



informe

operadores de mercado



Entrevista a Juan Martín Devoto

Gerente General de InSur

Socios de largo plazo



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

GARANTÍAS JUDICIALES



SCANEÁ
PARA COCER MÁS

AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

“Por el momento hay que ajustarse al nuevo escenario: control de gastos y eficiencia”

Esa es la estrategia definida por el timonel de InSur para mantener el posicionamiento en seguros de Crédito y crecer en Cauciones, los dos ramos en los que opera. Durante el último ejercicio, la compañía alcanzó un volumen de producción de u\$s 21 millones. “Para 2026 buscamos generar una mejora en ventas de entre un 5 y un 10%, pero principalmente trabajar sobre la rentabilidad”, anticipa Juan Martín Devoto, gerente general de la compañía.

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

R.A.S.A. se caracteriza por la fidelidad de sus clientes, fruto de su solvencia, la calidad de sus servicios y su interés en establecer relaciones de larga duración

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

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



Juan Martín Devoto
Gerente General de InSur

¿Cuál es tu visión sobre la coyuntura macroeconómica en la Argentina y su impacto sobre el mercado asegurador?

Antes de las recientes elecciones legislativas, mi visión era escéptica porque los buenos resultados de la macro contrastaban con los de la micro. El 26 de octubre despejó el escenario, pero no significa que no se puede volver a una ‘parálisis de inversión’ si se desaprovecha esta oportunidad de consensos.

¿Cómo manejan en este contexto la estructura tarifaria de la compañía?

En **Crédito** trabajamos caso a caso; ninguna cuenta se parece. Tenemos en cuenta el volumen de ventas, la cantidad de clientes, el tipo de producto, el sector, las líneas de crédito, las condiciones de venta y los plazos de pago, por citar algunos aspectos. Los distintos escenarios de historial de siniestralidad o los equipos internos de crédito también son elementos que se toman en consideración para cotizar una cuenta. En el caso de **Cauciones**, hay más estandarización porque es un producto con mayor cantidad de jugadores dentro del sector y con más historial. ➡

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*



« Queremos posicionarnos entre las 10 primeras compañías de Cauciones dentro de los próximos dos años »

→ **Cuál es el mix de cartera actual de InSur?**

Nuestro portafolio está dividido en **75% Crédito** y **25% Caución**.

¿Cómo evolucionan ambos ramos?

Se ha producido una gran evolución en ambos sectores. Mucho en doméstico, pero falta en exportación. Las crisis impiden que haya mayor profundidad y se trabaje junto con los bancos para la financiación. En **Crédito**, cada vez hay más profundidad de análisis y mayores sectores con cobertura. En **Cauciones**, se percibe un freno por falta de inversiones en obras públicas nacionales. Sin embargo, como es necesario avanzar en este sentido, hay mucha expectativa.

¿Qué factores limitan el desarrollo de este tipo de seguros?

Las crisis y la incertidumbre de que todo se puede derribar a la vuelta de la esquina. Cada período se cuenta en días en lugar de meses o años y cuando se precisa mirar al largo plazo contar de a uno es muy difícil. Las estrategias defensivas para no perder generan atrofias en el desempeño y quitan el foco en la rentabilidad y el crecimiento. Es jugar para no perder en vez de jugar para ganar.

¿Han podido retener su cartera y generar nuevas ventas?

Tenemos un porcentaje por encima del 95% en retención de cartera. Hacemos un esfuerzo enorme para que los asegurados se sientan especiales a través de un trabajo muy profesional y dedicado. El foco lo tenemos en el servicio. Se comienza a través del área comercial, pero luego todos se involucran para dar respuesta.

¿Tienen previsto lanzar nuevos productos?

Por el momento hay que ajustarse al nuevo escenario: control de gastos, mejoramiento de estructuras →



« El desafío es volver a crecer con balances generales golpeados »

Primero lo que importa.



la segunda
SEGUROS

➔ y eficiencia. Volver a crecer con balances generales golpeados. El seguro de **Crédito** tiene su espejo en lo que acontece a nivel sectorial y los sectores al verse limitados no logran crecer. Y la herramienta no escapa a esa regla. Pero si vemos lo que acontece en el mundo, el seguro de **Crédito** tiene mucho potencial.

Las cauciones, por su parte, deben responder a industrias que serán el motor de crecimiento del país: petróleo, gas, minería y energías renovables. Ahí hay una puerta que debemos cruzar con decisión.

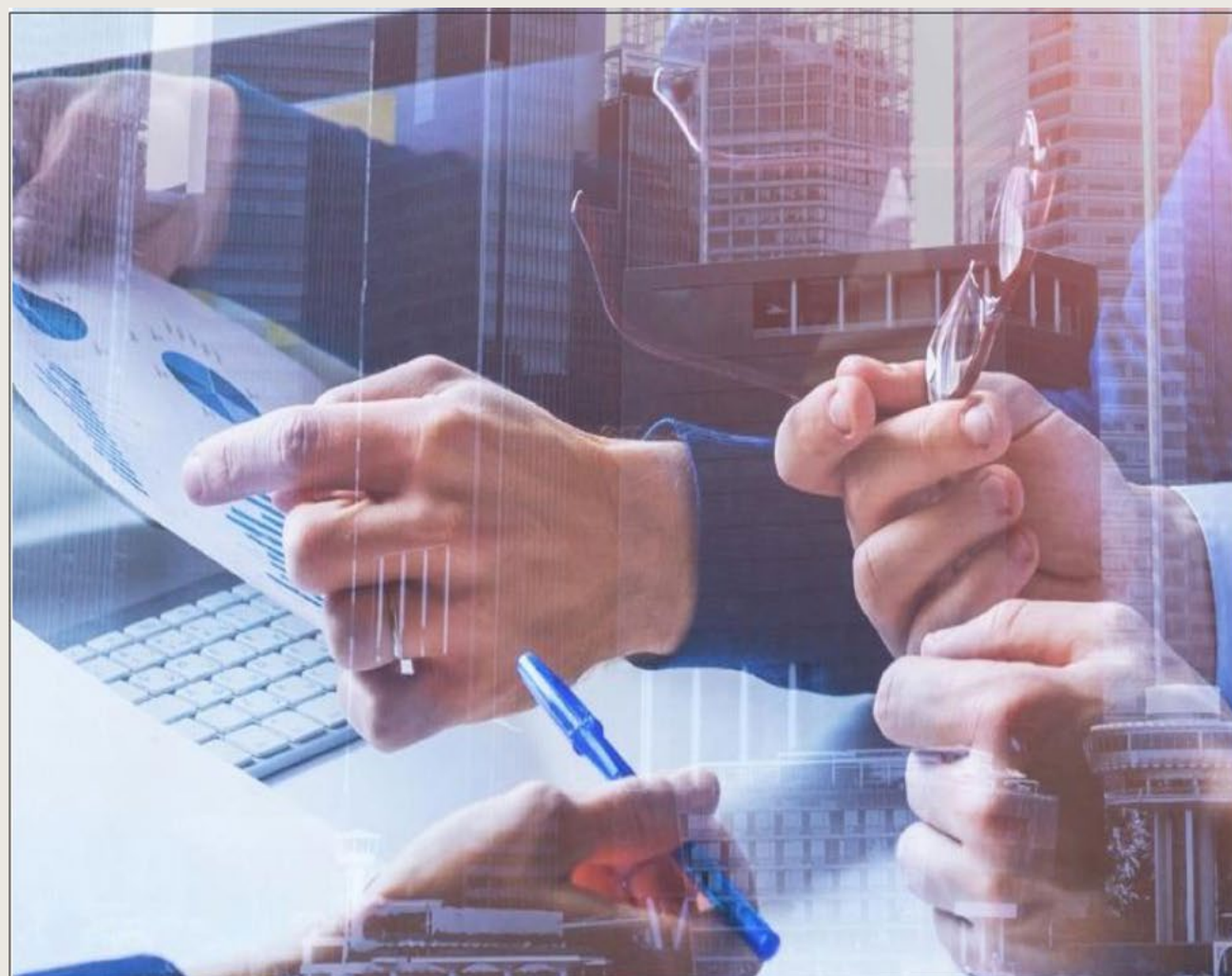
¿Con qué canales comerciales operan? ¿A cuántos PAS nuclean actualmente?

Los canales directos en **Crédito** usualmente responden a dar a conocer la herramienta. Y en ocasiones quieren

tener un contacto con las compañías sin intermediarios porque la interacción es mucha. Aún hay pocos brokers (muy buenos, por cierto) que tienen su foco en el sector. Para **Cauciones** la situación es distinta. Hoy trabajamos con más de 300 PAS a lo largo del país, producto de la combinación de casa central en Buenos Aires y nuestras oficinas comerciales en el interior (Rosario, Mendoza y Córdoba).

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

Lo que se valora en el sector es la interacción con personas. El desarrollo tecnológico va de la mano con tener disponibilidad de la información en todo momento. Pero los asegurados, sacando la carga de la información, ➔



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



**FEDERACION PATRONAL
SEGUROS S.A.**

www.fedpat.com.ar



Especialista en gestión



Juan Martín Devoto es abogado egresado de la Universidad de Buenos Aires, acredita un MBA con especialización en Negocios Internacionales de Lewis University (EE.UU.) y cuenta con más de 20 años de experiencia profesional en derecho corporativo, gestión de riesgos y seguros. Antes de incorporarse a Insur, en 2008, trabajó en reconocidos estudios jurídicos de Buenos Aires asesorando a empresas en materia comercial, societaria, aduanera y de recupero de activos. Desde entonces lidera la operación de la compañía, especializada en seguros de **Crédito y Caucción** y partner local de **Continental** y de **Atradius**. Su trayectoria ha estado marcada por el desarrollo de procesos de transformación tecnológica, expansión comercial y fortalecimiento institucional, lo cual le ha permitido posicionar a **InSur** entre los principales jugadores del mercado dentro de sus ramos específicos. El ejecutivo también participa activamente en iniciativas de formación ejecutiva y docencia en seguros de **Crédito** y de **Caucción**. ■

informe
operadores de mercado

Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 33 / Nº 798 - Noviembre 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.ar

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

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

COLABORADORES
Lic. Anibal Cejas
Dra. Gabriela Álvarez

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

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

un año que comienza
365
nuevas oportunidades

GRACIAS por continuar creciendo juntos



Fianzas y Crédito
S.A. Compañía de Seguros

compartimos la misma pasión



▲ Delia Rimada, Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a Juan Martín Devoto, Gerente General de InSur.

aacms
ASOCIACION ARGENTINA DE COOPERATIVAS
Y MUTUALIDADES DE SEGUROS

stop loss
bureau de reaseguros s.a.



FINALOSS S.A.
de Mandatos y Servicios

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

PROTAGONISTAS

« Las perspectivas son positivas, y
creemos que el comienzo del despegue
debería ser en 2026 »

» quieren interactuar con las áreas comerciales y de análisis de la compañía y, en el caso de siniestros, estar codo a codo con las áreas respectivas. En **Cauciones**, ponemos nuestro foco en el análisis de las consultas y en dar respuestas a medida de cada pedido. Prestamos atención a la calidad de la respuesta y la rapidez.

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

Alcanzamos los U\$S 21 millones entre ambos sectores. Para 2026 estamos buscando generar una mejora en ventas de entre un 5 y un 10%, pero principalmente trabajar sobre la rentabilidad.

¿Qué participación de mercado han logrado en los ramos en los que operan? ¿Esperan crecer en ese sentido?

En **Crédito** nos encontramos liderando desde 2019 y en **Cauciones** nuestro crecimiento fue siempre paulatino, alcanzando en junio de este año el puesto 15 en el ranking del ramo. Queremos posicionarnos entre las 10 primeras compañías del rubro dentro de los próximos dos años.

¿Cómo marcha la rentabilidad de la compañía? ¿Cómo se encuentra en términos de solvencia?

Desde hace varios años venimos trabajando en el resultado técnico. Es vital para nosotros que el resultado no sea positivo por las inversiones sino por la venta de seguros. Nuestra solvencia supera los valores promedios con un excelente panel de reaseguradores.

¿Cuáles son tus proyecciones del mercado en general y de InSur en particular para 2026?

Las proyecciones son buenas, si se siguen haciendo esfuerzos significativos de ordenamiento de la operación. Las perspectivas son positivas, y creemos que el comienzo del despegue debería ser en 2026.

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

Comunicación eficiente, trabajo en conjunto con los asegurados, crecimiento en ventas y control de la siniestralidad.

¿Y tus principales objetivos?

Ser confiables es lo principal. Como compañía de seguros vendemos promesas de cumplimiento y para todo nuestro plantel esa búsqueda constante es fundamental. También hacer crecer al equipo y ofrecerle a cada integrante posibilidades de progresar personal y profesionalmente. Y que la foto no sea el liderazgo a cualquier precio sino una película de trabajo constante, prudente, pero a su vez a medida del cliente para desarrollar relaciones a largo plazo. ●

Allianz

Protegé tu auto con el mejor seguro



Allianz
Worldwide Olympic and Paralympic
Insurance Partner

N° de inscripción SSN
0036

Departamento de Orientación
y Asistencia al Asegurado

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Nota Productores: qué opinan del Mercado de Seguros

Escribe **Dra. Gabriela Álvarez**

Como todas las quincenas, para realizar esta nota nos entrevistamos con productores de seguros de distintas localidades, con el fin de conocer su visión de los distintos aspectos del mercado de seguros argentino.

Ambos entrevistados coincidieron en considerar al mercado de seguros como expectante y complicado, debido a la alta siniestralidad y la situación del país que lo rodea. Asimismo, opinaron acerca del uso de la tecnología y del rol del productor asesor de seguros en los tiempos venideros, donde la inteligencia artificial y el uso de redes y sitios web amenazan su labor diaria, permitiendo a los usuarios realizar gestiones relacionados con sus pólizas de seguros en cualquier horario y cualquier día del año. Ambos coinciden en señalar que su rol no podrá ser reemplazo por la IA, atento que el asesoramiento personalizado que brinda un productor de seguros, no podrán los clientes, encontrarlo en el mundo de internet y las redes.

