

Seguros Seguros

Estudio Remuneración 2010



Michael Page
SEGUROS

MICHAEL PAGE INTERNATIONAL

Michael Page es la consultora líder en reclutamiento especializado. Nacido en el año 1976 en Inglaterra, Michael Page International cuenta con una experiencia de 30 años dentro del asesoramiento en selección especializada de mandos ejecutivos y está presente en Europa Continental, Asia-Pacífico y en América del Norte y del Sur.

A fecha de 31 de marzo de 2010, el Grupo cuenta con 136 oficinas en 28 países.

Cuenta con dieciséis divisiones:

- Comercial & Marketing
- Finanzas
- Banca
- Tecnología
- Ingenieros
- Inmobiliaria & Construcción
- Retail
- Educación
- Healthcare
- Tax & Legal
- Recursos Humanos
- Seguros
- Turismo & Hostelería
- Compras & Logística
- Asistentes & Secretarías
- Medio Ambiente & Energía

EL GRUPO MICHAEL PAGE EN ESPAÑA

Michael Page España nace en 1997, la sociedad experimenta un rapidísimo crecimiento a través de sus divisiones. Actualmente, la sociedad cuenta con 5 oficinas: Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla y Bilbao.

El Grupo Michael Page tiene desarrollado en España cuatro líneas de negocio que se encargan de dar respuesta a las distintas necesidades de selección de sus clientes.



ÍNDICE

1. Nota Preliminar	<i>pag. 09</i>		
2. Posiciones			
2.1 Apuntes sobre el sector seguros en el año 2009	<i>pag. 14</i>	2.5 Posiciones de Marketing	
2.2 Posiciones Específicas		2.5.1 Director de Marketing	<i>pag. 79</i>
2.2.1 Actuario Vida / IARD	<i>pag. 17</i>	2.5.2 Marketing Manager	<i>pag. 81</i>
2.2.2 Suscriptor	<i>pag. 21</i>	2.5.3 Responsable de Marketing Directo	<i>pag. 83</i>
2.2.3 Siniestros	<i>pag. 24</i>	2.5.4 Responsable de Comunicación	<i>pag. 85</i>
2.3 Posiciones Financieras		2.5.5 Director de Comunicación	<i>pag. 87</i>
2.3.1 Director Financiero	<i>pag. 28</i>	2.5.6 Responssable de Publicidad	<i>pag. 89</i>
2.3.2 Director de Auditoría Interna	<i>pag. 32</i>	2.5.7 Responsable de Marketing On-Line	<i>pag. 91</i>
2.3.3 Director de Control de Gestión	<i>pag. 36</i>		
2.3.4 Responsable de Consolidación	<i>pag. 40</i>	3. Nuestras oficinas	<i>pag. 94</i>
2.3.5 Responsable de Relación con Inversores	<i>pag. 44</i>		
2.3.6 Responsable de Financiación	<i>pag. 48</i>		
2.3.7 Responsable de Reporting	<i>pag. 52</i>		
2.3.8 Controller Financiero	<i>pag. 56</i>		
2.3.9 Auditor Externo	<i>pag. 60</i>		
2.3.10 Auditor Interno	<i>pag. 64</i>		
2.3.11 Responsable de Administración y Contabilidad	<i>pag. 68</i>		
2.4 Posiciones Comerciales	<i>pag. 72</i>		
2.4.1 Ejecutivo de Cuentas	<i>pag. 73</i>		
2.4.2 Comercial Seguros Colectivos (empresas)	<i>pag. 75</i>		
2.4.3 Gerente de Red Externa	<i>pag. 77</i>		

1. NOTA PRELIMINAR

Michael Page Seguros, la división del Grupo dedicada a la selección de personal en el sector seguros, fue creada de manera independiente del área de finanzas –banca en 2008 en respuesta a las necesidades de nuestros clientes: seleccionar profesionales del sector seguros para cubrir las necesidades en el seno de sus compañías.

La fuerte especialización de la división de Seguros ofrece a las empresas un alto valor añadido gracias a la especialización de nuestros consultores que provienen de dicha área.

Esta experiencia se traduce en un profundo conocimiento del mercado y de competencias solicitadas por nuestros clientes. Nuestra especialización, además, nos permite la selección vertical de candidatos con experiencia a partir de tres años hasta top management.

El estudio de remuneración que le presentamos ha sido realizado gracias a nuestro conocimiento del mercado y a la constante relación con clientes y candidatos.

La información de este estudio es resultado de un análisis empírico y dos fuentes de información:

- Base de datos de clientes y candidatos en el área financiera.
- Publicación de anuncios en prensa e internet.

Según las exigencias de nuestro cliente, utilizamos una u otra herramienta o ambas.

Para cada perfil profesional, realizamos un análisis de las principales características:

- Dependencia jerárquica
- Responsabilidades
- Perfil
- Evolución
- Remuneración en euros

Esperamos que este estudio os pueda ayudar en la gestión de vuestros recursos.



2. Posiciones



Apuntes sobre el sector seguros en el año 2009

Desde Michael Page Seguros hemos trabajado a lo largo del año con diferentes compañías de directo, reaseguro, corredurías, consultoras, agencias de suscripción y demás jugadores del sector asegurador. Esta experiencia nos ha proporcionado información muy cercana del mercado laboral en este mercado.

Acudiendo a datos de ICEA (Investigación Cooperativa entre entidades aseguradoras y fondos de pensiones) observamos como el volumen acumulado de primas a septiembre de 2009 ha incrementado un 5% respecto al 2008. Sin embargo, los ramos No Vida han sufrido un descenso del 3% ayudados en su mayoría por el decremento de más del 6% en Auto, y por el contrario podemos apuntar el crecimiento en Salud (5%) y Multirriesgos (3%). Estos datos pueden darnos pistas del comportamiento laboral en el sector. En este sentido ha sido un año con mucha demanda de posiciones en compañías de vida, centrados sobretodo en posiciones técnicas (actuarios y suscriptores), de inversiones y en puestos enfocados a la captación comercial y marketing.

El sector asegurador en España es cada vez mas competitivo, profesionales muy preparados están engrosando las plantillas. Si hacemos una diferenciación de puestos en el sector podríamos perfectamente hablar de posiciones técnicas (actuarios, suscriptores...), financieras, comercial y marketing y puestos staff.

Las posiciones técnicas han sido muy demandadas a lo largo del año y seguirán siéndolo en 2010. Las altas exigencias regulatorias, la entrada de normativas europeas, Solvencia II, etc. han requerido profesionales muy formados en las nuevas materias y con cierta experiencia. Los actuarios vuelven a ser escasos en nuestro país. Cada vez hay más universidades que ofrecen el título, pero la mayoría del sector asegurador se aglutina en Madrid y Barcelona, lo que unido a la falta de movilidad provoca escasez de actuarios. Por otra parte, estos sienten que la valoración de ellos en nuestro país carece de la fuerza que hay en nuestros países vecinos. En la otra cara, los niveles salariales no terminan de ajustarse a los del resto de países y la cada vez mayor internacionalización de las compañías demanda unos niveles de idioma bastante altos. El idioma sigue siendo asignatura pendiente en España, por lo que dificulta la incorporación de perfiles en las compañías.

El mismo ejemplo podríamos ponerlo con posiciones de suscripción, perfiles que han ido reinventándose y cada vez más se requieren perfiles técnicos – comerciales.

En la parte comercial podemos hablar de una mayor profesionalización en los perfiles. Se requieren licenciados con experiencia comercial en venta de servicios que puedan reciclarse al mundo asegurador. Son profesionales con altos conocimientos técnicos necesarios para captar y fidelizar a unos clientes cada día más exigentes. La demanda también se ha producido en ejecutivos dirigidos al canal mediado y a redes de distribución. Compañías tradicionalmente con ventas medidas han apostado por el directo y viceversa, con demanda en posiciones de este tipo.

La creación de nuevos ramos en compañías tradicionalmente ligados a productos concretos, buscando la diversificación y búsqueda de nuevas líneas de beneficios ha propiciado un movimiento en selección de profesionales tanto técnicos, comerciales y financieros. Podemos hablar también de compañías que están dirigiendo desde España su expansión internacional, lo que ha ayudado a incorporar nuevos perfiles con altas cualificaciones y potencial altísimo.

En general el sector asegurador se suele comportar de manera anticíclica, lo que atestigua el crecimiento en incorporación de profesionales en el sector durante este 2009 en el que el nivel de desempleo roza el 20% de la población activa.

Desde Michael Page Seguros hemos podido colaborar con muchos de los intervinientes claves del sector y seguiremos haciéndolo durante el año 2010, convirtiéndonos en un referente de la selección de mandos intermedios y directivos del mercado.

Desde la firma Michael Page se apuesta firmemente por el sector asegurador y esperamos poder colaborar con aquellas compañías que aún no han tenido la oportunidad de conocernos y brindar a los profesionales una nueva vía para acelerar sus carreras profesionales de nuestra mano.

