



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: MEDIACIÓN DE SEGUROS Y
REASEGUROS PRIVADOS Y ACTIVIDADES AUXILIARES**

Código: ADG545_3

NIVEL: 3

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC1794_3: Organizar y gestionar la acción comercial en las
actividades de mediación”**

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC1794_3: Organizar y gestionar la acción comercial en las actividades de mediación”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

| | |
|--|--------|
| Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF: | Firma: |
| Nombre y apellidos del asesor/a: NIF: | Firma: |



INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Cada **actividad profesional principal (APP)** se compone de **varias actividades profesionales secundarias (APS)**.

Lea atentamente cada APP y a continuación sus APS. En cada APS marque con una cruz el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de las APS. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

| APP1: Obtener información del mercado asegurador, analizando su relevancia en el establecimiento del plan comercial de la empresa. | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| APS1.1: Seleccionar las fuentes de información internas y/o externas en función del tipo de datos representativos que proporcionen para el plan comercial y aplicando los procedimientos establecidos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.2: Obtener información sobre las variables económicas, sociológicas y comerciales que afecten al plan de actuación comercial y/o estrategias comerciales periódicamente a través de las distintas fuentes. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.3: Seleccionar a los clientes que atienden a las características establecidas por la actividad de mediación aplicando técnicas de prospección proactiva. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.4: Obtener la información relevante de los clientes prospectados a través de su propia acción personal y/o de su propia red y/o colaboradores, para la organización y ejecución de la acción comercial propia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.5: Obtener información sobre los productos de la competencia y sus condiciones a través de su propia acción personal y/o de su propia red y/o colaboradores, para la organización y ejecución de la acción comercial propia. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.6: Organizar la información obtenida de las distintas fuentes de información mediante las aplicaciones informáticas de gestión comercial o CRM disponibles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS1.7: Registrar la información obtenida de las distintas fuentes de información mediante las aplicaciones informáticas de gestión comercial o CRM disponibles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



| APP1: <i>Obtener información del mercado asegurador, analizando su relevancia en el establecimiento del plan comercial de la empresa.</i> | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| APS1.8: Examinar la información obtenida estableciendo los puntos fuertes, débiles, amenazas y oportunidades de la acción comercial. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| APP2: <i>Organizar las acciones de comercialización de la actividad de mediación, mediante el establecimiento de distintos elementos del plan de marketing.</i> | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| APS2.1: Establecer los objetivos comerciales de la actividad de mediación, priorizándolos, en base a criterios de rentabilidad, fidelización de clientes u otros. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.2: Analizar la estrategia y posicionamiento de la actividad de mediación, identificando el área o segmento del mercado asegurador al que se va a dirigir la prospección. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.3: Definir los segmentos más atractivos potencialmente aplicando criterios de volumen y frecuencia de compra, potencial de adquisición futura, calidad potencial del servicio de venta, grado de fidelización y capacidad de diferenciación del producto o servicio entre otros. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.4: Programar el calendario, planning de realización de acciones comerciales concretas elaborándolos para el período estimado a través de la agenda física, electrónica u otros programas informáticos disponibles y de acuerdo con los ratios de eficiencia establecidos. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.5: Seleccionar los seguros o reaseguros objeto de cada acción comercial de acuerdo con el grado de saturación del mercado, el ciclo de vida del producto, precio, características diferenciadoras de la competencia, u otros aspectos relevantes y teniendo en cuenta la cifra de ventas comprometida. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.6: Analizar las características de la cartera de clientes actuales y futuros de la actividad de mediación mediante el uso de aplicaciones de CRM u otras. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.7: Establecer el número de acciones previstas, su rentabilidad y fidelidad mediante el análisis de las características de la cartera de clientes y futuros de la actividad de mediación. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS2.8: Determinar los recursos materiales necesarios para la ejecución de las acciones comerciales en la actividad de mediación de acuerdo al tipo de | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



| APP2: Organizar las acciones de comercialización de la actividad de mediación, mediante el establecimiento de distintos elementos del plan de marketing. | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| acción comercial a realizar y a la programación establecida. | | | | |
| APS2.9: Distribuir el presupuesto de las acciones comerciales asignado en función del número de acciones programadas y de la rentabilidad estimada. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| APP3: Efectuar la selección de los clientes objeto de las acciones comerciales, determinando los productos más adecuados a sus características. | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| APS3.1: Determinar los criterios de segmentación de los clientes para cada tipo de seguro o reaseguro mediante el estudio de las características personales, profesionales, socioeconómicas, seguros o volumen de primas contratadas, propensión a la compra y riesgo presentado a través de las aplicaciones disponibles en la actividad de mediación. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.2: Obtener los listados de los clientes idóneos para cada acción comercial a través de los ficheros físicos, bases de datos, CRM disponibles, propios o facilitados por las entidades, de los clientes actuales y potenciales. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.3: Ordenar los listados de los clientes idóneos en función de sus características y su zona de actuación. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.4: Seleccionar a los clientes potenciales para cada acción comercial, fijada por la actividad de mediación atendiendo al perfil de riesgos a los que está expuesto, a su capacidad económico/financiera y a la segmentación de clientes de la empresa. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.5: Clasificar a los clientes actuales de la actividad de mediación en función del estado de su perfil de riesgo y de su nivel actual de aseguramiento. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.6: Determinar nuevas oportunidades de negocio para los clientes actuales mediante actualizaciones necesarias de las coberturas contratadas o buscando nuevos productos, en diferentes entidades. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS3.7: Informar de las características de los productos y servicios más | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |



| APP3: Efectuar la selección de los clientes objeto de las acciones comerciales, determinando los productos más adecuados a sus características. | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|---|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| demandados por los clientes y las oportunidades de negocio observadas a los responsables de la captación y ampliación de la cartera de la actividad de mediación a través de los canales adecuados. | | | | |
| APS3.8: Registrar los datos de los clientes en el sistema de gestión de la actividad de mediación mediante las aplicaciones informáticas de gestión comercial o CRM disponibles. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| APP4: Controlar los resultados de las acciones comerciales y el mantenimiento de clientes, contrastándolos con los objetivos previstos. | INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN | | | |
|--|-------------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| APS4.1: Comprobar que las acciones comerciales emprendidas se corresponden con lo previsto inicialmente mediante el seguimiento de las mismas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS4.2: Examinar la aceptación de la campaña comercial propia para ver el grado de consecución de los objetivos comerciales, la eficacia del mensaje, la programación de los medios u otros a través de diferentes técnicas de investigación, junto con la dirección. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS4.3: Verificar que el sistema de control y seguimiento sobre el cumplimiento de objetivos de cada campaña o promoción de productos se define de acuerdo con las acciones programadas y el presupuesto asignado de acuerdo con las directrices de la actividad de mediación. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS4.4: Comprobar que las fichas de los clientes contactados en las distintas acciones comerciales, tanto propias como de los auxiliares externos, se encuentran actualizadas mediante búsquedas. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| APS4.5: Detallar la rentabilidad de las acciones comerciales calculando por medio de las diversas técnicas establecidas para cada indicador económico y utilizando para ello los medios convencionales o informáticos apropiados a cada caso. | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |