Modalidad **VIRTUAL**

DIPLOMATURA EN

Avances Tecnológicos y Negocios de Seguros

Innovación y estrategia para transformar el mercado asegurador

+54 9 11 21823616

Duración:

100 hs reloj. 80 hs sincrónicas y 20 hs. asincrónicas (clases grabadas y trabajo integrador final)

Días y horarios:

Del 2 de julio al 22 de octubre. Encuentros sincrónicos los lunes de 19:00 a 21:30 hs. y miércoles de 19:00 a 21:30 hs.

Calendario:

Julio	2	7	14	16	21	23	28	30	
Agosto	4	6	11	13	18	20	25	27	
Septiembre	1	3	8	10	15	17	22	24	29
Octubre	1	6	8	13	15	20	22		

Modalidad:

Virtual

Dirigido a:

Productores Asesores de Seguros (PAS).
Profesionales del sector asegurador: técnicos, comerciales, tecnológicos.
Estudiantes y egresados de carreras en seguros, finanzas, sistemas o administración.
Gestores de innovación, transformación digital y líderes de proyectos.

Enfoque:

El sector asegurador está transitando una profunda transformación impulsada por la digitalización, la automatización, el uso de datos masivos (Big Data) y la irrupción de nuevas plataformas tecnológicas. Al mismo tiempo, los modelos de negocio tradicionales se ven desafiados por el surgimiento de Insurtechs, nuevas expectativas de los consumidores y la necesidad de mayor agilidad, personalización y eficiencia.

Esta diplomatura brinda una formación actualizada sobre los avances tecnológicos que están revolucionando el ecosistema del seguro, con un enfoque práctico y estratégico para quienes desean liderar el cambio e innovar en el negocio asegurador.

Beneficios:

- Certificación universitaria
- Preparación para nuevos desafíos del mercado laboral asegurador.
- Adquisición de herramientas prácticas y metodologías aplicables.
- Actualización profesional con enfoque estratégico e innovador.
- Conexión con referentes del sector y experiencias reales.

Objetivos:

Brindar una formación integral y actualizada sobre los avances tecnológicos que están transformando el ecosistema asegurador.

Capacitar a los participantes para comprender y aplicar herramientas digitales, inteligencia artificial, big data, ciberseguridad y otras innovaciones en el ámbito del seguro.

Desarrollar habilidades estratégicas y profesionales que permitan liderar procesos de innovación y transformación digital en el sector asegurador.

Fomentar una visión crítica y ética sobre el ejercicio profesional en seguros, considerando el impacto social, normativo y tecnológico.

Preparar a los participantes para enfrentar los desafíos del mercado asegurador actual y futuro, promoviendo la adaptación a nuevos modelos de negocio, canales de comercialización y perfiles de consumidores.

Promover la integración de conocimientos técnicos, regulatorios y comerciales para una gestión eficiente y sostenible del negocio asegurador.

Resultados de Aprendizaje:

- Aplicar herramientas tecnológicas emergentes (como inteligencia artificial, big data y plataformas digitales) en la gestión y comercialización de productos aseguradores, mejorando la eficiencia y personalización del servicio.
- Analizar críticamente el entorno regulatorio y normativo del sector asegurador, interpretando su impacto en la operación y cumplimiento de las organizaciones.

Universidad Abierta Inte
UAI

- Diseñar estrategias de transformación digital en empresas aseguradoras, integrando conceptos de innovación, omnicanalidad y experiencia del cliente.
- Evaluar riesgos y amenazas en ciberseguridad y protección de datos, proponiendo soluciones prácticas para garantizar la integridad de la información en entornos digitales.

Contenidos:

TEMA 1- La tecnología: el nuevo desafío de la industria del seguro.

Parte 1

Fundamentación – Relación ciencia, Tecnología y Sociedad –Tecnología y Desarrollo Económico – Los Efectos Culturales del Conocimiento Científico y de la Tecnología – El Nuevo Paradigma – Tecnología y Negocios – La incorporación de la Tecnología a sus Procesos de Negocios- El Software como factor crítico.