En este estudio de remuneraciones dejamos patentes algunas posiciones claves del sector.

Posiciones Específicas

Actuario Vida / IARD

Dentro de las posiciones del sector seguros, el Actuario juega un papel muy importante: interviene en la concepción y creación de productos y tarificación de los mismos.

Según el Estatuto Profesional aprobado por Decreto del Ministerio de Hacienda 1216/1960, de 23 de junio, B.O.E. de 5 de julio de 1960, en su art. 5º dice:

“Corresponde al Actuario de Seguros la actuación, en exclusiva, en todas las cuestiones de técnica matemática y económica de las Instituciones de Seguros, Ahorro y Capitalización, y, como título de rango facultativo, autoriza a quienes lo poseen para ejercer los cargos de alta de dirección de las Empresas de Seguros, Ahorro y Capitalización; el asesoramiento, la peritación y el desempeño de cargos en los que se requiere el uso de sus conocimientos específicos en las materias de estadística matemática, teoría económica de las Empresas de Seguros, dirección y técnica contable y estimación cuantitativa de operaciones financieras”.

Los actuarios están especializados en todos los ramos del sector asegurador. Contando con dos grandes diferencias en Vida y No Vida. Los actuarios se van actualizando a las nuevas exigencias que demanda el mercado y los organismos reguladores. Encontramos actuarios en todos los intervinientes del mercado: compañías de reaseguro, compañías de seguro, corredurías, consultoras actuariales y empresas de diferentes sectores que demandan esta posición por el gran volumen de seguros que manejan.

El actuario debe evaluar la rentabilidad, el análisis de sus márgenes, y también intervenir en la gestión de activos/pasivos, es decir, la adecuación entre los recursos de la empresa y sus compromisos.

En España los actuarios estudian una licenciatura, cada vez mas extendida, Licenciatura en Ciencias Actuariales y Financieras. Estos pueden encontrar una salida profesional como especialistas y expertos en el análisis de mercados financieros de los departamentos de cualquier empresa relacionados con las finanzas, seguros, administración y contabilidad debido a sus altos conocimientos analíticos y matemáticos. Esto, unido a que son pocos los actuarios que se titulan cada año, provoca que haya pocos actuarios para cubrir las necesidades de las compañías aseguradoras, lo que provoca inflaciones salariales en este punto.

Dependencia:

El actuario se encuentra bajo la responsabilidad de un Director técnico.

Responsabilidades:

- Creación de productos. Establecer las tarifas.
- Categorizar los riesgos.
- Definir las condiciones de rentabilidad económica y financiera de las pólizas.
- Aconsejar y acompañar técnicamente a los encargados de la suscripción y de la comercialización de productos.

Perfil:

La titulación exigida es la Licenciatura en Ciencias Actuariales y Financieras. Los actuarios que deseen ejercer como tales a todos los niveles necesitan a su vez estar colegiados en los diferentes colegios de actuarios españoles.

Es requerido últimamente el control de programas informáticos debido a las innovaciones estadísticas y por las últimas tendencias de modelización económica. Se requiere también sentido agudizado de análisis, capacidad de síntesis, trabajo en equipo, sentido de la comunicación, curiosidad y espíritu creativo.

Los conocimientos en inglés son requeridos dada la información actualizada que viene de países extranjeros y a la internacionalización de las compañías.

Evolución:

La progresión lógica de un actuario es dirigirse hacia una dirección técnica.

La evolución suele ser escalonada pasando de posiciones junior, senior y manager. También hay salidas en la parte de suscripción, gestión de activos, marketing, etc.

Algunos ejemplos de la evolución después de años de desarrollo de funciones actuariales, entre otras son:

- Responsable técnico de productos
- Responsable Actuariado
- Responsable ALM (gestión de activos y pasivos)
- Responsable de Servicio de Estudios
- Responsable de ramos
- Dirección Técnica Actuarial

Figurando entre la “élite” de asalariados del sector seguros, los actuarios evolucionan muy fácilmente hacia puestos Directivos.

Remuneración en euros:

Los Actuarios son pocos en comparación con la demanda de los mismos, esto hace que la inflación salarial sea patente.

La remuneración está formada por una parte fija y puede estar formada por una parte variable, sobretudo en posiciones senior, representando una media del 15% del salario bruto fijo.

	Experiencia	Mínimo	Máximo	Bonus
Actuario Jr.	< 2 años	27.000	40.000	0-10%
Actuario	3-5 años	35.000	55.000	10-20%
Actuario Sr.	5-10 años	45.000	80.000	10-20%
Director	> 10 años	65.000	120.000	20-30%

Posiciones Específicas

Suscriptor

Dependencia:

Depende del Responsable de Suscripción, del Responsable de la Unidad de Negocio, del Director Técnico o del Director Comercial.

El suscriptor es el responsable de valorar el riesgo específico de una operación concreta y determinar la cotización correspondiente. Habitualmente el suscriptor se especializa dentro de un ramo específico: riesgos industriales, transporte, responsabilidad civil...

Responsabilidades:

- Evaluar y analizar el riesgo de una operación a partir de la información facilitada por la red comercial de mediadores o propia de la compañía.
- Definir las condiciones de garantía, la tarificación de las primas y el contrato.
- Participar con los comerciales y mediadores en la negociación con clientes.
- Participar en la elaboración del plan de negocios y la creación de nuevos productos debido al conocimiento específico del mercado y del producto.
- Definir los baremos de tarificación y de las condiciones de garantía.
- Eventualmente participar en la evaluación de un siniestro importante.

Los suscriptores de riesgo son especialmente buscados por compañías aseguradoras y sus filiales ya que son una figura clave a la hora de:

- Poder evaluar la rentabilidad de las operaciones realizadas.
- Tener controlada la siniestralidad incurrida.
- Tener controlado el riesgo operativo de la compañía.

Además, los suscriptores permiten a las compañías conocer directamente la evolución de un mercado concreto y detectar nuevas oportunidades de

negocio al estar en contacto directo con la red de mediadores y las fuerzas comerciales propias de la organización.

Perfil:

Debido al componente técnico y la exposición comercial de la posición, el suscriptor tiene una formación técnica específica vinculada al ramo en que desarrolla su actividad y unas aptitudes comerciales altas a nivel relacional, analítico y de negociación.

Evolución:

La evolución habitual dentro de una organización es asumir mayor autonomía, capacidad de suscripción y mayor implicación en el diseño de las políticas de suscripción de su ramo. Puede llegar a ser Manager de Suscripción, Responsable de Suscripción o incluso Director de Suscripción o Director de Unidad de Negocio. Por su experiencia y conocimiento técnico pueden llegar a optar a posiciones de Dirección General o Gerencia de compañías.

Remuneración en euros:

	Experiencia	Mínimo	Máximo	Bonus
Suscriptor Jr.	< 2 años	27.000	35.000	0-10%
Suscriptor	3-6 años	35.000	50.000	10-20%
Suscriptor Sr.	6-10 años	50.000	80.000	10-20%
Director	> 10 años	80.000	>100.000	20-30%

Posiciones Específicas

Siniestros

Dependencia:

El reporte del responsable de siniestros se da generalmente al director de atención al cliente o bien al director de Back Office.

Responsabilidades:

El responsable del siniestros es la persona encargada de administrar y gestionar los siniestros de los asegurados.

El responsable de siniestros entra en acción una vez que ha ocurrido el siniestro y gestiona las acciones que conducen a indemnizar y liquidar el siniestro. Sus principales funciones son:

- Asegurar la selección y la formación de los distintos colaboradores.
- Responder a la demanda de información, tanto de forma interna como externa.
- Controlar la calidad del servicio prestado, mediante el establecimiento de una técnica y el respeto de los procesos establecidos, así como la demarcación de los mismos.
- Definir los objetivos, controlar las desviaciones y analizar los resultados.
- Participar en los grupos de trabajo (estudios de rentabilidad, evolución de siniestros, renovación de pólizas y auditoría de las mismas).
- Velar por los intereses de su compañía y clientes.

- Revisar los hechos que han provocado el siniestro y que provocan la aparición del principio de indemnización.
- Mediar entre las partes involucradas en el siniestro.
- En caso de no llegar a un acuerdo extrajudicial, gestión con el departamento legal.
- Evaluación del daño asegurado y su indemnización, de acuerdo a los riesgos cubiertos por la póliza.

El perfil del responsable de siniestro se da especialmente en las compañías, aunque también se puede dar en otros participes como pueden ser las corredurías. El responsable de siniestros es fundamental para garantizar la rentabilidad de las pólizas.

Perfil:

La formación no es específica para la posición, puede ser en Derecho o Económicas. Los perfiles más buscados por las empresas son perfiles que deben demostrar una experiencia de entre 5 y 10 años, en función del departamento, con preferencia por los candidatos con experiencia en: siniestros, producción, colectivos...

