

Generali impulsa nuevos modelos de liderazgo con la cuarta edición de su programa “Generali for Women”

- Este programa se ha convertido en una iniciativa de referencia en el sector asegurador para fomentar el desarrollo del talento femenino, ofreciendo un espacio de formación, visibilidad y conexión para mediadoras y directivas.
- En esta edición, 22 profesionales del sector participan en un itinerario formativo dividido en cinco módulos con contenidos centrados en liderazgo, marca personal, inteligencia artificial, brecha de género y gestión del tiempo.

Madrid – Generali ha inaugurado la cuarta edición de su programa “Generali for Women”, una iniciativa de referencia en la promoción del talento femenino en el sector asegurador que busca impulsar el liderazgo femenino y generar una red de aprendizaje y desarrollo de mediadoras y directoras comerciales. Durante los próximos meses, 22 profesionales participarán en este itinerario diseñado para fortalecer sus competencias directivas, explorar nuevos estilos de liderazgo y generar espacios de conexión e intercambio de conocimiento.

El objetivo de “Generali for Women” es contribuir a incrementar la presencia de mujeres en posiciones directivas en el sector y fomentar un liderazgo femenino diferencial, más colaborativo, transformador y alineado con los desafíos actuales del sector.

El itinerario formativo, que combina formación presencial y virtual, está estructurado en cinco módulos y se extenderá hasta el mes de noviembre. El primero de estos encuentros tuvo lugar el pasado 5 de junio en las oficinas de Generali en Madrid, y abordó temas clave como el autoconocimiento, la autoconfianza y el liderazgo desde una perspectiva transformadora, centrada en la autenticidad y el impacto. Las sesiones están impartidas, una edición más, por Marta Grañó, consultora experta en Diversidad, Innovación y Personas.

A través de sesiones prácticas, herramientas metodológicas y planes de acción individualizados, “Generali for Women” busca acompañar a las participantes en el desarrollo de habilidades directivas que les ayuden a afrontar los retos actuales de la mediación aseguradora y a liderar el crecimiento y la transformación de sus negocios. El programa incluye también módulos dedicados a la comunicación y marca personal (que se celebrará el 25 de septiembre en formato virtual), la agilidad emocional y la gestión del tiempo, estos últimos previstos para el 6 de noviembre.

Un programa que se consolida



Esta es la cuarta edición de “Generali for Women”, que se consolida como uno de los programas de desarrollo de mujeres directivas de referencia para el sector asegurador en el que han participado ya más de 100 directivas.

El programa se complementa con “Generali for Women On Tour”, que en la primera mitad del año ha recalado en ocho ciudades españolas (Tenerife, Palma, Alicante, Granada, Burgos, Madrid, Barcelona y Zaragoza), donde se han celebrado sesiones de networking, aprendizaje e intercambio de conocimiento.

SOBRE GENERALI

GENERALI España (www.generali.es), que pertenece al Grupo **GENERALI**, es una de las principales aseguradoras del mercado español. Presente en el país desde 1834, ocupa una posición de liderazgo, prestando servicio a más de 3 millones de clientes, entre particulares y empresas. Con una de las redes de oficinas con mayor presencia en España, la compañía cuenta con cerca de 1.600 puntos de atención al cliente. Además, ofrece una completa oferta de seguros, donde las soluciones personalizadas y la innovación son claves. Una forma de entender el sector que logra excelentes cifras, como la de satisfacción de sus clientes: 8 de cada 10 recomendarían a la aseguradora. Además, **GENERALI España** ha sido certificada como la mejor empresa para trabajar según **Top Employers 2025**.

SOBRE GRUPO GENERALI

Generali es uno de los mayores grupos aseguradores y gestión de activos a nivel global. Fundada en 1831, está presente en 50 países del mundo con unos ingresos totales por primas de más de 81.500 millones de euros en 2022. Con casi 82.000 empleados que atienden a 69 millones de clientes, el Grupo tiene una posición de liderazgo en Europa y una presencia creciente en Asia y América Latina. En el centro de la estrategia de **GENERALI** se encuentra su compromiso para ser Socio de Por Vida de sus clientes mediante soluciones innovadoras y personalizadas, una excelente experiencia del cliente y unas capacidades de distribución global digitalizada. El Grupo ha integrado plenamente la sostenibilidad en todas sus decisiones estratégicas, con el objetivo de crear valor para todas las partes interesadas y construir una sociedad más justa y resistente.