## Fecha: 19 de agosto del 2025

## PLAN DE TRABAJO DIRECTOR DE AGENCIA

**Objetivo general**

Fortalecer las competencias estratégicas, comerciales y de liderazgo del Director de Agencias, con el fin de optimizar la gestión integral de las agencias a su cargo, impulsar el crecimiento sostenible del negocio asegurador, y consolidar equipos de alto desempeño alineados a los objetivos corporativos.

**PROCESO DE CAPACITACIÓN**

**Módulo 1: Rino y su Cultura Organizacional (Capacitador)**

**¿Quiénes somos?**

* RINORISK
* Socios Comerciales

**Misión, visión y valores**

* Implementar y ejemplificar los valores de la empresa con el puesto que está desempeñando. Destacando la importancia de proyectar y fortalecer esos valores con su fuerza de ventas.

**Sector Comercial y Equipo de Servicio**

* Explicar la estructura por la que está conformada el área comercial y funciones que desempeñan, así como la importancia de la correcta gestión con su fuerza de ventas.

**Objetivo**:

Al finalizar el módulo, los participantes serán capaces de identificar los principios culturales de la organización, aplicarlos en su desempeño diario y contribuir activamente a un ambiente laboral positivo, colaborativo y orientado a resultados.

**Módulo 2: Detalles del Puesto (Auditor)**

* Actividades del puesto
* Rino y mi lugar en la empresa
* Funciones del puesto

**Objetivo:**

Al finalizar el módulo, el participante será capaz de reconocer el propósito de su rol, identificar cómo contribuye a los objetivos generales de la empresa y aplicar las herramientas necesarias para desempeñarse con eficacia y alineación a la cultura organizacional.

**Módulo 3: Determinación de metas, objetivos y esquemas de compensación**

**Pendiente**

**Módulo 4: Proceso de Recluta y Desarrollo de Agentes (Reclutadores)**

**Objetivo:** Al finalizar el módulo, el Director de Agencia será capaz de conocer, aplicar y dar seguimiento al proceso de reclutamiento y desarrollo de agentes de seguros, comprendiendo cada una de sus etapas: atracción de candidatos, selección, inducción, acompañamiento y plan de carrera. Con ello, podrá garantizar la incorporación de agentes alineados al perfil deseado, fomentar su permanencia y potenciar su crecimiento dentro de la organización.

**Proceso de Recluta**

**Fuentes y Estrategias de Atracción**Los reclutadores utilizan distintas estrategias y canales para la atracción de talento, entre ellos:

* Publicaciones y campañas en grupos de Facebook específicos del ramo.
* Búsquedas directas y contacto vía LinkedIn.
* Redes personales y networking con agentes del sector.
* Campañas temáticas de atracción (por ejemplo: mujeres mamás con necesidad de flexibilidad e ingresos).

**Proceso de Evaluación de Candidatos**

Una vez contactado el prospecto, se sigue el siguiente proceso:

1. Revisión curricular: Se descartan perfiles no alineados al perfil deseado (por ejemplo, perfiles sin escolaridad mínima o con historial laboral incompatible).
2. Primera entrevista: Se conoce el historial y las motivaciones del prospecto.
3. Si el perfil del agente tiene algún KO´s básico se descarta el perfil. (Filtro actitudinal: Si el candidato no está dispuesto a trabajar por comisión, es descartado)

**Venta de Carrera y Presentación de Valor**

Cuando un prospecto supera los filtros iniciales, se le presenta la “Venta de carrera”, que consiste en mostrarle la propuesta de valor de Rino Risk:

* Atractivo esquema de ingresos mediante comisiones.
* Acceso a herramientas como la calculadora de ingresos.
* Posibilidades de crecimiento como agente de seguros.
* Respaldo de aseguradoras líderes.

Si el candidato cumple con el perfil se envía a evaluación POP.

Esta fase es clave para evaluar el interés real del candidato y alinearlo con la visión de la promotora.

