



# informe

operadores de mercado



## Entrevista a Jorge D'Urbano

**director de Iké  
Asistencia Argentina**

# Asistencia integral de calidad



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

## GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS



# “La asistencia no es un gasto; es una inversión”

Les permite a las aseguradoras fidelizar, satisfacer y brindar seguridad a sus clientes, así como reducir costos, explica el director de Iké Asistencia Argentina. “Los servicios de calidad contribuyen a evitar siniestros mayores y eso se convierte en un diferencial decisivo a la hora de elegir o mantener una póliza”, asegura Jorge D'Urbano.



**Jorge D'Urbano**  
director de Iké Asistencia Argentina

## ¿Cómo evaluás la coyuntura económica por la que atraviesa la Argentina y su impacto sobre el mercado de asistencias?

El país atraviesa un momento económico complejo, pero el mercado de las asistencias mantiene su relevancia. En contextos inciertos como el que estamos atravesando, el respaldo y la rápida respuesta se vuelven esenciales. Nuestro foco siempre está puesto en ofrecer un servicio de calidad, con propuestas flexibles para aseguradoras, productores de seguros y clientes finales.

## ¿Considerás que el servicio de asistencias en nuestro país es eficiente? ¿Qué cambios proponés según tu experiencia en la actividad?

En líneas generales, hay eficiencia, pero también una gran oportunidad de mejora. La industria necesita incorporar más inteligencia artificial y tecnología que permita mejorar la experiencia del servicio con menores tiempos de espera, mayor trazabilidad y transparencia al usuario final. Desde **Iké** venimos trabajando fuertemente en digitalización, geolocalización, inteligencia artificial y capacitación de nuestros equipos y red de prestadores para que la experiencia de asistencia sea cada vez más rápida y segura. ➡

**R.A.S.A.**  
REASEGURADORES ARGENTINOS S.A.  
Haciendo historia en el reaseguro Argentino desde 1992.

EXPERIENCIA  
SOLIDEZ Y  
RESPALDO  
CALIFICACIÓN  
**AA-**

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

R.A.S.A. 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

vda. DE MAYO 1370 1° PISO. CABA  
www.rasare.com.ar  
info@rasa-re.com.ar  
00 54 11 4384- 7313 / 4381 2642 / 4383 6147

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

ASEGURAMOS TODO LO QUE QUERÉS

**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

## PROTAGONISTAS

→ ¿Qué cambió a partir de la resolución 269, que le otorga al asegurado la libertad de elegir y pagar su prestador de servicios de remolque? ¿Crees que fue un cambio positivo?

Fue un cambio de paradigma: el asegurado tiene mayor autonomía, pero también más responsabilidad. Si bien al principio trajo incertidumbre, considero que a largo plazo es positivo, porque nos impulsa a competir por calidad de servicio y no solo por precio.

¿Qué asistencias ofrecen actualmente desde Iké?

Brindamos un servicio de asistencia integral, con nuestros principales segmentos en la asistencia vial, al hogar y a las mascotas.

¿Cómo marchan las ventas? ¿Están recibiendo consultas por parte de clientes particulares? ¿Y de productores de seguros?

Las ventas se mantienen sólidas, con un incremento en



« Nuestro principal diferencial es la calidad del servicio que prestamos. Y no lo decimos nosotros: contamos con 4.7 estrellas en Google sobre más de 12.000 reviews de usuarios »

consultas tanto de nuestros clientes B2B como de productores de seguros.

¿Con cuántas aseguradoras trabajan? ¿Tienen previsto crecer en ese sentido?

Hoy trabajamos con más de 20 aseguradoras, bancos y tarjetas, brokers y automotrices, entre otras empresas. Nuestro objetivo es seguir creciendo tanto a través de nuevas alianzas como amplificando servicios para nuestros socios actuales. ↔



« Las ventas se mantienen sólidas, con un incremento en consultas tanto de nuestros clientes B2B como de productores de seguros »

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

Escaneá el código QR y descargá la app.

TRIUNFO SEGUROS  
Mucho más cerca tuyo.

N° de inscripción en SSN 0317 - 0618 - 0117 - 0436 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gov.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

# Primero lo que importa.



**la segunda**  
SEGUROS

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

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a Jorge D'Urbano, director de Iké Asistencia Argentina.



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



**FEDERACION PATRONAL  
SEGUROS S.A.**

www.fedpat.com.ar



## PROTAGONISTAS

« La industria necesita incorporar más inteligencia artificial para mejorar la experiencia del servicio con menores tiempos de espera, mayor trazabilidad y transparencia al usuario final »

» ¿Cuáles son los diferenciales de Iké respecto de sus competidores?

Nuestro principal diferencial es la calidad del servicio que prestamos. Y no lo decimos nosotros: contamos con 4.7 estrellas en Google sobre más de 12.000 reviews de usuarios. Además, por supuesto, nuestra cobertura en todo el país, nuestra garantía de 90 minutos en el servicio de remolque (en lo que respecta a asistencia vial), una red de proveedores auditada y confiable y capacitación constante de todos nuestros equipos internos y prestadores de servicios.

¿Cómo calificás el grado de desarrollo del mercado de asistencias en nuestro país?  
¿Estamos lejos de lo que sucede en los países más desarrollados?

El mercado argentino se encuentra en un nivel intermedio: tenemos buenas redes operativas y cobertura nacional, pero todavía estamos lejos en términos de automatización, digitalización y experiencia al cliente en comparación con mercados más desarrollados.

¿Cuál es el camino para que la asistencia vehicular deje de ser considerada un costo adicional?

Creo que la clave está en cambiar la percepción: la asistencia no es un gasto para las compañías; es una inversión en fidelización, satisfacción y seguridad del cliente, además de un ahorro significativo. Para eso tenemos que comunicar mejor el valor que genera, demostrando que un servicio de calidad como el nuestro contribuye a evitar siniestros mayores y que eso se convierte en un diferencial decisivo a la hora de elegir o mantener una póliza. ●

**informe**  
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal  
**AÑO 33 / Nº 792 - Agosto 2025**

**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](mailto:delia.rimada@moez.com.ar)

**DISEÑO & DIAGRAMACIÓN**  
Oscar Martínez / [oscarrevistas@gmail.com.ar](mailto:oscarrevistas@gmail.com.ar)

**ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD**  
Rosa Asta / [rosa.asta@moez.com.ar](mailto:rosa.asta@moez.com.ar)

**ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD**  
Elizabeth Domenech / [elizabeth.domenech@moez.com.ar](mailto:elizabeth.domenech@moez.com.ar)

**COLABORADORES**  
Lic. Anibal Cejas  
Dra. Gabriela Álvarez

Edición Digital. Descarga desde [www.informeoperadores.com.ar](http://www.informeoperadores.com.ar)

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

un año que comienza  
**365**  
nuevas oportunidades

GRACIAS por continuar creciendo juntos



compartimos la misma pasión

# La importancia de la Inteligencia Artificial aplicada en el Seguro

La inteligencia artificial es la tecnología que está actualmente proponiendo nuevos paradigmas para la gestión de todas las empresas en general y del mercado asegurador en particular. Por ello en oportunidad de esta nota entrevistamos a Maximiliano Augusto Velazquez, Socio y Director de Colinet Trotta SA, quien nos brindó su punto de vista acerca de esta cuestión.

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

**C**olinet Trotta es una empresa de tecnología que desde 1975 se ha dedicado al diseño, análisis, desarrollo e implementación de sistemas, aplicativos y productos de tecnología enfocados fundamentalmente al mercado de seguros. Comercializamos e implementamos nuestra suite **GAUS, Gestión Automática de Seguros**, que muchas aseguradoras confiaron en nosotros y nos convirtieron en su socio tecnológico y de consultoría.

Desde hace 50 años nos propusimos colaborar en la tarea de reducir los costos de las aseguradoras y brokers a partir de tres ideas conceptos: acompañar los procesos de digitalización integrando aplicativos, tecnologías y servicios, como por ejemplo soluciones Insurtech, APPs de nicho, y de inteligencia artificial incorporados a nuestro core de negocios mediante interfaces en tiempo real; di-



▲ Maximiliano Augusto Velazquez, Socio y Director de Colinet Trotta SA

versificar la accesibilidad a los productos que ofrece cada aseguradora dando soporte a portales webs, canales móviles e integración con redes sociales para que clientes y proveedores puedan operar sus pólizas y siniestros; y por último, colaborar en la portabilidad de los aplicativos aprovechando los beneficios de alojar los aplicativos en la nube. Recordamos que **Colinet Trotta** implementó hace ya varios años su core para la primera compañía de seguros 100% cloud de Argentina.

La orientación a servicios, la automatización y planificación de procesos desatendidos, la trazabilidad total de la operatoria, la inteligencia basada en reglas de negocio y la experiencia de más de medio siglo en el mercado asegurador, constituyen valores distintivos únicos para que nuestros productos eleven el estándar de gestión de cualquier compañía. En nuestro portafolio se destaca la suite **GAUS** que es un sistema integral que opera todos los ramos del seguro, ya sean de Personas (Vida, Sepelio, Accidentes Personales, Capitalización, Salud) como Patrimoniales (Caución, Integral de Comercio, Hogar, Robo, Automotores) en todas las etapas del ciclo de una póliza (Emisión, Cobranza, Siniestros) y sobre cualquier modelo de negocios. También tenemos una suite específica para productores y otra para dar servicios autoasistidos a asegurados.

La IA es una tecnología que está revolucionando la vida cotidiana de las empresas ofreciendo alternativas tecnológicas para mejorar su eficiencia, reducir costos y proporcionar servicios a sus clientes cada vez más personalizados y ➔

# Allianz

## Protege tu auto con el mejor seguro



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



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



**SEGUROMETAL**  
COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA.

Nº de inscripción en SSN  
0286

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

 **SSN** SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



 | **Allianz**  | 

Worldwide Olympic and Paralympic  
Insurance Partner

Nº de inscripción SSN  
0036

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



➔ seguros. Sin embargo, también plantea desafíos, como la necesidad de gestionar adecuadamente la privacidad de los datos personales de los asegurados y garantizar la transparencia en los algoritmos utilizados.

Nos interesa particularmente el impacto de la inteligencia artificial generativa (IA generativa) como una tecnología que crea contenido nuevo original en respuesta a las indicaciones o peticiones de un usuario, mediante la utilización de modelos de aprendizaje automático basados en la recolección de información masiva. Dicha información procesada es reutilizada para resolver nuevos problemas que se les presentan en nuestro caso a las empresas del mundo del seguro y las finanzas.

El impacto a nivel general puede resumirse en tres grandes dimensiones de análisis: una mejora en la eficiencia operativa, ya que la IA permite reducir costos automatizando tareas repetitivas y complejas; una mejora en la toma de decisiones, proporcionando perspectivas (insights) basados en datos que permiten a las empresas tomar decisiones estratégicas con mayor nivel de información; y por último, generando mejores experiencias para el cliente, esto se logra mejorando la interacción con los clientes a través de servicios más rápidos, personalizados y disponibles 24/7.



« La IA es una tecnología que está revolucionando la vida cotidiana de las empresas ofreciendo alternativas tecnológicas para mejorar su eficiencia, reducir costos y proporcionar servicios a sus clientes cada vez más personalizados y seguros »

En la actualidad todos hablamos de IA, pero muchas veces no nos detenemos en precisar que es o que nos permite realizar concretamente en el mercado de seguros. Creemos que la inteligencia artificial generativa (IA-G) presenta múltiples oportunidades para las compañías de seguros en Argentina, permitiéndoles mejorar la eficiencia, personalizar servicios y optimizar procesos clave, como mencionamos antes profundizando los procesos de digitalización del negocio asegurador. Mencionaremos 4 (cuatro) de las principales oportunidades que se nos presentan:

**1. Automatización y personalización de la atención al cliente**

- **Chatbots y asistentes virtuales:** IA generativa puede manejar consultas frecuentes, flujos de reclamos y

renovaciones de pólizas en tiempo real, reduciendo costos operativos y mejorando la experiencia del cliente.

- **Respuestas personalizadas:** para generar respuestas adaptadas al historial del cliente, aumentando la satisfacción y fomentando la fidelización.

**2. Fraude y siniestros más eficientes**

- **Detección de patrones sospechosos:** ya que es posible analizar información de reclamos y compararlos con patrones históricos para identificar fraudes potenciales.

**3. Personalización de productos y marketing**

- **Diseño de pólizas adaptadas:** Procesar grandes volúmenes de datos (historial crediticio, hábitos de conducción, estado de la salud de un potencial asegurado) se pueden generar perfiles de riesgo más precisos, y la IAG puede sugerir coberturas basadas en datos demográficos, de comportamiento o incluso redes sociales del cliente.

- **Documentación automatizada:** Creación de contratos y cláusulas personalizadas según el perfil del asegurado, agilizando la suscripción.

- **Campañas dirigidas:** mediante la generación automática de contenido (emails, anuncios) personalizado para distintos segmentos de asegurados.