Parte 2

La Relación Tecnología con las Compañías a través de Páginas Web "Extranet" – Tendencias y Oportunidades en el Sector Asegurador en un entorno cambiante – A qué se enfrentan los Seguros en el Nuevo Mundo Digital- Nuevas Tendencias: Social Media, Conjunción de Canales (Omnicanalidad) – Análisis Tecnológico de la Información (Analyctics) Metodología Globalizada Oportunidades – Importancia de la Tecnología en la sociedad actual – Conclusiones – Tecnología: Datos en Argentina.

TEMA 2- La inteligencia artificial (iA) y su desarrollo en el mercado asegurador.

Parte 1

¿Qué es la Inteligencia Artificial y en qué consiste? Un poco más de la Inteligencia Artificial – Machine Learning o Aprendizaje Automático Deep Learning o Aprendizaje Profundo – Procesamiento de Lenguaje Natural (PLN) – Cómo funciona la IA en la generación de textos – Cómo está cambiando la generación de textos con la IA: La forma en que creamos contenidos – Qué áreas abarca la Inteligencia Artificial –La oportunidad de brindar IA para el desarrollo económico – Retos Asociados a la IA – Qué campos abarca la IA – Neurociencias – Psicología Conductiva – Matemáticas – Biología Evolutiva – Ciencia de la Computación y la Lógica – Inteligencia Artificial aplicaciones prácticas – Escuelas de Pensamiento en que se divide la IA – Inteligencia Artificial Convencional – Inteligencia Artificial Computacional.

Parte 2

El impacto de la IA en el Mercado Asegurador – Big Data una alianza estratégica – Los grandes modelos del Lenguaje, la IA y el Mundo del Seguro – Aplicaciones del modelado de IA – Reconocimiento de voz y procesamiento del lenguaje natural – Visión por Computadora – Predicción y Análisis de Datos – Desafíos del Modelado de IA – El futura modelado de IA – Cómo aplicar la IA en el conocimiento de los clientes, en respuestas eficientes, en analizar las necesidades – Personalización de la Experiencia – Pronóstico de demanda y gestión de inventario – Atención al Cliente Automatizada – Mejora de la eficiencia en la toma de decisiones – Análisis de Sentimiento y Retroalimentación – Identificar y analizar Patrones de Comportamiento – Conclusiones y Respuestas.

TEMA 3 – Seguridad informática – protección de datos- ciberseguridad.

Parte 1

Seguridad informática – Protección de Datos- Ciberseguridad –Protección de Datos – Por qué es importante la Ciberseguridad – Cuáles son los tipos de ataques contra los que intenta defender la Ciberseguridad – Malware – Ransomware – Ataque de Intermediario – Phishing – DdoS – Amenaza Interna.

Parte 2

Ataques de día cero – Ataques de tipo Man in the míddele – Brecha de Datos – Cómo funciona la Ciberseguridad – Cuáles son los Tipos de Ciberseguridad – Otros tipos de Ciberseguridad – Cuales son los componentes de una estrategia de Ciberseguridad -. Que son las Tecnologías Modernas de Ciberseguridad – Protección de Datos y Ciberseguridad en las Organizaciones – Conclusiones.

TEMA 4 – Cumplimiento normativo – Compliance.

Parte 1

Introducción – Importancia del Cumplimiento Normativo – Estándares Internacionales de Cumplimiento – Ámbitos de Aplicación del Cumplimiento Normativo – Rol del Oficial de Cumplimiento Normativo – Como aplicar el Compliance en una Empresa. Críticas y Limitaciones –Beneficios Jurídicos – Leyes – Cumplimiento Normativo en Seguridad según Jurisdicciones – Calidad, medio ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo.

