Año 34 - Nº 820

Buenos Aires, 1º Quincena Octubre 2026

Crédito y Caución
COMPAÑIA DE SEGUROS

informe operadores de mercado

www.creditoycaucion.com.ar

Nº de inscripción SSN 0630.
Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400
SSN Superintendencia de Seguros de la Nación

Entrevista a Gustavo y Fabiana Bresba

Directores de DC Sistemas y Servicios



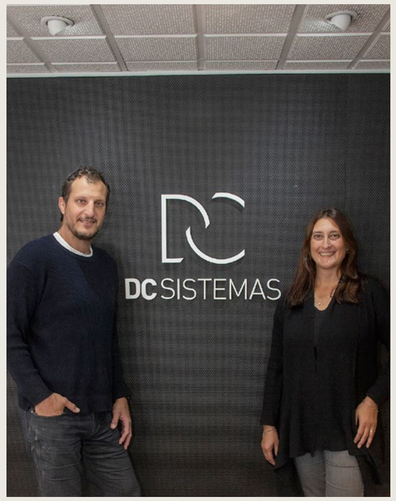
DC Sistemas: el legado Bresba



Entrevista a *Gustavo y Fabiana Bresba*

"La tecnología cambió, pero la esencia sigue siendo la misma"

A más de cinco décadas de su fundación, los directores de DC Sistemas y Servicios repasan la historia de la compañía y rinden homenaje a su fundador, Eduardo Bresba: el visionario que transformó la gestión del mercado asegurador a través de la informática. Una charla sobre continuidad empresarial que combina intuición familiar y evolución tecnológica constante.



Gustavo y Fabiana Bresba,
Directores de DC Sistemas y Servicios

DC Sistemas tiene una historia que se remonta a más de 50 años. ¿Cómo empezó todo? ¿Qué llevó a Eduardo Bresba a apostar por la tecnología en un mundo completamente diferente al actual?

Gustavo Bresba: Todo empezó con una idea, pero también con una combinación de experiencia, curiosidad y visión de futuro. Mi padre había desarrollado una importante trayectoria en compañías de seguros, donde llegó a ocupar distintos cargos administrativos. Al mismo tiempo, estudiaba Computación Científica en la Universidad de Buenos Aires. Esa combinación le permitió comprender algo que fue fundamental para todo lo que vino después: la tecnología podía convertirse en una herramienta para resolver problemas concretos de gestión. En una etapa en la que la informática todavía estaba muy lejos de lo que conocemos hoy, él supo identificar una oportunidad. En una compañía de seguros en la que trabajaba fue seleccionado para incorporarse al Centro de Cómputos, donde comenzó a desarrollar un sistema de administración. Esa experiencia fue el punto de partida de su independencia profesional y de lo que terminaría convirtiéndose en nuestra empresa. La actividad comenzó informalmente, y en noviembre de 1974 se constituyó División Central S.A. En aquellos años trabajaban con procesamiento de datos, carga de información, servicios de Service Bureau y alquiler de equipos por hora. Era otra informática, con otras herramientas y otras posibilidades, pero ya existía una convicción que nos acompaña hasta hoy: entender el negocio del cliente para ofrecerle una solución útil.

Fabiana Bresba: Para mí esa es una de las características más importantes de Eduardo: nunca entendió la tecnología como un fin en sí mismo; siempre estuvo vinculada con una necesidad real, con un problema que había que resolver y con una oportunidad para mejorar la forma ➤



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

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

Avda. de Mayo 1370 1° Piso. CABA
www.rasare.com.ar
info@rasa-re.com.ar
+54911 4381-2642

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

RUS®
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

Nº de inscripción SSN 0360
Atención al asegurado 0800-666-8400
www.argentina.gob.ar/ssn
SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



«Ninguna historia empresarial se construye en soledad. Eduardo tuvo la capacidad de reunir personas que compartían su compromiso y que estuvieron dispuestas a involucrarse en un proyecto que recién comenzaba»

➸ de trabajar de las compañías. También hay que tener presente lo que significaba emprender en aquel momento. No existían las facilidades de acceso a la información, las herramientas de desarrollo ni las posibilidades de comunicación que tenemos actualmente. Había que aprender, investigar, construir relaciones y asumir riesgos. Cuando miramos hacia atrás, vemos que no se trató solamente de fundar una empresa de informática sino de apostar por una actividad que todavía estaba en sus primeras etapas y de especializarse en un sector que requería conocimientos muy específicos. Esa combinación entre tecnología y seguros fue la base sobre la que se construyó DC Sistemas.

Hace más de 50 años, apostar por la tecnología también era apostar por el futuro. ¿Qué lugar ocupa esa decisión en la historia de la compañía?

Fabiana Bresba: Ocupa un lugar central. La historia de DC está atravesada por la capacidad de anticiparse a los cambios y entender que las empresas necesitan evolucionar para seguir siendo competitivas. Eduardo tuvo esa mirada desde el comienzo, y creo que uno de los mayores aprendizajes que nos dejó es que no alcanza con conocer la tecnología: hay que comprender para qué sirve y cómo puede mejorar un negocio. En nuestro caso, esa comprensión estuvo siempre ligada al mercado asegurador. El seguro tiene particularidades administrativas, contables, operativas y regulatorias que no se pueden abordar solamente desde el conocimiento informático. Hace falta conocer la actividad, entender sus procesos y trabajar cerca de quienes la llevan adelante.

Gustavo Bresba: La decisión de especializarnos fue determinante. En División Central comenzaron a construir ese conocimiento, trabajando con los requerimientos de las compañías de seguros y desarrollando experiencia en sus procesos. Con el tiempo, ese aprendizaje se convirtió en uno de nuestros principales activos. Cuando uno emprende, puede tener una buena idea o una buena herramienta, pero sostenerla durante décadas exige mucho más: capacidad de adaptación, perseverancia, responsabilidad y vínculos de confianza. La historia de mi padre también es una historia de resiliencia. La empresa atravesó distintos escenarios económicos y tecnológicos, y en 1989 y 1990 la hiperinflación golpeó de manera muy fuerte a la Argentina. La etapa de División Central llegó a su fin, pero no desaparecieron ni el conocimiento acumulado ni la vocación de seguir trabajando en el mercado asegurador. En 1992 comenzó una nueva etapa, con la refundación de la compañía bajo el nombre de DC Sistemas y Servicios S.A. Ese paso demuestra que el legado no consiste en mantener todo exactamente igual, sino en conservar lo esencial y encontrar nuevas formas de continuar.

¿Qué papel tuvieron las personas que acompañaron a Eduardo en los primeros años?

Gustavo Bresba: Ninguna historia empresarial se construye en soledad. Eduardo tuvo la capacidad de reunir personas que compartían su compromiso y que estuvieron dispuestas a involucrarse en un proyecto que recién comenzaba. Entre quienes fueron parte de aquellos primeros años, queremos destacar especialmente a Eduardo Molinari y a Liborio Borsellino. Fueron dos de los primeros compañeros de ruta; esos primeros soldados que, junto con mi padre, ayudaron a forjar los cimientos de División Central. Luego, a lo largo de la historia, se fueron sumando varios guerreros leales más, como Carlos Kouba, Osvaldo Pizmeny, Silvia Vázquez, Ariel Vega, José Osicka y Daniel Klimczuk. Seguramente estoy obviando a muchos, cometiendo una injusticia, pero no quería dejar de mencionarlos. Es importante recordar esos nombres porque, cuando se habla de la historia de una empresa, muchas veces se pone el foco en quien la fundó y se pierde de vista a quienes hicieron posible que aquella idea se transformara en una realidad cotidiana. Detrás de cada desarrollo, cada implementación y cada cliente había personas que aportaban sus conocimientos, su tiempo y su compromiso.

Fabiana Bresba: También nos interesa recuperar los testimonios, las fotografías y los documentos de esa época. Son elementos que permiten reconstruir una historia que no está hecha solamente de fechas sino también de experiencias compartidas. Los primeros vínculos fueron fundamentales. En nuestro sector la confianza se construye a lo largo del tiempo, a partir de la respuesta que ➸

«Hay una idea que nos representa mucho: somos personas antes que trabajadores. Eso significa entender que detrás de cada tarea hay alguien que se compromete, que aprende, que atraviesa dificultades y que necesita sentirse parte de un equipo»







uno da cuando aparece un problema, de la responsabilidad con la que asume un compromiso y de la capacidad para acompañar a un cliente en las distintas etapas de su negocio. Esa forma de relacionarnos comenzó a construirse hace décadas y sigue siendo parte de nuestra identidad. Muchos de los aprendizajes que nos dejaron aquellos primeros años continúan presentes en la manera en que trabajamos hoy.

En 1992 nace DC Sistemas y Servicios. ¿Cómo vivieron esa etapa de reconstrucción y qué importancia tuvo la incorporación de Mirta Luna?

Gustavo Bresba: Fue una etapa muy importante. Después de las dificultades económicas que atravesó el país, había que volver a empezar. El nacimiento de DC Sistemas y Servicios significó darle continuidad a una actividad, a una experiencia y a un conocimiento que se habían construido durante años. Un aspecto fundamental fue que la nueva empresa contó con los profesionales que venían de la etapa anterior. Eso permitió preservar conocimientos técnicos, experiencia en el negocio asegurador y vínculos que ya existían con el mercado. No comenzábamos desde cero: comenzábamos desde lo aprendido, aunque en circunstancias muy diferentes. En 1992 también se incorporó Mirta Luna, mi madre y esposa de Eduardo, a esta nueva etapa de la empresa. Su participación forma parte de esa historia de reconstrucción y continuidad familiar que acompañó el nacimiento de DC Sistemas y Servicios.



«En el desarrollo de software para seguros, muchas veces hay que resolver situaciones complejas, adaptarse a cambios normativos o responder ante necesidades urgentes. En esos momentos, la diferencia no la hace solamente el conocimiento técnico. También la hace la actitud con la que uno enfrenta el problema y el compromiso con el que acompaña al cliente»

Fabiana Bresba: La refundación fue mucho más que un cambio de nombre. Implicó volver a apostar por el proyecto y construir una nueva etapa sobre los conocimientos, las relaciones y la experiencia acumulados. En una empresa familiar, la historia personal y la historia laboral muchas veces se entrelazan. Eso puede ser una gran fortaleza cuando existe una visión compartida, pero



informe
operadores de mercado
Publicación especializada de aparición quincenal
AÑO 34 / Nº 820 - Octubre 2026

REDACCIÓN, PUBLICIDAD Y SUSCRIPCIONES
www.informeoperadores.com.ar
https://www.instagram.com/informeoperadores/
https://twitter.com/InformeOperador

DIRECTORA
Delia Rimada
delia.rimada@moez.com.ar

DISEÑO & DIAGRAMACIÓN
Oscar Martínez / *oscarrevistas@gmail.com.ar*

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

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

COLABORADOR
Lic. Aníbal Cejas

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

cas
compañía
aseguradora
del sur

Fianzas y Crédito
S.A. Compañía de Seguros

compartimos la misma pasión

N° de inscripción en SSN
0850 / 0253

Atención al asegurado
0800 666 6400

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

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN



▲ **Delia Rimada,** *Directora de Informe Operadores de Mercado, junto a* **Gustavo y Fabiana Bresba,** *Directores de DC Sistemas y Servicios*

➸ también supone una responsabilidad: lograr que el proyecto trascienda a las personas que lo iniciaron. Para nosotros, honrar esa etapa significa reconocer el esfuerzo de quienes estuvieron allí y valorar que la empresa haya podido seguir creciendo sin perder su especialización ni su compromiso con el mercado asegurador.

Gustavo Bresba: Cuando nuestro padre eligió el nombre yo dudé y, años después, aún siendo joven, le pregunté: ¿Por qué no llamaste a la empresa simplemente *"DC Sistemas"*? ¿Para qué pusiste *"y Servicios"*? Ahora, con varios años liderando el barco junto a Fabiana, me doy cuenta de que lo importante es el servicio y no el sistema. Un buen sistema se puede construir con mayor o menor esfuerzo, pero la vocación de servicio se mama y se desarrolla desde muy adentro de cada una de las personas que trabajan con nosotros.

Más allá de la tecnología, ¿cuál consideran que es el legado más importante que les dejó su padre?

Fabiana Bresba: Creo que el legado más importante tiene que ver con una manera de hacer las cosas y de relacionarse con las personas. En DC Sistemas siempre consideramos que el respeto, la honestidad, la transparencia, la lealtad, la dedicación y la responsabilidad no son palabras que deban quedar escritas en una declaración institucional. Son criterios que tienen que estar presentes en las decisiones cotidianas.

Hay una idea que nos representa mucho: somos personas antes que trabajadores. Eso significa entender que detrás de cada tarea hay alguien que se compromete, que aprende, que atraviesa dificultades y que necesita sentirse parte de un equipo. También significa comprender que nuestros clientes no son simplemente empresas que contratan un sistema. Son organizaciones con necesidades, responsabilidades y desafíos propios. Nuestro trabajo tiene sentido cuando logramos acompañarlas de manera concreta y generar relaciones de confianza que perduren.

Gustavo Bresba: Coincido plenamente. Si tuviera que resumirlo, diría que mi padre nos transmitió la importancia de cumplir con la palabra, asumir las responsabilidades y no perder de vista a las personas. En el desarrollo de software para seguros, muchas veces hay que resolver situaciones complejas, adaptarse a cambios normativos o responder ante necesidades urgentes. En esos momentos, la diferencia no la hace solamente el conocimiento técnico. También la hace la actitud con la que uno enfrenta el problema y el compromiso con el que acompaña al cliente. Nuestra misión institucional habla de ser socios tecnológicos de nuestros clientes, brindando herramientas de gestión eficientes, sólidas e innovadoras. Esa definición expresa una convicción que viene de nuestros orígenes: la relación no termina con la entrega de un producto; continúa con el acompañamiento, el soporte y la búsqueda permanente de mejoras. La calidad también forma parte de esa cultura. Mantener la certificación ISO 9001 desde 2008 fue una manera de formalizar nuestro compromiso con los procesos, la mejora continua y la calidad del servicio. Pero la calidad, antes de convertirse en un procedimiento, empieza por una actitud personal.

«Si tuviera que sintetizar estos más de 50 años en una frase, sería esta: cambió la tecnología y cambiaron las necesidades, pero la vocación de encontrar soluciones sigue siendo la misma»



La tecnología cambió radicalmente desde los tiempos de División Central. ¿Cómo fue esa evolución y qué permanece de aquella primera etapa?

