



informe

operadores de mercado



Laurence Maurice

CEO LatAm de Zurich



Crecimiento regional sostenido



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

GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ PARA COCER MÁS



“Latinoamérica tiene un potencial de crecimiento no explotado cercano a los 400 mil millones de dólares”

Los motores de crecimiento de Zurich en la región se centran en aquellos ramos que aportan protección y resiliencia en un entorno de riesgos cambiantes, explica la CEO para Latinoamérica de la compañía. En el caso puntual de la Argentina, la aseguradora tiene una posición de liderazgo que espera capitalizar para crecer en Vida. “Anticipamos un crecimiento de alrededor de un 10% tanto en 2025 como en 2026, así como mayor rentabilidad producto de una mejor siniestralidad, eficiencias y economías de escala, lo que permitirá mejorar el ratio combinado en ambos años”, precisa la ejecutiva en diálogo con Informe.



Laurence Maurice
CEO LatAm de Zurich

¿Qué ramos crees que podrían llegar a ser los motores de crecimiento frente al actual escenario?, le preguntamos a **Laurence Maurice**, CEO LatAm de Zurich

Latinoamérica es una región que nos brinda un enorme potencial de crecimiento; se estiman unos 400 mil millones de dólares de potencial que aún no está explotado. Desde la perspectiva de Zurich, y alineados con nuestra estrategia de grupo, los motores de crecimiento se centran en aquellos ramos que aportan protección y resiliencia en un entorno de riesgos cambiantes. Tenemos una estrategia para explotar el potencial que cada mercado pueda ofrecer. En el caso puntual de la Argentina, tenemos una posición de liderazgo que queremos capitalizar para crecer en Vida, al igual que en México, donde aún no incursionamos tan intensivamente en este negocio, por lo que sin dudas será un catalizador. Adicionalmente, la región en su conjunto presenta un importante potencial de crecimiento, particularmente si consideramos la baja penetración del seguro, que se sitúa entre un 2 y un 5% del PIB contra un 5-8% en mercados de EMEA y APAC. La combinación de crecimiento económico, aumento de la riqueza y mayor conciencia sobre los productos de seguro contribuirán significativamente a que la oportunidad del sector en LatAm siga expandiéndose.

¿Qué papel puede desempeñar la industria aseguradora en fomentar economías y comunidades más resilientes frente a catástrofes naturales?

La industria aseguradora es un pilar fundamental para la resiliencia social y económica. A través de productos innovadores y servicios personalizados, podemos ayudar a mitigar el impacto de las catástrofes naturales facilitando la recuperación financiera de personas, empresas y gobiernos. Además, colaboramos en la prevención y educación impulsando inversiones en infraestructura resistente y promoviendo prácticas responsables de gestión de riesgos. ➔

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.gov.ar | N° de inscripción 846

ASEGURAMOS TODO LO QUE QUERES

RUS[®]
RIO URUGUAY SEGUROS

Hoy operamos de forma 100% online.

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

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

RUS[®] DIGITAL

PROTAGONISTAS

« Desde la perspectiva de Zurich, y alineados con nuestra estrategia de grupo, los motores de crecimiento se centran en aquellos ramos que aportan protección y resiliencia en un entorno de riesgos cambiantes »



» ¿Qué aprendizajes globales se pueden trasladar a América Latina en materia de sostenibilidad y gestión de riesgos climáticos?

Uno de los mayores aprendizajes es la importancia de la colaboración multisectorial y del uso de tecnología avanzada para anticipar y gestionar riesgos climáticos. En Zurich hemos desarrollado modelos predictivos, soluciones basadas en datos y alianzas estratégicas que nos permiten apoyar a clientes en todo el mundo. Estas experiencias se están adaptando en América Latina para fomentar la transición energética, la protección de ecosistemas y el desarrollo de productos sostenibles que respondan a las necesidades específicas de la región.

¿Cuál crees que será el mayor cambio en la industria aseguradora de aquí a 10 años y cómo se está preparando Zurich para ello?

El mayor cambio será la integración total de la tecnología y la personalización de los servicios, junto con el aumento de riesgos emergentes a nivel global. Nos enfrentamos a desafíos cada vez más complejos: el cambio climático, los eventos catastróficos de mayor frecuencia y severidad, el aumento de riesgos cibernéticos y la evolución constante de riesgos sociales y regulatorios. En la región hoy ya vemos el impacto de estos cambios tanto en la industria como en nuestras vidas. En Zurich estamos reforzando nuestro compromiso con el cambio

climático a través de soluciones tecnológicas y analíticas, como **Climate Spotlight**, que ofrecemos a través de **Zurich Resilience Solutions**, para acompañar a nuestros clientes en el mapeo, diagnóstico y atención de estos riesgos climáticos agravados.

¿Cómo evoluciona el proceso de transformación digital de Zurich en la región?

Avanza de manera sólida, integrando plataformas digitales, automatización de procesos y soluciones basadas en inteligencia artificial para mejorar la eficiencia y la experiencia del cliente. Nos enfocamos en ofrecer servicios simples, accesibles y seguros respondiendo a las expectativas de nuestros clientes y colaboradores. Además, capacitamos a nuestros equipos para aprovechar al máximo las nuevas herramientas y fomentar la innovación en todos los niveles.

¿Cuáles son los lineamientos estratégicos de Zurich LatAm para el nuevo ejercicio?

Nuestro enfoque es seguir creciendo de manera rentable, expandiendo nuestra presencia en seguros individuales y consolidando nuestra posición de liderazgo en seguros corporativos. Buscamos simplificar la experiencia de nuestros clientes a través de soluciones tecnológicas »

Experiencia y trayectoria



Laurence Maurice acredita una sólida experiencia en el sector asegurador y en transformación organizacional. Dio sus primeros pasos trabajando para PWC y luego pasó a formar parte del plantel internacional de Allianz, donde fue directora de División de Negocio y directora de Auditoría Interna Internacional en Allianz Francia; CFO regional para Brasil y Latinoamérica en Allianz Seguros; CFO global en Allianz Global Assistance; y CEO de Allianz Partners en España y responsable del Sur de Europa, desde donde contribuyó a renovar la estrategia de la compañía y apoyó su transformación global. Se incorporó a Zurich en octubre de 2020 como CEO para Latinoamérica y miembro del Comité Ejecutivo, cargo que desempeña hasta la actualidad.

La ejecutiva, que es asociada de la Cámara de Comercio Franco-Brasileña, tiene un título de ingeniería de SupAgro Montpellier y una maestría en auditoría de ESCP Europe. ■



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



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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

la segunda
SEGUROS

Nº de inscripción SSN
0317 - 0618 - 0117 - 0436

Departamento de Orientación
y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ Laurence Mauriee, CEO LatAm de Zurich, junto a Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado de Seguros.

PROTAGONISTAS

→ y capitalizar las oportunidades que presentan la inteligencia artificial y la automatización para sofisticar nuestra oferta. Es importante destacar que Zurich opera bajo una única estrategia global, denominada **'Winning in the Market'**, anunciada hace un año, que mantiene nuestros pilares estratégicos de foco en el cliente, simplificación e innovación y detalla las vías de crecimiento para nuestros tres segmentos principales:

- **Seguros comerciales:** crecimiento en medianas empresas y especialidades, consolidando capacidades de clase mundial
- **Vida:** desarrollo de habilidades distintivas de suscripción y crecimiento en protección de vida, además de aumentar el ahorro donde tenemos distribución competitiva
- **Retail:** establecer capacidades de excelencia en precios, siniestros y suscripción, y potenciar líneas menos comoditizadas.

¿Cuáles son las proyecciones del mercado en general a escala regional y de tu compañía en particular para lo que resta de 2025 y 2026?

Esperamos un crecimiento sostenido en el sector asegurador latinoamericano, impulsado por la digitalización, la mayor conciencia de riesgos y la demanda de soluciones inclusivas. Para **Zurich LatAm** proyectamos continuar expandiendo nuestra oferta de seguros tanto para personas como para empresas, fortalecer la experiencia del cliente y liderar en sostenibilidad con un enfoque especial en la innovación. Nuestro objetivo es crecer juntos con nuestros clientes y comunidades, contribuyendo a una región más segura y preparada para el futuro.

De forma específica, anticipamos un crecimiento de doble dígito (alrededor de un 10%) tanto en 2025 como en 2026, lo que representaría un desempeño superior al del mercado, junto con mejoras en la rentabilidad gracias a una mejor siniestralidad, eficiencias y economías de escala, lo que permitirá mejorar el ratio combinado en ambos años. Fortalecer nuestra relación con intermediarios también será clave para continuar construyendo valor que pueda ser trasladado exitosamente a nuestros clientes. 📍



Innovación y Compromiso al servicio de nuestros Productores de Seguros



FEDERACION PATRONAL SEGUROS SA.

www.fedpat.com.ar



informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 33 / Nº 795 - Septiembre 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

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN
Oscar Martínez / oscarrevistas@gmail.com

ADMINISTRACIÓN, SUSCRIPCIÓN & PUBLICIDAD
Rosa Asta / rosa.asta@moez.com.ar

ADMINISTRACIÓN, FACTURACIÓN & CONTABILIDAD
Elizabeth Domenech / elizabeth.domenech@moez.com.ar

COLABORADORES
Lic. Anibal Cejas.
Dra. Gabriela Álvarez.

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

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

50 AÑOS

MARCANDO UN NUEVO RUMBO



DENTRO DEL MERCADO ASEGURADOR



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

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

📍 Bouchard 680 | 5° Piso | CABA | ✉ info@dcsistemas.com.ar | 🌐 www.dcsistemas.com.ar

Polko: La herramienta digital de los Productores de Seguros

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

La tecnología y la inteligencia artificial se han convertido hoy en día en ejes del mercado asegurador. Cuanto mayor sea el nivel de tecnología que una compañía de seguros adquiera más ágiles y rápidos serán sus procesos, menos costosos y eso se traducirá en mejores resultados para la compañía en su conjunto.

Los productores de seguros son parte fundamental del mercado y al igual que las compañías se han ido aggiornando a los nuevos tiempos y las nuevas necesidades y expectativas de los clientes.

En este orden de ideas, para esta nota entrevistamos a una empresa del rubro que advirtió las necesidades del mercado y supo canalizarlas a través de sus productos y servicios.

Luciano Fraire: Director Ejecutivo, Guido Fraire: Director Ejecutivo y Franco Fraire: Director General, fueron los fundadores de **POLKO**, la primera plataforma digital gratuita que ayuda a los Productores Aseguradores de Seguros a gestionar aseguradoras y crear redes comerciales con socios estratégicos, simplificando las tareas y mejorando la productividad, es 100% gratuito para el PAS. **Polko** es una empresa que digitaliza la propuesta de valor de los productores de seguros, sin cobrar comisiones. Su modelo está financiado por las aseguradoras, ofreciendo incentivos que mejoran la rentabilidad del productor.

Sus principales características radican en:

MULTICOTIZADOR: Permite generar cotizaciones



▲ De izquierda a derecha: Luciano Fraire: Director Ejecutivo de Polko; Guido Fraire: Director Ejecutivo de Polko; Franco Fraire: Director General de Polko.

personalizadas, con la combinación de coberturas y aseguradoras y cotizar de manera fácil, rápida y desde cualquier dispositivo.

CANAL DIGITAL: Permite que los clientes coticen y emitan de manera 100% digital.

ASISTENTE DE MARKETING: nuestro propio equipo de marketing que trabaja en generar un banco de imágenes con placas y flyers personalizados.

ACADEMIA: permite acceder a todo el material teórico y práctico relacionado a los productos y coberturas, tanto para tu equipo de trabajo como para tu red comercial.

ACCESO A LAS MEJORES ASEGURADORAS: permite vincularte con las aseguradoras que desees, sin restricción y sin afectar tus comisiones o ingresos.

1.- Historia de la Firma

Polko nace por y para Productores de Seguros.

Desde sus inicios buscamos mejorar la forma que los PAS trabajan y se relacionan con sus clientes. Detectamos que, a pesar de los avances tecnológicos, muchos procesos del rubro seguían siendo lentos, manuales y fragmentados.

Nuestra plataforma integra en un solo lugar herramientas comerciales, de cotización y emisión, marketing y capacitación, siempre con foco en simplificar la operativa diaria y potenciar la productividad del productor.

Hoy, **Polko** es un ecosistema que conecta a productores, compañías y clientes finales, impulsando la digitalización del sector sin perder el valor del asesoramiento humano.

2.- ¿Qué servicios brindan a las empresas?

Ofrecemos a productores y organizaciones de seguros una plataforma integral que les permite:

- Cotizar y emitir pólizas de múltiples aseguradoras de forma ágil.
- Acceder a incentivos comerciales y campañas mensuales con aseguradoras.
- Impulsar su presencia digital con un módulo de marketing ->



Global Reinsurance Brokers

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

Buenos Aires Office

Manuela Saenz 323, Suite 517

Buenos Aires Plaza, Puerto Madero

C1107BPA, CABA, Argentina

Phone: +54 11 5217 9751

contact@americalre.com
www.americalre.com



INNOVACIÓN PARA ASEGURAR TUS VALORES.

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



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



PRODUCTORES

→ que incluye material editable y recursos listos para redes sociales.

- Capacitación continua a través de nuestra Academia Polko.

- Canales digitales propios (página web), que permite conectar con clientes finales, ofreciendo un flujo digital combinado con el acompañamiento personalizado del PAS.

