

Programa Superior

Dirección y Desarrollo Comercial: El arte de vender y liderar en el negocio asegurador

Febrero-abril 2026, Madrid

OBJETIVOS

- Obtener una visión completa de la gestión comercial dentro de una aseguradora.
- Ampliar la red de contactos de profesionales dentro del sector asegurador.
- Mejorar las habilidades comerciales y ganar confianza en el proceso de venta, entendiéndolo mejor.
- Analizar el proceso mental del cliente a la hora de decidir qué productos quiere adquirir.

DIRIGIDO A

- Mandos intermedios aseguradores con equipo a su mando.
- Responsables Comerciales de aseguradoras.
- Directores comerciales de corredurías y agencias con vocación de crecimiento.
- Perfiles técnicos aseguradores que quieran tener una visión transversal de la función comercial aseguradora.
- Empleados de aseguradoras que quieran dar un salto profesional y avanzar en su carrera, adquiriendo un perfil más comercial.

METODOLOGÍA



Formación válida para acreditar la formación continua obligatoria para distribuidores de seguros.

Sesiones diseñadas con un enfoque práctico y participativo. Cada jornada combinará exposiciones teóricas con dinámicas de grupo, resolución de casos y simulaciones orientadas al desarrollo de habilidades reales en contextos comerciales. Se podrán proponer tareas previas a cada sesión, que servirán como base para las actividades del día, fomentando un mayor aprendizaje y una aplicación inmediata de los conceptos tratados.

Duración: 40 horas. 10 módulos de 4 horas, divididos en dos sesiones.

Plazas limitadas para ofrecer una formación personalizada y de alto impacto.

Horario:

- Primera sesión: De 17:00 h. a 19:00 h.
- Segunda sesión: De 19:15 h. a 21:15 h.
- Horario especial 13 de marzo: De 16:00 h. a 19:00 h.

Modalidad: Presencial y/o webinar a elegir en la inscripción.

Sesión final: presentación del proyecto final de cada alumno.
Del 8 al 10 de abril. Se confirmará la fecha al inicio del curso.

FEBRERO						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	

MARZO						
L	M	X	J	V	S	D
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

RESUMEN DEL PROGRAMA

¿Por Qué Vendemos? Descubriendo el Motor de la Actividad Comercial.
Pablo Lozano.

Estrategias de Desarrollo de Clientes y Venta Institucional.
Pablo Martínez.

Gestión Estratégica de Canales de Distribución y Redes Comerciales.
José Rosa.

Negociación y Cierre de Ventas: Enfoque Consultivo y Persuasivo.
Pablo Sampedro.

Eficiencia Operativa en la Venta de Seguros.
Luis Ullivarri.

IA y Tecnología Comercial: Cómo Vender Mejor en la Era Digital.
David González.

Conectar, Personalizar, Retener: Claves Comerciales para la fidelización del Cliente.
Sergio de Andrés.

Marketing Digital: Cambiando las Reglas del Juego.
Miguel Cruz.

Métricas para un seguimiento eficiente y alineado de las ventas: Estrategia Financiera y KPIs para Equipos Comerciales.
Juan José Velasco.

Nuevos Modelos de Negocios.
Miguel Cruz.
Sesión de orientación para el proyecto final.
Pablo Lozano.

La Dirección Comercial en el Negocio Asegurador: Liderar Equipos y Generar Resultados.
Javier Campos.
Behavioral Economics Aplicada a la Venta de Seguros: Decisiones, Emociones y Persuasión Comercial.
Carlos Lorenzo.

Presentación caso práctico.

SESIONES

Módulo 1. ¿Por Qué Vendemos? Descubriendo el Motor de la Actividad Comercial.

Ponente: Pablo Lozano

Fecha: 12 de febrero de 2026

Objetivo: Reflexionar sobre el propósito real de la venta en el sector asegurador, desmitificando creencias comunes y fortaleciendo la identidad profesional del asesor comercial. Además, establecer las bases filosóficas, metodológicas y personales que guiarán el desarrollo del curso.

Primera sesión: ¿Por qué vendemos?