Gustavo Bresba: El cambio fue enorme. Empezamos en una época de procesamiento de datos, equipos informáticos de otra escala y tareas que hoy parecen muy lejanas. Con el tiempo llegaron nuevas herramientas, lenguajes de programación, bases de datos, aplicaciones web, integraciones y posibilidades de acceso a la información que transformaron por completo la operatoria de las compañías. Hoy las aseguradoras necesitan sistemas capaces de acompañar procesos complejos, integrar distintas plataformas, ofrecer información confiable y responder a un entorno regulatorio que exige actualización permanente. En DC Sistemas esa evolución se refleja en el desarrollo de Equis, nuestro sistema integral para la gestión de compañías y cooperativas de seguros, junto con las soluciones complementarias que permiten ampliar sus posibilidades de integración y acceso. Pero lo importante no es solamente incorporar nuevas tecnologías; es utilizarlas para simplificar procesos, reducir errores, mejorar la experiencia de los usuarios y ayudar a que las compañías administren mejor su negocio.

Fabiana Bresba: Hay algo que permanece y que para nosotros es esencial: la vocación de encontrar soluciones. Cambiaron las herramientas, las necesidades y las formas de trabajar, pero seguimos buscando el mejor equilibrio entre tecnología y practicidad.

En un mercado como el asegurador, una solución tiene que ser sólida, pero también tiene que responder a la realidad de quienes la utilizan. Necesitamos combinar conocimiento del negocio, conocimiento de sistemas, actualización tecnológica y calidad. Además, la relación con los clientes nos permite identificar oportunidades de mejora y comprender cómo evolucionan sus necesidades. Por eso valoramos tanto el contacto personalizado. Nos permite construir soluciones específicas y acompañar a cada organización desde su propia realidad. Si tuviera que sintetizar estos más de 50 años en una frase, sería esta: cambió la tecnología y cambiaron las necesidades, pero la vocación de encontrar soluciones sigue siendo la misma. ➸

Allianz

Protegé tu auto con el mejor seguro



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

➳ ¿Cómo se traduce hoy ese legado en los desafíos concretos de DC Sistemas?

Fabiana Bresba: Nuestro desafío es mantener viva esa esencia en una empresa que tiene que seguir evolucionando. El mercado asegurador cambia, las exigencias regulatorias se actualizan y las compañías necesitan cada vez más integración, agilidad y calidad en la información que utilizan para tomar decisiones. Por eso trabajamos en la evolución de nuestros productos y en la mejora de la experiencia de los usuarios. Buscamos que las herramientas sean cada vez más prácticas, que los procesos resulten más claros y que la tecnología contribuya a simplificar el trabajo cotidiano. También prestamos especial atención a la seguridad y a la infraestructura sobre la que funcionan las aplicaciones. Hoy la gestión tecnológica implica responsabilidades que van más allá del desarrollo del software: la disponibilidad, el resguardo de la información y la continuidad operativa son aspectos centrales.

Gustavo Bresba: Todo eso requiere un equipo preparado para aprender y adaptarse. El conocimiento del negocio asegurador sigue siendo una ventaja fundamental, pero tiene que complementarse con nuevas capacidades técnicas y una actitud proactiva.

Nuestra visión es convertirnos en una empresa de tecnología referente en soluciones de gestión para el mercado asegurador y reasegurador, con posibilidades de expansión regional e internacional. Para avanzar en esa dirección, tenemos que continuar invirtiendo en nuestros productos, en nuestros procesos y en las personas que forman parte de DC. El legado de Eduardo no puede convertirse en una pieza de museo. Tiene que ayudarnos a tomar mejores decisiones hoy. Y la mejor manera de honrar lo que hizo es seguir construyendo, innovando y respondiendo a la confianza que depositan nuestros clientes en nosotros.



▲ *De izq. a der.:* Eduardo Bresba, Mirta Luna, Liborio Borsellino, Eduardo Molinari, Gustavo Bresba y Fabiana Bresba

¿Qué significa para ustedes continuar una empresa fundada por su padre? ¿Cómo imaginan el futuro de DC Sistemas?

Gustavo Bresba: Es una responsabilidad muy grande y, al mismo tiempo, una oportunidad. Cuando uno forma parte de una empresa con esta trayectoria, recibe mucho más que una estructura o un conjunto de productos. Recibe conocimientos, relaciones, una reputación construida durante décadas y una manera de entender el trabajo. Nuestro compromiso es cuidar ese patrimonio y hacerlo evolucionar. Eso implica reconocer lo que funcionó, aprender de la experiencia y estar dispuestos a cambiar cuando el mercado lo exige. No creemos que la continuidad consista en repetir las mismas fórmulas. Consiste en mantener los principios y encontrar nuevas respuestas. Eduardo supo hacerlo en su momento, y nosotros tenemos que asumir ese mismo desafío desde nuestra realidad.

Fabiana Bresba: Para mí, continuar su legado también significa construir una empresa en la que las nuevas generaciones puedan desarrollarse, aportar ideas y sentirse protagonistas. La continuidad generacional no se resuelve solamente con un cambio de responsabilidades: requiere transmitir conocimientos, compartir valores y generar las condiciones para que el proyecto siga creciendo. Queremos que DC Sistemas conserve su cercanía con los clientes, su especialización en el mercado asegurador y su compromiso con la calidad, pero que al mismo tiempo siga incorporando nuevas capacidades y formas de trabajo. El futuro no está escrito. Lo construimos con las decisiones que tomamos todos los días, con el equipo que formamos y con la confianza que logramos generar.

▼ *De izq. a der.:* Silvia Vazques, Eduardo Bresba, Carlos Kouba, Liborio Borsellino, Daniel Klimczuk, Eduardo Molinari y José Osicka.



Para terminar, si pudieran transmitirle un mensaje a Eduardo en este homenaje, ¿qué les gustaría decirle?

Fabiana Bresba: Le diría gracias por haber tenido la visión de comenzar este camino y por haber construido algo que pudo trascender su propia iniciativa; gracias por mostrarnos que una empresa no se sostiene solamente con conocimientos técnicos o con buenos resultados, sino también con valores, compromiso y respeto por las personas.

Su historia nos recuerda que detrás de cada proyecto importante hay una decisión inicial, pero también muchos años de esfuerzo y la participación de personas que creen en él. Nos sentimos orgullosos de ser parte de esa historia y de poder continuarla.

Gustavo Bresba: Yo le diría que su trabajo sigue presente en cada parte de la empresa. Está en nuestra forma de entender el mercado asegurador, en la importancia que le damos a los clientes, en el compromiso con el equipo y en la voluntad de buscar soluciones incluso cuando las circunstancias son difíciles. También le diría que somos conscientes de la responsabilidad que implica continuar lo que él empezó. Queremos que DC Sistemas siga siendo una empresa confiable, cercana, innovadora y comprometida con el sector al que pertenece. Pero, sobre todo, queremos que esta historia no se cuente solamente como un recuerdo del pasado. Queremos que sea una historia que siga escribiéndose. Porque un legado no es solamente lo que recibimos. También es lo que hacemos con él. Terminaría como siempre cerraba él los brindis de fin de año: ***"Que el año próximo nos encuentre a todos juntos, igual o mejor que ahora".***

SPECIAL DIVIS10N
REINSURANCE BROKERS
UNA DECADA ENFOCADOS EN BRINDAR LAS MEJORES SOLUCIONES DE REASEGURO
@special.division
www.specialdivisionre.com

NUEVOS NEGOCIOS - REGULARIZACIÓN DE LOS PAGOS - COSTOS

Opinan: *Jesús Oscar Prieto / Stefano Marzotta / Germán Rodriguez / Álvaro Olmo / Javier Bortino*

Reaseguro: más capacidad y más competencia, pero la Argentina todavía carga con su historial de pagos

Jesús Oscar Prieto (Reaseguradores Argentinos), Stefano Marzotta y Germán Rodriguez (Americal Reinsurance Solutions), Álvaro Olmo (Special Division Reinsurance Brokers) y Javier Bortino (Federación Patronal Reaseguros) analizan cómo impacta en las aseguradoras locales el nuevo escenario del reaseguro internacional.



Escribe: **Lic. Aníbal Cejas**

El mercado internacional de reaseguros atraviesa una etapa más competitiva, con capital disponible en niveles récord y mayor apetito por nuevos negocios. Para las aseguradoras argentinas, eso se traduce en más margen para negociar precio, capacidad y condiciones, en un contexto donde la regularización de los pagos al exterior empezó a mejorar la relación con los reaseguradores, aunque la confianza todavía no se recuperó del todo. En ese escenario, voces del sector repasan cómo se ve el ciclo actual, qué ventajas ofrece el reasegurador más allá de la capacidad, cuánto bajaron realmente los costos y qué tendencias están por llegar al mercado local.

Los especialistas coinciden en que el mercado atraviesa una etapa de abundante capacidad y mayor competencia, aunque difieren en cuán blando es realmente el ciclo.

Jesús Oscar Prieto, **Gerente General de Reaseguradores Argentinos SA**, explicó: *"El mercado global de reaseguros atraviesa una etapa de moderación de precios y aceleración hacia un mercado más flexible. Luego de años de endurecimiento drástico en las condiciones, las reaseguradoras internacionales han logrado una sólida recuperación del capital dedicado al sector (con un crecimiento estimado del 9% y retornos sobre el capital que rondaron el 17%). Esta rentabilidad histórica y la acumulación de beneficios incrementaron notablemente la oferta de capacidad a nivel mundial, devolviendo el equilibrio frente a la volatilidad de los siniestros por catástrofes naturales de menor escala".*

Por su parte, **Stefano Marzotta**, **Director Actuarial, y Germán Rodriguez, Director de Marketing y Operaciones de Americal Reinsurance Solutions**, fueron más categóricos: *"El mercado de Reaseguros Internacional se encuentra atravesando una etapa de ablandamiento extremo, básicamente en función de la alta capacidad disponible y la atracción de capitales lo cual aumenta tanto la capacidad de los suscriptores existentes como la aparición de nuevos jugadores. Yendo de lo general a lo particular, en algunas líneas se comienza a percibir que se alcanzó una especie de "piso" en la competitividad de los términos, por lo que no se espera que los descuentos sigan al mismo ritmo durante el año próximo. A consecuencia de esta expectativa hemos vuelto a ver acciones de "cancel and re-write" en algunos programas puntuales, lo que representa un síntoma bastante claro".*

Más adelante, **Álvaro Olmo**, **Director Técnico de Special Division Reinsurance Brokers**, comentó: *"El mercado internacional de reaseguros atraviesa una etapa claramente más competitiva y con mayor disponibilidad de capacidad que la que observábamos años atrás. Luego de un período de fuerte endurecimiento, particularmente en Property y Cat, los buenos resultados técnicos de los reaseguradores a nivel global y la recomposición de capital generaron un escenario con mayor competencia. Hoy el capital global de reaseguro se encuentra en niveles récord, en torno a los USD 800.000 millones, lo que da una dimensión bastante clara de la capacidad disponible en el mercado. No diría que estamos ante un mercado blando de manera uniforme, porque sigue existiendo mucha disciplina respecto de la calidad de información, exposición y performance de cada cartera. Pero claramente se modificó el equilibrio entre oferta y demanda. Para las cedentes que presentan buenos resultados y una política de suscripción consistente, hoy existe más espacio para negociar no solamente precio, sino también estructura, capacidad y condiciones".*

Por último, **Javier Bortino**, **Gerente de Contratos y Facultativos de Federación Patronal Reaseguros S.A.**, puso el foco en los resultados de los reaseguradores y en el destino del capital: "*Los reaseguradores internacionales vienen obteniendo sólidos resultados durante el 2026, manteniendo niveles saludables de rentabilidad y crecimiento de capital. Este desempeño estuvo impulsado por beneficios operativos sólidos y por pérdidas por catástrofes naturales significativamente inferiores a los niveles normales. Se puede ver exceso de capacidad y los beneficios que trae aparejada la suscripción técnica de tiempo atrás cuando se observaba un mercado de reaseguro internacional más duro en términos de precios y condiciones. Nuevamente los retornos por las inversiones tradicionales resultan ineficientes respecto a los costos de capital y resultados que esperan obtener los accionistas; por lo tanto, se observa una mayor tendencia a volcar esos capitales a la suscripción de reaseguro en territorios menos catastróficos".*

¿Hay más capacidad?

Las respuestas apuntan en la misma dirección: hay más capacidad internacional disponible para las aseguradoras argentinas, aunque no todos los reaseguradores se animaron todavía a volver al mercado local.

Marzotta y **Rodriguez** señalaron: *"Si bien la respuesta es afirmativa, muchos operadores siguen un poco a la expectativa de la normalización en nuestro mercado. El efecto de las dificultades de pago durante tantos años nos ha dejado estigmatizados de alguna manera, lo cual provoca que ciertas compañías se encuentren aún reticentes a desplegar sus capacidades para el mercado argentino".*

Luego, **Olmo** describió lo que considera uno de los cambios más visibles del último año: *"Sí, claramente. Y probablemente este sea uno de los cambios más visibles del último año. El crecimiento de la capacidad disponible es muy significativo, tanto por el incremento del capital de los reaseguradores tradicionales como por el desarrollo de nuevas fuentes de capacidad. Desde nuestra experiencia, lo interesante no es solamente que exista más capacidad, sino que hay mayor disposición a analizar negocios, estructuras o coberturas que algunos años atrás encontraban menos apetito. Esto genera oportunidades concretas para las cedentes argentinas, al ampliar su abanico de productos. La calidad de la información, la experiencia del negocio, la suscripción y, sobre todo, la forma en que el riesgo es presentado al mercado continúan siendo determinantes".*

En este sentido, **Bortino** enumeró los motivos por los que, a su entender, los reaseguradores volvieron a mirar a la Argentina: *"Los reaseguradores internacionales han renovado el interés en Argentina por varios motivos: estabilidad de las variables macroeconómicas que permitió una gradual recuperación de la confianza de los mercados, regularización de* ➤➤

ACG
ASEGURADORA DE CRÉDITOS Y GARANTÍAS

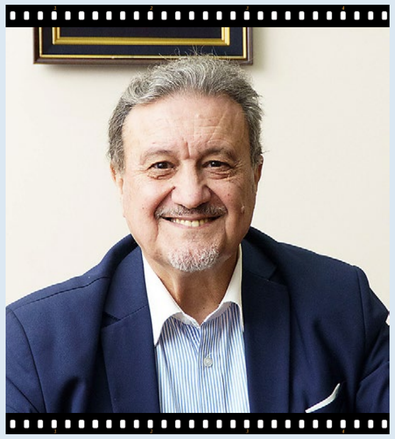
60 AÑOS
ACOMPAÑANDO A EMPRESAS Y PRODUCTORES DE TODO EL PAÍS.

LÍDERES EN CAUCIÓN

SOLVENCIA, TRAYECTORIA Y COMPROMISO
AL SERVICIO DE QUIENES NECESITAN GARANTÍAS
ÁGILES Y CONFIABLES.