Lo cierto es que la tarea de los productores de seguros actualmente no es sencilla. En su carácter de intermediarios, deben lidiar por un lado con las exigencias y los pedidos de los clientes que no tienen en su mayoría un conocimiento profundo de cómo funcionan los seguros, recurriendo en muchos casos a la información que brinda internet, lo cual dificulta a veces las situaciones. Por otro lado, deben hacer frente a los requerimientos de las aseguradoras que cada vez son más estrictos. Además de todo ello, deben atender su estructura interna, tanto su personal como la actualización de sus sistemas propios para poder hacer frente por un lado a los clientes y por el otro a las exigencias de las compañías. Todo ello inmerso en el día a día de nuestro país y la vorágine con la que se vive por estos días donde el ritmo de vida que nos impone la actualidad, muchas veces arrasa con la capacidad de detenerse a pensar y evaluar si el rumbo que estamos tomando aún es el correcto.

Patricio Bargados, productor de seguros y Eduardo Mazzella, productor de seguros y titular de la firma Matra Asesores, prestaron su colaboración para participar de esta nota y nos brindaron su opinión acerca de los diferentes temas de actualidad del mercado asegurador.

¿Cómo ve actualmente el mercado de seguros?

Patricio Bargados, productor de seguros, nos comenta que ve un mercado asegurador expectante a todo lo que acontece alrededor y a cómo ello puede impactar directa o indirectamente en la industria del seguro.

Eduardo Mazzella, productor de seguros, señala que observa un mercado de seguros complicado desde el punto de vista de que hay una gran cantidad de siniestralidad, por otro lado las compañías con el tema del trabajo online o home office, la atención para casos que requieren de mucha urgencia o respuesta inmediata, no termina siendo eficiente. Hay determinadas empresas que tienen muchos requerimientos de entrega inmediata y ese proceso lento no siempre nos permite cumplir con el asegurado.



▲ **Patricio Bargados**, productor de seguros



▲ **Eduardo Mazzella**, productor de seguros

¿Qué opina acerca del rol de los productores asesores de seguros?

Patricio Bargados, consideró particularmente que así como hay clientes que se manejan en directo con la compañía de seguros y que no creen necesitar la intervención de un productor de seguros, hoy esa misma clientela intenta asesorarse con inteligencia artificial.

Pero considero que el rol del productor de seguros le da al cliente una tranquilidad que no se la da absolutamente ningún otro medio de contratación.

Eduardo Mazzella, destacó que el rol del produc-

tor de seguros es una parte fundamental en el proceso de comercialización de seguros, es muy importante su asesoramiento, la atención personalizada al asegurado, y el cumplimiento de los requerimientos de las aseguradoras.

¿Con qué compañías trabaja y qué opinión le merece el trabajo que están llevando a cabo las compañías de seguros?

En el caso de **Patricio Bargados**, en el rubro Accidentes de Trabajo opera con Prevención, SMG ART, Experta, Provincia, Holando. y en lo que es seguros generales con Holando, Allianz, Sancor, Integrity, Federación Patronal. ➡

**SPECIAL
DIVIS1ON**
REINSURANCE BROKERS

**UNA DECADA ENFOCADOS EN BRINDAR LAS
MEJORES SOLUCIONES DE REASEGURO**

Instagram icon @special.division

Globe icon www.specialdivisionre.com



Considero una gran falencia desde lo comercial, en general, en todas las compañías. Teniendo cartera suficiente, en muchas de ellas ni siquiera conozco a mi ejecutivo comercial ni nadie ha levantado el teléfono para presentarse. Es más, tengo más trato con gente de técnica y suscripción que, como ya me conocen y saben que tengo criterio para pedir determinada cobertura o cotización, me termina dando mucho mejor resultado que lo que debería obtener desde el sector comercial.

Eduardo Mazzella, trabaja con aseguradoras de primera línea.

Considero que las compañías de seguros están también muy pendientes de la situación del país, y se van modificando y actualizando para adaptarse a la automatización

de sistemas que la actualidad requiere. Como así también hace algún tiempo incorporaron la inteligencia artificial.

En su experiencia, ¿cuáles son los principales reclamos y/o quejas que los asegurados expresan respecto de la actuación de las compañías de seguros?

En opinión de **Patricio Bargados**, las quejas de los asegurados surgen a partir de la falta de información y/o de explicación respecto de la cobertura.

En 25 años de trayectoria no he tenido disconformidades con ningún rechazo xq se le explica al cliente y terminan entendiendo que no es que la compañía está evadiendo su responsabilidad, sino que el evento en sí

no tiene cobertura. La verdad es que no me han manifestado enojo.

En el caso de **Eduardo Mazzella**, señaló que las quejas más frecuentes son por la demora en el pago de siniestros, fundamentalmente cuando estamos frente a un reclamo de terceros a otra aseguradora. También hay quejas por los incrementos en los costos de los seguros.

¿Cuáles considera que son las habilidades y capacidades principales que debe tener un productor de seguros en el mercado actual?

Patricio Bargados: Fundamentalmente asesorar y explicarle al cliente el porqué de la cotización de tal o cual cobertura y sus alcances.

En lo que es automotor, marcar bien la diferencia entre las distintas coberturas ejemplificándoles de antemano lo que cubre y lo que no. Lo importante es prever y alertar de que tal o cual siniestro lo pueden afectar en su patrimonio. Por supuesto que hoy lo ven como palabras al azar, pero cuando los siniestros suceden, todo pasa a segundo plano y lo único que, en ese momento, el cliente desea saber es si está o no cubierto.

Eduardo Mazzella: La principal habilidad para mí es brindar un servicio de asesoramiento personalizado y eficiente. También capacitarse y adecuar los sistemas para la atención al asegurado actual y sus exigencias.

¿Qué rol cumple la tecnología en su modalidad de trabajo y qué tecnología utiliza diariamente?

Patricio Bargados, señaló que la verdad es que no la utiliza y si bien se pregunta cómo el día de mañana la inteligencia artificial puede inferir en nuestro trabajo, considera que nuestra profesión, así como la de un contador o un abogado, perdurarán en el tiempo x eso que marcaba en otra respuesta anterior. La tranquilidad y la confianza que una palabra de un profesional le puede dar a un cliente

Por el contrario, en el caso de **Eduardo Mazzella**, la tecnología cumple un rol muy importante ya que los sistemas y programas que usamos en Matra Asesores, nos facilitan el tener más presente a cada asegurado, y que no se conviertan en un número más. Nos caracterizamos por darle la importancia y reconocimiento que merece cada cliente, además para una mejor organización de cada sección y cada póliza.

Gracias a esto ya no es necesario tener mucha cantidad de documentación impresa, ya que todo está guardado en una nube, esto nos brinda mayor agilidad para la administración.

Cualquier comentario que le parezca de utilidad realizar.

Patricio Bargados: En este último tiempo he notado que varias compañías de mediano o baja jerarquía han optado por no cumplir los acuerdos pactados en la liquidación de un siniestro en calidad de tercero. Considero que debiera haber un mecanismo más estricto, regulado por la SSN, que proteja al tercero damnificado sin necesidad de acudir a un abogado. Y, de hecho, allí es donde está la principal falencia del mercado asegurador y de donde surge la fama de que «los seguros después no te pagan». La figura del 3ro debe ser tenida en cuenta (incluso las compañías deberían entender que una buena liquidación, genera un potencial futuro cliente)

Eduardo Mazzella: A pesar del avance en la tecnología y la incorporación de la inteligencia artificial, siempre va a ser necesaria la intervención de un productor asesor de seguros. ☺



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



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

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

El motor del seguro vuelve a arrancar: el ramo automotor acelera su recuperación en 2025

Con un crecimiento superior al 60% en los patentamientos y una producción aseguradora en alza, el mercado automotor muestra señales firmes de recuperación. Aunque persisten desafíos como la siniestralidad, la litigiosidad y la falta de aseguramiento en parte del parque vehicular, las compañías mantienen carteras estables, clientes más racionales y una mirada optimista hacia 2026.

Escribe **Lic. Aníbal Cejas**

Entramos en el penúltimo mes del año, y los resultados del mercado asegurador automotor se vislumbran con optimismo.

Los datos recabados por SIOMAA respecto al patentamiento automotor marcaron un crecimiento del 60,4% en relación al 2024, con un acumulado anual de 500.089. Mientras, en el sector de motovehículos, el acumulado anual sumó 474.575 unidades 0km patentados, estableciendo un crecimiento del 38,8% respecto a 2024.

Es cierto que estamos lejos de los picos históricos, pero 60% de incremento es mucho más que lo que se auguraba a comienzos de este año.

Tan solo en el mes de septiembre el recuento de patentamientos de automotores ascendió a las 55.827 unidades, un 1,7% más que en agosto, y un 27,8% más que en septiembre de 2024. Del mismo modo, se registró el patentamiento de 59.056 motovehículos, un 7,7% más que en agosto, y un 45,5% más que en septiembre de 2024.

Seguros de automotores: evolución

Desde Federación Patronal, **Dario Asinelli, Jefe de División Área Comercial**, observó que, hasta el mes de septiembre, el presente año calendario da muestras de un crecimiento sostenido en la cantidad de certificados vigentes tanto de automotores como motovehículos.

“Esto tiene su origen en el crecimiento de ventas que se ha producido en ambos mercados”, señaló. Y prosiguió: “Los números varían de acuerdo al segmento de marcas y modelos, así como también si son compras en efectivo, por planes de ahorro o mediante préstamos prendarios”.

Roxana Reynoso, Gerente de Planificación y Desarrollo Comercial de Rivadavia Seguros, coincidió: “La producción de Automotores registra un crecimiento sostenido en 2025. Al cierre del ejercicio 2024/2025, concluimos el período con aumento de más de un 100% en la producción del ramo y 20.000 nuevas operaciones.

En el caso de los motovehículos, el crecimiento fue menor, a consecuencia de nuestra política de suscripción más restrictiva en motos de baja cilindrada”.



Luego, **Martín Paiva, Director Comercial Canal Directo, Productores y Concesionarios de La Caja de La Caja Seguros**, remarcó: “El 2025 ha demostrado ser un año de lenta pero cuidadosa recuperación del parque automotor y esto se ha traducido en una progresiva evolución de nuestras ventas. Según ACARA, al cierre de septiembre de 2025 los patentamientos totales crecieron un 27,8% frente al año anterior y +60,4% si analizamos el acumulado anual 2025 vs. 2024. Esto ha impactado positivamente en nuestro negocio”.

Sin embargo, los costos de siniestralidad evolucionan al ritmo de la inflación, y seguimos atentos a la problemática de la litigiosidad, los gastos judiciales y otras medidas preventivas que afectan al sector.

La Caja ofrece un ecosistema integral de movilidad que incluye autos, motos, bicicletas, monopatines y embarcaciones en un mismo paraguas de productos destinados a la movilidad personal y recreativa. Un diferencial clave en la cobertura que ofrecemos es el acceso a la red asistencial a través de los principales operadores de grúas y servicios de mecánica ligera en todo el país. Además de las sumas aseguradas máximas 100% personalizadas según el valor del vehículo de cada asegurado, en La Caja ofrecemos asistencia legal en el caso de accidente con lesiones a terceros, telemedicina 100% incluida provista por Ineba Salud y atención 24/Siempre”.

La Caja se mantiene en el segundo lugar del mercado, con 10,5% de participación, más de un millón de riesgos cubiertos y una cartera diversificada. Pavia destacó la preferencia por su propuesta de valor y la alianza con Autocity bajo la campaña ‘Redefiní tu zona de confort’.

La brecha entre la obligación y la realidad: vehículos sin seguro en circulación

Aunque en Argentina la legislación establece la obligatoriedad del seguro de responsabilidad civil para todos los

automotores y motovehículos que circulan —cobertura destinada a responder por los daños que pudieran causar a terceros—, en la práctica esta exigencia no se cumple plenamente. Diversos relevamientos estiman que un porcentaje significativo del parque vehicular circula sin contar con esta protección mínima, ya sea por falta de control, dificultades económicas o desconocimiento. Esta brecha entre la norma y la realidad genera un problema estructural que impacta tanto en la seguridad vial como en el funcionamiento del sistema asegurador.

Consultamos al **Productor Asesor de Seguros Jorge Tarling**, sobre la magnitud de este parque vehicular sin cobertura obligatoria, y esto nos respondió: “Si se busca conocer la cantidad de vehículos que efectivamente circulan, aconsejo el uso de los reportes de AFAC (parque circulante autos/comerciales), sumado al de CAFAM (motos). Luego, restar los ‘vehículos expuestos a riesgo’ de la SSN (asegurados).

Si se desea calcular el límite máximo, o upper bound, es decir el techo registral, se deben considerar los datos de la DNRPA (parque activo) y restarlos a los de la SSN”.

De esta forma, **Tarling** estimó las siguientes cifras en cuanto al porcentaje de vehículos sin cobertura:

- Con parque de uso ≈ 22,55 M; asegurados SSN 14,92 M > ~34% sin seguro.
- Con parque registral ≈ 25,06 M > ~40%.
- Rango defendible: 34–40%.

Existe una fuerte diferencia entre el aseguramiento de autos y motos. **Tarling** atribuyó este fenómeno al perfil social de los titulares de las motos de baja cilindrada. Al respecto, declaró: “Además de menor fiscalización, incide fuerte el perfil social de la moto de baja cilindrada: la baja cultura aseguradora, la lógica del ‘zafar’ vivo como puedo, una subestimación del daño a terceros y actitudes anómicas que minimizan el costo social. En ese contexto, pensar en el seguro queda lejos”. ➡

GALENO
ART

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

GALENO ART, un respaldo real en el ámbito laboral.



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



➔ El productor asesor explicó que la situación de la economía doméstica, que se ve afectada por la relación inflación-ingresos, se suma a la baja percepción de sanciones, a la fricción de pagos y a la burocracia que implica el registro. Todo ello se traduce en la existencia de vehículos no asegurados.

Para solucionarlo, propuso medidas como la verificación automática en VTV/RTTO, licencias y transferencias; LPR en peajes/estacionamiento; estaciones de servicio con lectura de patente y padrón binario vigente/no vigente. Además, en el área de back-end, sugirió la creación de un padrón único de vigencias (SSN+aseguradoras) con una API nacional, actualización diaria y minimización de datos. Por último, el encuadre en Ley de Tránsito y Datos Personales.

