



Guía de Mercadeo y Publicidad del Mercado

CÓMO USAR ESTE DOCUMENTO

Este documento ofrece pautas que puede usar al hacer publicidad y mercadeo de la cobertura del Mercado para consumidores.

Mejores prácticas para mercadeo y publicidad en el Mercado



Entienda a su población. Asegúrese de que sus esfuerzos de publicidad y mercadeo tengan éxito centrándose en la población a la que intenta llegar y atender. Comprender las necesidades, datos demográficos y las preferencias de nuevos clientes potenciales le permitirá crear un esfuerzo de divulgación dirigido directamente a ellos.



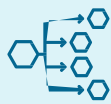
Comunique su valor, conocimiento y experiencia. Usted ofrece un valor y conocimiento inmensos a sus nuevos clientes potenciales. Ofrezca una comunicación exacta y clara sobre los servicios que ofrece para comunicar su experiencia mientras ayuda a los consumidores a tomar decisiones informadas.



Comunique la información sobre los planes con exactitud. Muchos consumidores serán elegibles para planes gratuitos o de bajo costo a través del Mercado, pero usted no debe garantizarles esos beneficios. Debe decir que los consumidores "pueden ser elegibles" para planes gratuitos o de bajo costo o que "pueden ser elegibles" para asistencia con los costos de bolsillo. El Mercado calculará y determinará la elegibilidad y el ahorro para los clientes durante el proceso de solicitud.



Establezca relaciones sólidas con los clientes. Es esencial crear relaciones sólidas con sus clientes. Eso le ayudará a aumentar su base de clientes a través de referidos y repetición de negocios. Tome medidas para asegurarse de que cuando busque nuevos clientes no descuide a los que ya les está ofreciendo servicios. Ofrezca un servicio al cliente amigable y de alta calidad y apoye a los clientes que se inscriben satisfactoriamente en planes del Mercado a lo largo de todo el año.



Use diversos canales de medios de comunicación. A fin de maximizar sus esfuerzos de publicidad y mercadeo y llegar a una audiencia más amplia, considere la posibilidad de usar diversos canales, como redes sociales y medios digitales, televisión y radio locales, publicidad impresa y participación en eventos comunitarios locales.



Dé seguimiento a sus esfuerzos y analícelos. Es importante dar seguimiento y analizar sus esfuerzos de difusión y alcance para garantizar que sus estrategias estén produciendo los resultados deseados.



Lo que debe y lo que no debe hacerse en publicidad y mercadeo



Documentar la recepción y mantener durante diez años un registro del consentimiento del consumidor.	Actualizar solicitudes o acceder a ellas sin consentimiento documentado de un consumidor.
Decir que es un agente o corredor con licencia del estado y registrado en el Mercado que puede ayudar a las personas para solicitar e inscribirse en cobertura del Mercado.	Decir que usted representa a los CMS, el Mercado, CuidadoDeSalud.gov o un emisor o que es su empleado, o alterar y confundir su función con un emisor.
Proporcionar información exacta sobre planes, beneficios y ahorros del Mercado, si corresponde.	Engañar a los consumidores sobre premios o descuentos por inscribirse en cobertura del Mercado.
Evitar datos no exclusivos sobre posibles clientes que se venden a múltiples agentes y corredores.	Olvidar obtener el consentimiento del consumidor cuando usa clientes potenciales.
Documentar que los consumidores han revisado la información de su solicitud de elegibilidad y pedirles que confirmen que quieren ser contactados por usted como parte de futuros esfuerzos de mercadeo.	Olvidar documentar que los consumidores han revisado la información de su solicitud de elegibilidad y hacer llamadas no solicitadas o enviar mensajes de texto no solicitados a los consumidores.
Decirles a los consumidores que quizá sean elegibles para cobertura del Mercado y ayudarles a obtener una cotización o una determinación de elegibilidad del Mercado.	Garantizar planes gratuitos o de bajo costo a los consumidores.



Recordatorios generales sobre mercadeo y publicidad Documente el consentimiento del consumidor

- Debe obtener el consentimiento documentado del consumidor o de su representante autorizado antes de buscar solicitudes, ayudarlo a solicitar, inscribirle o verificar el estado de una solicitud. Esto incluye situaciones en que usted pueda comprar información (exclusiva o no exclusiva) de una compañía de oportunidades de negocio.
- **La documentación del consentimiento del consumidor debe incluir como mínimo:**
 - Una descripción del alcance, el propósito y la duración del consentimiento proporcionado por el consumidor o su representante autorizado
 - La fecha en que se dio el consentimiento
 - El nombre del consumidor o su representante autorizado y
 - El nombre del agente, corredor, corredor web o de la agencia al/la que se otorga el consentimiento, así como el proceso por el que el consumidor o su representante autorizado puede rescindir el consentimiento.
- Debe mantener la documentación de consentimiento del consumidor durante un **mínimo de 10 años** y presentarla si se solicita en respuesta a actividades de monitoreo, auditoría y control del cumplimiento de la ley. Los CMS elaboraron un formulario de consentimiento modelo opcional que los agentes, corredores y corredores web puedan usar para documentar el consentimiento del consumidor. Ese formulario puede encontrarse [aquí](#).