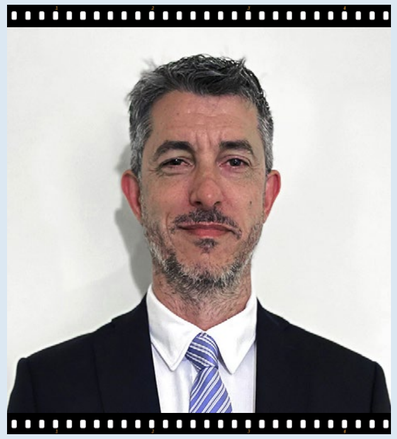
Calificación AAA
ACG — Aseguradora de Créditos y Garantías
www.acg.com.ar

«El mercado global de reaseguros atraviesa una etapa de moderación de precios y aceleración hacia un mercado más flexible»



▲**Jesús Oscar Prieto**, *(Reaseguradores Argentinos)*

«El mercado de Reaseguros Internacional se encuentra atravesando una etapa de ablandamiento extremo, básicamente en función de la alta capacidad disponible y la atracción de capitales lo cual aumenta tanto la capacidad de los suscriptores existentes como la aparición de nuevos jugadores»



▲**Stefano Marzotta**, *(Americal Reinsurance Solutions)*



▲**Germán Rodriguez**, *(Americal Reinsurance Solutions)*

➸ *los pagos por reaseguros al exterior y resulta un territorio atractivo por no presentar escenarios de catástrofes naturales severas como terremotos, huracanes o enormes incendios forestales. Hay oferta de nuevos mercados y de otros que habían abandonado la suscripción en nuestro territorio, testigo de ello son nuevas inscripciones en la Superintendencia de Seguros de la nación como reaseguradores admitidos, requisito necesario para operar en nuestro País.".*

Por último, **Prieto** puso el foco en la deuda histórica y en la selección de ramos: *"Hay más capacidades internacionales disponibles para las compañías cedentes en Argentina. La paulatina resolución del flujo de pagos al exterior y la estabilización cambiaria permitieron limpiar gran parte de la deuda histórica de reaseguros que arrastraba el mercado (reduciéndose drásticamente en los últimos dos años). Con un marco operativo más previsible y la eliminación de sobrecostos impositivos (como el Impuesto PAIS), algunos de los reaseguradores internacionales han vuelto a mostrar apetito y flexibilidad hacia las cuentas argentinas, con mucha selección de ramas a reasegurar".*

Análisis técnico, nuevos productos y tendencias del mercado

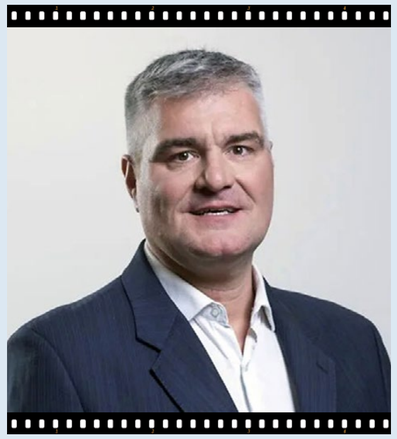
Más allá del respaldo financiero, los especialistas ven al reasegurador como un socio técnico, aunque cada uno pone el acento en un aspecto distinto: el conocimiento internacional, el servicio a la cedente o la estructura de los contratos.

«El mercado internacional de reaseguros atraviesa una etapa claramente más competitiva y con mayor disponibilidad de capacidad que la que observábamos años atrás»



▲**Álvaro Olmo**, *(Special Division Reinsurance Brokers)*

«Los reaseguradores internacionales vienen obteniendo sólidos resultados durante el 2026, manteniendo niveles saludables de rentabilidad y crecimiento de capital»



▲**Javier Bortino**, *(Federación Patronal Reaseguros)*

Olmo sostuvo: *"Creo que ahí está justamente una de las partes menos visibles y de mayor valor del reaseguro internacional. Un buen reasegurador no debería ser solamente un proveedor de capacidad. Tiene acceso a información, experiencias y soluciones desarrolladas en numerosos mercados y puede aportar esa visión a la compañía local. Esto puede traducirse en análisis técnico de cartera, modelos de exposición, experiencia de siniestros, desarrollo de producto, pricing y conocimiento de riesgos emergentes, entre otros aspectos. Pero agregaría algo que considero especialmente importante: muchas veces el mayor aporte surge de poder trasladar experiencias internacionales al mercado local. Una solución que ya funciona en Europa, Estados Unidos u otro país latinoamericano puede servir como punto de partida para desarrollar una cobertura en Argentina. En ese sentido, veo al reasegurador cada vez más como un socio técnico y estratégico de la aseguradora, y no únicamente como un mecanismo de transferencia de riesgo".*

Sobre las ventajas competitivas de su propia compañía, **Bortino** explicó: *"En Federación Patronal Reaseguros, como en el resto de las empresas del grupo económico, nuestros pilares son: excelencia en el servicio prestado, la rentabilidad y la optimización de los procesos; sobre ellos trazamos la estratégica. Nuestra reaseguradora cuenta con una estructura de recursos humanos propia, independiente del resto de las empresas del grupo económico. En lo que va del año hemos incorporado personal para fortalecer las áreas de producción y siniestros, como así también en el área administrativa con el fin de prestar un servicio de calidad total a las cedentes que confían en nosotros para el resguardo de sus capitales. Adicionalmente nos servimos de un sistema de gestión, administración y data warehouse totalmente independiente. También lanzamos nuestra página web que los invitamos a visitar en https://www.fedpat.com.ar/fpreaseguros/ , donde podrán conocer quiénes somos y las capacidades de reaseguro disponibles por línea de negocios y modalidad contractual. Las cedentes valoran nuestro servicio y el acompañamiento en todos estos años en donde escaseaba la capacidad de reaseguro internacional y existían problemas para pagar las primas en el exterior, ello nos ha permitido posicionarnos y mantener nuestras participaciones en la última etapa de renovaciones de contratos automáticos e incluso crecer. También hemos tenido oportunidad de ingresar a formar parte del panel de reaseguradores de cedentes donde antes no estábamos. La agilidad de respuesta, nuestro firme compromiso con el profesionalismo de nuestros recursos,* ➸

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
N° 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



➸ la cercanía geográfica y flexibilidad para adaptarnos a las necesidades de las cedentes y desafíos que presenta el contexto argentino, Esas son nuestras principales ventajas competitivas".

Por su parte, **Prieto** planteó cómo debería estructurar su programa una aseguradora local: *"Más allá de la transferencia de riesgos y el respaldo patrimonial básico, un reasegurador internacional aporta tres pilares estratégicos clave: Análisis técnico. Proporcionan herramientas avanzadas para la suscripción de riesgos complejos y el control de acumulación de exposiciones. En definitiva, creo que, para maximizar su capacidad de suscripción, la aseguradora argentina debe estructurar contratos de reaseguro con un esquema mixto: blindar los ramos masivos (como automotores o combinado familiar) mediante contratos locales o retención propia, y apalancar los riesgos corporativos o catastróficos mediante estructuras de Exceso de Pérdida con reaseguradoras internacionales admitidas, optimizando así el uso de su capital computable".*

Por último, **Marzotta** y **Rodriguez** describieron la gestión de reaseguros como un proceso en etapas: *"La gestión de reaseguros puede ser un ejercicio revelador para una Compañía, y debe comprenderse en varias etapas: La primera es la preparación de la información propia, perfiles, triángulos de reservas, comportamiento de cartera, sumando la capacidad económica y financiera propia (para definir las retenciones), combinando estos datos con las exposiciones conocidas y potenciales en términos de frecuencia y severidad. La segunda etapa es el intercambio con los mercados: y conviene afrontarla con mente abierta y preparados para profundizar algunos aspectos de los datos compartidos. Si se encara con tiempo y sin excesiva presión en los vencimientos, puede trabajarse en el intercambio de alternativas y escenarios, donde los Reaseguradores pueden aportar todo su conocimiento y presencia regional para desarrollar sus propuestas. Este proceso no culmina cuando la Cedente finalmente decide y coloca su programa, sino que debe ser monitoreado permanentemente, poniendo a prueba las ideas teóricas con los eventos que impone la realidad. Un bróker de Reaseguros puede enriquecer este círculo virtuoso con su propia experiencia y conocimiento, aportando valor a las partes y facilitando tanto la elaboración de la información como la comunicación en todo el proceso".* ➸



AACMS
Asociación Argentina de Cooperativas y Mutualidades de Seguros

stop loss
BUREAU DE REASEGUROS S.A.

RASA
Reaseguradores Argentinos 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.

GALENO
SEGUROS

LA SEGURIDAD
DE TENER
UN BUEN SEGURO

AUTO - MOTOS - HOGAR - INTEGRALES - VIDA Y CAUCIÓN

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

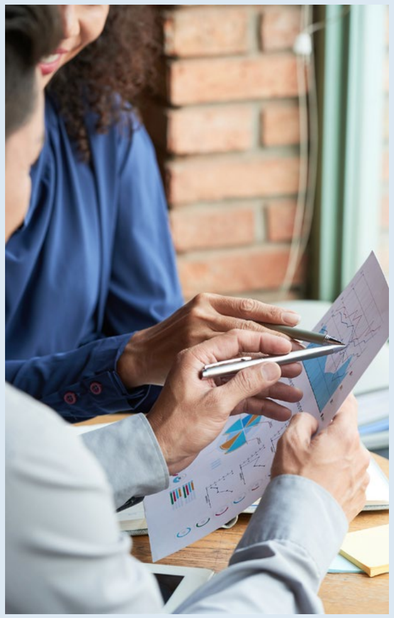
Entidad autorizada por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Registro N° 0878.

Competencia

Todos ven más presión sobre los precios, pero los matices importan: el beneficio se nota sobre todo en el negocio facultativo y en las cedentes con buenos resultados, y no necesariamente en todas las líneas por igual.

Bortino aclaró que, desde el lado de los reaseguradores, los descuentos tienen un límite: *"Se observa una tendencia de baja en los costos de reaseguro a nivel internacional, impulsada por una mayor oferta de capacidad y una competencia más intensa entre reaseguradores. Diversos análisis de mercado reportan que las renovaciones de 2026 mostraron reducciones de tasas en múltiples regiones y líneas de negocio debido al crecimiento del capital disponible, mejores resultados técnicos de los reaseguradores y el ingreso de capital alternativo. Particularmente en Argentina y referido a la última etapa de renovaciones de contratos automáticos desarrollada en junio del 2026, en aquellos programas de reaseguro que no han tenido siniestros, las condiciones económicas han sido más competitivas. De todas maneras, el mercado ha tenido eventos importantes en el último año donde los reaseguradores hemos tenido que soportar enormes pérdidas y por ello, no hemos aplicado grandes descuentos en las tasas, pero si flexibilizamos algunas condiciones de cobertura y endurecimos otras".*

Luego, **Prieto** afirmó: *"Se observa una clara tendencia a la baja y mayor flexibilidad en las condiciones tarifarias producto de la competencia con el reaseguro local. Este comportamiento es especialmente notorio en contratos de líneas de propiedad (property) a nivel global y se traslada localmente mediante la flexibilización de términos en cuentas facultativas y contratos. Sin llegar a ser un ciclo blando desregulado e indiscriminado, la mayor competencia entre corredores y reaseguradores obliga a ajustar los márgenes técnicos a favor de las aseguradoras locales".*



En la misma línea, **Marzotta** y **Rodriguez** agregaron que el beneficio no se limita al precio: *"La mayor competencia genera no solamente una reducción en los costos, sino también una mejora en las condiciones técnicas, como un aumento en las capacidades, o mayor flexibilidad en las exclusiones. Estos ciclos de mercados son oportunos para proyectar los escenarios catastróficos (con especial atención en los eventos climáticos) y comprar capacidades mayores en eventos que han aumentado su nivel de recurrencia por encima de todos los indicadores históricos".*

Por último, **Olmo** hizo la distinción más fina entre el negocio facultativo y los contratos automáticos: *"Sí, pero con matices. La mayor disponibilidad de capital está generando mayor competencia y presión sobre los precios. En el negocio facultativo este efecto se percibe de manera más directa. En determinados riesgos donde existe mayor apetito, estamos observando descuentos importantes y una competencia mucho más marcada por el negocio. En las carteras y contratos automáticos, en cambio, creo que sería un error trasladar automáticamente esas reducciones a todas las líneas o a todos los mercados. La evolución depende muchísimo del ramo, la siniestralidad, la exposición catastrófica, la calidad de la cartera y, fundamentalmente, de la experiencia individual de cada cedente. Más que hablar solamente de una baja de precios, lo que se ve es una recuperación del poder de negociación de las cedentes. Esto puede manifestarse de distintas maneras: menor costo, mayor capacidad, mejores condiciones o estructuras de protección más eficientes. En algunos casos puede resultar incluso más conveniente aprovechar este momento del mercado para comprar mejor protección, en lugar de limitarse exclusivamente a buscar una reducción de precio".*

Tendencias

Las miradas hacia adelante apuntan a soluciones más sofisticadas y a medida, aunque algunos advierten que un viejo problema del mercado local, la incobrabilidad, todavía condiciona las renovaciones.

Prieto anticipó las corrientes que, según su visión, el mercado argentino empieza a asimilar con más fuerza: *"El mercado argentino está queriendo comenzar a asimilar con mayor fuerza tres grandes corrientes internacionales (prometidas hace muchos años). Estas son:*

- *Seguros paramétricos a gran escala: coberturas basadas en índices climáticos o geofísicos objetivos que aceleran las liquidaciones y reducen costos de administración, con especial foco en el agro y la energía.*
- *Ciberseguros para pymes y personas: si bien las pólizas de Cyber Risk estaban concentradas en grandes corporaciones, la adopción masiva de Inteligencia Artificial obliga a derramar esta oferta hacia estructuras comerciales medianas y pequeñas".*

A continuación, **Marzotta** y **Rodriguez** pusieron la mirada en el apetito regional: *"Esperamos que en los próximos meses siga creciendo el apetito por crecer en la región, lo que probablemente traiga aparejado aumento de límites en las coberturas y mejores condiciones para los operadores del mercado local que cuenten con mejor reputación y antecedentes".*

Por su parte, **Olmo** coincidió en la llegada de los paramétricos y sumó el foco en las soluciones a medida: *"Destaco principalmente dos tendencias. La primera es una mayor utilización de soluciones estructuradas y coberturas paramétricas, particularmente para determinados riesgos climáticos o exposiciones donde el seguro tradicional encuentra limitaciones. La segunda es una tendencia hacia soluciones cada vez más a medida. El mercado internacional está mostrando mayor flexibilidad para combinar capacidad y distintas estructuras de protección en función de las necesidades específicas de cada aseguradora. Argentina seguramente irá incorporando estas tendencias gradualmente, pero creo que tiene mucho espacio para hacerlo. Y ahí el broker de reaseguros tiene un rol fundamental: entender la necesidad de la cedente y conectarla con las soluciones, experiencia y capacidad que existen en el mercado internacional".*

Por último, **Bortino** cerró con los riesgos emergentes y con un problema que, según planteó, no puede dejar de mencionarse: *"Dada la mayor recurrencia de eventos climáticos extremos cuyos efectos indirectos pueden generar pérdidas muy importantes, analizamos con mayor detenimiento y reformulamos las coberturas que implican riesgos de la naturaleza o riesgos políticos, cuestiones que tienen mayor habitualidad debido a los conflictos en los distintos países de la región y el mundo. Riesgos emergentes como la ciberseguridad, autos eléctricos y minería de litio nos presentarán desafíos de diseño de productos y coberturas que acompañen a las cedentes a lograr sus estrategias de posicionamiento en el mercado. Un problema que viene arrastrando el mercado reasegurador local desde hace ya varios años y que no podemos dejar de mencionar cada vez que tenemos espacio para expresarnos, es la incobrabilidad, y para nosotros es muy importante que la cuenta corriente esté al día para lograr mejores condiciones en las renovaciones".*





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.

SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN www.ssn.gob.ar / 0-800-666-8400 / Nº de inscripción SSN: 748

Diálogo con : *Victoria Bleuzet*

“Los seguros de Vida y de Retiro atraviesan su mejor momento en mucho tiempo”

La bonanza obedece a la estabilidad económica, la insuficiencia de los sistemas jubilatorios y los incentivos fiscales para ese tipo de coberturas, explica Victoria Bleuzet, directora comercial Vida Individual de Grupo Absa. “Antes había que explicarle al cliente por qué tenía que preocuparse por su retiro; hoy la inquietud viene de la casa. Eso cambia la conversación entera y la vuelve mucho más consultiva”, precisa la ejecutiva.

Escribe: **Diego Fiorentino**



▲ **Victoria Bleuzet,** *directora comercial Vida Individual de Grupo Absa*

El momento que atraviesa el mercado de seguros de Vida y de Retiro en la Argentina es el mejor en mucho tiempo. Así lo confirma **Verónica Bleuzet**, directora comercial Vida individual de **Grupo Absa**, quien explica que esa bonanza no es producto de una cuestión coyuntural sino de tres condiciones que se están alineando y son las que de verdad sostienen un negocio de largo plazo.

“La primera es la estabilidad económica. El seguro de Vida con ahorro le pide al cliente que mire a 10, 20 o 30 años, y esa conversación sin previsibilidad es muy difícil de sostener. Durante mucho tiempo el ahorro de largo plazo en la Argentina fue casi un ejercicio teórico. Cuando la macro se ordena, el producto recupera sentido y el cliente vuelve a escuchar”, precisa la directiva.

“Después está lo demográfico, que para mí es lo más potente porque no depende del ciclo. Vivimos más años y trabajamos más años. Y al mismo tiempo baja la natalidad, por lo que en las próximas décadas va a haber menos gente activa sosteniendo a más gente pasiva. No es un fenómeno argentino: pasa en todo el mundo y ya está tensionando los sistemas jubilatorios. La conclusión es simple y cada vez más gente la saca por su cuenta: la jubilación va a cubrir una parte y el resto hay que construirlo”, advierte. *“Y la tercera condición es que el ahorro de largo plazo es la contracara de la inversión de largo plazo que el país necesita para desarrollarse. Los fondos que se acumulan en seguros de Vida y Retiro son, en todo el mundo, una de las grandes fuentes de financiamiento de infraestructura y de proyectos productivos. Es lógico esperar que se sigan generando incentivos para estos instrumentos. De hecho, ya empezó a pasar”*, completa **Bleuzet**.

¿Cómo se está comportando la demanda de este tipo de seguros?, le preguntamos a la ejecutiva.

Lo que más notamos es que el cliente llega con la pregunta ya formulada. Antes había que explicarle por qué tenía que preocuparse por su retiro; hoy muchas veces la inquietud viene de la casa. Eso cambia la conversación entera y la vuelve mucho más consultiva.

Tras los cambios económicos de los últimos años, ¿notás una mayor conciencia aseguradora o el enfoque sigue estando mayormente volcado hacia el ahorro y la capitalización?

Creo que la pregunta plantea una dicotomía que en la práctica no es tal. Las dos cosas crecieron y se retroalimentan. El ahorro suele ser la puerta de entrada; eso es cierto. El cliente se acerca pensando en capitalización, en el retiro, en un objetivo concreto. Pero cuando uno hace un buen trabajo de asesoramiento y mira la situación integral de esa persona o de esa familia, la conversación deriva casi sola hacia la protección. Alguien que está armando un plan de ahorro a 25 años necesita, antes que nada, que ese plan sobreviva a un imprevisto.

Donde sí hubo un salto claro de conciencia es en las coberturas de enfermedades graves. Cambiaron la forma de conversar sobre el seguro de Vida, porque es un beneficio que el asegurado cobra en vida. Eso derriba la objeción más vieja del ramo; esa de *“yo no lo voy a ver”*.

¿Cuáles son las estrategias clave que implementan desde Grupo Absa para mantener atractivos los productos de Vida y Retiro frente a la actual coyuntura económica?

Primero, una aclaración sobre nuestro alcance: trabajamos seguros de Vida y de Vida con ahorro; no comercializamos rentas vitalicias. Nuestro foco está en los planes de ahorro de largo plazo pensados para el momento del retiro y en los productos de protección. Dicho esto, nuestra estrategia central es no vender un producto de góndola. Trabajamos con venta consultiva y planes armados a medida. Eso significa sentarse con el cliente, entender su situación, sus objetivos y su horizonte, y recién después definir sumas aseguradas, coberturas, modalidad y frecuencia de pago. Lo hacemos tanto con clientes individuales como con empresas. La flexibilidad del producto es lo que hace posible ese enfoque. Podemos armar esquemas de pagos regulares o de pago único, con frecuencia mensual, semestral o anual, y con distintos fondos según el perfil y los objetivos de cada plan. Frente a una coyuntura cambiante, esa capacidad de adaptar el plan vale más que cualquier argumento de precio. Hay además un componente fiscal que hoy suma de verdad. La deducción del Impuesto a las Ganancias por primas de seguros de Vida y de Retiro volvió a un monto relevante: para 2026 el tope es de $ 753.472,14 anuales por cada concepto, con actualización por IPC. Y el Ministerio de Economía anunció la intención de incrementarlo de manera significativa. Se trata de un incentivo concreto que ordena la decisión del cliente y que esperamos se profundice en el mediano plazo.

¿Cuál es el diferencial de Grupo Absa en el segmento de Vida individual tanto para el cliente final como para su red de productores?

Somos un bróker nacional con más de 40 años de trayectoria y de los pocos del mercado con un negocio de Vida individual realmente relevante. Eso no se improvisa. Entramos al negocio hace unos 20 años. Cinco años más tarde compramos una agencia especializada en Vida individual, con mucho conocimiento del ramo. Esa operación nos aportó know-how y management, y sobre todo nos permitió acortar muchísimo la curva de aprendizaje de un negocio que tiene una lógica propia. ➸



➸ Si tengo que señalar un solo diferencial, es cómo está armada la estructura. Tenemos equipos comerciales dedicados y separados para los dos negocios: por un lado, seguros generales, por otro, seguros de Vida. Compartimos áreas de servicio, oficinas y comité de dirección, pero la conducción comercial es distinta. Parece un detalle organizativo y en realidad es definitorio, porque Vida individual y Patrimoniales tienen ciclos, métodos de venta, perfiles de asesor y tiempos completamente diferentes. Cuando se mezclan, Vida siempre pierde: es el negocio de maduración más lenta y el que más acompañamiento requiere. Tener una estructura dedicada es lo que nos permite sostener el foco. Ahora bien, foco no significa compartimentos estancos, y acá está la otra mitad de nuestra propuesta. **Absa** es un bróker fuerte en seguros Patrimoniales, y eso nos habilita a acompañar al mismo cliente en todo lo que necesite: el seguro de Vida, la casa, los autos y también el programa de seguros de su empresa. Para el cliente eso significa un solo interlocutor, que conoce su situación completa y no tiene que reconstruirla cada vez. En un negocio donde la confianza es todo, pesa bastante. Lo mismo vale para nuestros asesores. Muchos trabajan con nosotros en los dos frentes y eso les cambia el negocio: pueden atender integralmente a cada cliente, diversificar sus ingresos y construir carteras más sólidas. Es una propuesta bien distinta a la de una agencia monoproducto, y es una de las razones por las que la gente se queda. Hoy somos aproximadamente 120 agentes y líderes en el negocio de Vida individual. Para el cliente final, entonces, el diferencial es tener un asesor formado, con acompañamiento real a lo largo del tiempo, y detrás la espalda de un bróker con cuatro décadas de trayectoria y áreas de servicio consolidadas. Un plan de ahorro a 30 años necesita a alguien del otro lado durante esos 30 años. Y para nuestra red, el diferencial es la posibilidad de desarrollar una carrera: formación, acompañamiento en el campo, campañas comerciales, programas de desarrollo, tecnología y soporte administrativo. Nadie construye una cartera de Vida individual solo.

¿Qué criterios priorizan al momento de elegir a las aseguradoras líderes con las que operan?

En Vida individual esta pregunta pesa distinto que en Patrimoniales. Acá no estamos evaluando una póliza anual; estamos eligiendo con quién acompañar a un cliente durante 10, 20, 30 o 50 años. Necesitamos un socio que esté, que cumpla sus compromisos y que le dé seguridad al asegurado en ese horizonte. Por eso priorizamos solvencia, respaldo, marca y conocimiento específico del negocio de Vida individual.

Nuestra compañía de cabecera es Zurich, la líder del mercado de Vida y ahorro en la Argentina. Opera además como sucursal de su casa matriz, y eso no es un tecnicismo: implica el respaldo patrimonial directo del grupo internacional. A eso se suma que conocen profundamente el negocio de Vida individual, con una cultura construida durante décadas. En un producto de estas características, esa combinación vale más que tener muchas alternativas sobre la mesa.

¿Cuáles son las coberturas o cláusulas adicionales que hoy están siendo más valoradas o solicitadas en las pólizas de Vida individual?

Lo agruparía en dos grandes familias. Del lado de la protección, el producto apunta a darle tranquilidad a la familia ante el fallecimiento o una enfermedad grave del asegurado. Las coberturas de enfermedades graves son hoy las más valoradas, y son muy amplias en su alcance. Como decía antes, transformaron la conversación: el cliente entiende que es un beneficio que puede llegar a cobrar él mismo, en un momento muy difícil y cuando más lo necesita. A esto se suma la flexibilidad para armar programas a medida, combinando sumas aseguradas, coberturas y modalidades de pago según lo que mejor le convenga a cada uno. Del lado del ahorro, los productos admiten pagos regulares o pagos únicos, con frecuencia mensual, semestral o anual, y con distintos fondos según el perfil y los objetivos de cada persona. Esa posibilidad de calibrar el plan es lo que más se valora, porque permite que acompañe los cambios en la vida del cliente en lugar de quedar desactualizado.

Grupo Absa destaca la tecnología de punta y la innovación como pilares. ¿Cómo impactan las herramientas digitales específicamente en la comercialización y postventa de los seguros de Vida individual?

El cambio de los últimos años fue enorme y transformó el proceso completo: prospección, entrevistas, cierre y firma de la documentación. Todas esas instancias eran presenciales: la entrevista en la oficina o en la casa del cliente, la firma en papel y la presentación de antecedentes para la emisión con idas y vueltas físicas. Hoy hacemos todo eso de manera digital. El impacto es concreto: el asesor deja de estar limitado por la geografía y por la agenda presencial, los procesos de emisión se acortan muchísimo y el cliente resuelve en minutos lo que antes le llevaba semanas. En un negocio donde entre la entrevista y la emisión el cliente se puede enfriar, la velocidad importa. Pero el salto más interesante no está en digitalizar lo que ya hacíamos; está en abrir una forma nueva de llegar al cliente. Desarrollamos soluciones propias de CRM orientadas específicamente a la gestión de leads que provienen de canales digitales y de alianzas comerciales. Eso nos permite captar, distribuir y seguir oportunidades con una trazabilidad que antes no existía: cada lead tiene un responsable asignado, un estado y un tiempo de respuesta medible. Y esto tiene más peso del que parece. En Vida individual la prospección fue históricamente artesanal, apoyada en los referidos y en la red personal de cada asesor. Esa base sigue siendo insustituible, pero es también la razón por la cual los primeros meses de un agente nuevo son tan duros. Sumar un flujo de leads digitales le da una rampa de entrada al que recién empieza, y a nosotros nos da capacidad de escalar el equipo. Tenemos una ventaja adicional, y es que la tecnología la desarrollamos nosotros. Podemos construir herramientas a la medida de cómo trabaja nuestro equipo de Vida, en lugar de adaptar la operación a un producto estándar.

En postventa, la tecnología le da al asegurado acceso permanente a su información y a su documentación, y al asesor herramientas para seguir su cartera. Esto último es clave en Vida individual, donde la persistencia de la cartera es tan importante como la venta nueva. Ahora, lo digital no reemplaza lo humano en este negocio. La venta de Vida individual sigue siendo consultiva y sigue dependiendo de un vínculo de confianza. Lo que hace la tecnología es sacar del medio la fricción administrativa para que el asesor le dedique más tiempo a lo que realmente aporta valor, que es el asesoramiento.

¿De qué manera acompañan y capacitan a sus productores para que puedan detectar oportunidades y asesorar con éxito en este ramo?

Combinamos dos esfuerzos que se complementan: el nuestro, desde **Grupo Absa**, y el de la compañía. Del lado de **Absa**, nuestra estructura opera como branch manager; el máximo nivel dentro de la estructura comercial de la compañía. Eso nos da autonomía para diseñar y ejecutar nuestros propios programas de formación, desarrollo y campañas comerciales, adaptados a las necesidades de nuestro equipo. A eso se suma todo el soporte que aporta la compañía, con su expertise y sus programas.

En cuanto a la capacitación, tiene dos destinatarios. Por un lado, la formación de nuevos agentes, que es un proceso intensivo: alguien que entra al negocio necesita acompañamiento cercano durante sus primeros meses, en el campo y no solamente en un aula. Por otro, el desarrollo continuo de los agentes con trayectoria, que trabajamos sobre cuatro ejes: producto, técnicas de venta, tecnología y habilidades blandas. A este último punto le doy mucha importancia. En Vida individual el asesor tiene conversaciones difíciles: habla de fallecimiento, de enfermedad, de dinero, de la familia. La competencia técnica es condición necesaria pero no alcanza. Saber escuchar, leer una situación y manejar una conversación sensible es lo que separa a un buen asesor de uno excelente.