3.- Actualmente, ¿qué impacto tiene la Inteligencia Artificial en la vida cotidiana de las empresas?

La Inteligencia Artificial (IA) está redefiniendo la forma en que las empresas operan, agilizando procesos, mejorando la toma de decisiones y potenciando la experiencia del cliente.

En el día a día, la IA permite automatizar tareas repetitivas, analizar grandes volúmenes de datos para identificar patrones y oportunidades, y personalizar la comunicación de manera mucho más efectiva.

Esto se traduce en eficiencia, reducción de costos y una mayor capacidad de respuesta frente a las necesidades del mercado.

4.- Puntualmente en el área de seguros y finanzas, ¿qué beneficios trae aparejado la implementación de la IA?

En seguros y finanzas, la IA ha facilitado:

- La Evaluación de riesgos más precisa mediante análisis predictivo,

- La Optimización de cotizaciones con algoritmos que identifican las mejores combinaciones precio-cobertura,

- La Prevención de fraude a través de detección temprana de comportamientos atípicos, como aspectos más importantes.

Pero también mejora y seguirá mejorando la experiencia del cliente, con respuestas rápidas y procesos más simples, y la segmentación inteligente, para ofrecer productos y servicios adaptados al perfil de cada cliente.

En Polko, trabajamos en estos beneficios para que el productor pueda enfocarse en su verdadero valor diferencial: el asesoramiento y la relación con el cliente.

5.- ¿Qué piensan acerca de la compra de productos de seguros a través de las diferentes plataformas o incluso de las redes sociales?

Sin dudas que la digitalización es una oportunidad enorme para acercar los seguros a más personas. Hoy el hábito de consumo de los clientes ha cambiado y por eso las plataformas y redes sociales son canales que facilitan la comparación y contratación.

Sin embargo, nuestro gran desafío es mantener la figura del productor asesor, real y humano, para que brinde claridad, confianza y acompañamiento en el tiempo. Entendemos que el productor es el principal canal y es por eso que los clientes siguen prefiriendo este tipo de contrataciones, con alguien que los asesore y escuche.

Por eso en Polko apostamos por un proceso digital rápido y eficiente, complementado con la experiencia y cercanía de un Productor Asesor de Seguros.

6.- ¿Cuáles son los principales avances en los cuales están trabajando de cara al futuro?

Para el futuro nos enfocamos en dos grandes ejes:

- Más mejoras y más productos: Queremos seguir expandiendo la oferta a través de Polko, para que los PAS encuentren todo lo que necesitan y puedan comercializar cualquier tipo de seguro en la aseguradora que más le convenga. Mejorar para que estos procesos sean cada vez más eficientes.

- Ecosistema de marketing y capacitación cada vez más robusto, con recursos listos para potenciar las redes sociales y la captación de clientes.

7.- ¿Qué aceptación tienen estas nuevas herramientas tecnológicas por parte de las empresas?

La adopción ha sido muy positiva.

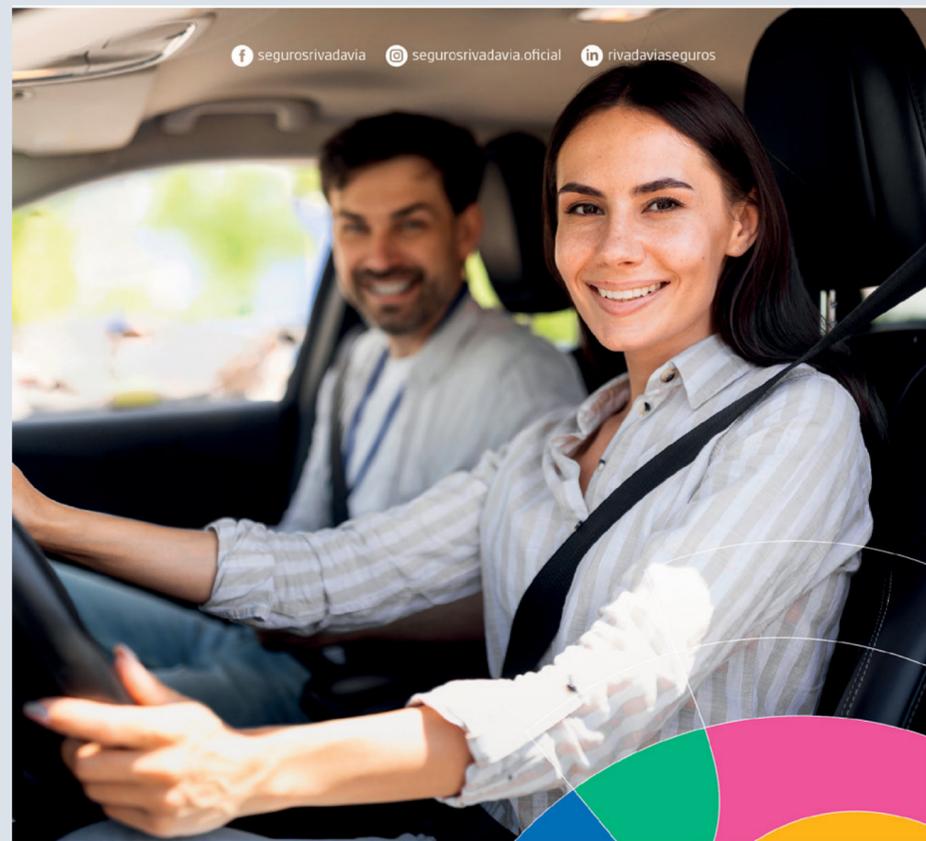
Los productores valoran que Polko ahorra tiempo, centraliza procesos y les da herramientas que antes solo tenían las grandes organizaciones.

El éxito radica en que nuestra plataforma no reemplaza al productor, sino que lo potencia. La tecnología es un medio, y la figura del PAS sigue siendo el centro.

8.- Cualquier comentario que les parezca de utilidad realizar.

El mercado asegurador está viviendo una transformación profunda. En Polko creemos que el cambio es inevitable, pero el rol del Productor Asesor de Seguros seguirá siendo clave para dar sentido y confianza a las decisiones de los clientes.

Nuestra meta es clara: **hacer que la tecnología trabaje para el productor, y no al revés.** 📍



RIVADAVIA
Es más seguro

+54 9 11-3989-8000

Consultá con tu Productor/a Asesor/a de Seguros

segurosrivadavia.com

N° de inscripción SSN 0222

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gov.ar/ssn



SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

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

Orange Time
para vos que
—siempre la ves.

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



**Pago por tiempo
de uso del auto.**



**Pago de siniestros dentro
de los 7 días hábiles.**

La actitud de mirar al futuro.

www.libraseguros.com.ar

LIBRA
SEGUROS

Seguros de vida: protección, ahorro e innovación para conquistar a un nuevo mercado

Especialistas del sector analizaron la evolución de los seguros de vida en Argentina. Coincidieron en que el desafío pasa por ofrecer productos que combinen cobertura, ahorro e inversión, con asesoramiento profesional y herramientas digitales que seduzcan tanto a clientes jóvenes como a los más tradicionales.

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

Los especialistas comenzaron analizando la evolución de los seguros de vida que combinan distintos beneficios.

Marcelo Prekajac, Gerente Ejecutivo de Comercial y Marketing de CNP Seguros, fue el primero en tomar la palabra, y al respecto dijo: "En Argentina, el mercado de seguros de vida está mostrando una tendencia creciente hacia productos que combinan cobertura de vida tradicional con componentes de ahorro e inversión. Hay varios motivos para ello.

En primer lugar, los clientes buscan productos que no solo protejan a sus familias ante un fallecimiento, sino que también les permitan ahorrar o invertir para objetivos futuros, sea educación, retiro, proyectos personales, etc. Se incorporan servicios adicionales como telemedicina, descuentos en farmacias, programas de bienestar y prevención, que mejoran la propuesta de valor y fidelizan al cliente.

Además, en contextos de relativa estabilidad los productos con ahorro resultan atractivos.

Y por último, la tecnología facilita la gestión y el seguimiento de estos productos, mejorando la experiencia del cliente.

En resumen, el mercado local está en una etapa de crecimiento y sofisticación, con una mayor oferta y demanda de seguros de vida que integran protección, ahorro/inversión y bienestar".



Luego, compartió las opciones que brindan en **CNP Seguros**: "Ofrecemos una amplia gama de coberturas, adaptadas a las necesidades de cada segmento y canal comercial. Entre ellas destacan la de Fallecimiento por cualquier causa (natural o accidental), Invalidez total y permanente, enfermedades graves, anticipos por diagnóstico, entre otras.

En algunos productos, se pueden sumar coberturas de asistencias específicas como ser el caso del seguro de vida con ahorro para fuerzas de seguridad en donde se cubre el robo de arma y chaleco, servicios de sepelio, y beneficios de bienestar".

El siguiente en tomar la palabra fue **Sebastián Migliori, Jefe de Vida con Capitalización y Retiro del Grupo Sancor Seguros**, quien se mostró de acuerdo con su colega y sumó: "Los seguros de vida con capitalización vienen ganando terreno en el mercado asegurador argentino, incorporando una variada oferta de coberturas destinadas a la protección de las personas, pero también con la opción de generar un fondo capitalizable. Dicho fondo busca que el asegurado pueda disponer del mismo para cualquier proyecto en el mediano o largo plazo.

Además, bajo la premisa de promocionar una vida saludable ➡



SEGUROS MEDICOS

Su compañía, su seguridad

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



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

SEGUROS MEDICOS Viamonte 1674 - CABA.

Tel (5411) 5811-3228 / 5811-3510 / 5811-3519 / 5811-3918

info@segurosmedicos.com.ar - www.segurosmedicos.com.ar

"65 años garantizando confianza en cada proyecto"

5 AÑOS
ALBACAUCIÓN
Compañía de Seguros

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

www.albacaucion.com.ar



Nº de inscripción en SSN
0329

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Nº de inscripción
en SSN 0749

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



« En Argentina, el mercado de seguros de vida está mostrando una tendencia creciente hacia productos que combinan cobertura de vida tradicional con componentes de ahorro e inversión »»



▲ Marcelo Prekajac, Gerente Ejecutivo de Comercial y Marketing de CNP Seguros

« para las personas, se incorporan a estos productos beneficios adicionales relacionados a cumplir con dicho objetivo (descuentos en gimnasios, recomendaciones en temas alimenticios, consultorio médico virtual, entre otros). También, desde el ámbito gubernamental, se busca promover estas coberturas mediante incentivos fiscales como la deducibilidad de lo aportado en el régimen de impuestos a las ganancias, la inembargabilidad y exención en el impuesto a los bienes personales de los fondos acumulados ».

Y continuó: “En Sancor Seguros, ofrecemos dos productos destinados a dar protección de vida y capitalización. Primero, Vida Ahorro, que cuenta con cobertura por fallecimiento, invalidez total y permanente, muerte accidental, enfermedades graves, adelanto por enfermedad terminal, y otras, sumando un componente destinado al ahorro. Y segundo, Vida Inversión, que hace foco en la constitución de un fondo capitalizable, ofreciendo además una suma asegurada básica de muerte y adelanto por enfermedad”.

Por último intervino **Walter Wörner, Coordinador**

« Los seguros de vida con capitalización vienen ganando terreno en el mercado asegurador argentino, incorporando una variada oferta de coberturas destinadas a la protección de las personas »»



▲ Sebastián Migliori, Jefe de Vida con Capitalización y Retiro del Grupo Sancor Seguros

del Programa Ejecutivo de Seguros de Personas AVIRA-UCA, y del Curso de Posgrado en Gestión Avanzada de Riesgos (ENAP FCE UBA). El profesional declaró: “Es evidente que está casi todo por hacer. Los seguros de personas solamente representan el 13% de la producción total de seguros, mientras que Vida Individual, con poco más de 450 mil millones de pesos, apenas el 2,4% (28% de la producción de Vida).

Si bien hay una cantidad considerable de pólizas vigentes, debemos tener en cuenta que hay asegurados con más de una y, en muchos casos, con una brecha de cobertura muy significativa. También hay coberturas que fueron ‘ofrecidas’ automáticamente, tal vez hasta sin que el asegurado conozca o recuerde su existencia.

Este es otro de los grandes desafíos del sector, crecer a través de seguros de contratación voluntaria, dentro de un proceso de venta relacional, ajustados a las reales necesidades, aspiraciones y posibilidades de cada cliente. Para lograr este objetivo es necesario que más Productores Asesores incorpo-

« Otro de los grandes desafíos del sector, crecer a través de seguros de contratación voluntaria, dentro de un proceso de venta relacional, ajustados a las reales necesidades, aspiraciones y posibilidades de cada cliente »»



▲ Walter Wörner, Coordinador del Programa Ejecutivo de Seguros de Personas AVIRA-UCA

ren a su oferta de asesoramiento los seguros de vida, retiro y salud.

