

Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros (MF2177_3)

Gestión y coordinación de los canales de distribución de seguros (MF2177_3)

Duración: 40 horas

Precio: 300 euros.

Modalidad: e-learning

Metodología:

El Curso será desarrollado con una metodología a Distancia/on line. El sistema de enseñanza a distancia está organizado de tal forma que el alumno pueda compatibilizar el estudio con sus ocupaciones laborales o profesionales, también se realiza en esta modalidad para permitir el acceso al curso a aquellos alumnos que viven en zonas rurales lejos de los lugares habituales donde suelen realizarse los cursos y que tienen interés en continuar formándose. En este sistema de enseñanza el alumno tiene que seguir un aprendizaje sistemático y un ritmo de estudio, adaptado a sus circunstancias personales de tiempo

El alumno dispondrá de un extenso material sobre los aspectos teóricos del Curso que deberá estudiar para la realización de pruebas objetivas tipo test. Para el aprobado se exigirá un mínimo de 75% del total de las respuestas acertadas.

El Alumno tendrá siempre que quiera a su disposición la atención de los profesionales tutores del curso. Así como consultas telefónicas y a través de la plataforma de teleformación si el curso es on line. Entre el material entregado en este curso se adjunta un documento llamado Guía del Alumno dónde aparece un horario de tutorías telefónicas y una dirección de e-mail dónde podrá enviar sus consultas, dudas y ejercicios El alumno cuenta con un período máximo de tiempo para la finalización del curso, que dependerá del tipo de curso elegido y de las horas del mismo.

© icaformación2026

Profesorado:

Nuestro Centro fundado en 1996 dispone de 1000 m2 dedicados a formación y de 7 campus virtuales.

Tenemos una extensa plantilla de profesores especializados en las diferentes áreas formativas con amplia experiencia docentes: Médicos, Diplomados/as en enfermería, Licenciados/as en psicología, Licencidos/as en odontología, Licenciados/as en Veterinaria, Especialistas en Administración de empresas, Economistas, Ingenieros en informática, Educadodores/as sociales etc…

El alumno podrá contactar con los profesores y formular todo tipo de dudas y consultas de las siguientes formas:

-Por el aula virtual, si su curso es on line
-Por e-mail
-Por teléfono

Medios y materiales docentes

-Temario desarrollado.

-Pruebas objetivas de autoevaluación y evaluación.

-Consultas y Tutorías personalizadas a través de teléfono, correo, fax, Internet y de la Plataforma propia de Teleformación de la que dispone el Centro.



© icaformación2026

Titulación:

Una vez finalizado el curso, el alumno recibirá por correo o mensajería la titulación que acredita el haber superado con éxito todas las pruebas de conocimientos propuestas en el mismo.

Programa del curso:

1. Comercialización de seguros y reaseguros.
1.1. El mercado de seguros y reaseguros:
1.1.1. Organización y regulación del sector en España y la UE.
1.1.2. Agentes participantes en la comercialización de seguros.
1.2. Canales de comercialización y red de venta en el sector asegurador:
1.2.1. Red agencial.
1.2.2. Red de mediadores. Clases, funciones, forma jurídica y actividades.
1.2.3. Agentes de seguros: Tipos y diferencias. Requisitos de constitución.
1.2.4. Operador de banca-seguros: Operador de banca-seguros exclusivo. Operador de banca-seguros vinculado.
1.2.5. Corredores: Corredor de seguros. Corredor de reaseguros.
1.2.6. Auxiliares externos de los mediadores de seguros.
1.2.7. Venta directa telefónica.
1.2.8. Distribución por grandes superficies.
1.2.9. Venta online y off-line.
1.3. La empresa aseguradora:
1.3.1. Régimen legal de la empresa aseguradora y la distribución de seguros privados.
1.3.2. Condiciones de acceso y ejercicio de la actividad aseguradora.
1.3.3. Establecimiento y prestación de servicios de la actividad aseguradora privada.
1.3.4. Acceso y ejercicio de la actividad aseguradora.
1.3.5. La competencia profesional de los profesionales implicados en la comercialización de seguros.
1.3.6. Conformación de la red de distribución de seguros y reaseguros.
1.4. Planificación de la comercialización de seguros y reaseguros.
1.4.1. Los objetivos comerciales
1.4.2. Planificación y desarrollo de nuevos productos: cartera de productos y precios.