El reclutamiento es la otra pata. Es una actividad permanente y estructurada, porque el crecimiento de este negocio está directamente atado a la capacidad de incorporar y formar gente nueva. ➸

Desarrolladora de equipos



Victoria Bleuzet es directora comercial de Vida Individual en **Grupo Absa**, cargo que ocupa desde febrero de 2018. Desarrolló la totalidad de su carrera profesional en el ramo de Vida Individual y dentro del grupo, donde ingresó en 2007 como ejecutiva de cuentas de Vida Individual. En 2008 obtuvo su matrícula de Productora Asesora de Seguros. En febrero de 2015 fue designada gerenta comercial de Vida Individual, posición desde la cual condujo el equipo comercial del ramo hasta asumir la dirección del área.
La ejecutiva es licenciada en Marketing egresada de la Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales. A lo largo de casi 20 años de trayectoria en el segmento, se especializó en el desarrollo de equipos comerciales, la formación de asesores y el diseño de programas de protección y de ahorro de largo plazo para clientes individuales y corporativos.

30 AÑOS EN MOVIMIENTO

Preparados para el trabajo que viene.

Formación y capacitación
Tecnología e innovación
Prevención y gestión de riesgos de excelencia
Atención médica de calidad
Servicio de atención cercano y accesible.
Mirada hacia el futuro

Asociart ART | Grupo San Cristóbal

Nº de inscripción en SSN 0620
Atención al asegurado 0800-666-8400
Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn
SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

➸ ¿Cuáles son las principales metas y proyecciones de crecimiento que se han trazado para el área de Vida individual de cara al cierre de este año y el próximo?

Nuestra meta principal es de estructura: queremos hacer crecer el equipo de productores un 50% en los próximos cinco años. Es ambicioso, y está puesto deliberadamente en el equipo y no en la producción, porque en Vida individual el crecimiento sostenible viene de ahí. Una cartera se construye con asesores formados que se quedan. Todo lo demás es consecuencia. En paralelo vamos a seguir profundizando la digitalización de los procesos comerciales y de postventa, que es lo que nos permite escalar sin perder calidad de servicio. Y miramos con atención la evolución de los incentivos fiscales. Si la deducción del Impuesto a las Ganancias se profundiza como fue anunciado, el mercado tiene por delante una oportunidad de crecimiento muy relevante. Queremos estar preparados para acompañarla.

Desde tu rol como directora comercial, ¿cuál considerás que es el mayor desafío y la mayor satisfacción de liderar un segmento dedicado a proteger el futuro y el patrimonio de las personas?



«Hoy somos cerca de 120 agentes y líderes en el negocio de Vida individual. Para el cliente final, el diferencial es tener un asesor formado, con acompañamiento real a lo largo del tiempo, y detrás la espalda de un bróker con cuatro décadas de trayectoria y áreas de servicio consolidadas»

El mayor desafío es, también, lo que hace interesante al negocio. Vendemos algo intangible, cuyo valor se comprueba dentro de muchos años o en el peor momento de la vida de una familia. No hay gratificación inmediata, ni para el cliente ni para el asesor. Sostener la convicción y la disciplina en ese contexto es un trabajo de todos los días. Y hay un desafío propio de mi rol, que es construir equipo. Este es un negocio donde la rotación puede ser alta y donde los primeros meses de un asesor nuevo son durísimos. Lograr que la gente se forme, se quede y haga carrera es probablemente la parte más difícil de lo que hago, y también la más importante.

En cuanto a la satisfacción, hay dos momentos. El primero es cuando el seguro cumple. Cuando una familia atraviesa un fallecimiento o una enfermedad grave y ese plan que se armó años atrás hace exactamente lo que tenía que hacer, una entiende para qué trabaja. Son los momentos que le dan sentido a todo lo demás. El segundo es ver crecer a la gente del equipo. Llevo casi 20 años en **Grupo Absa** y empecé desde abajo, así que conozco bien el recorrido. Ver a alguien que entró sin saber nada del negocio construir una cartera, vivir de esto y desarrollar una carrera profesional es una satisfacción enorme.



LPS
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.

Nº de inscripción en SSN 0157 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

CAFAM

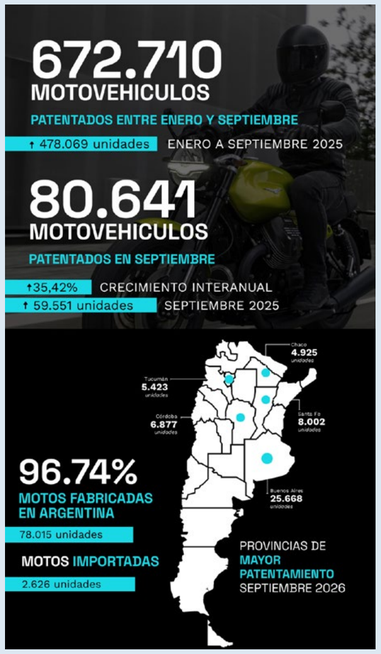
Más de 80 mil motos patentadas en septiembre: suba interanual del 35,42%

En septiembre se registraron 80.641 unidades. Entre enero y septiembre, el mercado acumuló más de 670.000 patentamientos.

CAFAM (Cámara de Fabricantes de Motovehículos) informa 80.641 patentamientos de motos en septiembre de 2026, frente a 59.551 en septiembre de 2025. La diferencia fue de 21.090 unidades, equivalente a una variación interanual de 35,42%.
En comparación con agosto de 2026, cuando se habían registrado 71.563 patentamientos, septiembre mostró un aumento de 9.078 unidades (12,69%).
Entre enero y septiembre de 2026 se patentaron 672.710 motovehículos, frente a 478.069 en igual período de 2025. La diferencia es de 194.641 unidades y el crecimiento acumulado, de 40,71%.
La composición de septiembre fue de 78.015 motos de origen nacional (96,74% del total) y 2.626 importadas (3,26%).

El rango de 101–250 cc lidera el desglose de cilindrada
- **101–250 cc:** 72.538 unidades (89,95%).
- **251–500 cc:** 5.102 unidades (6,33%).
- **501–800 cc:** 1.850 unidades (2,29%).

Los tres rangos detallados suman 79.490 patentamientos, equivalentes al 98,57% del total informado.



Buenos Aires encabeza las provincias destacadas
Las cinco provincias detalladas reúnen 50.895 patentamientos, el 63,11% del total de septiembre. Buenos Aires concentró por sí sola 25.668 seguida de:
- **Santa Fe:** 8.002 unidades (9,92%).
- **Córdoba:** 6.877 unidades (8,53%).
- **Tucumán:** 5.423 unidades (6,72%).
- **Chaco:** 4.925 unidades (6,11%).

Cub Underbone, la categoría más patentada
En el desglose por categoría, Cub Underbone lideró con 48.063 unidades, equivalente al 59,60% del total. Le siguieron:
- **Street:** 14.682 unidades (18,21%).
- **On Off:** 14.027 unidades (17,39%).
- **Scooter:** 2.494 unidades (3,09%).
- **Off Road:** 381 unidades (0,47%).

Las categorías detalladas suman 79.647 patentamientos (98,77% del total). Las tres principales —Cub Underbone, Street y On Off— reúnen 76.772 unidades, equivalentes al 95,20%.

En síntesis
Septiembre registró subas interanuales y mensuales, mientras que el acumulado de enero a septiembre también superó al del mismo período de 2025. En la composición del mes, las motos nacionales representaron el 96,74%; entre los rangos de cilindrada predominó el de 101–250 cc, y Cub Underbone lideró el desglose por categoría. Las cinco provincias detalladas concentraron el 63,11% del total.

CAFAM en la agenda regional
Como parte de la agenda regional del sector, **CAFAM** participó durante septiembre como integrante de la Alianza MotoLatam y estuvo presente en el Encuentro MotoLatam 2026, realizado en Cuenca, Ecuador, durante septiembre. La cumbre abordó temas de mercado, seguridad vial, regulación, innovación y sostenibilidad, así como estrategias para consolidar la campaña de uso del casco ***«Usá casco, cabeza dura»***.
La participación de **CAFAM** permitió compartir la experiencia de la industria nacional y fortalecer el intercambio institucional sobre los desafíos y oportunidades del motociclismo en la región.

CESVI ARGENTINA

Innovación e investigación argentina en el escenario global: CESVI ARGENTINA participó de RCAR 2026



En Ciudad de México, Marcelo Aiello y Diego Li Gotti expusieron ante referentes internacionales una solución de inteligencia artificial para la estimación de daños vehiculares y compartieron un análisis sobre el avance de las marcas chinas y su impacto en la posventa local.

La **Conferencia Anual 2026** del **Research Council for Automobile Repairs (RCAR)** reunió a representantes de 19 centros de investigación de 15 países especializados en seguridad vehicular, tecnología de reparación y prevención de daños.
Durante el encuentro se analizaron algunos de los principales desafíos que atraviesan actualmente la movilidad, los procesos de reparación y el mercado asegurador. Uno de los ejes centrales estuvo relacionado con el incremento de la complejidad tecnológica de los vehículos y su impacto sobre los costos de reparación.
En este contexto, **RCAR** impulsa una mayor consideración de la reparabilidad desde las primeras etapas del diseño de los vehículos, el desarrollo de tecnologías capaces de prevenir daños y la utilización de procedimientos de reparación eficientes, priorizando, siempre que sea técnicamente posible, la reparación de componentes frente a su sustitución.
La participación de **CESVI ARGENTINA** en este espacio permite intercambiar experiencias con especialistas de diferentes mercados, conocer las tendencias internacionales y aportar una mirada propia a partir del trabajo realizado en nuestro país.

Inteligencia artificial aplicada a los siniestros
Marcelo Aiello, **Gerente General de CESVI ARGENTINA**, presentó la evolución de **ORIÓN IA**, una solución de inteligencia artificial desarrollada sobre la plataforma **ORIÓN**, que reúne datos de gestión de inspecciones y siniestros de más de 25 años.
La herramienta permite realizar procesos de autogestión mediante imágenes del vehículo, detectar daños visibles, identificar las piezas afectadas y aplicar inteligencia artificial para estimar posibles daños internos. A partir de esa información, el sistema puede colaborar en la definición de reparaciones o reemplazos y estimar costos.
La plataforma evolucionó desde el reconocimiento y estimación de daños a través de imágenes hacia una inteligencia integrada con procesos, orientada a agilizar la gestión y acompañar la toma de decisiones.
Actualmente el desarrollo **ORIÓN IA** de **CESVI** supera las 20.000 operaciones mensuales, alcanza más del 80% de automatización y permitió reducir un 65% el tiempo desde el inicio del siniestro hasta la estimación del costo de reparación.

El crecimiento de las marcas chinas en Argentina
Por su parte, **Diego Li Gotti**, **Gerente Técnico de CESVI ARGENTINA** presentó una investigación sobre la expansión de las marcas chinas en el mercado local y los desafíos que plantea su posventa.
El trabajo analiza su crecimiento, los costos de reparación, la disponibilidad de repuestos, la infraestructura de posventa y el impacto que este nuevo escenario genera para aseguradoras y talleres.
Entre los datos presentados, **CESV**I registró que durante el primer semestre de 2026 el costo promedio de reparación de vehículos de marcas chinas fue 79% superior al del resto de las marcas analizadas.
El trabajo concluye que la consolidación de las marcas asiáticas abre nuevas oportunidades para la industria automotriz, las aseguradoras, los talleres y el aftermarket, pero también plantea la necesidad de adaptarse, mejorar procesos y fortalecer la confianza en la posventa.
La participación en **RCAR 2026** consolida el rol de **CESVI ARGENTINA** como referente internacional en innovación y conocimiento técnico, promoviendo soluciones que acompañan los desafíos y oportunidades de una industria automotriz y aseguradora en permanente transformación.

GRUPO SANCOR SEGUROS

SANCOR SEGUROS renovó sus autoridades para el ejercicio 2026/2027 junto al resto de las empresas del Grupo

El sábado 3 de octubre se realizó la **80ª Asamblea General Ordinaria de Sancor Cooperativa de Seguros Limitada**. Durante el encuentro, que contó con la presencia de delegados representantes de los asociados de todo el país, se aprobaron los diferentes aspectos previstos en la convocatoria.
Además, como ocurre luego del cierre de cada ejercicio económico, se procedió a la renovación del **Consejo de Administración para el período 2026/2027**, que para el cargo de presidente ha sido electo José Sánchez.
Cabe destacar que en los días previos se realizaron las Asambleas y renovación de autoridades del resto de las empresas que integran el grupo asegurador, resultando presidentes electos:
Presidente de Prevención ART S.A., **Eduardo Reixach**.
Presidente de Prevención Salud S.A., **Carlos Casto**.
Presidente de Fundación Grupo Sancor Seguros, **Willy Borgnino**.

A continuación, se detallan las nuevas autoridades para el ejercicio 2026/2027 de Sancor Cooperativa de Seguros Limitada:



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE SANCOR COOPERATIVA DE SEGUROS LTDA. PERÍODO 2026/27

Presidente	José Sánchez	Zona Sede Rosario
Vicepresidente	Willy Borgnino	Zona Sede Santa Fe
Secretario	M. Victoria Szychowski	Zona Casa Central
Prosecretario	Leandro Saez	Zona Sucursal CABA
Tesorero	Carlos Casto	Zona Sede Córdoba
Protesorero	Eduardo Reixach	Zona Casa Central
Vocales Titulares	Gabriel Savini	Zona Sede Río Negro
	Gerardo Gasser	Zona Casa Central
	Alfredo Panella	Zona Sede Mendoza
	Andres Cardemil	Zona Sucursal CABA
Vocales Suplentes	Oscar Colombero	Zona Casa Central
	María B. Azar	Zona Casa Central
	Julia Foglia	Zona Casa Central
	Federico Ariel	Zona Sucursal CABA
	Mariano Gaudio	Zona Sucursal CABA
	Lucciano Gangitano	Zona Sede Santa Fe
	Miguel Zazú	Zona Sede Córdoba
	Francisco Cruz	Zona Sede Mendoza
	Guillermo Arcos	Zona Sede Río Negro
	Gustavo Badosa	Zona Sede Rosario
Sindicatura		
Síndico Titular	Juan Beltrame	Zona Sede Río Negro
Síndico Suplente	Roberto Solans	Zona Sede Rosario

QUALIA

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

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



N° 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

Hawk Insurance Broker se expande e invierte en el proyecto inmobiliario «PI Buenos Aires»

La compañía consolida su crecimiento y visión tecnológica al adquirir la primera oficina de «PI Buenos Aires», el innovador megaproyecto de US$ 100 millones que impulsan el Grupo Sancor Seguros y la desarrolladora HIT en el Parque de Innovación del barrio de Núñez de la Ciudad. Con esta inversión estratégica en el primer lote subastado del predio, Hawk Group refuerza su alianza histórica con Sancor Seguros y se instala en un ecosistema de negocios, sustentabilidad y vanguardia diseñado para potenciar el trabajo integrado, el desarrollo económico y la generación de nuevas oportunidades en Argentina.