En un apartado, **Tarling** también resaltó la importancia de medir la regularidad de pagos durante toda la vigencia de la póliza. Lo expresó así: “Es importante verificar el porcentaje de pólizas que se mantienen en condición regular (sin mora ni cancelación por falta de pago), con cortes por autos vs. motos, canal y provincia, y seguimiento trimestral. Esto impacta directamente en víctimas y terceros: una póliza ‘viva’ al momento del siniestro reduce el daño social”.

Y remarcó: “El tema tiene un alto impacto social. Hay vidas y patrimonios destruidos por la desidia social. Si al 35–40% de no asegurados sumamos que, aun entre los asegurados, los límites de Responsabilidad Civil suelen ser exigüos, y existen prácticas de compañías que ‘emiten papeles y no seguros’. Así, el panorama se agrava. La RC automotor es un bien social: sin control inteligente y límites adecuados, las víctimas quedan peor protegidas”.

Carteras estables y asegurados más racionales

Los aseguradores coincidieron en que hoy, a diferencia del pasado, no se registran bajas significativas de pólizas.

Al respecto, **Reinoso** comentó: “En los planes de Todo Riesgo del ramo Automotores, los asegurados tienden a mantener la cobertura, aunque optando por franquicias más elevadas. Nuestra empresa ofrece diversas opciones en los pro-

ductos de la línea Todo Riesgo con múltiples alternativas de franquicias, lo cual permite al cliente elegir aquella opción que mejor se ajuste a sus necesidades y presupuesto.

Igualmente, la cartera de planes de la línea Terceros Completo se mantuvo estable a lo largo del año.

Por otro lado, en las pólizas de motovehículos se registró una disminución en las ventas, como consecuencia de políticas de suscripción más estrictas -particularmente en unidades de menor cilindrada- y de ajustes tarifarios orientados a mitigar los efectos de la siniestralidad.



Como corolario, podemos mencionar que se percibe un público cada vez más focalizado en la búsqueda de precios. Nuestra aseguradora se distingue por sostener una política de tarifas basadas en la sustentabilidad y el equilibrio técnico, sin participar en la competencia puramente comercial de precios que caracteriza al mercado”.

Sobre este tema, **Pavia** observó: “No notamos una tendencia marcada de migración de clientes a coberturas menores. Esto es una buena diferencia en relación al año pasado, donde una desafiante inflación generó un volumen elevado de consultas de downgrading. Nuestra red de atención está a disposición para despejar dudas e inquietudes, como también

solicitudes de esta índole. Sin embargo, al ser advertido de lo desprotegido que estaría con una cobertura inferior, el cliente promedio opta por resguardar su patrimonio y mantener una póliza más robusta.

Nuestro objetivo es ofrecer precios competitivos, sin comprometer la solvencia ni la calidad del servicio, a fin de asegurar nuestra posibilidad de hacer frente a los siniestros cuando ocurran. Además, los asegurados de La Caja nos eligen por nuestra robusta red de atención de grúa y mecánica ligera en todo el país, la confianza que generan 110 años de presencia en el mercado y otras asistencias”.

Por su parte, desde Federación Patronal **Asinelli** compartió: “En términos generales, en el ramo Automotores no estamos observando una merma significativa. Por el contrario, los planes de Todo Riesgo han registrado un crecimiento superior a las 8.000 unidades.

Si hemos detectado una tendencia en las renovaciones: muchos asegurados optan por modificar sus franquicias, eligiendo valores más altos para reducir el costo sin resignar cobertura. Los planes de Terceros Completos se han mantenido estables, mientras que los de Responsabilidad Civil han mostrado un leve crecimiento.

En el caso de Motovehículos, los planes que más crecieron fueron los de Responsabilidad Civil y Robo Total.

En números finales, la magnitud en autos creció en el 5 % y en motovehículos es cercana al 10%”.

Aunque las compañías no observaron una caída de sus carteras de clientes, **Tarling** señaló algunos temas críticos que influyen en la experiencia del asegurado, y que deben tenerse en cuenta para mantener las cifras. El especialista declaró: “La regularidad de pagos y las licencias vencidas son temas críticos para la siniestralidad y la experiencia del asegurado. Hay micro-morosidad (cuotas que ‘se corren’) y micro-cortes que terminan en rechazo de cobertura, y licencias de conducir vencidas que agravan la situación. Con la tecnología disponible, debemos cerrar el grifo de los olvidos”.

Para ello, propuso soluciones como el débito automático real y múltiple, con reintentos inteligentes y ventana de tolerancia de 48-72 hs; recordatorios omnicanal (push/app, whatsapp/SMS, email y llamadas automáticas según preferencia del cliente); calendario inteligente por vencimiento de póliza y por vigencia de la licencia; chequeo de licencia; one-click para pagar o regularizar desde el aviso y alta inmediata de la cobertura mínima de RC si aplica. Además, sugirió la existencia de reglas claras de continuidad, crear una sección estilo panel de ‘semáforo de vigencias’ en la app o web (póliza y licencia en estado verde/amarillo/rojo, y botón de acción, entre otras.

“Con control inteligente, padrones unificados y reglas claras, el porcentaje de no asegurados y la severidad social bajan”, afirmó.

Perspectivas de desarrollo

Los aseguradores se muestran optimistas sobre el desarrollo del seguro automotor en los próximos meses, aunque siguen procediendo con cautela.

Reynoso analizó: “La perspectiva para el ramo Automotores en nuestro país durante los próximos meses es moderadamente positiva, aunque con desafíos significativos.

Uno de los factores que impulsó el crecimiento fue la recuperación de la actividad económica, acompañada por un aumento en la venta de vehículos 0km. Se proyecta que, en el año, se comercializarán alrededor de 600.000 unidades, lo cual impactará directamente en el desarrollo del mercado asegurador.

A medida que los salarios comiencen a recuperar poder ➔

Sumate a nuestro equipo de PRODUCTORES ASESORES DE SEGUROS

Nationalbrokers

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

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

🌐 nationalbrokers.com.ar ✉ productores@nationalbrokers.com.ar

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

«Hasta el mes de septiembre, el presente año calendario da muestras de un crecimiento sostenido en la cantidad de certificados vigentes tanto de automotores como motovehículos»



▲ Dario Asinelli, Jefe de División Área Comercial de Federación Patronal

«La producción de Automotores registra un crecimiento sostenido en 2025, concluimos el período con aumento de más de un 100% en la producción del ramo y 20.000 nuevas operaciones»



▲ Roxana Reynoso, Gerente de Planificación y Desarrollo Comercial de Rivadavia Seguros



«El 2025 ha demostrado ser un año de lenta pero cuidadosa recuperación del parque automotor y esto se ha traducido en una progresiva evolución de nuestras ventas»



▲ Martín Paiva, Director Comercial Canal Directo, Productores y Concesionarios de La Caja de La Caja Seguros

➔ adquisitivo frente a la inflación, se incrementará la capacidad de contratación de coberturas. Asimismo, la digitalización y la innovación continúan siendo variables clave para mejorar la eficiencia en la gestión, atraer nuevos clientes y ampliar el mercado. Entre los principales desafíos del sector, se destacan el aumento de la siniestralidad (en especial por robos y judicialidad), la necesidad de fortalecer los niveles de solvencia y capitalización, y la volatilidad macroeconómica, factores que requerirán una gestión prudente y sostenida”.

A su vez, Pavia manifestó: “Los seguros en nuestro país están atravesando un momento de mucha transformación e innovación. No tanto a nivel producto, ya que eso está altamente regulado, si no más por la atención recibida, la propuesta de valor y asistencias y la confianza que depositan en su aseguradora.

En el caso del ramo automotor, si bien es obligatorio, vemos que hay todavía gran oportunidad de crecimiento, en particular si consideramos que el 40% de los autos circulan sin seguro (según datos de AACs). Esto quiere decir que el mercado, además de aumentar en volumen por ventas de nuevas unidades, puede crecer mediante regularización de vehículos desprotegidos.

Los próximos meses estarán atravesados por un continuo crecimiento del parque automotor, dado en parte por mayor acceso al crédito para la compra de OKM y una renovación de modelos que presentan más y mejor tecnología puesta a servicio de la experiencia de manejo.

En el mediano a largo plazo, esperamos que la movilidad sustentable (híbrida y eléctrica) gane terreno y adopción. Aún falta camino por recorrer si consideramos que se requiere una fuerte inversión en puntos de carga, puntos de atención capacitados y cadenas de suministros de repuestos. Sin embargo, alineados a la estrategia global de Generali, estamos trabajando en ofrecer el resguardo de excelencia para todos nuestros asegurados”.

Más adelante, Asinelli marcó: “El escenario futuro es difícil de anticipar, especialmente considerando el contexto electoral y una economía en la que las ventas de mercado fluctúan constantemente. Si bien los últimos meses han mostrado

«La situación de la economía doméstica, que se ve afectada por la relación inflación-ingresos, se suma a la baja percepción de sanciones, a la fricción de pagos y a la burocracia que implica el registro»



▲ Jorge Tarling, Productor Asesor de Seguros

indicadores positivos, no podemos prever con certeza cómo se desarrollarán los próximos.

Desde la compañía, seguimos enfocados en mejorar nuestros productos y planes, y en impulsar —a través de políticas comerciales— la suscripción de unidades más nuevas, con el objetivo de reducir la antigüedad de nuestra cartera de vehículos vigentes.

Además, como estrategia general, promovemos que los productores asesoren a sus clientes sobre la incorporación de coberturas adicionales, en particular la ampliación de las sumas aseguradas en responsabilidad civil, conforme a lo establecido por las normativas de la SSN. Esta recomendación responde al creciente número de sentencias judiciales que superan los límites contractuales, lo que puede comprometer directamente el patrimonio de los asegurados”.

Retención de clientes

En relación con lo anterior, consultamos por la implementación de estrategias específicas para la retención de clientes.

Pavia compartió: “En La Caja, hemos implementado diversas estrategias de fidelización y retención orientadas a acompañar al cliente en contextos económicos desafiantes y, especialmente, evitar la baja de coberturas. Acompañamos con información indispensable y con la oferta de pólizas adaptables a sus necesidades de resguardo. Nuestra misión es ser ‘socios de por vida’ de nuestros clientes. Nuestro diferencial está en una oferta de coberturas robustas y personalizadas para los asegurados, una red de grúas y asistencia de mecánica ligera en todo el país, un modelo de atención personal que prioriza el servicio mediante canales oficiales (gracias a acuerdos con las terminales automotrices) y más asistencias incluidas en la póliza.

Además, ofrecemos atención personalizada 24/Siempre, vía asesores telefónicos, red de sucursales, productores y asesores de seguros, como también nuestro chatbot potenciado por Inteligencia Artificial.

En los contados casos que los asegurados consulten por ba-

jas en coberturas, al recordarles del valor recibido por su cobertura, en general, optan por mantener su protección y cuidar su patrimonio.

En 2025, con el ingreso de La Caja como Main Sponsor del fútbol argentino, activamos una serie de dinámicas destinadas a los fanáticos de este deporte. Sorteos por camisetas y pelotas oficiales y experiencias VIP en cancha son algunas de las experiencias que pueden vivir nuestros asegurados. Anteriormente, hemos invitado a clientes a funciones en el Teatro Coliseo, a carreras del Turismo Carretera 2000 y más”.

Luego Asinelli remarcó: “Nuestra principal política de retención de clientes se basa en el servicio de excelencia que brinda Federación Patronal, un diferencial que ha consolidado nuestra reputación en el mercado.

Históricamente, hemos complementado esta estrategia con beneficios concretos como los descuentos por no siniestralidad y por permanencia del cliente en la compañía. Estas herramientas no solo han sido eficaces para fidelizar asegurados, sino que también han contribuido activamente a la captación de nuevos clientes.

Todo esto se potencia a través del contacto permanente con nuestros productores, quienes cumplen un rol clave al transmitir este valor agregado y fortalecer el vínculo con los asegurados.

Las mismas siempre son llevadas a partir del permanente contacto con nuestros productores para que le den valor agregado a las mismas”.

Finalmente, Reynoso afirmó: “Durante los últimos períodos, trabajamos intensamente en la mejora técnica de nuestros productos, de modo tal que los asegurados cuenten con alternativas de protección ajustadas a su situación y presupuesto.

Al cierre del ejercicio 2024/2025 y en el marco de una menor inflación, incorporamos una modalidad de facturación semestral para el ramo Automotores, con el objetivo de brindar soluciones más flexibles y adaptadas a las necesidades de cada cliente.

Con el fin de fortalecer la comercialización, se desarrollaron distintas promociones, entre ellas una dirigida específicamente al segmento de unidades Okm. Fue llamada ‘Un mimo para tu auto, un mimo para vos’, y arrojó resultados muy satisfactorios.

En materia de servicios digitales, se optimizó el funcionamiento de nuestra asistente virtual ‘Riva’, disponible vía WhatsApp. Para ello, se incorporaron herramientas más ágiles, como por ejemplo la posibilidad de abonar pólizas, las 24 horas, los 365 días del año, mediante integración con el sistema de pagos online. ‘Riva’ se ha convertido en uno de los canales de atención preferidos por los asegurados. Actualmente, el 50% de las consultas totales migraron a este canal, gracias a su rapidez y disponibilidad continua”, indicó.

Y continuó: “También reforzamos la comunicación y comunidad con productores asesores de seguros y asociados a través de nuestras redes sociales oficiales, que hoy ocupan un lugar destacado para la difusión de acciones, novedades y promociones con un formato más dinámico e interactivo.

Se profundizó la implementación del modelo de atención de siniestros, orientado a optimizar procesos y elevar la calidad del servicio. En este marco, se puso en marcha un nuevo sistema de regionalización de siniestros, actualmente en fase de implementación, con el objetivo de potenciar la especialización, homogeneizar la atención y mejorar la productividad de los recursos, siempre buscando maximizar la satisfacción de nuestra cartera de clientes”.