**4. Análisis predictivo y modelado de escenarios**

- **Pronósticos de tendencias:** Modelar el impacto de factores externos (económicos, climáticos) en la siniestralidad.

- **Generación de informes ejecutivos:** Resúmenes automáticos de datos para la toma de decisiones estratégicas. Todo lo que es repetitivo se puede automatizar.

Estas oportunidades que brevemente mencionamos, no obstante, plantean algunos desafíos específicos para

su implementación efectiva en el mercado asegurador de Argentina:

- **Regulación y privacidad:** No solo adaptarse a normativas locales (Ley de Protección de Datos Personales), sino también requerir nuevas normativas específicas para las tecnologías IAs que gran parte de los países del mundo están incorporando.

- **Infraestructura tecnológica:** Necesidad de inversión en cloud computing y bases de datos robustas donde los algoritmos puedan procesar con eficiencia.

- **Cultura organizacional:** Resistencia al cambio en empresas tradicionales, muchas veces fomentada por el miedo a la pérdida de empleos, que deberían retenerse capacitando y entrenando a los empleados en trabajar con la IA.

Les quiero mencionar algunos ejemplos concretos ya aplicados por compañías de seguro de Argentina, algunas de las cuales trabajan con la suite GAUS de Colinet Trotta:

- **Seguros automotores:** IA generativa para evaluar fotos de daños y estimar costos de reparación o reposición de autopartes, o generación de predenuncias a partir de descripciones del cliente.

- **Seguros de salud:** Chatbots que guían a usuarios en la elección de planes según su historial médico, al tiempo de realizar un seguimiento de sus condiciones clínicas.

- **Agroseguros:** Análisis de imágenes satelitales en conjunto con IA para predecir riesgos climáticos y ajustar coberturas.

Creemos que las aseguradoras argentinas que adoptan soluciones de IA generativa pueden diferenciarse en un mercado competitivo, ofreciendo servicios más rápidos, personalizados y eficientes. El éxito dependerá de una implementación escalable, con enfoque en datos de calidad y capacitación de equipos humanos para trabajar junto a la IA, ya que muchas veces los empleados de las compañías creen que estas tecnologías reducirán sus fuentes laborales.

Podríamos decir que la primera oleada de la implementación de estas tecnologías de IA generan un impacto positivo en el mundo del seguro particularmente en dimensiones específicas como: la automatización de procesos, la personalización de las pólizas y la atención al cliente. En **Colinet Trotta** a partir de los diversos aplicativos de la suite **GAUS** veníamos desarrollando estas soluciones desde mucho antes de la aparición de las IA, por lo que para nuestros desarrollos la incorporación de estas herramientas resulta más simple, ya que mejoran sensiblemente los algoritmos que antes utilizábamos con la información que teníamos disponible en ese tiempo, que era la información de las transacciones propias de cada aseguradora en donde estábamos instalados. Ahora, las IA integran datos de miles de empresas distribuidas en todo el planeta, promoviendo patrones mucho más precisos.

Cuando hablamos de la automatización de procesos, nos referimos específicamente a procesos muy complejos como por ejemplo la evaluación de riesgos. La IA puede analizar grandes volúmenes de datos para evaluar riesgos de manera más precisa y rápida. Esto incluye el uso de algoritmos para predecir la probabilidad de siniestros basados en datos históricos y en tiempo real. Otro ejemplo es el procesamiento de reclamos particularmente del área de siniestros donde los sistemas de IA pueden automatizar la revisión y aprobación de denuncias, reduciendo el tiempo de respuesta y minimizando errores humanos. Aunque tal vez el más importante podría ser el análisis predictivo en la detección de fraudes, ya ➔



UNA DECADA ENFOCADOS EN BRINDAR LAS MEJORES SOLUCIONES DE REASEGURO

@special.division

www.specialdivisionre.com



## TECNOLOGÍA

« Creemos que las aseguradoras argentinas que adoptan soluciones de IA generativa pueden diferenciarse en un mercado competitivo, ofreciendo servicios más rápidos, personalizados y eficientes »

» que la IA puede identificar patrones sospechosos y anomalías en los datos que podrían indicar un potencial fraude. Esto permite a las compañías de seguros actuar de manera proactiva para prevenir pérdidas.

En cuanto a la personalización de pólizas, la IA puede analizar el comportamiento y las necesidades individuales de los clientes para ofrecer pólizas personalizadas con datos, por ejemplo, provenientes del comportamiento crediticio, el uso de aplicaciones de compras o el comportamiento en redes sociales, logrando una mayor satisfacción del cliente y aumentando la retención del cliente en el momento de la renovación de vigencias. Adicionalmente, los algoritmos de IA pueden ajustar los precios de las pólizas en tiempo real basándose en diversos factores, como el comportamiento del cliente y las condiciones del mercado.

La IA Generativa se integra rápidamente al proceso de atención al cliente desplazando parte de la gestión que actualmente realizan humanos en los call centers, que deberán capacitarse para resolver otro tipo de problemáticas de gestión e interpretación a los pedidos de los asegurados que no se puedan automatizar plenamente. Esta tecnología permitirá orientar y focalizar la atención para hacerla cada vez más personalizada, a partir de Chatbots y Asistentes Virtuales. Los chatbots impulsados por IA pueden manejar consultas de clientes, proporcionar información sobre pólizas y asistir en la resolución de problemas, mejorando la eficiencia y la experiencia del cliente.

En las empresas financieras, además de lo mencionado anteriormente, la irrupción de las IA permite mejorar la gestión del riesgo con análisis de crédito mucho más personalizados, ya que se puede evaluar la solvencia de los solicitantes de crédito de manera más precisa al analizar una amplia gama de datos, incluyendo transacciones bancarias, historial crediticio y comportamiento en redes sociales. En inversiones los sistemas de IA pueden ejecutar operaciones de trading a alta velocidad y con una precisión que supera a los humanos, aprovechando oportunidades de mercado en milisegundos, y simultáneamente optimizar la gestión de carteras de inversión, analizando tendencias del mercado y ajustando las estrategias de inversión para maximizar los rendimientos. Por último, los sistemas de IA pueden ofrecer recomendaciones personalizadas sobre productos financieros, como préstamos, inversiones y ahorros, basándose en el perfil y comportamiento del cliente.

Plantear el desafío y las oportunidades de integrar inteligencia artificial a la vida de las compañías de seguros implica continuar con nuestro espíritu innovador y profesionalismo de **Colinet Trotta**, y trabajar codo a codo para lograr negocios y vínculos duraderos, de mutua conveniencia y compromiso con aseguradoras, intermediarios y proveedores del mercado del seguro.

Nuestro objetivo es que las empresas que confían en **Colinet Trotta** tengan soluciones a medida de sus necesidades y seamos proveedores tecnológicos que acompañan cada paso futuro de las aseguradoras. Para ello disponemos de un equipo de consultores especializados en tecnología aplicada al universo de seguros, para brindar diversos paquetes de servicios que van desde el análisis funcional hasta el diagnóstico del negocio, pasando por configuración, parametrización general y capacitación en nuestras soluciones. ●



# 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

**aacms**  
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS  
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

**stop loss**  
bureau de reaseguros s.a.



**rasa**  
Reaseguradores Argentinos SA

**FINALOSS S.A.**  
de Mandatos y Servicios

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

# Marketing Asegurador en la Era Digital:

## Personalización, IA y conexión con las Nuevas Generaciones

Tres referentes del sector asegurador revelan cómo la inteligencia artificial, la personalización y las estrategias digitales están transformando el marketing de seguros. En un mercado saturado y con clientes cada vez más exigentes, la clave pasa por destacar la propuesta de valor, conectar con las nuevas generaciones y potenciar el rol de los productores.

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

El viraje del marketing hacia lo digital, acelerado en la última década, significó un desafío en sí mismo para las compañías e implicó una nueva área organizacional. Aún así, los retos que presenta se actualizan de forma constante.

En este sentido, **Martín Faicht, Jefe de Marketing de La Segunda Seguros**, manifestó: "En el actual contexto asegurador, La Segunda Seguros enfrenta varios desafíos clave en marketing digital.

Es fundamental mantenerse al día con nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y las herramientas de análisis de datos. La apuesta es integrar estas herramientas para optimizar campañas, personalizar ofertas y predecir tendencias de consumo de manera efectiva.

Por otra parte, existe una saturación del mercado, y una diferenciación. El universo digital está cada vez más abarrotado. El desafío es destacarse entre la competencia, comunicar propuestas de valor únicas y evitar la 'comoditización' de los productos.

Otro es la expectativa de experiencia del cliente omnicanal. Los clientes esperan una experiencia fluida y consistente en todos los puntos de contacto digitales (web, app, redes sociales, chatbots). Integrar estas plataformas es un reto que busca ofrecer una atención personalizada, rápida y eficiente.

Otra cosa importante es la privacidad de datos y la confianza del consumidor. Debemos asegurar la transparencia en el uso de datos y la protección de la información personal para cumplir con las regulaciones vigentes y construir una relación sólida con los clientes".

La ronda siguió con **Inés Rodríguez, Gerente de Marketing y Datos de Hipotecario Seguros**, quien observó: "El verdadero desafío no es incorporar tecnología, sino rediseñar la forma en que nos vinculamos con las personas. Lo digital ya no es ventaja competitiva: es el piso mínimo. Y en ese contexto, conquistar la atención de las nuevas generaciones, que consumen contenidos fragmentados, emocionales y fugaces, se vuelve clave.

Hay que dejar de interrumpir y empezar a conectar. Dejar de empujar mensajes y empezar a construir vínculos de confianza. En Hipotecario Seguros entendemos que la digitalización no es un destino: es un recorrido vivo, en transformación constante".

Luego intervino **Carla Pompey, Brand Manager de Experta Seguros**, y al respecto comentó: "La búsqueda de soluciones innovadoras es una característica de Experta Seguros y eso también determina la estrategia en el marketing digital, so-



bre todo, porque la compañía comercializa únicamente a través de productores y socios estratégicos. Por esto último, es prioritario consolidar la presencia de la marca en el mundo digital y asistir a los productores con las propuestas más atractivas, en aras de ofrecer toda la gama de soluciones de Experta y mostrar cómo se adaptan a las necesidades de cada cliente.

El marketing digital constituye un puente para acercarse a los productores y socios estratégicos de Experta con quienes estén buscando alguna alternativa de cobertura. Para alcanzar esos objetivos se utilizan herramientas tecnológicas que nos permiten diseñar experiencias personalizadas y con toda la información clara".

### La batalla por destacar en un mercado saturado

Lo digital, mediante redes sociales y diversas plataformas, ha ganado una ventaja indiscutible a todos los otros medios comunicativos y de difusión. Con un consumidor final cada vez más exigente, y un universo digital sobrecargado de información, conectar con el usuario es un desafío que implica desarrollar estrategias específicas.

**Rodríguez** lo expresó así: "Nuestra comunicación está mutando: de institucional a humana, de técnica a real, de genérica a empática".

Para mantenerse al día con el cambio, explicó que **Hipotecario Seguros** se enfoca en mostrar experiencias concretas donde sus productos generan un impacto tangible en la vida de las personas. Y agregó: "No se trata solo de vender seguros, sino de resolver necesidades reales con agilidad, cercanía y sentido común. Si bien los Productores Asesores siguen siendo actores clave, trabajamos en construir una marca que conecte directamente con el asegurado, que hable su idioma, esté donde está y responda cuando lo necesita".

Por su parte, **Pompey** compartió: "Experta Seguros lleva adelante un plan 360 para estar cerca de nuestra comunidad en todos los canales. Desarrolla acciones en redes sociales, en prensa, participa en eventos masivos, impulsa campañas con mailing, publicidad masiva en canchas de fútbol y presencia de marca en otros eventos deportivos como el automovilismo, entre otras.

El objetivo es siempre posicionar la marca para asistir a los productores y para que la comercialización de nuestros productos sea más eficiente".

Por último, **Faicht** contó: "Para conectar mejor adaptamos la estrategia de comunicación hacia la personalización, el contenido relevante, la creación de mensajes y ofertas a medida. Para ello, utilizamos datos que nos ayudan a entender las necesidades individuales y ofrecer contenido de valor en el momento oportuno.

Apuntamos a una presencia activa y coherente en todos los canales digitales (redes sociales, web, apps, email marketing), garantizando una respuesta rápida y una experiencia fluida. Fomentamos la transparencia y la simplicidad con una comunicación clara, concisa y honesta sobre productos, servicios y procesos, eliminando la jerga técnica para facilitar la comprensión. Y, por supuesto, tenemos un fuerte enfoque en la experiencia. Más allá del producto, se comunica el valor de una experiencia de seguro sencilla, eficiente y que brinde tranquilidad".

### Nuevas herramientas

En línea con lo anterior, consultamos por las últimas tecnologías que se han incorporado para mejorar la user experience y optimizar los canales de contacto.

**Faicht** comentó: "Por ahora venimos desarrollando plataformas de automatización de marketing vía whatsapp. También chatbots e IA para brindar atención al cliente 24/7, responder preguntas frecuentes, guiar en procesos y agilizar la gestión de consultas y siniestros.

