

ANUARIO DE LA INNOVACIÓN FORMATIVA

Ø GR€F

AÑO 2022

ENTIDADES FINANCIERAS Y ASEGURADORAS

D.FRANCISCO SEGRELLES

PRESIDENTE



"Compartir estas acciones formativas ayudan a consolidar nuestra asociación como un ecosistema de colaboración único dentro de nuestro sector, convirtiéndolo en un punto de encuentro de profesionales de la formación de los sectores financiero y asegurador."

Querida amiga, querido amigo:

En este 2022, con gran satisfacción y a petición de los verdaderos artífices del Anuario, Emilio Prat Bedia y Eduardo Sanchez de la Magestad, escribo este prólogo con el propósito de fundamentar el sentido y razón de ser de este magnífico escaparate de experiencias profesionales en esta segunda edición.

Vaya por delante mi agradecimiento a ambos y a cuantos han colaborado en la experiencia, soci@s y asociad@ corporativos GREF, porque independientemente de los galardones, con su candidatura dan pleno sentido a nuestra asociación y a su lema **"Conectamos personas, compartimos conocimiento"**.

El anuario se refiere a Innovación Formativa. Yo subrayaría lo de Innovación que contrasta con lo rutinario, y lo asociaría a valores como la iniciativa, la creatividad, el estímulo,... Y lo sumamos a aprender de los otros, a generar nuevos retos, a responder a las preguntas, y a compartir inquietudes desde la generosidad de las personas en el GREF. Como dice Antonio Machado: "En cuestiones de cultura y de saber, solo se pierde lo que se guarda; sólo se gana lo que se da."

Decimos sobre la Innovación en el lugar arriba indicado, que "queremos que la innovación sea uno de nuestros valores diferenciadores. Pero no tanto el gran proyecto innovador, que también, sino la innovación que empieza por nosotros, sigue por nuestro puesto de trabajo y continua en nuestro entorno.

Aprovecho para enviarte mi más cordial saludo.

PREMIOS MEJOR INICIATIVA FORMATIVA

MOTIVACIÓN

Nacen para dar respuesta a una necesidad común del sector:

Reconocer la contribución de la formación a la consecución de los objetivos empresariales y al desarrollo profesional de las personas.

OBJETIVOS

- Difundir la asociación y su actividad
- Comunicar y compartir las mejores prácticas sensoriales
- Dar visibilidad a la actividad de socios y asociados corporativos

PREMIOS

Anualmente se otorgarán 3 premios Gref Oro, Gref plata y Gref bronce, a las 3 candidaturas más votadas.

JURADO

El jurado se compone por todos los responsables de formación de las entidades socias del GREF así como los miembros eméritos activos.

OPERATIVA VOTACIÓN

Cada miembro del jurado cuenta con 3 votos con un valor respectivamente de 3 puntos, 2 puntos y 1 punto. Las 3 candidaturas más votadas serán las ganadoras de los premios.



ABANCA

DESAFÍO COMÚN

BANCO MEDIOLANUM

RED COMERCIAL

BANCO SANTANDER

MÁSTER EN BANCA Y MERCADOS FINANCIEROS

CAIXABANK

TRAINERS ACADEMY

CAJAMAR

PROGRESA +

CECABANK

FORMCIÓN FINANCIERA PARA DEPORTISTAS

GENERALI

TIPS COMERCIALES

NATIONALE-NEDERLANDEN

AÚN MÁS LÍDERES DEL TÚ A TÚ

REALE

ITINERARIOS FORMATIVOS AGENCIAS

SABADELL

ERES MANAGER

SANTA LUCÍA

FORMACIÓN INTEGRADA HERRAMIENTA GESTIÓN COMERCIAL



GALARDONES 2022



Gref oro 2022



Gref plata 2022



Gref plata 2022



//ABANCA

Ø GR€F

MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022



//ABANCA

RESUMEN

La experiencia formativa **se sustenta en un apasionante viaje a través de Google Earth por los puntos más singulares del Planeta Tierra**, en los que los profesionales encuentran **retos que deben resolver utilizando la nueva aplicación de Banca Móvil de ABANCA**. El objetivo es que el profesional de oficinas no sólo domine teóricamente los servicios, sino que viva la experiencia en primera persona, para ser capaz de prescribirlos e instruir en su uso al cliente con mayor capacidad.

La clave: Conocer con una **experiencia memorable** las nuevas funcionalidades de la app puede **convertir al profesional en un prescriptor, dándole argumentos** de venta propios que podrá transmitir con más confianza y habilidad al cliente. **“Lo vivo, lo entiendo, lo comparto”**.

De esta manera, creamos una app gamificada con 10 retos singulares, que puede realizarse a través del dispositivo que más tienen a mano: el móvil. Una herramienta de consulta con toda la información necesaria de cara a la atención al cliente y que refuerza el mensaje “Si queremos ser más digitales, los canales que proponemos tienen que serlo.”

Recordemos: Los programas de formación en productos y servicios a los clientes genera un aumento del 6.2% en los ingresos de las organizaciones, un aumento del 7.4% en la retención de clientes y una disminución del 6.1% en los costes de soporte. Forrester, 2019.

Por tanto, el Mensaje estrella es: Cuando tienes un gran abanico de soluciones que no requieren una oficina física, el mundo entero es tu banco. Conviértete en el experto guía que tu cliente necesita.

Nuestra misión en común es que todas las personas vivamos la nueva Banca Móvil.



**PERIODO DE
EJECUCIÓN**



En marcha

¿Cómo logramos que nuestros profesionales prescriban nuestros servicios digitales, guiando a los clientes en su utilización si ellos no han experimentado en primera persona todas sus funcionalidades? Sorprendiéndolos con una herramienta innovadora que no se ha usado con fines formativos hasta ahora: **Google Earth, con un ruta de 10 destinos singulares** por todo el Planeta Tierra, donde aguardan retos que permiten al profesional **buscar, entender y experimentar de primera mano las soluciones digitales que ofrece la nueva Banca Móvil**. Porque una experiencia vale más que mil manuales.

**Haz click aquí para ver el
resumen de Desafío Común ABANCA**



OBJETIVOS

¿QUÉ TENEMOS QUE LOGRAR?

Conseguir que las personas de la organización **revisitemos las funcionalidades, ahora actualizadas**, y manejemos las nuevas soluciones para encontrar en el día a día la utilidad de todas ellas. Esto debía favorecer el **despliegue de la nueva aplicación y mejorar nuestros ratios de prescripción** de nuestros servicios digitales.