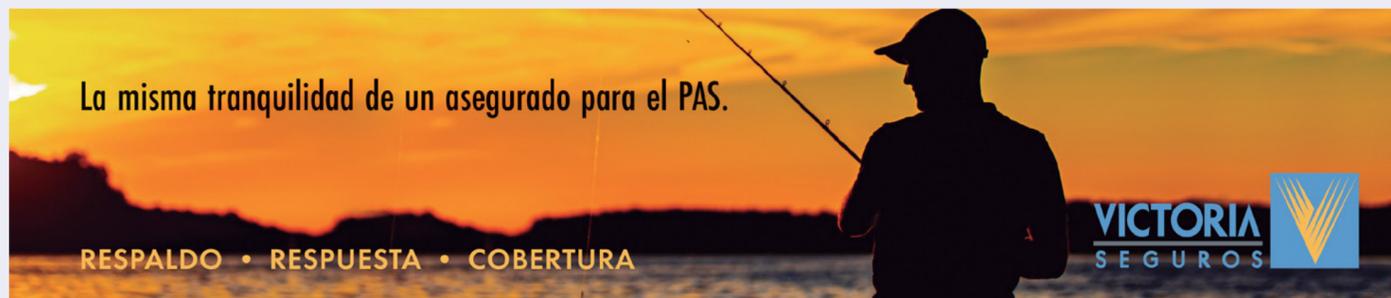
La decisión de contratar un seguro de vida de protección pura o uno que, además, permita la acumulación de un fondo con un objetivo de ahorro definido o como fondo de contingencia o, incluso, en respuesta a alguna aspiración u oportunidad que se pueda presentar, debería responder a un análisis previo. Y esa es, precisamente, la función del Productor Asesor que comprendió que debe ser un asesor integral para un cliente integral, adaptando su propuesta a las necesidades, aspiraciones y posibilidades reales de cada cliente potencial”, afirmó.

Y añadió: “En general se suele inducir al potencial cliente a contratar un seguro de vida con un componente de ahorro, debido a que la prima/aporte es más significativa y, por lo tanto, también las comisiones son más elevadas y justifican el tiempo que se debe dedicar a todo el proceso. Sin embargo, tal vez esa propuesta no siempre se ajusta a las verdaderas necesidades de ese cliente potencial”. ➔

LA SEGURIDAD
DE TENER
UN BUEN SEGURO

AUTO - PATRIMONIALES - ART - VIDA.

Conocé más en:
Galenoseguros.com.ar - Portal PAS / APP Galeno PAS



Nº de inscripción en SSN
064

Atención al asegurado
0800-666-8400

Organismo de control

www.argentina.gob.ar/ssn





BROKERS

→ Asesoramiento

Con base en lo anterior, consultamos por el tipo de asesoramiento de los PAS que pueda ayudar a impulsar la producción de seguros de vida.

Migliori comentó que estos productos abarcan una amplia variedad de aristas y tecnicismos, además de ser susceptibles de diseñarse a la medida del perfil de cada cliente. Y señaló: “Por ello, se requiere que el PAS brinde un asesoramiento integral, personalizado y lo más transparente posible de todas las coberturas que se están ofreciendo: qué parte del aporte se destina a la cobertura y cuál al ahorro, cómo se obtiene una proyección y qué rendimientos se esperan; cuándo y cómo disponer de forma parcial o total del fondo y cómo acceder a esos beneficios adicionales”.

En la misma línea, **Prekajac** sostuvo: “Los PAS deben brindar un asesoramiento integral, personalizado y transparente mediante un relevamiento de necesidades, una explicación clara de coberturas con un lenguaje sencillo sobre qué cubre el seguro de vida y cómo funciona el componente de ahorro y cómo se accede a los beneficios adicionales.

Adicionalmente, pueden simular escenarios concretos donde el seguro puede ayudar en distintas situaciones (fallecimiento, ahorro a largo plazo, uso de descuentos en farmacia, etc.), mostrando el valor inmediato y tangible del seguro”.

En este punto, **Wörner** se refirió a la relación entre la contratación de una cobertura y la existencia de beneficios adicionales.

“Estos ‘beneficios’ en particular ya son commodities, no un atributo diferenciador que represente, hoy, una ventaja competitiva. Aún así, eso va a depender de los mercados objetivos que hayan sido definidos por la aseguradora y/o el productor asesor.

Es en este aspecto, el de los beneficios adicionales, en el que deberíamos ser más creativos e innovadores, de manera de permitirnos tangibilizar la seguridad que ofrece la contratación de un seguro de vida, de ofrecer a nuestros asegurados una experiencia significativa, más allá de la protección, la seguridad y la tranquilidad que el seguro ofrece desde el momento mismo de la vigencia de la cobertura.

Esto es lo que debe transmitirse con mayor convicción, es la esencia del seguro.

Debemos hacer atractiva la exteriorización de este negocio y relacionarlo con lo aspiracional, los buenos momentos y la libertad de elegir, con el sentido de responsabilidad y deseo de trascendencia.

Además, es crítico entender la inconveniencia de postergar la decisión de contratar cualquier seguro pero, en particular, de asegurarse ante la probabilidad de una muerte prematura y de agravamiento natural de las condiciones de asegurabilidad”.

Público joven

En otro orden de temas, los especialistas se refirieron a las estrategias de venta enfocadas en un público joven, con sus propias demandas.

En ese sentido, **Prekajac** observó: “Los jóvenes suelen buscar herramientas que les ayuden a organizar sus finanzas y a ahorrar de manera sistemática. Una póliza de vida con ahorro les permite generar un fondo a mediano/largo plazo, con la ventaja de hacerlo de manera automática y disciplinada. Estos productos permiten rescates parciales o totales del ahorro acumulado, lo que brinda liquidez ante imprevistos o proyectos personales.

Otro punto a destacar son los beneficios impositivos, lo →

EXPERTA SEGUROS

TRANQUILIDAD

ESTAMOS ATRÁS TUYO
PARA QUE ESTÉS
UN PASO ADELANTE.

Consultá con tu
Productor Asesor de Seguros.

experta.com.ar

aacms

ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss

bureau de reaseguros s.a.



rasa

Reaseguradores Argentinos SA

FINALLOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

BROKERS

→ que representa un ahorro adicional y un argumento muy valorado por jóvenes profesionales.

Los productos pueden adaptarse a las necesidades y capacidad de pago del joven, y la gestión digital es clave para este segmento.

Uno de los argumentos fuertes para poder atraer al público objetivo es que los montos de dinero a destinar son accesibles y flexibles. Se adaptan a la realidad económica de cada prospecto y al ciclo de vida de cada uno. Además, pueden acceder a la información de su póliza y de sus ahorros a través del celular de forma simple, rápida y segura”.

A su vez, **Wörner** consideró: “Salvo contados casos en los que se solicita una cobertura para cubrir una necesidad específica, estos seguros deben ser ofrecidos, a través de un asesoramiento adecuado.

Es por este motivo que necesitamos la intervención de productores asesores especializados, al menos en relación con seguros de cierta relevancia donde se requiere un análisis previo de necesidades, aspiraciones y posibilidades concretas de cada cliente potencial. Esto, a su vez, le permite al productor asesor generar un vínculo basado en la confianza, establecer con su cliente una relación perdurable.

En definitiva, se debe construir una cartera de clientes leales, lo que también redundará en el mantenimiento de la cartera de seguros de daños patrimoniales de esos clientes, levantando las barreras de entrada para posibles competidores. Nuevamente, un asesor integral para un cliente integral. Esto, a su vez, es la ventaja competitiva de quienes incursionan activamente en este negocio. En relación con el aspecto puramente vinculado al riesgo de muerte prematura, más “catastrófico” si se trata de una persona joven con dependientes a su cargo, debería estar claro que es éste el mercado objetivo a considerar. No es fácil derribar prejuicios y barreras culturales, ese es el desafío principal, promover conciencia aseguradora (prevención, prevención, seguro, ahorro).

En relación con el Ahorro Posible, tanto a través de un seguro de vida como, sobre todo, a través del seguro de retiro, conviene tener presente que si bien es difícil ahorrar, es ne-



cesario hacerlo. Para complementar ingresos futuros que nos permitan, de alguna manera, garantizar la continuidad de la calidad de vida que hayamos logrado alcanzar al momento del retiro de las actividades remuneradas, y/o para hacer frente a necesidades que pudieran presentarse entretanto. Cuanto antes se decida iniciar un proceso de ahorro sistematizado, menor será el esfuerzo que habrá que hacer”.

Por su parte, **Migliori** comentó: “En un contexto donde prevalece lo digital y la inmediatez para obtener resultados, entendemos que estos seguros atraen y satisfacen las necesidades del sector más joven de la sociedad, los cuales además tienen interés y se preocupan más por la parte financiera que patrimonial. De esta manera, se les ofrece un producto que no solo les otorga protección personal, sino que les da la posibilidad de constituir un ahorro programado junto a beneficios tangibles adicionales”.

Innovación tecnológica y gestión aseguradora

Ya hacia el cierre de nuestro informe, **Prekajac** y **Migliori** reflexionaron sobre el rol de la innovación tecnológica y las plataformas digitales para la comercialización y gestión de los seguros de vida.

Migliori aseguró: “Es fundamental y necesario contar con una plataforma que permita, tanto a los interesados como a los asegurados, conocer las ofertas de productos y poder contratarlos online. Así también, que puedan hacer un seguimiento de su inversión, conocer la evolución de los fondos, rendimientos y novedades respecto a los beneficios que se ofrecen.

Todo esto debe estar, pero sin descuidar la posventa ya que, por tratarse de productos de mediano y largo plazo, las aseguradoras debemos estar presentes para asistir a las personas en todo lo que necesiten”.

En ese sentido, **Prekajac** observó: “La innovación tecnológica y las plataformas digitales están transformando radicalmente el sector de los seguros de vida, afectando a la comercialización, la gestión y la experiencia general del cliente. Su rol es cada vez más protagonista y se puede resumir en tres puntos clave.

Primero, la personalización y segmentación de productos a través del análisis de datos. Por ejemplo, en nuestro portal digital para el canal PAS contamos con un motor de recomendación de productos donde, de acuerdo al perfil del prospecto, el sistema interactúa con distintas fuentes de información a través de un algoritmo y brinda una recomendación al productor asesor de seguro sobre el producto ideal para ese potencial cliente.

En segundo lugar, se optimiza la comercialización. A través de la implementación de chatbots con IA, las compañías pueden guiar a los clientes en el proceso de solicitud y adquisición de los distintos tipos de seguros de vida de forma rápida y sencilla desde sus dispositivos móviles o computadoras. Además, estos chatbots brindan soporte a los productores asesores de seguros sobre información muy específica de productos o los guían para poder ofrecer el producto de la mejor manera.

La tecnología permite la integración de seguros de vida en plataformas de terceros, como tiendas online. Esto hace que el seguro sea un complemento natural y fácil de adquirir al momento de realizar otra transacción, simplificando el proceso para el cliente.

Por último, mejora la gestión y la experiencia del cliente, ya que la IA y la automatización agilizan y simplifican procesos que tradicionalmente eran lentos y complejos. Esto reduce los costos operativos y mejora la velocidad de respuesta”, afirmó.

Y cerró: “En conclusión, la innovación tecnológica y las plataformas digitales no sólo están facilitando la comercialización y gestión de los seguros de vida, sino que están redefiniendo fundamentalmente la industria. Al poner al cliente en el centro, estas herramientas permiten una mayor personalización, accesibilidad y eficiencia, creando un mercado de seguros de vida más dinámica, transparente y adaptable a las exigencias del siglo XXI”.

 HIPOTECARIO SEGUROS

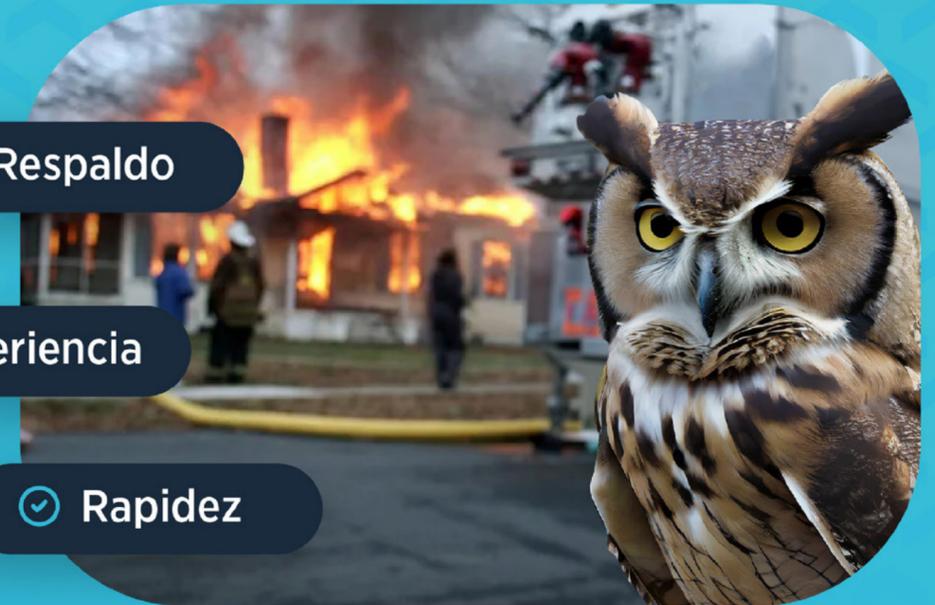
¿Se te prende fuego la cartera?

Si pasa, resolvemos.

✓ Respaldo

✓ Experiencia

✓ Rapidez



Tenemos la mejor oferta de productos para tus asegurados.

Llámanos y dejá todo en manos de nuestros especialistas.

www.hipotecarioseguros.com.ar - 0810-666-0101



“La coyuntura abre oportunidades para consolidar el rol del seguro”

A pesar del contexto desafiante, se espera crecimiento en ramos impulsados por una mayor conciencia de previsión y resguardo, tales como Hogar, Vida y Salud, explica Carola Altuna, directora técnica de La Caja. Por estos días, la compañía brinda cobertura a más de un millón de asegurados en todo el país y tiene una participación de mercado de un 7,7% (tercera en el ranking de producción) y de un 10,5% en el rubro Automotor (segunda en el ramo). “Creemos con foco en la innovación, la digitalización, las alianzas estratégicas y la cercanía con el cliente”, explica la ejecutiva.

