

Programa Ejecutivo

Internacional

INSURTECH

INNOVACIÓN Y DISRUPCIÓN DIGITAL EN SEGUROS

CUARTA EDICIÓN

2022



DIRECCIÓN:
Ing. Gabriel Mysler

100%
ONLINE
sincrónico

El programa se dictará en
las aulas Zoom de
Escuela de Negocios UCA

Inicio
ABRIL
Días
MARTES
Horario
18:30 a 21:00 GMT-3
Carga horaria
45 hs

INTRODUCCIÓN

La impactante irrupción de nuevas tecnologías, las nuevas exigencias de los consumidores, las regulaciones cada vez más estrictas y los ciclos de vida más efímeros de los productos y servicios, están revolucionando el mundo de los negocios: la industria del seguro no es ajena al cambio.

El Seguro, que por casi 300 años se mantuvo fuera de las influencias, las presiones y la tiranía del cambio y la innovación, sufre hoy las tensiones y presiones de un cambio para el que poco se preparó, pero cuyo avance es inevitable e inminente.

Con miles de millones de dólares invertidos a nivel mundial en Start-ups InsurTechs, esta tendencia está desafiando a los actores tradicionales, así como el mundo de las Fintech revoluciona hoy en la Banca. Por otro lado, los grandes nativos digitales como Google, Amazon, Tencent y Alibaba están incursionando en el sector de seguros en Europa, Asia y EE.UU para complementar sus ecosistemas. ¿Qué deben hacer las aseguradoras tradicionales, los brokers e intermediarios — actores históricos de este mercado — para surfear y aprovechar estas olas, apalancándose sobre su experiencia y base instalada para transformarse (no sólo digitalmente) para competir con éxito?

CONTACTO



emilio_benegas@uca.edu.ar



uca.edu.ar/edn



+54911 7003 6326

CUARTA EDICIÓN

EL CONTEXTO

El COVID fue un gran catalizador: la virtualidad cambió muchas reglas de juego. La presencialidad se resignificó. Las distancias se relativizaron y el tiempo corre a velocidad diferente.

Hoy este Programa Ejecutivo es virtual e internacional, lo que hace mucho más interesante, constructivo y cooperativo.

En este contexto, pretende ser un espacio de aprendizaje e intercambio entre líderes de la industria y expertos reconocidos de otras industrias con el objetivo de construir juntos el seguro de mañana.

Apunta a ofrecer la información necesaria e imprescindible para entender los cambios culturales, económicos, sociales y filosóficos, a la vez que dotar a los asistentes de las herramientas tecnológicas y comerciales para emprender este camino de innovación conceptual, tecnológica y digital.

Este nuevo mundo exige cambios de mentalidad, nuevas visiones, nuevos conocimientos, habilidades y destrezas pero por sobre todo curiosidad, creatividad y constancia para vivir en "Modo aprendizaje".

Busca dejar de lado los sesgos, las verdades reveladas y los preconceptos. Pone el acento en los interrogantes, antes de encarar la búsqueda de respuestas, es un viaje hacia un cambio de paradigmas y hacia una mentalidad de crecimiento. No se trata sólo de mirar y admirar lo que otros han hecho: se trata de prepararse y animarse para un futuro que no espera.

PARTICIPANTES Y DOCENTES

Dirigido a ejecutivos de compañías de seguros patrimoniales, ART, Seguros de Retiro, de Salud y de Vida, Brokers, Organizadores, Productores, bancos y agentes institorios, reguladores, Obras Sociales y fondos de inversiones en seguros e Insurtech, Emprendedores y Corredores.

Coordinado por el director académico Gabriel Mysler, los docentes son especialistas del sector y expertos reconocidos en sus respectivas áreas. El objeto es maximizar el aprendizaje, obtener información de primera mano y fomentar el intercambio de experiencias, conocimientos, metodologías e ideas.

CONTENIDO

SABER SABER, SABER HACER Y SABER SER

Se estudiarán los cambios sociales y económicos que llevan a nuevas exigencias en productos, servicios y experiencias. Se buscará comprender quiénes son los nuevos actores que intentan revolucionar el mercado, las nuevas tendencias y los nuevos paradigmas.

Las novedosas tecnologías disponibles como la Inteligencia Artificial, el Big Data, el Internet de las Cosas, la Realidad Aumentada y BlockChain, entre tantas otras serán evaluadas no sólo desde su comprensión técnica sino desde su aplicación concreta y potencial transformador.