Antecedentes / Problemática a resolver

Cuando el área de Banca Digital trabajaba en el **lanzamiento de la nueva aplicación de banca móvil de ABANCA**, se encontró con el hándicap de que muchos profesionales de oficina hacían un uso limitado de la misma, al estar acostumbrados a resolver sus asuntos financieros personales en la oficina.

Teníamos por tanto que poner en marcha una iniciativa de aprendizaje que **mejorara el dominio de la aplicación mediante su utilización** como cliente, para que pudieran tener **un contacto directo con la experiencia de usuario**.

METODOLOGIA UTILIZADA I

Los elementos pedagógicos que consideramos para la experiencia formativa fueron:

En este caso, un “**Diseño instruccional basado también en el ambiente**” significa crear un entorno de aprendizaje que facilite el éxito del alumno. Un equilibrio entre “lo que es necesario que el alumno sepa y tenga en su cabeza” sobre cómo funcionan los servicios digitales de ABANCA para explicarlo a su cliente y “lo que tiene a mano en el entorno durante el aprendizaje” para que pueda consultarlo cuando se enfrente a una situación particular. Por ejemplo, una necesidad específica de un cliente.

¿Cómo? Dando **percepción de utilidad** (más ingresos vinculados a cliente); **dominio de la experiencia** (con un reto memorable); **percepción de facilidad** (de aplicación inmediata); para transformar el conocimiento y recursos **en hábitos comerciales**.

Aprovechamos lo mejor de cada mundo: Los humanos son irremplazables entendiendo a otros humanos: identificando emociones, entendiendo necesidades, encontrando soluciones. Y para ello, se sirven de la tecnología como apoyo para que el cliente logre su objetivo o cubra su necesidad.

3 pilares para prepararnos y no aburrirnos en el intento:

Storytelling: “Más que una moda, la forma más eficiente de aprender de la experiencia de otros”. Así, el cortisol -quien nos focaliza-; la dopamina -creadora de optimismo-, y la oxitocina -generadora de empatía y detonante de la acción-, son los ingredientes de los 10 entretenidos retos, que estresan al máximo los casos en los que podrían servir los productos y servicios, en esta aventura casi surreal y potente que hacemos vivir al profesional

Microlearning con tecnología al servicio del aprendizaje: Paso a paso se abarca un conocimiento más amplio y profundo, y si estos pasos además se dan a través de recursos tecnológicos interactivos, se logra el binomio conocimiento/feedback necesario para el aprendizaje: Vídeos / Chatbots./ Guías ilustradas/ Obtención de Medallas virtuales.



App (iOS y Android): Las formaciones compiten con las tareas urgentes de los empleados con lo que tenemos que estar disponibles cuando el profesional encuentre su tiempo de inspiración, ¿la mejor manera? Estar donde está, en su móvil. La herramienta de consulta más usada (lo miramos más de 150 veces al día). Y además es coherente con la estrategia digital de ABANCA.

METODOLOGÍA UTILIZADA II

Estructura de cada episodio:

1. **Storytelling:** Vídeo con micro-historia emplazado en Google Earth. Se ubica al profesional en un destino “singular” del mundo, poniéndole en situación de los retos que le toca vivir.
2. **Retos:** Chatbot interactivo que guía a través del servicio digital para que el profesional encuentre la solución a la situación, que solo puede resolver utilizando la nueva App de banca móvil de ABANCA.
3. **Feedback:** Las respuestas están basadas en comprobaciones de uso real de los servicios.
4. **Reafirmación:** Infografía a modo de Guía exprés con los puntos e instrucciones clave aprendidos durante el episodio, para que sirva de consulta al encontrarse con la duda de un cliente.

Detalle de retos y objetivos:

1. **“Cuando pagaste sin cartera en Iguazú”.** Objetivo: Pago directo con apps, cambio de límite de tarjeta en cajeros, comercios o compras online, conocimiento del servicio Aplázame, pago digital sin tarjeta virtual.
2. **“Cuando vayas al Desierto de Lut, cuídate del sol y de los hackers”.** Objetivo: Concienciación sobre malware, operaciones fraudulentas, número de emergencia de ABANCA.
3. **“Cuando te estrenaste en el Salar de Uyuni”.** Objetivos: Uso del broker on line, búsqueda de cotización de valores, revisión de información de interés de fondos de inversiones.
4. **“La vez que tu dinero se fue a divertir a Las Vegas”.** Objetivo: Apertura y personalización de una cuenta bancaria, activación de notificaciones en caso de robo, pérdida o clonación.
5. **“Había una vez un emprendedor sin garaje en Silicon Valley”.** Objetivos: Transferencias y domiciliación, extractos de cuenta, consulta de préstamos, obtención de extractos y certificados de cuenta.
6. **“Buscando la paz espiritual en tus cuentas, en el Reino de Bután”.** Objetivos: Domiciliaciones, pago de impuestos y recibos.
7. **“Huyendo del mal de ojo en Granada”.** Objetivos: Envío de dinero con ABANCA Cash.
8. **“Aquella vez que perdiste la memoria en el Faro del Fin del mundo”.** Objetivos: Manejo y obtención de Pin y contraseñas.
9. **“Una aventura fuera de este mundo en Río Tinto”.** Objetivos: Bizum (pagos y uso generales).

METODOLOGÍA UTILIZADA II

Que el esfuerzo esté en el contenido, no en el continente:

- **No es necesario aprender otra herramienta o tecnología:** usamos un entorno conocido, Google Earth
- **No es necesario seguir instrucciones complejas:** el entorno lo va guiando.
- **El conocimiento no es impuesto. no va por delante,** se incorpora con la experiencia personal, como resultado de la curiosidad para resolver un problema.
- **Por encima de la teoría está la dimensión práctica,** con casos reales que el propio profesional busca resolver entrando a la app de la nueva banca móvil para encontrar la respuesta.
- **Se fomenta el autoaprendizaje:** “un puente” entre el reto a su inteligencia y las soluciones disponibles, para que haga un trayecto parecido al que hace en su vida cotidiana.
- **Las soluciones tienen el estilo de multirrespuesta,** no existe fricción en el aprendizaje.
- **Todo esto en un entorno entretenido, de humor y aventura** en destinos exóticos, que crean una atmósfera casi vacacional. Predisponiendo favorablemente a conceptos que de forma teórica tomarían más tiempo y trabajo asimilar.

RESULTADOS OBTENIDOS



El aprendizaje que se mide multiplica su poder. Por eso creamos un Dashboard con los Learning Analytics en tiempo real para tomar mejores decisiones, identificar patrones, gaps y crear actividades a partir de la data obtenida.