Sumamos además una herramienta de gestión de la voz del cliente, que nos permite desarrollar una escucha always on, construyendo conocimiento sobre la experiencia del cliente en tiempo real y generando flujos para que las demandas y necesidades lleguen directamente a los recursos capacitados para dar soluciones específicas con velocidad y precisión".

Continuó **Pompey**, quien agregó: "Recientemente Experta Seguros incorporó una herramienta de marketing-automation que ayuda a optimizar la comunicación con sus públicos y ->

**GALENO**  
ART

LA MISMA PASIÓN QUE  
PONÉS EN TU TRABAJO, LA  
PONEMOS EN PROTEGERLO.

GALENO ART, un respaldo real en el ámbito laboral.



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



« Es fundamental mantenerse al día con nuevas tecnologías como la inteligencia artificial, el aprendizaje automático y las herramientas de análisis de datos »



▲ Martín Faicht, Jefe de Marketing de La Segunda Seguros

► además ayuda a mejorar los servicios de post venta. Con la misma, logramos automatizar procesos de comunicación y de crosselling de los productos”.

Finalmente, **Rodríguez** mencionó: “Estamos integrando Agentforce, una plataforma de agentes autónomos con inteligencia artificial desarrollada por Salesforce. Nos permite brindar atención 24/7, con alcance federal y verdadero enfoque omnicanal: WhatsApp, web, redes sociales, mail. Esta herramienta no solo mejora la disponibilidad, sino que eleva la experiencia del usuario: respuestas coherentes, ágiles y alineadas a nuestros estándares, integradas con nuestros sistemas.

Tecnología que no complica, sino que simplifica. Que no reemplaza, sino que potencia el vínculo”.

#### Nuevas generaciones

La conversación viró hacia las nuevas generaciones. En ese sentido, los especialistas contaron las estrategias y canales específicos que se están utilizando para llegar a este segmento.

**Pompey** manifestó que esa es una de las áreas más dinámicas y estratégicas para **Experta**.

Y continuó: “Para captar a las nuevas generaciones y, especialmente, a la Centennial (Gen Z), entendemos que las viejas fórmulas del marketing de seguros no solo son ineficaces, sino contraproducentes. No podemos simplemente ‘estar’ en sus canales; debemos hablar su idioma, entender sus valores y ofrecer soluciones que se integren en sus vidas.

La prioridad en **Experta** hoy es construir una marca auténtica, útil y con propósito, que se gane su confianza a través de la educación y se integre en sus vidas digitales de una forma que les aporte valor real.

Se usan mucho las redes sociales donde se comparte contenidos de interés y contamos lo que es un seguro de forma simple y práctica. Además, creamos productos que sean atractivos como Hogar +, un seguro que no solo protege el hogar del asegurado, sino que viene con DGO de regalo para que toda la familia pueda disfrutar de entretenimiento on demand”.

La ronda siguió con **Rodríguez**, que afirmó: “Nos acercamos a las nuevas generaciones con contenidos breves, emoción

« El verdadero desafío no es incorporar tecnología, sino rediseñar la forma en que nos vinculamos con las personas »



▲ Inés Rodríguez, Gerente de Marketing y Datos de Hipotecario Seguros

nales y útiles. Priorizamos canales como redes sociales y WhatsApp, donde el diálogo es natural y la inmediatez, clave.

Apostamos al storytelling, al marketing de influencia y a generar valor real, no sólo información. Cambiamos el tono, el lenguaje y la lógica: dejamos de hablarle al consumidor y empezamos a co-crear experiencias con él. Porque el seguro del mañana no se vende. Se elige, se vive, se siente”.

Por último, **Faicht** expuso: “Estamos desarrollando estrategias específicas para captar a las nuevas generaciones, priorizando canales y enfoques basados en verticales puntuales.

Una de ellas es el contenido educativo y de calor en Redes Sociales, con creación de contenido relevante y digerible que aborde sus preocupaciones en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube. Se busca educar sobre la importancia del seguro de forma lúdica y cercana.

Otro aspecto es la experiencia digital simplificada y ágil: diseño de procesos de cotización, contratación y gestión 100% online, intuitivos y rápidos, accesibles desde dispositivos móviles. Además ejercitamos el influencer marketing y alianzas estratégicas generando colaboraciones con influencers y micro-influencers que conectan con estas audiencias, así como alianzas con marcas y plataformas afines a sus intereses (ej. tecnología, gaming, sustentabilidad).

Hacemos una publicidad digital segmentada, con uso intensivo de publicidad programática y segmentación avanzada en redes sociales (Meta, Google Ads, PML, Logan) para llegar a nichos específicos basados en intereses, comportamientos y demografía.

Como conclusión podemos decir que nos proponemos llegar a estos públicos con una comunicación auténtica y transparente y con enfoque en valores y responsabilidad social, comunicando las iniciativas de RSE y el propósito de la marca, aspectos que valoran mucho estas generaciones al elegir una empresa”.

#### Comunicación y PAS

El último tema en la agenda fue la comunicación digital con los Productores Asesores de Seguros. En ese sentido, indagamos en cuales son las herramientas más utilizadas y cómo se desarrolla la relación comercial a partir de ello. En general, los profesionales observaron un cambio positivo.

« La búsqueda de soluciones innovadoras es una característica de Experta Seguros y eso también determina la estrategia en el marketing digital »



▲ Carla Pompey, Brand Manager de Experta Seguros

**Rodríguez** comentó: “Estamos redefiniendo el vínculo con nuestros productores. Pasamos de verlos como canal de distribución a reconocerlos como socios estratégicos. Los acompañamos con plataformas de autogestión, campañas digitales segmentadas, contenido personalizado, capacitaciones virtuales y soporte 24/7.

Queremos que sean embajadores de nuestra propuesta de valor y tengan todo lo necesario para destacarse en un entorno cada vez más competitivo. Esta transformación digital fortalece relaciones comerciales más colaborativas, dinámicas y profesionales”.

En este punto intervino **Pompey**, quien declaró: “Para **Experta Seguros**, los Productores Asesores de Seguros son socios estratégicos fundamentales. Lejos de ver la digitalización como una forma de reemplazarlos, se concibe como la herramienta más potente para empoderarlos.

Se abandonó la idea de comunicarnos a través de canales aislados. En su lugar, se construyó un ecosistema digital centralizado que busca facilitarles el trabajo, optimizar su tiempo y potenciar sus ventas”.

Y explicó: “En **Experta Seguros** se utilizan herramientas digitales que permiten potenciar el trabajo de los productores, tales como el **Experta Online**, que es una oficina virtual donde se pueden consultar cotizaciones y emitir pólizas de manera online, y llevar adelante la gestión integral de los siniestros. Además, promovemos la capacitación continua, porque la profesionalización es clave. Más allá de los cursos obligatorios que exige la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), **Experta** cuenta con el programa **Experta Full Experience**, que incluye una sección exclusiva de capacitación referidas a ventas, marketing digital y CX.

**Experta** también les ofrece a los productores un kit de herramientas de marketing personalizable, para apuntalar la difusión con piezas para redes sociales.

Todas estas acciones potencian la relación con los productores y socios estratégicos, porque garantizan una comunicación fluida y transparente, apuntalan la eficiencia de los procesos y, sobre todo, mejoran la experiencia del cliente final. La velocidad de respuesta y la eficiencia en la gestión se trasladan directamente al asegurado, mejorando su percepción y satisfacción tanto con el productor como con nuestra compañía”.

# Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS



Contamos con las herramientas que te brindan el respaldo que necesitás para desarrollar tus negocios, incrementando tu rentabilidad a través de las mejores condiciones comerciales del mercado.

- ▶ ACOMPAÑAMIENTO EN TODA LA GESTIÓN COMERCIAL.
- ▶ APOYO TÉCNICO Y OPERATIVO DE NUESTROS EQUIPOS ESPECIALIZADOS.
- ▶ ACCESO AL MULTICOTIZADOR.
- ▶ GESTIÓN DE SINIESTROS.
- ▶ ANÁLISIS DE RIESGOS.
- ▶ PLAN DE DESARROLLO DE CARTERA.
- ▶ PLAN DE CAPACITACIONES EN RIESGOS, NUEVOS PRODUCTOS Y COBERTURAS.

nationalbrokers.com.ar | productores@nationalbrokers.com.ar

CASA CENTRAL: Av. Cabildo 2230, Pisos 11 y 12, CABA, 0810-444-5550.  
SUCURSALES: Buenos Aires (Pilar), Mendoza, Neuquén, Santa Fe, Córdoba y Tucumán.



www.ssn.gov.ar / 0-800-666-8400 / N° de inscripción SSN: 748

## “La Argentina es un terreno fértil para las inversiones insurtech”

Las insurtechs locales tienen un gran potencial de escalabilidad tanto a nivel regional como global, por lo que invertir en una startup argentina significa apostar por emprendedores digitales capaces de expandirse más allá de las fronteras, explica el titular de la Cámara Insurtech Argentina. Por estos días, la entidad nuclea a 89 empresas del ecosistema asegurador y, de darse las condiciones adecuadas, podría duplicar esa cifra en los próximos años, especialmente en segmentos como analítica, prevención, salud digital y nuevos canales de distribución.

Escribe **Diego Fiorentino**

Cuando se le pregunta si el mercado asegurador local está preparado para recibir inversiones en insurtech, **Facundo Elizalde**, presidente de la Cámara Insurtech Argentina, sostiene que el país cuenta con un ecosistema con talento, creatividad y una gran capacidad de adaptación, lo que lo convierte en un terreno fértil para ese tipo de inversiones.

“Si bien existen desafíos macroeconómicos, el interés en el sector sigue en crecimiento.”

El mercado de seguros en la Argentina representa actualmente cerca de un 3% del PBI, mientras que en los países desarrollados alcanza el 7%. Esto refleja un enorme potencial: podríamos duplicar el tamaño del mercado y llevarlo a 5 o 6 puntos de la mano de la tecnología y de las insurtechs, desarrollando nuevos productos y ampliando la base de asegurados. Lo concreto es que las insurtechs locales tienen un gran potencial de escalabilidad tanto a nivel regional como global, por lo que invertir en una startup argentina significa apostar por emprendedores digitales capaces de expandirse más allá de las fronteras”, precisa **Elizalde** en diálogo con **Informe**. “Para atraer inversión extranjera, en tanto, es clave seguir construyendo institucionalidad, generar datos confiables -como lo estamos haciendo desde nuestro Observatorio Insurtech- y promover condiciones que faciliten la articulación público-privada”, completa el ejecutivo.

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

La legislación vigente aún no contempla de forma específica la dinámica y particularidades del universo insurtech. Si bien el marco normativo del sector asegurador es robusto, muchas veces responde a una lógica pensada para estructuras tradicionales, lo que genera tensiones frente a modelos de negocio emergentes más ágiles, digitales y centrados en el usuario.

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

Desde la Cámara trabajamos para promover un entorno regulatorio que fomente la innovación, proteja al consumidor y garantice la estabilidad del sistema. Impulsamos el diálogo con los organismos de control y el desarrollo



▲ **Facundo Elizalde**, presidente de la Cámara Insurtech Argentina

« Impulsamos el diálogo con los organismos de control y el desarrollo de marcos normativos flexibles, como sandbox regulatorios, que permitan testear nuevas soluciones con supervisión y aprendizaje conjunto »

de marcos normativos flexibles, como sandbox regulatorios, que permitan testear nuevas soluciones con supervisión y aprendizaje conjunto.

**¿A cuántas insurtechs nuclean actualmente? ¿Qué expectativas tienen de ampliar su base de asociados?**

Hoy la Cámara reúne a más de 89 empresas del ecosistema asegurador, entre insurtechs, aseguradoras, brokers, reaseguradoras y compañías tecnológicas facilitadoras. La base de insurtechs crece año a año y esperamos continuar ampliando esa red. Vemos espacio para que este número se duplique en los próximos años si las condiciones acompañan, especialmente en segmentos como analítica, prevención, salud digital y nuevos canales de distribución.

Durante 2025 la cantidad de insurtechs que operan en la Argentina creció un 14% en relación con 2024 (hasta un total de 95), producto del aumento de su tasa de atracción, que pasó de 8 a 20%. ¿A qué obedece ese incremento?

Dicho crecimiento refleja varios factores: una mayor madurez del ecosistema, el trabajo de visibilización y articulación que impulsa la Cámara y una necesidad concreta de innovación por parte del mercado asegurador. Las insurtechs han demostrado que pueden generar soluciones

ágiles, escalables y centradas en la experiencia del usuario, lo que naturalmente atrae más talento, inversión y nuevos jugadores.

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

El acceso a financiamiento sigue siendo un desafío, pero hay señales positivas. Algunas insurtechs están accediendo a rondas de inversión privadas, capital semilla o apoyo de fondos regionales especializados. Desde la Cámara trabajamos para tender puentes con inversores, fondos de venture capital y entidades que buscan apostar por la innovación en seguros. Parte de nuestra estrategia es conectar oportunidades y abrir puertas.