Evite engañar a los consumidores



- Debe asegurarse de no usar ningún esfuerzo de publicidad o mercadeo que podría engañar o confundir a los consumidores. Los agentes y corredores no pueden proporcionar a los consumidores información inexacta ni omitir información relevante sobre planes de salud calificados (QHP), créditos fiscales federales para primas o subsidios de costos compartidos.
- Usted no debe alterar o confundir su función ante los consumidores. Puede decir que es un agente o corredor con licencia del estado y registrado en el Mercado, pero no debe implicar que representa a los CMS, el Mercado o CuidadoDeSalud.gov o que está empleado por ellos, o que está llamando en nombre de esas organizaciones.

Proporcione información exacta

- Debe documentar que la información de la solicitud ha sido revisada por el consumidor o su representante autorizado y que el consumidor o su representante verificó la exactitud antes de presentarla al Mercado.
- **Esa documentación debe incluir como mínimo:**
 - La fecha en que se revisó la información
 - El nombre del consumidor o su representante autorizado,
 - Una explicación de las certificaciones al final de la solicitud de elegibilidad y
 - El nombre del agente, corredor o corredor web asistente.
- Debe mantener esa documentación durante un **mínimo de 10 años** y presentarla si se solicita en respuesta a actividades de monitoreo, auditoría y control del cumplimiento de la ley.



Compra de prospectos de consumidores

Los agentes y corredores pueden usar compañías de oportunidades de negocio, pero deben monitorear cuidadosamente las prácticas de esas entidades. **A continuación se presentan algunas cosas importantes que se deben tener presentes al considerar la posibilidad de trabajar con una compañía prospectadora:**

- ✓ Solicite las credenciales de la compañía y verifique que tenga licencia de aseguradora apropiada en los estados donde opere.
- ✓ Entienda de qué modo la compañía genera prospectos y a qué mercados o segmentos es su meta final. Asegúrese de que los prospectos sean oportunos, que los clientes potenciales necesiten su asistencia y que sepan que usted los contactará.
- ✓ Revise los materiales creativos y los anuncios en línea de la compañía para asegurarse de que se alineen con sus prácticas comerciales y que no engañen ni confundan a los clientes potenciales de ninguna manera.
- ✓ Entienda cómo la compañía determina el precio de los prospectos y los vende. Al usar información de compañías prospectadoras, recuerde confirmar la recepción del consentimiento del consumidor y conserve un registro de ese consentimiento durante un mínimo de 10 años. Debe evitar comprar datos sobre posibles clientes que se han vendido a múltiples agentes y corredores.
- ✓ Determine que la compañía cumpla con la Ley de Cuidado de Salud a Bajo Precio (ACA), la Ley de Transportabilidad y Responsabilidad de Seguros de Salud (HIPAA), la Ley de Protección del Consumidor Telefónico (TCPA) y cualquier otra ley y regulación federal vigente y aplicable.
- ✓ Evalúe los resultados de los prospectos comprados para asegurarse de que sigan proporcionando contactos valiosos con consumidores que buscan cobertura del Mercado y de que se alineen con su estrategia y objetivos comerciales.

Otros puntos clave para recordar sobre la conformidad con el Mercado



- Debe asegurarse de la conformidad con las regulaciones y la orientación del Mercado cuando establezca relaciones comerciales (por ejemplo: para fines de generación de prospectos). Cualquier tercero que contrate debe respetar los requisitos referidos al uso y la divulgación de información de identificación personal (PII).
- En los casos en que los consumidores inicien una relación al proveer información mediante un formulario en línea a través de un sitio web, redes sociales o en respuesta a una encuesta de mercadeo, usted debe hacer seguimiento del consumidor para confirmar el consentimiento personalmente. Esto puede ser con una conversación en persona, una llamada telefónica o por correo electrónico. **La simple marca en una casilla de un formulario en línea no es probable que ofrezca prueba suficiente del consentimiento del consumidor.** Además, debe hacer que el consumidor verifique por separado que la información de su solicitud sea exacta antes de que se presente al Mercado.