En la medición a través del Dashboard en tiempo real, se medían los KPI del día a día, los de usabilidad para saber qué día de la semana y hora era mejor lanzar push con micro-historias para activar a los usuarios, así como los KPIs de performance, que nos permitió detonar actividades para dinamizar el programa.

“Todo muy bonito, pero ¿para qué sirve?”



El **57%** considera que les facilita y ayuda a explicar mejor las funcionalidades a los clientes mediante ejemplos.

“Te formas y no te das ni cuenta”

El **97,4%** Considera la experiencia Desafío Común ABANCA útil y entretenida.

“Mira, lo que te llevas”



42,8% Considera que les ayudó a conocer funcionalidades desconocidas y se sienten más cómodos y familiarizados con los servicios digitales.

¿Y, cuántos nos apuntamos?

Conexiones: **18.145**
Ejercicios realizados: **20.935**

¿Y del negocio, qué?



Desde el lanzamiento del programa, el 10 de marzo, han aumentado un **60%** las descargas de la nueva Banca Móvil por parte de profesionales de ABANCA.

+1.000 descargas.

Aumento del 59% al **80% de prescripción de los servicios digitales** por parte de la Red Comercial, medido a través del Mystery presencial.

RESULTADOS OBTENIDOS



La recomendarías a tus compañeros de trabajo, ¿Cómo se la contarías?

“**Útil y necesaria** para poder asesorar”

“Es un **método práctico** para conocer mejor nuestras aplicaciones”

“Hay **aplicaciones y funcionalidades que no sabía ni que existían**, muy útiles. Mejora sustancial respecto a la app antigua”

“Repasa tus conocimientos en **15 minutos muy útiles, y a la vez entretenidos**, que te pueden salvar en cualquier situación”

“**Experiencia recomendable** para ponerte a prueba tus conocimientos”

“Experiencia **práctica, entretenida, y muy didáctica**”

“**Intrigante**”

“**¡Tenéis que hacerlo!**”

“**Muy útil** para nuestros clientes y para mí”

“Recordatorio de algunos procesos y **descubrimiento de algunas funcionalidades** de la app de ABANCA”

“Aprender participando activamente. **Despierta el interés y curiosidad** por conocer con más detalle”

“**Una vuelta al mundo muy entretenida y muy útil** para conocer la nueva app de ABANCA”

EQUIPO RESPONSABLE

Esponsorización: directora general de Capital Humano y director ejecutivo de Banca Digital

Equipo de trabajo: Javier Díaz, Isaac Rubio y Xiana González de Banca Móvil y Electrónica, Beatriz Brasa y Luis Lanuza de Capacitación y Gestión del Cambio, María Laura Mosqueda (Fundadora y CEO de TechHeroX) e Ina Olvera (Directora Creativa de TechHeroX).

Colaboradores: departamentos de Comunicación Interna, Medios de Pago, Seguridad TI, Back Office.

MATERIAL ADICIONAL

[Enlace a Vídeo Case explicativo del proyecto DESAFÍO COMÚN de ABANCA](#)

[Instrucciones para la descarga de la demo miembros del jurado de GREF](#)

Usuario: demo@gref.com

Contraseña: demogref22

Teléfono asistencia técnica: 636 664 844

[Enlace a recursos de muestra utilizados](#)

MATERIAL ADICIONAL

¿Cómo hemos acompañado la migración de clientes con el programa?

3 canales: Intranet, Email, Push móvil

Intranet



Lanzamiento



Recordatorios

MATERIAL ADICIONAL

Banners



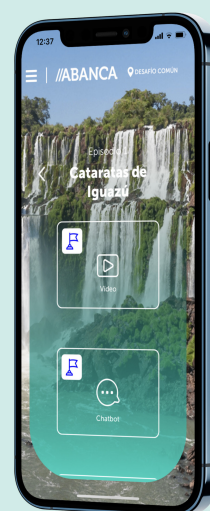
Push app



MATERIAL ADICIONAL

App

//ABANCA
DESAFÍO COMÚN



"OH BABY,
BABY,
IT'S A WILD
WORLD"

Para enfrentarnos
a un mundo de riesgos,
contaremos con el móvil,
la banca electrónica
y los servicios digitales
de ABANCA

//ABANCA DESAFÍO COMÚN

//ABANCA

Ø GR€F

MedBrain

MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022



**Red
Comercial**

RESUMEN

La formación de una Red de 1.600 Agentes Financieros propios requiere de una arquitectura formativa compleja.

Por una parte hay que cumplir varias normativas obligatorias en materia de Formación: financiera (exigiendo al menos una titulación EIP), en seguros (exigiendo Nivel 2 en caso asesoramiento), y LCCI (para ofrecer productos de crédito). Sin mencionar la cantidad de otras (pero menos intensas) obligaciones anuales como Blanqueo Capitales, Protección de Datos, Códigos de Conducta etc.

Por otra parte, para realizar de manera excelente la labor de Asesoramiento personalizado a un cliente requiere de mayores conocimientos: conocimiento técnico de los productos y procesos de la entidad, de Fiscalidad, conocimiento en comportamiento de los clientes ante las situaciones de estrés (cada vez más frecuentes) y de los sistemas informáticos (entender cómo funcionan las herramientas es también fundamental)

Para articular todos estos contenidos obligatorios y no obligatorios las entidades contamos normalmente con una plataforma LMS (Learning Management System).

Existe una oferta de empresas que lo ofrecen, con algunas diferencias entre ellas pero con un servicio por lo general similar.

La diferencia se consigue con el Contenido.

Según un informe de GREF se pueden llegar a establecer hasta 13 tipologías de contenidos, entre financieros, seguros, ESG, créditos, etc.

Por ello Banco Mediolanum ha desarrollado toda una arquitectura de contenidos dividido en 4 grandes categorías:

- Técnica (dividida en 9 sub-categorías)
- Comportamental
- Herramientas y Sistemas Comerciales
- Obligatoria

las 9 subcategorías técnicas son: productos bancarios, financiación, protección, fondos y pensiones, fiscalidad, jubilación y procesos.

Actualmente la oferta total de contenidos creados supera los 80 contenidos dedicados a estas 4 grandes áreas. En varios formatos (scorm, sesiones en streaming, webinars en directo, y en algunos casos presencial)

A esta plataforma y arquitectura la hemos llamado MEDBRAIN, a la que además hemos creado un catálogo de cursos llamado FORMAMENTE, que ayuda al alumno a buscar el contenido que le interese e inscribirse al mismo.

