

Estándar de competencias profesionales

Dirigir y supervisar a la red de auxiliares externos de mediación de seguros y reaseguros

Familia Profesional	Administración y Gestión
Nivel	3
Código	ECP1799_3
Estado	BOE
Publicación	RD 1549/2011

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 Transmitir con efectividad la información corporativa y de los diferentes productos y servicios de seguros y reaseguros intermediados a la red de auxiliares externos, comprobando su comprensión y utilización, a fin de proporcionarles las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos establecidos.

IC1.1 La información corporativa -código ético y de buenas prácticas, sistema de gestión de la calidad, medioambiente, relaciones humanas, argumentario comercial, políticas motivadoras u otras- de la organización, se transmite a la red de auxiliares externos, de forma ordenada, en los soportes disponibles y con un lenguaje asequible a sus destinatarios.

IC1.2 Las características generales y las preguntas más frecuentes sobre los productos ofertados por la empresa de mediación -tipo, estructura del seguro u otras así como las actualizaciones en los catálogos, se transmiten a los auxiliares externos de forma ordenada, clara y precisa, entregándose el material necesario en los soportes disponibles.

IC1.3 Las técnicas y estrategias de refuerzo dirigidas a la captación de clientela, se comunican a la red de auxiliares externos de forma ordenada, clara y precisa, entregando, en su caso, el material necesario.

IC1.4 Las dudas planteadas por parte de los auxiliares externos en el ámbito de su actuación, se resuelven con precisión y asegurando su comprensión.

EC2 Acordar y distribuir con la red auxiliares externos las acciones de captación de clientela de acuerdo con la programación establecida, argumentando sus ventajas y beneficios, a fin de promover las buenas relaciones comerciales y el compromiso con los objetivos.

IC2.1 Los objetivos a alcanzar se distribuyen entre los auxiliares externos en función de su capacidad, proporcionalmente, por zonas o por consenso con los mismos.

IC2.2 Los productos, condiciones, comisiones u otras características, se comunican al comienzo de cada campaña, a los miembros de la red de auxiliares externos, exponiendo sus particularidades con claridad y asegurando la comprensión de sus términos.

IC2.3 Las ampliaciones, modificaciones o eliminación de condiciones en relación con las acciones o medidas de captación de clientela de cada uno de los miembros de la red de auxiliares externos, se acuerdan valorando los motivos argumentados, permitiendo y fomentando la interacción.

IC2.4 Los premios y comisiones de cada uno de los miembros de la red de auxiliares externos se acuerdan de forma vinculante en función del régimen de pagos previamente establecido, de acuerdo con la legislación vigente.

IC2.5 Las acciones derivadas del cumplimiento o incumplimiento de los objetivos establecidos relativas a comisiones, incentivos y desarrollo profesional, se acuerdan con los miembros de la red de auxiliares externos, estableciendo sus términos de forma clara y precisa.

EC3 Evaluar y controlar el resultado de las acciones programadas y la calidad de los servicios prestados por la red de auxiliares externos, contrastándolos con los objetivos marcados, a fin de detectar las desviaciones.

IC3.1 Los principales índices estadísticos de control de resultados de las acciones programadas - índice de visitas y entrevistas concertadas, nivel de calidad percibido por el cliente, otros- se calculan de forma periódica sobre datos concretos, cuantificables, mensurables e interpretables, y utilizando en su caso aplicaciones informáticas.

IC3.2 El informe de seguimiento de la actividad de captación de clientela, y de la competencia de la red de auxiliares externos, se elabora recogiendo de forma clara y organizada los datos internos y externos relacionados, utilizando las aplicaciones informáticas disponibles.

IC3.3 Los principales indicadores de control de calidad de los servicios prestados -número de reclamaciones, índice de repetición de clientes, otros- se calculan periódicamente sobre datos concretos, cuantificables, mensurables e interpretables, y utilizando en su caso aplicaciones informáticas.

- IC3.4** El grado de cumplimiento de los estándares de calidad se controla periódicamente comparando distintos tipos de indicadores establecidos -número de reclamaciones, índice de repetición de clientes, otros- con el nivel de calidad de servicio marcado.
- IC3.5** El balance cuantitativo y cualitativo de las acciones de captación de clientela planificadas, se realiza comparando las previsiones iniciales con los resultados finalmente conseguidos.
- IC3.6** Las desviaciones sobre el cumplimiento de los objetivos en cada momento del proceso y sobre la previsión del comportamiento de los mismos se miden aplicando los procedimientos establecidos por la organización -fijación de porcentajes de referencia, desviación típica, comparación de ratios e indicadores con índices de referencia u otros-.

EC4 Seguir e impulsar las acciones de captación de clientela de la red de auxiliares externos de acuerdo con los objetivos marcados, a fin de conseguir carteras consolidadas.