Escribe **Diego Fiorentino**

El escenario económico por el que atraviesa la Argentina presenta desafíos estructurales que impactan directamente en la operación del mercado asegurador: alta inflación, volatilidad de costos y una litigiosidad creciente. Sin embargo, también abre oportunidades para consolidar el rol del seguro como herramienta de previsión y protección patrimonial. Así lo entiende **Carola Altuna**, directora técnica de **La Caja**, quien advierte que en el actual contexto el seguro se vuelve clave para resguardar bienes y brindar tranquilidad ante eventos inesperados.

“Se aprecia un crecimiento en la demanda de seguros de Hogar, Vida y Salud, impulsados por una mayor conciencia sobre la previsión familiar. Y también crece la venta de seguros de autos, especialmente por la recuperación del parque vehicular. Nuestra estrategia se orienta a diversificar la oferta acercando propuestas innovadoras y accesibles con foco en soluciones digitales que faciliten la contratación y el uso de los seguros”, explica la ejecutiva en diálogo con Informe.

Negocio sustentable

Para hacer frente a la coyuntura, **La Caja** trabaja con modelos técnicos que le permiten ajustar las tarifas de manera dinámica, contemplando la evolución de la siniestralidad, los costos operativos y el valor de los bienes asegurados. “En el ramo Automotor, por ejemplo, monitoreamos constantemente el precio de los repuestos y la mano de obra, así como el impacto de los eventos climáticos. Nuestro objetivo es ofrecer precios competitivos sin comprometer la solvencia ni la calidad del servicio. En ese sentido, la gestión tarifaria es clave para garantizar la sustentabilidad del negocio y cuidar el acceso de los clientes a la protección aseguradora”, precisa **Altuna**.

Más cerca

Según revela la directiva, la retención de cartera es un indicador central para la compañía que representa. “A pesar del contexto desafiante, mantenemos niveles sólidos de retención gracias a una estrategia integral que combina atención personalizada, productos flexibles y una experiencia digital ágil. Hoy en día acompañamos a más de un millón de asegurados en todo el país, brindando cobertura en Automotores, Hogar, Vida, Salud y otros ramos. Nuestro foco está en fortalecer la relación con los clientes, ofreciéndoles soluciones a medida y herramientas tecnológicas que simplifiquen su experiencia”.



▲ **Carola Altuna**, directora técnica de La Caja

« Nuestro resultado técnico se fortaleció gracias a una gestión eficiente de la siniestralidad y las políticas de suscripción »

Motores de crecimiento

Según la visión de Carola Altuna, directora técnica de La Caja, los ramos que motorizarán el crecimiento del mercado asegurador durante lo que resta de 2025 y 2026 serán Automotores, especialmente por la recuperación del parque vehicular, que en agosto pasado cerró con un alza de ventas de +31,7% en comparación con el mismo mes de 2024; y Hogar, Vida y Salud, donde la demanda está creciendo de la mano de una mayor conciencia de protección y la posibilidad de proyección de iniciativas a largo plazo. ■

¿Cuál es el mix de cartera actual? ¿Tienen planificado darle mayor énfasis a algún ramo en particular o sumar nuevos ramos? le preguntamos a la directora técnica de La Caja.

Si bien nuestra cartera está liderada por el ramo Automotor -el producto insignia de la compañía-, en los últimos años hemos logrado una diversificación sostenida, con crecimiento particular en **Flota, Moto y Hogar**. Y como parte del **Grupo Generali** y de su estrategia global, también estamos abocados a ofrecer resguardo para movilidad sustentable, incluyendo autos y motos eléctricos e híbridos. Es el caso del **Kwid** y el **Megane E-Tech** de **Renault**, de la **SUV Kuga** y la **F-150** híbridas de **Ford**, de la **SUV Chevrolet Spark EUV** y de la línea híbrida de **Toyota (Corolla Cross y SW4)**. A través de alianzas estratégicas con las terminales automotrices resguardamos a los conductores de estos modelos y otros que están ingresando al mercado argentino. ➔



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

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

Life SEGUROS
Tu forma de vivir

UNA EMPRESA DE
SGST
Grupo Financiero

lifeseuros.com.ar

f /LifeSegurosArgentina

ig /lifeseurosargentina

in /lifeseurosargentina

yt /@LifeSeguros

→ De cara al futuro, en tanto, buscamos potenciar ramos con baja penetración pero con alto potencial, como **Hogar y Vida**, y seguir desarrollando productos embebidos, modulares y digitales que se adapten a los nuevos hábitos de consumo.

¿Tienen previsto lanzar nuevos productos?

Sí, estamos desarrollando nuevas coberturas alineadas con las tendencias del mercado y las necesidades de nuestros asegurados. Algunos ejemplos son el seguro de Hogar, con cotizador 100% online, cobertura personalizable, asistencias para emergencias y mantenimiento y servicios asistenciales para mascotas (reintegros por gastos veterinarios, comida y traslado médico); **Ticket+Bolso Protegido**, un seguro embebido para espectadores teatrales en alianza con **Plateanet** que cubre eventualidades que afecten el espectáculo; y Seguro Conectado, una cobertura exclusiva para vehículos conectados al plan **'Servicios Conectados'** en alianza con **Toyota Argentina** y disponible para la nueva línea de **SW-4, RAV-4, Corolla** y **Corolla Cross** que permite acceder a beneficios en la prima a partir de un sistema de scoring. Estos productos reflejan nuestra apuesta por la innovación, la digitalización y la cercanía con el cliente.

¿Con qué canales comerciales operan?

Trabajamos con una estrategia multicanal que incluye a nuestra red de más de 1.000 productores asesores, 45 sucursales en todo el país y canales digitales disponibles 24/Siempre. Por su parte, Letizia, nuestra asistente virtual basada en IA, permite cotizar, contratar y gestionar pólizas de forma ágil y segura cuándo y dónde sea. Esta combinación de cercanía humana y soluciones tecnológicas nos permite adaptarnos a las distintas necesidades y hábitos de consumo para ser la aseguradora número uno en preferencia.

« Mi objetivo es consolidar un marco técnico sólido, optimizar modelos de pricing y siniestralidad y acompañar el desarrollo de productos innovadores »



¿Qué están haciendo en materia de canales digitales? ¿Qué herramientas tecnológicas les ofrecen a sus PAS?

Impulsamos fuertemente nuestros canales digitales. Los clientes pueden cotizar, contratar, pagar y gestio-

nar sus seguros desde la web o la app y acceder a documentación digital. A los PAS, por su parte, les ofrecemos plataformas de gestión de cartera, cotizadores online, seguimiento de operaciones y acceso a documentación. También incorporamos IA para asistirlos en tareas operativas, potenciando su rol como asesores estratégicos.

¿Qué volumen de producción obtuvieron durante el último ejercicio? ¿Cuáles son sus proyecciones para este período?

La Caja mantiene una posición de liderazgo en el mercado asegurador argentino con una participación de un 7,7% del total del mercado objetivo y de un 10,5% en el rubro Automotor, según datos de la SSN a junio de este año, ubicándonos en el tercer y segundo puesto respectivamente. Para este período proyectamos crecer por encima del promedio del mercado, apalancados en la diversificación de productos, la expansión digital y el fortalecimiento de nuestra red comercial.

¿Cómo marcha la rentabilidad de la compañía? ¿Cómo se encuentra en términos de solvencia? ¿Y en cuanto al resultado técnico?

Mantenemos una posición sólida en solvencia y liquidez. Contamos con una calificación AAA.ar con perspectiva estable por parte de **Moody's Local Argentina**. Y si bien el negocio se ve desafiado por la volatilidad económica, la alta litigiosidad y el fraude, el resultado técnico de la compañía se fortaleció gracias a una gestión eficiente de la siniestralidad y las políticas de suscripción. Aplicamos modelos predictivos, IA y automatización para contener costos y mejorar la eficiencia operativa, especialmente en un entorno de alta litigiosidad persistente.

¿Cuáles son las proyecciones del mercado en general y de su compañía en particular para 2025?

El mercado asegurador argentino atraviesa un 2025 desafiante, pero con oportunidades claras. Se espera crecimiento en ramos como Hogar, Vida y Salud, impulsados por una mayor conciencia de previsión y resguardo. En **La Caja** crecemos con foco en la innovación, la digitalización, las alianzas estratégicas y la cercanía con el cliente. Queremos consolidarnos como una compañía ágil, humana y relevante para los nuevos tiempos.

¿Cuáles son los lineamientos estratégicos de su compañía para el nuevo ejercicio?

Se centran en la innovación tecnológica (IA, automatización y digitalización de procesos); la diversificación de productos (movilidad eléctrica, seguros embebidos, Hogar, Vida y soluciones integrales para pymes y grandes empresas); la cultura centrada en el cliente (cercanía, transparencia y experiencia omnicanal); y el compromiso social (a través de **The Human Safety Net Argentina**, nuestra fundación, y de las acciones de impacto comunitario que realizamos en el marco de nuestra estrategia de Sustentabilidad y el trabajo colaborativo con las **ONG Haciendo Camino** y **Fundación Emmanuel**).

¿Cuáles son los principales objetivos que se ha propuesto lograr al frente de la Dirección Técnica de La Caja?

Creo en una mirada integral que combine rigurosidad técnica con una comprensión profunda de las necesidades de nuestros asegurados. Mi objetivo es consolidar un marco técnico sólido, optimizar modelos de pricing y siniestralidad, y acompañar el desarrollo de productos innovadores que respondan a los cambios sociales y económicos. ☺

Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

Nationalbrokers

35 años

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

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

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

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

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

Visión integral



El recorrido profesional de **Carola Altuna** comenzó en **La Caja** en 2013 dentro del equipo de Riesgo. Desde entonces trabajó en la implementación de políticas y lineamientos técnicos, cálculos de solvencia y gestión de riesgos financieros, de crédito, liquidez, suscripción y operacional. En 2021 asumió el rol de gerente de **Área de Riesgos**, con el objetivo de consolidar un marco de gestión sólido y eficaz alineado con los estándares del **Grupo Generali**. También tuvo la oportunidad de desempeñar un doble rol regional como **Chief Risk Officer** tanto en **La Caja** como en la región Mediterránea y Latinoamérica, liderando proyectos estratégicos como la implementación del cálculo de capital bajo **'Solvencia II'** en la Argentina y otros países de la región. Además, formó parte del equipo de **Riesgos Internacional en Milán**, donde colaboró en la implementación del **Marco de Riesgos** del grupo en Asia durante 2019. Esa trayectoria le permitió desarrollar una visión integral del negocio, combinando rigurosidad técnica con una comprensión profunda de los desafíos y oportunidades del mercado asegurador. "Nuestro sector tiene un rol fundamental en acompañar a las personas y empresas promoviendo la cultura aseguradora y diseñando soluciones accesibles, sostenibles y adaptadas a la realidad actual", explica la ejecutiva en diálogo con **Informe**. ■

Más de la mitad de las gestiones de seguros ya se resuelven por canales digitales potenciados con IA

La combinación de plataformas de autogestión y herramientas de inteligencia artificial permite una atención al cliente más ágil, cercana y valorada por los asegurados.

El sector asegurador, al igual que otras industrias con una parte importante de su negocio en la esfera digital, se encuentra en un punto de inflexión estratégico. La inteligencia artificial ya no es una promesa futura, sino un imperativo fundamental que, integrada a los canales de autogestión, multiplica la capacidad de respuesta de las compañías. De hecho, se estima que su potencial económico global alcanza los USD 4,4 billones, según cifras de McKinsey.

Un relevamiento internacional de KPMG identificó que el 57 % de las compañías de seguros la considera la principal tecnología para alcanzar sus metas en los próximos tres años, mientras que el 58 % espera beneficios en rentabilidad, detección de fraudes y prevención de ciberataques, entre otras áreas.

El verdadero potencial de la IA, sin embargo, no se limita a sumar herramientas, sino a rediseñar procesos completos —desde la suscripción hasta la gestión de siniestros— y garantizar experiencias consistentes a lo largo de todos los canales. El resultado es una atención que combina eficiencia y personalización, donde todos ganan: las compañías optimizan recursos y los clientes acceden a soluciones más rápidas y confiables.

En este marco, Grupo San Cristóbal se consolida como un actor clave en el mercado argentino, al lograr que más del 59 % de las gestiones se resuelvan por canales digitales, reflejando un cambio cultural profundo en la relación aseguradora-asegurado. Este avance no solo reduce la carga operativa presencial, sino que responde a la creciente preferencia de los clientes por opciones de autogestión como uno de los canales disponibles para contactarse con la compañía.

Un ejemplo de esta estrategia es Santi, el chatbot de la compañía lanzado en 2023, que se ha transformado en un canal ágil y en constante evolución. En los últimos meses alcanzó un índice de satisfacción de 4,26 puntos, superando ampliamente los registros de sus primeras versiones y consolidándose como un recurso de valor para los asegurados. Su desempeño demuestra cómo la inteligencia artificial aplicada a la atención aporta autonomía y rapidez sin perder de vista la calidad de la experiencia.

