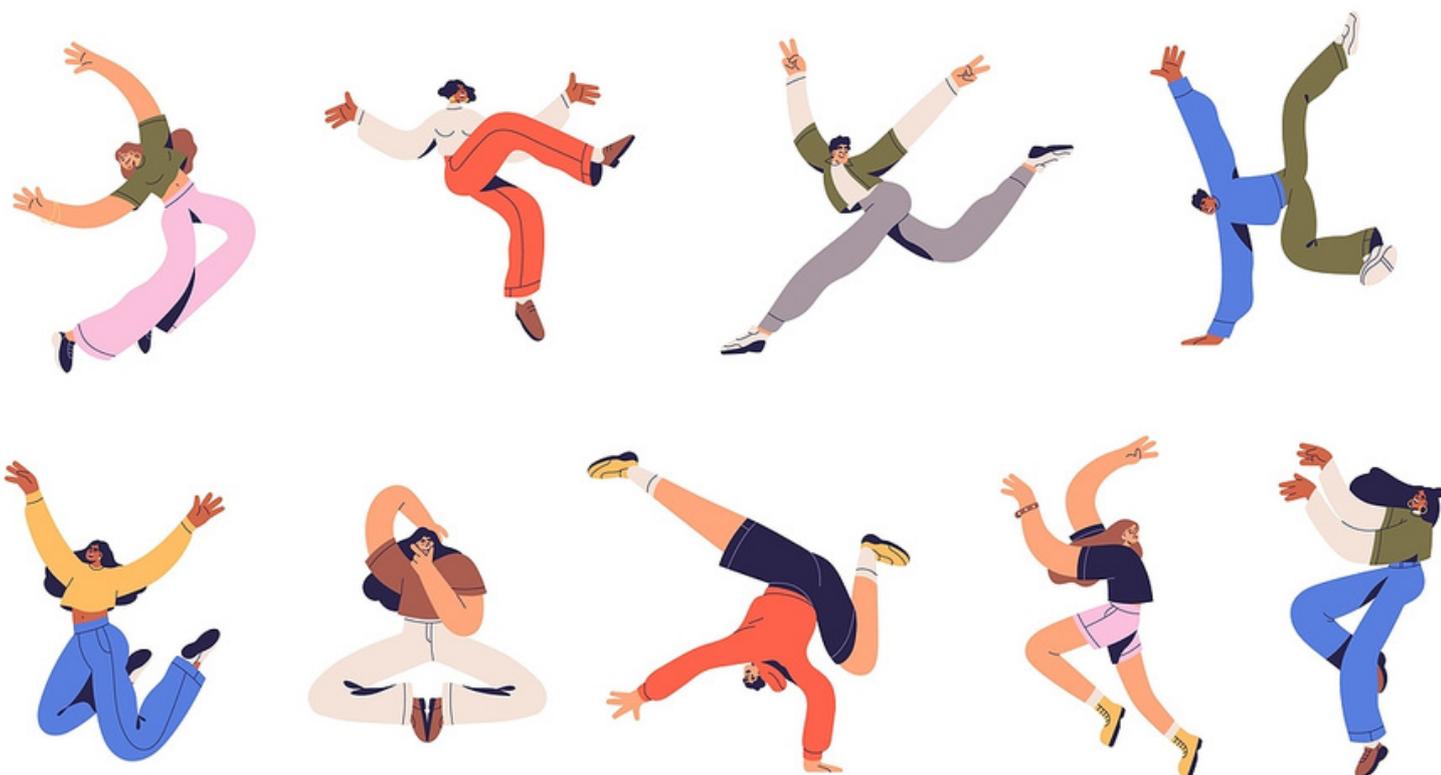


II FORO

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

#ForoTICS



**24 de octubre 2023**  
**Sede Insurtech Community Hub**  
**Impact Hub Prosperidad. Madrid**

La sede de Insurtech Community Hub acogía el 23 de octubre de 2023 el II Foro TICS, organizado por Muy Segura, Community of Insurance y SegurosNews. Un espacio donde, a lo largo de tres mesas, expertos de distintos ámbitos aseguradores, expusieron sus reflexiones acerca de realidades a las que hace frente el sector como la atracción del talento joven, la escasa presencia de la mujer en cargos directivos y órganos de gobierno o la necesidad de sumar innovación y talento científico en el seguro.