El responsable de siniestros debe disponer de un gran rigor profesional, ya que debe prestar una especial atención a la calidad de los procesos. Debe contar con un espíritu crítico y capaz de sintetizar, ya que esto le permite enfrentarse a los diversos problemas (humanos, de organización, técnicos aseguradores...) y solucionarlos. También debe ser capaz de tomar decisiones de forma autónoma al mismo tiempo que debe contar con una dosis de diplomacia para gestionar los conflictos ocasionales.

Su orientación hacia el cliente hace que desarrolle de forma especial el concepto de calidad del servicio.

Evolución:

La progresión profesional puede ser tanto horizontal como vertical. Horizontal ganando dominio de sus competencias y vertical ganando competencias en sí.

Remuneración en euros:

Experiencia		Compañía, Bancaseguros	Correduría
0-10 años	Mín.	31.000	30.000
	Máx.	60.000	55.000
> 10 años	Mín.	42.000	45.000
	Máx.	>75.000	>75.000

Posiciones Financieras

Director Financiero

Tras la problemática desarrollada recientemente sobre la necesidad de nuevos requerimientos de transparencia financiera la función del Director Financiero ha evolucionado profundamente.

De consejero privilegiado de la Dirección General, ha pasado en muchos casos a un personaje más político, implicado en las guerras de poder entre el accionariado y la gestión. Esta función de arbitraje, se ve por supuesto completada por otra función más estratégica convirtiendo al DAF en una verdadera antesala de la Dirección General.

Dependencia:

En dependencia del Presidente, Director General, Director General Adjunto, Secretario General o Consejo de Administración.

Responsabilidades:

- Coordinación de la elaboración de los Estados Contables y Financieros, siendo a este respecto especialmente importante, los ajustes a las Normas Contables Internacionales, Nuevo Plan Contable de Entidades Aseguradoras.
- Supervisión del Control de Gestión: definición de procedimientos, diseño de los procesos presupuestarios...
- Gestión de las variables financieras: Gestión de Tesorería, Credit Management, Gestión de Cobros...
- Optimización de la política fiscal de la empresa.

- Supervisión de la relación con terceros: Auditores externos, DGS (Dirección General del Seguro), Administraciones ...
- Estudios de informes de viabilidad de inversiones / proyectos, reorientaciones estratégicas...
- Selección, formación y desarrollo de sus equipos.

En función del tamaño de la empresa, estas responsabilidades se pueden extender a:

- Gestión de los recursos humanos.
- Optimización de los sistemas de gestión.
- Diseño de las políticas de desarrollo de la compañía.
- Supervisión de la política fiscal.
- Coordinación de los servicios generales.

Perfil:

El Director Financiero tiene habitualmente una formación superior en finanzas y / o en gestión, completada eventualmente con algún postgrado en contabilidad y en algunos casos incluso con un MBA.

Habrá pasado 3 ó 4 años en empresa de auditoría externa o departamento de contabilidad / control de gestión para asumir posteriormente una posición de management tocando el área de finanzas, fiscalidad o controlling antes de asumir la dirección del departamento como tal.

Últimamente, hemos observado también una cierta especialización por sector motivada por la evolución de este puesto hacia una dimensión más operacional y más "business-oriented".

Evolución:

Habitualmente, la función de la Dirección Financiera es un verdadero paso previo hacia la Dirección General y por lo tanto ésta suele ser su evolución más lógica.

La nueva tendencia de la función de Director Financiero, como decíamos al principio, la convierte en un puesto más político, con una mayor evolución profesional hacia puestos de Dirección Operacional pero también con un mayor riesgo en cuanto a la implicación penal que puede tener su titular.

Evidentemente, el paquete retributivo asignado al Director Financiero, tiene en cuenta este riesgo aumentando en consecuencia el salario fijo y en mayor medida los elementos de retribución variable que recompensan y motivan sus logros y que pueden llegar a suponer hasta un 50% (habitualmente un 20%) de su remuneración, en muchos casos parte de esta retribución es en especie a través de vehículo de compañía.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>NS NS</i>	<i>45.000 55.000</i>	<i>50.000 60.000</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>NS NS</i>	<i>50.000 65.000</i>	<i>60.000 85.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>NS NS</i>	<i>65.000 90.000</i>	<i>75.000 180.000</i>

*NS = no significativo / CN = Cifra de Negocio

Posiciones Financieras

Director de Auditoría Interna

Los asuntos relativos a la “transparencia de la información financiera”, de “gobierno empresarial”, así como la sensibilidad de los mercados a las noticias financieras, tienen una importante influencia a la hora de definir actualmente la función de Director de Auditoría Interna. De un mero rol de control, organización y apoyo, pasa a ser un perfil básico en cualquier organización, siendo responsable además de de las cifras sociales, de los procedimientos internos, normativas, del comportamiento, de la imagen incluso de la empresa en algunos casos.

Dependencia:

En dependencia del Presidente, Director General, Director Financiero o Consejo de Administración.

Responsabilidades:

- Establecimiento del mapa de riesgos financieros, contables y organizacionales del Grupo.
- Detección y descripción de los “nuevos riesgos” (de entorno, medioambientales, éticos, ...) susceptibles de afectar a la empresa.
- Planificación, organización y supervisión de las misiones de auditoría y sus enfoques estratégicos, así como del diseño del trabajo de campo y su planificación.

- Redacción y presentación de los informes de recomendaciones y acciones correctivas a la Dirección General y a la Operacional, así como la posterior verificación de su seguimiento y aplicación.
- Selección, formación, supervisión y motivación de los equipos de auditoría interna a su cargo.
- Coordinación de la relación con los auditores externos y en su caso, con el Comité de Auditoría.
- Participación en el desarrollo del Grupo (Due Diligence...) e identificación y difusión de las normativas corporativas.

Dependiendo del tipo de compañía, sus funciones engloban además:

- Cumplimiento de políticas y regulaciones (Ley Sarbanes-Oxley).
- Aplicación de normativas de solvencia.

Perfil:

El Director de Auditoría Interna tiene un fuerte background financiero y contable y habitualmente posee unas excelentes capacidades técnicas y de análisis crítico de las distintas situaciones.

Puede ser seleccionado fuera de la empresa, en cuyo caso suele venir de las grandes firmas de auditoría externa (Big – 4), o bien venir de una promoción interna de la propia empresa (con un fuerte conocimiento interno de la compañía y de sus recursos operacionales), o incluso venir de un puesto como la Dirección Financiera de una filial por ejemplo.

Evolución:

El Director de Auditoría Interna tiene, como consecuencia de su función, una visión global y general de la empresa y de su negocio. Tiene frecuentemente la posibilidad de acceder a funciones de Dirección Administrativa Financiera.

Este puesto está desempeñando un rol de primer orden:

- En España y en Europa, con motivo de la cada vez mayor internacionalización de las empresas.
- En el resto del mundo y sobre todo en Estados Unidos, por la cadena de fallos financieros que han obligado a los accionistas a llevar a cabo unas prácticas financieras que garanticen la transparencia financiera y sus propios intereses.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	NS NS	40.000 55.000	42.000 58.000
<i>30 M < CN < 150 M</i>	NS NS	55.000 70.000	58.000 75.000
<i>CN < 150 M</i>	NS NS	65.000 90.000	75.000 150.000

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Director de Control de Gestión

La vocación del Director de Control de Gestión es, en primer lugar, garantizar la fiabilidad y la pertinencia de los diferentes indicadores y herramientas de gestión.

En segundo lugar, aportar a la Dirección General y a las direcciones operacionales (marketing, comercial, producción, recursos humanos...) la gestión general y los elementos de análisis necesarios para el control de la empresa.

Junto con las direcciones operacionales y financiera, el Director de Control de Gestión interviene en la elección de las distintas orientaciones estratégicas de la compañía.

Sólo en las estructuras de tamaño considerable, es habitualmente miembro del Comité de Dirección.

Dependencia:

En dependencia del Director General o Director Financiero.

Responsabilidades:

- Definición de los indicadores de seguimiento de la actividad y el control de su aplicación.
- Supervisión y coordinación de los procesos de control presupuestario.
- Preparación y consolidación del presupuesto anual y de sus forecasts o revisiones periódicas.

- Realización del reporting (mensual, trimestral, anual), viendo su coherencia con los informes contables y de gestión.
- Optimización de los sistemas de información de gestión.
- Supervisión y motivación del equipo de control de gestión.
- Realización de trabajos especiales puntuales (asesoramiento a filiales, auditorías internas y / o de fusión. . .)
- Actualización tecnológica para adaptar la metodología del Grupo a las nuevas herramientas de control.