Al mismo tiempo, Grupo San Cristóbal mantiene una atención telefónica de excelencia, con un CSAT (Customer Satisfaction Score) de 4,81, que evidencia la importancia del acompañamiento humano. Este equilibrio entre autogestión, inteligencia artificial y contacto personal es central en la estrategia de la compañía, que concibe la innovación como un medio para potenciar la cercanía, no para reemplazarla.

De esta manera, la tecnología se afianza como un puente que conecta a los clientes con soluciones más simples, rápidas y confiables. En un mismo ecosistema —integrado por Santi, la app, la web y la atención telefónica— cada interacción suma para que cada asegurado sienta la tranquilidad de estar respaldado en todo momento.

Innovación y una convocatoria récord marcaron la convención de agencias de La Segunda Seguros



La Segunda Seguros, uno de los cinco principales grupos aseguradores del país, celebró con éxito su 15ª Convención de Agencias los días 4 y 5 de septiembre en Mendoza. El evento batió récords al reunir a más de 800 Productores Asesores de Seguros (PAS) de todo el país, junto a líderes de la compañía, para delinear una visión de futuro centrada en la confianza, la innovación y la conexión con el cliente. Durante dos jornadas intensivas, oradores de primer nivel ofrecieron herramientas y visiones sobre los desafíos de un mercado en plena transformación. La agenda abordó temas clave como la inteligencia artificial, la conexión con la Generación Z, la construcción de marca personal y las nuevas tendencias de consumo. Entre las ponencias más relevantes se encontraron:

- **Jonatan Loidi**, especialista en marketing, quien inspiró a los presentes con su teoría "El camino del 5%" para alcanzar objetivos extraordinarios.
- **Ximena Díaz Alarcón**, especializada en brand marketing, presentó las tendencias del mercado de seguros.
- **Den Borg**, mentora en estrategia de marca personal, potenció al auditorio con tips de marca personal online y offline.

- **Pedro Mondelo**, director de la Fundación ORP de Barcelona, habló del futuro del trabajo.
- **Hernán Fernández**, periodista especializado en seguros, lideró el panel de innovación.

Confianza en el futuro: la visión de los líderes

La apertura estuvo a cargo de **Mario Castellini**, gerente general de La Segunda Seguros, quien expuso la estrategia de la compañía para los próximos años, remarcando que, en su visión de largo plazo, la aseguradora apuesta por una alianza cada vez más sinérgica con los PAS y la tecnología. **Mario Teruya**, subgerente general comercial de La Segunda Seguros, hizo un repaso por todas las charlas y destacó que "las disertaciones y paneles fueron diseñados para ofrecer a los productores una visión integral de las tendencias que están redefiniendo el sector". Por su parte, **Juan Mosquera**, subgerente general de operaciones de La Segunda Seguros, invitó al auditorio a hacer un "viaje hacia el 2033", año en que la aseguradora celebrará su 100 aniversario, y propuso ser protagonistas de ese futuro: "Cada cliente que atendemos, cada meta que superamos, cada innovación que adoptemos es un paso en ese viaje".

Una red que crece, con la tecnología como aliada

Leonel Bianco, gerente comercial de La Segunda Seguros, además de abordar cuestiones del negocio y su impacto en el rol del Productor, destacó especialmente la importancia del encuentro a partir del valor de la cercanía. "Sin dudas, el componente humano es fundamental en nuestro negocio y fue el alma de esta convención. El reencuentro presencial fue un verdadero motor para fortalecer nuestros lazos y reafirmar el compromiso mutuo. Estoy convencido de que este tipo de encuentros no solo nutren el espíritu de nuestra red, sino que tienen un impacto directo y positivo en el crecimiento del negocio", afirmó.



Por su parte, **Guillermo Müller**, subgerente general de desarrollo organizacional, destacó los avances tecnológicos que está incorporando la empresa y el rol de la innovación remarcando que: "La tecnología no es un reemplazo, sino un aliado estratégico del productor para generar más y mejores negocios".

La segunda jornada contó con la presencia del **Presidente de La Segunda, Hugo Tallone**, quien reconoció "el rol fundamental del PAS" así como valoró la "confianza de elegir trabajar con una de las aseguradoras más sólidas y con mayor solvencia del mercado". Asimismo, dijo presente en el evento el Superintendente de Seguros de la Nación, **Guillermo Plate**, quien destacó que estamos ante una "revolución del seguro": "Muchos jóvenes se están acercando y eso es gracias a la confianza y la estabilidad. Tenemos todo por hacer y crecer: más productos, llegar a lugares donde no se estaba llegando, acortar brechas".

Además, un panel de lujo titulado «Mente Ganadora» inspiró a los presentes con las historias de **Manu Ginóbili**, que se conectó desde Estados Unidos, **Paula «Peque» Pareto** y **Andrés «Chapu» Nocioni**, con la participación especial de **Eber Ludueña**, quienes compartieron los secretos de una mente ganadora: cómo se construye la confianza en un equipo, la importancia de la disciplina, cómo mantener el foco en la meta y qué aprendizajes surgen de las frustraciones.

El seguro agropecuario, clave para dar previsibilidad al campo: la nueva propuesta de SANCOR SEGUROS para la campaña 2025/2026



Cada campaña agrícola exige más al productor agropecuario: mayor inversión en tecnología, decisiones más precisas y, al mismo tiempo, un cuidado más estricto de los costos. En ese contexto, el seguro deja de ser un respaldo opcional para convertirse en un aliado estratégico que protege la inversión y da previsibilidad frente a riesgos climáticos o económicos. Con esa mirada, **SANCOR SEGUROS**, líder en seguros agropecuarios, lanzó su campaña para la temporada 2025/2026 con foco en coberturas contra granizo y seguros para ganado, con beneficios diferenciales que facilitan el acceso a productores de todo el país. "El campo es motor de la economía y, al mismo tiempo, un sector que convive

con riesgos crecientes. El empresario agropecuario argentino tiene una virtud que lo distingue: la resiliencia. Está acostumbrado a adaptarse, a flexibilizar decisiones, a buscar alternativas para seguir produciendo en medio de la incertidumbre. Nuestra misión es brindar herramientas que den tranquilidad y permitan proyectar el trabajo con confianza", destacó **Gustavo Mina**, Gerente de Seguros Agropecuarios de **SANCOR SEGUROS**.

La propuesta de la aseguradora se concentra en los riesgos más determinantes para el campo argentino y aporta soluciones diseñadas para la realidad productiva actual:

- Financiación en pesos y con valores fijos, principalmente con Banco del Sol, accesible tanto para clientes como no clientes.
- Liberación de lotes en etapa de resiembra, garantizando que el productor mantenga el control de sus decisiones agronómicas.
- Canje y todas las modalidades de pago disponibles en el mercado.

Además, quienes contraten los packs de precampaña accederán a beneficios adicionales, como vouchers para contratar otras coberturas dentro del ecosistema de soluciones de **SANCOR SEGUROS**. Ante un escenario productivo cada vez más desafiante, **SANCOR SEGUROS** renueva su compromiso con el campo argentino y ofrece coberturas que combinan experiencia técnica y respaldo financiero, con la mirada puesta en el futuro del sector.

Bajo el lema "Celebremos juntos" AlbaCaución reunió a sus clientes y productores en un evento exclusivo en Córdoba



En el marco de los festejos por el 65 Aniversario de AlbaCaución y 43 años de presencia en la Ciudad de Córdoba, se ofreció un cóctel para agasajar a clientes y productores de seguros.

La iniciativa, pensada como un espacio de encuentro y reconocimiento, se desarrolló el pasado viernes 26 de septiembre en **Adobados, La Calera**, un ámbito de impronta desconstruida y de gran calidez, elegido para transmitir de forma genuina los valores que guían el accionar de la compañía: cercanía, profesionalismo y flexibilidad.

Del evento participaron autoridades de **AlbaCaución**, entre ellas su **Presidente José Mariano Cuffia**, el **Director Comercial Diego Brun** y la **Gerente de Asegurados y Relaciones Institucionales Virginia Marinsalta**. Por parte de la Oficina de la Ciudad de Córdoba participaron **Roberto Herrero**, **Ignacio Rodríguez**, **Lucas Williams** y el resto del equipo. Todos ellos encabezaron el encuentro en un clima distendido y cálido, propicio para el intercambio en un plano más personal.

Los discursos versaron principalmente sobre el camino recorrido de la **Compañía** como especialista en el ramo **Caución**, el profesionalismo de las unidades comerciales para acompañar a los clientes en su desarrollo, así como también los desafíos que se han asumido a lo largo de las décadas destacando el liderazgo de **AlbaCaución** en Córdoba. Finalmente las palabras de los directivos alentaron a las nuevas generaciones a seguir creciendo y reafirmando el compromiso de la compañía en el apoyo a los nuevos proyectos.

Como obsequio, los asistentes recibieron una agenda de cuero artesanal como recuerdo del encuentro.



CONTA CON LA RED DE ASISTENCIA VIAL MÁS COMPLETA DEL PAÍS



La Caja auspició el XXII "Gran Premio Histórico" del ACA

Conocida coloquialmente como "el museo itinerante del automovilismo", esta carrera de 3.300km recorrió las provincias de Buenos Aires, Entre Ríos, Corrientes, Misiones, Chaco y Santa Fe. La misma contó con la participación de más de 120 autos históricos.



La Caja, aseguradora líder de la Argentina y gran promotora de la seguridad y el manejo responsable, patrocinó nuevamente el "Gran Premio Histórico" del Automóvil Club Argentino. La edición XXII, tuvo su partida simbólica el viernes 13 frente a la sede central del club en Av. Libertador 1850. La icónica carrera de regularidad cubrió más de 3.300km y finalizó este fin de semana en Santa Fe. El "Gran Premio Histórico" es una carrera que lleva 22 ediciones recorriendo distintos puntos del país y donde participan automóviles de todas las categorías Turismo hasta 1985. Además, este año se abrió la nueva categoría "Contemporáneos", con autos nafteros desde 1985 hasta 2025. Cada auto pasa por rigurosas evaluaciones técnicas para asegurar su manejo a fin de promover el manejo seguro y responsable. Este año 120 autos inscriptos viajaron por la Mesopotamia

"Acompañar al ACA, en esta nueva edición del certamen, fortalece nuestro compromiso de elevar la experiencia automovilística en la Argentina. Como todos los años y con motivo de nuestro 110 aniversario, estamos orgullosos de apoyar a uno de nuestros principales socios estratégicos", asegura Matías Lacoste, Director Comercial, Corporativo y Alianzas. "Este es un gran evento que une a amigos y familias con la pasión automovilística."



Matías Lacoste
Dir. Comercial Corporativo & Alianzas

La aseguradora, además, contó con presencia de marca en la señalética del arco de partida, con snacks para los corredores y con participación de empleados de las sucursales en las localidades del recorrido. Durante la ceremonia de cierre, en Santa Fe, la empresa presentó la categoría y premio Clasificación GT Nacional 2025.



Manuela Araujo - La Caja
Directora de Marketing y Comunicación

Manuela Araujo, directora de Marketing de La Caja, agrega: "El auspicio del 'Gran Premio Histórico' es un pilar central de nuestra estrategia de sponsorero anual. El trabajo en equipo, el manejo responsable y la representación federal son todos valores de este certamen que resuenan con los valores de La Caja."

El año pasado, en la edición XXI, La Caja registró el certamen en un videoblog donde puede verse el día a día, la camaradería, el vínculo familiar, la solidaridad y los retos que conlleva el manejo de un auto histórico en situaciones desafiantes.

El videoblog puede verse aquí:
<https://youtu.be/KzZn8RpVN4>

LA PARTIDA SIMBÓLICA

Tradicionalmente, el ACA organiza una partida simbólica que sirve de espacio promocional y vidriera para que gente pueda acercarse y apreciar una parte esencial de nuestra historia automovilística. En la edición XXII tuvo lugar frente a la sede central del ACA, que en 2025 cumple 121 años de historia. Allí más de 120 autos históricos, junto a otras decenas de autos de soporte técnico, grúas, apoyo familiar y promoción.



Además, el "Gran Premio Argentino Histórico" es la prueba para incentivar el desarrollo federal porque propone circuitos que atraviesan la geografía nacional. Más aún, tiene un fin solidario mediante la delegación de Cáritas: al finalizar cada etapa, deben entregarse cinco kilos de alimentos no perecederos a destinados a instituciones en localidades más vulnerables de las provincias recorridas.

Breves de Informe



MetLife adquiere el 20% de Klimber y refuerza el liderazgo de la insurtech en América Latina

Klimber, la principal insurtech que impulsa la adopción del seguro en América Latina, anunció hoy que MetLife, uno de los aseguradores globales más importantes, ha adquirido una participación accionaria del 20% en la compañía. Este hito refuerza aún más la posición de Klimber en el cambiante panorama del seguro digital en la región. Desarrollada sobre una infraestructura tecnológica propia, Klimber permite a socios del sector bancario, retail, fintech y e-commerce integrar y distribuir productos de seguros de forma ágil y a escala.

"La inversión refleja la estrategia New Frontier de MetLife en acción: apoyar la innovación, impulsar el crecimiento y democratizar el acceso al seguro en América Latina", expresó Naomi Johnson, Directora de Transformación de Negocios e Innovación en MetLife América Latina.