II FORO

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

#ForoTICS

Especial agradecimiento a las compañías patrocinadoras y colaboradoras, así como a los más de 100 asistentes que asistieron a la II edición.



## **El talento en el seguro, la importancia creciente de la mujer y la innovación, ejes claves del Foro TICS**

Muy Segura, Community of Insurance y SegurosNews organización una nueva edición de Foro TICS: Talento, igualdad y ciencia en el seguro en la sede de Insurtech Community Hub. Una jornada en la que, a través de distintos paneles de debate, se reflexionó sobre la importancia de la atracción del talento joven, la escasa presencia de la mujer en cargos directivos y órganos de gobierno o la necesidad de sumar innovación y talento científico en el seguro.

La apertura corrió a cargo de Óscar Paz, director general de Insurtech Community Hub.

Con este escenario, Cristina Gutiérrez, directora gerente de Fecor, animó a los asistentes a reflexionar sobre la actualidad de estas necesidades que vive el sector y al papel que podemos desempeñar tanto individual como colectivamente para buscar soluciones y alternativas a estos problemas. Así, instó a los presentes a “atreverse a hacer cosas nuevas”, pues es el único método con el conseguir logros, experiencias y dotar al seguro de un futuro mejor. Por ello, “debemos luchar y esforzarnos y desaprender para volver a conocer”.



## El sector no es sexy para la Generación Z

Bajo el lema ‘¿Es el sector asegurador un player atractivo para la GenZ?’, la mesa de debate contó con las intervenciones de Marta Artieda Montorio, directora de RRHH en Allianz Partners; Emmanuel Djengue, vicepresidente de la Asociación de Jóvenes Profesionales del Seguro; y Carmen Arroyal Antón, head of Employee Experience en Santalucía Seguros. Moderados por Jaime Sánchez, head of Marketplace & Insurance en Cobee, llegaron a la conclusión de que a pesar de ser un sector con todos los argumentos para ser atractivo para cualquier generación, el seguro no resulta sexy para los más jóvenes.

De acuerdo a Artieda, “el seguro tiene que cambiar cosas para atraer el talento joven. La RSC y los valores medioambientales que tienen arraigados son elementos esenciales para ellos. Aún así, el sector no es lo suficientemente atractivo porque no se sabe vender bien lo que se hace dentro de él”. Para hacerlo más atractivo es importante “ofrecerles un plan de carrera, de desarrollo para darle continuidad, con objetivos y proyectos diferentes”.

En esta línea, Djengue ha indicado que “hay que subir los salarios para captar el interés del talento joven. Una característica de esta generación es su implicación por los proyectos, por lo que hay que proponerles proyectos para que sean atractivos”.

Como apuntaba Djengue, “es necesario que los líderes del sector asegurador, a diferencia de otros, estén más presentes en foros y eventos contando lo que hacen en sus compañías. Hacen falta que se les conozca más y sean un referente para esta generación”.

Por su parte, Arroyal ha subrayado que “salario y carrera profesional son los dos ítems más demandados por la GenZ, al igual que lo que ocurría con las generaciones anteriores. Para ellos, además, el ambiente de trabajo también tiene un peso relevante”. Y concretó que “suelen atraerse por proyectos atractivos pero sobre todo por su implicación a lo largo de ese proyecto. Es una generación impaciente, que se implica, y que no cree en la burocracia innecesaria”.

Arroyal continuaba, “la clave para atraer a esta generación, a la gente joven es crear una propuesta de valor diferencial muy personalizada al empleado, que seamos capaces de trascender al sector en el que estamos. Se trata de generar un entorno de cultura, de liderazgo, y de empoderamiento de determinadas figuras”.