Perfil:

Posee habitualmente formación superior financiera y / o de gestión, otras veces formación en ingeniería completada con postgrado financiero o de control. Proviene en ocasiones de 3 – 4 años de experiencia en auditoría externa, antes de haber sido Controller de Gestión en Empresa. También puede venir de una experiencia como Controller Financiero en una empresa de talla menor.

Evolución:

El Director de Control de Gestión evoluciona habitualmente hacia puestos de Dirección Financiera.

El control de gestión ha evolucionado desde la elaboración de indicadores de gestión a la realización de análisis financieros con un alto valor añadido. Más allá de la gestión de la información financiera correspondiente a la actividad económica de la empresa, el Director de Control de Gestión juega a menudo el papel de “consejero estratégico” en el seno de las estructuras desprovistas de estructura ad-hoc.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>NS</i> <i>NS</i>	<i>42.000</i> <i>48.000</i>	<i>45.000</i> <i>60.000</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>NS</i> <i>NS</i>	<i>45.000</i> <i>60.000</i>	<i>54.000</i> <i>82.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>NS</i> <i>NS</i>	<i>60.000</i> <i>80.000</i>	<i>65.000</i> <i>100.000</i>

*NS = No significativo

CN = Cifra de negocio

Posiciones Financieras

Responsable de Consolidación

Reportando en la mayoría de los casos a la Dirección Financiera, esta función ha adquirido estos últimos años un rol fundamental, directamente ligado a las operaciones de fusión / adquisición y de reestructuración, así como a las obligaciones de transparencia y de comunicación que éstas llevan asociadas.

Dependencia:

En dependencia del Director Contable o Director Administrativo Financiero (más frecuentemente).

Responsabilidades:

- Definición de los procedimientos de reporting de la información financiera, el control de la puesta en marcha del cumplimiento de las normas aplicadas por el Grupo: IAS / NIC, US GAAP...
- Elaboración de las cuentas consolidadas del Grupo y la supervisión de las de las filiales periódicamente (mensualmente, trimestralmente, semestralmente y / o anualmente).
- Participación y soporte en las operaciones de variación del perímetro de consolidación (cesiones, adquisiciones, fusiones, escisiones...), elaborando modelos para tratar de identificar las mejores estrategias financieras posibles.
- Supervisión y análisis del impacto de la evolución de las normas contables.
- Coordinación de las relaciones con los auditores externos.

Perfil:

Debido al desarrollo experimentado por este puesto en los últimos años, nos encontramos habitualmente con que tienen formación superior financiera y de gestión (incluso algunos ingenieros), eventualmente completadas con postgrados contables. Suelen provenir de un abanico de experiencias previas, tales como auditoría externa (3 a 5 años) o funciones operacionales en departamentos de consolidación.

Los Directores de Consolidación suelen ser reclutados de posiciones más "seniors", con una experiencia mínima de 5 años y hasta 15, y se les exige habitualmente una sólida experiencia teórica junto con una visión pragmática adquirida habitualmente en empresa en puestos similares e incluyendo en todo caso una importante capacidad gerencial.

Evolución:

Los puestos del departamento de consolidación suelen ser considerados, como los de control o de auditoría interna, como puestos de entrada a otras áreas, permitiéndoles demostrar su capacidad de trabajo y adquirir en poco tiempo una excelente visión global del Grupo. Por lo tanto, suelen evolucionar también en el mismo sentido hacia puestos operacionales en filiales (tipo adjunto al Director Financiero), puestos en central de control de gestión, reporting,...

Los de Director de Consolidación por su parte, son puestos mucho más experimentados, habiendo eventualmente desempeñado ya funciones complementarias (Responsable Contable, Controller Financiero o de Gestión, ...) y pueden por lo tanto aspirar a puestos de Dirección Financiera, Director Contable o Director de Control.

El área de consolidación se sitúa actualmente entre una multitud de informaciones procedentes o destinadas al control de gestión, la contabilidad, finanzas corporativas, relación con inversores... Agrupando y sintetizando todos estos datos, debe proveer a la Dirección General una información financiera de calidad necesaria para el control de la actividad de la empresa, en unos plazos cada vez más cortos debido a las necesidades cada vez mayores de los mercados y accionistas.

Estas peculiaridades características, añadidas a la ausencia de una formación específica para este puesto y a la creciente demanda por parte de las empresas del mismo, originan una escasez importante de candidatos en este campo y una inflación importante en su remuneración.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	34.000 40.000	38.000 47.000	45.000 56.000
<i>30 M < CN < 150 M</i>	34.000 45.000	42.000 54.000	50.000 64.000
<i>CN < 150 M</i>	38.000 48.000	45.000 70.000	70.000 85.000

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Responsable de Relación con Inversores

Se trata de una función indispensable en las empresas cotizadas en Bolsa, sometidas a obligaciones de comunicación periódica en materia de información financiera y que permite valorar y conocer la empresa a un público cada vez más numeroso: analistas e inversores en primer lugar, pero igualmente los medios, accionistas particulares, los empleados, clientes, proveedores y los futuros colaboradores.

Dependencia:

En dependencia del Director Administrativo y Financiero, Director General, Presidente o Consejo de Administración.

Responsabilidades:

- Relaciones con la prensa económica y financiera a través de la organización de conferencias de prensa y de la publicación de comunicados financieros periódicos.
- Relación cotidiana con los analistas financieros.
- Relación con la CNMV. Organización de “road-shows”, reuniones en las que el Consejo o persona habilitada para ello presenta los resultados y la estrategia de la compañía a los analistas en las principales plazas financieras del mundo.
- Comunicación hacia el exterior de toda la información de carácter financiero o económico relativa a la actividad del Grupo y / o del sector.

- Supervisión del informe anual en relación con los auditores externos.
- Relación con los accionistas y con los inversores institucionales.
- Seguimiento de la evolución de la cotización en Bolsa y de la imagen de la empresa en los mercados financieros.

Perfil:

Puede tener formación en CC. Políticas, financiera, de gestión, en mercados financieros o incluso en ingeniería, pero en la mayoría de los casos tiene una experiencia previa en funciones de análisis financiero en sociedades bursátiles o en un banco, en departamento de relación con inversores o, eventualmente, puede haber empezado en empresa de auditoría. En cualquier caso, será imprescindible un buen conocimiento de las distintas plazas bursátiles y de los modelos financieros.

Evolución:

Para algunos, el puesto no será ocupado más que durante algunos años en el transcurso normal de su desarrollo financiero normal en el seno de un Grupo, pero para la mayoría, convertido en una verdadera profesión, el puesto será ocupado durante mucho tiempo. A pesar de ello, algunos evolucionan hacia funciones de Dirección Financiera más operativas, como Director Financiero de División o Controller Financiero Internacional. Existen también posibilidades de pasar al sector financiero, a banca corporativa.

Este puesto, se ha profesionalizado mucho en los últimos 10 años:

- Gracias al creciente número de empresas que han accedido a los mercados bursátiles en los primeros años de 2000.
- Como consecuencia de la presión de los nuevos accionistas tales como fondos de inversión extranjeros, por ejemplo, que reclaman cada vez más transparencia en materia de cifras con motivo de los recientes escándalos financieros que han afectado a los mercados bursátiles.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	35.000 45.000	40.000 48.000	48.000 60.000
<i>30 M < CN < 150 M</i>	40.000 50.000	48.000 62.000	54.000 70.000
<i>CN < 150 M</i>	48.000 56.000	60.000 84.000	70.000 90.000

*NS = no significativo

CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Responsable de Financiación

Nexo entre la actividad comercial y la Dirección Financiera, dedicado a la negociación de contratos, en empresas medias y grandes. En empresas de tamaño más modesto, esta función la asume el propio Director Financiero o incluso la Dirección General.

Dependencia:

En dependencia del Director Administrativo Financiero o Director de Tesorería y Financiación.

Responsabilidades:

- Búsqueda de las mejores alternativas de financiación: negociación con bancos, puesta en marcha de líneas de crédito a medio plazo, emisión de títulos para la financiación de grandes proyectos...
- Supervisión de los riesgos financieros (revisión de contratos, redacción de las cláusulas financieras...)
- Elaboración de las financiaciones de proyectos.
- Seguimiento de la posición financiera de la empresa.
- Algunas empresas otorgan igualmente al Responsable de Financiación responsabilidades relacionadas con la financiación global de la empresa: diseño de financiaciones estructuradas, emisión de obligaciones, salidas a Bolsa de filiales,...
- Asistencia a las direcciones comerciales y técnicas desde la preparación inicial de una propuesta hasta la firma y finalización de un contrato.

Perfil:

Licenciaturas en CC. Económicas y / o Empresariales, son las formaciones más corrientes para este tipo de función, principalmente confiadas a especialistas que hayan sido anteriormente formados en bancos, como Responsables de financiación de proyectos. Este puesto requiere conocimientos financieros, fiscales y jurídicos avanzados.