Se contemplarán además cuestiones vitales - muchas veces relegadas a un segundo plano - pero imprescindibles para aplicar correctamente las soluciones. Sin contextos en los que la motivación, la creatividad, el compromiso, el liderazgo y la cultura de las organizaciones sean analizados y profundizados, ningún progreso sostenible será posible.

Entender los casos de éxito y fracaso de las InsurTechs, así como comprender los desafíos que plantean los nuevos jugadores, la inmediatez que exige el Smartphone, los ecosistemas y los cambios sociales devenidos de la economía compartida y la hiperconectividad, son también objetivos primordiales de este programa.

PLAN DE ESTUDIOS

COMPUESTO DE 10 MÓDULOS QUE SE DIVIDEN EN 18 CLASES DE 2,5 HORAS CADA UNA (SE CURSA UNA VEZ POR SEMANA)

MÓDULO 1: LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES

La industria repite la misma frase: "Nadie se levanta a la mañana para comprar un seguro" y sin embargo hasta la fecha se logró vender seguros. En este módulo se trata de entender si el futuro será parecido al pasado.

No se trata tan solo de cambiar puntos de vista, sino de poder ver las diferentes vistas del punto. Como mirar no sólo desde la perspectiva de otro, sino multiplicar nuestras propias perspectivas: adoptar una mentalidad disruptiva.

- ¿Cuáles son las expectativas y las necesidades de los clientes con respecto al seguro?
- ¿Cuáles son, cómo se diferencian, cómo evolucionan y qué esperan las nuevas generaciones? ¿Qué piensan y cómo actúan? ¿Es sólo un tema de edad?
Valores y cultura. El efecto de la digitalización. La sociedad líquida.
- ¿Existen nuevas necesidades y nuevos deseos? ¿Cuáles son los nuevos riesgos emergentes?
- Las nuevas tendencias: la reputación de las empresas en la era "TripAdvisor", economía compartida, el nuevo trabajo, la Inteligencia artificial y la identidad digital
- ¿Cómo descubrir, entender y evaluar las nuevas oportunidades?

MÓDULO 2: LOS MODELOS DE NEGOCIOS

La industria tiene poca relación con sus clientes y básicamente dos puntos de contacto: en la suscripción y al momento del siniestro. En el mundo digital una industria no puede sobrevivir sin “conversar” con sus clientes... y ya no puede hacerlo solamente por los canales tradicionales.

- ¿Qué es vender? Todos los integrantes de una empresa son vendedores. La venta en la 4ta revolución Industrial. ¿Cómo es la nueva intermediación? ¿Los intermediarios van a desaparecer?
- ¿Cuáles son los nuevos modelos de negocios que existen: el all-in-one, on-demand, P2P... ?
- ¿Qué riesgos aparecerán, cuáles se modificarán y cuáles desaparecerán?
- ¿Cómo puede evolucionar la banca / seguro si los clientes no están más incentivados en ir a las sucursales?
- ¿UX o CX? ¿Cómo influyen las expectativas en la experiencia del consumidor?
- ¿Cómo alinear una organización centrada en procesos para convertirla en una que gira en derredor del cliente, con diálogo continuo?

MÓDULO 3: “ECOSISTEMAS vs INSURTECH”

La industria observa desde afuera el principio de un combate entre David (las insurtechs) y Goliath (los ecosistemas digitales). ¿Quiénes ganarán? ¿Qué papel debería jugar el sector? ¿Cómo las grandes aseguradoras están preparándose a nivel internacional? ¿Cómo prepararse para enfrentar estos desafíos localmente? ¿Quiénes son los nuevos players que pueden cambiarlo todo? ¿Qué modelos han funcionado, cuáles no y por qué?

PLAN DE ESTUDIOS

MÓDULO 4 : EFECTOS DE LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL

La transformación digital es más que un cambio tecnológico o el armado de un canal digital, es un cambio de paradigmas que modifica toda la organización del front-end hasta el back-end pasando por un cambio cultural. Ser digital no es lo mismo que digitalizar.

- ¿Cómo evoluciona la comunicación? Redes sociales, influenciadores, boca a boca, medios tradicionales y electrónicos.
- ¿Cuál es el impacto de las redes sociales (qué son, cuáles son, usos, ventajas y desventajas. Riesgos y desafíos).
- El valor del contenido en tiempos de fake news.
- ¿Cómo manejar la competencia / tensión /complementariedad del Off-Line y del On-Line?
- ¿Estamos en una etapa de transición entre nuevas generaciones más digitales y adultos mayores o es sólo una ilusión?
- ¿Es el efecto de la transformación digital igual para todos los riesgos?
- Manejo de datos sensibles y consideraciones legales: ¿Por qué es necesario hablar con un abogado antes y no después?
- El acceso a los datos, al almacenamiento y uso de los mismos, mas allá de las oportunidades que ofrece, ¿cuáles son las consideraciones legales atender?

