



GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2177_3: Definir, formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN COMERCIAL Y TÉCNICA DE SEGUROS Y REASEGUROS PRIVADOS

Código: ADG649_3

NIVEL: 3



1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC2177_3: Definir, formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros.

1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales principales y secundarias que intervienen en la definición, formación y supervisión de los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.



1. Seleccionar a los candidatos que configuran los canales de distribución atendiendo al perfil requerido para el puesto de trabajo.

- 1.1 Establecer el número de miembros y sus características a incorporar en los canales de distribución de acuerdo con las estrategias y directrices definidas por la entidad aseguradora.
 - 1.2 Buscar a los candidatos para cubrir los puestos de trabajo en los canales de distribución a través de fuentes internas o externas a la entidad.
 - 1.3 Obtener información de los candidatos a través de las distintas pruebas selectivas y comprobando el resultado de las pruebas establecidas.
 - 1.4 Designar a los mediadores o al personal de los canales de distribución de los candidatos seleccionados de acuerdo con sus características y conforme a la compatibilidad exigida al perfil profesional definido por la entidad.
- Desarrollar las actividades respetando los criterios de seguridad y confidencialidad aplicables.

2. Impartir formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo, informando de los productos de la entidad, técnicas de venta y trámites necesarios.

- 2.1 Formar a los nuevos miembros del equipo en los valores de representación que la empresa quiere transmitir utilizando el método formativo más adecuado en cada caso.
- 2.2 Explicar las características de los diferentes servicios de la organización a los nuevos miembros del equipo de manera presencial o a través de los diferentes medios disponibles.
- 2.3 Informar sobre los productos que oferta la entidad aseguradora así como los criterios de segmentación a los miembros de los canales de distribución, argumentando sus ventajas y beneficios.
- 2.4 Informar de los diferentes productos de nueva creación explicando sus características técnicas y tratamiento fiscal.
- 2.5 Comunicar los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización entre la entidad y los miembros de los canales de distribución a los mediadores de manera presencial o a través de los diferentes medios disponibles.
- 2.6 Impartir las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales a los profesionales de los canales de distribución mediante los métodos pedagógicos más avanzados.
- 2.7 Comprobar la validez de los recursos destinados a la formación e información de los miembros de los canales de distribución mediante la realización de diversas pruebas de control a los miembros incorporados y haciendo los ajustes necesarios para procurar su idoneidad.
- 2.8 Describir las condiciones del reaseguro explicando las características y estrategias de cesión de riesgos.
- 2.9 Resolver las dudas y dificultades de los miembros de los distintos canales de distribución proporcionándoles soluciones a las dudas planteadas.

3. Establecer las acciones comerciales de los distintos canales de distribución de seguros asignando objetivos y presupuestos.

- 3.1 Estudiar el mercado de la zona de actuación de los canales de distribución según el perfil de los clientes, la competencia y los objetivos de ventas de la entidad.



- 3.2 Elaborar los presupuestos de venta, mantenimiento y explotación de la cartera de clientes de los canales de distribución estimando el potencial de crecimiento y evolución de cada producto.
 - 3.3 Determinar las acciones comerciales de los canales de distribución de cada zona en función de las características de los clientes, las particularidades de los productos a comercializar, la competencia y los datos del ejercicio anterior.
 - 3.4 Clasificar la cartera de los miembros de los canales de distribución según la acción comercial a realizar.
 - 3.5 Igualar las carteras de los miembros de los distintos canales de distribución asignando nuevos objetivos de venta cruzada, complementaria y/o sustitutiva.
 - 3.6 Comunicar la evolución de los datos referentes a los premios formalizados con la entidad a cada uno de los miembros de los canales de distribución a través de los medios correspondientes.
- Desarrollar las actividades respetando los criterios de seguridad y confidencialidad aplicables.