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

Muchas aseguradoras ya han iniciado un camino de transformación, invirtiendo en tecnología y repensando sus procesos. Pero aún hay un largo trecho por recorrer. La clave está en adoptar una mirada centrada en el cliente, impulsar la interoperabilidad de sistemas y estar abiertos a colaborar con insurtechs que puedan aportar valor desde su agilidad y foco en innovación. ➡



# GRUPO MASS ASISTENCIA

En alianza con TECH DIGITAL ASSISTANCE

ASISTENCIA AL VIAJERO

ASISTENCIA AL HOGAR

GESTIÓN DE SINIESTROS



drinkaasistencia.com

techdigitaltravel.com

**DRINKA**  
GRUPO MASS

techwobbe.com

**TECH**  
**WOBBE**  
PLATAFORMA

54 9 1165656775

Info@grupomassasistencia.com

www.grupomassasistencia.com



« En octubre realizaremos una misión institucional a China que nos permitirá acercar nuevos aprendizajes para seguir impulsando la transformación del mercado asegurador argentino »



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

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

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

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

**San Cristóbal** Te entendemos  
Seguros

**San Cristóbal**  
Retiro

**Asociart**  
ART

Nº de inscripción en SSN  
042-020-0192

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

**SSN** SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

## INSURTECHS

### Referente insurtech



La Cámara Insurtech Argentina fue creada en 2019 con la misión de acompañar e interrelacionar a todas las compañías de seguros tradicionales, tecnológicas y startups en su evolución a un entorno digital. La innovación y el desarrollo de soluciones tecnológicas son los ejes para el cumplimiento de esos objetivos, que han transformado a la asociación en un referente del sector a nivel nacional y regional. Por estos días, la Cámara organiza eventos y foros de debate para fomentar el intercambio de conocimiento y la colaboración entre los actores del ecosistema. Entre ellos se destacan el MeetDay, el Insurtech Round y los encuentros de su proyecto LinkUp. Asimismo, para fortalecer el desarrollo insurtech en toda Latinoamérica de manera conjunta, la entidad mantiene su participación en la Alianza Insurtech del Pacífico. ■

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

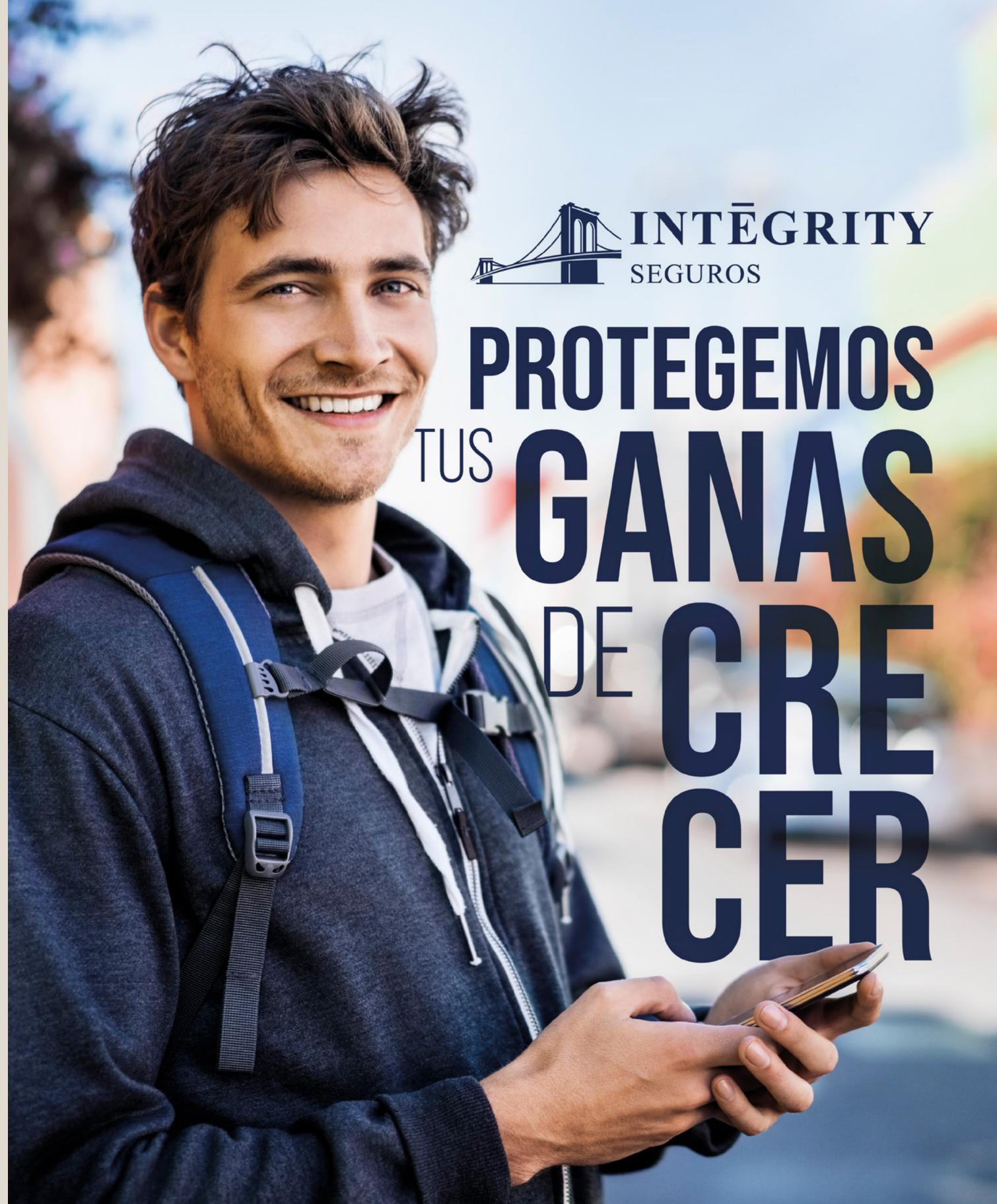
Nuestros eventos -como MeetDay, Link Up e Insurtech Round- son plataformas activas de vinculación. En los últimos años decenas de insurtechs han iniciado conversaciones, alianzas e incluso contratos concretos con aseguradoras gracias a estos espacios. Nuestra misión es generar el entorno propicio para que esa conexión suceda y se transforme en valor para el sector.

¿Cómo marcha el Observatorio Insurtech?

Es una de las iniciativas más estratégicas que impulsamos. Nació como respuesta a la necesidad de contar con datos, evidencias y análisis que orienten la toma de decisiones. Ya hemos publicado nuestros primeros informes sobre madurez digital y vinculación entre aseguradoras e insurtechs, y estamos trabajando en nuevas líneas de investigación. Es una herramienta fundamental para pensar el futuro del sector con información en mano.

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

Nuestro foco está puesto en profundizar la colaboración regional, expandir la base de actores que forman parte del ecosistema, promover espacios de experimentación y seguir generando contenido estratégico desde el Observatorio. Además, en octubre realizaremos una misión institucional a China, lo que nos permitirá acercar nuevas tendencias, modelos y aprendizajes para seguir impulsando la transformación del mercado asegurador argentino. ●



**INTÈGRITY**  
SEGUROS

PROTEGEMOS  
TUS  
**GANAS**  
DE  
**CRECER**

0810 333 3455



INTEGRITYSEGUROS.COM.AR

Nº de inscripción en SSN  
720

Atención al asegurado  
0800-666-8400

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

**SSN** SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACIÓN

## Informe Patentamientos CAFAM: "Alza del 13% en Julio 2025"



El mercado de motovehículos en Argentina continúa mostrando dinamismo, con un incremento en los patentamientos durante el mes de julio de 2025.

El siguiente informe de La Cámara de Fabricantes de Moto-vehículos (CAFAM) detalla las cifras clave y analiza las tendencias emergentes que consolidan el momento del sector.

### Análisis de Cifras de Patentamiento

Durante julio de 2025, se patentaron un total de 54.526 motocicletas, lo que representa un aumento en comparación con los 40.772 patentamientos registrados en julio de 2024. Este incremento se traduce en un crecimiento interanual del 33,73%, evidenciando una fuerte recuperación y expansión del mercado.

Comparativamente con el mes anterior, junio de 2025, donde se patentaron 48.270 unidades, el mes de julio experimentó un aumento mensual del 12,96%. Estas cifras subrayan una tendencia positiva y constante en la demanda de motovehículos a nivel nacional.

### Origen y Distribución Geográfica

La preferencia por la producción nacional se ve reflejada con 52.999 unidades patentadas frente a 1.527 unidades importadas. Esto resalta la fortaleza de la industria y su capacidad para satisfacer la demanda interna.

En cuanto a la distribución de patentamientos por provincia, Buenos Aires se mantiene a la cabeza con 16.359 unidades. Le sigue Santa Fe con 5.365 unidades, Córdoba con 4.505 y Chaco con 3.178, consolidándose como las provincias con mayor actividad en el sector. Preferencias por Cilindrada y Categoría

La cilindrada más demandada en julio de 2025 fue la de 101-250CC, con un total de 48.449 patentamientos, lo que indica una fuerte inclinación del mercado hacia este segmento. Le siguen las motocicletas de 251-500cc con 4.012 unidades y las de 501-800cc con 1.106 unidades.

En cuanto a las categorías de motovehículos, las CUB Underbone lideran con 31.950 patentamientos, seguidas por las Street con 9.988 unidades, las ON-OFF con 9.663 y las Scooter con 1.894 unidades, reflejando las preferencias de los consumidores por modelos versátiles y de uso diario.

"Este crecimiento en los patentamientos de motovehículos es un claro indicador de la vitalidad de nuestro sector y de la confianza de los consumidores en las dos ruedas como medio de transporte y recreación. El aumento tanto interanual como mensual, nos posiciona favorablemente para alcanzar y superar las proyecciones del año anterior. Estamos comprometidos a seguir impulsando la innovación y la calidad para satisfacer las necesidades del mercado", comenta Lino Stefanuto, presidente de CAFAM.

Los datos de julio de 2025 confirman la tendencia positiva del mercado de motovehículos en Argentina. El crecimiento en los patentamientos, la preferencia por las unidades nacionales y la consolidación de ciertas cilindradas y categorías, reflejan un sector con un futuro prometedor.

### Hipotecario Seguros lanza su Seguro de Caución para Alquileres: una solución ágil, 100% digital y con cobertura integral

En un contexto de alta demanda de soluciones habitacionales más flexibles y accesibles, Hipotecario Seguros presenta al mercado su nuevo Seguro de Caución para Alquileres: una alternativa moderna, confiable y completamente digital que reemplaza al tradicional garante y agiliza el proceso de alquiler para propietarios e inquilinos. Actualmente, el 35% de la población argentina alquila, y muchas personas encuentran dificultades a la hora de acceder a una vivienda por no contar con una garantía propietaria. En este escenario, el seguro de caución se convierte en una herramienta clave para facilitar el acceso a la vivienda, brindando una solución respaldada, segura y accesible para todos los involucrados.

Con el respaldo y la trayectoria de Hipotecario Seguros y Banco Hipotecario, esta póliza garantiza el cumplimiento del contrato de alquiler, brindando tranquilidad y confianza a ambas partes. A diferencia de otras opciones del mercado, incorpora una propuesta de valor centrada en la experiencia del usuario, con proceso 100% online, emisión en menos de 10 minutos y coberturas que van más allá del alquiler.

"Queremos acompañar el cambio cultural que se está dando en torno al acceso a la vivienda. Con esta solución buscamos simplificar el proceso

## Breves de Informe

y proteger a todas las partes, con el respaldo de dos marcas líderes en el sector asegurador y financiero", destaca Gastón Giachello, gerente comercial.

### Coberturas pensadas para una nueva forma de alquilar

La propuesta incluye dos versiones:

- **Cobertura Plus** que, además del alquiler, cubre expensas, impuestos, servicios y ofrece un seguro de incendio bonificado por un año.
- **Cobertura Full**, que agrega un seguro de hogar para proteger tanto la propiedad como los bienes del inquilino. Una solución "win-win" que cuida a todos los involucrados.

"En menos de 10 minutos un inquilino puede tener su póliza emitida y el propietario, la tranquilidad de contar con un contrato respaldado. Velocidad, simplicidad y confianza, todo en un solo producto", agrega Inés Rodríguez, gerente de Marketing.

El seguro puede contratarse de manera 100% digital, sin trámites presenciales ni envío de documentación física. También estará disponible a través de los PAHS (Productores y Asesores de Hipotecario Seguros), ofreciendo así un modelo híbrido que se adapta a distintos perfiles de clientes.



### Próximamente: Campaña "Inquilinos Garantizados"

Durante el mes de agosto, Hipotecario Seguros lanzará la campaña INQUILINOS GARANTIZADOS en los principales medios digitales y plataformas de streaming, con el objetivo de seguir acercando esta solución a miles de personas que hoy alquilan y buscan una alternativa más simple, rápida y segura.

Con este lanzamiento, Hipotecario Seguros reafirma su compromiso con la innovación y la inclusión, desarrollando productos que responden a las nuevas realidades del mercado inmobiliario y asegurador.