## La mujer y la tradición, determinantes

La segunda mesa redonda, **‘Más mujeres en los órganos de decisión’**, ha sido protagonizada por Sonia Calzada Maroto, directora de Negocio Segmento Personas en Zurich Insurance; Salomé Mesa Izquierdo, head of marketing en CNP Iberia; y Karin García Schendera, directora de Negocio Corporativo en DAS Seguros España.

Capitaneadas por Teresa Viejo, experta en Comunicación y directora de “La Observadora” de RNE, las tres directivas compartieron avenencias y desacuerdos en sus respectivas reflexiones acerca del papel de la mujer en el seguro, especialmente en las razones y por qué de su poca representación en los cargos directivos y su ausencia en los órganos de decisión. A lo largo del debate pudieron compartir los obstáculos con los que encuentra la mujer y le impiden acceder a los puestos de dirección,

Para Calzada, “el seguro tiene la brecha salarial más alta que hay en España. Muchas veces los propios límites se los ponen las mujeres, que creen que no pueden acceder a puestos de dirección cuando no es real”. A lo largo del debate también hacía hincapié en los aspectos en los que se fijan actualmente los inversores: “la transparencia, la diversidad y la sostenibilidad”.

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

Mesa, entretanto, ha afirmado que “el estilo de dirección de las mujeres es distinto al de los hombres, simplemente porque ambos sexos tenemos habilidades diferentes y esto se muestra en nuestras formas de liderazgo. Así, las habilidades femeninas están más orientadas hacia las personas, hacia la atención y la empatía”. Durante su intervención comentaba en la necesidad de que las políticas, en materia de igualdad y diversidad, tienen que venir desde arriba y traspasar todos los niveles de la organización. Como comentaba, “en CNP tenemos unos objetivos que vienen marcados a nivel internacional por el grupo, y cada una de las filiales los aterrizamos no solo a nivel local sino que cada uno de los empleados tenemos un objetivo personal necesario para cumplir con los criterios ESG con los que está comprometido la empresa”.

Menos positiva se ha mostrado García, quien ha señalado que “la resistencia masculina y la tradición del sector son dos de las barreras para el acceso a los órganos de decisión del seguro por parte de las mujeres”. Añadía además que “las mujeres nos tenemos que formar y animar para dar ese paso”, haciendo referencia al máster de entidades aseguradoras en el que participa Das seguros, compartiendo como dato que en las últimas ediciones el mayor porcentaje de participantes han sido mujeres. A lo largo de su intervención nombraba a Benedeta Corsarini, directora general de AIG, compartiendo una reflexión suya acerca de cómo la diversidad es lo que hace que una compañía pase de ser normal a convertirse en excelente

II FORO

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

#ForoTICS



## **Donde la tecnología, las personas y el talento se dan la mano en la industria aseguradora**

**En el marco de la II Edición de Foro TICS (Talento, Igualdad y Ciencia en el Seguro), organizado a finales del año pasado en Madrid por SegurosNews, Community Of Insurance y Muy Segura, se ha desarrollado la mesa de debate: “Tecnología e Industria Aseguradora: Retos y Oportunidades”. Estamos ante un evento que ya es una referencia dentro del mercado y que, sin duda, marca pautas para el desarrollo y crecimiento de la industria del seguro.**

**Bajo la moderación de Raúl Fernández Villota, Business Development Iberia de Charles Taylor InsureTech, han intervenido: Natalia Solé, Head of Cloud, IM & Security de NTT Data; María Galván, Subdirectora General de Organización y Tecnología de Mutualidad; y Fernanda Bendicho, Directora Corporativa de Tecnología de Solunion.**