4. *Negociar con los mediadores los objetivos y condiciones específicas de retribuciones reflejándolo en el correspondiente documento.*

- 4.1 Entrevistar al mediador de acuerdo con la estrategia establecida utilizando las habilidades del buen negociador.
 - 4.2 Convenir los objetivos, características, circunstancias y premios de las diferentes campañas de ventas con cada mediador, en función de los objetivos, presupuestos establecidos y de la zona de actuación.
 - 4.3 Formalizar las condiciones acordadas con el mediador en el correspondiente documento según la normativa vigente, en los plazos establecidos y adjuntando la documentación requerida al mediador.
 - 4.4 Resolver las objeciones en el proceso de acuerdo entre la entidad aseguradora y los mediadores utilizando habilidades sociales, de comunicación, de motivación u otras, proporcionando soluciones ante las dudas planteadas.
- Desarrollar las actividades respetando los criterios de seguridad y confidencialidad aplicables, de acuerdo al procedimiento interno de la empresa.

5. *Motivar a los profesionales de los canales de distribución dotándoles de los medios necesarios que faciliten la consecución de los objetivos de venta.*

- 5.1 Proporcionar las herramientas mínimas a los miembros de los distintos canales de distribución, mediante la entrega de medios informáticos, telefonía u otros.
- 5.2 Distribuir las actualizaciones en los catálogos de productos, condiciones generales o particulares de las pólizas y cláusulas de acuerdo con la normativa vigente, informándoles de la responsabilidad de su correcta entrega.
- 5.3 Comunicar las normas de actuación en la cumplimentación y entrega de documentación de pólizas, suplementos, recibos, u otros, informando de las consecuencias de su incumplimiento, mediante manuales de gestión interna de la aseguradora.
- 5.4 Seleccionar las herramientas de previsión de ventas según las previsiones de los objetivos de venta y utilizando diferentes métodos de previsión simple, correlación, cobertura u otros.
- 5.5 Comunicar los procedimientos de calidad establecidos por la compañía a los miembros de los canales de distribución mediante los manuales de protocolo de la aseguradora.



- 5.6 Informar de la forma de ofrecer un mejor servicio para elevar las cuotas de satisfacción y fidelización de los clientes mediante los manuales de protocolo de la aseguradora.
- 5.7 Replantear las comisiones e incentivos explicando lo que su cumplimiento supone para el desarrollo profesional y la retribución a los canales de distribución.

6. Inspeccionar la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución mediante el análisis de diferentes indicadores.

- 6.1 Obtener la información sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación / fidelización de los clientes a través del cálculo de ratios específicos.
 - 6.2 Estudiar la cartera de clientes y su tendencia, utilizando curvas de valores mensuales, de valores acumulados y Total Anual Móvil –TAM– u otros obteniendo conclusiones sobre la evolución del plan de ventas.
 - 6.3 Confeccionar un informe sobre la actividad comercial del canal de distribución, detallando datos internos y externos de la actividad.
 - 6.4 Analizar el informe para valorar la actividad comercial del canal de distribución y para vigilar el comportamiento del mercado y de la competencia localizando las oportunidades y amenazas del negocio.
 - 6.5 Inspeccionar el trabajo de comercialización en la zona de actuación de los miembros del canal de distribución mediante personal propio de la aseguradora o externo como auditores u otros profesionales del sector.
 - 6.6 Llevar a cabo las medidas correctoras que fueran necesarias a través de los medios disponibles mediante personal propio de la aseguradora o externo como auditores u otros profesionales del sector.
 - 6.7 Informar a los miembros del canal de distribución sobre los datos de aportación o incremento de negocio a la campaña de ventas que se trate y del resultado final durante el periodo de la campaña a través de los medios correspondientes.
 - 6.8 Valorar los resultados de las negociaciones de cada campaña de venta con los miembros del canal de distribución utilizando, si procede, cuestionarios de satisfacción u otros medios disponibles como entrevistas personales y objetivos alcanzados por cada mediador, teniendo en cuenta los objetivos fijados previamente.
- Desarrollar las actividades mediante aplicaciones informáticas específicas.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la UC2177_3: Definir, formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Selección de los candidatos que configuran los canales de distribución.

- Análisis y descripción de los puestos de trabajo a cubrir. Elaboración del perfil profesional de los puestos.
- Reclutamiento. Fuentes internas y externas a la entidad.