Evolución:

Dos tipos de evolución pueden apreciarse para esta posición:

- Área de Tesorería.
- Puestos corporativos en sectores como construcción, obras públicas o ingeniería. A niveles altos, se trata de un puesto en el que es posible evolucionar profesionalmente, llegando a ser Senior y luego Responsable de equipos.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	30.000 40.000	38.000 45.000	42.000 55.000
<i>30 M < CN < 150 M</i>	39.000 50.000	42.000 58.000	52.000 65.000
<i>CN < 150 M</i>	46.000 65.000	50.000 70.000	60.000 75.000

*NS = no significativo

CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Responsable de Reporting

Generalmente utilizado en el seno de Grupos con filiales, el reporting es la “subida” de la información financiera elaborada en los departamentos contables de las entidades descentralizadas y obtenida según los principios contables y de gestión de la Casa Matriz.

Dependencia:

En dependencia del Director Administrativo y Financiero, Director de Control de Gestión o Controller Financiero.

Responsabilidades:

- Seguimiento de la correcta aplicación de las normas y de los procedimientos del Grupo en el seno de sus diferentes filiales.
- Establecimiento de un sistema de reporting fiable y pertinente basado en las normas del Grupo y respetando las fechas y deadlines (cada vez más cortos) establecidos, con su planning correspondiente.
- Participación en los análisis y en la elaboración de estudios estadísticos puntuales.
- Seguimiento y optimización de las aplicaciones de gestión que constituyen su herramienta de trabajo.

Perfil:

Con formación superior en gestión, CC. Económicas y / o Empresariales o titulación equivalente, suelen tener experiencia previa en empresa de auditoría externa o en control de gestión. Al estar en la mayoría de los casos en un contexto internacional, el dominio del idioma inglés y de la normativa contable internacional es indispensable.

Evolución:

Este puesto tiene la posibilidad de adquirir un alto conocimiento de la empresa, gracias fundamentalmente a las relaciones desarrolladas con los directores financieros de las filiales. Evoluciona habitualmente hacia funciones de Controller Financiero o hacia Consolidación.

En los últimos 10 años, los sistemas de información integrados han contribuido a reducir considerablemente los retrasos en la transmisión de resultados, por lo que el Responsable de Reporting está muy implicado en el mantenimiento de dichas herramientas informáticas.

De hecho, casi pasa más tiempo analizando información que en la toma de decisiones.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>NS NS</i>	<i>NS NS</i>	<i>NS NS</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>30.000 40.000</i>	<i>40.000 50.000</i>	<i>42.000 65.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>38.000 50.000</i>	<i>48.000 66.000</i>	<i>58.000 90.000</i>

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Controller Financiero

La posición de Controller Financiero deriva de la visión anglosajona de como analizar la información financiera de la empresa. Surge como conexión entre el control de gestión y la contabilidad, concibiendo esta última como una herramienta de supervisión de la actividad económico financiera de la compañía y no como un simple instrumento legal.

Dependencia:

La dependencia jerárquica suele ser con el Director Financiero del Grupo o con un Controller Financiero Internacional, y la dependencia funcional con el Director Operacional/Dirección General de la empresa o filial.

Responsabilidades:

Las principales funciones del Controller Financiero varían según su encuadre dentro de la empresa así como del tamaño de esta. Por ejemplo; en una filial, el rol del Controller es similar al de la Dirección Financiero - Administrativa, mientras que el mismo puesto desempeñado en la Casa Matriz tiene un contenido mas afín al de la Dirección de Control de Gestión.

Para el primer caso (en empresa filial) las funciones principales son:

- Supervisión en la elaboración de las Cuentas Anuales y garantía del cumplimiento de las obligaciones contables, fiscales y sociales a nivel local.
- Pueden eventualmente supervisar una consolidación en los casos de dependencia geográfica de otras filiales internacionales.

- Verificación del cumplimiento de las normas y procedimientos del Grupo, así como responsabilidad en el control del proceso presupuestario de la filial.
- Establecimiento y desarrollo de herramientas de control de la actividad económica. Optimización de los sistemas de información y participación en nuevas implementaciones o actualizaciones.
- Gestión de la tesorería y supervisión del nivel de necesidad de fondos, para el caso en el que no esté centralizada la tesorería (Cash Pooling).
- Formación y motivación de los equipos financieros y contables a su cargo.
- Reporting a la Dirección General de la filial así como al Controller o Director Financiero de la casa matriz.

Su papel se modifica sensiblemente en el caso del Controller Financiero en la Casa Matriz o Central (Holding). En estos casos, las funciones son menos operativas y más de control:

- Supervisión de la elaboración de las Cuentas Anuales Individuales y Consolidadas de las entidades a su cargo. Desarrollo del control interno.
- Definición de las normas y procedimientos del Grupo. Supervisión del cumplimiento de las mismas en todas las filiales del Grupo.
- Organización del sistema de reporting, preparación y análisis del mismo junto con la Dirección Financiera Corporativa.
- Coordinación de los distintos proyectos transversales en el Grupo ya sean estratégicos, informáticos, financieros o contables.
- Elaboración del presupuesto del grupo consolidando los presupuestos individuales de las filiales. Seguimiento y control.
- Confeción del Plan de Negocio de la compañía y forecasts sucesivos.

Perfil:

Formación superior en gestión, CC. Económicas y / o Empresariales o titulación equivalente, teniendo frecuentemente experiencia previa en auditoría. Habitualmente suele acompañar su formación universitaria con un postgrado MBA o en Dirección Financiera.

Evolución:

Su evolución lógica lo lleva a ocupar puestos de Controller Financiero de filiales más importantes o, si es en central, la Dirección Financiero del Grupo.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>30.000 40.000</i>	<i>36.000 45.000</i>	<i>40.000 55.000</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>40.000 45.000</i>	<i>45.000 50.000</i>	<i>45.000 60.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>40.000 50.000</i>	<i>50.000 60.000</i>	<i>50.000 75.000</i>

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Auditor Externo

Dependencia:

Los departamentos de auditoría que pertenecen a grandes Compañías nacionales / internacionales o pequeñas estructuras independientes, se caracterizan por las organizaciones jerárquicas muy estratificadas desde los puestos de junior hasta partners pasando por numerosos grados intermedios.

Responsabilidades:

La actividad de base de los auditores consiste en la revisión legal de las cuentas individuales y consolidadas de las sociedades a fin de confirmar que las mismas representan la imagen fiel de la situación patrimonial de la empresa.

El Auditor es responsable de la planificación, ejecución y supervisión de los trabajos de auditoría asignados en todas sus fases, lo que incluye principalmente:

- La planificación y elaboración de los trabajos de campo (enfoque de auditoría, control interno, identificación y definición de riesgos de auditoría, así como definición de las pruebas y controles a realizar, etc.)
- La relación con los distintos clientes a todos los niveles.
- La realización de pruebas sustantivas, así como la elaboración y discusión de las conclusiones de auditoría.

- El reporting a los superiores jerárquicos en cada trabajo.
- La supervisión, coordinación y motivación de los distintos equipos a su cargo.

Perfil:

Diferentes factores han conducido a los departamentos de auditoría a diversificar la forma de reclutamiento de colaboradores y el perfil profesional de estos, ya que siempre ha existido un cierto reparo por la función de auditoría, así como por las perspectivas de carrera interna mucho menos definidas. Estas circunstancias junto con que los clientes exigen un nivel operacional y de técnica más riguroso ha hecho que la contratación de jóvenes licenciados que estaba anteriormente limitada en las grandes Escuelas de Negocio y en las Universidades se amplía con las diplomaturas.

Para el perfil de supervisor la contratación suele producirse o bien acudiendo a consultoras top a reclutar al auditor con 4 o 5 años de experiencia o bien con financieros formados en otros departamentos de empresa, aunque este procedimiento sea más habitual fuera de nuestras fronteras.

Evolución:

La ola de agrupamientos y de alianzas estratégicas entre departamentos permite ahora que las nuevas estructuras busquen consolidar su situación; se constata una sectorización de competencias con la creación de divisiones internas o de divisiones regionales, por tipo de negocio (Business Units) y/o campos de actividad.

Para aquellos auditores que quieren desarrollar sus dotes comerciales (capacidad para crear y mantener una determinada cartera de clientes con prestación de servicios), lo habitual es permanecer en la Consultora/Auditora, hasta alcanzar una posición de Socio en la misma, mientras que aquellos que tienen diferentes inquietudes, optan por concluir su desarrollo con un paso a empresa final para consolidar el carácter operacional de su experiencia.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>30.000 45.000</i>	<i>45.000 50.000</i>	<i>45.000 55.000</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>40.000 45.000</i>	<i>45.000 55.000</i>	<i>55.000 90.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>NS NS</i>	<i>55.000 90.000</i>	<i>80.000 110.000</i>

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Auditor Interno

Dependencia:

En dependencia del Director Financiero o Director de Auditoría Interna / Comisión de Auditoría Interna.