EXTRACTO INFORMACIÓN DESTACADA

OBJETIVOS

Antecedentes / Problemática a resolver

Son varios los problemas a resolver:

- Por una parte, ofrecer contenidos diversos y de calidad a una Red de volumen considerablemente alto (1.600 agentes a día de hoy)

- que resuelvan problemas reales del Agente y del Cliente, de manera que pueda inscribirse en cursos "cómo comunicar al cliente", o en otros de contenido técnico como "diversificación de una cartera de fondos" o "derecho familiar y sucesorio"

- Los contenidos en formato "scorm" ayudan mucho pero pierden el factor Humano de la Formación. Por eso la mayoría de cursos "scorm" vienen acompañados después de una sesión Online con otros Agentes con mucha más experiencia en el tema que les aportan conocimientos que no están en los libros

- que resulte fácil de usar y reproducir para poder acceder a los contenidos desde un portátil, tablet o incluso móvil en algunos casos

- que resulte útil para el Agente y se quede con lo aprendido, más allá de simplemente pasar rápidamente por aquellos temas obligatorios que se deben cumplir (ejemplo de esto es el catálogo de contenidos que ofrecen entidades como ICEA para superar las 25 horas en seguros)

- es necesario también que hay posibilidad de control de los responsables de equipos comerciales (les llamamos Supervisores) de manera que sepan en todo momento qué formaciones están haciendo sus directos.

Incluso, que estos Supervisores puedan asignar cursos concretos discrecionalmente a personas de su equipo: por ejemplo, si se detecta que alguien anda flojo de conocimientos en un tema , asignarle los cursos correspondientes. Así , el Supervisor se descarga de ciertas tareas (como si el alumno estuviera estudiando en casa) y puede dedicarse así a otras tareas comerciales.

- y muy importante, que todo quede debidamente registrado a efectos de los muchos controles de reguladores (CNMV, DGS) o auditorías.

METODOLOGÍA UTILIZADA

1) Inicialmente se diseñó un catálogo de cursos tocando las varias macro-áreas:

- Técnica
- Comportamental
- Herramientas y Sistemas Comerciales
- Obligatoria

2) una vez definidos los contenidos (unos 70 inicialmente) se pasó a la generación de cursos. Se tomó mucho material en presentaciones Power Point, manuales y otros documentos y se "transformaron" al forma SCORM (concretamente Rise Articulate en su mayoría) . Tales scorm se enriquecieron con videos insertados realizados por personas del Dpto Formación y del área Comercial. Esto llevó varios meses. En algunos casos recurrimos a entidades que ofrecen ya Scorm montados como INESE, ICEA o IEF.

3) tuvimos en cuenta las diferentes tipologías de Red. A los agentes de Banca Privada les dimos contenidos especiales, como un curso "Gestión clientes Grandes Patrimonios", donde incluimos temas especiales como Corporate Finance o Protocolo Familiar.

4) Creamos también un "catálogo" pues si no es difícil que una persona pueda ver la profundidad y cantidad contenidos disponibles (como Netflix). A este catálogo lo llamamos "FormaMente".

El catálogo está dividido en 5 grupos según tipología de Red: agentes, Supervisores, Managers y Agentes de Banca Privada (con contenidos específicos no accesibles por el resto)

5) con los contenidos ya creados, los trasparamos a nuestra plataforma LMS (actualmente trabajamos con Cornerstone).

A esta plataforma le llamamos MEDBRAIN.

Los contenidos son revisados y actualizados periódicamente

6) Algunos contenidos no pueden estar en Scorm. Temas de actualidad lo realizamos por WEBINARS en directo, un formato diferente. Para ello establecimos un total de 18 directos a lo largo de 2022, algunos válidos por horas EFPA.

7) lanzamos oficialmente la plataforma el 22 febrero de 2022, coincidiendo con una convención nacional con toda nuestra Red

MedBrain pretende crecer pues en los objetivos de Banco Mediolanum está llegar a ser una Red de 3.000 Agentes en los próximos años.

Tal cantidad de personas requiere evidentemente de un potente sistema formativo

METODOLOGÍA UTILIZADA



MedBrain es la **Plataforma Formativa** de Banco Mediolanum para la Red de **Family Bankers**.

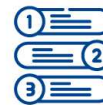
En esta Plataforma encontrarás los contenidos formativos que necesitarás según tu **situación personal**, desde Family Banker a Professional Banker o Private Banker.

También hay contenidos específicos para **Supervisores** y **Managers**.

En el **Catálogo cursos**, llamado **FORMA MENTE**, encontrarás todos los cursos disponibles en cada momento:



El catálogo es accesible desde la propia MedBrain, desde el **banner** de la **home** o bien desde el menú al cual se acceder desde la opción a la derecha arriba de la **home**.



Hay **cuatro tipos** de contenidos:

Técnico, **Normativo**, **Comportamental**, **Herramientas y Sistemas Comerciales**



Técnico	On line	Webinar	Aula	descubre >
	35	0	0	
Normativo	On line	Webinar	Aula	descubre >
	6	0	0	
Comportamental	On line	Webinar	Aula	descubre >
	2	0	0	
Herramientas y Sistemas Comerciales	On line	Webinar	Aula	descubre >
	10	0	0	

- Existen cursos (la mayoría) donde la inscripción es voluntaria, y otros de asignación por Sede
- El Agente elige el tema que le interesa. Se inscribe al curso y dispone de un tiempo determinado para hacer la navegación por el Scorm. Normalmente un máximo de 6 meses. Puede hacerlo cuando quiera, parar y continuar en cualquier momento.
- Al finalizar la navegación, entra en cola de Sesión Complementaria (por Microsoft Teams) y cuando se tiene un quorum suficiente (20 a 25 personas) se convoca la sesión.
- Al acabar la sesión TEAMS, se abre un test aprovechamiento y al superarlo, el curso queda registrado en el expediente del Agente. (su Supervisor lo puede ver en cualquier momento, así como nosotros desde Dpto Formacion)
- periódicamente se revisan contenidos y se actualizan si necesario. Y se crean más (ya hay previsto 5 nuevos cursos que lanzaremos en enero 2023, con contenido propio de nivel EFP)

RESULTADOS OBTENIDOS



Desde que empezó en 22 febrero hemos generado 1.184 horas en cursos de una etapa (sencillos) y 12.292 horas en cursos de más de una etapa (incluyen navegación, sesión complementaria y test). En total 13.476 horas de formación

De acabar la cantidad de cursos en los que hay matriculados, generaremos 23.620 horas.

