



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP1795_2: Comercializar productos de inversión basados en seguros (ibips)”

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 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP1795_2: Comercializar Productos de Inversión Basados en Seguros (IBIPs)".

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:	Firma:
NIF:	
Nombre y apellidos del asesor/a:	Firma:
NIF:	

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. 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.

1: Prospectar potenciales clientes (particulares y empresas) en la contratación de productos de inversión basados en seguros (IBIPs), conforme a la normativa aplicable en distribución de seguros, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional, con el objetivo de captarlos comercialmente.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Definir el plan de acción fijando las actividades dirigidas a la prospección comercial y de marketing con el objetivo de captar clientes válidos para la contratación de productos de inversión basados en seguros.	☐	☐	☐	☐
1.2: Recopilar la información de potenciales prospectos de las bases de datos públicas y privadas.	☐	☐	☐	☐
1.3: Segmentar la información obtenida en función de los criterios de cribado establecidos a partir de los informes de las principales instituciones del sector (Informes de UNESPA, DGSFP, ICEA, Consejo General de los Colegios de Mediadores, Fundación Mapfre, entre otros) y de bases de datos propias.	☐	☐	☐	☐
1.4: Redactar el argumentario comercial en función del tipo de potencial cliente.	☐	☐	☐	☐
1.5: Realizar la calendarización mediante el uso de aplicaciones de digitales disponibles: agenda electrónica, CRM, (plataformas de gestión de relaciones con clientes), entre otros.	☐	☐	☐	☐
1.6: Contactar los prospectos seleccionados anteriormente con los medios de comunicación a disposición (teléfono, correo instantáneo móvil, correo electrónico, video conferencia, entre otros).	☐	☐	☐	☐

1: <i>Prospectar potenciales clientes (particulares y empresas) en la contratación de productos de inversión basados en seguros (IBIPs), conforme a la normativa aplicable en distribución de seguros, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional, con el objetivo de captarlos comercialmente.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.7: Respetar los criterios de confidencialidad y los marcados por la normativa aplicable de protección de datos personales de forma rigurosa.	☐	☐	☐	☐

2: <i>Captar potenciales clientes (particulares y empresas), en la contratación de productos de inversión basados en seguros, conforme a la normativa aplicable de distribución de seguros, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional con el fin de distribuir un producto IBIPs, aplicando las medidas de prevención contra potenciales conflictos de intereses entre las partes intervinientes.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Utilizar la información obtenida del cliente para ajustar el discurso comercial en base a la interacción con el mismo.	☐	☐	☐	☐
2.2: Ajustar el argumentario comercial a las circunstancias particulares del cliente en función de la información recibida.	☐	☐	☐	☐
2.3: Conseguir la captación del potencial cliente mediante la aceptación por su parte de una propuesta de asesoramiento personalizado en los productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
2.4: Respetar los criterios de confidencialidad y los marcados por la normativa aplicable de protección de datos personales de forma rigurosa.	☐	☐	☐	☐

3: Asesorar a potenciales clientes (particulares y empresas), en la contratación de productos de inversión basados en seguros, conforme a la normativa aplicable de distribución de seguros y sostenibilidad de los mismos, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional para comercializar productos IBIPs, aplicando las medidas de prevención contra potenciales conflictos de intereses entre las partes intervinientes.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Analizar las necesidades de los potenciales clientes (particulares y empresas) éticamente, conforme a la normativa sobre mercados de instrumentos financieros, normativa de prevención de blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, normativa de protección de datos y conforme a los distintos criterios de selección de riesgo según normativa PRIPPS (productos de inversión minorista empaquetado o producto de inversión basado en seguros).	☐	☐	☐	☐
3.2: Facilitar la información sobre la naturaleza, la sostenibilidad y los riesgos de los productos IBIPs ofrecidos de manera comprensible a los clientes, posibilitando la adopción de decisiones de inversión con conocimiento de causa.	☐	☐	☐	☐
3.3: Facilitar la información sobre el impacto fiscal de los productos IBIPs de forma precisa y clara al potencial cliente, teniendo en cuenta las circunstancias particulares del mismo y la normativa aplicable en materia fiscal.	☐	☐	☐	☐
3.4: Facilitar la información de los costes y gastos asociados, incluido el de asesoramiento, cuando proceda en los IBIPs recomendados, y la forma en la que se podrá pagar, así como cualquier pago relacionado con terceros de forma exacta al potencial cliente.	☐	☐	☐	☐
3.5: Proponer la estrategia global al cliente, combinando sus necesidades en función de la evolución por ciclo de vida, por aversión/apetito al riesgo, criterios de inversión ética o empresas socialmente responsables e impacto fiscal para tener posicionado al cliente en sus intereses.	☐	☐	☐	☐
3.6: Elaborar la propuesta de inversión conforme al resultado del análisis ético de necesidades, combinando una o varias opciones de contrato de producto IBIPs.	☐	☐	☐	☐
3.7: Emitir la documentación PRIPPS personalizada conforme al resultado del análisis ético de necesidades, combinando una o varias opciones de contrato de producto IBIPs.	☐	☐	☐	☐