Universidad Abierta Inter
UAI

Parte 2

Continuidad del negocio – Seguridad de la información – Gestión de Seguridad en la Cadena de Suministro – Transparencia y lucha contra la corrupción- 5 Errores comunes en el cumplimiento normativo y cómo evitarlos – Diez principales tendencias de la Gestión del cumplimiento previstas para el 2025 – Cumplimiento de IT – Cumplimiento se Software Gestión de Riesgos - Conclusiones.

TEMA 5: Omnicanalidad.

Parte 1

Omnicanalidad – Qué es la Omnicanalidad y cómo transforma un negocio – Como ayuda la Omnicanalidad a conquistar la lealtad de los clientes-Análisis de Datos en tiempo real – Beneficios de la Omnicanalidad- Comercio Ensamblado – Finanzas – Cuidado de la Salud – Minorista-Centro de Contactos Panorama – Omnicanal vs Multicanal- Omnicanal vs Omnidigital.

Parte 2

Soluciones Clave – Prácticas Minoristas – Cuales son los beneficios de la Omnicanalidad- Claves para lograr una estrategia Omnicanal – Ventajas que aporta la automatización de la facturación electrónica a la Omnicanalidad – Omnicanalidad Ejemplos – Conclusiones.

TEMA 6: Entorno y actores del mercado asegurador.

Parte 1

Los Actores – FAPASA – Consejo Directivo de FAPASA – Objetivos de FAPASA – Funciones de FAPASA – ENTE COOPERADOR LEY 22.400 – CENTRO FEDERAL DE CAPACITACIÓN – ASOCIACIONES PRIMARIAS – OSSEG – SINDICATO DEL SEGURO – CESVI – CLEAS.

Parte 2

SOFIA – ORION. FAPASA.CESVI – AACS – ADEAA – ADIRA – AACMS - AVIRA – UART – CAARA – EL COMITÉ ASEGURADOR ARGENTINO.

TEMA 7: Ética en el ejercicio profesional.

Parte 1

Ética Profesional – La Ética como disciplina filosófica y marco axiológico- Principales corrientes de Pensamiento – La Ética desde la Filosofía-Fuentes de ética – Ética y Axiología – La ética como problemática subjetiva – Manejo de la información y toma de decisiones – La Ética y los dilemas.

Universidad Abierta Interamericana
UAI

Parte 2

Código de Ética – Las Leyes como reguladoras de nuestra conducta. Tipos de Normas – Ética en el ejercicio de la Actividad Aseguradora- La Ética en la práctica cotidiana del Ejercicio Profesional – Ética y Profesión – Las Guías de Referencia – Tratamiento de los conflictos éticos de la profesión – Conclusiones.

TEMA 8: Desarrollo sustentable – Responsabilidad social empresaria.

Parte 1

Responsabilidad Social Empresarial (RSE) – Desarrollo Sostenible – Introducción al Desarrollo Sostenible – Beneficios de la RSE para el desarrollo sostenible- ¿Cómo fue la evolución de la RSE en el tiempo? – Responsabilidad Social y Sustentabilidad – La RSE: Un concepto dinámico – Ética y evolución de la Postura Ética – Pilares de la RSE – Aportes de la RSE.

Parte 2

Sustentabilidad y responsabilidad social Empresarial- Sustentabilidad social empresarial- Elaborar un reporte o informe de sustentabilidad- Responsabilidad social ambiental- Importancia de la sustentabilidad y la responsabilidad social- Objetivos de Desarrollo Sostenible- Programa de Responsabilidad Social Institucional.

TEMA 9: Técnicas de negociación – Planeamiento estratégico.

Parte 1

El problema en el mundo- Cómo mejorar nuestra capacidad como negociador- Los pasos de la negociación- Las secuencias de la negociación- Planeamiento en la negociación- Fuentes de poder en la negociación- Preparación para la venta- Cómo localizar candidatos- El acercamiento- La entrevista- El cierre de ventas- Las objeciones- Argumentaciones- La carrera del planificador financiero

Parte 2

Planeamiento Estratégico – Introducción – Origen y significado actual de los conceptos – El Plan – Atributos de un Plan- La estrategia – La Reflexión y la Acción Estratégica – Situación, problema y análisis situacional – Diseño del deber ser: Respuesta idealizada del problema-Análisis y Formulación de la Estrategia.