A través la reportística que ofrece Cornerstone tenemos:

-Respecto los cursos de 1 etapa (sencillos) tenemos 1.082 cursos d finalizados, con 502 cursos en proceso

-Respecto a los cursos de más de 1 etapa (con sesion online, test) tenemos 1.463 cursos finalizados, 2.100 iniciados en su fase Scorm y 1.043 tan solo inscritos (el alumno no ha comenzado)

Actualmente hay cerca de 80 contenidos y están previstos nuevos contenidos técnicos cuyo contenido se ha realizado conjuntamente con IEF, y otros de tipo soft skills. A lanzar en 2023, junto con otras mejoras de la aplicación como la emisión de certificados de cursos , otro sistema de webinar en directo y mejoras de navegación varias.

En el catálogo FormaMente hay una descripción concreta de cada curso con los siguientes campos:

- Dirigido a
- Área temática
- Cómo se proporciona
- Cómo participar
- Objetivos del curso
- Contenidos
- Programa
- Metodologías de Aprendizaje
- Relatores

EQUIPO RESPONSABLE

Equipo Responsable:

- Coordinador : Francesco D'Italia
- contenidos técnicos: Raúl Martín
- contenidos comportamentales: José Luis López Alvarez
- contenidos obligatorios: Ángela del Rey
- contenidos herramientas y sistemas : Mauro lo Vasco

Adicionalmente hay un grupo de 24 Agentes Representantes de Banco Mediolanum (Formadores) que realizan las sesiones Complementarias (TEAMS) en cada curso

También hemos llegado a un acuerdo con 9 gestoras (Pictet, Fidelity, JP Morgan, Morgan Stanely, Schroders, Candriam, M&G, Invesco y próximamente Blackrock y Nordea) que participan en contenidos , añadiendo webinars en directo y cursos especiales donde se profundiza en la oferta de fondos que cada una de ellas ofrece a Banco Mediolanum

MATERIAL ADICIONAL

Empresa plataforma LMS : Cornerstone.

Materiales de cursos : IEF, ICEA, INESE

curso ejemplo 1



curso ejemplo 2





MEJOR INICIATIVA FORMATIVA 2022

Máster en Banca
y
Mercados
Financieros

RESUMEN

Desde 1996 y con la colaboración de Banco Santander se imparte el Máster en Banca y Mercados Financieros por Sanfi con título de la Universidad de Cantabria (UC) para un grupo de máximo 36 alumnos y con una duración de 640 horas. El programa se imparte en 5 países. En todos ellos se cuenta con Banco Santander como socio preferente, así como con universidades de prestigio de cada uno de los países.

El Máster ha evolucionado a lo largo de los años hasta convertirse en una experiencia vivencial que va más allá de lo puramente académico. SANFI y Santander trabajan conjuntamente en el diseño y la impartición de este programa, con el fin de acelerar la incorporación de talento joven y diferencial a la industria financiera y de seguros. En este programa se premian el talento y el esfuerzo, tanto antes de incorporarse al Máster como durante su realización, con el objetivo de captar y formar a los mejores profesionales del sector.

Un programa
consolidado, ambicioso y
sostenible que aúna las
fortalezas de Universidad
y empresa

Destacan los siguientes aspectos:

EMPLEABILIDAD: El 98% de los alumnos desarrollan su trabajo en actividades relacionadas con la formación recibida

PRÁCTICAS: Prácticas en Banco Santander o empresas del grupo retribuidas con una duración mínima de 6 meses.

INNOVACION: La tarea de I+D+I es constante, se han desarrollado simuladores de negocio y de gestión de carteras, casos de estudio propio y cursos online de economía y finanzas digitales, acuerdos con instituciones educativas, laboratorios de finanzas e instituciones públicas y privadas de prestigio.

ESTANCIAS FORMATIVAS: Una semana en Madrid y una semana en Londres.

EVALUACION: Evaluación continua del grado de aprovechamiento, evaluaciones de progreso, exposición de trabajos y proyectos de grupo durante el curso.

RECONOCIMIENTOS:

- Reconocido entre los 5 mejores programas de su especialidad por el ranking de El Mundo desde hace 5 años
- Acreditado por BME para incorporar la formación de Licencia de operador SIBE
- Acreditado por la CNMV para Mifid II
- Acreditado por EFPA España (2009) para impartir la formación en EFA
- Prepara para la certificación en LCCI exigida por el Banco de España

OBJETIVOS

El objetivo general del programa de estudios es formar a los alumnos en el campo de la banca y los mercados financieros, de modo que se especialicen en el conocimiento del negocio bancario, el funcionamiento de las entidades y la operativa de los mercados financieros y servir de cantera para la captación de talento para las entidades financieras y aseguradoras.

OBJETIVOS SECUNDARIOS:

Unir la excelencia académica de la Universidad con la propia experiencia del Santander para conseguir la mejor cantera de talento.

Potenciar el talento de los participantes a través del programa Sanfi People&Talent donde cuentan con un mentor.

Aportar una visión global de las áreas de funcionamiento de las entidades bancarias, profundizando en el estudio de sus operaciones y en la planificación de sus estrategias de negocio.

Capacitar al participante en el uso de las técnicas de gestión de entidades financieras.

Conocer de forma práctica el funcionamiento de los mercados financieros y sus productos en el ámbito internacional.

Acreditar a los alumnos que superen el examen de certificación con una cualificación reconocida oficialmente a nivel internacional para profesionales que trabajan en el mundo financiero y en el campo de las inversiones.

Antecedentes / Problemática a resolver

La economía contemporánea se encuentra en pleno cambio, avanzando hacia un entorno digital, tecnológico y acelerado. Al mismo tiempo, las empresas evolucionan y plantean nuevas demandas a los profesionales.

- Las compañías de todo el mundo presentan dificultades al momento de contratar nuevos talentos.
- Emprendedores y empresarios de todas las áreas deben hacerse responsables de acortar esta brecha.
- La labor de las universidades es crucial para reducir las distancias, pero insuficiente sin el accionar de las empresas.

Las compañías modernas buscan un trabajador todoterreno. Es decir, con formación académica, pero fundamentalmente con habilidades blandas que le permitan desempeñarse de forma óptima en entornos laborales variables y cambiantes.

Sin embargo, esta necesidad no se encuentra satisfecha. Para eliminar la brecha competencial se necesitan aunar esfuerzos entre universidad y empresa, que es lo que consigue este programa.

Este Máster es el camino necesario para solucionar la mencionada crisis de talentos y promover la expansión de la economía en condiciones óptimas.

METODOLOGÍA UTILIZADA

METODOLOGÍA UTILIZADA



¿Cómo se evalúa a los alumnos?