De esta manera, el 2025 se ha perfilado como un año de consolidación para el seguro automotor, con un mercado en expansión y desafíos en materia de siniestralidad, digitalización y aseguramiento efectivo. ●



INTĒGRITY
SEGUROS

PROTEGEMOS
TUS
GANAS
DE CRE
CER

0810 333 3455



INTEGRITYSEGUROS.COM.AR

“Nuestro objetivo es prolongar y mejorar la vida de las mascotas a través del cuidado preventivo”

Con el propósito de promover el cuidado integral de perros y gatos, Iké Argentina lanzó al mercado Vetify, un ecosistema de planes de salud a medida para cada etapa en la vida de las mascotas que combina prevención, atención de urgencias y contención emocional de los tutores en un mismo servicio.

Escribe: **Diego Fiorentino**

A fin de transformar la manera en que se concibe el cuidado de perros y gatos en nuestro país, **Iké Argentina** presentó **Vetify**, un sistema de acompañamiento para mascotas y tutores de alcance nacional que conecta tecnología, coordinación veterinaria y descuentos exclusivos. La solución integra planes de salud que se adaptan a cada etapa de vida: **Cachorro, Adulto y Senior**, permitiendo que cada animal cuente con un esquema de cuidados personalizado y cada tutor tenga el respaldo económico y emocional necesario frente a imprevistos.

“Queremos que los tutores tengan la certeza de que nunca estarán solos frente a una emergencia. Nuestro diferencial radica en ofrecer un acompañamiento integral que va desde la prevención hasta la contención en los momentos más difíciles. Ningún competidor ofrece la amplitud de cobertura ni la combinación de servicios que proponemos”, explica **Sabrina Pfeifer**, directora de **Vetify**, en diálogo con Informe.

En todos los casos, los planes incluyen consultas veterinarias presenciales y online; urgencias 24/7 en todo el país; chequeos y prevención (vacunación, desparasitación y castración); reintegros con el veterinario de confianza del tutor; plataforma digital para turnos, videollamadas y seguimiento en tiempo real; atención personalizada y acompañamiento a tutores y familias. A estas opciones se suma además el plan **Emergencias**, especial para circunstancias en que se requiere una atención inmediata.

¿Cómo nació la idea de lanzar Vetify?

Vetify surge como una evolución natural de la experiencia de Iké en el mundo de la asistencia. Detectamos que en la Argentina, aunque el 94% de los tutores afirma estar dispuesto a invertir en el bienestar de su mascota, no existía una propuesta integral que combinara prevención, asistencia 24 horas y red nacional de veterinarias. El propósito de **Vetify** es prolongar y mejorar la vida de las mascotas a través del cuidado preventivo, brindando respaldo profesional y accesibilidad económica.

¿Qué tecnologías están involucradas en los planes de salud que ofrecen?

Vetify integra tecnología en tres niveles: Telemedicina veterinaria (consultas online y videollamadas 24 horas); Gestión digital (plataforma de autogestión para reembolsos, turnos y seguimiento de prestaciones); y **Smart CRM e IA aplicada** (personalización de recordatorios preventivos y acompañamiento del tutor según la etapa de vida del animal). Toda la infraestructura se apoya en el



▲ Sabrina Pfeifer, directora de Vetify.

« El gasto promedio mensual en salud para un perro ronda los \$ 70.000 y para un gato los \$ 47.000. Vetify permite reducir esos costos entre un 20 y un 40% »



Experiencia en asistencias



Sabrina Pfeifer es directora de **Vetify**, marca creada por **Iké Argentina** para promover el cuidado integral y el bienestar de las mascotas mejorando su calidad de vida y brindando previsibilidad a sus familias. Con amplia trayectoria directiva en el mercado de asistencias, la ejecutiva supo liderar proyectos de venta, operaciones y desarrollo estratégico en el sector corporativo. ■

ecosistema tecnológico de **Iké Argentina**, que incluye **Sales Cloud, Marketing Cloud** y gateway de pagos digitales.

¿Cómo se accede a los diferentes planes?

Los planes se contratan por canales propios a través de **www.vetify.com.ar**, donde el usuario puede completar el proceso de compra 100% online o a través de un asesor especializado que lo guiará vía telefónica o por WhatsApp. Una vez activado, el tutor puede usar el servicio en menos de 24 horas y gestionar todo desde su celular: consultas, urgencias o reintegros.

¿Es posible cuantificar los ahorros que genera esta nueva solución?

Sí, el gasto promedio mensual en salud para un perro ronda los \$ 70.000 y para un gato los \$ 47.000. **Vetify** permite reducir esos costos entre un 20 y un 40% al cubrir vacunación, desparasitación, análisis, urgencias y cirugías con reintegros, evitando desembolsos imprevistos y mejorando la planificación familiar.

¿Qué grado de aceptación esperan lograr por parte de las diferentes comunidades?

Las investigaciones cualitativas muestran una alta aceptación transversal. Tanto los ‘humanizadores’ (que ven a su mascota como un hijo) como los ‘mascoteritos’ (que priorizan su bienestar) valoran el modelo preventivo y la tranquilidad que brinda el respaldo 24 horas.

¿Cómo están comercializando los planes de salud? ¿Con qué canales comerciales trabajan?

Los planes de salud de **Vetify** se comercializan directamente al consumidor final a través de nuestros canales digitales con asesores especializados. Dentro de la propuesta comercial se están explorando alianzas y diferenciales para socios que deseen incorporarse a nuestro ecosistema de comercialización.

¿Existe interés por parte de las aseguradoras de incorporar este servicio a alguna de sus coberturas?

Sí, varias aseguradoras y entidades financieras ya manifestaron interés en integrar **Vetify** dentro de sus ecosistemas de beneficios, especialmente como producto de bienestar y fidelización. El modelo se adapta fácilmente a esquemas de cobertura o loyalty, con gestión de casos y red validada de más de 180 prestadores.

¿Están preparados para atender una demanda masiva?

Totalmente. **Iké Asistencia Argentina** aporta el respaldo operativo, la infraestructura tecnológica y una red nacional de prestadores que garantiza cobertura en todo el país. **Vetify** capitaliza esta base para ofrecer un servicio pensado desde la experiencia del usuario, donde la atención es inmediata, accesible y omnicanal. La estructura tecnológica y operativa ya está dimensionada para absorber un crecimiento acelerado, combinando atención automatizada, digital y soporte humano 24/7. ➡



LA PERSEVERANCIA SEGUROS



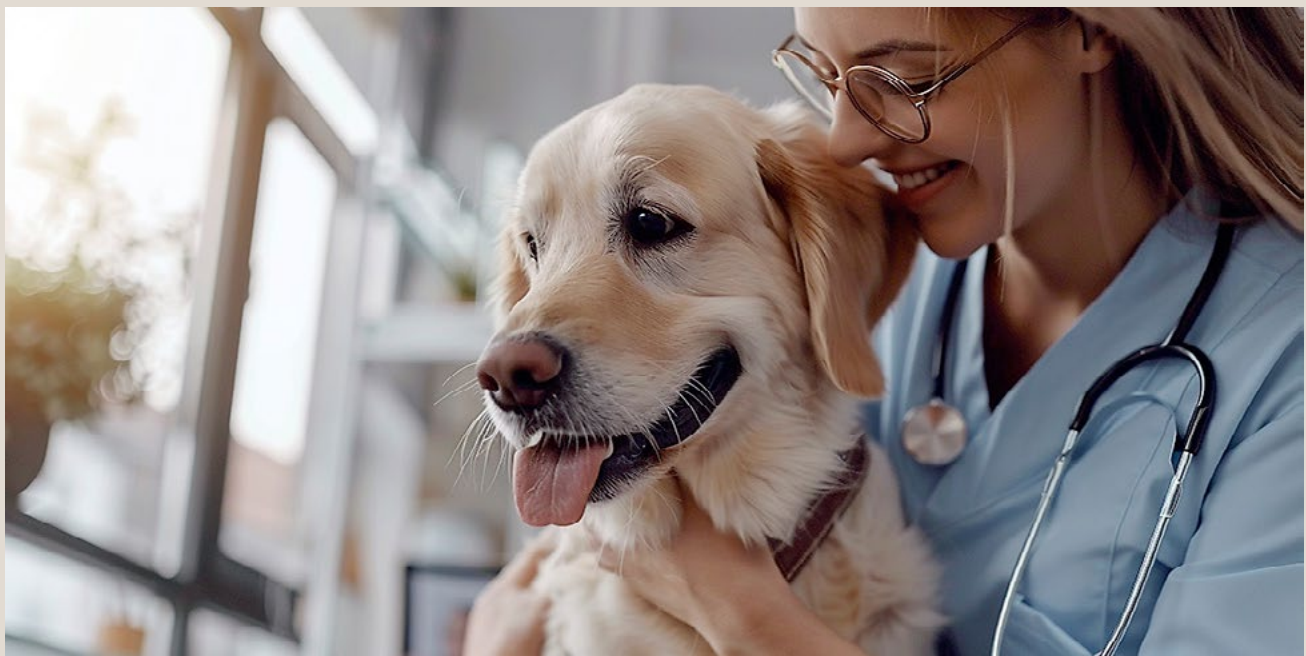
LPS+Cerca

Nuevo servicio de atención en **horario extendido exclusivo para PAS**

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

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

➡ La Perseverancia Seguros: + cerca, más fácil.



« Queremos que los tutores tengan la certeza de que nunca estarán solos frente a una emergencia »»



GSC

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

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

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

San Cristóbal *Te entendemos*
Seguros

San Cristóbal
Retiro

Asociart
ART

Nº de inscripción en SSN
0142-0620-0192

Atención al asegurado
0800-666-8400

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

SSN

SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

SALUD ANIMAL

¿Existen propuestas similares en nuestro país?

No con este enfoque integral. Hoy el mercado argentino ofrece opciones fragmentadas -seguros o asistencias veterinarias puntuales-, pero ninguno combina prevención, urgencias, reintegros y red nacional bajo una marca de asistencia con respaldo real. El benchmark internacional (EE.UU. y Europa) confirma que **Vetify** replica modelos líderes, como **Banfield** o **Vetsure**, adaptados al contexto local.

¿Qué grado de desarrollo exhibe la atención veterinaria en la Argentina?

Nuestro país tiene un ecosistema veterinario sólido, pero atomizado: muchas clínicas pequeñas, atención concentrada en grandes ciudades y escasa digitalización. **Vetify** llega para conectar esa red, garantizar estándares de calidad y democratizar el acceso a la medicina preventiva.

¿Por qué un tutor debería contratar los planes de Vetify?

Porque ofrecen tranquilidad, prevención y acompañamiento. Combinan acceso 24/7 a profesionales; reintegros y red nacional; planes pensados por veterinarios para cada etapa de vida; ahorro real y previsibilidad económica. En definitiva, la mascota pasa más tiempo con su tutor, que es el verdadero propósito de la marca. 🐾

Al servicio de mascotas y tutores



Los planes de salud para mascotas de **Vetify** combinan medicina preventiva con respaldo ante imprevistos a través de coberturas flexibles, un esquema de reintegros y una amplia disponibilidad de atención. Dentro de los servicios que ofrece se destacan:

- Disponibilidad 24/7 en todo el país: orientación veterinaria por teléfono y videollamada y acceso a atención presencial (según disponibilidad local).
- Enfoque preventivo: beneficios orientados a chequeos, vacunación y desparasitación, además de estudios y procedimientos contemplados según el plan.
- Reintegros y red de prestadores: permite seguir con el veterinario de confianza y gestionar reintegros de manera simple, así como contar con una red nacional de prestadores.
- Experiencia digital simple: contratación y gestión desde el celular, seguimiento de solicitudes y soporte dedicado.

Asimismo, trabaja con estándares de calidad y transparencia para que los tutores puedan cuidar a su mascota con tranquilidad y previsibilidad durante todas las etapas de su vida. 🐾

QUALIA

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



Ingresa a segurosqualia.seg.ar/alianzas y descubrí más sobre nuestros socios y productos



Nº de Inscripción
SSN 0879

Coordinación de Comunicación
y Atención al Asegurado (CoAA)

0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN SUPERINTENDENCIA DE
SEGUROS DE LA NACIÓN

Exitoso evento de Hipotecario Seguros y Varese Brokers presentó la revolución digital en el mercado de alquileres marplatense



VARESE



HIPOTECARIO SEGUROS

Varese Brokers e Hipotecario Seguros crearon un espacio único en Mar del Plata.

"Nuevo Seguro de Caución: la primera solución para inquilinos y propietarios 100% online que revoluciona el mercado de alquileres."

Con la participación especial de **Federico González Rouco**, economista y referente del mercado inmobiliario.



Con gran convocatoria de referentes del sector inmobiliario local, **Hipotecario Seguros** y **Varese Brokers** presentaron ayer en Quba Café de Mar el innovador producto **Caución de Alquiler Digital**, marcando un antes y un después en el acceso a la vivienda en alquiler.

Un encuentro de alto nivel
El evento, que se desarrolló en la tarde de ayer, contó con la presencia **Gastón Giachello - Gerente Comercial de Hipotecario Seguros** y **Roman Olguín** quien lidera el equipo de **Producto y Nuevos Negocios**. La jornada incluyó una lúcida exposición del reconocido economista especializado en **Real Estate**, **Federico González Rouco**, quien brindó un exhaustivo análisis del mercado inmobiliario actual y las perspectivas para el sector.

Sobre el expositor
Federico González Rouco es economista con posgrado en Economía Social por la Universidad Católica Argentina (UCA) y magíster en Políticas Públicas por la Universidad Torcuato Di Tella (UTDT). Es analista económico en Empiria Consultores y una de las voces más escuchadas del mercado inmobiliario argentino. Autor de tres libros sobre vivienda: «*Vivienda: El relato*» (2017), «*Dueños o Inquilinos*» (2021) y «*El sueño de la casa propia*» (2024), González Rouco es reconocido por su profundo conocimiento del sector y su capacidad para traducir conceptos económicos complejos en análisis accesibles. En su exposición, **González Rouco** destacó que «*uno de los primeros indicios de normalidad en una economía es la aparición del crédito hipotecario y herramientas de financiamiento accesibles*», subrayando la importancia de productos como la **Caución de Alquiler Digital** en el contexto actual del mercado argentino.