**Desde hace varias décadas, el negocio asegurador está basado en tecnología y, de modo especial en las dos últimas, ésta constituye un elemento diferenciador: “Quien haya invertido de forma eficiente en tecnología se ha diferenciado y se diferenciará en el mercado”, asegura Fernández Villota. Inteligencia Artificial, Robotización, son ya realidades que llegan para quedarse. En la sociedad coincidirán en breve hasta siete generaciones, lo que supone estar ante un escenario muy variado, cambiante y que demanda una rapidez de respuesta nunca antes concebida. “El reto es complicado”, afirma el Business Development Iberia de Charles Taylor InsureTech.**

**En el día a día, ¿Se dispone de una tecnología flexible que permita dar soporte a las necesidades de negocio de forma ágil? “Estamos en un momento dorado de tecnología; ésta es ágil y flexible”, sostiene Fernanda Bendicho. “Los servicios de tecnología para los profesionales del sector se han globalizado y eso es una excelente noticia.**

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

Esta globalización nos permite como compañía acceder a servicios y a productos que hace diez años eran impensables. Eso es muy importante”, asegura. En opinión de Natalia Solé: “Hoy tenemos una cultura de la inmediatez: nuestro negocio, antes muy regio y poco flexible, se está flexibilizando y los clientes de las grandes aseguradoras están exigiendo productos fáciles, ágiles y adaptables a sus necesidades en el momento que lo necesitan”. Los sistemas antiguos eran incapaces de dar el soporte a la inmediatez que hoy requiere el cliente. Por su parte, María Galván considera que: “El time to market en el sector asegurador sigue siendo una asignatura pendiente, aunque depende mucho de los ramos. Los seguros de No Vida son más ágiles, pero en el seguro de Vida sigue siendo complicado lanzar un producto de manera ágil; la tecnología está, pero hace falta incrementar la agilidad corporativa para decidir el producto que se quiere, superar gran cantidad de filtros de cumplimiento, actuarial, etc.”. Es preciso, por lo tanto, trabajar más en la organización corporativa para definir los requerimientos de forma ágil y que los tiempos puedan reducirse. El sector ha de seguir trabajando en esto.

¿Qué tendencias se encuentran hoy? ¿Se acude a buscar el producto al mercado o, por el contrario, se hacen las cosas “en casa”, “a medida”, apoyándose o no en compañías? “Existen diferencias en el mercado. Hay algunas compañías que deciden seguir apostando por modernizar aplicativos que tienen actualmente y transformarlos en nuevas infraestructuras. Pero lo que rompió verdaderamente el paradigma en el sector asegurador es la adopción de soluciones de mercado”, afirma Natalia Solé. Hace apenas siete años, las aseguradoras no se planteaban no producir sus propios sistemas; para temas de core asegurador, era algo impensable.

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

Hoy en día, sin embargo, las compañías tienden a integrar las soluciones del mercado. “No obstante, aún existen las que siguen desarrollándolo desde dentro de la compañía”, aclara Solé. María Galván, por su parte, explica que en Mutuality poseen producto a medida: “Dentro de nuestro plan estratégico lanzado hace dos años, decidimos mantener nuestro core porque el cambio exige muchos recursos, capacidades y tiempo. Queríamos abordar muchas líneas de transformación y no podíamos apalancarnos en este único cambio”, detalla. “Para determinadas funciones sí que estamos implantando soluciones de mercado. Pienso que en el sector sigue habiendo bastante producto a medida”, explica Galván. No obstante, la tendencia creciente es ir a producto de mercado. Según argumenta Fernanda Bendicho, el mundo del seguro es muy amplio y los productos son muy diversos: “No siempre encontramos productos, aunque los queramos”, asegura. “Tampoco podemos olvidar el tema normativo, muy importante al tener presencia en distintos países: la adaptación a las diferentes normas resulta muy compleja. Por lo tanto, para todo tipo de satélites se acude rápidamente al mercado, pero para el core puro, en determinados productos de seguros es difícil de encontrar todavía”, destaca Bendicho.

