarán realizando sorteos y regalos de camisetas de la Selección Argentina y pelotas, sumando fútbol, entretenimiento y espíritu albiceleste al corazón de la muestra.

Además, por primera vez y gracias a la alianza entre AgroActiva, Río Uruguay Seguros y Agrofry, la muestra contará con transmisión en vivo vía streaming para acercar los principales momentos del campo argentino a todo el país. La cobertura podrá seguirse a través de los canales de YouTube de RUS Media TV, AgroActiva y Agrofry News.

# 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

**Comenzaron las charlas de seguridad vial en las escuelas secundarias de Concepción del Uruguay**



El pasado martes 26 de mayo comenzaron los talleres de seguridad vial organizados de manera conjunta por la **Municipalidad de Concepción del Uruguay, Río Uruguay Seguros** y la **Jefatura Departamental Uruguay de la Policía de Entre Ríos**, con el acompañamiento de la Dirección Departamental de Escuelas, organismo encargado de coordinar la organización y participación de los estudiantes.

La propuesta tiene como objetivo promover la concientización y la formación en materia de prevención y responsabilidad vial entre estudiantes de 5° y 6° año del nivel secundario que ya obtuvieron su licencia de conducir o se encuentran en condiciones de tramitarla. La primera jornada se desarrolló a las 9 horas en la **EET N°3 "Dr. Miguel Ángel Marsiglia"**, con la participación de alumnos de la institución anfitriona junto a estudiantes de la **Escuela Secundaria N°16 "Congreso de Oriente"**, la **Escuela Secundaria N°25 "Prof. Roberto Luis Nouche"** y la **Escuela Secundaria N°30 "Río de los Pájaros"**.

Durante las charlas se abordaron distintos contenidos vinculados a la movilidad segura y la prevención de accidentes, haciendo especial hincapié en la incorporación de conductas responsables en la vía pública. Entre los temas trabajados se destacaron el uso correcto del casco y del cinturón de seguridad, el respeto al peatón, las velocidades máximas y mínimas permitidas, la conducción responsable de motos y la documentación necesaria para obtener la licencia de conducir.

Asimismo, se analizaron los principales factores de riesgo asociados a la siniestralidad vial, como el exceso de velocidad y las distracciones al conducir. Desde el **Hospital "Justo José de Urquiza"** también se brindó información sobre los ingresos a guardia por politraumatismos ocasionados en accidentes de tránsito.

Los capacitadores fueron el comisario inspector **Adrián Jacquet**, jefe de la División Policia Científica de la Jefatura Departamental Uruguay de la Policía de Entre Ríos; **Ernesto Vilches Izquierdo**, secretario técnico del Hospital "Justo José de Urquiza"; **Hernán González Díaz**, en representación de la Dirección de Tránsito de la Municipalidad de Concepción del Uruguay; **Facundo Loza** y **Juan Tea**, integrantes del equipo de Seguridad Vial de RSRUS de Río Uruguay Seguros.

Las charlas continuarán el próximo martes 2 de junio, también a las 9 horas, en el **Auditorio Municipal "Arturo Illia"**. En esta oportunidad participarán estudiantes de la **EET N°1 "Ana Urquiza de Victoria"** y de la **Escuela Normal Superior "Mariano Moreno"**.

**Mista Seguros, de SanCor Salud, ingresa al negocio patrimonial con una nueva línea de productos**

La aseguradora de **SanCor Salud** presentó oficialmente su nueva línea de seguros patrimoniales durante un encuentro clave realizado en Córdoba. El lanzamiento marca una nueva etapa de expansión para **Mista Seguros** bajo el claim **"Con Mista, avanzás seguro"**. **SanCor Salud** reunió a **Productores Asesores de Seguros (PAS)**, clientes corporativos, medios especializados, directivos y referentes del mercado en una jornada encabezada por su **Director General, Dr. Fernando Werlen**, quien compartió la visión estratégica y el horizonte de crecimiento de la organización, haciendo foco en la evolución del Grupo y en la construcción de un modelo integral de soluciones orientadas al bienestar.

Con más de medio siglo de trayectoria, el Grupo ha sabido evolucionar y diversificarse sin perder de vista su propósito central: acompañar a las personas en las distintas dimensiones de su vida. Durante la jornada, **Werlen** destacó: **"Hay hablamos de un verdadero**



Adrián Sasse y Fernando Werlen de MISTA SEGUROS

**Breves del Informe**

Grupo de Bienestar, donde las distintas unidades de negocio dialogan entre sí, se potencian y trabajan con un mismo eje: estar cerca de las personas, entender sus necesidades y acompañarlas en cada etapa". El directivo también repasó el crecimiento sostenido de la organización —más del 400% en la última década, con más de 880 mil asociados y presencia federal en todo el país— y trazó la hoja de ruta de cara a 2030, con objetivos vinculados a la expansión y la transformación digital.