Hipotecario Seguros: Protegiendo hogares argentinos
Hipotecario Seguros es una compañía joven, dinámica e inclusiva vinculada al **Banco Hipotecario**, entidad con más de 130 años de trayectoria en el financiamiento de viviendas en Argentina. Con más de 580.000 asegurados, la compañía se posiciona como especialista en la distribución masiva de seguros y microseguros, facilitando el acceso a la protección para todos los argentinos. La empresa se distingue por su enfoque innovador, invirtiendo constantemente en automatización y tecnología para mejorar procesos y extender servicios de calidad. Su lema «*somos el seguro de los hogares argentinos*» refleja su compromiso con la protección del patrimonio familiar y el bienestar de las familias en todo el país.

La revolución digital en alquileres
El **Seguro de Caución de Alquileres** presentado es una póliza que reemplaza al garante tradicional, funcionando como garantía para el cumplimiento de las obligaciones del inquilino y protegiendo al propietario. Su característica distintiva es la emisión 100% digital en pocos minutos, eliminando las demoras y complicaciones de los procesos tradicionales. La póliza ofrece coberturas integrales que incluyen el pago del alquiler, expensas, servicios públicos e incluso la ocupación indebida del inmueble, adaptándose a las necesidades del mercado actual.

Transformando el mercado inmobiliario local
Los asistentes, en su mayoría profesionales inmobiliarios y corredores marplatenses, manifestaron su interés por esta herramienta que promete facilitar operaciones de alquiler que tradicionalmente se veían trabadas por la dificultad de conseguir garantías propietarias.

Para inquilinos, el producto significa:

- Acceso facilitado a la vivienda sin depender de garantes propietarios
- Proceso ágil y completamente digital, sin trámites presenciales
- Solución moderna para quienes buscan independencia habitacional

Breves del Informe

Para propietarios, representa:

- Seguridad garantizada en el cobro de alquileres y gastos asociados
- Respaldo de una compañía aseguradora supervisada y solvente
- Reducción significativa del riesgo en la locación

Alianza estratégica
La presentación ratificó la alianza entre **Hipotecario Seguros** y **Varese Brokers**, líder en inclusión aseguradora e innovación, con el objetivo de diseñar soluciones accesibles que democratizen el acceso a la vivienda en Argentina. Este evento marca un hito en el mercado inmobiliario de Mar del Plata, posicionando a la ciudad como referente en la adopción de herramientas tecnológicas que modernizan y agilizan el sector, beneficiando tanto a inquilinos como a propietarios en un contexto donde el acceso a la vivienda representa uno de los principales desafíos para las familias argentinas.

Podés cuidar tu casa como cuidás tu auto: San Cristóbal Seguros lanza su nueva campaña para impulsar la protección del hogar

Solo el 15% de los hogares argentinos tiene cobertura. Con creatividad y un mensaje directo, Grupo San Cristóbal busca poner en agenda la importancia de asegurar el hogar y promover una mayor conciencia aseguradora en el país.



Grupo San Cristóbal lanza su nueva campaña de seguros para Hogar bajo el claim «**Podés cuidar tu casa como cuidás tu auto**», con el objetivo de poner en evidencia una contradicción: la mayoría asegura su vehículo, pero no su vivienda. A través de una propuesta creativa y cercana, la compañía busca concientizar sobre la baja cultura aseguradora y fomentar la protección del patrimonio familiar. «*En la Argentina existe una brecha enorme entre el valor que le damos a nuestro hogar y el nivel real de protección que le brindamos. Queremos revertir esa ecuación: así como cuidamos el auto, debemos cuidar nuestra casa, que está entre los bienes más valiosos que tenemos*», explicó **Christian Blousson**, Gerente de Marketing y Comunicaciones de Grupo San Cristóbal.

Una campaña que interpela desde el absurdo
Bajo el claim «**Cuidá tu casa cómo cuidás tu auto**», la nueva campaña de **Grupo San Cristóbal** parte de una idea disruptiva: mostrar el sentido de asegurar el vehículo pero no el hogar. Mostrando una casa en distintas escenas donde habitualmente se ve un auto, esta campaña invita a reflexionar sobre la falta de coherencia entre la importancia que se le da a la vivienda y la escasa protección que se le asegura. «*Nuestro enfoque creativo se apoya en un insight muy real: la mayoría de las personas protege su auto, pero no su casa. La campaña interpela desde esa contradicción, con el estilo cercano y empático que caracteriza a Grupo San Cristóbal*», agregó el vocero.

Por qué los argentinos no aseguran su casa
Diversos estudios y fuentes del sector coinciden en que solo el 15% de las viviendas cuentan con un seguro integral del hogar en Argentina. Entre las principales razones se destacan:

- Escasa educación financiera, que limita la comprensión de cómo funciona un seguro y sus beneficios.
- Desconfianza en la respuesta de las aseguradoras ante un siniestro.
- Baja percepción de riesgo, al no considerar probables eventos como incendios, robos o filtraciones graves.
- Alta informalidad habitacional, que dificulta asegurar viviendas sin escritura o con contratos informales.
- Ausencia de incentivos fiscales y prioridad del seguro automotor obligatorio, que concentra la mayor parte del gasto familiar en seguros.

Estas barreras explican por qué, a pesar de que la vivienda es uno de los activos más valiosos para la mayoría de los argentinos, la contratación de un seguro para el hogar sigue siendo una excepción más que una regla.

Un producto simple, accesible y con foco educativo
El **Seguro de Hogar de Grupo San Cristóbal** ofrece coberturas integrales, requisitos mínimos de contratación y una propuesta accesible para ampliar la base de asegurados. El lanzamiento de esta campaña se enmarca en el plan de fortalecimiento del negocio minorista del Grupo, orientado a diversificar su portafolio, fortalecer el canal PAS y promover una cultura aseguradora más sólida en todo el país.

SANCOR SEGUROS se suma al Cyber Monday 2025 con importantes descuentos en sus productos



Cada año, el **Cyber Monday** se consolida como una de las fechas más esperadas del comercio electrónico en la Argentina, atrayendo a millones de personas que buscan aprovechar ofertas y beneficios especiales. La edición 2025 se realizará los días 3, 4 y 5 de noviembre y promete grandes descuentos en tecnología, indumentaria, viajes, seguros y mucho más. El **Cyber Monday** es una iniciativa impulsada por la **Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE)** desde 2012, con el objetivo de promover el comercio electrónico y fortalecer la confianza de los consumidores en las compras digitales. Durante tres días, las principales marcas del país ofrecen rebajas exclusivas, cuotas sin interés y beneficios adicionales en sus tiendas online oficiales. En este contexto, **SANCOR SEGUROS** participará nuevamente ofreciendo descuentos especiales en una amplia gama de productos. Durante los días del evento, que luego se extenderá hasta el 9 de noviembre con el **Cyber Week**, los usuarios podrán acceder a 30% de descuento en contratación de seguros de Auto, Hogar, Moto y Salud, además de un 15% de descuento en seguros de Movilidad (para bicicleta, monopatín o rollers).



Cursos Gratuitos de Provincia ART

Provincia ART, la aseguradora de riesgos de Grupo Provincia confirmó su cronograma de cursos gratuitos para el undécimo mes del año, en el que se conmemora el Día de la Construcción.



2025
NOVIEMBRE
NUEVAS FECHAS DISPONIBLES

PROGRAMA DE CAPACITACIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES | PROVINCIA ART

En ese sentido, se destaca el ciclo de **Eventos para Profesionales** con los encuentros «**Trabajo en altura I: EPP específicos**», el jueves 6; «**Trabajo en altura II: Res. 61/23 aplicación de la norma**», el martes 18; y «**Trabajo en altura III: Normativa y documentación**», todos de 11 a 12:30. El calendario también incluye formaciones gratuitas, en el mismo horario, de Prevención Primaria con «**Seguridad Vial: Tu rol en la vía pública**», el miércoles 12; «**Prevención de incendios**», el jueves 13 y «**La teoría del tiempo ¿Existe el tiempo?**», el martes 25. Además de «**Primeros Auxilios**», el martes 18 y «**Reanimación cardio pulmonar (RCP)**», el jueves 27, ambas de 14:30 a 16. En cuanto a **Documentación de Prevención**, se llevará adelante «**Documentación Normativa: Tips para cargar formularios WEB**», el martes 11 de 11 a 12:30. Finalmente, correspondiente al ciclo **Salud y Bienestar** tendrá lugar «**Estrategias para afrontar situaciones desafiantes**», el jueves 20 de noviembre a partir de las 14:30.



Protegiendo a los que mejor protegen.

Porque los argentinos siempre están dispuestos a hacerte una gauchada y poner el hombro, nosotros nos comprometimos a protegerlos siempre.

Seguinos en las redes

 zurich.ar

 ZurichEnArgentina



Visitá nuestra web

Quizás, Quizás, Quizás: Afianzadora te canta la Argentina por venir...



Por Mariano Nimo

Tras cuatro años consecutivos de pérdidas, el mercado asegurador argentino parece haber llegado a un punto de inflexión. Durante este período, el sector consumió capital por un equivalente al 2% de las primas en cada ejercicio: una señal de agotamiento financiero y técnico, con un mercado (en tamaño de primas) que no crece hace 8 años. Hoy, sin embargo, empiezan a asomar signos de cambio. Una nueva política económica —con equilibrio fiscal y disciplina monetaria— comienza a sentar las bases de una estabilidad imprescindible para el desarrollo sostenido de nuestra industria. Con una inflación estabilizada en torno al 2% mensual, ya no hay margen para esconder las ineficiencias bajo la alfombra inflacionaria. Este nuevo escenario nos obliga a mirar de frente los costos, la productividad y el resultado técnico como prioridad de gestión. Por primera vez en años, el sector puede pensar en el mediano plazo. Esa posibilidad —planificar más allá del trimestre— puede marcar el inicio de un nuevo ciclo de crecimiento sostenido en el tiempo.

Las bases de una nueva etapa

Durante la última década, el tamaño del mercado asegurador argentino prácticamente no cambió. Hoy representa el 3% del PBI, pero esa cifra encierra una gran oportunidad. Si la estabilidad se consolida, hay verticales de negocio con enorme potencial de expansión que pueden escalar al 4% del PBI sin despeinarnos:

- **Seguros de vida y ahorro**, que podrían recuperar atractivo en un entorno donde la moneda vuelva a ser reserva de valor, y los incentivos impositivos sean irresistibles.
- **Seguros de salud**, ante el éxodo de afiliados de las prepagas por aumentos por encima de la inflación, hay un espacio que alguien deberá atender.
- **Productos previsionales y de capitalización**, claves en un país con un sistema jubilatorio desfinanciado y una tasa de pasividad del 97%.

Cada uno de estos segmentos podría transformar el perfil del mercado asegurador y convertirse en un aliado estratégico del desarrollo del mercado de capitales, aportando ahorro genuino y de largo plazo.

Del corto al largo plazo: un cambio cultural

Durante años, el seguro argentino operó con instrumentos de inversión de corto plazo, en sintonía con su entorno de volatilidad y un perfil de cartera de cola corta. Un contexto más previsible permitiría extender el horizonte temporal, diversificar carteras y contribuir al financiamiento productivo de mediano y largo plazo.

Este cambio cultural —del corto al largo plazo— fortalecería la rentabilidad técnica de las compañías y su rol como actores del desarrollo económico.

Reformas, confianza y crecimiento

El Ejecutivo avanza con reformas estructurales —tributarias, laborales y previsionales— que podrían sentar las bases de un nuevo contrato social.

El apoyo electoral recibido, aún en una transición de una economía ralentizada, revela una sociedad que parece haber renovado su voto de confianza en búsqueda de un futuro más previsible.

Si ese rumbo se mantiene, podríamos estar frente al comienzo de una nueva era para el seguro argentino: una en donde la estabilidad macroeconómica, la reducción de la informalidad laboral (hoy superior al 40%), una estructura tributaria más racional y una moneda confiable creen las condiciones para que empresarios y ciudadanos vuelvan a protegerse, ahorrar, planificar e invertir en esta nueva Argentina.

Un optimismo necesario

Quizás sea momento de exagerar el optimismo. De creer que esta vez sí puede suceder.

Que el sacrificio social y empresarial de estos años sienta las bases de un país más previsible, donde la protección vuelva a tener valor, y donde el seguro —como instrumento de estabilidad y desarrollo— recupere el lugar protagonista que merece.

Quizás una reforma laboral logre formalizar a parte de los más de 7 millones de trabajadores que operan en la informalidad, y puedan ser la contrapartida de un sistema previsional más sostenible en el tiempo.

Quizás se pueda duplicar la cantidad de empresas generadoras de empleo (650.000), hoy en una densidad de 12 empresas por cada 1.000 habitantes, misma ratio de hace 30 años y una de las más bajas de la región.

Breves del Informe

Quizás una reforma tributaria alivie al empresario argentino y lo anime a invertir/contratar más. Quizás el equilibrio fiscal devuelva fuerza a nuestra moneda y reactive los mercados de vida, retiro y capitalización, aumentando significativamente la inversión en el mercado de capitales, hoy de 18 billones de pesos.

Quizás el crédito privado, hoy prácticamente inexistente en la economía argentina (7% del PBI), empiece a incrementar su protagonismo, que actualmente se encuentra muy por debajo del promedio de LATAM que asciende al 52%.

Quizás Argentina logre triplicar su matriz exportadora y de comercio exterior, (hoy 25% del PBI) muy por debajo del promedio regional. Quizás algo suceda. Y ya eso, para la Argentina, sería un gran comienzo. En **Afianzadora** nos preparamos para esta expansión y crecimiento que quizás se dé antes de lo esperado.

Quizás, quizás, quizá...

La E.E.S.T. N°1 «Antonio Bermejo» de Junín revalidó su título y volvió a coronarse campeona del Desafío ECO YPF 2025



La Escuela de Educación Secundaria Técnica N°1 «Antonio Bermejo» de Junín, provincia de Buenos Aires, se consagró campeona del Desafío ECO YPF 2025, reafirmando su liderazgo nacional al ganar por segundo año consecutivo la competencia que promueve la innovación y la sustentabilidad.