Responsabilidades:

Históricamente se distinguen dos grandes tipos de Auditoría Interna, aunque hoy podemos clasificar una tercera:

- Auditoría financiera: confirma la validez de todas las informaciones, procedimientos y sistemas contables y financieros; analiza las entidades existentes así como éstas antes de haber sido adquiridas, fusionadas o cedidas.
- Auditoría operacional: analiza indistintamente todas las funciones y procedimientos de la firma (producción, gestión, comercial, marketing...) para detectar las fuerzas y debilidades y ayudar a optimizar su funcionamiento.
- Auditoría Informática: confirma la adecuación de los sistemas ERP a la normativa GAAP, niveles de autorización y seguridad de la información.

Perfil:

La composición de los equipos de Auditoría Interna es variable, dependiendo del proyecto en sí y éste condiciona el perfil de los colaboradores. En el caso de compañías de menor tamaño, el Auditor Interno puede depender del Director Financiero, aunque no es la situación óptima para el desarrollo del departamento.

En grupos con una cifra de negocio superior a 60 M de €, el servicio de Auditoría Interna funciona como un departamento independiente con reglas propias y estructurándose en distintos niveles jerárquicos:

- Juniors: Jóvenes titulados (Licenciados en Económicas / Empresariales);
- Seniors: Jóvenes ejecutivos financieros con experiencia de 2 a 5 años en un puesto previo de auditoría externa o interna. También es habitual reclutar otros perfiles del departamento contable-financiero de la propia empresa.

Evolución:

La función de Auditor Interno se ha visto reforzada en los últimos años por escándalos financieros, que le han dado cada vez mayor importancia al control y valización de la información financiera. Hoy incluso podemos decir que ha pasado de ser una función necesaria pero poco reconocida a ser la clave dentro de la compañía y a participar a niveles de Consejo de Administración.

La Auditoría Interna es una fuente de futuros ejecutivos debido al carácter generalista implícito en la función y a la visión global de la empresa.

Lo normal es que evolucionen a posiciones de responsabilidad en departamentos administrativo-financieros.

En empresas cotizadas, los requerimientos y la obligatoriedad del control interno están aumentando considerablemente.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	<i>21.000 33.000</i>	<i>30.000 38.000</i>	<i>33.000 50.000</i>
<i>30 M < CN < 150 M</i>	<i>30.000 54.000</i>	<i>36.000 60.000</i>	<i>42.000 66.000</i>
<i>CN < 150 M</i>	<i>42.000 66.000</i>	<i>54.000 72.000</i>	<i>60.000 96.000</i>

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Financieras

Responsable de Administración y Contabilidad

Dependencia:

En dependencia del Director Financiero, Director Contable, Director General o Gerente.

Responsabilidades:

Excepto en las pequeñas estructuras que tienen un único Contable, hoy en día en todas las empresas en España aparece la figura del Responsable de Administración y Contabilidad. Es una persona clave en el organigrama de una sociedad. Sin embargo, el puesto genérico de Responsable de Administración y Contabilidad conlleva varias realidades.

Conviene entender los siguientes aspectos:

En el seno de las pequeñas y medianas empresas, el Responsable de Administración y Contabilidad ocupa un puesto que puede ser de Director Financiero. Sus funciones son bastante amplias y reporta normalmente sin intermediario al Director General (o Gerente).

En estructuras más importantes, el Responsable de Administración y Contabilidad se encuentra a dos niveles: en filial donde su papel es coordinador y supervisar sólo la parte contable y administrativa, y además de sus responsabilidades clásicas se puede encargar de la Consolidación y el Reporting. En paralelo trabajaría el Controller, encargándose del resto de la pata financiera.

El Responsable de Administración y Contabilidad es responsable de los Estados Financieros y de mostrar la imagen fiel de las cuentas de la sociedad. Lleva un equipo que elabora, centraliza y controla la información financiera y contable que resulta de la actividad empresarial.

Además de supervisar la contabilidad general y auxiliar y la fiscalidad, puede llegar a controlar los créditos de clientes y la tesorería.

Colabora en la elaboración del presupuesto sólo o junto al Controller (dependiendo de la envergadura de la empresa) y realiza el reporting del cierre según las normas contables determinadas. También garantiza la integridad de los sistemas de información.

Por último, se puede encargar también de tareas administrativas propias de la oficina, así como de la elaboración y gestión de las nóminas de la plantilla.

Perfil:

Con el tiempo el nivel de formación de Responsable de Administración y Contabilidad ha mejorado considerablemente.

Desde ahora se considerará condición necesaria ser Diplomado o Licenciado. En los puestos más complejos, en el seno de las empresas, se requieren Licenciados con experiencia contable.

Evolución:

La mejora del nivel de formación de Responsable de Administración y Contabilidad y la dificultad de las operaciones que han de tratar (tesorería, presupuestos, reporting...) permite hoy en día que el Responsable de Administración y Contabilidad competente evolucione hacia una Dirección Financiera.

Existe una fuerte demanda en el mercado de buenos Responsables de Administración y Contabilidad capaces de ampliar su campo de intervención. Son particularmente apreciados los candidatos que dominan el inglés y las Normas Internacionales de Contabilidad, así como el Nuevo Plan General Contable.

Remuneración en euros:

Edad media de los candidatos	- 30 años	30 / 40 años	+ 40 años
<i>CN < 30 M</i>	30.000 42.000	38.000 50.000	44.000 55.000
<i>30 M < CN < 150 M</i>	35.000 48.000	42.000 56.000	46.000 74.000
<i>CN < 150 M</i>	40.000 58.000	48.000 75.000	60.000 90.000

*NS = no significativo
CN = cifra de negocio

Posiciones Comerciales

Los mercados han sufrido grandes conmociones estos últimos años. Bajo el efecto del aumento de las competencias (grupos bancarios o de la gran distribución, redes especializadas, etc.), los participantes del sector tienen, dentro de una preocupación por la rentabilidad, la misión de reorganizar su red, especializando sus puntos de venta y segmentando su clientela.

Paralelamente, desde hace un tiempo, aunque cada vez con más fuerza, estamos viendo la aparición de plataformas telefónicas de consultoría que vienen a apoyar las redes físicas para la gestión de operaciones corrientes.

Desde la aparición de este nuevo canal, el comercial se ha convertido si cabe en un vendedor más puro. Se dirige a una clientela determinada, de la que debe alcanzar unos objetivos comerciales que variarán según la cualificación del cliente y la campaña que gestione.

En lo que se refiere a clientes colectivos (grandes empresas y Pymes) han ganado igualmente una gran importancia en estos últimos tiempos.

Posiciones Comerciales

Ejecutivo de Cuentas

Dependencia:

En dependencia del Responsable Comercial de la zona asignada.

Responsabilidades:

Trabaja por cuenta ajena o de forma autónoma, vende contratos de seguro a una clientela de particulares y/o empresas. Puede trabajar en un lugar determinado o en una determinada zona. Se trata, ante todo, de un puesto puramente comercial donde las misiones son:

- Gestionar una cartera; el número y características de sus clientes varían según se trate de una clientela de “gran público” y/o de “alta gama” y/o “profesional”.
- De forma directa o indirecta, prospecta e identifica nuevos clientes potenciales.
- Fideliza y desarrolla su cartera (por prospección telefónica, mailing, recomendación, etc.)
- Aconseja y vende a esta clientela los productos de seguros (Vida o No Vida) que mejor se adaptan a sus necesidades.

Perfil:

Generalmente los perfiles buscados no suelen disponer de formación superior, aunque últimamente la gran oferta de licenciados provoca que cada vez opten a estos puestos más universitarios.

La selección de estas profesiones ha evolucionado junto con el mercado, las empresas del sector buscan cada vez más perfiles comerciales. Es por

ello que se orientan más hacia las formaciones comerciales (formaciones profesionales del sector comercial y técnicas de comercialización), en detrimento de perfiles puramente financieros. También es importante decir, que con la situación actual de mercado cada vez hay más gente con una formación de grado superior lo que beneficia el servicio al cliente, ya que tienen un conocimiento más técnico del producto. Lo que se busca en definitiva es una persona que sea capaz de crear una relación de confianza con los clientes.

Evolución:

El Ejecutivo de Cuentas puede evolucionar a posiciones de Dirección Comercial.

Remuneración en euros:

En cuanto a la remuneración, la parte variable de la misma puede ser pequeña (en el caso de las mutuas) o importante (compañías y corredurías) e incluso total (por contrato mercantil).

Experiencia		Compañía	Mutua	Contrato Mercantil
0-5 años	Mín.	20.000	20.000	13.000
	Máx.	50.000	37.000	91.000
> 5 años	Mín.	35.000	35.000	63.000
	Máx.	90.000	61.000	>100.000

Posiciones Comerciales

Comercial Seguros Colectivos (empresas)

Dependencia:

En dependencia del Director regional o de la Dirección comercial.