Contenido:

- Necesidad vs Venta.
- Análisis del cliente.
- ¿Cómo asesorar? Mitos de la venta.

Dinámica. Presentación y venta de uno mismo.

Segunda sesión: ¿Qué esperar de este curso?

Actividad:

- Filosofía y metas a alcanzar.
- Imagen personal.
- Introducción al storytelling y arte de contar historias en ventas.

Módulo 2. Estrategias de Desarrollo de Clientes y Venta Institucional.

Ponente: Pablo Martínez

Fecha: 13 de febrero de 2026

Objetivo: Comprender y aplicar enfoques diferenciados para la gestión de clientes institucionales y retail, desarrollando habilidades estratégicas para identificar necesidades específicas, diseñar propuestas de valor personalizadas y establecer relaciones comerciales sólidas y sostenibles a largo plazo.

Primera sesión: Diferenciación de clientes institucionales y retail.

Contenido:

- Identificación de necesidades.
- Creación de propuestas de valor personalizadas.
- Técnicas de solución de problemas dependiendo del cliente.

Actividad: Identificar las necesidades de un cliente institucional.

Segunda sesión: Role – play para la Construcción de Relaciones Comerciales Duraderas.

Módulo 3. Gestión Estratégica de Canales de Distribución y Redes Comerciales.

Ponente: José Rosa

Fecha: 19 de febrero de 2026

Objetivo: Desarrollar las competencias necesarias para gestionar, expandir y fidelizar redes comerciales en el sector asegurador, adaptándose a los nuevos modelos de distribución, tanto en corredores como agentes así como otros posibles canales de distribución.

Primera sesión: Evolución de los Canales Comerciales: Tradicionales vs. Nuevos canales.

Contenido:

- Canales tradicionales (agentes, corredores).
- Nuevos canales digitales y modelos de omnicanalidad.
- Estrategias, diferenciación, planeación de objetivos, comunicación.

Dinámica grupal: caso practico para desarrollar y evolucionar una red de distribución.

Segunda sesión: Gestión estratégica de redes.

Contenido:

- Diseñar e implementar planes estratégicos de red.
- Liderar procesos de transformación cultural.
- Cómo tomar decisiones basadas en datos y tendencias del mercado, diferenciación.

Módulo 4. Negociación y Cierre de Ventas: Enfoque Consultivo y Persuasivo.

Ponente: Pablo Sampetro

Fecha: 20 de febrero de 2026

Objetivo: Desarrollar habilidades avanzadas de negociación orientadas al entorno asegurador, capacitando a los participantes para superar objeciones, cerrar acuerdos de forma efectiva y aplicar estrategias en escenarios reales mediante prácticas simuladas y análisis de casos.

Primera sesión: Negociación avanzada en Seguros: Técnicas y Cierres que marcan la diferencia.

Contenido:

- Cómo superar objeciones.
- Estrategias de cierre efectivas.
- Ejemplos prácticos del sector asegurador.

Actividad: Taller práctico. Negociar precios y coberturas.

Segunda sesión: Role-Play. Simulación y Análisis en Negociación.

Actividad: Simulación de escenarios reales, analizando la objeciones y puesta en práctica de habilidades negociadoras.

Módulo 5. Marketing Digital: Cambiando las Reglas del Juego.

Ponente: Miguel Cruz

Fecha: 26 de febrero de 2026

Objetivo: Dar a los participantes las herramientas y conocimientos necesarios para crear e implementar estrategias de marketing digital que les ayuden a promocionar servicios aseguradores, mejorar sus campañas online y atraer nuevos clientes, poniendo especial foco en la generación de leads y la conversión.

Primera sesión: Marketing digital aplicado a compañías de seguros.

Contenido:

- Estrategias digitales en el sector asegurador.
- Campañas online y generación de leads.
- Optimización de la conversión.

Segunda sesión: Dinámica grupal: Diseño de una estrategia digital para la atracción de Nuevos públicos.

Módulo 6. Conectar, Personalizar, Retener: Claves Comerciales para la fidelización del Cliente.

Ponente: Sergio de Andrés

Fecha: 27 de febrero de 2026

Objetivo: Capacitar a los participantes en el diseño y ejecución de estrategias eficaces de fidelización, integrando herramientas tecnológicas como el CRM y enfoques de personalización, con el fin de mejorar la retención y la satisfacción de los clientes.