### La AALPS sigue posicionando el rol clave del perito liquidador

Con dos importantes participaciones, la Asociación Argentina de Liquidadores y Peritos de Seguros (AALPS) reafirmó el valor de su profesión y el compromiso con la equidad en la resolución de siniestros.

En el marco de Expoestrategas 2025, celebrado el pasado 7 de agosto, la Asociación Argentina de Liquidadores y Peritos de Seguros (AALPS) participó activamente, marcando presencia institucional y fortaleciendo su compromiso con la difusión del rol del perito liquidador de seguros. Durante la jornada, los representantes de la Comisión Directiva de la AALPS aprovecharon la ocasión para visibilizar el valor estratégico de esta figura profesional en el ecosistema asegurador. La AALPS desplegó su equipo completo en el evento, integrado por su Comisión Directiva, encabezada por Virginia Alarcía (Presidenta), Tomás Fourcade (Vicepresidente), Damián E. Villamea (Secretario), y Julián E. Ortiz (Tesorero). También participaron activamente socios como Alberto Durán.



El stand de AALPS se convirtió en un punto de encuentro para profesionales y representantes del sector, interesados en conocer más sobre esta disciplina.

### La AALPS impulsa formación estratégica y reivindica su rol clave en el mercado asegurador

Con una propuesta pedagógica modular, alianzas internacionales y una mirada integral sobre la función del liquidador, la AALPS busca profesionalizar el sector y fortalecer su incidencia en el ecosistema asegurador. Virginia Alarcía, presidenta, y Tomás Fourcade, vicepresidente de la entidad, dialogaron sobre estos temas en una entrevista realizada por el periodista Anibal Cejas en El Seguro y la Prevención.

En un contexto de cambio profundo dentro del mercado asegurador, la

Asociación Argentina de Liquidadores y Peritos de Seguros (AALPS) redefine el modo en que se forman los profesionales que intervienen en los momentos más críticos del asegurado. Con una apuesta pedagógica flexible, orientada a la práctica y enfocada en la dimensión humana del trabajo, la entidad se propone jerarquizar el rol del liquidador y convertirlo en un puente real entre técnica, derecho, emociones y confianza.

Para la AALPS, formar no es solo acreditar saberes, sino preparar profesionales para intervenir con precisión, criterio y empatía.

### Formación modular: capacitar para intervenir

El punto de partida fue una demanda concreta. "Compañías y productores nos pedían capacitaciones focalizadas. Si alguien va a manejar sólo siniestros de transporte, no necesita formarse en incendios o seguros técnicos", señala Tomás Fourcade, vicepresidente de la asociación.

La respuesta fue desarmar el curso tradicional de ocho meses en módulos de dos meses, autónomos entre sí y totalmente virtuales. "Con estos nuevos módulos, cualquier persona puede capacitarse según sus necesidades. Mantuvimos el nivel técnico, pero lo orientamos a la acción", explica Virginia Alarcía, presidenta de la AALPS.

Cada módulo combina teoría, análisis documental y resolución de casos reales. "Incluimos fotografías de siniestros verdaderos, ejemplos de expedientes y decisiones complejas. No hablamos del liquidador: lo mostramos en acción", describe Alarcía.

Además, la virtualidad resultó una ventaja estratégica. "Nos permite llegar a provincias, pequeñas localidades, y también a alumnos del extranjero. Esa federalización era impensable hace una década", señala Fourcade.

Puede acceder a la entrevista completa en este link:  
[https://www.youtube.com/watch?v=ohRdB\\_TqUg&t=54s](https://www.youtube.com/watch?v=ohRdB_TqUg&t=54s)

### Una certificación con proyección internacional

El convenio firmado con la Asociación de Peritos de España permite que los liquidadores argentinos matriculados accedan a la certificación FUEBI, requerida para ejercer en la Unión Europea. "Tenemos alumnos hispanohablantes de varios países, interesados en validar su formación local con estándares europeos", destaca Alarcía.

Esta apertura internacional no solo valida la propuesta académica, sino que pone en valor la experiencia argentina en materia de liquidación y peritaje.

Con estas intervenciones, la AALPS reafirma su propósito: poner en valor al perito liquidador, defender su rol técnico y seguir construyendo lazos en el sector asegurador argentino.

### SANCOR SEGUROS presente en una nueva edición de EXPOESTRATEGAS



La aseguradora participó un año más como sponsor de la expo-aseguradora 2025, organizado por Pool Económico, llevado a cabo el 7 de agosto en la ciudad de Buenos Aires.

Expoestrategas es el evento más importante de la industria aseguradora del país, y en esta edición 2025, bajo el lema "El futuro del seguro: inteligencia + solvencia", se tocaron temas de gran importancia para el mercado hoy: la supervisión del organismo de control; el rumbo del sector asegurador en los países desarrollados y cuáles son las nuevas tendencias y perspectivas; por qué la sostenibilidad ya no es una opción; el impacto de la IA en seguros; los PAS como aliados estratégicos, entre otros.

También se llevó adelante un interesante panel compuesto por las cámaras empresarias del sector, para dar visibilidad sobre cuál es el escenario hoy. Se debatió sobre el principal obstáculo estructural que enfrenta el desarrollo del mercado asegurador en Argentina y cuál es el rol que debería asumir el Estado; la litigiosidad desmedida que enfrentan en la actualidad ramos como ART y Patrimoniales; cuál es el estado de solvencia de cara al próximo año; y una perspectiva sobre cómo puede contribuir el seguro al desarrollo económico del país, entre otras aristas de gran importancia.

El CEO de Grupo Sancor Seguros, Alejandro Simón, participó de dicho panel, por su rol de Presidente del CIDEs, el Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro, entidad que agrupa a diferentes actores de la industria y que tiene como propósito investigar y difundir todo lo que tiene que ver con el seguro.

Expoestrategas es un evento profesional que cada año genera el espacio para explorar innovaciones en seguros, aprender de los líderes del sector, expandir las redes profesionales tanto de aseguradoras como de Productores Asesores de Seguros, y descubrir nuevas oportunidades para el negocio.

Participar de estos espacios refleja el compromiso de SANCOR SEGUROS con el mercado asegurador nacional y regional, afianzando cada año, su rol de líder del sector.



# LA PERSEVERANCIA SEGUROS



## LPS+Cerca

Nuevo servicio de atención en horario extendido exclusivo para PAS

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

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

La Perseverancia Seguros: + cerca, más fácil.



Allianz Argentina fue nuevamente reconocida como una de las mejores empresas para trabajar en el país

En esta ocasión, la aseguradora también fue destacada en el ranking Generación Silver 2025 que reconoce a las compañías que impulsan la diversidad generacional.

©Allianz Argentina, referente global en seguros y servicios financieros, fue certificada por segundo año consecutivo como **Great Place to Work**, reafirmando su compromiso con una cultura organizacional basada en el trabajo en equipo, el respeto y la inclusión. Este reconocimiento posiciona a la compañía entre las mejores empresas para trabajar en el país.

Además, en esta oportunidad la empresa fue distinguida en el ranking **Generación Silver 2025**, que destaca a las organizaciones que impulsan la diversidad generacional y promueven el desarrollo profesional en todas las etapas de la vida.

Estos logros reflejan el impacto positivo de las políticas de bienestar y crecimiento que **Allianz Argentina** implementa para sus más de 400 colaboradores en el país. La compañía promueve un entorno laboral donde la confianza y la colaboración son pilares fundamentales que potencian el talento y fortalecen su cultura organizacional.

"Estos reconocimientos son el resultado de una visión compartida y de un equipo comprometido con hacer de Allianz un lugar donde las personas se sientan valoradas, motivadas y parte de algo más grande", afirmó **Alejandro Valeriani, Director de People & Culture en Allianz Argentina**.

La propuesta de valor para los **Allianzers** incluye una amplia gama de beneficios que abarcan el bienestar integral, el desarrollo profesional y el equilibrio entre la vida personal y laboral. Entre ellos se destacan:

- **Modelo de trabajo flexible e híbrido**, con hasta 50 días hábiles al año de home office desde cualquier parte del mundo, viernes o lunes cortos y días personales adicionales.
- **Cobertura médica** para el colaborador y su grupo familiar, acceso a masajes en la oficina, snacks saludables, propuestas gastronómicas en comedor con amplia variedad de opciones y más.
- **Programas de formación y desarrollo**, con becas para estudios universitarios y de posgrado, días de estudio, convenios con instituciones educativas, cursos de idiomas y acceso a múltiples plataformas de e-learning (DataCamp, Degreed, SuccessFactors, LinkedIn Learning).
- **Beneficios para la familia**, como jornada reducida post maternidad, licencias extendidas para no gestantes y por adopción, reintegros por guardería, regalos por nacimiento y casamiento.
- **Celebraciones**, con días libres por cumpleaños, jornadas de integración, after's temáticos, fiesta de fin de año y reconocimientos por años de servicio.

"Estar presentes en rankings como **Great Place to Work** y **Generación Silver** no es solo un reconocimiento, es una validación de lo que vivimos cada día puertas adentro. Es saber que estamos construyendo un entorno donde las personas donde pueden crecer, aprender y ser ellas mismas. Es una señal de que vamos por el camino correcto y una invitación a seguir fortaleciendo una cultura que pone a las personas en el centro, con impacto real en nuestro equipo", concluyó **Valeriani**.

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

© En el marco de sus 30 años en Argentina, **CNP Seguros** realizó un evento exclusivo en sus oficinas, que reunió a representantes de diversos sectores como banca, retail y brokers. El objetivo fue compartir su estrategia digital y profundizar los lazos con potenciales socios comerciales.

Durante la jornada, la compañía presentó los tres pilares que sustentan su transformación tecnológica: **Inteligencia Artificial generativa, Data y APIs**. A través de exposiciones y demostraciones in vivo, los asistentes pudieron conocer de primera mano los desarrollos que la aseguradora está implementando para acompañar y potenciar los negocios de sus socios.

"La innovación es parte central de nuestra identidad, y creemos en el poder de la tecnología para transformar la experiencia aseguradora. Queremos ser el socio digital que el mercado necesita", destacaron desde **CNP**. Este enfoque le valió recientemente a la compañía el premio **Celent** a la innovación tecnológica en seguros, un reconocimiento internacional que reafirma el valor y el impacto de su estrategia.

Con este tipo de iniciativas, **CNP Seguros** continúa consolidando su liderazgo en transformación digital y fortaleciendo su posicionamiento como un actor clave en la evolución del mercado asegurador.



### Breves de Informe

#### Organizadores de Seguros junto a sus hijos, participaron de un encuentro sobre gestión de empresas familiares coordinado por GRUPO SANCOR SEGUROS



©En el marco del programa **DALE Continuator**, el **Grupo Sancor Seguros** llevó adelante un evento innovador y el primero en la historia de la compañía: **Taller de Gestión de Empresas Familiares y Transición Generacional**, destinado a Organizadores de seguros y sus hijas e hijos.

La propuesta incluyó un encuentro virtual de sensibilización y uno presencial que se realizó el miércoles 24 de julio en la ciudad de Buenos Aires. El eje central fue la convivencia armoniosa y la sostenibilidad de los vínculos familiares en el negocio del seguro, con el foco puesto en la continuidad de la cartera dentro del **Grupo Sancor Seguros**.



De la mano de una consultora especialista en el tema, se abordaron cuestiones claves como cultura organizacional y toma de decisiones; cambio generacional, resignificación del legado familiar y la construcción de una visión compartida a largo plazo.

Esta experiencia se desarrolló mediante dinámicas vivenciales especialmente diseñadas para promover el diálogo, la planificación y la cooperación intergeneracional.

El encuentro se enmarca en la propuesta **DALE Continuator**, un programa pensado para fortalecer el desarrollo de los jóvenes PAS en el negocio asegurador, generar espacios de encuentro, y acompañar la evolución de las organizaciones familiares.

Este tipo de iniciativas refuerzan el compromiso la aseguradora con sus socios estratégicos en el mercado, brindando herramientas concretas para que las nuevas generaciones puedan continuar y potenciar la labor iniciada por sus padres.

### MAPFRE

#### MAPFRE relanzó sus seguros de salud

La aseguradora renovó sus productos **Cuidado Intensivo e Integral Salud**

**MAPFRE** renovó sus seguros de salud con nuevos módulos de protección y sumas aseguradas actualizadas. Se trata de **Cuidado Intensivo e Integral Salud**, coberturas que funcionan de manera independiente a la prepagu o obra social que tenga la persona, brindando respaldo económico y complementando las prestaciones existentes. Cabe señalar que, además, hasta determinadas sumas aseguradas, la suscripción de los planes será automática.

**Cuidado Intensivo** cubre cirugías complejas y trasplantes, traslados en ambulancia, emergencias a domicilio, **Mediphone** las 24 horas y segunda opinión médica.