Universidad Abierta Inte
UAI

TEMA 10: El mercado que viene: productos – segmentos – canales.

Parte 1

Introducción – Corta historia del Seguro y del Seguro de Vida en el Mundo – Buenas perspectivas para el Seguro Mundial – Se pueden relanzar el Mercado de Seguro de Vida y Retiro – Los Seguros de Vida en Argentina – Mercado de Seguro de Vida, puntos centrales a los fines de cumplir con los objetivos establecidos – Conciencia Aseguradora en lo que respecta al Seguro de Persona – Pautas Fundamentales para comercializar Seguros de Personas - Seguros Colectivos de Vida La amplia oferta del Ramo. Mercado Corporativo – Canales de Ventas- Brókeres – Productores Asesores de Seguros.

Parte 2

Bancos – Mercados Pymes – Empleados Asegurados – Seguros para Socios – Seguros Personal Clave – Seguros de Vida Temporarios- Seguros de Salud – Seguros de Accidentes Personales – Seguros de Sepelio – Los Seguros y los Productores Asesores de Seguros – Segmentos Específicos.

TEMA 11: Habilidades estratégicas – neuro ventas – neurociencias.

Parte 1

Habilidades Estratégicas en Seguros – Neuro ventas. Neurociencias - Neuroeducación- Desarrollo de habilidades cognitivas – Desarrollo de habilidades de auto liderazgo emocional – Desarrollo de hábitos saludables y cambios de actitudes – Neuro aprendizaje – Neuromarketing – Las Emociones de las Neuro ventas - El hombre y la mujer ¿Compran de manera diferente? – Particularidades del Cerebro Femenino.

Parte 2

Particularidades del Cerebro Masculino – La Era de las Neuro ventas – Las Claves de las Neuro ventas – Siete errores a la hora de vender sin Neuro ventas – Neuro ventas Ventas Inteligentes – Neurotips para venderle al inconsciente – Venta Emocional: Persuadir, Seducir, Emocionar y Conquistar.

TEMA 12: Defensa del asegurado – defensa del asegurador.

Parte 1

Defensa del Asegurado – Derecho de Consumo – Defensor del Asegurado – asociaciones Defensa del Asegurado ADACU – Noción de Contrato de Consumo.

Universidad Abierta Inte
UAI

Parte 2

Aspectos de las Cláusulas de los Contratos a considerar según el Nuevo Código Civil y Comercial – Ley 24.240 su reforma y reglamentación –El complemento de los Derechos del Consumidor en el Nuevo Código Civil y Comercial – El Rol del Asesoramiento del Productor Asesor de Seguros – Conclusiones.

TEMA 13: Cambio cultural para la actualización digital.

Parte 1

Introducción – Adaptación al Mercado – El PAS y las implicancias de la Transformación Digital – Las disrupciones industriales – La Comunicación en la Era Digital – Ventajas de la comunicación en la Era Digital – Cambio Cultural – Transformación Digital – La Comunicación Digital en el ámbito de los Negocios – El Seguro en el ámbito de la Tecnología – Insurtech – La comunicación humana en la era digital – Digitalización y Transformación Digital como Innovación Tecnológica – El ocaso directo del cliente a las Aseguradoras para requerir servicios – Omnicanalidad – Milenniums – Las nuevas generaciones de los protagonistas del cambio . La Revolución Industrial – Neuromarketing – Disrupción 4.0 – La Tecnología, el futuro de la Intermediación, el Riesgo Moral y la Suscripción – El progreso de las Tecnologías de la Información-Las ventajas de un cambio de aptitud y actitud del PAS ante los cambios tecnológicos- El rol clave del PAS- Posicionar la figura del PAS en función de mejorar la previsibilidad de la gente – La actividad económica influye en los Asegurados y en su poder de compra – La fidelización y planificación del PAS.