El certamen se desarrolló los días 8 y 9 de noviembre en el Autódromo de Concepción del Uruguay, Entre Ríos, y reunió a más de 130 escuelas técnicas de todo el país. La iniciativa contó con el respaldo de Río Uruguay Seguros (RUS), en una nueva edición que combinó tecnología, trabajo en equipo y aprendizaje práctico.

El Desafío ECO es un campeonato de autos eléctricos de emisión cero, diseñados y construidos por estudiantes de escuelas técnicas argentinas. La competencia, fiscalizada por el Automóvil Club Argentino (ACA) bajo reglamentación de la Federación Internacional del Automóvil (FIA), incluye cinco pruebas que otorgan puntaje: Setup Challenge, 1/8 de Milla, Flying Lap, Sprint Femenino y Endurance. El equipo de la E.E.S.T. N°1 «Antonio Bermejo» obtuvo el primer puesto del campeonato, seguido por la Escuela Técnica N°35 «Ing. Eduardo Latzina» (C.A.B.A.), en segundo lugar, y la Escuela Técnica N°8163 «San José» de Chabás (Santa Fe), en el tercer puesto.

Además, se entregaron reconocimientos especiales a:

- **E.S.T. N°8 «Ing. Ángel Gallardo»** (Avellaneda, Buenos Aires): Premio AVEA a la Innovación Tecnológica.
- **Instituto La Salle Florida** (Vicente López, Buenos Aires): Premio a la Mejor Ingeniería.
- **Instituto Industrial «Pablo Tavelli»** (Mar del Plata, Buenos Aires): Premio a la Mejor Innovación en el Diseño.
- **E.E.T. N°3 «Dr. Miguel Ángel Marsiglia»** (Concepción del Uruguay, Entre Ríos): Premio al Espíritu Deportivo.

Por primera vez, el evento fue transmitido en vivo por streaming a través del canal de YouTube RUS Media TV, permitiendo que personas de todo el país acompañaran esta experiencia educativa y tecnológica. Durante la competencia, Eduardo Ramírez, director del Desafío ECO, destacó que el certamen «es una competencia, pero también un espacio para aprender y disfrutar. Los estudiantes que repiten la experiencia mejoran sus autos, crecen y consolidan sus conocimientos. Ver su entusiasmo, su trabajo en equipo y su compromiso con la innovación es inspirador: esta es la Argentina del futuro.»

Por su parte, Juan Carlos Lucio Godoy, presidente ejecutivo de Río Uruguay Seguros, remarcó: «Lo que más me entusiasma es la unión entre la educación y el deporte. Estas escuelas técnicas, donde trabajan juntos mujeres y varones, reflejan la igualdad, la ingeniería aplicada y la visión de futuro. El auto eléctrico representa la modernidad y la transición hacia una movilidad más sustentable. Este evento no tiene límites y merece el reconocimiento del automovilismo argentino.»

El Desafío ECO YPF se consolida año a año como una experiencia educativa que trasciende la competencia. Promueve el trabajo en equipo, la creatividad y la aplicación práctica de los conocimientos técnicos al servicio de la sustentabilidad.

El triunfo de la E.E.S.T. N°1 «Antonio Bermejo» no solo representa un logro deportivo, sino también un símbolo del compromiso y la capacidad de las nuevas generaciones para construir un país más innovador, inclusivo y sostenible.

Con la presencia del Ministro de Economía de la Nación, Luis Caputo, CIDEs organizó su encuentro de fin de año



El Ministro de Economía de la Nación destacó el papel estratégico del sector asegurador en el desarrollo económico del país y proyectó para 2026 un escenario de expansión sostenida y nuevas oportunidades de inversión.

El Centro de Investigaciones para el Desarrollo del Seguro (CIDEs), primer think tank de la industria aseguradora argentina, llevó a cabo una nueva edición de su Ciclo de Conferencias, en un encuentro que reunió a destacados referentes de la economía nacional, el ámbito asegurador y las principales cámaras empresariales. Entre los asistentes se destacaron Alejandro Lew, Secretario de Finanzas de la Nación; Juan Pazo, Director Ejecutivo de ARCA; y Martín Menem, Presidente de la Honorable Cámara de Diputados, junto a autoridades de la Superintendencia de Seguros, de la Superintendencia de Riesgos del Trabajo y representantes de Cámaras del sector. Asimismo, el evento contó con la destacada participación del Ministro de Economía de la Nación, Luis Caputo, quien ofreció una exposición reafirmando su respaldo al crecimiento y fortalecimiento del empresariado argentino.

El gran anuncio de la jornada fue el aumento del monto a deducir del impuesto a las ganancias para los seguros de vida con capitalización y retiro. «La realidad es que (el sector de los seguros) ha crecido en el mundo con licencias impositivas y eso es lo que estamos pensando, es decir en bajar las cargas patronales por un fondo de cese y eliminar la litigiosidad que es tan costosa para la industria. Hoy se pueden deducir \$50 mil del impuesto a las Ganancias para seguros de capitalización y de retiro, vamos a aumentar eso a muchos múltiplos», afirmó el Ministro.

Además, se abordaron otros temas de relevancia para el sector y se compartieron perspectivas sobre el futuro macroeconómico y político del país. En este sentido, el Caputo afirmó que están dadas las condiciones para mantener una postura optimista. «Por eso, hoy estamos hablando de impulsar la reforma laboral y tributaria, que apuntan esencialmente a dos cosas: por un lado, a formalizar la economía; por otro, a generar mayor crecimiento». Asimismo, comentó que el Gobierno está trabajando en el desarrollo de un Estado en el que el mercado de capitales se destine a la inversión privada, no a la pública.

Alejandro Simon, Presidente del CIDEs expresó que espacios como estos buscan destacar el rol del sector asegurador como motor de crecimiento, tanto en la Argentina como en el mundo. El país atraviesa un momento clave de consolidación, con la oportunidad de impulsar reformas estructurales que fortalezcan el mercado de capitales. Para lograrlo, es esencial avanzar hacia la estabilidad macroeconómica y garantizar la seguridad jurídica, especialmente frente a la alta litigiosidad laboral y la presión tributaria que afectan al sector. En esta línea, remarcó: «El seguro tiene la posibilidad de ayudar en este proceso de aliviar la carga fiscal del Estado, ofreciendo seguros privados para atender necesidades que tienen que ver con la previsión en lo laboral (fondo de cese) y la salud. Y para eso se necesita fortalecer al seguro como instrumento de canalización del ahorro de largo plazo».

Expectativas de crecimiento para 2026

Durante la jornada, se destacó una visión optimista respecto al crecimiento económico y la evolución de la inflación en Argentina para el año 2026. Se subrayó que este impulso dependerá, en gran medida, de que los argentinos crean en el proceso de cambio que se está viviendo. En este sentido, Luis Caputo añadió: «El reciente resultado electoral fue interpretado como un espaldarazo importante para el sector empresario, ya que extiende el horizonte de reformas e inversiones y consolida una perspectiva favorable a largo plazo.» Con la posibilidad de contar con varios años de continuidad en una gestión comprometida con el orden macroeconómico, y fortaleciendo el diálogo entre el sector público y el privado. «Tenemos todo el futuro por delante. Es una oportunidad única, que está al alcance de la mano y ojalá la aprovechemos», concluyó el Ministro.

Para dar un cierre formal al evento, Alejandro Simón, Presidente del CIDEs, agradeció la amplia convocatoria a este ciclo de conferencias e invitó a todos a participar del Insurance Week 2026, a realizarse en Mendoza en el mes de marzo.

El encuentro fue transmitido en vivo a través del canal de YouTube de CIDEs, alcanzando una amplia audiencia y consolidándose como un espacio de referencia para el sector. La jornada propició un intercambio abierto y enriquecedor entre los participantes, quienes coincidieron en la importancia de seguir impulsando ámbitos de diálogo que fortalezcan el desarrollo del mercado asegurador y contribuyan al crecimiento de la economía argentina en su conjunto.



Luis Caputo y Alejandro Simón

Acompañamos cada momento de tu vida

☎ 0810.222.2444

Consultá con tu productora o productor asesor de seguros o en provinciaseguros.com.ar

Grupo Provincia

Provincia Seguros

Gran protagonismo del Grupo SANCOR SEGUROS en los Premios Prestigio 2025



El 6 de noviembre se celebró una nueva edición de los **Premios Prestigio Seguros**, un evento de referencia para el mercado asegurador argentino, organizado por **Grupo Sol Comunicaciones** junto al **CEOP Latam (Centro de Estudios de Opinión Pública)**. La ceremonia contó con la presencia de destacados ejecutivos del sector, autoridades de asociaciones profesionales y representantes de las principales compañías del país. Desde hace más de dos décadas, los **Premios Prestigio** reconocen a las empresas más valoradas del ámbito asegurador a partir de un exhaustivo relevamiento que incluye la opinión de los Productores Asesores de Seguros (PAS) de todo el país, del público general y de referentes del ámbito corporativo. En este marco, el **Grupo SANCOR SEGUROS** volvió a ocupar un lugar destacado, consolidando su liderazgo y prestigio institucional.

Cuatro distinciones que reafirman un liderazgo sostenido
Por decisión de los Productores Asesores de Seguros, **SANCOR SEGUROS** fue distinguida con el **Primer Premio al Prestigio Productores**, siendo reconocida una vez más como la **Aseguradora más prestigiosa de la Argentina**. Además, obtuvo el Cuarto Puesto en Prestigio Público, reconocimiento que refleja la valoración positiva de la ciudadanía —asegurada o no— hacia las compañías. A estos logros se suma el **Premio Prestigio Atributo Calidad**, otorgado por el segmento corporativo, que destaca el compromiso de la empresa con la excelencia en la gestión y el servicio. Por su parte, **Prevención ART**, empresa líder del mercado con más del 20% de participación, fue galardonada nuevamente con el **Primer Puesto en el rubro Riesgos del Trabajo**, reconocimiento otorgado también por los Productores Asesores de Seguros. “Recibir estos premios en el año de nuestro 80° aniversario representa un orgullo enorme para todos los que integramos el Grupo SANCOR SEGUROS. Estos reconocimientos reflejan no solo los logros del último año, sino una trayectoria construida sobre pilares sólidos: la excelencia en el servicio, la atención personalizada, la innovación constante y la capacidad de respuesta ante cada necesidad de nuestros asegurados”, expresaron desde la compañía. Con estos nuevos galardones, el **Grupo SANCOR SEGUROS** reafirma su posición como referente indiscutido del mercado asegurador argentino, respaldado por una reputación institucional construida a lo largo de ocho décadas junto a una extensa red de más de 11.000 Productores Asesores de Seguros en todo el país.

Las marcas acompañan momentos de disfrute de los jóvenes como nueva estrategia de marketing

Hay algo que ninguna pantalla puede reemplazar: la energía de estar, de compartir, de mirar a los ojos. Para no perder de vista el valor de la experiencia física, las marcas tienen que estar pero no solo en el timeline o en la historia de Instagram.



Desde propuestas **tiny desk**, microencuentros que combinan rituales y hasta grandes eventos, el foco vuelve a estar en crear momentos auténticos de conexión directa con el público. Esta tendencia impulsa a las marcas a redefinir su presencia, buscando insertarse con autenticidad en estos escenarios donde, sobre todo, los jóvenes son protagonistas. En este contexto, el auspicio de festivales y shows musicales ya no es solo una estrategia de visibilidad, sino una apuesta por el sentido

Breves de Informe

de pertenencia a una comunidad dinámica, digital y emocionalmente conectada. Grandes marcas de seguros, tecnología, bebidas, indumentaria y telecomunicaciones han comprendido que sumarse a esta ola les permite asociarse con valores como la libertad, la pasión, la innovación y el disfrute. Este tipo de alianzas va más allá de la publicidad tradicional: implica compartir un espacio simbólico con los artistas y con el público joven, mostrando que comprenden y apoyan esta nueva forma de vivir la cultura.

“Tratamos de integrar propuestas que tengan un propósito claro y que aporten valor. Desde experiencias inmersivas hasta activations creativas o beneficios concretos, lo que verdaderamente conecta es aquello que resulta útil y a su vez divertido para el público. En estos entornos, la marca que logra captar la atención con respeto y creatividad puede generar un recuerdo positivo que se traduce en lealtad y recomendación. Pero para ello es clave entender que el protagonismo lo tiene el evento y la experiencia, no la marca en sí misma.” expresó **Martin Faicht, jefe de Marketing y Comunicación de La Segunda Seguros**, empresa aseguradora que ya forma parte de las marcas que participan en estos eventos. En ese camino, **La Segunda Seguros** viene apostando fuerte al vínculo con las nuevas audiencias. En el **Festival Bandera**, la marca sorprendió con un stand de dos pisos que combinó experiencia y creatividad: terrazas para disfrutar la vista, un túnel inmersivo para jugar, un artista pintando un mural in vivo y espacios donde el público pudo sublimar sus propias bandanas y pilusos. “Este año reafirmamos nuestro compromiso acompañando a Duki y Lali en Rosario, además de una alianza con 300 Producciones, participando en shows masivos como los de Los Pijos y Abel Pintos. Con presencia también en Rocknquista, Festival Harlem y el show de Nicki Nicole en el Monumento, hemos consolidado nuestro vínculo con la música en vivo y las experiencias compartidas. El año que viene proyectamos nuevos shows junto a Dale Play, continuando una alianza que nos permite seguir cerca de los artistas y del público”, agregaron desde **La Segunda**. Para ingresar con éxito a estos espacios, las marcas deben respetar las reglas del juego. La clave está en hablar el mismo idioma que su público: entender sus códigos, sus valores y su forma de relacionarse con lo que los apasiona. El error más común es querer imponerse sin comprender que el verdadero protagonista es el artista y la experiencia compartida. Las marcas que no logran decodificar esta dinámica son rápidamente rechazadas como ajenas o forzadas. En cambio, aquellas que se integran con naturalidad y propósito, logrando sumar a la cultura sin invadirla, son las que terminan ganando el corazón de esta audiencia joven, que valora lo auténtico, lo fresco y lo real.