**Clasificación de Prospectos**

Tras la venta de carrera, el prospecto puede clasificarse en dos tipos:

**A. Agentes con Cédula**

Se agenda una entrevista con dirección comercial, donde se evalúan temas como:

* Ramo principal que maneja.
* Motivaciones para integrarse a Rino Risk.
* Presentación de la oferta de valor personalizada.

Si se aprueba, se canaliza con Recursos Humanos para la conexión formal con la aseguradora.

**B. Agentes sin Cédula (“Cero Kilómetros”)**

Se realiza una sesión de encuadre, en la que se explican las reglas para iniciar el proceso de formación.

Posteriormente, se integra a una lista de espera para la capacitación inicial, conocida como Arranque Rápido. El prospecto empieza a trabajar en su PP200.

**Desarrollo de Agentes (Capacitador)**

Cuando un agente es nuevo y no conoce del sector, será enviado al curso de Arranque Rápido.

En el cual se abordan los siguientes puntos:

**Sesión de Encuadre:**

* Se establece un marco de cooperación entre el agente y la promotoría, dejando claras las condiciones generales de trabajo conjunto.
* Carta de asignación de cartera: Documento que especifica la relación entre el agente y la cartera que se le asignará para su gestión
* Carta de aceptación de uso clave puente: Documento de consentimiento en el cual el agente acepta el uso temporal de un clave puente hasta la emisión de su propia clave por parte de la aseguradora.
* Reglas de capacitación: Normas de convivencia, puntualidad, participación y compromiso requeridas durante las sesiones.

**Bienvenida**

* Se brinda la bienvenida al curso, explicando el objetivo general y los objetivos específicos del programa de capacitación. Se refuerzan las reglas de convivencia y se presentan los módulos que se impartirán.
* Se les explican los valores, misión y visión que se tiene en la Promotoría.
* Se presentan las claves para tener éxito como disciplina, compromiso y motivación, fórmula del esfuerzo semanal y personas, definiendo el perfil del agente.
* Se enseñan conceptos básicos y el plan de carrera como lo son bonos de arranques, incentivos, concursos y convenciones.

**Prospección**

* Se define el concepto de prospección y su importancia crítica en la carrera de ventas. Se destaca que sin prospectos no hay negocio, sin importar la habilidad del agente.
* Se les muestra el triangulo de necesidades financieras, así como un activador de prospectos para que logren culminar su PP200.

**Llamada telefónica**

* Se trabaja en la redacción del guion que el agente utilizará para presentarse profesionalmente. Se muestran ejemplos de malas prácticas y un modelo estructurado basado en 4 preguntas clave.
* Adicional, se enseña que el único objetivo de la llamada telefónica es conseguir una cita. Se comparte un guion base con adaptaciones posibles y se establecen reglas para su correcta ejecución.

**Detección de Necesidades**

* El objetivo central es conocer las necesidades del cliente para construir una propuesta adecuada.
* Se muestra la estructura que se debe de llevar a cabo en esta primera entrevista, así como estrategias para implementarlo correctamente. Como rompe hielo, expectativas del cliente, perfil diagnóstico, teoría de la inversión, la evaluación del estado de salud del prospecto y la cantidad mensual para la estrategia.

**Presentación de la Propuesta**

* Enfoque de la propuesta centrado en el concepto y no solo en el producto. Se enseña de forma consultiva.

**Cierre**

* Se muestra la estructura de una cita de cierre, el objetivo de esta cita y como implementar técnicas de cierre adecuadas al prospecto.

**Servicio Post Venta**

* Se refuerza la idea de que la venta no termina con la firma, sino con una postventa de calidad: Refuerza la confianza, asegura permanencia de la póliza, abre la puerta a futuras contrataciones.