Parte 2

Estrategias de Fidelización. La importancia de administrar los Datos del cliente- El PAS como facilitador de la gestión de siniestros- El asesoramiento del PAS durante la vigencia del contrato – La Transformación Digital- Que significa la Transformación Digital para la Industria del Seguro – Nueva formas de distribución – Analytics – La información como base de la transformación – Seguro Verde- Campaña Cero Papel – Ahora la Póliza de Seguro Digital – Gobierno Corporativo – Compliance – Mejoras Impositivas – El PAS como difusor de la conciencia de ahorro y pre visión- Desafíos en la Era Digital.

Universidad Abierta Inter
UAI

TEMA 14: La póliza digital – plan estratégico de comercialización.

Parte 1

Póliza Digital – Fin de la Póliza de papel y la Resolución 219/2018 de la SSN – El comprobante del seguro de auto ya se puede mostrar desde el celular en los controles de tránsito – Póliza Digitales de Medio Ambiente.

Parte 2

Plan Estratégico de Comercialización – Objetivos del Plan Estratégico de Comercialización – Para construir un Plan Estratégico de Comercialización exitoso, es clave definir y tener claridad en los siguientes puntos – Claves para un Crecimiento Sostenible – Industrias con mayor crecimiento – Tendencias claves a considerar – Las Estrategias varían de acuerdo al Mercado – Optimización de Ventas y Marketing – Estrategias a tomar en cuenta en el 2023 – Para qué sirve un Plan Estratégico de Ventas - El camino para cumplir los objetivos comerciales – Análisis FODA – Qué significa FODA – Segmentación de Mercado – Plan de Acción.

TEMA 15 – Microseguros.

Parte 1

Microseguros – Definición – Características – Beneficios y Usos de los Microseguros – Mecanismo - Riesgos cubiertos – Objetivos – Características de los Consumidores – Coberturas Demandadas- Microseguros en Argentina.

Parte 2

Diferencias con el Seguro Tradicional – Pauta Mínimas para el Diseño de Microseguros – Ventas de Microseguros en nuestro País potencialidad – Por lo tanto, están dirigidos a quienes cumplan las siguientes tareas – Conclusiones-Trabajo Integrador Final – Escrito.

Cuerpo Docente:

Miguel Angel Biarnés
Consultor en Capacitación
Profesor de Seguros
Profesor de Educación y Seguridad Vial
Analista en Accidentología Vial
Diplomado en Gerenciamiento de Salud

Sandra Teresa Paternó
Contadora Pública Nacional
Docente
Productora de Seguros

Aranceles (*):

Matrícula: $30000.
Externos: Contado $204000 ó 4 cuotas de $60000.
Comunidad UAI: Contado $142800 ó 4 cuotas de $42000.

Arancel para extranjeros no residentes en Argentina (**):
Matrícula: USD 30.
Arancel: Contado USD 204 ó 4 cuotas de USD 60.

(*) En caso de elegir la opción de pago al contado, deberá avisarnos al momento de abonar la matrícula, o dentro del primer mes de cursado a uai.extensionrosario@uai.edu.ar ó al WhatsApp: +54 9 11 2182-3616. Transcurrido ese período la opción ya no será válida y deberá pagar obligatoriamente las cuotas mensuales según el valor establecido en cada capacitación

(**) Los aranceles de esta actividad comprenden únicamente los conceptos de matrícula y cuota. Todo impuesto, tasa o contribución asociada a los pagos en dólares estadounidenses que pudiera ser aplicada por el país de origen, así como cualquier otra suma que se adicione en virtud de las tarifas vigentes en la entidad bancaria al momento de realizar la transacción, queda a exclusivo cargo del alumno.

Contacto:

E-MAIL uai.extensionrosario@uai.edu.ar

Envianos un WhatsApp a + 54 9 11 21823616