Más de 130 escuelas técnicas de todo el país compitieron en el Desafío ECO YPF – Gran Premio RUS en Entre Ríos



Este fin de semana, el **Autódromo de Concepción del Uruguay, Entre Ríos**, fue escenario de una nueva edición del **Desafío ECO YPF – Gran Premio Río Uruguay Seguros (RUS)**, una competencia de autos eléctricos de emisión cero diseñados y construidos por estudiantes de escuelas técnicas de todo el país. En esta edición participaron 133 escuelas técnicas de distintas provincias argentinas, que presentaron sus prototipos eléctricos impulsados por energía limpia. Entre ellas se destaca la **Escuela de Educación Técnica N° 3 «Dr. Miguel Ángel Marsiglian»**, que fue la anfitriona del evento y competió con dos vehículos inspirados en la histórica **Fórmula 5 Entrerriana**. Además, la institución local tuvo a su cargo el Taller comunitario del autódromo, brindando asistencia técnica a los equipos durante la competencia. La transmisión oficial del evento pudo verse en vivo a través del canal de **YouTube RUS Media TV**, el sábado 8 desde las 16 horas y el



domingo 9 desde las 13 horas, permitiendo que el público de todo el país acompañe esta experiencia educativa y tecnológica. El **Desafío ECO** es una competencia internacional con más de una década de historia, que se realiza en distintos países y está fiscalizada en **Argentina por el Automóvil Club Argentino (ACA)** bajo reglamentación de la **Federación Internacional del Automóvil (FIA)**. Los autos son diseñados, simulados y fabricados con el software **Solid Edge**, una herramienta que la empresa Siemens provee gratuitamente a alumnos y docentes. Gracias a esta tecnología, los equipos pueden optimizar la aerodinámica, rigidez y peso de sus autos, promoviendo el aprendizaje en innovación, trabajo en equipo y sostenibilidad. **Río Uruguay Seguros (RUS)** acompaña esta iniciativa como sponsor, reafirmando su compromiso con la movilidad sustentable y la reducción de la huella de carbono. Concepción del Uruguay volvió así a ser epicentro de la educación técnica, la ingeniería y el deporte automotor, en un encuentro que combina tecnología, juventud y conciencia ambiental.

Prevención ART, protagonista en la 4ª Edición del Risko Summit



El pasado martes 11 de noviembre, **Prevención ART** participó activamente en la cuarta edición del **Risko Summit**, reafirmando su liderazgo en la gestión de riesgos laborales.

En representación de la comp0ñía, **Mauricio Miretti, Director de Salud y Riesgos del Trabajo de Grupo Sancor Seguros**, fue invitado como orador en la charla “**ART: Treinta años después, el sistema que salvó vidas hoy lucha por sobrevivir**”, donde compartió una mirada integral sobre los desafíos actuales del Sistema de Riesgos del Trabajo y el futuro de la prevención laboral en Argentina. Durante su exposición, **Miretti** destacó que más de 10 millones de personas en el país salen a trabajar cada día sabiendo que hay un sistema que las protege. Desde su creación en 1996, este sistema ha salvado más de 19.000 vidas y evitado 4,7 millones de accidentes. “Detrás de cada número, hay una persona que recupera su vida laboral y su bienestar”, afirmó. También subrayó la evolución del sistema, impulsada por la incorporación de tecnologías digitales, atención remota, automatización de trámites y canales virtuales, que simplifican la gestión para empleadores, trabajadores y prestadores. Hoy, la prevención se apoya en datos, tecnología y capacitación digital, consolidándose como un modelo de eficiencia técnica reconocido en toda la región. Sin embargo, **Miretti** advirtió sobre una amenaza creciente: la judicialización. A pesar de los avances normativos, los juicios laborales continúan en aumento. “El sistema está desbordado. En 2025 se proyectan más de 132.000 juicios, lo que representa un desvío de recursos que podrían destinarse a mejorar la atención y la prevención”, explicó. Esta cifra multiplica por 21 los juicios registrados en Chile y por 15 los de España, poniendo en riesgo la esencia del sistema: brindar una protección rápida, integral y de calidad. A casi 30 años de su creación, los resultados confirman que el **Sistema de Riesgos del Trabajo** es uno de los modelos que mayor protección y previsión brinda al empresariado argentino, y necesita recuperar su equilibrio original para seguir cumpliendo su propósito. **Miretti** finalizó su presentación con un llamado a la reflexión: “Tenemos los datos, la experiencia y la voluntad. Lo que falta es el acuerdo para cuidar entre todos un modelo que salva vidas.”

PILKINGTON

Pilkington en Acción: Compromiso y Seguridad en Cada Paso

La Semana de la Seguridad en Pilkington destacó la prevención y el bienestar como pilares fundamentales para su equipo.

En **Pilkington Argentina**, la seguridad es una prioridad que trasciende el entorno laboral y se aplica a todos los aspectos de la vida cotidiana. El 10 de octubre se conmemora el **Día Mundial de la Seguridad en NSG Group**, y por este motivo, la compañía celebró una nueva edición de la Semana de la Seguridad, que se desarrolló entre el 6 y el 9 de octubre, con el objetivo de profundizar en la importancia de mantener prácticas seguras en todos los ámbitos. A lo largo de estos días, **Pilkington**, empresa líder en el mercado de cristales originales para la industria automotriz, organizó una serie de actividades diseñadas para sensibilizar y educar a todos los colaboradores en temas clave de seguridad. Las charlas corporativas abordaron diversos aspectos relacionados con la gestión de riesgos invisibles, temas cruciales para la prevención de accidentes y la importancia de disminuir los riesgos que, muchas veces, pasan desapercibidos en el día a día, pero que son esenciales. El martes 7 y el miércoles 8, se incorporó el uso de un simulador de realidad virtual, permitiendo a los participantes experimentar situaciones de riesgo y practicar respuestas seguras en entornos controlados. Este enfoque innovador y tecnológico facilitó la comprensión de las mejores prácticas y las estrategias de seguridad que se deben seguir ante situaciones de emergencia. El jueves 9, se llevó a cabo la gran kermesse, un evento interactivo que reunió diferentes stands dedicados a actividades clave para la protección personal y la salud en el trabajo. Los participantes tuvieron la oportunidad de involucrarse en diversas actividades prácticas, entre ellas RCP, el uso de DEA (Desfibrilador Externo Automático) y primeros auxilios, donde pudieron poner en práctica sus habilidades ante situaciones de emergencia. Esta jornada también ofreció un espacio para aprender sobre la importancia de la prevención en el entorno laboral, reforzando las mejores prácticas en seguridad. Estas actividades fueron más allá de un simple recordatorio sobre la seguridad en el trabajo, ya que estuvieron diseñadas para integrar a los miembros del equipo de manera activa y práctica en los procedimientos de emergencia, brindándoles herramientas útiles tanto en el ámbito laboral como en su vida cotidiana. Para **Pilkington**, la seguridad y la sostenibilidad son principios clave que guían todas sus acciones: un enfoque integral hacia la seguridad no solo protege a sus equipos, sino que también optimiza la eficiencia operativa. Este compromiso no se limita a cumplir con las normativas; busca fomentar una cultura organizacional donde la prevención y la preparación ante riesgos sean pilares centrales, asegurando un impacto positivo tanto en el presente como en el futuro y promoviendo un entorno laboral productivo, seguro y responsable. Con el cierre de la Semana de la Seguridad, **Pilkington** reafirmó su compromiso con la salud, la seguridad y el bienestar de sus equipos, destacando que la cultura de la seguridad es un esfuerzo compartido que involucra a todos los niveles de la organización. Desde la alta dirección hasta cada miembro de la compañía, todos tienen un papel crucial en garantizar un entorno laboral seguro. Además, resalta que su compromiso no se limita al ámbito laboral o a la vida cotidiana de sus equipos, sino que también se refleja en la seguridad que los cristales **Pilkington** aportan a los vehículos, protegiendo a quienes los utilizan. Como resultado de este enfoque integral, **Pilkington** ha alcanzado 4900 días sin accidentes significativos en CDM, un reflejo de cómo la seguridad contribuye no solo al bienestar de las personas, sino también a la eficiencia en todos los procesos de la empresa líder en el mercado de cristales originales para la industria automotriz.

Asociart lanza la versión WebApp de Trabajador+ y avanza en su proceso de innovación digital

Asociart, la aseguradora de riesgos del trabajo de **Grupo San Cristóbal**, presentó la versión WebApp de **Trabajador+**, una nueva alternativa digital que permite mejorar la experiencia de los trabajadores asegurados y optimizar la autogestión de los procesos vinculados a la cobertura. Esta nueva versión, que forma parte del plan de innovación digital continuo de la compañía, amplía las posibilidades de acceso y simplifica el uso de la herramienta. Entre sus principales ventajas se destacan:

- Puede utilizarse desde cualquier dispositivo (celular, tablet o computadora).
- No requiere descargas ni instalaciones.
- No ocupa espacio de almacenamiento.
- Siempre opera en su versión más actualizada.

Con esta mejora, **Asociart** continúa fortaleciendo su ecosistema digital, ofreciendo soluciones más ágiles, accesibles y centradas en las necesidades de los usuarios, en línea con el compromiso del **Grupo San Cristóbal** de impulsar la transformación tecnológica del sector asegurador.

Breves de Informe

National Brokers, Sponsor Oficial del 85º Abierto de Polo del Tortugas Country Club



Durante las semifinales, disputadas el 18 y 19 de octubre, y la final celebrada el 30 de octubre, **National Brokers** acompañó una nueva edición del **Abierto de Polo del Tortugas Country Club**, reafirmando su compromiso con el deporte y el fortalecimiento de los vínculos con sus socios estratégicos. La compañía tuvo una destacada presencia en uno de los torneos más relevantes del calendario deportivo nacional, segundo capítulo de la **Triple Corona** organizada por la **Asociación Argentina de Polo**. Su participación en el torneo reafirma el vínculo que **National Brokers** mantiene con la comunidad y las empresas de la **Zona Norte**, donde desde hace más de diez años opera con una fuerte impronta desde su sede en **Pilar**. Con el objetivo de afianzar relaciones y generar espacios de encuentro, **National Brokers** invitó a clientes y aliados comerciales a disfrutar de las instancias finales desde su carpa exclusiva, ubicada a metros del campo de juego. Allí, los asistentes compartieron experiencias, proyectos y el privilegio de vivir de cerca el mejor polo del mundo. El presidente de la compañía, **Hugo Tito**, destacó que el patrocinio del torneo refleja la identificación de **National Brokers** con los valores que definen al polo: trabajo en equipo, coordinación y búsqueda de la excelencia. “Nos une la pasión por lo que hacemos y la convicción de que los grandes resultados se logran construyendo en conjunto”, señaló. Entre los presentes se destacó la participación de **Hugo Tito, Presidente de National Brokers; Juan Pablo Tito, Director de Operaciones; Juan Manuel Tito, Director Comercial Patrimonial; Juan Francisco Rui, Director Comercial ART; Daniel Tino, Director Canal PAS; Andrea Gribov, Directora de Servicios y Siniestros; Martín Rosenbaum, Relaciones Institucionales; Victoria Mehring, Gerente de Sucursal Pilar; y Victoria Curcio, Gerente de Marketing**. El certamen culminó con una final apasionante, en la que **La Natividad-La Dolfina** se consagró campeona al superar por 12-11 a **Ellerstina Indios Chapaleufú**, en un partido vibrante que coronó el cierre de un torneo de altísimo nivel. Según expresó **Hugo Tito**, “ser parte del Abierto de Tortugas nos permitió vivir una experiencia única, acompañar el crecimiento del polo argentino y, al mismo tiempo, fortalecer los lazos que sustentan el espíritu de nuestra compañía: cercanía, confianza y compromiso”.

Allianz

Best Global Brands 2025 de Interbrand: Allianz se mantiene como la aseguradora más valiosa del mundo

Allianz consolida su liderazgo en su segmento, alcanzando un valor histórico de USD 28.200 millones, y ascendiendo dos posiciones entre todas las marcas del mundo.

Allianz, líder en seguros y gestión de activos, vuelve a estar entre las marcas más valiosas del mundo del **ranking Best Global Brands** de Interbrand, y, por séptimo año consecutivo, es la marca de seguros más valiosa a nivel global. En la edición 2025, **Allianz** subió dos posiciones hasta el **puesto 27** entre todas las marcas corporativas de todos los sectores, siendo las cinco principales **Apple, Microsoft, Amazon, Google y Samsung**. Además, **Allianz** aumentó el valor de su marca a 28.200 millones de dólares, un incremento del 20% respecto al año anterior, cinco veces más que el promedio de crecimiento de las demás marcas del ranking. «En tiempos de incertidumbre, más personas buscan socios en quienes confiar para proteger lo que más valoran. La posición de Allianz como la principal marca de seguros a nivel mundial, junto con el aumento en la valoración de nuestra marca, demuestra que esta tendencia de buscar confianza es una ventaja competitiva para nosotros. Al ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes, ser relevantes en sus vidas e inspirar confianza y optimismo en el futuro, estamos construyendo una marca líder mundial que impulsa nuestro crecimiento», dijo **Oliver Bäte, CEO de Allianz SE**.

La evolución estratégica de la marca impulsa el éxito
El sólido desempeño de **Allianz** en el ranking anual de Interbrand es resultado de una estrategia de marca dinámica y efectiva. Centrada en sus fortalezas principales - confianza, competencia y protección de lo que más importa a las personas - la marca se ha posicionado para crear conexiones profundas, experiencias emocionales y contribuciones sociales en todo el mundo. **Allianz** aprovecha alianzas a largo plazo e iniciativas pioneras que la posicionan como socio confiable y unificador, reuniendo a clientes, empleados y la sociedad a través del deporte y diferentes programas sociales.

Potenciando la presencia global mediante alianzas estratégicas
Como **Socio Mundial de Seguros** de los **Movimientos Olímpico y Paralímpico**, **Allianz** es un actor clave en el mayor evento deportivo del mundo, y además posee los mayores derechos de nombre en estadios deportivos a través de su Familia de Estadios en varios continentes. Estos estadios reciben a 10 millones de aficionados cada año en todo el mundo. El **Allianz Arena**, estadio del **FC Bayern Munich**, celebró su **20° aniversario** en 2025 y se ha convertido en un ícono del fútbol moderno. Un elemento central del compromiso social de la compañía es su dedicación a la juventud, promoviendo la salud, la inclusión y la igualdad para desarrollar habilidades y oportunidades.