Por su parte, **Integral Salud** protege ante enfermedades graves como infarto, ACV, cáncer, hemodiálisis y trasplantes. Además, contempla segunda opinión médica y asistencia de código rojo. Ambos productos ofrecen cobertura indemnizatoria, lo que significa que el asegurado recibe un capital de libre uso para afrontar gastos según considere, sin necesidad de rendición de cuentas.

Estas actualizaciones representan un paso clave en la evolución de nuestros seguros de salud. Con ellas, reafirmamos nuestro compromiso de ofrecer soluciones accesibles y pensadas para acompañar la tranquilidad y el cuidado integral de cada persona y su familia, frente a los desafíos actuales del sistema de salud.

En Argentina, **MAPFRE** opera desde hace 39 años. Es creador del **Centro de Experimentación y Seguridad Vial (CESVI)** junto a otras siete compañías de seguros y uno de los principales impulsores del primer sistema de compensación de siniestros entre compañías de seguros: **CLEAS**. Desde 1986, junto a la **FUNDACIÓN MAPFRE**, es un activo protagonista social que impulsa proyectos de integración y que ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas.



#### HDI Seguros saluda a Roberto Morello: 50 años de compromiso, juntos

© Desde **HDI Seguros**, celebramos con orgullo los 50 años de trayectoria de **Roberto Morello** como **Productor Asesor de Seguros** junto a nuestra compañía.

A lo largo de estas cinco décadas, **Roberto** ha sido un verdadero facilitador, acompañando a clientes de diferentes industrias, comercios y particulares con una propuesta de valor centrada en el asesoramiento personalizado, la evaluación experta de riesgos y un fuerte compromiso con la calidad. Desde **RM&A**, su visión se alineó siempre con la nuestra: brindar un servicio superior, transparente y dinámico, que permite a cada cliente contar con la mejor protección para enfocarse en sus iniciativas.

Durante estos años, **Roberto** ha sido protagonista de la evolución del mercado asegurador argentino, y su aporte ha sido clave para que juntos podamos seguir ofreciendo soluciones innovadoras.

Agradecemos profundamente su dedicación, su espíritu emprendedor y su compromiso sostenido con la calidad.

#### Una alianza que sigue creciendo: compromiso sostenido con la infancia



La **Segunda Seguros** renovó su convenio de acompañamiento a **UNICEF** y se consolida como la primera y única aseguradora del país con esta alianza

© El vínculo entre **UNICEF** y **La Segunda Seguros** lleva más de 15 años consolidándose, cuando la aseguradora se sumó como la primera y única en el país en comprometerse activamente con el trabajo de la organización, en pos de los derechos de niñas, niños y adolescentes en situación de vulnerabilidad. El convenio incluye la participación en campañas de concientización, acciones solidarias y eventos que promueven el acceso equitativo a oportunidades desde la niñez.

"Esta alianza no es solo un respaldo institucional: es una forma concreta de poner nuestros valores en acción. Elegimos acompañar donde más se necesita, con la firme convicción de que el futuro se construye desde hoy", expresó **José Novo, Gerente de Marketing, Comunicación y Atención**.

La aseguradora de alcance nacional sostiene un trabajo constante en iniciativas que promueven la protección y el desarrollo integral de las infancias. A lo largo de los años, ha impulsado campañas de educación vial infantil, acompañó programas de salud y cuidado en escuelas y trabajó junto a organizaciones sociales en contextos de emergencia. Cada acción refleja un mismo propósito: Brindar nuevas oportunidades, llevando tranquilidad en los momentos difíciles y contribuyendo a un mundo más seguro.

Finalmente sobre la firma de este convenio en particular **Novo** agregó: "Ser parte de esta alianza implica asumir una responsabilidad que trasciende lo simbólico. Es un paso más en el camino de una aseguradora cooperativa que entiende que cuidar lo importante es cuidar lo más valioso: las personas y su futuro".



# QUALIA

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



Ingresá a [segurosqualia.seg.ar/alianzas](https://segurosqualia.seg.ar/alianzas) y descubrí más sobre nuestros socios y productos



Nº de Inscripción  
SSN 0879

Coordinación de Comunicación  
y Atención al Asegurado (CoAA)

0800-666-8400

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





Provincia ART, la aseguradora de riesgos de Grupo Provincia confirmó su cronograma de cursos gratuitos para el octavo mes del año, en el que pone el énfasis en las familias por la conmemoración del Día de la Niñez, el domingo 10 de agosto.

En ese sentido, se destacan «Prevención de incendios en el jardín de infantes», el lunes 11 de agosto; «Seguridad infantil en el auto, de sistemas de retención», el miércoles 13; y «Líderes que gestionan la Salud Mental», el lunes 25. Además, continúa el ciclo de Prevención Primaria con los encuentros «Seguridad Vial: Tu rol en la vía pública», el martes 12; «Primeros Auxilios», el jueves 14; «Prevención de incendios», el martes 26; y «Reanimación Cardiopulmonar», el miércoles 27. El calendario además incluye otra formación gratuita de Eventos para profesionales como «Cilindros de Gases a Presión», el jueves 21; y el curso «Documentación Normativa: tips para cargar formularios WEB», del programa de Documentos de prevención, que se dictará el martes 19. Todas estas capacitaciones se dictarán de 11 a 12:30. Finalmente, la oferta se completa con el ciclo de Salud y Bienestar, y una charla de «Comunicación Asertiva», que tendrá lugar el lunes 11 de 14:30 a 16.



AVIRA abre la inscripción a su 18° Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro

4/9 - 8:30 hs - Hotel NH Collection Buenos Aires Centro Histórico. Evento gratuito. Requiere inscripción previa obligatoria: [www.avira.org.ar/seminario](http://www.avira.org.ar/seminario)

AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, anuncia que ya se encuentra abierta la inscripción para participar del 18° Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro en [www.avira.org.ar/seminario](http://www.avira.org.ar/seminario). La edición de este año, que se desarrollará bajo el lema: "El Seguro de Personas como generador del Mercado de Capitales", tendrá lugar el jueves 4 de septiembre, a partir de las 8:30 hs, en el Hotel NH Collection Buenos Aires Centro Histórico (Bolívar 120, CABA). La participación será libre y gratuita, con registro previo obligatorio, e incluirá transmisión online en simultáneo a través de [www.avira.org.ar](http://www.avira.org.ar). Con el foco puesto en el aporte estructural que las aseguradoras pueden hacer al desarrollo del sistema financiero y la economía, AVIRA convoca a referentes del sector público, privado y académico, local e internacional, para explorar tendencias, desafíos y oportunidades.

**Agenda del Seminario**  
 8:30 hs. - Acreditación  
 9:00 hs. - Irene Capusselli, Presidenta de AVIRA. Apertura "Seguro de Personas como inversor institucional". Rol estratégico del seguro de vida y retiro en el financiamiento a largo plazo.  
 9:20 hs. - Guillermo Plate, Superintendente de Seguros de la Nación. Visión oficial sobre el presente del sector y nuevas perspectivas de desarrollo  
 9:45 hs. - Juan Mazzini, Co-fundador y Presidente del Miami Insurtech Advocates (MIA) Hub y Director en la práctica de seguros de Celent. Panorama global del mercado y el impacto de la utilización de innovadoras herramientas tecnológicas.  
 10:30 hs. - Coffee Break  
 11:00 hs. - Hernán Pérez Raffo, Socio de PwC (PricewaterhouseCoopers), y Fernando Mesquida, Actuario y Socio de Milliman Argentina para América Latina. Potencial del seguro con ahorro en la nueva economía argentina. Herramienta corporativa. Seguro de Cese Laboral y Tercer Pilar.

## Breves de Informe

11:40 hs. - Claudio Zuchovicki, Presidente de BYMA (Bolsas y Mercados Argentinos). **Impacto del ahorro público en el mercado de capitales y el rol asegurador en el desarrollo del financiamiento y el crédito locales.**  
 12:10 hs. - Funcionario del Ministerio de Economía de la Nación (a confirmar)

### Información destacada

- **Fecha:** Jueves 4 de septiembre de 2025
- **Lugar:** NH Collection Buenos Aires Centro Histórico (Bolívar 120, CABA)
- **Modalidad:** Presencial con transmisión online simultánea
- **Inscripción:** Ya disponible en [www.avira.org.ar/seminario](http://www.avira.org.ar/seminario)
- Entrada libre y gratuita con inscripción previa obligatoria

Los invitamos a ser parte de este espacio clave para pensar el presente y el futuro del seguro de vida y retiro en la Argentina.

Les recordamos las redes de la Asociación:  
 LinkedIn: [avira-asociacioncivil](https://www.linkedin.com/company/avira-asociacioncivil)  
 Facebook: [aviraasociacioncivil](https://www.facebook.com/aviraasociacioncivil)

### Compromiso real: 256 empresas argentinas ya son «Espacios Amigos de la Lactancia»

En Argentina, solo el 44% de los bebés son amamantados de forma exclusiva hasta los seis meses y la vuelta al trabajo es una de las principales causas de abandono. Por eso, cada vez más empresas implementan espacios de lactancia para acompañar a las personas que maternan. Garantizar estos espacios es clave para proteger la salud y los derechos de madres e hijos.

Cada año, del 1 al 7 de agosto, se celebra la **Semana Mundial de la Lactancia Materna**, una fecha impulsada por la **Alianza Mundial para la Acción en Lactancia Materna (WABA)**, junto con la **OMS** y **UNICEF**, para visibilizar el impacto positivo de la lactancia en la salud de bebés y madres, y promover entornos que la protejan. En este contexto, los espacios de lactancia dentro de las empresas se vuelven una herramienta fundamental para garantizar que esta práctica no se interrumpa al volver al trabajo.



En Argentina, los "Espacios Amigos de la Lactancia" son ambientes acondicionados dentro del ámbito laboral, que permiten a las madres lactantes extraer y conservar su leche en condiciones de privacidad, seguridad e higiene. Estos espacios son más que una comodidad: responden a una necesidad concreta. Según datos oficiales del Ministerio de Salud, a pesar de que el 97% de los niños/as inicia la lactancia, solo el 44% son amamantados en forma exclusiva entre el nacimiento y los 6 meses, siendo la reincorporación al trabajo uno de los motivos más importantes de abandono de la lactancia. Hasta el momento, 256 instituciones de todo el país han sido reconocidas oficialmente como Espacios Amigos de la Lactancia, tras cumplir con los estándares de acceso, privacidad, mobiliario adecuado, bache, heladera y condiciones de higiene. En la provincia de Santa Fe, recientemente **La Segunda Seguros** obtuvo la certificación para sus salas de lactancia en sus sedes de Casa Central y Núcleo, tras cumplir con los estándares de accesibilidad, comodidad y privacidad requeridos por la Secretaría de Salud y la DIPROSAINAS del Ministerio de Salud provincial. "Nos enorgullece destacar que, anticipándonos a la obligatoriedad legal, inauguramos dos Salas de Extracción de Leche Materna en nuestras oficinas. El impacto de estas iniciativas en el clima laboral ha sido profundamente positivo. Al proporcionar estos espacios y extender las licencias por maternidad y paternidad, no solo cumplimos con las regulaciones de la OIT, sino que también promovemos la equidad y la inclusión, ayudando a reducir la brecha de género y apostando por el bienestar de la familia. En La Segunda Seguros, estamos convencidos de que las empresas tienen un rol social fundamental en la promoción de la lactancia y apoyarla es contribuir a la salud y el bienestar de la primera infancia y fomentar la igualdad de género permitiendo a las mujeres conciliar sus roles laborales y familiares", señaló **Carla Buccí, gerente de Capital Humano de La Segunda Seguros**. Más allá de la lactancia, **La Segunda** visibiliza activamente acciones relacionadas con la crianza y la corresponsabilidad parental. Esto incluye políticas de género, diversidad e inclusión, así como la adhesión a los **Principios de Empoderamiento de las Mujeres de la ONU**. "Buscamos generar un entorno de crecimiento sin condicionamientos para

nuestro talento, reconociendo que el apoyo a las familias es clave para el desarrollo profesional y personal", agregó **Buccí**. Hoy, más que nunca, se vuelve urgente que más empresas se sumen a esta transformación. Promover la lactancia en el ámbito laboral no solo responde a estándares de salud pública y derechos humanos; también consolida culturas organizacionales más empáticas, responsables y centradas en las personas. Porque garantizar espacios de lactancia es, en definitiva, apostar por un futuro más sano, más equitativo y más comprometido con el bienestar real de quienes trabajan y de quienes están por crecer.

### "Tu vida, tu volante": una nueva mirada para prevenir los siniestros viales



### La Perseverancia Seguros invita a repensar la seguridad vial desde un enfoque más humano y sistémico

Cada año, más de 5.000 personas pierden la vida en siniestros viales en Argentina. La cifra es tan conocida como alarmante. Entonces si todos sabemos las reglas, ¿por qué los resultados no mejoran? Desde **La Perseverancia Seguros** proponen reflexionar sobre esta pregunta desde una perspectiva que pone el foco, ante todo, en salvar vidas.