Hawk Group, grupo líder en seguros, asistencias y soluciones financieras, anunció que **Hawk Insurance Broker**, como parte de su plan estratégico de expansión y crecimiento, ha adquirido la primera oficina dentro de ***«PI Buenos Aires»***, el emblemático proyecto inmobiliario que se construye en el Parque de Innovación, denominado ***"Silicon Valley porteño".***

El moderno desarrollo, ubicado en el primer lote subastado del predio en el ***«Nuevo Núñez»***, demandará una inversión de US$ 100 millones y es llevado adelante por la vertical de real estate del **Grupo Sancor Seguros** en alianza con la desarrolladora **HIT**. El complejo contará con 22.000 metros cuadrados, 17 oficinas, locales comerciales y espacios flexibles concebidos para fomentar la innovación, la educación y la tecnología, atrayendo tanto a grandes corporaciones como a startups.



Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group.

Para **Hawk Group**, este hito trasciende la mera adquisición de un espacio corporativo. Sobre este punto, **Sebastián Larrea, CEO de Hawk Group**, destacó en un extenso testimonio el valor estratégico de la operación y su alineación con los desarrolladores del proyecto: «Para nosotros tiene un valor especial haber sido parte desde el inicio. La decisión de ser el primer comprador surgió de una relación de confianza construida a lo largo de muchos años y de una visión compartida con **Sancor Seguros** sobre cómo proyectar el crecimiento a largo plazo. Tal como dijo **Alejandro Simón, CEO del Grupo Sancor Seguros**, cualquier compañía de seguros siempre piensa en invertir, pero nosotros la inversión también la vemos desde generar trabajo. Queremos unirnos a esos valores institucionales de **Sancor Seguros**, en los cuales también nos sentimos parte, porque valoramos la posibilidad de acompañar iniciativas que tienen un impacto real más allá de las propias compañías, impulsando la actividad y abriendo nuevas oportunidades».

El desembarco en este ecosistema tecnológico acompaña de manera natural la profunda transformación digital que atraviesa el broker. *«Es un entorno muy alineado con la evolución de la compañía. En Hawk Insurance Broker venimos incorporando tecnología a la operación, desarrollando herramientas propias y mejorando nuestros procesos para ganar capacidad de análisis y gestión»*, explicó **Sebastián Larrea**. *«Nos interesó especialmente la concepción integral del proyecto: los espacios de trabajo flexibles, las áreas de encuentro y los altos estándares de sustentabilidad responden a una forma de trabajar que hoy requiere mayor capacidad de adaptación. Valoramos que el edificio esté pensado como parte de un ecosistema donde conviven empresas y conocimiento, y no simplemente como una sede corporativa aislada».*

En cuanto a la dinámica diaria de las futuras operaciones en ***«PI Buenos Aires»***, el **CEO de Hawk Group** adelantó que la sede mejorará significativamente la experiencia de todos los actores vinculados a la compañía. «La nueva sede nos permitirá contar con espacios más adecuados para el trabajo cotidiano, así como para encuentros con clientes, productores y partners. Si bien la configuración definitiva de los equipos se irá definiendo a medida que avance la obra, anticipamos que será una sede relevante para nuestra operación en Buenos Aires. Está pensada para acompañar el crecimiento de **Hawk Insurance Broker,** profundizar la integración con las distintas unidades del grupo y potenciar nuestro desarrollo federal», señaló.

A modo de cierre, y reforzando el mensaje de solidez y liderazgo que **Hawk Group** busca transmitir al mercado, **Larrea** concluyó: *«Más que un mensaje aislado, entendemos este paso como la continuidad del crecimiento que venimos desarrollando. Principalmente, queremos expresar nuestro agradecimiento a Sancor Seguros por la confianza y por permitirnos ser parte desde el comienzo, así como a HIT y a todos los equipos involucrados. Hoy, ver cómo esta visión empieza a materializarse y cómo el proyecto genera trabajo le da todavía más sentido a haber apostado por esto desde el primer día».*

De Rosario a Las Vegas: La Segunda Seguros presentó UiFlou, la startup para la prevención de riesgos, en uno de los principales encuentros globales de innovación en seguros

Integrantes de La Segunda Seguros viajaron a ITC Vegas, la cumbre internacional que reúne a aseguradoras, startups y referentes tecnológicos de la industria, junto a UiFlou, una de las startups impulsadas por InnLab, el programa de Innovación Abierta de la compañía.

La participación buscó conectar el talento y la innovación desarrollados en Rosario con el ecosistema tecnológico internacional y generar nuevas oportunidades de colaboración para transformar la industria aseguradora.

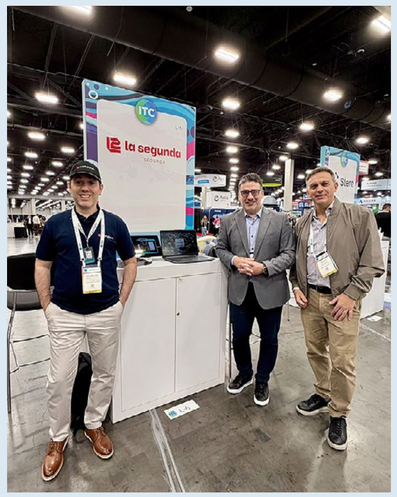
- **Leonel Bianco, Director Comercial de La Segunda Seguros**, señaló que *"ITC Vegas permite visualizar, en muy pocos días, la velocidad con que evoluciona la industria y una enorme cantidad de propuestas aplicadas a toda la cadena de valor del seguro: inteligencia artificial, distribución, experiencia del cliente, suscripción, siniestros, analítica y automatización".*

Otro de los grandes valores del encuentro es el networking: la posibilidad de conectar con aseguradoras, insurtechs, proveedores tecnológicos y referentes de distintos mercados del mundo para intercambiar experiencias, contrastar miradas y generar vínculos que puedan transformarse en oportunidades concretas de colaboración e innovación.

La evolución tecnológica en la industria comenzó con la incorporación de la robótica para ganar eficiencia en distintos procesos y continuó con herramientas de reconocimiento de imágenes, como el OCR. Hoy, estas capacidades se potencian con la inteligencia artificial, cuya implementación avanza en todo el sector asegurador.

La tecnología permite procesar grandes volúmenes de información, reducir tareas burocráticas, analizar imágenes con mayor rapidez y acelerar operaciones que antes requerían una importante intervención manual. También abre nuevas oportunidades en áreas como el pricing y la detección de fraudes, donde permite identificar patrones, mejorar el análisis y contribuir a decisiones más precisas.

El impacto también alcanza al área comercial, con aplicaciones vinculadas a la prospección de clientes y la identificación de nuevas oportunidades de negocio.



Leonidas Avila de UIFLOU. Leonel Bianco, director comercial de La Segunda Seguros y Hugo Bellantig, Gerente de Procesos

Puntualmente sobre **UiFlou**, **Hugo Bellantig, gerente de Innovación y Procesos de La Segunda Seguros**, explicó que encontraron una propuesta de valor concreta, con impacto en prevención y productividad y con capacidad de escalar. *"Pero, sobre todo, vimos una oportunidad de generar valor para nuestros clientes y también nuevos negocios"*, agregó.

Además, señaló que una de las principales enseñanzas del proceso es que startups y empresas deben trabajar como un solo equipo. *"Hay que empezar por casos de uso concretos, que resuelvan problemas reales y que tengan capacidad de escalar"*, sostuvo.

Por su parte, **Leónidas Ávila, CEO de UiFlou**, destacó que **ITC Vegas** les permitió identificar una tendencia clara en el sector asegurador. *"La incorporación de inteligencia artificial agéntica para transformar la experiencia del cliente, integrar canales y simplificar los procesos de servicio y comercialización".*

Esta tecnología abre dos grandes oportunidades para la alianza con **La Segunda Seguros**. La primera es la prevención y el cumplimiento normativo, integrando agentes de IA con **UiFlou** para automatizar la documentación, organizar evidencias y garantizar la trazabilidad de los procesos de prevención de riesgos laborales.

La segunda es la experiencia del asegurado, mediante agentes conversacionales que faciliten la interacción con la aseguradora, resuelvan consultas y gestionen solicitudes, fortaleciendo la fidelización y generando nuevas oportunidades comerciales. *"El desafío es combinar la inteligencia artificial y la visión computacional de UiFlou con el conocimiento del negocio asegurador de La Segunda para avanzar hacia un modelo de seguros más inteligente y conectado que permita el desarrollo de nuevos negocios"*, finalizó.

Más de 20 familias participaron de una experiencia para fortalecer la continuidad de sus empresas a través del diálogo entre generaciones



En el marco del programa **DALE Continuador, Sancor Seguros** llevó adelante el taller ***«La conversación pendiente»***, una propuesta diseñada para acompañar a las empresas familiares en uno de sus desafíos más trascendentes: construir acuerdos que favorezcan la continuidad del negocio entre generaciones.

La iniciativa se desarrolló a través de un encuentro virtual y una jornada presencial realizada el 17 de septiembre en Buenos Aires, donde participaron más de 20 familias de Productores Asesores de Seguros de todo el país. El espacio fue concebido para que fundadores y continuadores pudieran compartir miradas, experiencias y reflexiones sobre el futuro de sus organizaciones.

Durante la experiencia se abordaron temáticas clave para la gestión de empresas familiares, como la comunicación intergeneracional, la construcción de confianza, la delegación de responsabilidades, la toma de decisiones, la profesionalización de los negocios y la planificación de la continuidad. A través de dinámicas participativas, diagnósticos y actividades prácticas, los asistentes trabajaron sobre los principales desafíos que enfrentan sus empresas y diseñaron acuerdos y hojas de ruta para impulsar su desarrollo.

La propuesta buscó generar un ámbito de encuentro entre quienes construyeron el negocio y quienes tendrán la responsabilidad de proyectarlo hacia el futuro, promoviendo conversaciones que muchas veces resultan difíciles de abordar en la dinámica cotidiana de las empresas familiares.

Con esta iniciativa, **Sancor Seguros** reafirma su compromiso con el desarrollo sostenible de su red de Productores Asesores, acompañando no solo el crecimiento de sus negocios, sino también los procesos de transición generacional que aseguran la continuidad de sus proyectos a largo plazo.

Confiá
tranquilo

Serena ART es una nueva manera de proteger el bienestar y la tranquilidad de las personas.

Como parte del Grupo Lapachos, estamos diseñando un enfoque de prevención integral, que incorpora las soluciones tecnológicas más innovadoras para que puedas concentrarte en asesorar y sumar cada día más clientes.

Queremos que seas nuestro socio, tenés todo el potencial para ayudarnos a construir una marca que responda y te respalde.

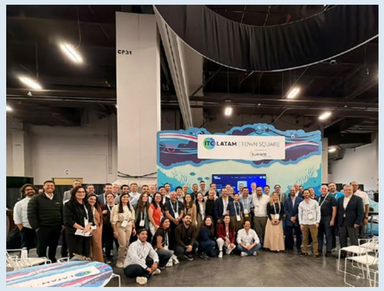


SUMATE A NUESTRO EQUIPO / ATENCIÓN BROKERS Y PAS:
atencionalcliente@serenaseguros.com.ar
www.serenaart.com.ar @serenaseguros.art

Serena
Y TODOS SEGUROS.

www.argentina.gob.ar/srt 0800-666-6778 SRT Superintendencia de Riesgos del Trabajo

La IA entra en acción: las insurtech latinoamericanas revelan sus novedades en el Breaking News de la AIP en ITC Vegas 2026



La **Alianza Insurtech Panamericana (AIP)** presentó los principales anuncios de aseguradoras, insurtechs e inversores de América Latina en su espacio de **Breaking News**, realizado en **ITC Vegas 2026**. La mayoría de los anuncios tuvo un eje común: agentes de inteligencia artificial que ya operan procesos reales de distribución, cobranza, siniestros y gestión comercial en la región.

Durante la jornada se conocieron lanzamientos de producto, alianzas, casos de éxito con resultados medidos, convocatorias de inversión y planes de expansión regional. Si en 2025 el foco estuvo en presentar la IA como promesa, en 2026 los anuncios muestran métricas: persistencia de cartera, porcentaje de casos resueltos, conversaciones diarias y cobro por resultado.

Ultra PR como Official PR Partner del Breaking News acerca la información al momento que ocurre.

Anuncios de la AIP

La ronda de **Breaking News** abrió con tres anuncios de la propia **Alianza Insurtech Panamericana (AIP)**, enfocados en profundizar la colaboración regional y conectar el ecosistema latinoamericano con iniciativas globales.

AIP y Boston Consulting Group (BCG) presentan FARO XXI

La **Alianza Insurtech Panamericana** y **Boston Consulting Group** presentaron **FARO XXI**, un movimiento regional que reúne a los principales actores del sector asegurador de América Latina para construir y ejecutar una hoja de ruta común para la transformación de la industria.

La iniciativa es el resultado de un proceso colaborativo que comenzó con cuatro encuentros locales en Chile, Colombia, México y Argentina, en los que participaron más de 100 líderes de más de 80 organizaciones, y que posteriormente convergió en un encuentro regional realizado en Santiago de Chile. De este trabajo surgieron 15 objetivos y 16 iniciativas concretas, con acciones, plazos e indicadores orientados a llevar los principales desafíos de la industria del diagnóstico a la acción.

Los aprendizajes y acuerdos alcanzados durante el proceso serán además consolidados en el **Libro Blanco FARO XXI**, que recogerá la visión compartida, la hoja de ruta y los próximos pasos del movimiento.



FARO XXI da continuidad al **Cónclave AIP 2026**, anunciado durante **ITC Vegas 2025**, y evoluciona ese compromiso hacia una plataforma permanente de colaboración para el futuro del seguro latinoamericano.

SANCOR SEGUROS celebró sus 80 años con un espectáculo multitudinario y un impactante show de drones en Sunchales



Alrededor de 7000 personas participaron de una celebración única en la ciudad donde nació la compañía. Artistas de renombre nacional; un saludo especial del Presidente de la Nación, Javier Milei; uno de Lionel Messi y un despliegue tecnológico de 500 drones fueron protagonistas de una noche inolvidable.

SANCOR SEGUROS celebró **80 años** de trayectoria con un gran evento al aire libre realizado en Sunchales, la ciudad que vio nacer a la compañía en 1945. La propuesta reunió a clientes, **Productores Asesores de Seguros**, colaboradores, autoridades, representantes de instituciones y miembros de la comunidad en una noche especialmente diseñada para conmemorar este importante hito.