Responsabilidades:

Trabaja por cuenta ajena, vende pólizas de diferentes ramos a empresas. El mercado está en pleno cambio como resultado de la segmentación de la clientela. La situación de mercado actual requiere una mayor profesionalización y mayor presencia en un mercado cargado de competencia. Por otro lado, los productos y servicios desarrollados para estos clientes son numerosos y específicos.

Las principales misiones son las siguientes:

- Fidelizar y desarrollar una cartera.
- Además de la prospección, es necesario identificar las necesidades de cada uno de los clientes y creación de productos a medida para cada uno de los colectivos.
- Son responsables de la negociación de los contratos, así como del seguimiento comercial.
- Mantener los contactos con las Direcciones de Recursos Humanos, las Direcciones Financieras o los Directores Generales. Con ellos tratan las especificidades de cada uno y les orientan hacia la gestión personificada de sus diferentes riesgos.

Perfil:

Es una profesión donde se encuentran una gran diversidad de perfiles. El perfil está tan orientado a perfiles seniors, que cuenten con una buena experiencia comercial, como a perfiles juniors que cuenten con una formación superior (licenciatura, escuela de comercio o tercer ciclo universitario). Los profesionales deben, además de poseer cualidades comerciales, hacer gala de un sentido de la escucha y de gran capacidad de análisis.

Evolución:

La posible proyección profesional de estos perfiles evoluciona hacia carteras más importantes, hacia grandes cuentas o hacia responsables de un departamento.

Remuneración en euros:

Las remuneraciones, en función de las categorías de puestos se componen de una parte fija y de una variable más o menos relevante.

Experiencia		Comercial Empresas	Rble. de Zona	Dtor. Oficina Provincia	Dtor. Territorial	Dtor. Comercial
0-5 años	Mín.	25.000	27.000	NS*	NS*	NS*
	Máx.	42.000	65.000	40.000	60.000	45.000
> 5 años	Mín.	30.000	52.000	38.000	60.000	45.000
	Máx.	47.000	>100.000	80.000	>100.000	>100.000

*NS: No significativo

Posiciones Comerciales

Gerente de Red Externa

Dependencia:

El Gerente es sobre todo un gestor. Se trata de una profesión polivalente y evolutiva. Los continuos movimientos del mercado hacen de esta posición, una posición dinámica que necesita ponerse al día regularmente de las competencias dentro de todos los aspectos del sector: conocimiento de los contratos de seguros (generalmente más complejos que en otros sectores), explotación de técnicas comerciales (renovadas constantemente), y alta capacidad de adaptación al cambio. Reporta al Director Regional o Comercial.

Responsabilidades:

Tiene a su cargo la venta de diferentes productos de una compañía, generalmente a la cabeza de un sector geográfico, este manager recluta y está al mando de un equipo de comerciales, mediadores o cartera de corredores. Su principal misión consiste en alcanzar la cifra de ventas fijada por la Dirección Comercial a través de diversos medios:

- En ocasiones intervenir para apoyar a un comercial a negociar un contrato complejo proporcionándole un apoyo técnico y comercial.
- Negociar los objetivos a alcanzar, los medios y el presupuesto necesario para ello.
- Diseñar y desarrollar los planes comerciales.
- Asegurar un seguimiento regular, cuantitativamente y cualitativamente de los resultados comerciales.
- Participar en la selección, y formación de los equipos, fijar los objetivos individuales y los de sus colaboradores y motivarlos.

Perfil:

La profesión de Gerente de Red Externa requiere generalmente de una formación superior, generalmente orientado a lo comercial, técnico o incluso jurídico. Un marcado perfil comercial es imprescindible. Esta posición necesita generalmente una experiencia comercial previa de algunos años. Es también importante cierta autonomía, iniciativa y la disponibilidad. La capacidad de motivar al equipo es determinante para desarrollar una buena carrera en esta posición.

Evolución:

La trayectoria profesional depende en gran medida de los resultados. Un Gerente que es a su vez un buen comercial y un sólido manager, puede evolucionar hacia un puesto de Director Comercial o Regional. En cambio si es la independencia lo que le seduce, puede también buscar una agencia generalista donde orientarse hacia el corredor de seguros.

Remuneración en euros:

Experiencia		
0-5 años	Mín.	25.000
	Máx.	42.000
> 5 años	Mín.	32.000
	Máx.	60.000

Posiciones de Marketing

Director de Marketing

Dependencia:

En dependencia del Director General o del Director Comercial.

Responsabilidades:

- Crear, definir e implementar el Plan de Marketing de la compañía a nivel nacional, asegurando su compatibilidad y sinergia con la estrategia de marketing corporativo del grupo.
- Definir, junto con la Dirección General/Comercial, la estrategia de marketing para el portfolio de productos y/o servicios de la compañía.
- Elaborar, controlar y gestionar el presupuesto del departamento garantizando la optimización del mismo.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Medir y analizar la rentabilidad de las acciones de marketing realizadas.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.

Perfil:

- Experiencia mínima de 7 a 10 años en departamentos de marketing en donde haya desempeñado los últimos 3 años posiciones de Marketing Manager o Director de Marketing.
- Acreditará un elevado nivel de interlocución en agencia de comunicación/publicidad (Director de Cuentas/Director General) y central de medios (Planificador señor/Director General).

- Formación superior en Ciencias Económicas/Empresariales o Marketing, valorándose positivamente Master en prestigiosa Escuela de Negocios.
- Indispensable nivel alto de inglés y/o francés.
- Gran capacidad de análisis, polivalente, orientado a resultados, proactivo, innovador y con elevada capacidad de liderazgo y gestión de equipos humanos.

Evolución:

El Director de Marketing puede orientarse hacia la responsabilidad de un centro de aprovechamiento o de una Dirección de Marketing Internacional. Para los más potencialmente fuertes, la Dirección de Marketing es a menudo un paso necesario en el camino hacia la Dirección General.

Remuneración en euros:

	<i>CN < 60 M</i>	<i>60 M < CN < 120 M</i>	<i>CN > 120 M</i>
<i>Mínima</i>	40.000	65.000	80.000
<i>Media</i>	42.000	68.000	92.000
<i>Máxima</i>	50.000	75.000	130.000

CN: Cifra de negocios

Posiciones de Marketing

Marketing Manager

Dependencia:

En dependencia del Director de Marketing.

Responsabilidades:

- Definir y poner en marcha la política y la estrategia de marketing de una gama de productos o de marcas.
- Establecer los presupuestos del conjunto de gamas de producto: definición de precios, volumen, reparto de los presupuestos promocionales y publicitarios.
- Gestionar un equipo de Jefes de Producto y de Asistentes de Jefe de Producto.
- Dirigir los análisis cualitativos y cuantitativos para su gama de producto con el fin de adaptar lo mejor posible la estrategia con el fin de poder desarrollar nuevos productos.
- Asistir a los Jefes de Producto y asegurar las relaciones con las grandes agencias de publicidad y de marketing operacional que funcionan en su gama.

Perfil:

De formación en Escuela de Comercio y/o universitaria, el Jefe de Grupo ha ejercido durante 3 ó 4 años una función de Jefe de Producto.

Evolución:

El Jefe de Grupo se orienta generalmente hacia puestos de Director de Marketing aunque puede igualmente evolucionar hacia la gestión de cuentas clave.

Remuneración en euros:

	<i>CN < 60 M</i>	<i>60 M < CN < 120 M</i>	<i>CN > 120 M</i>
<i>Mínima</i>	32.000	45.000	60.000
<i>Media</i>	38.000	50.000	65.000
<i>Máxima</i>	44.000	56.000	72.000

CN: Cifra de negocios

Posiciones de Marketing

Responsable de Marketing Directo

Dependencia:

En dependencia del Director de Marketing.

Responsabilidades:

- Elaborar, definir e implementar, junto con el Director de Marketing, la estrategia de Marketing Directo de la compañía.
- Crear, mantener y mejorar la base de datos de clientes potenciales/ activos de la compañía.
- Diseñar y ejecutar el plan promocional de la compañía.
- Identificación y segmentación de la base de datos realizando acciones promocionales ad-hoc para cada target definido.
- Medición, análisis y seguimiento de todas y cada una de las acciones de marketing directo llevadas a cabo.
- Gestión y control de call center de la compañía.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Consecución de los objetivos asignados (cualitativos y cuantitativos).

Perfil:

- Experiencia mínima de 7 años en departamentos de marketing en los que al menos los últimos 5 años haya estado desempeñando funciones de Responsable de Programas de Fidelización de clientes y/o Gerente de Marketing Directo.