**Productos GMM y Vida**

Revisión de los principales productos:

* Temporal
* VPL (Vida Plazo Largo)
* Aliados + Ahorro
* Aliados + PPR (Plan Personal de Retiro)

**GMM**

* Flex Plus

**Módulo 5: Agentes Consolidados y Compra de Agencias (Capacitador y Comercial)**

**Agentes Consolidados**

**Módulo 6: Herramientas Digitales (Capacitador)**

**Objetivo:** Al finalizar el módulo, el Director de Agencia será capaz de implementar y promover el uso estratégico de las herramientas digitales de la Promotoría entre sus Agentes de Seguros, asegurando que éstas se integren en su gestión diaria para mejorar la prospección, el servicio al cliente y el seguimiento de resultados. Con ello, fortalecerá la productividad comercial de su fuerza de ventas y contribuirá al logro sostenido de las metas de la agencia.

* Programa Odoo: Portal por el cual se lleva a cabo la Gestión de Trámites de Pólizas de la Fuerza de Ventas. Se habla de la importancia de una correcta captura de solicitudes. Se visualiza el módulo de “Trámites” y las etapas de cada trámite. Así como la correcta búsqueda de cada ticket y el seguimiento del mismo.
* Classroom (próximamente Academia Rino): Se les muestra la plataforma de apoyo que tenemos, así como ingresar a los módulos correspondientes de cada clase y como realizar las evaluaciones correspondientes.
* Rino App: Se enseña a la fuerza de ventas el objetivo de la aplicación y se divide su proceso de capacitación en diferentes sesiones para evaluar módulo por módulo. Entre ellos tenemos el funcionamiento de tickets de servicio, contactos, perfil, camino al éxito, mis resultados, etc.
* Portal Rino

**Módulo 7: Producto y Compañías (Capacitador)**

**Objetivo:** Al finalizar el módulo, el Director de Agencia podrá conocer y gestionar estratégicamente los productos de seguros, para guiar a sus Agentes en su correcta comercialización y fortalecer los resultados de la agencia.

Dependerá de las oportunidades de negocio que el Director identifique en el sector, así como la Compañía con la que se conecte inicialmente su fuerza de ventas.

Se compartirá con el Director de Agencia la información de manuales para cotizar y formatos editables para el llenado correspondiente.

**Nota: El orden de los productos que se visualicen primero, pueden cambiar, dependiendo de las necesidades que el Director identifique.**

**Gastos Médicos (Yessenia)**

* Flex Plus
* Cotizador
* Emisor
* Solicitud

**Teórica:** Cuestionario de producto y/o cotizadores y emisores.

Mínima aprobatoria de 80 dentro de Academia Rino.

**Operativa:**

* Generar una cotización
* Llenado de solicitud
* Colocación de **1 negocio de GMM**

**Colectividad (Yessenia)**

* Línea Hospitalaria
* Cuidado Integral

**Vida (Yessenia)**

* Vida ProTGT
* Aliados + PPR
* Aliados + Kids
* Aliados + Ahorro
* Cotizador
* Emisor
* Solicitud

**Teórica:** Cuestionario de producto y/o cotizadores y emisores.

Mínima aprobatoria de 80 dentro de Academia Rino.

**Operativa:**

* Generar una cotización
* Llenado de solicitud
* Colocación de **1 negocio de Vida (cualquier producto)**

**Vida Grupo**

* Plan Protege Vida

**Autos**

* Paquetes comerciales
* Cotizador
* Emisor
* Auto Turista
* Legalizados (Por decreto y/o por aduana)

**Evaluación:**

**Teórica:** Cuestionario de producto y/o cotizadores y emisores.

Mínima aprobatoria de 80 dentro de Academia Rino.

**Operativa:**

* Generar una cotización
* Ruta para generación de endosos
* Colocación de **1 negocio de autos**

**Flotillas**

* Pyme Retail y/o folio por técnico

**Daños**

* Hogar Integral
* Cotizador
* Emisor

**Evaluación:**

**Teórica:** Cuestionario de producto y/o cotizadores y emisores.

Mínima aprobatoria de 80 dentro de Academia Rino.