"El futuro no se espera. El futuro se construye. Y se construye con visión, con liderazgo, con innovación y con la decisión permanente de animarse a dar el próximo paso", afirmó.

**Mista Seguros: expansión al negocio patrimonial**

El lanzamiento de la nueva línea de seguros patrimoniales inaugura una nueva etapa **Mista Seguros**, que hasta ahora operaba en los segmentos de accidentes personales, vida y sepelio.

"La incorporación del ramo patrimonial nos permite ampliar nuestra propuesta de valor y seguir acompañando las necesidades reales de los asegurados", señaló **Adrián Sasse, líder estratégico de Mista Seguros**. **Combinado Familiar** será el primer producto de esta nueva etapa, a partir de la cual la aseguradora incorporará progresivamente nuevas soluciones vinculadas a responsabilidad civil, protección contra robo y cobertura de bienes personales.

El producto contempla coberturas orientadas a la protección integral del hogar y de los bienes del asegurado, incluyendo incendio de edificio y contenido, responsabilidad civil hacia linderos y por hechos privados, robo de contenido general, daños por agua, cristales y cobertura de todo riesgo para electrodomésticos. Dentro de esta nueva línea, **Mista Seguros** también anticipó coberturas para dispositivos portátiles, celulares, bicicletas y monopatines, además de distintos servicios de asistencia para los asegurados. Entre los servicios adicionales previstos se incluyen emergencias en el hogar, asistencia tecnológica, reparación de electrodomésticos, teleternería y asistencia en vía pública, entre otros beneficios.

Desde la compañía remarcaron, además, que los nuevos productos fueron diseñados bajo un esquema de planes predefinidos, con requisitos mínimos de suscripción y procesos de contratación simples, buscando facilitar tanto el acceso de los asegurados como la gestión comercial de los productores.

**"Con Mista, avanzás seguro"**

"Con Mista, avanzás seguro" sintetiza esta etapa de evolución de la compañía y refuerza valores vinculados a la cercanía, la protección, la prevención y el acompañamiento.

Con esta expansión, **Mista Seguros** busca consolidar una propuesta cada vez más integral dentro del ecosistema de bienestar impulsado por **SanCor Salud** y fortalecer su presencia en el mercado asegurador patrimonial.

**Mapfre auspició la 19ª edición de los Premios "El Auto Más Seguro"**



La compañía volvió a apoyar esta iniciativa de **CESVI Argentina** y la revista **"Crash Test"** en la que se premian los autos más seguros lanzados en 2025. La edición 2026 tiene un significado especial: **CESVI cumple 30 años**.

Mapfre auspició la 19ª edición de "El auto más seguro", una distinción otorgada por **Crash Test** a los vehículos de mejor relación precio-seguridad entre los modelos lanzados en 2025. La ceremonia se realizó en el marco de una edición muy especial: **CESVI Argentina** celebra sus 30 años como referente técnico e institucional en seguridad vial, reparación automotriz e investigación aplicada en el país.

Se premiarán los modelos en las siguientes categorías: **Auto Compacto, Auto Mediano, SUV Compacto, SUV Mediano, SUV Grande y Pick Up**. Además, se otorgaron las distinciones de **"Auto de Oro"** al vehículo destacado entre todos los segmentos, **"Excelencia"** al que ofrece el mayor Índice de Seguridad, y **"Auto de Plata"**, que reconoce la mejor relación precio-seguridad entre los 10 modelos más vendidos del año.

Participaron de la competencia todos los vehículos 0 km lanzados en el mercado local entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2025, en sus versiones base que hayan superado los 50 puntos del Índice de Seguridad. Para elaborar dicho índice, todos los autos pasaron por las instalaciones de **CESVI Argentina**, donde se realizaron el desarme, chequeo y análisis correspondientes.

Los modelos ganadores fueron: **Auto Compacto: BYD Dolphin Mini; Auto Mediano: Kia K3 Sedán; SUV Compacto: Chery Tiggo 4; SUV Mediano: Volkswagen Taos; SUV Grande: Haval H6; Pick Up: JAC T9; Excelencia en Seguridad: Audi A5; Auto de Plata: Toyota Corolla; y Auto de Oro: BYD Dolphin Mini**. Para elaborar el índice de seguridad que determinó a los ganadores, todos los autos participantes debieron pasar por las instalaciones de **CESVI ARGENTINA**, donde

se les realizó el desarme, chequeo y análisis correspondiente.