Sobre el ranking Interbrand
El **Ranking Best Global Brands** de Interbrand es un informe anual reconocido que clasifica las 100 marcas globales más valiosas según su desempeño financiero, el papel de la marca en las decisiones de compra de los clientes y la fortaleza de la marca. Conocé más ingresando acá <https://interbrand.com/best-global-brands/global>.

CNP Seguros fue reconocida en los Premios Prestigio Seguros 2025

El 6 de noviembre se celebró la **22ª edición del Premio Prestigio Seguros**, el reconocimiento más destacado del mercado asegurador argentino, organizado por **Grupo Sol y CEOP Latam**. El galardón distingue a las aseguradoras más prestigiosas del país, valorando su solvencia, credibilidad y compromiso con el público asegurado y los Productores Asesores de Seguros. En esta edición, **CNP Seguros** subió al podio en la categoría Vida, obteniendo el tercer puesto, un reconocimiento que refleja su trayectoria, liderazgo sostenido y compromiso con la protección de las personas. Con más de dos décadas de historia, el **Premio Prestigio Seguros** se ha consolidado como un símbolo de legitimidad y excelencia, reflejando el reconocimiento genuino del sector hacia las compañías que fortalecen el sistema asegurador argentino. El encuentro se realizó en la Ciudad de Buenos Aires en el marco de un desayuno de líderes, y su cobertura completa puede verse en los medios de **Grupo Sol: Revista NBS y Café Financiero TV**.

El canal PAS de Experta, referente en el segmento de ART por su servicio y cercanía

La compañía aseguradora fue reconocida por su destacada labor en el canal de Productores Asesores de Seguros (PAS) dentro del segmento de ART.



Experta fue distinguida por su desempeño en el canal de **Productores Asesores de Seguros (PAS)**, en el segmento de **Aseguradora de Riesgos del Trabajo (ART)**, donde se destaca por la calidad de su servicio, la cercanía con su red de productores y el acompañamiento constante a sus clientes. La compañía fue reconocida en el marco de la **22.ª edición del Premio Prestigio Seguros**, que se realizó el pasado 6 de noviembre en el **Alvear ART Hotel de la Ciudad de Buenos Aires** y que contó con la presencia de CEOs, directores y ejecutivos de las compañías aseguradoras líderes del país. **Experta** se consagró con uno de los reconocimientos para las aseguradoras más admiradas en rubro, de acuerdo a la valoración del canal de productores asesores de seguros a nivel nacional. La mención pone en valor el trabajo que **Experta ART** realiza junto a los PAS, un canal estratégico que impulsa la expansión y consolidación de **Experta** dentro del mercado asegurador argentino. Los PAS cumplen un rol esencial como nexo entre las empresas y los trabajadores, ofreciendo asesoramiento personalizado y soluciones adaptadas a cada necesidad. En **Experta ART**, la relación con los PAS se basa en la confianza, la capacitación continua y la innovación tecnológica, con el objetivo de brindar herramientas que faciliten su gestión diaria y fortalezcan su vínculo con los asegurados. A través de una atención cercana y canales digitales ágiles, la compañía promueve una experiencia integral que refleja su compromiso con la excelencia en el servicio y el desarrollo sostenido del canal asesor.

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

informe
 operadores de mercado

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



PARA VER LAS
 EDICIONES
 ANTERIORES



gourmend



profile
 profile

BONARIO

La cantina de Villa Urquiza que cautiva con fusión de sabores mediterráneos y europeos

ficha técnica
 ficha técnica

NOMBRE	Bonario
DOMICILIO	Avenida Congreso 5702, Villa Urquiza
ESPECIALIDAD	Cocina mediterránea y europea
VARIOS	Recetas familiares, reinterpretadas con técnicas artesanales actuales y productos frescos
INSTAGRAM:	@bonarioresto
HORARIOS:	lunes a domingos de 9 a 24 hs.
RESERVAS:	11 6798 - 5005
SITIO WEB:	www.bonario.com.ar

Este nuevo restaurante fusiona la
 cocina mediterránea y europea
 con un enfoque moderno y casero.
 Su ambiente acogedor combina es-
 pacios al aire libre con un interior
 luminoso y decorado en tonos cálidos.
 La carta, liderada por el chef
 Sebastián Iraola, destaca por rece-
 tas familiares reinterpretadas con
 técnicas artesanales y productos de
 temporada.

Ubicado en una esquina de Vi-
 lla Urquiza, **Bonario** es un
 restaurante que amalgama lo
 clásico con lo contemporá-
 neo. Inspirado en los sabores
 tradicionales de la cocina me-
 diterránea y europea, este espacio, creado
 por un grupo de amigos que comparte el
 amor por la buena mesa y los recuerdos
 en torno a ella, ofrece una propuesta que
 resalta la frescura de los ingredientes lo-
 cales de temporada con una presentación
 moderna, sin perder el espíritu casero que
 evoca las comidas compartidas en familia.

Este lugar se caracteriza por un diseño
 con un encanto único que se refleja en
 su ambientación al aire libre. Sobre la
 vereda, mesas y sillas en tono terracota
 forman parte de un mobiliario de líneas
 simples, mientras que grandes maceteros
 con vegetación delimitan el área y le apor-
 tan frescura. Además, toldos retráctiles
 resguardan el espacio, generando un am-
 biente agradable a cualquier hora del día y
 protegido contra inclemencias climáticas.
 En el interior, un salón con mesas y sillas
 de madera da la bienvenida, mientras al
 fondo llama la atención un sillón corredizo
 en tono terracota, acompañado por mo-
 biliario a juego y un amplio ventanal que
 permite el ingreso de abundante luz natu-
 ral. La paleta de colores —con verdes, ➡



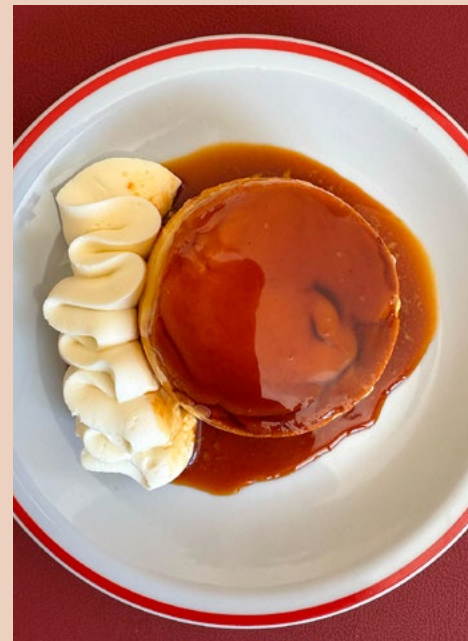
«Con el lema de “los buenos momentos se saborean”, Bonario invita a redescubrir las recetas familiares desde una perspectiva moderna y a disfrutar de una cocina con identidad propia»

➡ rojizos y tonos cálidos—, junto con los detalles cuidadosamente elegidos, construye un entorno armónico donde tradición y modernidad conviven con identidad propia.

La propuesta está inspirada en recetas familiares, reinterpretadas con técnicas artesanales actuales y productos frescos. Al frente de la cocina se encuentra el chef **Sebastián Iraola**, quien con una gran trayectoria en el mundo gastronómico apuesta por un enfoque basado en el equilibrio entre texturas, contrastes y emociones.

Desde la mañana, **Bonario** invita a comenzar el día con una variada carta de cafetería, que incluye clásicos como el espresso y creaciones como el flat white, vainilla o caramel latte. Las variantes frías, como el iced latte o el Bon Affogato (bucha de helado con espresso) también dicen presente, junto con una serie de infusiones y el “*modo brunch*”, que abarca desde medialunas y brownies hasta avocado toast, granola bowls o huevos revueltos con sweet bacon, pico de gallo y mango.

A la hora del almuerzo o la cena, la carta despliega platos de impronta casera y generosa. Entre las entradas se destacan los boquerones con pickles de pepino, manteca y mostaza antigua; la provoletta con mango y sriracha; los buñuelos de espinaca y mozzarella. Para quienes busquen opciones para llevar al centro de la mesa y compartir, podrán elegir entre su variedad de charcutería artesanal, con alternativas como el salame cítrico, kassler veteadado, bresaola y mortadela con pistachos ahumados, o la selección de quesos y dulces



del norte, compuesta por queso brie, pategrás criollo, parmesano, azul y dulces regionales de estación.

Entre los principales resaltan propuestas como el New York Steak, con papas rotas y salsa criolla con mango; la típica milanesa de bife de chorizo con tagliatelle de espinaca y manteca de salvia; el truchón patagónico con vegetales asados; o la frittata de mar con rabas, chipirones, langostinos y pesca en tempura. Otras posibilidades que resaltan son la Musaka, un pastel de carne braseada con salsa Mornay y berenjena asada; y el goulash de hongos con cremoso de papa, demi-glace y gremolata.

La carta también dedica un apartado especial a las pastas caseras, salsas y arroces, con alternativas sobresalientes como los panzotti de mozzarella con cebolla caramelizada y salsa de zanahorias y tomate; los raviolos de trucha y puerro con salteado de tomates, brócolis y alcaparras; el risotto de hongos y queso azul con hinojos asados y peras, o el de espinaca con panceta y queso brie.

El final dulce incluye clásicos reinterpretados, como el flan de naranja con crema, el brownie con salsa de caramelo salado, maní tostado y helado de crema americana, o la torta vasca con mermelada de naranja.

La carta de bebidas acompaña con cócteles clásicos y de autor, con opciones como el Bona Vibra, que combina vodka, vino blanco, almíbar de manzana y jugo de lima; y el Bonario Spritz, una reinterpretación original que mezcla gin, vermouth rosado, almíbar de ananá, frutas tropicales y extra brut. Además, ofrecen una cuidada selección de vinos nacionales (disponibles por copa o por botella), cervezas y mocktails como el Sunset Spritzer, con jugo de pomelo, almíbar de ananá, manzana y jugo de limón, o el Momo Lemonade, con almíbar de cardamomo, miel y jugo de limón.

Con el lema de “*los buenos momentos se saborean*”, **Bonario** invita a redescubrir las recetas familiares desde una perspectiva moderna y a disfrutar de una cocina con identidad propia. ☺

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

Año 33 - Nº 798

Buenos Aires, 1º Quincena Noviembre 2025

informe

operadores de mercado



TU TRANQUILIDAD CRECE.

www.galenoseguros.com.ar

Javier Da Ressurreicao

Soltero - 41 Años - Signo Leo (10/08/1984)

Gerente del Centro de Atención San Martín, **Seguros Rivadavia**



CARA
a
CARA

• UN HOBBY

Jugar al pádel

• LA JUSTICIA

Necesaria

• LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES

No lo creo

• LA SEGURIDAD

Que todo se termina

• UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY

Ir a la costa con mis padres

• MI MODELO PREFERIDO

Mi viejo

• UN RIESGO NO CUBIERTO

Hurto

• VESTIMENTA

Sport

• LA MUERTE

Parte de la vida

• EL MATRIMONIO

Religión

• UNA ASIGNATURA PENDIENTE

Vivir sobre la playa

• UN SER QUERIDO

Mi mamá

• ACTOR Y ACTRIZ

Guillermo Francella

• ¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?

La infidelidad

• ESTAR ENAMORADO ES

Compartir

• ME ARREPIENTO DE

No viajar con más frecuencia

• SU MAYOR VIRTUD

Mi buen humor

• SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR

Parrilla Don Chicho, en Lomas de Zamora

• LA MENTIRA MÁS GRANDE

No tengo

• ¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?

Propiedades

• EL TEATRO

Es un pendiente, me gustaría ir

• LE TENGO MIEDO A

La altura

• TENGO UN COMPROMISO CON

Mis seres queridos

• LA INFLACIÓN

Un mal que nos tiene acostumbrados

• UN SECRETO

No te lo puedo contar

• LA MUJER IDEAL

La que elija para estar al lado mio

• MI PEOR DEFECTO ES

La culpa

• LA CULPA ES DE

Todos

• NO PUEDO DEJAR DE TENER

Amigos

• UN FIN DE SEMANA EN

La playa

• LA INFIDELIDAD

Parte del ser humano

• UN PROYECTO A FUTURO

Viajar

• EL FIN DEL MUNDO

Me niego a pensarlo

• EL CLUB DE SUS AMORES

Independiente

• ESCRITOR FAVORITO

Borges

• SI VOLVIERA A NACER SERÍA

Jugador de fútbol

• UNA CANCIÓN

Creo - Callejeros

• EL AUTO DESEADO

Toyota Hilux

• EL PASADO

Una parte de mi vida donde aprendí

• ¿CUÁL ES SU RED SOCIAL PREFERIDA?

Instagram

• AVIÓN O BARCO

Barco

• EL DÓLAR

Mis ahorros

• LA TRAICIÓN

Algo imperdonable

• LA CORRUPCIÓN

Un mal

• EN COMIDAS PREFIERO

Asado

• ¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?

La felicidad, Gabriel Rolón

• UN PERSONAJE HISTÓRICO

René Favaloro

• MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIÓ ESTE AÑO

No estoy mirando películas, solo series

• PSICOANÁLISIS

Necesario

• ¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?

No comer al mediodía

• DIOS

Existe de la forma en que cada uno quiera creer

• MI MÚSICO PREFERIDO ES

Mercedes Sosa

• ¿QUÉ ES LO QUE APRECIA MÁS DE SUS AMIGOS?

Su fidelidad

• ¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?

Nada en particular

• EN DEPORTES, PREFIERO

Fútbol

• UN MAESTRO

Mis padres

• EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR

Cualquiera que tenga mar y arena

• SU BEBIDA PREFERIDA

Vino

• EL PERFUME

Chic, Carolina Herrera

• UNA CONFESIÓN

Soy Martillero público

• NO PUEDO

Quedarme quieto

• MARKETING

Consumismo

• EL GRAN AUSENTE

Mi viejo

• ¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?

Estar con la gente que amo y compartir cualquier cosa

• ¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?

Un perfume

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

Brasil

BBVA
Seguros

Avanzar también es sentirse cuidado.

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