- IC4.1** Los objetivos en relación con las acciones de captación de clientela de la red de auxiliares externos se revisan de acuerdo con el presupuesto establecido, la estimación del potencial de crecimiento, mantenimiento de negocio, venta cruzada u otros.
- IC4.2** El seguimiento de las acciones de captación de clientela emprendidas y programadas - publicidad, visitas concertadas, mailing, otros-, se realiza puntualmente revisando los objetivos propuestos.
- IC4.3** Los factores que influyen en la desviación del volumen captado de clientes se identifican, a través de los hechos y circunstancias aportados individualmente, por parte de los auxiliares externos, aplicando procedimientos de intercomunicación eficaces.
- IC4.4** Los informes de la ejecución o desviación del volumen inicial captado de clientes por parte de la red de auxiliares externos se elaboran periódicamente, de forma colectiva e individualizada, detallándose, los datos del número de pólizas por producto, e importes, y resaltando en ellos la aportación de nuevos clientes a la cartera.
- IC4.5** El volumen de negocio captado por los auxiliares externos se impulsa motivándoles y reconociéndoles los éxitos profesionales a través de incentivos económicos o premios entre otros, y ajustando los procedimientos de actuación necesarios a cada caso.
- IC4.6** La responsabilidad individual y/o colectiva en la consecución de los objetivos se transmite a los miembros de la red de auxiliares externos, fomentando el logro personal y el trabajo en equipo.

EC5 Corregir las desviaciones detectadas en el seguimiento de las acciones de captación de clientela programadas, estableciendo y aplicando las acciones necesarias a fin de alcanzar los objetivos y estándares de calidad determinados.

- IC5.1** Las desviaciones respecto al volumen inicial de negocio captado se analizan con la red de auxiliares externos por comparación entre las ventas previstas en la planificación y las conseguidas.
 - IC5.2** Las medidas de corrección de las desviaciones se fijan de acuerdo con la red de auxiliares externos, argumentando y confirmando el significado y las implicaciones de las acciones propuestas, y consiguiendo el compromiso con la entidad.
 - IC5.3** Las medidas correctoras propuestas se transmiten a la red de auxiliares externos, detallando el modo de aplicación de las mismas para asegurar la adaptación de los recursos humanos y materiales a las modificaciones propuestas.
 - IC5.4** El procedimiento de aplicación de las medidas correctoras se establece teniendo en cuenta los parámetros comerciales y de calidad identificados -visitas y entrevistas concertadas con clientes, competencia, producto asegurador, entorno, otros-, y de acuerdo con los objetivos establecidos por la organización.
 - IC5.5** Las desviaciones se reconducen revisando el plan comercial y de calidad, y en su caso, pidiendo un mayor esfuerzo a los miembros de la red de auxiliares externos si se considera que los objetivos son alcanzables en las condiciones actuales.
 - IC5.6** Los incentivos a la red de auxiliares externos se actualizan de acuerdo con el nivel de calidad de su trabajo, y el cumplimiento de los objetivos, de acuerdo con la legislación vigente.
 - IC5.7** La continuidad de los acuerdos de colaboración de los miembros de la red de auxiliares externos se determina, en su caso, en función del cumplimiento de los estándares de calidad definidos.
- EC6** Resolver situaciones conflictivas existentes en el seno de la red de auxiliares externos, mediante la conciliación y participación, para facilitar las relaciones con los mismos.
- IC6.1** El conflicto real y sus elementos se determinan con precisión atendiendo a las diferentes posiciones de partida y los puntos de desacuerdo en el seno de la red de auxiliares externos.
 - IC6.2** Las causas de los conflictos con los auxiliares externos así como las discrepancias entre ellos, se analizan identificando las diferentes posiciones de partida y los puntos de desacuerdo de las partes y ponderando las distintas alternativas y sus posibles consecuencias.
 - IC6.3** Los factores que influyen en la toma de decisiones para resolver el conflicto entre los auxiliares externos y de éstos con la dirección, se identifican analizando la dificultad del asunto y las actitudes de las personas que intervienen.
 - IC6.4** Las alternativas en la toma de decisiones para la resolución del conflicto se generan evaluando la posibilidad de consecuencias adversas, su probabilidad, gravedad y los riesgos asociados.

IC6.5 La decisión final en la resolución del conflicto se alcanza buscando el mayor grado de aceptación posible entre los auxiliares externos y los objetivos de la organización.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Ordenador personal, terminal de teleproceso, impresora, redes, internet, aplicación de gestión de la relación con el cliente -CRM-, paquetes integrados de textos y hojas de cálculo. Aplicaciones informáticas para realización de presentaciones. Catálogo de productos, condiciones generales de los distintos productos intermediados.

Información utilizada o generada

Plan comercial. Listados de clasificación de clientes. Estrategia comercial de la organización. Información sobre clientes, segmentos, productos, servicios, aseguradoras, datos de navegación por la web, competencia. Legislación vigente en materia de protección de datos, prevención de riesgos profesionales y calidad. Pólizas y suplementos, liquidación de recibos y saldos. Número de clientes captados por producto de seguros o reaseguro intermediado. Teoría general de seguros o reaseguro y de cada producto en particular. Manuales en el manejo de las aplicaciones informáticas de seguimiento de objetivos. Porcentajes de referencia, desviación típica, ratios, indicadores, índices de referencia u otros. Manual de la organización. Características técnicas generales de los productos de nueva creación. Información sobre campañas, premios de ventas, comisiones u otros. Información sobre volumen de negocio captado. Indicadores de control de calidad. Sistema de información de medidas correctoras.