Evaluación continua del grado de aprovechamiento en cada materia, complementada con evaluaciones de progreso, así como la exposición de trabajos y proyectos de grupo durante el curso.

El alumno es valorado por un sistema de ranking lo que favorece la competitividad y la mejora continua de cada uno, ya que no es posible superar el programa si sistemáticamente un alumno se encuentra en la parte baja del ranking en todas las asignaturas.

RESULTADOS OBTENIDOS



Solo en España se ha formado a más de 800 alumnos desde su creación. El 98% de los alumnos desarrolla su trabajo en actividades relacionadas con la formación recibida. El 47% de los egresados del Máster trabaja actualmente en el Grupo Santander, en diferentes departamentos: Banca comercial, Riesgos, Auditoría. Los egresados también encuentran salidas profesionales en otras entidades financieras, consultoría, asesoramiento, seguros, e importantes empresas de múltiples sectores de actividad. En los dos últimos años, 18 de las principales empresas del sector han contratado a los alumnos del Máster.

El programa ha obtenido una valoración de 4,6 sobre 5 en 2021-2022.

El Máster:

- Aporta una visión global de las áreas de funcionamiento de las entidades bancarias. En las titulaciones universitarias afines no se profundiza en ello. Permite conocer de forma práctica el funcionamiento de los mercados financieros y sus productos en el ámbito internacional.
- Se obtiene un conocimiento práctico de la gestión bancaria a través de un Simulador creado en exclusiva para el Máster y de los mercados financieros a través del Simulador de gestión de carteras en colaboración con Renta4 Banco.
- Estancias formativas en Madrid y Reino Unido en contacto directo con directivos del Banco Santander que transmiten su conocimiento.
- El 37% de la docencia se imparte por profesionales del Banco Santander, el 26% por profesionales del ámbito financiero procedentes de otras empresas y el 37% por profesores universitarios. Esta combinación real universidad-empresa permite que los estudiantes obtengan los conocimientos de manera aplicada a la realidad del sector financiero.
- SANFI Alumni potencia el networking entre Antiguos Alumnos

El Santander aporta su experiencia empresarial, su tecnología y su capacidad de innovación, lo que convierte a este Máster en único dentro de su especialidad. Aplicación práctica de los conocimientos durante 6 meses de prácticas en el Santander o empresas del grupo.

El conocimiento que los profesionales del Santander tienen de los alumnos del Máster por su participación en el mismo, así como las prácticas que durante seis meses pueden realizar en sus dependencias procuran al Santander información suficiente para ofrecer puestos de trabajo en su plantilla.

EQUIPO RESPONSABLE

- Selección Banco Santander
- Formación & Desarrollo Santander
- SANFI
- Universidad de Cantabria
- Equipo docente

Directores

Dña. Belén Díaz, profesora Titular de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria y directora Académica de SANFI

D. Francisco Javier Martínez, catedrático de Economía Financiera y Contabilidad del Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Cantabria

Profesorado

Está compuesto por 62 personas, profesores de la Universidad de Cantabria, directivos del Grupo Santander, profesores de distintas universidades españolas y profesionales en activo cuyas actividades están relacionadas con el sector financiero. Los profesores universitarios (23) son todos doctores y a tiempo completo. Todos los profesionales que participan en el Máster pertenecen al sector financiero (39).

MATERIAL ADICIONAL

Se adjunta enlace a vídeos promocionales del Máster:





MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022

**Trainers
Academy**

RESUMEN

Dentro de la estrategia formativa de CaixaBank uno de los puntos diferenciales es la utilización de formadores internos. De hecho este colectivo de formadores internos se puso en marcha en el Banco hace más de 30 años, durante todo este tiempo han participado más de 5.000 personas, e incluso muchos de ellos aún hoy siguen muy activos desarrollando contenidos e impartiendo formación.

El colectivo de formadores internos ha estado desempeñando un papel fundamental durante todos estos años, diseñando contenidos y recursos formativos, dinamizando sesiones y sobre todo impartiendo formación enfocada al conocimiento propio de la Entidad, a reforzar la cultura del Banco, a conocer los procesos comerciales y operativos,... en definitiva a mejorar los resultados transmitiendo las mejores prácticas al resto de compañeros.

Aprovechamos la situación postpandemia para reformular el Rol de Formador Interno

La buena marcha de la actividad de este grupo de profesionales se vio truncada por el impacto de la pandemia en los planes de formación, y sobre todo el demoledor impacto que ha tenido sobre las metodologías presenciales durante casi dos años.

A raíz de la pandemia los formatos de impartición "a distancia" (webinars, chats, podcats, ...) han ganado mucho terreno adaptándose con éxito a este nuevo escenario en el que se ha demostrado que la utilización de estas nuevas metodologías ha sido clave, consolidándose como formatos muy eficientes a la hora de construir e impartir los planes de formación.

Por otro lado, tenemos que tener en cuenta otro factor muy relevante que afecta al colectivo de formadores internos, puesto que durante estos dos años de pandemia CaixaBank realiza la integración de Bankia, incorporando nuevas formas de hacer, nuevos procedimientos, y también un nutrido colectivo de personas, más de 15.600, de los cuales muchos que ya eran formadores internos en Bankia han pasado a formar parte del colectivo de formadores internos en la entidad destino, CaixaBank, en un movimiento que refuerza la integración de las dos compañías.

Todos estos factores hacían necesario implementar un proyecto para retomar el rol del formador interno e impulsarlo con muchas más fuerza. Además esta figura toma especial relevancia en la nueva CaixaBank y se incluye como uno de los factores clave dentro del nuevo plan estratégico de Recursos Humanos.

OBJETIVOS

Antecedentes / Problemática a resolver

Para retomar e impulsar el colectivo de formadores internos se pone en marcha la "Trainers Academy" que tiene como objetivo transformar el Rol del Formador Interno después de los impactos que han producido sobre este grupo en los últimos dos años, tanto por los efectos de la pandemia en la actividad formativa, como de la integración de Bankia.

La Trainer Academy, tiene como primer objetivo reconfigurar el mapa de formadores internos dentro de la nueva CaixaBank incorporando a este Rol a los que ya ejercían esta función en sus Entidades de origen, como aquellas personas que desean hacerlo por primera vez.

Por otro lado, otro objetivo relevante, es dotar a este colectivo de una metodología propia de CaixaBank. Es decir, homogenizar los formatos de impartición para asegurar la máxima calidad y una gran transferencia a resultados. También es necesario enseñar a este colectivo las mejores y más modernas prácticas a la hora de construir e impartir formación sobre la base de los nuevos formatos a distancia, y además incorporar las últimas tendencias que se están realizando en los procesos formativos.