- Preselección. Exigencias mínimas.
- Entrevistas preliminares.
- Pruebas (idoneidad, específicas de la actividad u otras). Valoraciones de las pruebas.
- Las entrevistas en la selección de personal. Entrevista en profundidad. El entrevistador. Metodología. El proceso de las entrevistas. Tipos de entrevistas (estructuradas, no estructuradas, mixtas, de solución de problemas, provocadoras de tensión u otras).

2. Formación e instrucción de los equipos de ventas en los distintos canales de distribución.

- Métodos y técnicas formativas. Valoración y ajustes. Los contenidos formativos. Los recursos didácticos. El cronograma didáctico. Estrategias metodológicas en la formación para los canales de distribución. Estilos de comunicación didáctica.
- Formación teórica y práctica de los valores de la empresa.
- Formación teórica y práctica de los servicios de la organización: portal de mediadores, apertura y seguimiento de siniestros, gestión de recibos pendientes, cuentas económicas, atención telefónica u otras.
- Formación teórico y práctica de los productos y servicios actuales y nuevos ofrecidos por la entidad: características técnicas, tratamiento fiscal, criterios de segmentación, ventajas y beneficios.
- Formación teórico y práctica de la teoría general del seguro.
- La distribución de riesgos en las entidades aseguradoras: el reaseguro.
- Técnicas y habilidades de venta de productos financieros y de seguros.

3. Planificación de las acciones comerciales de equipos de ventas de los canales de distribución de seguros.

- Análisis del mercado asegurador: Fuentes de información internas y externas. Variables económicas, sociológicas y comerciales. Entidades públicas y privadas que lo componen.
- Los clientes: características, perfiles y parámetros.
- La competencia: Productos y condiciones. Red comercial
- Elaboración de presupuestos de acciones comerciales: De venta, mantenimiento, explotación u otros.
- Organización de las acciones comerciales: zonas, segmentación de la cartera, compensación, premios.
- Organización de equipos de ventas en los canales de distribución de seguros.
- Asignación de vendedores por zonas, clientes u otros parámetros.

4. Negociación con los mediadores: los objetivos y condiciones específicas de retribuciones.

- Las entrevista personales: El análisis de necesidades. Cómo preguntar. La presentación inicial del tema y el uso de argumentos. Planteamiento de la entrevista en función de la actitud del negociador. Argumentación en la captación y tratamiento de objeciones. El cierre de la negociación: sus técnicas.
- La finalización de la entrevista. La despedida. El control o seguimiento de los resultados de la acción de negociación. Futura comunicación.
- El plan de acción comercial, prospección y actividad del equipo de ventas: fijación de objetivos y acciones concretas.
- Las retribuciones de los mediadores: Comisiones. Tipos: nueva producción, cartera, administración, cobranza, sobre beneficios, otras. Subvenciones: imagen comercial, cuantía mensual, concursos de producción, otros.



- Sistemas de retribución por objetivos.
- El contrato del mediador: requisitos, duración, facultades, demarcación, ramos, remuneración, derechos y obligaciones, otros. Ley de Mediación de Seguros Privados.
- Fuentes de conflicto entre la entidad y los mediadores. Resolución.

5. Motivación de equipos de ventas en los distintos canales de distribución de seguros.

- Herramientas de trabajo.
- Motivación de equipos de venta de seguros: teorías y estrategias de motivación. Herramientas.
- Aplicación de las técnicas de dinamización y dirección de equipos de trabajo y reuniones.
- Elaboración de previsión de ventas y prospección comercial. Herramientas de previsión.
- El procedimiento de calidad en la atención al cliente de seguros. La atención integral.
- Sistemas de incentivos: Concursos de producción (viajes, objetos de valor, cantidades económicas), estímulos morales o de prestigio (condecoraciones, placas).

6. Supervisión y control de equipos de ventas en los canales de distribución de seguros.

- Técnicas de supervisión.
- Técnicas de control interno: indicadores y ratios de control. (Objetivos/realización, nº solicitudes/nº visitas, ventas por producto/zona/cliente y gastos/ventas u otros). Oportunidades y amenazas del negocio.
- El personal de la inspección en seguros: propio de la aseguradora (inspectores de zona, comerciales, provinciales, u otros) y/o auditores externos.
- Evaluación del trabajo en equipo: conceptos, ratios y métodos de evaluación.
- Manejo de programas informáticos de presentación de información. Elaboración de informes.

Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia

- Manual de procedimientos de la empresa (organizativos, política empresarial, de calidad u otros).
- Normativa referida a seguros.
- Normativa referida a la seguridad, confidencialidad y protección de datos.
- Normativa referida a la prevención de riesgos laborales.
- Los canales de comunicación: correo electrónico, teléfono, videoconferencia, fax u otros.
- Programas informáticos específicos utilizados en gestión comercial o CRM: Registro, actualización y transmisión de datos. Listados.



- Programas informáticos específicos referidos a la gestión de los canales de distribución. Gestión de redes.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

1. En relación con la empresa deberá:

- 1.1 Adaptarse a los cambios organizativos y ritmos de trabajo de la empresa
- 1.2 Tener interés y compromiso por la empresa.
- 1.3 Hacer suyo el sistema de organización del trabajo y su proceso productivo.
- 1.4 Gestionar su tiempo de trabajo (incluye aspectos como priorización de tareas u otros).
- 1.5 Actuar con rapidez en situaciones problemáticas y no limitarse a esperar.
- 1.6 Ser flexible para afrontar diferentes situaciones de trabajo y sus cambios.

2. En relación con los usuarios deberá:

- 2.1 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa, con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
- 2.2 Orientar al usuario demostrando interés y preocupación por atender satisfactoriamente sus necesidades.
- 2.3 Ser asertivo, empático, sociable y respetuoso en el trato con las personas.
- 2.4 Causar buena impresión en los otros y mantener esa impresión a lo largo del tiempo.
- 2.5 Coordinarse y colaborar con los miembros del equipo y con otros trabajadores y profesionales.

3. En relación con otros aspectos deberá:

- 3.1 Actuar en el trabajo siempre de forma eficiente bajo cualquier presión exterior o estrés.
- 3.2 Respetar y cumplir los procedimientos y normas internas de la empresa, así como las normas de prevención de riesgos laborales y medioambientales.
- 3.3 Responsabilizarse del trabajo que se desarrolla y del cumplimiento de los objetivos, así como en la asunción de riesgos y en los errores y fracasos.
- 3.4 Identificar los puntos fuertes y débiles que necesitan mejora y de los problemas que pueden surgir en el desarrollo de la actividad.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.



Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la UC2177_3: Definir, formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para definir, formar y supervisar a los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros debiendo gestionar la incorporación de un colectivo de profesionales para una zona urbana en el caso de un gestor/a comercial de productos y servicios financieros de seguros y reaseguros, que desarrolla su trabajo en una sucursal de una entidad de seguros. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Seleccionar a los candidatos que configuran los canales de distribución.
2. Impartir formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo.
3. Inspeccionar la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipos, materiales y productos específicos, ayudas técnicas, información técnica, tal como un equipo informático con procesador de texto, hojas de cálculo y bases de datos, de presentación y de edición de imágenes con un programa específico de gestión de la relación con el cliente –CRM-, dispositivos de comunicación y transmisión, de acceso a Internet o Intranet, y el material de oficina que permita el manejo y archivo de la documentación necesarias para el desarrollo de la situación profesional de evaluación, y que además deberán ser de uso generalizado en el sector.



- Se planteará alguna contingencia o situación imprevista que sea relevante para la demostración de la competencia relacionada con la respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia profesional en condiciones de estrés profesional.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
<i>Selección de los candidatos que configuren los canales de distribución.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento del número de miembros -mediadores, oficinas de la entidad, venta telefónica u otros- y sus características –conocimientos técnicos, experiencia, ámbito de actuación, edad u otras- de acuerdo con las estrategias y directrices definidas por la entidad aseguradora.- Búsqueda de los candidatos para cubrir los puestos de trabajo en los canales de distribución a través de fuentes internas o externas a la entidad.- Obtención de la información de los candidatos a través de distintas pruebas selectivas –entrevistas, dinámicas de grupos u otras- y comprobando el resultado de las pruebas establecidas.- Designación de los mediadores o del personal de los canales de distribución de los candidatos seleccionados de acuerdo con sus características y conforme a la compatibilidad exigida al perfil profesional definido por la entidad. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de los indicadores del criterio de mérito.</i></p>
<i>Impartición de formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Explicación de las características técnicas y tratamiento fiscal de los diferentes productos de nueva creación.- Información de los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización.- Impartición de las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales.