"Fundamos Klimber con la misión de hacer el seguro simple, escalable y accesible a través del uso de datos e inteligencia artificial", comentó Julián Bersano, CEO global de Klimber. "Ver hoy a más de 13,9 millones de personas protegidas y cerca de 300 millones de dólares en primas administradas es una prueba concreta de esa visión. Nuestra plataforma está ayudando a transformar la suscripción de seguros y la experiencia del cliente, ampliando el acceso a la protección en mercados poco penetrados." Con una sólida cartera de alianzas y ambiciosos planes de crecimiento, Klimber y MetLife están comprometidos conjuntamente con transformar la forma en que los seguros son accesibles y distribuidos en América Latina, ayudando a cerrar brechas de protección y aumentar la penetración del seguro.

SANCOR SEGUROS presente en la décima edición de LaConfe 2025



La compañía presenta un producto concebido para minimizar el impacto ambiental, y que ofrece un ahorro en los costos de las pólizas y franquicias.

El pasado 17 de septiembre, SANCOR SEGUROS participó en la décima edición de LaConfe (anteriormente llamada Conferencia Anual 100% SEGURO), uno de los eventos de seguros más importantes de Hispanoamérica, celebrada en el Hotel Hilton Buenos Aires. La aseguradora contó con su propio stand en la Experience Zone, donde presentó sus productos y servicios, además de compartir con los más de 2.000 asistentes su visión sobre el futuro de la industria. El espacio fue punto de encuentro para el diálogo con productores, clientes y referentes del sector.



Uno de los momentos más destacados de la jornada fue la entrega de premios de SANCOR SEGUROS, que tuvo como galardón principal una camiseta firmada por miembros del plantel de la Selección Argentina de Fútbol, de quienes la aseguradora es sponsor oficial hace más de una década. En un evento que reunió a más de 30 speakers, representantes de 10 países y 75 sponsors, la aseguradora demuestra una vez más su compromiso con la innovación, la cercanía con los profesionales, el impulso a nuevas experiencias dentro de la industria y su interés por ser parte del diálogo que marca el futuro del seguro en la región.



Rivadavia Seguros agasajó a la prensa especializada en su Casa Central



El lunes 22 de septiembre, Rivadavia Seguros organizó un encuentro con un nutrido grupo de representantes de la prensa especializada, en el marco de los festejos que viene impulsando por su 80º aniversario.

La jornada de intercambio, desarrollada en su Casa Central de la ciudad de La Plata, comenzó con una enriquecedora charla y la proyección de un video que repasó brevemente pasado, presente y futuro de la aseguradora. Luego, se llevó a cabo un almuerzo que culminó con un brindis donde se agradeció no solo la visita sino también todo el recorrido y la trayectoria compartida.

Por parte de Rivadavia, estuvieron presentes Jorge Slutzker, presidente de Rivadavia Seguros; Néstor Erreforcho, vicepresidente de Rivadavia Seguros; Roberto Caruso, presidente de Rivadavia Mutua; Salvador Guastella, vicepresidente de Rivadavia Mutua; Manuel Quintero Martínez, secretario de Rivadavia Mutua; y Mario Oscar Rebol, consejero independiente. Al mismo tiempo, fueron parte también los funcionarios Rosana Ibarra, gerente general; Julio Salvioli, gerente de Dirección Comercial; Martín Casares, gerente de Administración; Oscar Vilarriño, gerente de Innovación y Desarrollo; Gustavo Manilla, gerente de Dirección Técnica; y Pablo Maifredini, jefe de Marketing y Relaciones Institucionales.

En un año tan especial para su historia y con un encuentro que se destacó por la camaradería y la cordialidad, la compañía agasajó una vez más a quienes con dedicación y compromiso comunican de manera crítica y objetiva la realidad del mercado asegurador argentino.

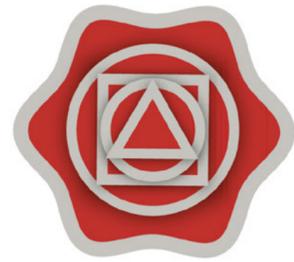


Integrity Seguros mejora su calificación crediticia a AA+

● Evaluadora Latinoamericana elevó la calificación crediticia de Integrity Seguros Argentina S.A. a AA+. Reconociendo una muy alta capacidad de pago en los términos y plazos pactados, Evaluadora Latinoamericana aumentó la calificación crediticia de Integrity Seguros a AA+ en la revisión de los estados financieros al 30 de junio de 2025.

David Rey Goitia, presidente de Integrity Seguros, comentó: "Esta mejora en nuestra calificación de crédito ratifica el camino de crecimiento rentable y sostenido que venimos transitando. Integrity es hoy una de las mejores compañías en el mercado argentino tanto por su solvencia, reflejada en sus abultados superávits técnicos y cumplimiento puntual de obligaciones, como por su excelente nivel de servicio, evidenciado consistentemente en los resultados de las encuestas permanentes de clientes, productores y empleados de la Compañía. Estamos muy satisfechos con la nueva calificación y nos proponemos seguir trabajando para mejorarla aún más"

Para acceder al informe completo de Evaluadora, por favor presione [aquí](#).



EVOLUCIÓN SEGUROS
DE LA MANO CON VOS

Seguro de caución



+ 75

AÑOS EN EL MERCADO

CALIFICACIÓN PRO RATING **A**

Primera póliza de caución del país.

+1.000.000 BENEFICIARIOS DE PÓLIZAS

ESPECIALISTAS EN SEGUROS PARA EMPRESAS

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

evolucionseguros.com.ar



9 11 2658 9562

AOSS celebró su 60a Asamblea General Ordinaria y eligió a sus autoridades

Destacando hitos y logros de su Primer Plan Estratégico



● **AOSS**, la **Asociación de Organizadores del Grupo Sancor Seguros**, desarrolló en El Calafate la Asamblea General Ordinaria correspondiente a su Ejercicio N° 60. Más de 250 asociados se dieron cita en esta imponente ciudad patagónica para celebrar una nueva Asamblea y especialmente para celebrar los 60 años de trayectoria de la entidad y destacar los logros de su primer plan estratégico trienal, que llevó adelante durante el período 2022-2025.

En relación con las autoridades, la **Mesa Directiva** quedó conformada por **Mauricio Poldrugach** como Presidente, **Manuel Fregona** como Vicepresidente, **Marcelo Chialvo** como Secretario, **Horacio Copetti** como Tesorero y **Lucas Montini** como Secretario de Actas. También fueron elegidos los Vocales Titulares y Suplentes, y los secretarios de las Delegaciones, un rol clave para llegar a los socios de AOSS en todo el país.



“La asamblea anual es siempre muy importante porque nos permite hacer un balance sobre el desarrollo de nuestra institución en un marco de absoluta camaradería”, comentó **Mauricio Poldrugach** y agregó que “este año fue muy especial porque hemos podido celebrar juntos los primeros 60 años de AOSS, honrando a aquellos pioneros que tuvieron la visión de unirse para buscar el bien común junto al Grupo Sancor Seguros”. Durante la asamblea, se dieron a conocer los logros destacados del último año, en línea con el cumplimiento de los objetivos del plan estratégico 2022-2025: fortalecimiento del posicionamiento de la entidad dentro del **Grupo Sancor Seguros** y el mercado en general, incremento de asociados y mejora en la percepción de valor agregado. Los socios de **AOSS** aumentaron un 22% en los últimos tres años; hoy, son más de 620 Organizadores, que representan el 40% de la cartera del **Grupo Sancor Seguros**.

Marcelo Chialvo, secretario de la Comisión Directiva, comentó que “estamos muy orgullosos de nuestros avances en todos los frentes; el plan estratégico nos permitió orientar las acciones hacia objetivos concretos y focalizar nuestras actividades en ese sentido. Hemos mejorado en organización y visibilidad, con resultados notables de crecimiento y mejora en la percepción de los asociados”. **Manuel Fregona**, vicepresidente, agregó: “Los espacios de conversación con directivos del Grupo Sancor Seguros para dialogar sobre decisiones de negocio, plantear inquietudes y analizar en conjunto propuestas de acciones son permanentes; esa representatividad es nuestra mayor fortaleza”. Los directivos también mencionaron el relacionamiento con entidades afines como **FAPASA** y todas las **APAS** del país, destacando la presencia en la asamblea de **Agustina Decarre** - presidente de **FAPASA** y **COPAPROSE** - y **Jorge Zottos** -presidente del Ente Cooperador Ley 22400-.

Planes de capacitación para profesionalizar la actividad de Organizadores y PAS, mejoras en canales de comunicación, programas de generación de ideas sobre productos y procesos, y proyectos de innovación en materia de insurtech y segmentos target, fueron otros de los aspectos mencionados entre los logros. También se celebró el crecimiento institucional, como la aprobación del nuevo estatuto y la inauguración de una residencia en Sunchales, que comparte con **AMPASS**, la **Asociación Mutual de Productores Asesores de Sancor Seguros**.

En cuanto a lo que viene, **Poldrugach** anunció el desarrollo de un nuevo plan estratégico para el período 2025-2028. Al respecto, el flamante presidente afirmó: “En los últimos tres años nos centramos en reorganizar y visibilizar el trabajo de la asociación; el nuevo plan estratégico se enfocará en dar un salto de calidad, con más profundidad en las acciones y principalmente foco en la profesionalización. Tenemos que reforzar cada vez más una posición propositiva, con mirada moderna, apasionada e innovadora”.

Breves de Informe

Ciberseguridad a prueba de computación cuántica

Por **Julia Rabinovich**, Arquitecta de Sistemas, y **Chaim Peer**, Gerente de Producto de **Check Point Software Technologies**



Julia Rabinovich

● La computación cuántica está pasando de la teoría a la práctica. Si bien aún no existen computadoras cuánticas a gran escala, su impacto futuro en la ciberseguridad es evidente: algoritmos como **RSA**, **Diffie-Hellman** y **Elliptic Curve Diffie-Hellman**, que protegen las VPN, TLS e identidades digitales, serán vulnerables a los algoritmos cuánticos.

Esto genera un riesgo inmediato conocido como «capturar ahora, descifrar después», donde los atacantes pueden capturar tráfico cifrado hoy y descifrarlo cuando dispongan de recursos cuánticos.

Para abordar este problema, el Instituto Nacional de Estándares y Tecnología de EE. UU. (NIST) finalizó en 2024 los primeros estándares de criptografía post-cuántica (PQC):

- **FIPS 203**: ML-KEM para el establecimiento de claves
- **FIPS 204**: ML-DSA para firmas digitales
- **FIPS 205**: SLH-DSA para firmas digitales

Estos estándares definen los algoritmos que reemplazarán a **RSA** y **ECC** en los próximos años. La estrategia de **Check Point** es integrar estos estándares en nuestra arquitectura de seguridad de forma gradual y práctica.

La necesidad de soluciones compatibles con NIST

Check Point está a la vanguardia en la implementación de la criptografía postcuántica (PQC) en sus soluciones. Nuestro enfoque avanzado permite el soporte de múltiples mecanismos de intercambio de claves PQC, adaptándose a tamaños de clave mayores, esenciales para comunicaciones seguras frente a amenazas cuánticas. Estas mejoras están disponibles en nuestra última versión de software, R82, compatible tanto con cortafuegos locales como en la nube.

VPN de sitio a sitio en R82

Check Point introduce el intercambio de claves híbrido postcuántico en la versión **R82**. **QSKE** implementa un intercambio de claves híbrido **IKEv2**, combinando **Diffie-Hellman** clásico con **ML-KEM** para garantizar la seguridad de las sesiones, incluso si los algoritmos clásicos resultan vulnerables en el futuro.

El diseño sigue las directrices de la IETF:

- **RFC 9370**: Intercambio de múltiples claves en IKEv2
- **RFC 9242**: Intercambio intermedio para cargas de clave grandes

QSKE afecta únicamente al establecimiento de claves; el plano de datos (ESP) continúa utilizando algoritmos estándar, como **AES-GCM**, considerado seguro frente a amenazas cuánticas. La versión **R82** es la recomendada para habilitar **QSKE** en **VPN** críticas, con configuración disponible a través de **Smart Console** o la **API** de administración.

La versión **R82** es la recomendada para habilitar **QSKE** en **VPNs** críticas, y su configuración se puede realizar a través de **Smart Console** o la **API** de administración. El registro de eventos y la integración con la **API** permiten obtener información sobre el uso y el rendimiento. Inspección de **TLS** y **HTTPS** con seguridad cuántica – Disponible a partir de **R82.10**

Con la aparición de las suites de cifrado **TLS** con seguridad cuántica en navegadores y servidores, las gateways de **Check Point** las gestionan de la siguiente manera:

- Si la inspección **HTTPS** está desactivada: las sesiones **TLS** con seguridad cuántica se transmiten de forma transparente.
- Si la inspección **HTTPS** está activada: las sesiones **TLS** con seguridad cuántica se inspeccionan si utilizan el algoritmo **X25519MLKEM768** o permiten la degradación a un algoritmo clásico; de lo contrario, la conexión se interrumpe.

Este enfoque permite una mayor visibilidad sin interrumpir el tráfico, lo que facilita a las organizaciones el seguimiento de la adopción de la criptografía postcuántica, manteniendo la continuidad operativa. Actualmente, está disponible para los clientes a través del programa de acceso anticipado, antes del lanzamiento general de **R82.10**, previsto para noviembre de 2025.