3: Asesorar a potenciales clientes (particulares y empresas), en la contratación de productos de inversión basados en seguros, conforme a la normativa aplicable de distribución de seguros y sostenibilidad de los mismos, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional para comercializar productos IBIPs, aplicando las medidas de prevención contra potenciales conflictos de intereses entre las partes intervinientes.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.8: Facilitar la propuesta de seguro IBIPs físicamente o por medios electrónicos al potencial cliente.	☐	☐	☐	☐

4: Formalizar la contratación del producto IBIPs a clientes (particulares y empresas), conforme a la normativa aplicable en materia de distribución de seguros, en función de la forma jurídica seleccionada y utilizando el asesoramiento como base de su desempeño profesional para la resolución de la venta.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Transmitir la propuesta total o parcialmente aceptada, previamente valorada por el potencial cliente, conforme a la normativa aplicable de contratación de productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
4.2: Perfeccionar la emisión del contrato de seguro cumplimentando la documentación PRIPPS, la póliza y el SEPA (documento de domiciliación bancaria).	☐	☐	☐	☐
4.3: Descartar la propuesta rechazada, previamente valorada por el potencial cliente, procediendo a borrar los datos personales del cliente conforme a la normativa en materia de protección de datos personales.	☐	☐	☐	☐
4.4: Calendarizar la propuesta aplazada, previamente valorada por el potencial cliente, para posteriores contactos dentro del periodo permitido por la normativa en materia de protección de datos personales.	☐	☐	☐	☐



5: Gestionar la cartera de clientes de una manera activa y dinámica en función de la evolución de las necesidades de los clientes y de la evolución de los mercados financieros y de la normativa aplicable en la distribución de productos IBIPs, para mantener su fidelización.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Definir el plan de gestión activa de la cartera fijando las tareas de seguimiento de las necesidades de los clientes y de la evolución de los mercados financieros y de la normativa aplicable en la distribución de productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
5.2: Recopilar la información de seguimiento de las necesidades de los clientes utilizando un cronograma por periodos trimestrales o semestrales.	☐	☐	☐	☐
5.3: Recopilar la información de seguimiento de la evolución de los mercados financieros utilizando los datos financieros/públicos recogidos por las principales agencias (Reuters, centro de estudios del Banco de España, entre otros) e índices económicos (IBEX35, Dow Jones, entre otros).	☐	☐	☐	☐
5.4: Recopilar la información de seguimiento de la normativa aplicable a la distribución de producto IBIPs consultando periódicamente el BOE o Boletines profesionales (Informes UNESPA, ICEA, CECAS), entre otros.	☐	☐	☐	☐
5.5: Utilizar la información obtenida para elaborar una recomendación al cliente, en función del perfil del cliente y de las necesidades detectadas.	☐	☐	☐	☐
5.6: Proponer las recomendaciones al cliente mediante el ofrecimiento de la contratación de las aportaciones de prima periódica, aportaciones extraordinarias, reducción o suspensión de aportaciones, rescates totales o parciales, y/o la contratación de nuevos productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
5.7: Gestionar las contingencias extraordinarias de tipo personal (fallecimiento o invalidez) en el momento del conocimiento del suceso dándole curso a las áreas de siniestros.	☐	☐	☐	☐
5.8: Respetar los criterios de confidencialidad y los marcados por la normativa aplicable de protección de datos personales de forma rigurosa.	☐	☐	☐	☐



6: Desarrollar proactivamente la cartera de clientes de productos IBIPs para aumentar el volumen de negocio, fidelizar la cartera y alcanzar los objetivos comerciales exigidos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Definir el plan de acción fijando las actividades dirigidas a la captación de prospectos referenciados por la cartera, con el objetivo de llevar a cabo la captación de nuevos clientes válidos para la contratación de productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
6.2: Solicitar las referencias de clientes de cartera que permitan ampliar las acciones de promoción de los productos IBIPs, mediante el contacto periódico con los mismos (telefónico, personal, electrónico, entre otros).	☐	☐	☐	☐
6.3: Realizar la promoción de los productos y captación de nuevos potenciales candidatos participando activamente en foros empresariales y profesionales o realizando acciones de marketing o incentivación.	☐	☐	☐	☐
6.4: Incorporar los prospectos válidos captados a la base de datos de potenciales clientes para iniciar el proceso de asesoramiento y consumir la contratación de nuevos productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐
6.5: Definir la fidelización de clientes fijando el conjunto de actividades dirigidas a la contratación de otros productos de seguro por los mismos clientes que han contratado los productos IBIPs.	☐	☐	☐	☐