## Mercado insurtech: aliado para las compañías aseguradoras

Según abre nueva línea de debate Fernández Villota: “Muchas de las empresas que ahora mismo dan productos en el mercado son insurtech. Ya llevan un tiempo presentes. Como sucede con todas las startups a nivel mundial, muchas de ellas se han caído y esto genera algo de inseguridad a la hora de apostar por una insurtech. Por otra parte, hay insurtech que han crecido tanto que pueden suponer una competencia directa para las propias aseguradoras y brokers”. Para María Galván: “Nosotros no consideramos que sean competencia.

# TICS

TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO

En Mutuallid ad exploramos y analizamos las insurtech del mercado que, por supuesto, forman parte de nuestro ecosistema y nos viene fenomenal que existan. Somos inversores de algunas insurtech cuyo prop6sito est1a muy alineado con el nuestro. Tenemos una inversi3n y, a la vez, utilizamos sus productos o servicios”, asegura. Por su parte, Natalia Sol6 afirma que: “En NTT Data tenemos un equipo dedicado a explorar, conocer y asesorar a nuestros clientes aseguradores en el sector de las insurtech. Cada a1o publicamos un informe que recoge todo este an1lisis realizado por nuestros t6cnicos y las distintas tendencias que vemos en el mercado insurtech. Las insurtech son muy necesarias, una aseguradora las necesita en su hoja de ruta. El ecosistema que se crea entre las grandes aseguradoras y las insurtech para poder trabajar juntas realmente nutre y aporta otra manera de ver un sector que, a veces, se percibe como est1tico y no muy moderno”. Las insurtech est1n, por lo tanto, aportando una revoluci3n necesaria dentro del sector, pero de una forma controlada. Por su parte, Fernanda Bendicho asegura que: “Desde la Oficina de Transformaci3n de Solucion estamos atentos a lo que hay en el mercado y a explorar, aunque nos encontramos en pasos muy iniciales. Creo que las insurtech no son competencia, son colaboradores; pero, en un momento dado, la informaci3n que puedas cruzar con ellos, dependiendo en la parte de tu negocio que te est6n apoyando, supone un capital que les est1s ofreciendo importante”, explica. A su vez, Bendicho se refiere durante su intervenci3n a una normativa en el marco europeo que entrar1a en vigor en 2025 y que se est1 revisando actualmente: “La normativa DORA (que busca mitigar los riesgos en el sector financiero derivados de la implantaci3n de las TIC) no solo nos exige a nosotros una serie de requerimientos para que todas las empresas del sector cumplamos unas normas para poder dar la cara al riesgo de ciberseguridad que hay actualmente, sino tambi6n para exigirlo a los terceros con los que trabajamos y contratamos. Es el momento de ver c3mo evoluciona este panorama con las mencionadas insurtech”, detalla.

#ForoTICS

¿Cuáles son las claves del éxito de un proyecto de transformación digital? Para Bendicho: “Lo más importante es tener un objetivo definido y alcanzable. Además, es fundamental la gestión del cambio, somos personas, a todos nos cuesta mucho y tenemos que trabajarlo; también la comunicación”. Solé añade que: “Todo proyecto de transformación no tiene que ser única y exclusivamente tecnológico. Tiene que estar alineado con la estrategia de negocio”. Fernández Villota asegura que: “No todo es tecnología” y añade que: “La relevancia de personas con un mix de conocimiento en tecnología y seguros es crucial para el desarrollo de todo proyecto en una organización de la industria”. Galván concluye que: “La clave está en la estrategia y los objetivos que queremos conseguir y, para eso, transformamos. Otro punto importante es la coherencia en el proyecto con lo que queremos alcanzar”.



**SAVE THE DATE**

III FORO

# TICS

**TALENTO, IGUALDAD Y CIENCIA  
EN EL SEGURO**

**#ForoTICS**

**24 de octubre 2024**

**Sede Insurtech Community Hub  
Impact Hub Prosperidad. Madrid**