© icaformación2026

1.4.3. Distribución del producto: Formalización del acuerdo de distribución.
1.4.4. Publicidad, promoción y relaciones públicas.
2. Organización de la red de venta de seguros y reaseguros.
2.1. Concepto de Red de venta:
2.1.1. Características según necesidades.
2.1.2. Red de venta interna y externa.
2.2. Determinación del tamaño de la red.
2.3. Necesidades materiales de la Red.
2.4. Necesidades presupuestarias: Ingresos y gastos de los canales.
2.5. Los sistemas de remuneración a la red de mediación.
2.5.1. Comisiones: Tipos: Inicial, de nueva producción, de cartera, de administración, anticipada o provisional, de cobranza, sobre beneficios, de gestión, básica, fija, variable, complementaria, otras.
2.5.2. Concursos de producción, subvenciones, compensaciones complementarias, estímulos de prestigio, otros.
2.6. La selección de equipos de venta interno.
2.6.1. Perfil profesional: formación técnica, habilidades sociales, actitudes y aptitudes.
2.6.2. Fuentes de reclutamiento del personal: oficina de empleo, anuncios en diferentes medios de búsqueda de empleo, Colegio de mediadores, empresas de trabajo temporal, otras entidades.
2.7. Procesos y fases de captación y selección de personal: entrevista, dinámica de grupos y otros.
2.7.1. Evaluación de los procesos de selección.
3. Planificación y gestión comercial del equipo de ventas de seguros y reaseguros.
3.1. Los planes comerciales en entidades aseguradoras:
3.1.1. Objetivos de grupo e individuales: rentabilidad, crecimiento, otros.
3.1.2. Medios para su consecución.
3.1.3. Cálculo de ratios de consecución de objetivos: potencial de crecimiento, incrementos, índices estadísticos, otros.
3.1.4. Tipo y número de acciones para la consecución de objetivos de los equipos de ventas (nueva producción, cartera, zona de actuación, plazos).
3.1.5. El plan de programación de actividades de venta. Estructura y contenido.
3.1.6. El presupuesto de ventas. Partidas, mantenimiento y explotación de la cartera de clientes. Métodos de previsión y estimación.
3.1.7. Reasignación de objetivos.
3.2. La gestión por objetivos:
3.2.1. Ventajas
3.2.3. Inconvenientes
3.3. Asignación de zonas, clientes u otros parámetros al equipo de ventas.
3.4. Los procedimientos de control y evaluación desarrollo de acciones comerciales:
3.4.1. El seguimiento y control de la ejecución de las acciones comerciales.
3.4.2. Sistemas y procesos de seguimiento a la red de ventas: Información comercial.
3.4.3. Procesos de control de gestión: elaboración de ratios e indicadores de gestión de la cartera de clientes y rentabilidad de productos.
3.4.4. Identificación de desviaciones de gestión: análisis de causas y consecuencias. (De carácter técnico, de

© icaformación2026

atención personal y comunicación con el cliente. Aplicación de medidas correctoras ante las desviaciones de gestión (replanteamiento y reasignación de objetivos, redefinición de procesos, métodos de incentivos, rescisión de acuerdos, etc.).
3.4.5. Diagrama del proceso de control de gestión de una entidad aseguradora.
3.4.6. Procedimientos de control de calidad del servicio de la red de mediadores: métodos, parámetros e indicadores. Cuantificación (rentabilidad, capacidad, situación geográfica, rapidez en cobro de recibos u otros).
3.4.7. Elaboración de informes de gestión.
4. Liderazgo y formación del equipo de venta de entidades aseguradoras.
4.1. Liderazgo y motivación de equipos de ventas en distintos canales de distribución:
4.1.1. Consecución de objetivos planteados. Su importancia.
4.1.2. Estilos de liderazgo: formal y real. (Métodos o estilos de dirección o gestión: autocráticos, democráticos, mixtos, burocráticos, paternalistas, Tradición, coacción, carisma, propiedad, acuerdo o contrato. Representante, enlace, líder, monitor, difusor, portavoz).
4.1.3. La motivación. Profesional y personal. La pirámide de Maslow. La jerarquía de las necesidades. Motivación de logro, de afiliación, de poder, de reconocimiento, otras. Técnicas de motivación.
4.1.4. Los incentivos externos: recompensas, seguridad, formación, promoción, competencia, condiciones de trabajo, el cambio de tarea, otros.
4.1.5. Los incentivos internos: la relación con el grupo, trabajo enriquecedor, interesante, confianza, promoción lateral, otros.
4.1.6. Competencias y capacidades personales del puesto de trabajo: buen comunicador, empático, buen escuchante, que ofrezca confianza, fiable, tolerante, equilibrado, ecuánime, que sea capaz de tomar decisiones competentes, otras.
4.2. Los programas de formación en la actividad de mediación de seguros y reaseguros.
4.2.1. Competencia profesional y reciclaje: normativa aplicable.
4.2.2. Contenidos. Programación secuencial.
4.2.3. Metodología. Técnicas didácticas.
4.2.4. Recursos materiales: aulas, equipamiento, material escolar, hardware y software.
4.2.5. Soporte didáctico: presencial, telefónica, Internet, otros.
4.2.6. Profesorado: experiencia profesional, experiencia didáctica, formación, otros.
4.2.7. Temporalización: Horas efectivas para consecución de objetivos.
4.2.8. Evaluación de las acciones de formación. Instrumentos y criterios.
4.3. El proceso de enseñanza-aprendizaje aplicado a personas adultas.
4.3.1. Características.
4.3.2. Factores que intervienen.
4.3.3. Técnicas de comunicación y habilidades sociales.
4.3.4. Métodos masivos de comunicación grupal: seminarios, conferencias, entrevistas, otros.

© icaformación2026