### "Tu vida, tu volante": cambiar el paradigma

Velocidad, distracciones, consumo de alcohol. Estas son causas frecuentes de siniestros viales, pero no representan el problema en sí. El verdadero problema son las consecuencias: lesiones graves y muertes evitables. Desde la compañía de seguros señalan que parte del desafío está en entender y repensar cómo percibimos el riesgo. Muchas veces nos protegemos más ante un posible robo que frente a un choque, aunque este último sea mucho más probable. ¿Por qué? Porque hablamos de "seguridad" vial cuando en realidad deberíamos hablar de "inseguridad vial". Este es el primer paso: entender el tránsito como un entorno de riesgo real donde está en juego nuestra vida y la de quienes nos rodean. Es esa toma de conciencia la que puede impulsar el cambio. **Visión Cero:** un sistema diseñado para contemplar el factor humano. **Las normas de tránsito suelen estar diseñadas para un conductor ideal:** 100% racional y siempre alerta. Pero la realidad es otra. Somos humanos: nos distraemos, nos cansamos, reaccionamos por instinto y, a veces, tomamos malas decisiones. **Frente a esto surge un nuevo modelo de abordaje:** el enfoque de Visión Cero. Este sistema que muchos países ya están adoptando parte de un principio ético irrenunciable que afirma que el único número aceptable de muertes en el tránsito es cero. Este modelo propone crear un sistema seguro, capaz de prever el error humano y minimizar sus consecuencias. La responsabilidad no recae solo en quien maneja sino que se distribuye entre autoridades, diseñadores de infraestructura, fabricantes de vehículos y toda la sociedad.

- Presenta tres niveles de acción:
- **Persuadir:** Informar y educar, un paso necesario pero limitado.
  - **Disuadir:** Sancionar conductas peligrosas, necesario pero insuficiente
  - **Impedir:** Incorporar soluciones concretas que eviten las tragedias, como rotondas, guardarraíles y tecnologías de seguridad en los autos. Este es el eje central del modelo.

Mientras este sistema evoluciona, cada persona puede adoptar una mentalidad de defensa propia en la vía pública. Esto implica ciertas medidas como gestionar la velocidad (reducir tan solo 10 km/h puede marcar la diferencia entre la vida y la muerte), mantener una mayor distancia con otros vehículos y asumir un rol activo como agente de cambio, exigiendo vehículos más seguros y entornos urbanos que prioricen la vida. En definitiva, prevenir siniestros viales es mucho más que evitar una multa. Es una decisión consciente de proteger lo más valioso que tenemos. Entender que el error es humano y que necesitamos un sistema que nos cuide es el primer paso hacia un futuro más seguro. Desde **La Perseverancia Seguros** reafirman su compromiso con la prevención, convencidos de que la mejor cobertura es evitar que algo suceda.

# Acompañamos cada momento de tu vida

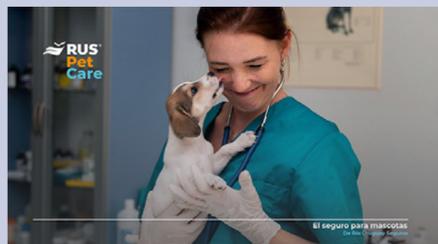
☎ 0810.222.2444

Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en [provinciaseguros.com.ar](http://provinciaseguros.com.ar)



## RUS celebra el Día del Veterinario promoviendo el cuidado responsable de las mascotas

Este miércoles 6 de agosto es el **Día del Veterinario**, una fecha para reflexionar sobre el cuidado animal y la responsabilidad de los tutores de mascotas. En **RUS** promovemos la protección animal desde la prevención con **RUS Pet Care**, un seguro de salud para mascotas que no sólo brinda tranquilidad ante imprevistos, sino que también garantiza acceso a atención veterinaria de calidad. Porque su bienestar también merece estar protegido. Más allá del merecido reconocimiento a quienes cuidan de la salud de los animales, cuyo rol no es meramente clínico, sino también educativo (ayuda a que las familias entiendan la importancia del control sanitario, la vacunación, la esterilización y la prevención de riesgos), esta fecha también invita a pensar el rol social de las mascotas y la responsabilidad que implica convivir con ellas. Hoy, en un contexto donde los animales de compañía son considerados parte de la familia, es muy importante que los tutores sepan cómo cuidarlos, ofreciéndoles una vida saludable, y también es clave que conozcan cuáles son sus responsabilidades legales como propietarios. Uno de los puntos más relevantes es la responsabilidad civil por daños que pueda causar una mascota, tanto en espacios públicos como privados. Por ejemplo, si un perro causa lesiones a una persona o a otro animal, su dueño puede enfrentar reclamos judiciales, incluso si no estaba presente en el momento del hecho.



En este sentido, la cobertura de responsabilidad civil en seguros del hogar o seguros específicos para mascotas, como **RUS Pet Care**, comienzan a cobrar relevancia. Algunas pólizas ya contemplan daños a terceros producidos por animales domésticos, cubriendo desde mordeduras hasta accidentes provocados por ellos.

**RUS Pet Care** es una cobertura completa que va más allá de un simple seguro: incluye atención veterinaria (vacunas, cirugías, esterilizaciones, consultas médicas), telemedicina veterinaria, coberturas de responsabilidad civil y descuentos exclusivos en comercios especializados en animales.

Además, ofrece varios servicios adicionales como atención veterinaria domiciliar, guardería canina (en casos de enfermedad, internación o viaje del titular), traslados de emergencia, asesoría legal, entre otros beneficios, que apuntan a garantizar que las mascotas reciban el mejor cuidado posible en todas las etapas de su vida.

La salud, el bienestar y la tenencia responsable están profundamente interconectadas. Las coberturas específicas como las que ofrece **RUS Pet Care**, son una respuesta directa a esta demanda, ofreciendo a los dueños la tranquilidad de poder cubrir emergencias y garantizar una atención de calidad para sus animales.

Conocé más sobre este seguro en [www.ruspetcare.com.ar](http://www.ruspetcare.com.ar)

## RCI SEGUROS

### Bienvenida RCI Seguros de Personas a AVIRA

AVIRA, Asociación Civil de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina, se complace en anunciar la incorporación de **RCI Compañía de Seguros de Personas S.A.U.** como nuevo miembro de la entidad. Ya son 40 las empresas asociadas a AVIRA que comparten la visión y misión de impulsar un mercado creciente y difundir conciencia aseguradora.

«Estamos muy orgullosos de incorporar a AVIRA, una entidad de referencia para el desarrollo del seguro de personas en Argentina. RCI Seguros es una compañía que está en pleno desarrollo, con un propósito muy claro de brindar tranquilidad financiera a través de un servicio cercano y de excelencia. Esta integración representa un paso clave para nosotros, no solo por el valor institucional que aporta, sino también porque nos permite contribuir activamente al crecimiento y profesionalización del sector desde una mirada innovadora y centrada en el cliente», afirmó **Lucas Gimena, Gerente General de RCI Seguros**.

Por su parte, **Irene Capusselli, Presidenta de AVIRA**, destacó: «La incorporación de RCI Seguros fortalece el trabajo colaborativo que impulsamos desde AVIRA para promover un mercado asegurador más sólido, transparente e inclusivo. Nos alegra sumar una compañía innovadora con respaldo internacional y una fuerte vocación de servicio, que comparte nuestros valores y visión de desarrollo para el seguro de personas en Argentina». **RCI Seguros** es una compañía perteneciente al **Grupo RCI Banque S.A.**, con presencia en el país desde 1999 y fuerte respaldo internacional. Desde noviembre de 2023, desarrolla su actividad en el ramo de **Vida Saldo Deudor**, habiendo emitido su primera póliza ese mismo mes. Con esta incorporación, **AVIRA** refuerza su representatividad en el mercado asegurador argentino y continúa promoviendo el desarrollo de las coberturas de personas en un marco de cooperación institucional, innovación y mejores prácticas.

## Breves de Informe

### Generali logra un sólido comienzo en su plan estratégico "Lifetime Partner 27: Driving Excellence", impulsado por P&C, Vida y Gestión de Activos

#### Resultados financieros al 30 de junio de 2025

- Las primas emitidas brutas alcanzaron los € 50.500 millones (+0,9%), impulsadas principalmente por el crecimiento en P&C (+7,6%).
- Los flujos netos del segmento Vida fueron positivos, totalizando € 6.300 millones, gracias a todas las líneas de negocio, en especial protección y salud, y productos híbridos y unit-linked.
- El Ratio Combinado mejoró significativamente a 91,0% (-1,4 p.p.); el Ratio Combinado sin descuento continuó su evolución positiva, ubicándose en 93,1% (-1,8 p.p.).
- Fuerte crecimiento del resultado operativo, que ascendió a € 4.000 millones (+8,7%), impulsado por P&C, Vida y Gestión de Activos.
- El resultado neto ajustado creció a € 2.200 millones (+10,4%) gracias al excelente desempeño operativo del Grupo; el beneficio por acción ajustado (EPS) aumentó a € 1,47 (+12,5%).
- Posición de capital sólida, con el Ratio de Solvencia elevándose a 212% (210% año fiscal 2024), gracias a una saludable generación de capital normalizada e incluyendo el lanzamiento del programa de recompra de acciones por € 500 millones.

En una reunión presidida por **Andrea Sironi**, el Directorio de Generali aprobó el Informe Financiero Consolidado Semestral 2025 del Grupo Generali.



**Andrea Sironi, Presidente del directorio de Assicurazioni Generali (izquierda) y Philippe Donnet, CEO Grupo Generali (derecha)**

**Philippe Donnet, CEO de Grupo Generali**, dijo: "Nuestros excelentes resultados semestrales confirman un inicio muy sólido del plan estratégico 'Lifetime Partner 27: Driving Excellence', con un desempeño positivo en nuestro negocio de seguros y en la plataforma global de gestión de activos. En seguros, P&C creció sustancialmente en todas nuestras principales geografías, impulsado por el enfoque en maximizar el crecimiento rentable, y los flujos netos del segmento Vida continuaron su trayectoria ascendente gracias a nuestras líneas de negocio preferidas. Nuestra plataforma de Gestión de Activos también registró un desempeño sólido, apoyado por la contribución de Conning. Logramos estos resultados muy positivos gracias al esfuerzo de todos nuestros colaboradores y redes de distribución. Vamos a capitalizar este impulso, persiguiendo la excelencia como Socio de por Vida para nuestros clientes, en nuestras capacidades clave y en las operaciones del Grupo. Seguimos plenamente enfocados en las prioridades claras del plan estratégico del Grupo y continuaremos generando valor para todos nuestros grupos de interés."

Las primas emitidas brutas aumentaron a € 50.500 millones (+0,9%), impulsadas principalmente por el crecimiento en P&C.

Los flujos netos del segmento Vida fueron positivos, superando los € 6.300 millones, gracias a todas las líneas de negocio, especialmente protección y salud, y productos híbridos y unit-linked.

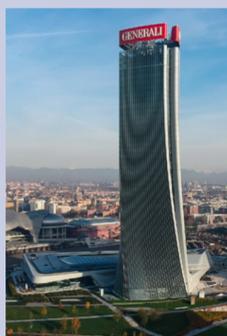
El resultado operativo creció fuertemente hasta alcanzar € 4.049 millones (+8,7%), gracias al buen desempeño de P&C, Vida y Gestión de Activos, en línea con las prioridades estratégicas del plan "Lifetime Partner 27: Driving Excellence".

El resultado operativo de P&C aumentó significativamente a € 2.046 millones (+18,4%), con un Ratio Combinado de 91,0% (-1,4 p.p.), reflejando principalmente los efectos positivos de una mejora en el ratio de siniestralidad corriente sin descuento.

El resultado operativo del segmento Vida creció a € 2.016 millones (+3,1%), mientras que el Valor de Nuevos Negocios (New Business Value) fue de € 1.559 millones (-2,0%).

El resultado operativo de Gestión de Activos y Patrimonios se ubicó en € 560 millones (-1,1%), sostenido por el sólido desempeño de Gestión de Activos (+11,7%), apoyado por la contribución de Conning Holdings Limited (CHL).

El resultado operativo del segmento Holding y otros negocios fue de € -280 millones (-€ 227 millones en el primer semestre de 2024). El resultado neto ajustado aumentó fuertemente a € 2.237 millones (+10,4%) gracias al excelente desempeño operativo del Grupo. El resultado neto ascendió a € 2.152 millones (+4,9%).



El beneficio por acción ajustado (EPS) subió a € 1,47, con un incremento del 12,5% respecto al primer semestre de 2024.

El patrimonio neto del Grupo fue de € 29.700 millones (-2,2%), reflejando el resultado neto del periodo, el pago de dividendos correspondientes al año fiscal 2024 y la recompra de acciones vinculada al Plan de Incentivo a Largo Plazo implementado durante el primer semestre de 2025.

El Margen de Servicio Contractual (CSM) se elevó a € 32.500 millones (€ 31.200 millones al cierre del año fiscal 2024).

Los Activos Totales Bajo Gestión (AUM) del Grupo fueron de € 854.100 millones (-1,0% en comparación con el año fiscal 2024).