- Poseerá alto nivel de interlocución y contactos en agencias de Marketing Directo, empresas de call center, regalos promocionales, etc.
- Formación superior en Estadística, Matemáticas, Marketing o Económicas/Empresariales.
- Acreditará dominio de programas estadísticos avanzados (Datamining, Datawarehouse, Business Object, etc), Office, SPSS y herramientas/ sistemas CRM.
- Imprescindible dominio de inglés valorándose positivamente conocimientos de otros idiomas.
- Gran capacidad analítica y numérica, organizado, metódico, con elevada capacidad de síntesis, polivalente, orientado al resultado y al cliente, trabajador de equipo.

Evolución:

Esta posición evoluciona hacia la Dirección de Marketing.

Remuneración en euros:

	<i>CN < 60 M</i>	<i>60 M < CN < 120 M</i>	<i>CN > 120 M</i>
<i>Mínima</i>	30.000	46.000	52.000
<i>Media</i>	35.000	50.000	60.000
<i>Máxima</i>	48.000	54.000	72.000

CN: Cifra de negocio

Posiciones de Marketing

Responsable de Comunicación

Dependencia:

En dependencia de Dirección Comercial o de Marketing.

Responsabilidades:

- Define la política de comunicación externa e interna necesaria para poner en marcha los diferentes proyectos (negociación con las subcontratas, herramientas de ayuda a la venta, marketing promocional y organización de ferias, etc.).
- Organiza y supervisa las operaciones de relación con los medios de comunicación y las ruedas de prensa (redacta los comunicados de prensa, elabora los planes de difusión y se asegura de tener la mejor repercusión de su compañía estableciendo contactos directos con los periodistas). Del mismo modo asegura la presencia de la empresa en los salones profesionales, conferencias o congresos especializados.
- Pone en marcha las acciones de marketing directo necesarias para generar titulares: mailing, etc.
- Dirige las relaciones con los distribuidores (puesta en marcha de acciones promocionales) y decide el presupuesto de los mismos.
- Adapta a nivel local las acciones de comunicación internacionales.

Perfil:

El Responsable de Marketing y Comunicación tiene a menudo una formación universitaria de tipo licenciatura en Comunicación o en Escuela Superior de Comercio. Aporta una experiencia de 2 a 5 años a menudo adquirida en calidad de Jefe de Producto.

Evolución

La evolución lógica es a menudo la vertical, hacia una función de Dirección de Marketing.

Remuneración en euros:

	<i>CN < 60 M</i>	<i>60 M < CN < 120 M</i>	<i>CN > 120 M</i>
<i>Mínima</i>	<i>32.000</i>	<i>38.000</i>	<i>50.000</i>
<i>Media</i>	<i>36.000</i>	<i>46.000</i>	<i>58.000</i>
<i>Máxima</i>	<i>40.000</i>	<i>52.000</i>	<i>70.000</i>

CN: Cifra de negocios

Posiciones de Marketing

Director de Comunicación

Dependencia:

En dependencia del Director General o Director de Marketing.

Responsabilidades:

- Crear, definir e implementar, junto con el Director de Marketing o Director General, la estrategia de comunicación externa e interna y la estrategia de la compañía.
- Elección y supervisión de la agencia de comunicación y/o de RR.PP.
- Mantener la interlocución al más alto nivel con los medios de comunicación.
- Realización y supervisión de notas de prensa y comunicados oficiales internos y externos.
- Gestión del presupuesto asignado.
- Realizar labores de portavoz y representación de la compañía.
- Gestión del equipo bajo su responsabilidad.
- Coordinar su actividad con otros departamentos de la compañía.
- Conseguir los objetivos cualitativos y cuantitativos asignados.
- Organizar y definir los principales eventos corporativos de la compañía.

Perfil:

- Experiencia mínima de 5 a 7 años en departamentos de comunicación o marketing corporativo en compañía del sector gran consumo o en

agencia de comunicación llevando la comunicación de importantes clientes o en importante medio de comunicación.

- Titulado superior, preferentemente en Ciencias de la Información (rama periodismo) o Marketing. Se valora positivamente estudios de postgrado en Comunicación, Marketing y/o Protocolo.
- Excelente nivel de relación y comunicación, elevado nivel de interlocución, flexible, polivalente, con altas dotes de creatividad, orientado al cliente, sereno, reflexivo, carismático y convincente.

Evolución:

La evolución de un Director de Comunicación puede realizarse hacia consultoras de comunicación o hacia los departamentos de marketing o comerciales de la misma compañía.

Remuneración en euros:

	CN < 60 M	60 M < CN < 120 M	CN > 120 M
<i>Mínima</i>	32.000	39.000	50.000
<i>Media</i>	36.000	46.000	62.000
<i>Máxima</i>	39.000	52.000	80.000

CN: Cifra de negocio

Posiciones de Marketing

Responsable de Publicidad

Dependencia:

En dependencia del Director de Marketing, Director de Comunicación o Dirección General.

Responsabilidades:

- Elaborar y gestionar el presupuesto publicitario de la compañía con las personas responsables de los productos en cuestión.
- Participar en la concepción de los soportes publicitarios.
- Coordinar las campañas y realizar un seguimiento de las mismas: determinar el presupuesto, elaborar los mensajes, elegir los medios, programar las campañas, medir la eficacia. Ser el interlocutor con las agencias de publicidad y las centrales de compra.

Perfil:

- Experiencia en agencia como Diseñador Gráfico o de Atención al Cliente.
- Con espíritu de análisis, debe tener también una excelente capacidad de gestión.
- Talento real como comercial y como negociador.
- De formación superior universitaria y en algunos casos con un tercer ciclo de especialización en publicidad (la cantidad de candidatos exige a las compañías a ser cada vez más exigentes).

Evolución:

El Jefe de Publicidad puede dirigirse hacia marketing como Jefe de Producto o hacia agencias de publicidad y comunicación.

Remuneración en euros:

	<i>CN < 60 M</i>	<i>60 M < CN < 120 M</i>	<i>CN > 120 M</i>
<i>Mínima</i>	32.000	34.000	45.000
<i>Media</i>	34.000	38.000	46.000
<i>Máxima</i>	37.000	42.000	52.000

CN: Cifra de negocio

Posiciones de Marketing

Responsable de Marketing On-Line

Dependencia:

En dependencia del Director de Marketing o del Director de Comunicación.

Responsabilidades:

- Crear, definir e implementar, junto con el Director de Marketing o el Director de Comunicación, la estrategia de comunicación y el plan de medios de la compañía.
- Definir, crear e implementar el plan de marketing online y la estrategia de la marca en el medio online para maximizar el tráfico en la Web, así como la demanda a través de la misma.
- Definir y negociar la compra de espacios online para optimizar la presencia de la marca y de sus productos en la red.
- Coordinar todas las acciones de marketing digital con el resto de departamentos de la compañía, trabajando muy de la mano con los brand teams y el departamento comercial.
- Gestionar las adaptaciones y cambios de la página Web corporativa, abarcando los contenidos, desarrollos, mejoras, innovaciones.
- Planificar, gestionar y seguir las campañas de marketing online.
- Buscar, evaluar y recomendar nuevos canales online y generar oportunidades
- Gestionar los proyectos de SEM (search engine marketing) de la compañía.
- Desarrollar la estrategia de SEO (search engine optimization) y supervisar el desarrollo del posicionamiento de las páginas del grupo a largo plazo.

- Mantener y gestionar la relación con las agencias externas. Participar en la evaluación de dichas agencias y la negociación de los fees.
- Vigilar el cumplimiento de la identidad corporativa y de marca en el área de Internet.

Perfil:

- Experiencia mínima de 4 años en departamentos de marketing online y/o agencias de marketing online.
- Formación superior, valorándose estudios de postgrado.
- Imprescindible dominio de inglés.

Evolución:

La posición evoluciona hacia Dirección de Marketing.

Remuneración en euros:

	CN < 60 M	60 M < CN < 120 M	CN > 120 M
<i>Mínima</i>	32.000	40.000	55.000
<i>Media</i>	36.000	42.000	60.000
<i>Máxima</i>	40.000	46.000	70.000

CN: Cifra de negocios

Nuestras oficinas:

Madrid:

Paseo de la Castellana 28 - 28046 Madrid

Tel. : +34 91 131 81 00

Fax: +34 91 359 45 15

Paseo de la Castellana 60 - 28046 Madrid

Tel. : +34 91 131 81 00

Fax: +34 91 564 74 00

Barcelona:

Plaza Cataluña 9 - 08002 Barcelona

Tel.: +34 93 390 06 10

Fax: +34 93 412 60 13

Valencia:

Avda. Cortes Valencianas 39 - 46015 Valencia

Tel.: +34 96 045 19 10

Fax: +34 96 045 19 99

Sevilla:

Paseo de las Delicias 1 - 41001 Sevilla

Tel.: +34 95 497 89 00

Fax: +34 95 497 89 01

Bilbao:

C/ San Vicente 8 - 48001 Bilbao

Tel.: +34 94 435 53 77

Fax: +34 94 424 04 21