MÓDULO 5 : CAMBIO CULTURAL DE LA ORGANIZACIÓN

La transformación digital implica desplegar y compartir una cultura digital en todos nuestros sectores. Se estima que el 50% de las tareas en el sector de seguros se podrían automatizar en un futuro muy cercano: en este contexto ¿cómo manejar la transición? El rol protagónico del director de RR.HH en este cambio organizacional. ¿Cómo acompañarlo en este proceso? La guerra de los talentos: la dificultad de atraer e integrar nuevos talentos, pero sobre todo retenerlos.

- Comprender la Cultura Organizacional y la motivación individual y colectiva.
- La motivación y los incentivos como catalizadores del cambio.
- ¿Cómo implementar un cambio cultural en seguros?
- ¿Cuáles son los nuevos puestos que la industria de seguros debe integrar y cómo?
- Las nuevas generaciones son cada vez más atraídas por el emprendedorismo, ¿qué hacer para sumarlos?
- ¿Cómo capturar el conocimiento de afuera?
- ¿Cómo planear y coordinar un proceso de cambio? ¿Cómo levantar los frenos y vencer la inercia de las organizaciones?
- Gamificación: la oportunidad de agregar aprendizajes del mundo de los juegos a los incentivos internos y externos.
- Diversidad, inclusión e integración en el mundo digital.
- Legal design ¿Qué desafíos y nuevas posibilidades presenta?

MÓDULO 6: LAS TECNOLOGÍAS

La tecnología juega un papel clave en la evolución del sector. Este módulo concentra las cuatro principales tecnologías disruptivas que impactan en los seguros. Se propondrá un calendario posible y una metodología de implementación. Transformación digital, como implementarla con éxito.

- **Inteligencia artificial / Analytics y Machine Learning:** Data-Driven company, Bases de datos. Data Science y Big Data. Data Analytics. Deep Learning. Nuevo rol de los actuarios.
- **RPA (Robotic Process Automation):** ¿qué es ? ¿Cómo automatizar los procesos de la organización?
- **IoT (Internet de las Cosas):** ¿qué es ? La telemática: desafíos y posibilidades. ¿Qué es un sensor ? ¿Qué estrategia debe acompañar la integración de los sensores? ADAS, oportunidades y desafíos.
- **Blockchain:** ¿Qué es ? ¿Cuál puede ser su impacto en el seguro? ¿Por dónde empezar?

MÓDULO 7: MENTALIDAD Y METODOLOGÍAS ÁGILES

Todo proyecto de transformación e innovación requiere usar metodologías de Project Management, pero también incluir nuevas metodologías que vienen de los nativos digitales.

- La necesidad de mejorar el time to market en tiempos de cambios exponenciales e incertidumbre. ¿Por qué es necesaria la agilidad? ¿Qué NO es la agilidad?
- Design thinking y SCRUM, por qué son tan interesantes y útiles estas herramientas?
- El error como oportunidad de aprendizaje no significa equivocarse a propósito...
- ¿Qué es un insight? La investigación de mercado en el mundo del seguro... ¿Cómo estar seguro antes de emprender cambios y cómo adelantar tendencias?

MÓDULO 8: MODELOS DE INNOVACIÓN

Innovar debe ser el eje central de la nueva cultura de la organización. En este módulo se trata de analizar qué son los modelos existentes con sus ventajas y desventajas. Cuestiones legales, económicas, financieras y culturales se deben comprender y analizar antes de decidir el modelo a adoptar.

- **Innovación** (modelos a implementar en función de la cultura, innovación abierta, aceleradoras, labs)
- **Incubadoras / aceleradoras** : (qué son, qué requisitos hay que cumplir, cuándo si y cuándo no)

MÓDULO 9: HACIA LA PREVENCIÓN Y EL SERVICIO

El sector de seguros está observando una evolución de su rol en la cadena de valor: por un lado, la parte prestacional se convierte en más importante que la indemnizatoria; por otro lado, el rol del asegurador debe migrar hacia la detección temprana y prevención de los riesgos.