El Grupo confirma su sólida posición de capital, con el Ratio de Solvencia aumentando a 212% (210% año fiscal 2024), gracias a una saludable generación de capital normalizada e incluyendo el lanzamiento del programa de recompra de acciones por € 500 millones.

### Autopartes ilegales: un quiebre clave en la lucha contra la inseguridad y el fraude al seguro



**Por Gabriel Bussola, presidente de Libra Seguros**

Durante años, el mercado clandestino de autopartes funcionó como una economía en las sombras que alimentó la inseguridad, incentivó el robo de vehículos y puso en riesgo la vida de millones de argentinos. El Decreto 536/25, recientemente publicado por el Ejecutivo, representa un avance decisivo para comenzar a desarticular ese engranaje criminal que tanto daño provocó, tanto en las calles como en el sistema asegurador.

La decisión de ampliar el listado de piezas que solo podrán comercializarse bajo certificación oficial no es un simple ajuste técnico. Es una medida de fondo que ataca la raíz del problema. Sin un mercado negro que compre, no hay incentivo para robar. Quitarle margen al delito es, ante todo, cuidar la vida y los bienes de los ciudadanos.

Además del impacto en materia de seguridad, este decreto representa un avance concreto en la lucha contra el fraude al seguro. En ese circuito ilegal se multiplican siniestros falsos, maniobras irregulares y estafas que terminan perjudicando a los asegurados de buena fe. Quienes cumplen y pagan su seguro con esfuerzo merecen un sistema que les brinde respuestas ágiles, justas y en un entorno transparente, libre de maniobras irregulares.

Desde **Libra** celebramos esta nueva ley. Es una medida que va en línea con lo que venimos reclamando desde hace tiempo: reglas claras, control y responsabilidad compartida. Atacar el problema de raíz -en lugar de actuar solo cuando el daño está hecho- es la única manera de reconstruir la confianza en el sistema asegurador.

El desafío ahora es claro: aseguradoras, Estado y todos los actores del sector debemos trabajar en conjunto para garantizar que esta política pública se implemente de forma efectiva. Que no quede solo en la letra de un decreto, sino que se traduzca en menos delitos, menos fraude y más protección para todos. Esta medida es un antes y un después que fortalece el cambio cultural que necesitamos los argentinos. Desde **Libra**, asumimos ese compromiso. Porque estamos convencidos de que una Argentina más justa y segura también se construye desde la industria del seguro, con responsabilidad, decisión y sentido común.



### HDI Seguros Argentina comunica que su paquete accionario ha sido adquirido por BARBUSS

Con fecha 04 de agosto de 2025, **HDI Seguros**, presente en Argentina y Uruguay, inicia una nueva etapa como parte de **BARBUSS**, una empresa global especializada en la industria del riesgo con una reconocida presencia y trayectoria internacional. Con casi 130 años de historia en el país, la compañía es un referente del mercado asegurador argentino, combinando solidez institucional con capacidad de adaptación en distintos contextos.

"Esta transición marca no solo un nuevo capítulo para HDI Seguros Argentina y Uruguay, sino también una etapa de transformación. Haber formado parte del Grupo Talanx fue una experiencia de enorme valor; y, personalmente, me entusiasma liderar hoy este cambio hacia una organización como BARBUSS, que combina especialización, agilidad y una mirada fresca sobre el futuro de nuestra industria" sostuvo **Mariano Cardozo, CEO de la compañía**.

"Alineado con nuestro propósito de ser colaborativos con nuestros clientes para lograr objetivos comunes y nuestra estrategia de incorporar más talento acaulturado, hacemos esta adquisición y damos la bienvenida a los equipos de HDI Argentina y Uruguay", expresó **Mauro Arcucci, CEO de BARBUSS**.

Esta integración une lo mejor de dos culturas organizacionales: la experiencia local y el compromiso con el cliente que siempre ha diferenciado a la compañía con el enfoque innovador y global de **BARBUSS**.



# GOURMEND



profile  
profile

## OLYMPO SKY BAR

# Los mediodías para almorzar en las alturas

En el piso 31 de la emblemática Lex Tower, en Av. Corrientes al 1464, se encuentra el sky bar más conocido de la Ciudad de Buenos Aires, desde el cual las vistas 360° que ofrece son una maravilla para los amantes de las fotos y los paisajes. La gran novedad es que acaban de dar la mejor noticia: empezaron a abrir sus puertas desde las 12 del mediodía para poder almorzar, ya sea a la carta o con menús ejecutivos de primer nivel.

### Por Marco Sinópoli, fundador de Olympo Sky Bar

Olympo Sky Bar abrió sus puertas el 21 de julio de 2022, después de casi un año de obra

Los dueños somos los hermanos **Guido y Marco Sinópoli**, quienes además somos socios en otros bares como **Nomade Bar** en Devoto y **Lager-Haus** en Ramos Mejía.

La idea surgió cuando decidimos cambiar un poco el rumbo de nuestras experiencias provenientes de cervecerías porque queríamos incursionar en el mundo de la cotertería. De esta manera, veníamos buscando locales pero la realidad es que ninguno nos conformaba, hasta que llegamos al último piso de **Lex Tower** (que se estaba construyendo en ese momento), un proyecto imponente con 31 pisos de oficinas de última generación, teatro en la planta baja, locales comerciales, sabíamos que iba a ser un lugar emblemático de Buenos Aires y supimos al instante que queríamos estar ahí.

Cuando empezamos a trabajar en la puesta en marcha del local que de lo que hoy conocemos como **Olympo Sky Bar**, la idea era queríamos transmitir era que los comensales sintieran que estaban comiendo y bebiendo "entre las nubes", en el olimpo con los dioses, literalmente hablando.

### La inversión inicial fue de unos \$500 mil USD y fue todo capital privado.

Nuestra formación fue en parte por **Guido**, mi hermano, que fue contador de varios restaurantes muy importantes del país; y en mi caso, por haber estudiado gerenciamiento gastronómico en el Instituto del Gato Dumas. Si bien, ➡



«Hoy Olympto cuenta con tres estructuras: la primera, la más conocida, es Olympto Sky Bar que funciona de miércoles a sábados y donde se puede ir a comer y tomar algo disfrutando de las mejores vistas 360° de Buenos Aires»

→ como contaba antes, teníamos formación y experiencia en el rubro gastronómico, siempre nos habíamos relacionado más con el mundo de las cervecerías, y con Olympto nos metimos de lleno en la coctelería y los vinos, donde estamos sumando experiencia y cuidando mucho la carta.

Hoy Olympto cuenta con tres estructuras: la primera, la más conocida, es Olympto Sky Bar que funciona de miércoles a sábados y donde se puede ir a comer y tomar algo disfrutando de las mejores vistas 360° de Buenos Aires. Y la segunda estructura es la de eventos privados, que funciona muy bien con eventos corporativos y sociales que alquilan el lugar para casamientos, presentaciones, capacitaciones, etc.

Respecto de la evaluación actual, por supuesto estamos viendo que en la parte del bar donde contamos con público nacional hay una baja en el consumo. Y el fenómeno que observamos es que no deja de venir la



gente, sino que tal vez se limita más en lo que piden. Tal vez hace un tiempo el público local pedía una entrada, plato principal, postre y 3 o 4 tragos durante toda la velada, mientras que ahora tal vez come un principal, dos tragos y un agua. Es decir, lo que cambió mucho es el consumo pero no tanto la cantidad de gente que se acerca a conocer o que es ya habitué. Tal vez ahora sucede más que muchos grupos piden "platos" económicos y comparten entre varios, y lo cierto es que Olympto no apunta a eso sino más a salidas en pareja, reuniones empresariales o grupos extranjeros que tal vez no están tan pendientes de lo que cuesta un plato sino de lo que desean pedir. Lo que buscamos siempre es buscar una experiencia integral que combine buena gastronomía y coctelería acompañado de un servicio de excelencia y las mejores vistas de Buenos Aires.

Tenemos planeado seguir invirtiendo en el rubro gastronómico, sin una idea fija aun pero sabiendo que queremos apuntar tal vez a un tipo de wine bar en alguna estructura un tanto mas pequeña. Pronto tomaremos la decisión... ¡y la comunicaremos por supuesto!

Desde este magnífico piso 31 se puede disfrutar además de tragos de autor y una cuidada carta de vinos mientras la vista se pierde en algunos de los edificios más icónicos de la Ciudad, como el Teatro Colón, el Palacio Barolo, el Congreso Nacional y por supuesto, el Obelisco.

Si bien se puede ir sin reservas, se recomienda hacerlas porque la demanda es muy alta y suele haber mucha gente para entrar, especialmente los fines de semana. Para más información y seguirlos en redes, en Instagram están como @olympo.skybar

 **SANCOR  
SEGUROS**

**EL VALOR  
DE DAR  
RESPUESTA**

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

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



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# informe

## operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

# Mariano Nicolás Gauto

Soltero - 43 Años - Dos hijas - Signo Tauro (02/05/1981)

Titular de **MG Peritajes** Liquidación de Sinistros



● **UN HOBBY**

Leer

● **LA JUSTICIA**

Aquella que nos iguala a todos los seres humanos

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

No, complementarios sí, e incluso en muchas ocasiones ellas superan ampliamente.

● **LA SEGURIDAD**

El horizonte al cual queremos llegar

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

El festejo del mundial 86!

● **MI MODELO PREFERIDA**

Mi Madre

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Cualquiera ocurrido en la vía pública ya que escapa a nuestra protección y seguridad

● **VESTIMENTA**

Elegante Sport

● **LA MUERTE**

Un nuevo comienzo

● **EL MATRIMONIO**

La compañía de otro ser en el camino

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Timonear un velero

● **UN SER QUERIDO**

Mis dos hijas, por encima de todos

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Al Pacino, Julie Delpy

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

Perdonar es crecer, si bien no he tenido que perdonar mucho en la vida, espero que nada grave me depare el futuro

● **ESTAR ENAMORADO ES**

Mágico

● **ME ARREPIENTO DE**

Las horas vacías sin hacer nada

● **SU MAYOR VIRTUD**

Escucho con paciencia!

● **SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR**

La Parolaccia

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

Hacer creer a las personas que no pueden lograr su objetivo

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

Cualquiera que contamine el planeta

● **EL TEATRO**

Cyrano de Bergerac / Elsa y Fred

● **LE TENGO MIEDO A**

No cumplir todas mis metas

● **TENGO UN COMPROMISO CON**

Mi trabajo y mis colegas

● **LA INFLACIÓN**

El producto de malos gobiernos

● **UN SECRETO**

Plancho camisas mejor que cualquier persona ;)

● **LA MUJER IDEAL**

Aquella que respete y acompañe en la vida

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No sé decir: No!

● **LA CULPA ES DE**

Las malas influencias

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER**

El río o mar cerca

● **UN FIN DE SEMANA EN**

San Pedro

● **LA INFIDELIDAD**

La destrucción de la confianza

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Uff muchos! El primero terminar mi casa en el campo

● **EL FIN DEL MUNDO**

No creo que llegue jamás, siempre nos vamos a adaptar de una u otra manera

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Colón de Santa Fe

● **ESCRITOR FAVORITO**

Muchos!! Me quedo con Saramago

● **SI VOLVIERA A NACER SERÍA**

Un poco menos estricto conmigo mismo

● **UNA CANCIÓN**

Buscando un ángel (Divididos)

● **EL AUTO DESEADO**

BMW Serie 4

● **EL PASADO**

La base para construir nuestro futuro

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

Instagram

● **AVIÓN O BARCO**

Barco

● **EL DÓLAR**

Por lo que gira el mundo

● **LA TRAICIÓN**

Afecta más al traidor que al traicionado

● **LA CORRUPCIÓN**

Se paga, siempre!

● **EN COMIDAS PREFIERO**

Lo dulce (postres)

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

El amor es imposible de Dario Sztajnszrajber

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Juan Bautista Alberdi

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

Deadpool & Wolverine – Babygirl

● **PSICOANÁLISIS**

Con 5 años es más que suficiente

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

Enojarme por cosas que no puedo manejar o escapar a mis decisiones

● **DIOS**

En mi caso, guía de todo lo que hago

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES**

Ricardo Mollo

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

Que saben cuándo los necesito sin tener que decirlo

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

Las manos, sobre todo las uñas perfectamente pintadas

● **EN DEPORTES, PREFIERO**

Fútbol

● **UN MAESTRO**

Osvaldo, quien me enseñó todo lo que sé de mi profesión

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Malvinas

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Mate

● **EL PERFUME**

Bambú de A. Domínguez

● **UNA CONFESIÓN**

Soy bastante huraño

● **NO PUEDO**

No pensar 3 veces las cosas antes de hacerlas

● **MARKETING**

Necesidad de comunicar, desde las pinturas rupestres hasta la IA buscamos decir, expresarnos, vendernos

● **EL GRAN AUSENTE**

Mi padre

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

Oleo 31 de Just y practico respiraciones para relajar. A veces, esfera de yoga sirve mucho!

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

Plantas o árboles

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

La Pedrera - Uruguay



Avanzar también es sentirse cuidado.

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