**Operativa:**

* Generar una cotización
* Ruta para generación de endosos
* Colocación de **1 negocio de Hogar**

**Daños Empresarial**

* Plan Protege Daños
* Compartir Manuales de Daños y formatos de solicitudes RINO

**Módulo 8: Procesos ZAX (Gerente ZAX)**

* Aplicación de Claves Puente Rinorisk
* Documentación necesaria
* Carta Rino (Repartición de comisiones y responsabilidades)

**Módulo 9: Oferta de Valor (BIC) (Capacitador)**

**Objetivo:** el Director de Agencia será capaz de conocer, comunicar y capitalizar la oferta de valor de AXA, para transmitirla eficazmente a sus Agentes y clientes, fortaleciendo así la diferenciación competitiva y el posicionamiento de la agencia en el mercado.

Uno de los aspectos más importantes dentro del sector comercial es la Oferta de Valor que se tiene en las diferentes compañías. Es por ello que el Director de Agencias debe conocer:

* Tipos de Bonos
* Comisiones de productos
* Bases para Convenciones (AXA y RINO)
* Segmentación de Agentes

**Módulo 10: Habilidades Blandas (Capacitador)**

**Objetivo:** Fortalecer las habilidades blandas del Director de Agencias para liderar con empatía, comunicación efectiva y visión estratégica, impulsando el desarrollo del equipo y el logro de resultados sostenibles.

**Liderazgo Inspirador**

* Capacidad para motivar y guiar a los agentes hacia el cumplimiento de metas.
* Predicar con el ejemplo: ética, compromiso y constancia.
* Reconocer logros individuales y colectivos para fortalecer la cultura de éxito.

**Pensamiento Estratégico**

* Visualizar oportunidades de crecimiento en el mercado asegurador.
* Analizar datos de desempeño para tomar decisiones acertadas.
* Integrar innovación y nuevas tecnologías en la operación de la agencia.

**Módulo 11: Proceso de Venta (Capacitador y Comercial)**

**Objetivo:** Al finalizar el módulo, el Director de Agencia será capaz de identificar y analizar las necesidades de sus Agentes y clientes, con el fin de diseñar estrategias de apoyo, capacitación y soluciones comerciales que impulsen el crecimiento de la fuerza de ventas y fortalezcan la relación con los asegurados.

**Detección de Necesidades (Teoría de la Inversión)**

En este módulo se les brinda herramientas a la fuerza de ventas, tal como lo siguiente:

* Rompimiento de hielo
* Presentación del Agente
* Conocimiento de expectativas del cliente
* Perfil diagnóstico
* Conceptos y productos
* Teoría de la inversión
* Estado de salud
* Presupuesto
* Cierre

**Evaluación**

**Operativa**: Role Play aplicando la metodología brindada.

**Módulo 13: Portal (Capacitador)**

**Objetivo:** Al finalizar el módulo, el Director de Agencia será capaz de utilizar y supervisar el uso del portal de la compañía, aprovechando sus funciones para dar seguimiento a la gestión comercial, administrativa y de servicio de sus Agentes, asegurando eficiencia y control en los procesos de la agencia.

* Portal de Compañías correspondientes
* Mantenimiento de Pólizas
* Facturación de comisiones

**Evaluación**

**Teórica:** Cuestionario de producto y/o cotizadores y emisores. Mínima aprobatoria de 80 dentro de Academia Rino.

**Operativa:**

* Ruta para aplicación de endosos en pólizas
* Facturación de comisiones
* Descarga de factura/ clientes

**Módulo 14: Administración de Oficinas ‘¿**

**PENDIENTE**

**Módulo 15: Seguimiento (Capacitador y Comercial)**

Se tendrá una reunión semanal con el Director y el Subdirectores Comerciales para poder determinar las necesidades de capacitación que se vayan detectando conforme a la actividad diaria.

Se compartirá material de apoyo para que se haga llegar a la fuerza de ventas, así como los cursos que se vayan integrando en plataformas Rino.

Se le notificará al Jefe Directo el avance en metas establecidas de los Directores de Agencia, así como un tablero en donde vendrán los cursos que estos han tomado y cuales podrían ser opciones futuras.