- La teoría de la Free-Risk-policy.
- ¿Cómo implementar un modelo basado en la prevención? ¿Qué ventajas ofrece?
- ¿Cómo brindar servicios? Los modelos de servicios actuales.
- El asegurador como "socio" en la prevención. Risk Assessment y Risk Management.

MÓDULO 10: BIOPSIA DE LAS INSURTECH

Síntesis del conocimiento adquirido en los 9 módulos anteriores. Los participantes podrán conocer y luego confrontar en vivo sus conocimientos, experiencias y todo aprendido con tres CEO's de Insurtechs diferentes:

Martín Ferrari, CEO de 123Seguro; Rikki Bueno CEO de Asegurar 365 y Sebastián Anselmi CEO de Leverbox. Las presentaciones y debate serán a fondo: abarcan todas las dimensiones, tanto lo contextual como lo tecnológico, humano, económico y reputacional.

DIRECTOR ACADÉMICO

Gabriel Mysler

Director - Consultora Innovation@Reach



Ingeniero electrónico (UBA) con postgrado en ciencias de la administración (UB). Se desempeñó en áreas comerciales y de dirección general en medios de comunicación, TI y Telemática aplicada al seguro y la logística.

Con amplia experiencia en ventas, transformación cultural, lanzamiento de productos y motivación de equipos, desde Innovation@Reach se especializa en identificación, evaluación, diagnóstico y gestión de mejoras continuas en los procesos de cambio, innovación y redefinición de metas de las organizaciones.

Dicta conferencias internacionalmente, asesora y capacita en temas de estrategia, gestión del talento, innovación, motivación de equipos y ventas en el mundo híbrido.

CUERPO DOCENTE

Hugues Bertin

CEO de Digital Insurance Latam

<https://www.linkedin.com/in/bertinhugues/>

Florencia Pavese

Directora de Contenidos BMC Strategic Innovation

[linkedin.com/in/florencia-pavese-00a7432a](https://www.linkedin.com/in/florencia-pavese-00a7432a)

Martín Latrechina

Director de Jacarandá comunicación y tecnología

<https://www.linkedin.com/in/mlatrechina/>

Susana Larese

Directora Stanton Chase International

<https://www.linkedin.com/in/susana-larese-2a36379/>

Samuel Markov

Fundador – Director ARM Services

<https://www.linkedin.com/in/samuel-a-markov-3a5a613/>

Claudio Schmale

Director de Quadro Comunicación

<https://www.linkedin.com/in/claudio-schmale-37734a23/>

Pablo Tapia

CEO RelaxIT

<https://www.linkedin.com/in/pablo-alejandro-tapia-968256100/>

Sharon Mysler

UX Research Sr Analyst Mercado Libre

<https://www.linkedin.com/in/sharonmysler/>

Ana María Barrionuevo

Directora de Innovation@Reach

<https://www.linkedin.com/in/ana-barrionuevo-anabsalud-6847882a/>

Israel Benavidez

Project manager Softtek

<https://www.linkedin.com/in/israelbenavides/>

Martín Argañaraz Luque

Socio Allende & Brea - Head of the Insurance & Reinsurance Law Group

<https://www.linkedin.com/in/martin-g-arga%C3%B1araz-luque-93aa9716/>

Martín Ferrari

Co-founder & CEO 123Seguro

<https://www.linkedin.com/in/martin-ferrari-248a153a/>

Ricardo Bueno

Fundador en mecubro.com, Asesor de innovación en Asegurar365.com

<https://www.linkedin.com/in/rikkibueno/>

Sebastián Anselmi

Co-founder Leverbox

<https://www.linkedin.com/in/sebastiananselmi/>

Lucas Brunetta

Socio de Nexting Iberoamerica

<https://www.linkedin.com/in/lucasbrunetta/>

CUERPO DOCENTE

Cecilia Pegoraro

Gerente de Marketing regional, AXA Partners

<https://www.linkedin.com/in/cecilia-pegoraro/>

Efrain Barraza

Consultor Blockchain

<https://www.linkedin.com/in/efrainbarraza/>

Christian Terfi

Regional Manager - Americas, Scope Technology

<https://www.linkedin.com/in/cterfi/>

Nicolás Belgrano

Venture capital & crypto investments

<https://www.linkedin.com/in/nicol%C3%A1s-belgrano-9ab60122/>

Christian Balatti

Chief Product Officer @ Personal Pay

www.linkedin.com/in/christian-balatti-462735/

Anthony Novaes

Insurance, Reinsurance and Private Pensions Attorney

<https://www.linkedin.com/in/anthonynovaes/>