**Jorge Cruz, CEO de Mapfre**, fue quien entregó el galardón más esperado de la noche: el **"Auto de Oro"**, que distingue al vehículo destacado entre todos los segmentos. Por su parte, **Martin Agostino, Director de Negocios y Clientes de Mapfre**, estuvo a cargo de la entrega del premio en la categoría **Auto Compacto**, auspiciada por la compañía.



Auto de Oro - Jorge Cruz

analizado, suma.", aseguró **Cruz**. Esta 19ª edición se celebra en un año muy especial para **CESVI Argentina**, que cumple 30 años de actividad ininterrumpida. A lo largo de estas tres décadas, la institución realizó más de 650 ensayos en la única pista de impactos del país, reconstruyó más de 7.500 siniestros, relevó 300.000 km de rutas y formó a más de 370.000 profesionales del sector.

**Mapfre** es uno de los fundadores de **CESVI** junto a otras siete compañías de seguros, y ha acompañado su crecimiento desde los inicios. Hoy, **CESVI** continúa transformándose con inteligencia artificial, nuevas soluciones para vehículos electrificados y talleres eco sustentables.

**Zurich reinventa la categoría de beneficios y lanza "Club Zurich": el lado b de estar protegido**

La compañía presenta un ecosistema de beneficios exclusivos centrado en el día a día de sus clientes: sin acumulación de puntos, de acceso gratuito y con renovación mensual.

Club Zurich, una propuesta que renueva la relación con sus asegurados. El programa, que alcanza de forma directa a más de 700.000 personas con pólizas vigentes en todo el país, plantea un cambio de paradigma en la industria: llevar la conversación del seguro hacia el lado optimista de la vida, acompañando a su comunidad mucho más allá de los siniestros y emergencias.



A diferencia de los sistemas tradicionales de fidelización, la propuesta busca romper con las reglas complejas. Su acceso es 100% gratuito, por lo que no requiere sumar millas, juntar puntos ni realizar trámites engorrosos. Al operar bajo un modelo de segmentación dinámica basado en la confianza y el tiempo de permanencia, las opciones se renuevan y acumulan todos los meses de manera automática. La experiencia puede gestionarse de manera simple a través del portal digital y la aplicación móvil de **Zurich**. El catálogo está estructurado en tres territorios estratégicos: **Protección, Bienestar y Entretenimiento**. Gracias a la alianza con partners de primer nivel, los usuarios ya pueden disfrutar de vouchers de valor económico real en marcas referentes como **Frévega, Carrefour, PedidosYa, Arredo, Dexter, Moov, Sodimac, PlayStation, Montagne, CeBra, Cinemark Hoyts**, entre otras.

"En Zurich entendemos que proteger no es sólo reaccionar ante un siniestro; es estar cerca y acompañar también cuando todo está bien. Club Zurich nace precisamente para retribuir la confianza que nuestros clientes nos depositan, integrándonos en su día a día a través de experiencias de primer nivel, de la manera más sencilla y accesible posible", señaló **Mauro Zoladz, Head of Customer Proposition de Zurich Argentina**.

En una apuesta por desconstruir la tensión histórica de la categoría, la estética visual de la campaña se compone de **personajes animados en 3D** que dan "vida" a los siniestros, resignificando el riesgo en una conversación lúdica que invita a descubrir el lado positivo de estar protegido.

A través de esta iniciativa, **Zurich** busca fortalecer el vínculo continuo con su ecosistema de asegurados y consolidar una plataforma de beneficios junto a partners estratégicos y afinidades. El objetivo es que la marca deje de aparecer únicamente frente a un siniestro y pase a formar parte de los momentos cotidianos, construyendo una relación más cercana, relevante y sostenida en el tiempo.



Martin Agostino - Premios Auto Más Seguro 2025

Ambos destacaron la trayectoria del evento y la importancia del trabajo conjunto en materia de **Seguridad Vial**. "En un contexto en el que la siniestralidad vial sigue siendo una de las principales causas de muerte evitable, nuestro rol como investigadores, fabricantes, comunicadores y ciudadanos sigue siendo primordial. Cada avance en seguridad pasiva y activa, cada mejora en el diseño, cada test de impacto, cada dato



profile profile

**CANTINA RECOLETA**

**La nueva propuesta que reinterpreta la gastronomía porteña clásica con un toque contemporáneo**

Con el espíritu de las cantinas porteñas y una impronta contemporánea, **Cantina Recoleta** inaugura un espacio donde el horno a leña es protagonista, la carta rinde homenaje a los clásicos con un giro actual y la ambientación combina calidez, diseño y tradición.

