



CONSORCIO INTERNACIONAL DE CONSULTORIA

SEMINARIO

LA BANCA Y LA OPTIMIZACION DE LAS COLOCACIONES

PRESENTACION: PILAR SANTAMARIA DEL CASTILLO



Lic. Ciencias de la Comunicación
Universidad Central de Madrid
Asesora Grupo Banco Vitalicio España.
Directora de RR.PP. CICSA (Actual).

EXPOSITORES: LEONARDO BRINER BILLARD



Contador - Auditor
Universidad de Santiago
Licdo. en Psicología, Universidad La República
Director de Proyectos Seguros Masivos en
Tiendas Jhonson´s; Ripley, Hites, Tricot y
Banco Internacional S.A. Banco Fie
Conferencista Congresos Limnra y Copaprose
Director Agencias Briner LLC. Miami USA.

ANTONIO JOSE MORALES DE QUEZADA



Lic. Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad Complutense de Madrid - España
Asesor Grupo Sul-América Seguros Brasil
Director Planificación Seguradora Alianza S.A.
Asesor Banco Árabe Latinoamericano, ARLABANK
Asesor Gerencia General Banco de Chile
Director Ejecutivo Revista VISOR Seguros
VP. Internacional CICSA (Actual).

INVITADOS ESPECIALES: ASOCIACION DE BANCOS APCS. INTENDENCIAS BANCO CENTRAL DEL PARAGUAY

FECHA: ABRIL 25
LUGAR: SALON HOTEL SHERATON ASUNCIÓN
VALOR: US\$ 95 Noventa y Cinco Dólares netos.
INSCRIP: Licda. Srta. Pilar Santamaria
Tel. +56-993685810 – 56-223590617 - e-mail: cicsa@vtr.net
HASTA: MARZO 20 - CUPOS LIMITADOS

Estimados Señores:

La **BANCA** a través de sus Canales Alternativos deberían generar ingresos imprescindibles, ya no solo deseables.

La pregunta es: ¿La gestión del Canal está bien hecha? ¿Representa o no entre el 20 y el 40% de utilidades del banco antes de impuesto?
Si la respuesta es sí, la gestión de venta de seguros está bien hecha.
Si no llega al 20% o le cuesta llegar al 27%, el negocio masivo está deficientemente mal operado. Esto podría ser una excelente noticia, lo que se traduce en qué si la gestión toma, en el futuro inmediato, el rumbo correcto, el banco podrá contar con recursos frescos que antes no tenía contemplados.

La siguiente pregunta entonces no es si lo debemos desarrollar y de qué forma, sino con quién y cómo.

CICSA, en el Seminario, enmarcado en el **SC-2025**, llevará a los participantes a conocer la forma de aplicación del **MODELO BRINER**, con los 6 factores alineados para el éxito de la gestión, herramientas que los participantes podrán optimizar en sus respectivas entidades, de parte de quién tiene la mayor expertise y comprobados éxitos en el **SECTOR BANCARIO** de la región.

Por la relevancia del evento, concurrirán a él los principales ejecutivos del sector Bancario relacionados con el tema, tales como Gerentes Comerciales, Gerentes de la Banca de Personas, Gerentes de Canales, entre otros.

PROGRAMA

ABRIL 25 (10.00 AM).

PRESENTACION

TEMARIO

Realidad actual.

- Disminución de negocios de Core de Bancos y Canales masivos
- Aumento significativo del riesgo
- Necesidad de nuevos ingresos sin riesgos asociados (Sin incobrables ni moras).
- Necesidad de gran volumen de ingresos (Significativos).
- Necesidad de URGENCIA de esos ingresos (Rapidez).
- Necesidad de MAXIMIZAR el rendimiento de estos negocios

¿POR QUÉ LOS BANCOS DEBEMOS VENDER MASIVAMENTE SEGUROS VOLUNTARIOS?

¿POR QUÉ USAR EL MODELO LEO BRINER PARA COMERCIALIZARLOS?

¿QUE REQUISITOS DEBO REUNIR COMO INSTITUCIÓN FINANCIERA?

¿CUAL ES MI POTENCIAL DE INGRESOS Y LA VELOCIDAD DE SU GENERACIÓN?

1.- ¿Qué hacer para optimizar la colocación de seguros masivos?

DEBEMOS PREGUNTARNOS:

- * Dado el tipo de productos que ofrecemos, ¿nos permite la venta de Seguros Masivos?
- * Dado esos productos, ¿Qué ingresos podemos esperar recibir?
- * ¿Cómo se compara lo anterior con lo que efectivamente ingresa por este concepto?

2.- ¿Qué estamos haciendo mal?

- Estamos aprovechando los canales adecuados?
- Que productos de seguros vendemos?
- Cuál es el monto de la prima que podemos cobrar?
- Cual es el modo de cobro de las primas?
- Existe la competencia?
- La venta voluntaria de seguros ¿afecta la venta del producto bancario?
- ¿Qué sistema de capacitación, motivación e incentivos utilizamos?
- Cómo se hace el seguimiento de la gestión?
- Como colabora la Alta Gerencia en este negocio?

3.- ¿Estamos atendiendo bien las generalidades del negocio?

- * A quien vender
- * Seguros a ofrecer
- * Tangibilizadores
- * Productos que no requieran Suscripción compleja
- * Soporte de procesos viciosos

BREAK

TIPS PARA LA FUERZA DE VENTAS y LA NATURALEZA PSICOLOGICA DEL SEGURO

- La compra produce un grado de felicidad
- Necesidades de seguros
- Obligación de Asegurar
- No queremos ver el riesgo
- Acción proactiva
- Oferta y demanda
- Naturaleza psicológica del seguro

EXPERIENCIA EN EL DESARROLLO Y GESTION DE CANALES MASIVOS

- Basado en la experiencia real
- De la memoria a la clasificación de conceptos y tareas
- Conjunto de generalidades y particularidades

4.- CONVERSACIÓN ABIERTA: **GANEMOS DINERO.**

- **Otras consideraciones:**
- Un ligero hacer o no hacer hace la diferencia
- ¿Cuál es el costo del sponsor en este negocio?
- Ya tengo Compañía y/o Corredor de Seguros.

ALIANZA ESTRATEGICA DE ACTORES

- Alianza estratégica
- Beneficios generales del proyecto Win-Win.
- Perseverancia y paciencia
- Compromiso de las Compañías de Seguros y Sponsor.
- **SPONSOR ADECUADO**
- **COMPAÑÍA DE SEGUROS Adecuada.**
- **ASESOR Adecuado.**

Conclusiones Generales: Join Venture para el **MEJOR NEGOCIO.**

VINO de HONOR