Pero como principal objetivo, la Trainer Academy quiere reconocer el esfuerzo que realizan estas personas, al prepararse la formación y al realizar la impartición, y agradecer que continúen o que comiencen a colaborar en este ámbito con el Banco, generando un potente elemento motivacional que ayude a fomentar esta figura como un elemento clave dentro de la estrategia de formación del Banco.

En primer lugar, revisar y en su caso identificar a los profesionales que deseen formar parte del grupo de formadores internos, incluyendo a los que ya hacían la función, como a personas que quieren hacerlo por primera vez.

Para ello, se han identificado 4 formadores por cada dirección de Zona, y además se han segmentado, por Áreas de Conocimiento, en concreto por Negocio, Riesgos, Digital y Cultura. El colectivo total suman más de 1.500 personas, de la Red Comercial, siendo su gran mayoría, directores, subdirectores o gestores especializados.

Por otro lado, necesitábamos dotar a los formadores internos de nuevas y novedosas formas de hacer en el mundo de la formación. En definitiva evolucionar y transformar la figura de "formador interno" a al rol de "Trainer", dotándole de un marchamo exclusivo y facilitando que los resultados de su actividad formativa estén al máximo nivel.

Por último, este proyecto tenía que servir y está sirviendo como un elemento de transformación cultural dentro de la nueva CaixaBank.

METODOLOGÍA UTILIZADA

En primer lugar, como pieza más relevante, hemos desarrollado un modelo de impartición exclusivo de CaixaBank. Este modelo asegura que las 1.500 personas que ejercen como Trainers en las diferentes Áreas de Conocimiento realizarán una distribución homogénea y con los máximos estándares de calidad y de transferencia a resultados.

Para ello, se ha desarrollado una base conceptual sobre los procesos de aprendizaje, la curación de contenidos, el diseño y construcción de acciones formativas, la learnability, el Storytelling, las metodologías de formación y los nuevos formatos de impartición.

Posteriormente, hemos identificado las skills, tanto soft como hard, necesarias para un Trainer, y sobre esa base se han ido trabajando para llevar a los trainers a su mejor versión.

Con todo ello, para el arranque de la Trainer Academy se diseñó un potente programa de "Train de Trainers" con dos grandes patas, la primera va dirigida a formar sobre su Rol y sus capacidades, utilizando la base conceptual y las skills. Y una segunda, dirigida a potenciar el conocimiento de su Área de Conocimiento específica, los principales procedimientos, entrenando los mensajes clave y los ejemplos prácticos más representativos.

El programa de Train de Trainers ha combinado las más avanzadas metodologías: webinars, prework, postwork, sesiones presenciales, actividades en línea, alternando ponentes internos con ponentes externos expertos en los procesos de aprendizaje.

Para finalizar el programa se ha realizado una Jornada Presencial con todos los Trainers de cada una de las Direcciones Territoriales.

Esta Jornada, ha tenido un gran efecto motivacional para el colectivo, ya que en ella han participado la alta dirección para agradecerles el esfuerzo que realizan desempeñando este Rol y alternándolo junto con su función dentro de las Oficinas.

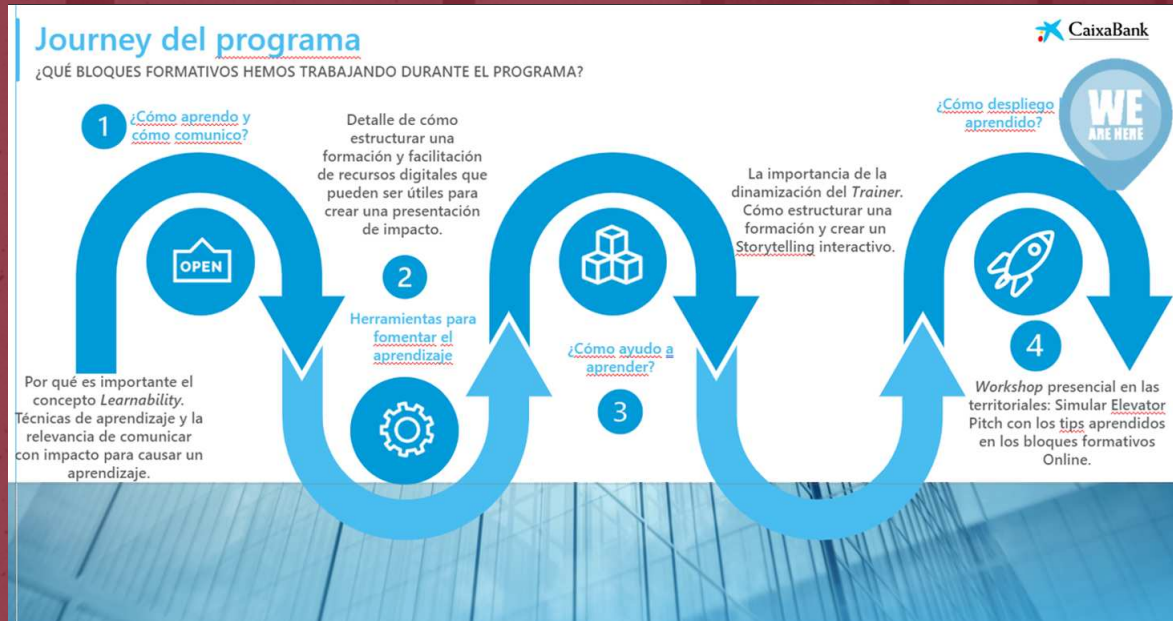
Además, también han participado referentes internos de cada una de las Áreas de Conocimiento, permitiéndoles conocer de primera mano las principales novedades que se están realizando en cada una de ellas.

También hemos incorporado a ponentes externos que les han abierto la puerta a las prácticas más novedosas, y hemos realizado dinámicas para reforzar el conocimiento con el resto de compañeros de la comunidad de Trainers de cada Dirección Territorial.

Por último, en esta jornada se ha dado pie a que los Trainers más veteranos tengan un espacio para contar sus historias más representativas sobre los años que llevan ejerciendo la función y sobre el profundo agradecimiento los compañeros que reciben la formación.

Además, hay que tener en cuenta que la Trainer Academy tiene una vocación de continuidad, de tal forma que se ha puesto en marcha un espacio de actualización continua, un sitio para compartir las inquietudes y para informar al resto del colectivo de las mejores prácticas, para que a su vez se puedan extender al resto del Banco.