Con el espíritu de las cantinas y trattorias porteñas, pero con una mirada contemporánea, **Cantina Recoleta** inaugura un espacio gastronómico donde tradición y modernidad conviven en armonía. El corazón de su proyecto es un imponente horno a leña de dos metros de diámetro, desde donde nacen platos tradicionales con un toque actual.

El lugar se distingue por una ambientación que combina calidez y diseño clásico en pleno corazón del barrio. Desde su fachada abierta hacia la Av. Santa Fe se percibe un ambiente luminoso y minimalista, donde los pisos de damero en blanco y negro proponen un estilo atemporal. El mobiliario mezcla mesas de madera con sillas y sillones de cuero en tono arena, mientras los amplios ventanales aportan luz natural y conexión con el exterior. Una barra recibe a los visitantes al ingresar, invitando tanto a quienes buscan tentarse con opciones al paso como a quienes prefieren un café de especialidad. En la planta baja, el salón se divide en dos ambientes: uno íntimo, para compartir entre dos un café o una porción de pastelería, y otro con sillones adosados a la pared y mesas más amplias para grupos de hasta cuatro personas. En la planta alta, otro salón continúa la línea estética con mesas y sillas a juego, complementado por una terraza semitechada que ofrece vistas a la arquitectura característica de la avenida, iluminada por pequeñas luces que le otorgan un toque acogedor. Este espacio exterior se completa con banquetas de madera, sombrillas y plantas, creando un entorno ideal para disfrutar de un café, un vermouth o una copa de vino.

En su propuesta gastronómica, **Cantina Recoleta** acompaña cada momento del día. Desde la mañana, invita a comenzar con café porteño y pastelería clásica, preparados con granos seleccionados de Meca Café (Colombia Alta y Brasil Bourbon) y del blend "Gourmet" de El Bohío (60% Colombia y 40% Brasil), utilizando cafetera Criollo Plus Pro y molinillo digital Cunil para los espressos, además de una máquina Bunn que permite café filtrado con refill libre durante la tarde, pensado especialmente para estudiantes y coworkers.

Al mediodía, se presenta el menú ejecutivo, que incluye plato principal, bebida (agua, gaseosas, vino por copa o limonada), café y panera. Entre las alternativas sobresalen: osobuco cocido a la leña durante 5 horas servido con >>



El lugar se distingue por una ambientación que combina calidez y diseño clásico en pleno corazón del barrio



→ polenta cremosa; risotto de calabaza con queso azul, castañas y aceite verde; pastel de papa con vacío ahumado y mozzarella; tarta de puerros y parmesano con ensalada verde y canelones de ricota, pollo ahumado y espinaca con pomodoro. Este menú también se ofrece en formato para llevar, pensado para quienes buscan practicidad sin resignar sabor.

A la propuesta se suman las focaccias horneadas a la leña, servidas en el mostrador o en el salón, con combinaciones como pollo ahumado con tomates secos y aderezo Caesar; berenjenas asadas con mozzarella y rúcula, o mortadela con queso crema y pesto. También se destacan las clásicas minutas, entre las que figuran pollo grillé al limón con ensalada o papas fritas, ensalada Caesar con pollo ahumado o palta (opción veggie), milanesa de ternera con papas fritas, milanesa napolitana, hamburguesa doble en pan de papa con cheddar y salsa Mil Islas, y penne rigate gluten free con salsa a elección.

Por la tarde, el espacio se convierte en un punto de encuentro ideal con café filtrado y refill libre, mientras que el atardecer invita al ritual del vermouth o Aperol, siempre con el clásico Triolet de cortesía. Por la noche, la carta se amplía con pizzas a la piedra y al molde, pastas artesanales como spaghetti al limone y malfatti de rúcula, carnes de cocción lenta como el vacío 6 horas con papas a la manteca de romero, y opciones para compartir como el pollo a la brasa o la bandeja de lasagna gratinada. Los fines de semana se suman brunchs con sándwiches de miga y pastas elaboradas a la vista, que evocan la tradición dominguera.

La experiencia se completa con una amplia oferta de vinos seleccionados, que incluye Cantina Malbec by Familia Banno, una exclusiva etiqueta propia, pensada para acompañar la identidad gastronómica del lugar. 🍷



SANCOR  
SEGUROS 80  
Años

80 años dando  
respuestas, siempre.

