Zurich debuta en Best Global Brands 2026 como la nueva incorporación mejor posicionada

- La compañía ingresó por primera vez al ranking de Interbrand en el puesto 58, con un valor de marca estimado en 15 mil millones de dólares.
- Zurich se ubicó en el noveno lugar entre las marcas del sector financiero incluidas en la clasificación global.

Ciudad de México, 25 de noviembre de 2026.— Zurich Insurance Group ingresó por primera vez a **Best Global Brands 2026**, el ranking elaborado por la consultora internacional Interbrand que reúne a las 100 marcas más valiosas del mundo. Con un valor estimado en 15 mil millones de dólares, la compañía alcanzó la posición 58, lo que la convirtió en la nueva incorporación mejor posicionada de esta edición. También obtuvo el noveno lugar entre las marcas del sector financiero incluidas en la clasificación.

Best Global Brands evalúa la capacidad de las marcas para generar valor económico a partir de su desempeño financiero, fortaleza competitiva e influencia en las decisiones de sus audiencias. La incorporación de Zurich refleja una transformación global de siete años orientada a colocar la experiencia del cliente en el centro de su estrategia y fortalecer la manera en que la compañía comunica, entrega y hace tangible su propuesta de valor.

Este proceso ha permitido consolidar la presencia de Zurich en las decisiones de sus clientes. En 2019, la compañía se encontraba entre las cinco marcas más consideradas por los consumidores en el 40% de sus mercados; para 2025, esta proporción aumentó al 66%. Durante el mismo periodo, la satisfacción de los clientes, medida mediante el indicador TNPS, avanzó 19 puntos a nivel global.

Una marca global que se construye desde México

En México, Zurich atendiendo a más de 330 mil clientes asegurando a casi 4 millones de personas, en sus más de 40 años de presencia, se ha construido una estrategia de marca que busca construir relaciones de largo plazo y estar presente más allá del momento en que ocurre un siniestro.

La compañía trabaja para que su propuesta sea cercana, comprensible y relevante para el patrimonio de las personas y las empresas: escuchando las necesidades de los clientes, facilitando el acceso a soluciones de protección apostando por la intermediación profesional de seguros, gestionando con predictibilidad las carteras y superando las expectativas en términos de servicio y atención de siniestros.

Desde esta visión, la prevención ocupa un lugar central en la manera en que Zurich construye su marca en México. La experiencia global de la compañía se combina con el

conocimiento del mercado local, herramientas de prevención, ingeniería de riesgos, consultoría especializada e innovación para ayudar a sus clientes e intermediarios a anticiparse, tomar mejores decisiones y gestionar el patrimonio de los clientes.

La transformación también supone mejorar constantemente la experiencia del cliente en cada punto de contacto. Por ello, Zurich México busca que la confianza, la claridad, la transparencia y el acompañamiento estén presentes desde la elección de una solución hasta su uso, haciendo que la promesa de marca se refleje de manera consistente en la experiencia de las personas y las empresas.

"Ingresar por primera vez a Best Global Brands representa un reconocimiento al Grupo Zurich. Agradecemos la complicidad y confianza que hemos construido con nuestros clientes e intermediarios. En México, este hito nos compromete a trabajar cada día para que la marca y el servicio sea cercano, que escucha y acompaña, pero que también ayuda a anticiparse a los riesgos. Queremos que nuestro conocimiento y especialización entregado con cercanía y humanidad se traduzca en soluciones, prevención e innovación relevantes para la vida, el patrimonio de las personas y las empresas en México", señaló **Marc Martínez Selma, CEO de Grupo Zurich México**.

Esta visión también se extiende al impacto que la compañía busca generar en las comunidades donde opera. En México, **Zurich, la Z Zurich Foundation y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo impulsan #Iguales**, una iniciativa orientada a reducir las brechas de género y promover la participación de niñas y jóvenes en áreas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas. Desde su lanzamiento, el programa ha alcanzado a más de 16 mil jóvenes y 200 docentes, además de impulsar 90 proyectos liderados por estudiantes mujeres.

La incorporación de Zurich a Best Global Brands 2026 marca un nuevo capítulo en la evolución de la compañía. Para Zurich México, representa la oportunidad de seguir construyendo una marca sólida y cercana, capaz de combinar su experiencia internacional con una comprensión profunda del mercado local para acompañar a sus clientes e intermediarios, fortalecer la prevención y contribuir a una sociedad más resiliente.

***

Sobre Zurich

Zurich México forma parte de Zurich Insurance Group, uno de los principales grupos aseguradores a nivel mundial. Con más de 40 años de presencia en el país, ofrece soluciones de protección para personas y empresas, incluyendo seguros de auto, hogar, vida, gastos médicos y seguros empresariales.

Con una visión centrada en sus clientes, la compañía combina su experiencia global con el conocimiento del mercado mexicano para brindar soluciones que contribuyan a proteger lo que más importa, impulsar la prevención de riesgos y acompañar a las personas y empresas en cada etapa de sus vidas y negocios. Para más información, visita www.zurich.com.mx