	<ul style="list-style-type: none">- Descripción de las condiciones del reaseguro.- Explicación de las características y estrategias de cesión de riesgos. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento de la Escala A.</i></p>
<p><i>Inspección de la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Obtención de la información sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación / fidelización de los clientes.- Estudio de la cartera de clientes y su tendencia.- Vigilancia del trabajo de comercialización en la zona de actuación de los miembros del canal de distribución.- Realización de las medidas correctoras que fueran necesarias. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento de la Escala B.</i></p>



Escala A

4	<p><i>La impartición de formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo se efectúa explicando con rigurosidad las características técnicas y el tratamiento fiscal de los diferentes productos de nueva creación aplicando los conocimientos de teoría general de seguros y fiscalidad y teniendo en cuenta el argumentario comercial elaborado por la organización, informando de los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización entre la entidad y los miembros de los canales de distribución de forma clara y precisa, formando en las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales mediante los métodos pedagógicos más avanzados –test, teatrillos u otros-, favoreciendo las relaciones comerciales e interpersonales, y describiendo las condiciones del reaseguro y las características y estrategias de cesión de riesgos, de manera presencial o a través de los diferentes medios disponibles.</i></p>
3	<p><i>La impartición de formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo se efectúa explicando las características técnicas más importantes y el tratamiento fiscal de los diferentes productos de nueva creación aplicando los conocimientos de teoría general de seguros y fiscalidad y teniendo en cuenta el argumentario comercial elaborado por la organización, informando de los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización entre la entidad y los miembros de los canales de distribución, formando en las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales mediante un método pedagógico reconocido y describiendo las condiciones principales del reaseguro y las características y estrategias de cesión de riesgos, de manera presencial o a través de los diferentes medios disponibles.</i></p>
2	<p><i>La impartición de formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo se efectúa explicando las características técnicas y el tratamiento fiscal de los diferentes productos de nueva creación aplicando los conocimientos de teoría general de seguros y fiscalidad, no obstante sin tener en cuenta el argumentario comercial elaborado por la entidad, informando con dudas y dificultades de los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización entre la entidad y los miembros de los canales de distribución, formando en las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales sin aplicar ningún método pedagógico predeterminado, y describiendo las condiciones principales del reaseguro y las características y estrategias de cesión de riesgos de manera presencial o a través de los diferentes medios disponibles.</i></p>
1	<p><i>La impartición de formación teórica y práctica a los nuevos miembros del equipo se efectúa explicando las características técnicas y el tratamiento fiscal de los diferentes productos de nueva creación, los trámites necesarios en la realización de las distintas gestiones de comercialización entre la entidad y los miembros de los canales de distribución, las técnicas relacionadas con la venta y las habilidades sociales y las condiciones principales del reaseguro de forma imprecisa, sin orden, y escasamente clara, lo que hace difícil su comprensión por los nuevos miembros del equipo.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

Escala B

4	<p><i>La inspección de la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución se efectúa obteniendo la información detallada sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación/fidelización de los clientes a través del cálculo de ratios específicos – objetivos/realización, nº solicitudes/nº visitas, ventas por producto/zona/cliente y gastos/ventas u otros-, estudiando en profundidad la cartera de clientes y su tendencia utilizando curvas de valores mensuales, de valores acumulados y Total Anual Móvil –TAM- u otros, obteniendo conclusiones sobre la evolución del plan de ventas, vigilando el trabajo de comercialización en la zona de actuación de los miembros, y llevando a cabo las medidas correctoras que fueran necesarias, argumentando su aplicación.</i></p>
3	<p><i>La inspección de la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución se efectúa obteniendo la información sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación/fidelización de los clientes a través del cálculo de alguno de los ratios o índices específicos más importantes, estudiando la cartera de clientes y su tendencia, utilizando un método de análisis de la cartera de clientes, obteniendo conclusiones sobre la evolución del plan de ventas, vigilando el trabajo de comercialización en la zona de actuación de los miembros, y llevando a cabo las medidas correctoras que fueran necesarias, argumentando su aplicación.</i></p>
2	<p><i>La inspección de la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución se efectúa obteniendo información poco clara sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación/fidelización de los clientes a través del cálculo de algún ratio o índice específico, estudiando la cartera de clientes y su tendencia, utilizando un método de análisis de la cartera de clientes, obteniendo conclusiones poco sólidas sobre la evolución del plan de ventas, vigilando el trabajo de comercialización en la zona de actuación de los miembros, y llevando a cabo las medidas correctoras sin argumentar su aplicación.</i></p>
1	<p><i>La inspección de la consecución de objetivos de venta de los canales de distribución se efectúa obteniendo datos que no permiten obtener conclusiones objetivas sobre la situación y rentabilidad de las ventas, penetración en el segmento y vinculación/fidelización de los clientes y la evolución del plan de ventas.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS

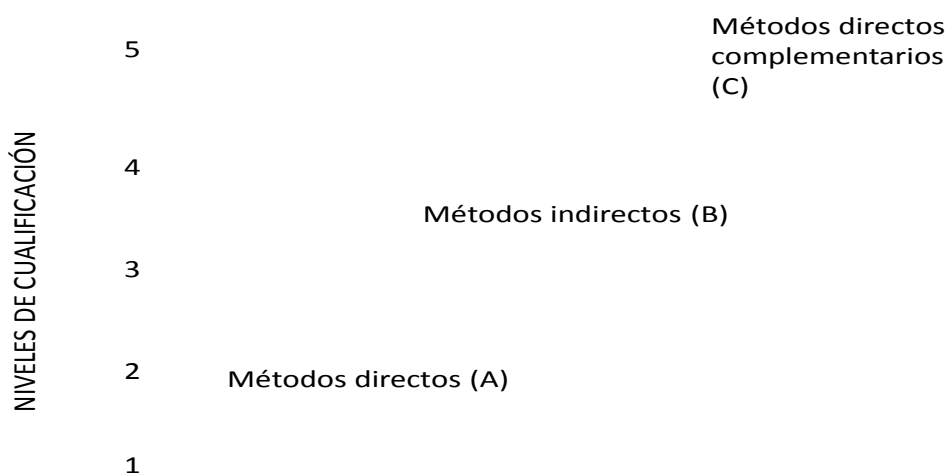
La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.



2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
- Observación en el puesto de trabajo (A).
 - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
 - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
 - Pruebas de habilidades (C).
 - Ejecución de un proyecto (C).
 - Entrevista profesional estructurada (C).
 - Preguntas orales (C).
 - Pruebas objetivas (C).



MÉTODOS DE EVALUACIÓN

Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)



Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.

2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación no formal y no tenga experiencia en la definición, formación y supervisión de los profesionales de los distintos canales de distribución de seguros, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el “saber” y “saber estar” de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los “saberes” incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.



- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un/a profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del “saber estar” recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel 3. En este nivel tiene importancia el dominio de habilidades en tecnologías de la información y comunicación, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Esta se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización, cumpliéndose las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.



- h) Para valorar la competencia de respuesta a las contingencias, se recomienda considerar una serie de incidencias tales como que las directrices que propone la entidad para la selección de candidatos que vayan a formar los canales de distribución se contradicen con los perfiles requeridos, que los datos para el estudio de las ventas son exageradamente altos u otros, que el candidato tendrá que resolver de forma que plantee la solución más adecuada.
- i) Para el desarrollo de la situación profesional de evaluación se aconseja establecer las estrategias y directrices generales de la entidad aseguradora que prioricen los canales de distribución, perfiles profesionales exigidos por la empresa, listado interno de posibles candidatos con sus correspondientes CVs, manuales de la entidad que contengan el argumentario comercial y la tramitación en la comercialización, listado de productos de nueva creación y sus características técnicas y fiscales, manuales normativos, datos para el estudio de las ventas y análisis de la cartera de clientes e informes sobre los trabajos de comercialización de los miembros del canal de distribución.
- j) Para el desarrollo de la situación profesional de evaluación se aconseja utilizar interlocutores reales o ficticios que actúen como candidatos que potencialmente puedan configurar los canales de distribución.