El encuentro tuvo lugar en el predio del **Nuevo Edificio Corporativo de SANCOR SEGUROS** (sobre la Ruta Nacional N° 34) y convocó a un público de casi 7000 personas. Entre los invitados estuvieron presentes autoridades provinciales y municipales, empresarios, Productores Asesores de Seguros y referentes de distintos ámbitos.

«Somos muy positivos y estamos muy esperanzados para lo que el futuro nos depara. Hay enormes transformaciones, pero nosotros creemos que podemos adaptarnos y liderar los cambios haciendo patria, como han hecho los pioneros que han generado nuestra organización», afirmó **Alejandro Simón, CEO del Grupo Sancor Seguros**.

La celebración incluyó un espectáculo artístico de primer nivel, con la participación de destacados músicos argentinos como Jorge Rojas, Raúl Lavié, Eugenia Quevedo y Chaqueño Palavecino, quienes formaron parte de una puesta especialmente desarrollada para la ocasión.

Además, los asistentes disfrutaron de una propuesta gastronómica a cargo de dos instituciones emblemáticas de la ciudad: el **Club Deportivo Libertad** y el **Club Atlético Unión**.

Uno de los momentos más emotivos de la noche fue la proyección de un saludo especial de Lionel Messi, quien envió un mensaje dedicado a la compañía y a toda su comunidad.

El cierre estuvo marcado por un impresionante espectáculo de 500 drones que iluminaron el cielo de **Sunchales**. A través de una secuencia de figuras y animaciones aéreas, el show recreó imágenes representativas de la historia, la identidad y la evolución de **SANCOR SEGUROS** a lo largo de sus ocho décadas de trayectoria, generando uno de los momentos más impactantes.

«Estar en Sunchales para conmemorar nuestros primeros 80 años tiene un significado muy profundo. Esta historia que hoy nos convoca representa el esfuerzo colectivo de generaciones enteras. Nuestro



Carlos Casto y Alejandro Simón



Grupo no surgió por azar, sino de la convicción de que la ayuda mutua y el trabajo en equipo son las herramientas más poderosas para transformar la realidad», señaló **Carlos Casto** en su último discurso como presidente de **SANCOR SEGUROS**.

El festejo formó parte de las actividades conmemorativas desarrolladas por la aseguradora durante su **80° aniversario** y reflejó el vínculo histórico que mantiene con la ciudad de **Sunchales** y con las comunidades que la acompañan en toda la Argentina y la región.

«Queremos agradecer especialmente a todos los clientes y amigos de Sancor Seguros. Ellos son la fuerza motora de estos 80 años de vida y el motivo principal para seguir trabajando por la compañía. Somos una cooperativa que nació en Sunchales y desde allí nos expandimos al mundo. Hoy, en cada rincón de la Argentina hay una oficina de Sancor Seguros y eso nos llena de orgullo», expresó **Enso Olocco, gerente de Publicidad y Relaciones Públicas del Grupo Sancor Seguros**.

La Perseverancia Seguros celebra 121 años de trayectoria en el mercado asegurador



Fundada en 1905 en la ciudad de Tres Arroyos, la compañía conmemora un nuevo aniversario destacando la evolución constante de sus procesos y la expansión de su red comercial a nivel nacional.

Cumplir 121 años en el mercado asegurador refleja la capacidad de adaptarse a las distintas etapas del país. Con ese recorrido como respaldo, **La Perseverancia Seguros** celebra un nuevo aniversario desde su fundación en 1905 en **Tres Arroyos**, reafirmando el camino iniciado por sus primeros impulsores.

A lo largo de más de un siglo de permanencia en el sector, la aseguradora ha atravesado distintos procesos de transformación, enfocados siempre en mejorar la experiencia del consumidor a partir de la optimización y de la actualización tecnológica. *"Nuestra constante evolución es lo que nos permite adaptar nuestros productos a las necesidades del mercado. Siempre estamos creando una nueva cobertura, escuchando qué necesita la gente"*, comenta Adalberto Bruzzone, director de la compañía líder del sector asegurador. *"Priorizamos la atención personalizada y la cercanía en el trato con nuestros asegurados"*, agrega.

Desde **La Perseverancia Seguros** manifiestan que su propósito está orientado a dar la respuesta más eficiente ante situaciones imprevistas, brindando acompañamiento en cada etapa del proceso.

En esta fecha tan especial para la aseguradora, los altos mandos de la gerencia señalan la importancia del trabajo coordinado con sus productores asesores de seguros, personal y colaboradores.

"La confianza recibida por gran parte del público asegurado es el motor que nos impulsa a seguir proyectándonos y creciendo", concluye **Bruzzone**.

ATM SEGUROS
Asegurá tu mundo.



Asegurá tu futuro.

ATM DIGITAL
Punto de Venta Digital
Portal de Marketing
Mi Tienda

ATM Digital simplifica y potencia la gestión diaria de nuestros productores y representa un paso adelante en la integración de la tecnología en el día a día del negocio asegurador. Utilizar estas herramientas no es sólo una opción, sino una necesidad en un mercado en constante cambio

Sumate a ATM Digital, sumate a ATM Seguros 0810 345 0546

Nº de inscripción en SSN 0812 | Atención al asegurado 0800-666-8400 | Organismo de control www.argentina.gob.ar/ssn | SSN SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

ZURICH

El fenómeno de "El Niño": La prevención gana relevancia frente a eventos climáticos extremos



Con una probabilidad del 100% de continuidad de El Niño durante el trimestre, según el Servicio Meteorológico Nacional, y pérdidas anuales de más de USD 1.400 millones en infraestructura, la prevención cobra un rol cada vez más relevante frente a los eventos climáticos extremos.

El fenómeno de **El Niño** vuelve a poner el foco sobre las precipitaciones en la región, en un contexto de tormentas severas, granizo, ráfagas de viento y anegamientos. Según el **Servicio Meteorológico Nacional (SMN)**, hay un 100% de probabilidad de que las condiciones de El Niño continúen durante el trimestre septiembre-octubre-noviembre de 2026, con una intensidad estimada entre fuerte y muy fuerte. En Argentina, este fenómeno suele asociarse a un aumento de las precipitaciones y temperaturas superiores a lo normal.

A nivel económico y social, estos eventos representan una fuente relevante de pérdidas para el país. De acuerdo con las evaluaciones de riesgo del **Banco Mundial**, las inundaciones generan en la **Argentina** más de **USD 1.400 millones anuales** en pérdidas directas sobre infraestructura, inmuebles y activos materiales, a lo que se suman alrededor de **USD 4.000 millones** en pérdidas de bienestar.

El escenario local se inscribe, además, en una tendencia global. El estudio técnico **Beyond 2030: The Future of Construction**, elaborado por **Zurich**, identifica a los eventos climáticos extremos y los desastres naturales como la principal amenaza para la durabilidad del entorno construido y las infraestructuras, con una severidad estimada de 6,2 sobre 7. Frente a este panorama, la anticipación y el mantenimiento preventivo adquieren una importancia creciente.

Los efectos del clima en la vida cotidiana y la productividad

Los efectos de estos eventos van más allá de los daños materiales. Los anegamientos pueden afectar el transporte público, interrumpir el acceso a escuelas y centros de salud y frenar la actividad comercial. En hogares y barrios, el colapso de desagües puede generar filtraciones, daños materiales e interrupciones del servicio eléctrico.

Este impacto también tiene consecuencias en las actividades productivas, particularmente al sector agropecuario, donde las lluvias excesivas, las inundaciones o los períodos prolongados de humedad pueden afectar cultivos, caminos rurales, infraestructura y logística, además de dificultar las tareas a campo.

Prevención y gestión de riesgos climáticos

Como parte de su compromiso con la sustentabilidad, Zurich trabaja en la gestión y prevención de los riesgos asociados al cambio climático, promoviendo herramientas que permitan anticiparse a sus impactos. En esta línea, especialistas de la compañía comparten algunas recomendaciones para el cuidado de los hogares y la movilidad frente a eventos meteorológicos extremos:

En el hogar

- **Mantener los desagües:** limpiar canaletas, rejillas y sistemas de drenaje antes de períodos de lluvias intensas.
- **Prestar atención a la instalación eléctrica:** ante tormentas eléctricas, desconectar equipos electrónicos y electrodomésticos sensibles cuando exista riesgo de sobretensiones.
- **Asegurar elementos exteriores:** resguardar macetas, muebles, paneles y otras estructuras livianas que puedan desplazarse ante fuertes ráfagas.

En la movilidad

- **Consultar las alertas meteorológicas:** ante pronósticos de granizo, lluvias intensas o fuertes ráfagas, evitar desplazamientos innecesarios y, cuando sea posible, permanecer en un lugar seguro.
- **Evitar calles y zonas anegadas:** no intentar atravesar áreas inundadas, ni a pie ni en vehículo, ya que el agua puede ocultar obstáculos y generar riesgos eléctricos, de lesiones o incluso de arrastre.
- **Prestar atención al entorno:** si es necesario desplazarse durante o después de una tormenta, mantenerse alerta ante ramas, cables u otros objetos que puedan haber caído o sido desplazados por el viento.
- **Extremar las precauciones al conducir:** reducir la velocidad, aumentar la distancia con otros vehículos y evitar maniobras o frenadas bruscas.
- **Revisar el vehículo:** controlar periódicamente el estado de los neumáticos, los frenos y las escobillas limpiaparabrisas.

"Desde Zurich integramos el riesgo climático y los criterios ESG en nuestras decisiones de negocio. Fortalecer la resiliencia exige anticiparse a los riesgos, por eso desarrollamos soluciones sostenibles que ayudan a nuestras comunidades a adaptarse al cambio climático y avanzar hacia una economía baja en carbono", señaló **Adriana Arias, Head of Communication & Sustainability** en **Zurich Argentina**.

ADEAA
ASOCIACIÓN DE ASEGURADORES ARGENTINOS

Jornada sobre "Seguros y Proceso Judicial: cobertura, responsabilidad y nuevos desafíos». Un debate clave para el sector asegurador



Autoridades de ADEAA y del TSJ de Chaco en la previa de la Jornada

En un contexto donde la relación entre la actividad aseguradora y los procesos judiciales adquiere una relevancia crítica para la economía nacional, la **Asociación de Aseguradores Argentinos (ADEAA)** y el **Superior Tribunal de Justicia (STJ)** del **Chaco** llevaron a cabo la exitosa jornada de capacitación y debate ***"Seguros y Proceso Judicial: cobertura, responsabilidad y nuevos desafíos"***.

El encuentro —declarado de Interés Provincial— reunió en la ciudad de **Resistencia** a un masivo público de magistrados, funcionarios judiciales, abogados y especialistas del noreste argentino, además de contar con un gran alcance regional a través de su transmisión vía streaming. El **Superintendente de Seguros de la Nación**, **Dr. Guillermo Plate** estuvo presente en el evento.

La Jornada, convocada por el presidente del **Superior Tribunal de Justicia** del **Chaco**, **Enrique Varela**, y el **Dr. Aldo Álvarez**, **presidente de ADEAA**, junto con los jueces del **STJ Alberto Mario Modi**, **Víctor del Río** y **Emilia María Valle**, también presidenta de **JUFEJUS**, se propuso el intercambio sobre los desafíos actuales de la actividad aseguradora en su vinculación con el proceso judicial.

En el mismo, **Superintendente de Seguros de la Nación**, quien pronunció unas palabras en la apertura, recibió una distinción de manos de una diputada provincial.

Agenda. Las cuestiones sobre las que se trabajó, todos temas críticos de la actividad aseguradora en su relación con la Justicia, fueron: El **Seguro y la Sociedad**, desde sus orígenes hasta la actualidad, a cargo del doctor **Aldo Álvarez**. Continuó **Diego Clemenz**, gerente de operaciones de **Victoria Seguros**, quien expuso sobre **Transferencia de Riesgos**, tarifa y fondo de prima de reaseguros. El doctor **Emilio Lestani**, titular del **Juzgado Civil y Comercial N°19** de **Resistencia** disertó sobre El **Seguro en el Fuero Civil**, apelación y litisconsorcio. El siguiente bloque estuvo a cargo del **Dr. Daniel Salazar**, **director ejecutivo de ADEAA**, con **El proceso Judicial** y sus efectos sobre los balances y resultados de las aseguradoras y sus consecuencias sobre la masa de asegurados. Cerraron el encuentro la **Dra. Mariela Kassor**, **Titular del Juzgado Civil y Comercial N°2** de esa ciudad y el **Dr. Fabián Vítolo**, médico especialista en prevención de daños médicos y seguridad del paciente, quienes se enfocaron en Responsabilidad Civil en Tiempos de la IA. Las conclusiones quedaron a cargo de **Javier Fernández**, Juez Nacional de Primera Instancia y director ejecutivo de **AIEJ**, Academia de Intercambios y Estudios Judiciales y el **Dr. Aldo Álvarez**.



Aldo Alvarez, presidente de ADEAA

El prestigio de los convocantes sumado al nivel de los expositores y la especificidad de los temas tratados fueron la clave que explicó la presencia de un numeroso y diverso público de Chaco y las provincias cercanas.

ADEAA, en el marco del **20° aniversario** de actividades conjuntas con **AIEJ**, agradece por este medio tanto a los miembros del **Tribunal Superior del Chaco**, como al **Superintendente de Seguros de la Nación** y a todos los participantes.

La jornada propuesta dejo clara evidencia del interés que la problemática aseguradora genera, así como la preocupación por extender los beneficios del seguro para impulsar así la economía de nuestro país y el bienestar de la ciudadanía, con una adecuada e indispensable transferencia de riesgos a administradores profesionales de los mismos, tarea que desempeñan las compañías de seguros en cada uno de los diferentes ramos.

AFIANZADORA
SEGUROS DE CAUCIÓN

Afianzadora suma 4 profesionales a su equipo comercial

En un contexto global donde la automatización y el reemplazo de tareas por tecnología parecen marcar el rumbo del mercado de servicios, **Afianzadora**, especializada en **Seguros de Caución**, elige un camino distinto: hacer crecer su equipo. La compañía incorporó a cuatro nuevos profesionales para reforzar lo que, asegura, verdaderamente marca la diferencia en la atención a sus clientes: el vínculo humano, el asesoramiento cercano y los valores que la distinguen desde siempre.

La compañía sintetiza esta filosofía en dos frases que resumen su posicionamiento: *«El futuro del servicio no es un algoritmo. Son las personas potenciadas por la tecnología»* y *«En un mundo que busca reemplazar personas por tecnología, nosotros apostamos al capital humano.»* Desde Afianzadora remarcan que la tecnología potencia su trabajo, pero que el compromiso y la confianza con cada cliente se siguen construyendo de persona a persona.

«En Afianzadora elegimos crecer poniendo el foco en las personas. La tecnología nos ayuda a ser más eficientes, pero el vínculo, la confianza y el asesoramiento cercano son lo que realmente sostiene nuestra relación con cada PAS, con cada cliente», afirmó **Mariano Nimo, CEO de Afianzadora**.