Primera sesión: Fidelización y retención de clientes: de la satisfacción a la lealtad.

Contenido:

- Estrategias de fidelización a largo plazo.
- Brainstorming: diseño de un programa de lealtad para clientes.
- Apoyo de la tecnología en la personalización del servicio.
- Retención de clientes.

Segunda sesión: Caso práctico: Definición de la estrategia de retención de clientes en una aseguradora.



Módulo 7. IA y Tecnología Comercial: Cómo Vender Mejor en la Era Digital.

Ponente: David González

Fecha: 5 de marzo de 2026

Objetivo: Explorar el impacto de la inteligencia artificial (IA) y las nuevas tecnologías en el proceso comercial asegurador, con foco en la personalización de la relación con el cliente, la automatización de procesos y la optimización de resultados mediante herramientas predictivas y estrategias de venta cruzada.

Primera sesión: Teoría y Aplicación de la Inteligencia Artificial en Ventas y Seguros.

Contenido:

- Nuevo paradigma comercial:
 - ¿Por qué la IA está transformando la venta de seguros?
 - Cambios en el comportamiento del cliente digital.
- Personalización inteligente: adaptación de productos y mensajes a cada cliente.
- Automatización del ciclo comercial:
 - Tareas repetitivas: scoring de leads, seguimiento, emails.
 - Chatbots y asistentes virtuales en la captación y atención al cliente.
- Tendencias tecnológicas en el sector:
 - Insurtechs y tendencias.
 - Integración de IA con CRM y herramientas de marketing automation.
 - Uso de datos no estructurados en la predicción de comportamiento.

Segunda sesión: Dinámica grupal. Aplicar la IA a la Venta. Simulación para la mejora de la conversión comercial en una aseguradora.

Módulo 8. Eficiencia Operativa en la Venta de Seguros.

Ponente: Luis Ullivarri

Fecha: 6 de marzo de 2026

Objetivo: Implementar herramientas de eficiencia operativa, para transformar la gestión comercial en un proceso sistemático, medible y alineado con la estrategia empresarial, impulsando una fuerza de ventas más productiva y enfocada.

Primera sesión: Lean aplicado a la función de ventas.

Contenido:

- ¿Por qué aplicar Lean a ventas?
- Ventas como proceso repetible.
- Identificación de actividades clave: estabilizar, normalizar, visualizar y mejorar.
- Trabajo estándar y gestión visual.
- Mapa de Flujo de Valor aplicado al equipo comercial.

Taller práctico: Construcción del Mapa de Flujo de Valor como herramienta estratégica para la eficiencia comercial.

Segunda sesión: OKRs y KPIs para alinear estrategia y ejecución.

Contenido:

- Desconexión entre empleados y estrategia.
- OKRs: enfoque individual para objetivos estratégicos.
- KPIs: seguimiento del desempeño operativo.
- Cómo integrarlos en equipos comerciales.

Dinámica en grupos: definición de OKRs y KPIs para un objetivo real.

Módulo 9. Métricas para un seguimiento eficiente y alineado de las ventas: Estrategia Financiera y KPIs para Equipos Comerciales.

Ponente: Juan José Velasco

Fecha: 12 de marzo de 2026

Objetivo: Ayudar a los participantes a entender y usar las métricas clave de ventas para tomar mejores decisiones, identificar qué está funcionando (y qué no) en sus equipos comerciales, y aplicar estrategias concretas que mejoren los resultados y les acerquen a sus objetivos.

Primera sesión: Medición de objetivos y plan de acción para alcanzar la estrategia definida.

Contenido:

- Principales KPIs en ventas y su interpretación.
- Medición de objetivos y plan de acción para alcanzar la estrategia definida.
- Estrategias para alcanzar y medir objetivos.

Segunda sesión: Dinámica grupal: Estrategias para Alcanzar Objetivos Comerciales, análisis de un equipo de bajo rendimiento.

Módulo 10.