Ayer, hoy y mañana

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



Nº de inscripción en SSN  
0224

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# informe

## operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# Gabriel Depascual

Divorciado - 57 Años - Dos hijas, Sofia (30) y Bianca (26)  
Signo Sagitario (22/11/1968)

Gerente General de las unidades de negocio  
"Asegurador" y "Branco", unidades de Hawk Group

### ● UN HOBBY

Caminar y correr en las ciudades del mundo que visito

### ● LA JUSTICIA

La política no debería interferir para que la justicia actúe con celeridad y claridad

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

No. Las capacidades y aptitudes no dependen de un sexo definido

### ● LA SEGURIDAD

Nos falta a todos los que habitamos el país, y es fundamental

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

El cuidado de mi abuela y su cocina. Hoy se extraña su compañía y el aroma de sus recetas

### ● MI MODELO PREFERIDA

Me inspiran respeto y admiración personas con convicciones y respeto por el otro, como Hugo Porta, Alejandro Sabella y Nelson Mandela

### ● UN RIESGO NO CUBIERTO

El amor

### ● VESTIMENTA

Elegante sport

### ● LA MUERTE

No piensas en ella hasta que te toca de cerca

### ● EL MATRIMONIO

Un desafío y un camino que se construye de a dos

### ● UNA ASIGNATURA PENDIENTE

Saber cantar

### ● UN SER QUERIDO

Mis hijas

### ● ACTOR Y ACTRIZ

Robert Deniro – Meryl Streep

### ● ¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?

El engaño

### ● ESTAR ENAMORADO ES

Tener ganas de terminar lo que estas haciendo para encontrarte con ese ser y que el tiempo juntos pase volando

### ● ME ARREPIENTO DE

Sobrecargar exigencias sobre una persona y no entenderla y luego darme cuenta que esto fue un gran error

### ● SU MAYOR VIRTUD

La perseverancia

### ● SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR

La Mulita, Mar del Plata

### ● LA MENTIRA MÁS GRANDE

Políticos

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

Los que ofrecen aumentar considerablemente tu inversión en poco tiempo

### ● EN TEATRO

La última obra que fui a ver fue TOC TOC

### ● LE TENGO MIEDO A

Fallar en un compromiso

### ● TENGO UN COMPROMISO CON

La continuidad en la ejercitación corporal

### ● LA INFLACIÓN

El gran flagelo que tenemos desde que nací

### ● UN SECRETO

No se dice

### ● LA MUJER IDEAL

No existe



### ● MI PEOR DEFECTO ES

Empezar a hablar antes que el otro termine de expresarse

### ● LA CULPA ES DE

Uno primero

### ● NO PUEDO DEJAR DE TENER

Tiempo de recreación

### ● UN FIN DE SEMANA EN

Paris

### ● LA INFIDELIDAD

No me enteré

### ● UN PROYECTO A FUTURO

Viajar con motor home sin horarios ni agenda

### ● EL FIN DEL MUNDO

No voy a ser protagonista

### ● EL CLUB DE SUS AMORES

Estudiantes de La Plata

### ● ESCRITOR FAVORITO

Emilio Salgari

### ● SI VOLVIERA A NACER SERÍA

Cantante y actor

### ● UNA CANCIÓN

Felicita

### ● EL AUTO DESEADO

El que tengo

### ● EL PASADO

Si lo miro demasiado me pierdo el presente y no me deja proyectar el futuro

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

La interacción humana cara a cara

### ● AVIÓN O BARCO

Avión

### ● EL DÓLAR

Nos obligaron a pesar en dólar como resguardo y nos distrae

### ● LA TRAICIÓN

Un amigo que dejó de ser amigo

### ● LA CORRUPCIÓN

Mata gente y empobrece el país

### ● EN COMIDAS PREFIERO

Asado

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

El principito

### ● UN PERSONAJE HISTÓRICO

San Martín

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

Mejor: Descifrando Enigma.

La peor: Babilonia con Brad Pitt

### ● PSICOANÁLISIS

No hago

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

No esperar a que el otro termine de dar su idea

### ● DIOS

Fuerza Superior

### ● MI MÚSICO PREFERIDO ES

Phill Collins

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

El apoyo en las buenas y en las malas

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

Cómo se presenta

### ● EN DEPORTES, PREFIERO

Rugby

### ● UN MAESTRO

No recuerdo

### ● EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR

Egipto

### ● SU BEBIDA PREFERIDA

Vino Malbec

### ● EL PERFUME

Polo negro

### ● UNA CONFESIÓN

Me gusta la comida rica

### ● NO PUEDO

Bajar de peso

### ● MARKETING

Hay que ser y parecer!

### ● EL GRAN AUSENTE

Mi ex suegro, un amigo y consejero

### ● ¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?

Trotar

### ● ¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?

Vestimenta

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

Valencia, España

CARA  
a  
CARA

BBVA  
Seguros

Avanzar también  
es sentirse cuidado.

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