El área comercial de **Afianzadora** suma así a **María Lorena Iparraguirre, Macarena Mendez, Esteban Campbell** y **Ariel Mastandrea**, quienes se incorporan para fortalecer el equipo que acompaña a los clientes de la compañía en el mercado de **Seguros de Caución**.

Como empresa B, **Afianzadora** prioriza los vínculos personales por sobre la automatización total de sus procesos. ***«Menos pantallas, más cercanía»*** es la consigna que guía esta decisión: la compañía entiende que, en un producto tan específico como los **Seguros de Caución**, el asesoramiento humano es la base de un buen servicio.



Relanzamiento de seguros de vida con ahorro y seguros de retiro

Tenemos 30 años de experiencia en servicios actuariales y software técnico en Argentina como FM&A-Fernando Mesquida y Asociados. Hoy como Milliman, ofrecemos nuestra experiencia única, incluyendo:

- Software de administración específico para vida con ahorro y retiro
- Consultoría actuarial
- Desarrollo de productos
- Asesoramiento estratégico

Para obtener más información, contacte a:

Fernando Mesquida
fernando.mesquida@milliman.com

Hector Gueler
hector.gueler@milliman.com

milliman.com

Paraguay 610 Piso 25
(5411) 4314-6230

Milliman
Solutions for a world at risk™





profile *profile*

BRAVA

El nuevo restaurante de Belgrano que propone descubrir la carne desde el origen, el fuego y el vino

El nuevo proyecto gastronómico de Belgrano invita a recorrer el universo de la carne a través de métodos de maduración variados, elección de distintas razas, técnicas de cocción y una selección de vinos cuidada, en una experiencia donde gastronomía, arquitectura y trazabilidad dialogan de manera natural.

ficha técnica *ficha técnica*

NOMBRE	***Brava***
DOMICILIO	*Mariscal Antonio José de Sucre 676, Belgrano.*
ESPECIALIDAD	***Restaurante especializado en carnes***
VARIOS	*La experiencia cuenta con la presencia permanente de la sommelier de carnes Coni Maltedo, quien acompaña a los comensales brindando información sobre las características de cada pieza*
INSTAGRAM:	*@brava.belgrano*
HORARIO:	*lunes a domingos, de 12 a 16 h y de 19 a 00 hs.*

Abrió sus puertas **Brava**, un nuevo restaurante especializado en carnes ubicado en Belgrano que invita a descubrir una forma diferente de acercarse a uno de los grandes productos de la gastronomía argentina. Con una propuesta que pone al producto en el centro de la experiencia, el restaurante muestra cómo el origen, la raza, la alimentación, la edad del animal, la maduración y el fuego construyen identidades de sabor diferentes. A partir de esa premisa, el proyecto recorre el mapa de la carne argentina a través de productores, territorios, técnicas y expresiones que forman parte de su patrimonio gastronómico, donde cada preparación refleja una historia que comienza mucho antes de llegar a la parrilla. Así, **Brava** presenta una experiencia en la que el conocimiento acompaña al disfrute e invita a descubrir nuevos sabores, texturas y cortes que enriquecen la identidad gastronómica del país.







Detrás de **Brava** se encuentran **Alejandro Tarditti**, **Gonzalo Sacot**, **Juan Martín Ferraro**, **Diego Rosignuolo**, **Gustavo Castellucci** y **Pablo Green**, quienes impulsaron un proyecto que combina excelencia gastronómica, diseño contemporáneo y un profundo respeto por el producto. La dirección gastronómica fue desarrollada por **Alejandro Tarditti** y **Gonzalo Sacot** mientras que las operaciones diarias están encabezadas por el chef ejecutivo **José García**. Por último, la propuesta enológica es liderada por el head sommelier **Fernando Ferraro**, responsable de una carta concebida para dialogar con cada preparación y construir un recorrido culinario integral alrededor de la carne.

El espacio fue desarrollado por el **Estudio Grillo**, de las arquitectas **Geraldín Grillo** y **María Sunino**, quienes concibieron una arquitectura donde el diseño dialoga con la propuesta gastronómica. La identidad del restaurante se construye a partir de una atmósfera contemporánea, cálida y envolvente, en la que la iluminación, las texturas y la materialidad acompañan el recorrido del comensal. Los revestimientos reinterpretan el universo de la carne desde una mirada sutil y sofisticada, evocando la piel vacuna, el trabajo artesanal de las curtiembres, la ➤➤

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

N° de inscripción SSN 499

Departamento de Orientación y Asistencia al Asegurado 0800-666-8400

www.argentina.gob.ar/ssn

SSN | SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS DE LA NACIÓN

Brava

Brava se suma a la escena gastronómica de Buenos Aires con una propuesta que invita a redescubrir la carne argentina desde una perspectiva diferente











➸ madera y el resplandor de las brasas, mientras que un cielorraso escultórico compuesto por piezas suspendidas aporta ritmo y carácter al salón. En el centro del espacio se ubica una gran cava, concebida como uno de los principales protagonistas del proyecto e integrada al recorrido de los visitantes para descubrir la selección de carnes y vinos, mientras que al final del salón la cocina de fuegos a la vista convierte el proceso de cocción en parte de la experiencia. El resultado es un ambiente donde arquitectura, interiorismo y gastronomía se integran y transforman cada visita en una experiencia inmersiva.

Uno de los pilares del proyecto es la trazabilidad. El abastecimiento de carnes está a cargo de **Muge**, empresa argentina con más de 20 años de trayectoria que cumple el rol de curador de la selección de productos. Su trabajo consiste en garantizar el seguimiento de cada pieza desde el campo hasta la mesa, manteniendo un vínculo permanente con productores y asociaciones de las distintas razas para asegurar los más altos estándares de calidad y certificación. Gracias a este trabajo, cada corte llega al restaurante acompañado por información precisa sobre su origen, alimentación, sistema de crianza y características particulares.

La experiencia cuenta con la presencia permanente de la sommelier de carnes **Coni Moltedo**, quien acompaña a los comensales brindando información sobre las características de cada pieza, las distintas técnicas de maduración y las recomendaciones de cocción según cada corte. Junto a ella, el head sommelier **Fernando Ferraro** orienta la elección de vinos y maridajes para construir una experiencia integral alrededor de la mesa.

Sobre esa base se desarrolla la carta, que invita a recorrer diferentes perfiles de sabor y textura mediante cortes provenientes de razas como Angus, Wagyu y vaca vieja Angus y Hereford, además de animales adultos de mayor profundidad e intensidad, permitiendo descubrir cómo cada combinación entre fuego, tiempo y producto se expresa de manera única en el plato.

El fuego ocupa un lugar central dentro de la cocina, no solo como método de cocción sino como una herramienta para expresar la personalidad de cada corte. **Brava** trabaja con seis técnicas diferentes —punta de llama (fuego abierto), brasas, chapa, ahumador, cocción al gancho y horno de barro—, además de dos sistemas de maduración, Wet Age y Dry Age, que permiten ofrecer distintas expresiones de sabor, textura y jugosidad según cada pieza.

Las propuestas de almuerzo y cena comienzan con la sección de entradas frías, que incluyen paté de hígado, carrillera, rábano y tuétano, burrata con puré de berenjena ahumada, steak tartare, bresaola de wagyu y lengua con salsa criolla, mientras que las entradas calientes comprenden platos como humita en olla con aceite de chile y ajo, provoleta al hierro, empanadas salteñas con yasgua, chorizo puro cerdo, morcilla criolla, mollejas de corazón con limón asado, chinchulines y chistorra.

El gran protagonista de Brava es la carne, presentada como una expresión del origen y del fuego. La carta organiza los cortes según las distintas técnicas de cocción, permitiendo descubrir cómo cada método modifica el carácter del producto. Así conviven preparaciones como ojo de bife Angus y Wagyu, bife de chorizo, entraña, flat iron, picanha, Denver BBQ, T-Bone, chuletones de vaca vieja Angus y Hereford, tomahawk, asado banderita, pulpón de vacío y el Osobuco Pie de Rey para compartir, entre otras especialidades.

En cuanto a guarniciones, la carta ofrece papa plomo al horno de barro con queso de cabra y rúcula, espinacas gratinadas con cebollas asadas, parmesano y queso azul, tomates quemados con stracciatella, morrones asados con alcaparras y ajo, rúcula con parmesano y un mix de hojas con vinagreta de Dijon. A ellas se suma clásicos como papas fritas de triple cocción con emulsión de morrones asados, cremoso de papa con aceite de trufas, papa al rescoldo con manteca provenzal y queso sardo estacionado y puré de boniato con praliné salado de maní y ralladura de limón.

El recorrido culmina con postres clásicos y creaciones de autor, entre ellas el flan con dulce de leche y crema, el panqueque caramelizado con dulce de leche, volcán de chocolate y de dulce de leche y arroz con leche, junto con dos creaciones de autor, cremoso de chocolate y flan de choclo.

Para acompañar esta experiencia se ofrecen desde bebidas sin alcohol y cocktails hasta una cava que reúne unas 130 etiquetas, seleccionadas bajo el mismo criterio de origen que guía la cocina. La carta recorre las principales regiones vitivinícolas del país y fue concebida para que cada vino encuentre afinidad con las características de las carnes, construyendo maridajes en los que dialogan producto, territorio y elaboración

Con esta apertura, **Brava** se suma a la escena gastronómica de Buenos Aires con una propuesta que invita a redescubrir la carne argentina desde una perspectiva diferente. El proyecto pone en valor el trabajo detrás de cada pieza —desde la selección del animal hasta la maduración, el fuego y el maridaje— para ofrecer una experiencia donde el conocimiento acompaña al disfrute y cada visita se convierte en una oportunidad para explorar nuevos sabores, texturas y expresiones de uno de los grandes productos de la gastronomía nacional.



GALENO SEGUROS
TU TRANQUILIDAD CRECE.
www.galenoseguros.com.ar

Año 34 - Nº 820 Buenos Aires, 1º Quincena Octubre 2026

informe operadores de mercado

GALENO SEGUROS
TU TRANQUILIDAD CRECE.
www.galenoseguros.com.ar

CARA a CARA

Nicolás Frascone



Soltero - 42 Años - Piscis (29/02/1984)

Jefe Comercial en **Crédito y Caución**

UN HOBBY
El Fútbol
LA JUSTICIA
Un flagelo
LOS HOMBRES EN EL TRABAJO SON MEJORES QUE LAS MUJERES
El género no determina quien es mejor
LA SEGURIDAD
Una gran deuda en este país
UN SUCESO DE SU NIÑEZ QUE RECUERDE HASTA HOY
Jugar al futbol en la calle con amigos hasta que oscureciera
MI MODELO PREFERIDO
Lionel Messi
UN RIESGO NO CUBIERTO
La salud
VESTIMENTA
Informal
LA MUERTE
Parte de la vida
EL MATRIMONIO
No tengo experiencia en el caso
UNA ASIGNATURA PENDIENTE
Estudiar Psicología
UN SER QUERIDO
Mis viejos
ACTOR Y ACTRIZ
Rodrigo de la Serna y China Zorrilla
¿QUÉ COSA NO PERDONARÍA NUNCA?
La traición
ESTAR ENAMORADO ES
Algo inexplicable
ME ARREPIENTO DE
No haber viajado al mundial de Qatar

SU MAYOR VIRTUD
La escucha
SU RESTAURANTE FAVORITO PARA CENAR
La Glorieta de Quique (LA BOCA)
LA MENTIRA MÁS GRANDE
El club millonario de Núñez
¿EN QUÉ PROYECTO NUNCA INVERTIRÍA DINERO?
Memecoins
EL TEATRO
No frecuento
LE TENGO MIEDO A
Las serpientes (aunque nunca vi ninguna)
TENGO UN COMPROMISO CON
Mis amistades
LA INFLACIÓN
El peor "impuesto"
UN SECRETO
Si lo digo deja de ser secreto
LA MUJER IDEAL
Existe?
MI PEOR DEFECTO ES
La competitividad
LA CULPA ES DE
Los políticos
NO PUEDO DEJAR DE TENER
Agua fría en la heladera
UN FIN DE SEMANA EN
MDQ
LA INFIDELIDAD
Algo grave
UN PROYECTO A FUTURO
Tener mi propia casa
EL FIN DEL MUNDO
Espero no estar vivo

EL CLUB DE SUS AMORES
Club Atlético Boca Juniors
ESCRITOR FAVORITO
Enric Corbera
SI VOLVIERA A NACER SERÍA
Hincha de Boca
UNA CANCIÓN
Siempre es hoy de Gustavo Cerati
EL AUTO DESEADO
El que tengo está perfecto
EL PASADO
Nos educa
¿CUÁL ES SU RED SOCIAL PREFERIDA?
WhatsApp
AVIÓN O BARCO
Avión
EL DÓLAR
La obsesión de los argentinos
LA TRAICIÓN
Imperdonable

LA CORRUPCIÓN
Tan vulgar y común en estos tiempos
EN COMIDAS PREFIERO
Asado con achuras
¿CUÁL FUE EL ÚLTIMO LIBRO QUE LEYÓ?
Muerte en el Nilo - Agatha Christie
UN PERSONAJE HISTÓRICO
Diego Maradona
MEJOR Y PEOR PELÍCULA QUE VIÓ ESTE AÑO
El Falsificador (la mejor) – 60 minutos (la peor)
PSICOANÁLISIS
Gran inversión en uno mismo
¿QUÉ MALA COSTUMBRE LE GUSTARÍA DEJAR?
Enojarme por el fútbol
DIOS
Diego Armando Maradona

MI MÚSICO PREFERIDO ES
Gustavo Cerati
¿QUÉ ES LO QUE APRECIA MÁS DE SUS AMIGOS?
Su hermandad
¿QUÉ ES LO PRIMERO QUE MIRA EN UNA MUJER?
La boca
EN DEPORTES, PREFIERO
Fútbol
UN MAESTRO
Mis viejos
EL LUGAR DESEADO PARA VIAJAR
Cualquier destino de vacaciones
SU BEBIDA PREFERIDA
Vino
EL PERFUME
Dior Sauvage
UNA CONFESIÓN
Soy muy solitario
NO PUEDO
Tener la casilla de correo desordenada
MARKETING
Indispensable
EL GRAN AUSENTE
Mi amigo Oscar
¿QUÉ TÉCNICA DE RELAJACIÓN TIENE?
Meditar
¿QUÉ REGALO LE GUSTARÍA RECIBIR?
Un palco en la bombonera
DE NO VIVIR EN ARGENTINA… ¿QUÉ LUGAR DEL MUNDO ELEGIRÍA?
Nuevamente Italia

BBVA Seguros
Avanzar también es sentirse cuidado.
Conocé todos nuestros seguros en: www.bbvaseguros.com.ar