Primera sesión: La Dirección Comercial en el Negocio Asegurador: Liderar Equipos y Generar Resultados

Ponente: Javier Campos

Fecha: 19 de marzo de 2026

Objetivo: El rol y las competencias clave de un director de ventas en el sector asegurador, con foco en la planificación estratégica y la gestión de equipos.

Contenido:

- El rol y las competencias del Director de Ventas.
- Gestión de personas y motivación de equipos.

Segunda sesión: Behavioral Economics Aplicada a la Venta de Seguros: Decisiones, Emociones y Persuasión Comercial.

Ponente: Carlos Lorenzo

Fecha: 19 de marzo de 2026

Objetivo: Comprender los principales principios de la economía del comportamiento y cómo aplicarlos estratégicamente en el proceso comercial asegurador, para influir de forma efectiva en la toma de decisiones de los clientes, aumentar la conversión y fortalecer la confianza.

Contenido:

- Introducción a la Economía del Comportamiento en Ventas.
- Principales Sesgos y Heurísticas en el Comportamiento del Cliente.
- Aplicaciones prácticas para asesores comerciales.

Proyecto Final

Webinar de orientación previa a la preparación del proyecto final: 13 marzo de 18:00 a 19:00 h.

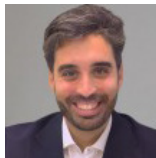
La fecha para la presentación del proyecto final se comunicará al inicio del curso, con suficiente antelación para que el alumno pueda organizarse.

Los alumnos diseñan una estrategia comercial integral que incluya:

- 1. Análisis de mercado y segmentación.
- 2. Propuesta de valor personalizada.
- 3. Estrategias de venta, fidelización y uso de tecnología.
- 4. Definición de KPIs y plan de seguimiento.

Presentación: Cada alumno dispone de 10 minutos para exponer su proyecto ante un jurado, seguido de 5 minutos de preguntas.

Tribunal calificador



Pablo Lozano



Carlos Lorenzo



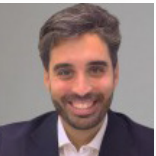
Pablo Sampedro



PROFESORADO

Coordinador:

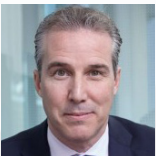
Pablo Lozano



Pablo Martínez



David González



Miguel Cruz



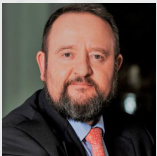
José Rosa



Luis Ullivarri



Sergio de Andrés



Juan José Velasco



Carlos Lorenzo



Javier Campos



Pablo Sampedro



DATOS DE ORGANIZACIÓN



Formación válida para acreditar la formación continua obligatoria para distribuidores de seguros.

*Será necesario confirmar asistencia presencial o webinar en el momento de la inscripción.

La realización de la formación está condicionada a un mínimo de asistentes en la modalidad presencial.

Asistencia y evaluación:

- Es necesario asistir como mínimo al 80% de las clases para poder superar la formación.
- Es de máxima importancia, para el buen aprovechamiento del Programa, la implicación del alumno y la participación en las aulas.
- Para la superación del programa cada alumno deberá presentar su proyecto final ante el tribunal.

Admisiones:

Desde la apertura de la convocatoria hasta el 10 de febrero de 2026.

Matrícula:

Precio para entidad adherida a ICEA: 1.435€ + 21% IVA

Precio para entidad No adherida a ICEA: 1.790€ +21% IVA

Condiciones de inscripción:

La cuota de inscripción puede hacerse efectiva mediante transferencia bancaria, a nombre de Asociación ICEA, a nuestra c/c nº IBAN ES49 0081-7118-57-0001087611 del Banco Sabadell, en la calle López de Hoyos, 42 (28006 Madrid).

Para más información:

Los interesados pueden realizar las consultas que precisen sobre el programa formativo, proceso de admisión y presentación de solicitudes, dirigiéndose a:



Bárbara Sequera
barbara.sequera@icea.es
Tfno. 91 142 09 91



López de Hoyos, 35 - 5ª planta.
28002 Madrid
Tel: 91 142 09 00
www.icea.es

 @icea_es
 Asociación ICEA

ISO 9001
BUREAU VERITAS
Certification