Plan de desarrollo: Próximas novedades VPN

El riesgo: Si bien **Check Point** ya ofrece protección contra amenazas cuánticas para las **VPN** entre ubicaciones en **R82**, las **VPN** de acceso remoto siguen siendo vulnerables. Estas conexiones, utilizadas por empleados y socios para acceder a recursos corporativos desde fuera de la red, aún dependen de mecanismos de intercambio de claves clásicos, que las computadoras cuánticas podrían vulnerar en el futuro. Nuestro plan de desarrollo para **VPN** incluye las siguientes mejoras:

- **VPN de acceso remoto**: El objetivo es extender la protección mediante el intercambio de claves seguro contra amenazas cuánticas (**QSKE**) a los clientes que acceden a estas **VPN**, incluyendo aquellos que utilizan **Windows**, **macOS** y **Linux**.
- **VPN entre ubicaciones**: Clave precompartida segura contra amenazas cuánticas

Si bien el despliegue completo de una **VPN** segura contra amenazas cuánticas puede resultar complejo, existe otra alternativa, más sencilla pero con un nivel de seguridad ligeramente inferior: habilitar el **RFC 8784** mediante la incorporación de una clave precompartida post-cuántica (**PPK**) en la sesión **IKEv2**.

Firmas digitales

Riesgo: Las firmas digitales protegen la **PKI**, los certificados y las actualizaciones de software. Los ataques cuánticos podrían falsificar identidades o manipular las actualizaciones, lo que erosionaría la confianza en sistemas críticos y cadenas de suministro. Nuestra hoja de ruta incluye las siguientes mejoras:

- Se incorporará compatibilidad con **ML-DSA** y **SLH-DSA** a medida que las herramientas de **PKI** y el soporte del ecosistema maduren, garantizando así la resiliencia cuántica de la autenticación y la integridad.
- Se añadirá compatibilidad con firmas **LMS/XMSS** basadas en hash para la firma de software y firmware, con el fin de reforzar el proceso de actualización contra futuros ataques cuánticos.

Distribución de claves cuánticas (QKD)

El riesgo: La criptografía postcuántica (**PQC**) se basa en algoritmos, y su fortaleza depende de la complejidad de los problemas matemáticos. Si bien esto ofrece una protección escalable, aún depende de ciertas suposiciones que podrían verse afectadas por futuros avances. En cambio, la **QKD** utiliza las leyes de la física para generar e intercambiar claves verdaderamente aleatorias, lo que garantiza la detección inmediata de cualquier intento de interceptación. Para los entornos más sensibles, confiar únicamente en algoritmos puede no ser suficiente.

● Si bien la **PQC** constituye la principal defensa escalable, **Check Point** planea integrar la **QKD** para entornos especializados que requieren un alto nivel de seguridad. Esto permitirá a los clientes combinar la seguridad matemática de la **PQC** con la distribución de claves basada en la física cuántica, logrando así el máximo nivel de seguridad.

La Perseverancia Seguros: 120 años de compromiso con la seguridad ciudadana y presencia en todo el país



La compañía de seguros líder en el mercado celebra su aniversario poniendo en marcha una caravana nacional, que recorrerá distintas provincias argentinas en las próximas semanas.

● Bajo el lema “120 años, siempre junto a vos”, **La Perseverancia Seguros** puso en marcha una caravana nacional que viaja por todo el país, con el objetivo de realizar encuentros con los Productores Asesores de Seguros en distintas provincias.

Desde el 15 de septiembre al 11 de noviembre, la aseguradora realizará, en cada destino, festejos para celebrar junto a colaboradores y productores de cada localidad. En el comienzo del recorrido, la directora de **La Perseverancia Seguros**, **Verónica Marinero** agradeció a quienes los elijen para trabajar en conjunto: “Haber sostenido este camino por más de un siglo es mucho más que un logro empresarial, es un testimonio de compromiso, de valores y, sobre todo, de perseverancia”.

Esta semana, las provincias visitadas por la caravana nacional fueron **Misiones**, **Chaco**, **Corrientes** y **Entre Ríos**. Próximamente estará también en **Santa Fe**, **Córdoba**, **Mendoza**, **Chubut**, entre otras.

“Para nosotros es fundamental estar cerca de nuestros PAS, reafirmando nuestro compromiso por brindar el mejor servicio a nuestros asegurados, llevando tranquilidad y confianza a sus hogares y empresas” comenta **Adalberto Bruzzone**, director de **La Perseverancia Seguros**.



LLEVÁ TU SEGURIDAD AL SIGUIENTE NIVEL: TRUST THE HAWK

QUEREMOS QUE CONOZCAS EL MUNDO HAWK GROUP

YOLO

Preparate para lo inesperado con Yolo, la insurtech en ascenso. You Only Live Once

hawk
BROKER

Impulsemos juntos hacia el éxito, le ponemos valor a tu economía real; la pasión de reinventarnos cada día.

asegurado
.com

Donde la seguridad abraza tus sueños; a tan sólo un click, 100% digital, 100% cerca tuyo.

BRANCO

Somos una solución a tu negocio, somos innovación en su máxima expresión. Fluimos en cada conexión.

OSSIS
blister

Tu respaldo garantizado en el mundo del retail, protegemos tus logros.

¿QUÉ ESTÁS ESPERANDO? UNITE AL MUNDO HAWK GROUP

¡Se un hawker!

INFO@HAWKGROUP.COM

WWW.HAWKGROUP.COM



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

Nº de inscripción en SSN
0224

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Godoy: "La innovación, la tecnología y la experiencia del usuario son los pilares que van a definir el seguro del futuro"



El mercado asegurador argentino atravesó en los últimos años un escenario desafiante, marcado por una inflación persistente, distorsiones macroeconómicas y la imposibilidad de trasladar los crecientes costos de los siniestros a las tarifas. Este contexto obligó a las aseguradoras a competir en condiciones adversas, con márgenes técnicos negativos y una rentabilidad más ligada a la especulación financiera que a la gestión propia del negocio.

La implementación de un nuevo modelo macroeconómico, que busca mayor estabilidad, eficiencia y apertura económica, abre hoy una etapa diferente. Este cambio no solo ofrece previsibilidad para planificar, sino que obliga a las compañías a redefinir prioridades estratégicas: gestionar costos con inteligencia, profundizar la gestión técnica del negocio, administrar con responsabilidad la dimensión financiera y, sobre todo, invertir decididamente en tecnología.

En este marco, **Juan Carlos Lucio Godoy, presidente de Rio Uruguay Seguros (RUS)**, analiza el presente y proyecta el futuro del sector. Su mensaje es claro: quienes no aceleren la incorporación tecnológica quedarán relegados frente a un mercado más competitivo y clientes cada vez más exigentes, que priorizan la experiencia, la agilidad y la innovación en los servicios que reciben.

- En los últimos años, ¿cómo describiría el escenario que enfrentó el mercado asegurador argentino?

Godoy: Fue una coyuntura muy compleja. La inflación sostenida, que se profundizó especialmente en 2022 y 2023, impactó directamente en los costos de los siniestros por la suba permanente de repuestos y servicios. Como sector, no pudimos trasladar esos incrementos a las tarifas, lo que derivó en una competencia de precios con tarifas técnicas negativas y resultados adversos que se volvieron casi una constante.

- Además de la inflación, ¿qué otros factores incidieron en la operatividad?

Godoy: Las restricciones macroeconómicas jugaron un rol decisivo, en particular en el ramo automotor. La escasez de divisas, el mercado automotor cerrado y la falta de repuestos generaron distorsiones profundas. En muchos casos, los vehículos se cotizaban por encima de su valor real y la estructura tarifaria del seguro no podía acompañar ese desfase. Era un escenario que ponía a prueba la capacidad de gestión diaria y que obligaba a repensar cada decisión operativa.

- ¿Qué cambió con la nueva política económica?

Godoy: La implementación de un nuevo modelo macroeconómico orientado a la estabilidad, la eficiencia y la apertura marcó un punto de inflexión. Por un lado, nos brindó previsibilidad para calcular tarifas y planificar costos. Por otro, nos obligó a volver al eje esencial del negocio: la competitividad técnica, la suscripción inteligente y la gestión eficiente de los costos.

- Durante mucho tiempo la rentabilidad del sector estuvo vinculada más a las finanzas que al propio seguro. ¿Ese paradigma cambió?

Godoy: Sí, y era necesario que cambiara. Durante años, la inflación y las altas tasas de interés llevaron a que la rentabilidad del negocio estuviera más asociada a la especulación financiera que a la gestión técnica del seguro en sí mismo. Esto generaba una visión cortoplacista y distorsionada del negocio. Hoy, en un entorno más estable, el centro vuelve a ser lo que nunca debió perderse: la administración eficiente de la siniestralidad, con tarifas equilibradas, gestión técnica rigurosa y una estrategia financiera alineada al negocio asegurador, no subordinada a la especulación.

- Cuando habla de la "gestión eficiente de los costos", ¿a qué se refiere concretamente?

Godoy: A no quedarnos solo en la reducción de gastos, sino a administrar de manera estratégica cada recurso. Eso implica negociar con proveedores, prevenir el fraude, reducir ineficiencias y, sobre todo, apoyarnos en la tecnología como palanca de eficiencia. En el ramo automotor, por ejemplo, esto significa optimizar la red de repuestos, acortar los tiempos de reparación, ajustar sumas aseguradas y generar acuerdos con clientes que representen beneficios compartidos. La gestión de costos es clave, pero debe integrarse con la gestión técnica del negocio, la gestión financiera y la inversión en innovación.

- ¿Puede compartir un ejemplo concreto de esta estrategia en RUS?

Godoy: En RUS desarrollamos una sinergia con SimpliSeg, empresa especializada en gestión de siniestros. A través de un esquema articulado logramos reducir en torno al 15% los costos de los siniestros de destrucción total, mediante un sistema de recupero de piezas y

acuerdos de conversión. Esto genera un círculo virtuoso: el asegurado obtiene una solución ágil e inmediata a sus necesidades de movilidad y la aseguradora mejora su resultado técnico. Es un ejemplo de cómo una estrategia inteligente, apoyada en alianzas y procesos innovadores, beneficia a todos los actores.

- Usted menciona la importancia de la tecnología. ¿Qué papel juega hoy en el negocio asegurador?

Godoy: La tecnología ya no es opcional ni complementaria: es un factor decisivo. La inteligencia artificial nos está permitiendo optimizar cada punto de gestión, brindar respuestas más rápidas a asegurados y productores, mejorar la eficiencia interna y elevar la experiencia del cliente. Y quiero ser claro: las compañías que no inviertan en tecnología, o lo hagan lento o tarde, quedarán rezagadas frente a un mercado y clientes que demandan inmediatez, personalización y soluciones digitales integrales. La transformación tecnológica es la gran frontera competitiva de nuestro tiempo. En este sentido, los recursos financieros y la solvencia son una condición necesaria en cuanto al resguardo de los pasivos contingentes, pero no suficiente. El seguro es una herramienta que debe dar soluciones y respuestas a los clientes en sus riesgos, en sus pérdidas patrimoniales y de vida, y lo debe hacer de modo eficiente y ágil, simple y necesariamente con organizaciones modernas. Somos una herramienta hoy más que nunca tecnológica que resuelve los problemas de los asegurados, ya no una financiera.

- ¿Cómo proyecta el futuro de RUS en este contexto de transformación?

Godoy: En RUS estamos convencidos de que el futuro pasa por un rediseño continuo de la compañía, siempre en busca de eficiencia, innovación y satisfacción del cliente. Gestionar costos con inteligencia es fundamental, pero no suficiente: debemos integrar la gestión técnica rigurosa, una administración financiera responsable y la inversión sostenida en tecnología. Nuestra visión es construir un círculo virtuoso donde converjan a menor costo, mayor eficiencia, innovación constante y mejores soluciones de movilidad para los asegurados. La innovación, la tecnología y la experiencia del usuario son los pilares que van a definir el seguro del futuro, y quienes no los asuman de manera estratégica, quedarán fuera de juego.

Rivadavia celebró una vez más junto a la infancia de todo el país



Al igual que en años anteriores, **Rivadavia Seguros** junto a su **Fundación** llevaron a cabo una nueva campaña de voluntariado a nivel nacional para celebrar el **Día de la Niñez**, en la que participaron las más de mil docenas de personas que integran su plantilla de colaboradores. La campaña, denominada **"Coloreando Sonrisas"**, se desarrolló en varias etapas e involucró a toda la empresa en un gran acto solidario. Como punto de partida, la **Fundación** donó kits artísticos conformados por una mochila, lápices de colores y un libro especialmente diseñado para la ocasión.

Luego, en cada uno de los **28 Centros de Atención** y su **Casa Central**, se efectuó una enorme colecta donde se reunieron otros materiales artísticos, juguetes y golosinas, que sirvieron para equipar cada una de las mochilas.

Gracias al espíritu solidario y colaborativo que caracteriza a la aseguradora y a su gente, se lograron entregar 2.400 kits en más de 35 hogares, hospitales pediátricos e instituciones educativas de más de 12 provincias y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

De esta manera, en el año de su **80º aniversario**, **Rivadavia Seguros** demuestra una vez más su compromiso social con los niños y niñas más vulnerables, celebrando con ellos en su día.



Premio al Impacto Social 2025: Grupo San Cristóbal eligió tres proyectos que impulsan la transformación real en Argentina



Es la primera edición de un reconocimiento nacional al compromiso de triple impacto. Participaron más de 200 postulantes de todo el país.

Grupo San Cristóbal anunció los resultados de la primera edición de su Premio al Impacto Social, que destina \$30 millones a proyectos sociales enfocados en mejorar la vida de comunidades en toda la Argentina. Cada una de las tres iniciativas seleccionadas recibirá \$10 millones de pesos, los cuales serán fundamentales para consolidar su desarrollo y asegurar su continuidad.

«Con este premio buscamos acompañar a quienes ya están transformando realidades con impacto social, innovador y escalable. Apostamos a que sus iniciativas se consoliden, se multipliquen y sean ejemplo e inspiración de cómo la articulación entre sociedad civil y sector privado puede generar cambios sostenibles en la Argentina», expresó **Diego Guaita, CEO de Grupo San Cristóbal**.

La convocatoria recibió 205 postulaciones alineadas con uno o más de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas** vinculados con poner fin a la pobreza (**ODS 1**), promover la salud y el bienestar (**ODS 3**), y fomentar la educación de calidad (**ODS 4**). A su vez, la evaluación se realizó en base a criterios de impacto y magnitud, innovación, sostenibilidad y escalabilidad.

La primera edición del Premio Grupo San Cristóbal al Impacto Social reflejó su impronta federal, siendo la diversidad geográfica un aspecto destacado, con proyectos procedentes de CABA (44%), Buenos Aires (20%), Santa Fe (20%), Córdoba (6%) y Mendoza (4%), entre otras jurisdicciones.

Los ganadores del Premio Grupo San Cristóbal al Impacto Social 2025

Asociación Civil La Poderosa: Integración por la Educación Popular. Con presencia activa en CABA, Córdoba y La Plata, acompaña a familias cooperativistas en la generación de ingresos propios a partir de la producción comunitaria de alimentos, la autogestión y la formación en agroecología. Además, impulsa la calidad nutricional en comedores populares.



Asociación Civil Ingeniería Sin Fronteras Argentina. Promueve infraestructura comunitaria y brinda capacitación local para garantizar el acceso al agua segura en zonas rurales. Su metodología incorpora diagnóstico participativo, conformación de cuadrillas locales y monitoreo técnico-social, facilitando la replicabilidad del modelo en distintos puntos del país.

Asociación Civil Monte Adentro. Trabaja en la alfabetización de niñas y niños, el acompañamiento integral a estudiantes secundarios y la creación de espacios deportivos en áreas rurales aisladas. Su labor con docentes locales demuestra mejoras en los niveles de alfabetización, el incremento en la permanencia en escuela secundaria y mayores oportunidades de acceso a estudios superiores o empleo formal.

Organizaciones reconocidas

Por el **ODS 1**, vinculado al fin de la pobreza, fueron reconocidas la **Fundación Forge** y la **Fundación Pléroma**. Por el **ODS 3**, vinculado a promover la salud y el bienestar, fueron reconocidas la **Fundación León** y **Haciendo Camino Asociación Civil**. Finalmente, por el **ODS 4**, vinculado a fomentar la educación de calidad, fueron reconocidas **Voy con Vos Asociación Civil** por la Educación y **Asociación Civil Mocha Celis**.

Con esta iniciativa, **Grupo San Cristóbal** reafirma su compromiso de promover la innovación social y consolidar alianzas entre sector privado y sociedad civil, contribuyendo a soluciones sostenibles que mejoren la vida de miles de familias argentinas.

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

Estamos cuando nos necesitás. #NosImporta

Visítanos en:
Juana Manso 205 - Piso 5
PUERTO MADERO

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

www.scbrokerdeseguros.com

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

@scbrokerdeseguros

/SCBrokerDeSeguros





gourmond



profile

LA DORITA

ficha técnica

NOMBRE	La Dorita
DOMICILIO	Humboldt 1892, / Bulnes 2593, Palermo
ESPECIALIDAD	Parrilla
VIARIOS	Detalles decorativos bien argentinos y un espíritu muy descontracturado
HORARIOS	todos los días de 12 h a 00 h
TELÉFONOS	4776-563 / 4802-8640
WHATSAPP	11-5703-2681 / 11-5703-2645
INSTAGRAM	@ladoritaparrilla
FACEBOOK	@ladoritaparrilla

La parrilla pionera de Palermo que es un éxito desde hace 21 años

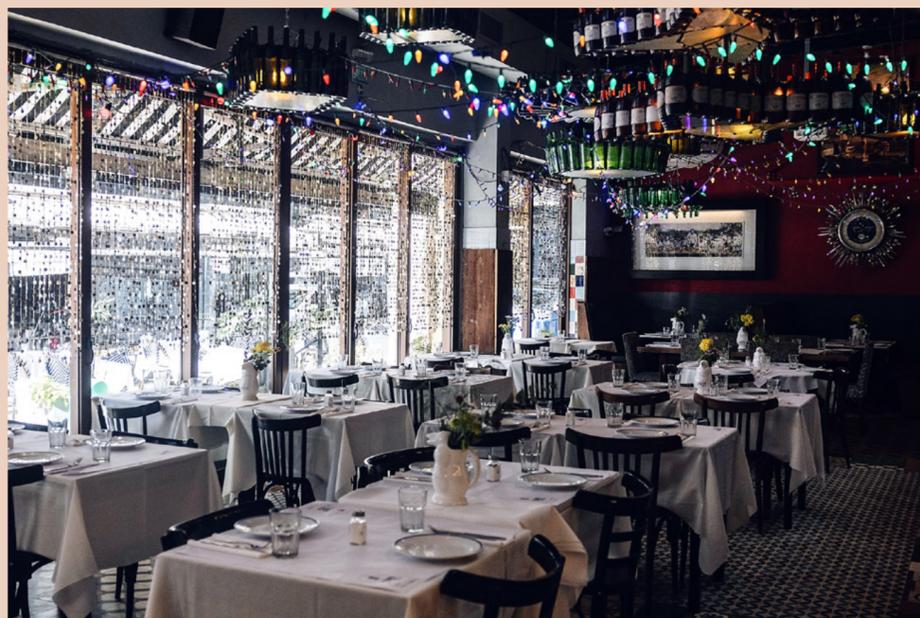
Achuras y cortes de carne siempre aclamados por sus comensales se cocinan a la leña del quebracho en este restaurante pionero del barrio de Palermo. Su colorido salón es escenario de encuentros entre amigos, familia o parejas.

En busca de romper con la rigidez que había en esa época, **La Dorita** desembarcó en Palermo Hollywood en el año 2002 con un estilo muy cool y un concepto claro: reversionar la clásica parrilla incorporando una idea gastronómica de autor. Cuatro años después de su apertura, la zona se colmó de lugares similares, por lo que se empezó a gestar un concepto distinto de restaurante que dio origen a **La Pescadorita**, el local hermano especializado en pescados y mariscos. Lo que caracteriza a ambos es que buscan la perfección, por eso, renuevan su ambientación, mejoran sus recetas y suman nuevas preparaciones constantemente.

La Dorita es un lugar con "mucha onda", con detalles decorativos bien argentinos y un espíritu muy descontracturado. Un cartel de neón con el nombre de la parrilla recibe a los comensales y, una vez dentro, son muchos los factores que llaman la atención. Hay murales y obras de arte de diversos artistas, como **Marcos López, Leonel Luna y Facundo de Zuviria**; fotografías de personajes que representan la argentinidad, cortinas de tiras brillantes, guirnaldas de luces de colores, pingüinos de vino intervenidos, y unas lámparas artesanales hechas con botellas que iluminan sus mesas.

Una de las particularidades de este lugar es que cada uno de sus platos está elaborado con materia prima de primera línea. Por ejemplo, sus carnes, de novillos pesados son criados en 90 % de pastura, y los bifos dry aged que suelen estar como menú especial los fines de semana, son madurados en su propia cámara durante sesenta días para garantizar que su textura y su sabor sean óptimos.

Para comenzar, se puede optar por su icónico **choricampi** (un chorizo envuelto en una fina masa de pan de campo relleno de mozzarella y cebolla caramelizada) o sus **empanadas de carne cortada a cuchillo**. Luego, el recorrido continúa por sus carnes y achuras de excelente calidad: **mollejas de corazón, chorizo de puro cerdo, morcilla, asado del centro de 6 costillas, bife de chorizo y ojo de bife**, entre otras, que se acompañan con guarniciones clásicas, como **papas fritas, puré y ensaladas variadas**. Las opciones vegetarianas también tienen su lugar dentro del menú y los imperdibles son la **parrillada supercompleta de** ➔



SABEMOS QUÉ NECESITÁS. ENTENDEMOS A TUS CLIENTES.

PRESENCIA AGILIDAD SERVICIO

Conocé nuestra propuesta en
PROVINCIAART.COM.AR/PAS



Una de las particularidades de este lugar es que cada uno de sus platos está elaborado con materia prima de primera línea



-> vegetales, los bocaditos de acelga con mayonesa de sriracha o la famosa tortilla de papas con corazón de provolone estacionado. Para quienes prefieran platos fuera de la parrilla, hay preparaciones que reflejan lo mejor de la cocina argentina, como la contundente milanesa de bife de chorizo, además de pastas caseras, como los raviolos de espinaca y mascarpone y los raviolones de lomo con mantequilla de salvia o pisto de tomates san marzano.

La experiencia no está completa si no hay algo dulce y en su carta se lucen diversos postres populares, como panqueques de dulce de leche Chimbote, flan casero, vigilante con membrillo o batata y el clásico volcán de chocolate con una bocha de helado de crema.

En tanto, la propuesta de vinos contempla una gran variedad de bodegas (Bodega Catena Zapata Garage de Aldo, República del Malbec, Bodega La Rural, entre otras) para acompañar su sabrosa cocina.

La calidad de los platos y sus precios, sumados a su ambiente cálido y descontracturado, hacen de La Dorita un lugar ideal para disfrutar a diario de una comida con impronta bien argentina y pasar un momento de distensión junto con amigos, familia o en pareja. 🍷



 **SANCOR
SEGUROS**

**EL VALOR
DE DAR
RESPUESTA**

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

sancorseguros.com.ar /    



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Francisco Villagra

Casado - 32 Años - Dos hijos - Signo Capricornio (07/01/1993)

Jefe Comercial en **Crédito y Caución**



● **UN HOBBY**

Golf

● **LA JUSTICIA**

Debería mejorar

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

No, el género no determina quién puede ser mejor

● **LA SEGURIDAD**

Otra gran deuda

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

Boca campeón del mundo 2003

● **MI MODELO PREFERIDO**

Martín Palermo

● **UN RIESGO NO CUBIERTO**

Envejecer

● **VESTIMENTA**

Saco y camisa

● **LA MUERTE**

Inevitable

● **EL MATRIMONIO**

Un equipo

● **UNA ASIGNATURA PENDIENTE**

Viajar por el mundo

● **UN SER QUERIDO**

Mi mamá

● **ACTOR Y ACTRIZ**

Leo Di Caprio / Rose Byrne

● **¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?**

Un traidor

● **ESTAR ENAMORADO ES**

Lo más lindo

● **ME ARREPIENTO DE**

Nada

● **SU MAYOR VIRTUD**

Disfrutar

● **SU RESTAURANTE**

Brindillas (Mdz)

● **LA MENTIRA MÁS GRANDE**

"Es peor perder una final que descender"

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

Cripto

● **EL TEATRO**

Stand up

● **LE TENGO MIEDO A**

No ver más a mis hijas

● **TENGO UN COMPROMISO CON**

Mi familia

● **LA INFLACIÓN**

El principal problema

● **UN SECRETO**

No tengo

● **LA MUJER IDEAL**

La mía

● **MI PEOR DEFECTO ES**

No poder ocultar algunas emociones

● **LA CULPA ES DE**

Uno mismo

● **NO PUEDO DEJAR DE TENER**

Coca Cola

● **UN FIN DE SEMANA EN**

El campo

● **LA INFIDELIDAD**

Tiene muchas formas

● **UN PROYECTO A FUTURO**

Viaje familiar a Disney

● **EL FIN DEL MUNDO**

Ojalá esté lejos

● **EL CLUB DE SUS AMORES**

Boca Juniors

● **ESCRITOR FAVORITO**

Tomás Bulat

● **SI VOLVIERA A NACER SERÍA**

Más relajado de chico

● **UNA CANCIÓN**

Charlie Brown - Coldplay

● **EL AUTO DESEADO**

Lexus

● **EL PASADO**

Explica todo

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

Twitter

● **AVIÓN O BARCO**

Avión

● **EL DÓLAR**

Siempre sube

● **LA TRAICIÓN**

Imperdonable

● **LA CORRUPCIÓN**

Lamentablemente es estructural

● **EN COMIDAS PREFIERO**

Salado

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

1984 de George Orwell

● **UN PERSONAJE HISTÓRICO**

Alejandro Magno

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

Oppenheimer/Elio

● **PSICOANÁLISIS**

Sobrevalorado

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

Comer mal

● **DIOS**

Existe

● **MI MÚSICO PREFERIDO ES**

No tengo, pero actualmente escucho mucho Tom Misch

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

La sinceridad

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

Que sea divertida

● **EN DEPORTES, PREFIERO**

Golf, Pádel y Fútbol

● **UN MAESTRO**

Claudio Zuchovicki

● **EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR**

Italia

● **SU BEBIDA PREFERIDA**

Vino

● **EL PERFUME**

Invictus de Paco Rabanne

● **UNA CONFESIÓN**

Me aburre estar solo

● **NO PUEDO**

Jugar al Golf todo lo que me gustaría

● **MARKETING**

Indispensable

● **EL GRAN AUSENTE**

Mis amigos que viven afuera

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

Golf

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

Un viaje de Golf por USA

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

España



Avanzar también es sentirse cuidado.

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