METODOLOGÍA UTILIZADA



El programa de Train de Trainers ha combinado las más avanzadas metodologías: webinars, prework, postwork, sesiones presenciales, actividades en línea, alternando ponentes internos con ponentes externos expertos en los procesos de aprendizaje.

RESULTADOS OBTENIDOS



Los resultados obtenidos están siendo espectaculares, tanto en el impacto sobre el colectivo de trainers como en el negocio, ya que no podemos olvidar el efecto tan potente que tiene la función del trainer sobre el desarrollo del negocio en cada una de las Oficinas de CaixaBank.

En cuanto a los resultados de satisfacción del programa de Train de Trainers han sido fantásticos, con una valoración de media de 4.6 sobre 5. Los comentarios escritos que han incorporado los participantes han calificado en más de un 90% como una experiencia motivadora y enriquecedora.

Por otro lado, derivada de la Jornada los trainers se han elaborado los planes de trabajo individual (PTI) con un calendario específico de impartición por cada Trainer sobre cada una de sus Áreas de Conocimiento. Este plan de acción permitirá expandir las mejores prácticas antes de finalizar el año, en cada uno de los cuatro ámbitos (Negocio, Riesgos, Digital y Cultura) para un colectivo de más de 30.000 personas.

EQUIPO RESPONSABLE

Este proyecto se ha desarrollado desde la Dirección de Formación del Banco, aunque apoyado por la Dirección General de Negocio, por la Dirección General de Riesgos, y por las Direcciones de Transformación Digital y de Cultura.

Para ello, se ha formado un equipo de trabajo conjunto que ha ayudado a desarrollar los contenidos, procesos, mejores prácticas de cada una de las Áreas de Conocimiento, involucrando a los principales expertos del Banco para descenderlo a todos los Trainers.

Por otro lado, en la Jornada de cierre han participado la Alta Dirección y todos los Directores Territoriales del Banco, alineándolo desde el primer momento con el proyecto y ayudando en la implantación en todas las Oficinas de CaixaBank.

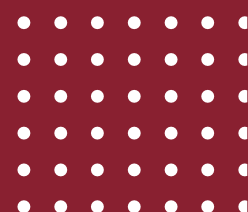
MATERIAL ADICIONAL





Progresat+

MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022



Progresat +

RESUMEN

Progres+ es una de las grandes apuestas formativa de GCC para el año 2022.

Se trataba de un desafiante reto donde conseguir que el colectivo de Gestores/as de Caja, mejorara su productividad y su motivación comercial, a través del empoderamiento, convirtiéndose así en un componente comercial más de la Oficina.

Ha sido un Proyecto entendido como una oportunidad merecida, hacia un colectivo sobre el que en ocasiones no se realizan grandes inversiones formativas, pero que la Entidad ha querido premiar y reforzar dado su papel crítico en la Organización.

Y así se entendió desde el principio por parte del colectivo, como una oportunidad para subirse a un tren en marcha que no podían dejar escapar.

El Programa se extiende durante 6 meses, y ha estado compuesto por varios módulos, que van desde uno inicial para motivarlos a la actividad comercial y empoderarlos personal y profesionalmente, hasta entrenar contactos comerciales remotos y presenciales, pasando por conocimiento del producto, la sistemática o el uso de la propia Agenda Comercial entre otros.

Se ha realizado un enorme esfuerzo para implicar a toda la cadena jerárquica de la Organización, siendo el propio Director Territorial el impulsor del Proyecto, los Directores/as de Zona los líderes de sus equipos, y los Directores/as de Oficina apoyando y facilitando el avance.

Para conseguirlo, se ha realizado una interesante gamificación (será detallada posteriormente), creando equipos por cada Zona, donde el Director ha adoptado el rol de seleccionador y capitán.

Destacar que el Proyecto ha sido ejecutado en formato 100% Online, facilitando así la conciliación de los participantes.

En este proceso se han conseguido dos grandes hitos:

El más importante, hemos logrado que este colectivo se sienta más útil, más integrado en el equipo y participe de la consecución de los objetivos de la Oficina.

El segundo, que no menos importante, sustentar el Proyecto con resultados medibles que han demostrado un enorme impacto y el retorno de la inversión.

**Empoderar a la figura
del Gestor/a de Caja
hacia una mayor
motivación y
desempeño comercial**

OBJETIVOS

Dado que el proceso de digitalización nos permite liberar tiempos dedicados a la gestión administrativa y, a la cada vez mayor utilización de otros medios de pago, distintos del efectivo, por nuestros clientes, los compañeros que atienden la ventanilla de caja disponen de mayor tiempo para realizar labores comerciales en sustitución de las que tradicionalmente venían haciendo. Por tanto, el desafío consistía en potenciar sus competencias comerciales y las necesidad de mejorar su implicación para que fuesen capaces de aportar negocio a la Oficina.

Se presentaba como un reto complicado, dada la heterogeneidad del colectivo, donde hasta el momento la gestión comercial no estaba entre sus prioridades diarias, y en el que muchos de ellos llevaban años con una gestión tangencial de la venta de productos y servicios.

A esto hay que sumarle que se trataba de un colectivo que ha recibido menor carga formativa que otros, y del que teníamos que conseguir su mayor implicación en esta nueva función.

Por otra parte, no se percibía especial confianza en sus Responsables Directos en que realmente se pudiese obtener un rendimiento comercial de estos compañeros, más acostumbrados a la gestión administrativa.

Por tanto, junto a FIDES Consultores diseñamos un Programa que afrontase este reto en un doble sentido:

- 1- de manera actitudinal es decir, "hacer que quieran".
- 2- de forma aptitudinal, es decir, "que puedan".

Antecedentes / Problemática a resolver

En cuanto a los aspectos concretos que se ha considerado clave trabajar, son los siguientes:

- 1- Empoderamiento del rol del Gestor/a de Caja, haciéndolos sentir pieza clave en la Oficina.
- 2- Planificación de la jornada.
- 3- Concertación de entrevistas con clientes de valor.
- 4- Conocimiento de Producto y habilidades para su comercialización.
- 5- Gestión Remota de clientes.
- 6- Seguimiento de operaciones en curso.
- 7- Uso de la sistemática y de la Agenda Comercial.

En definitiva, el objetivo se centraba en empoderar comercialmente a compañeros que habían realizado actividad comercial de manera tangencial, ayudándoles a que pusieran el foco en la venta de productos y servicios, convirtiéndolos así, en compañeros con una mayor empleabilidad, mejora de la eficiencia comercial y, lo que es más importante, motivados y satisfechos con su desempeño.

METODOLOGÍA UTILIZADA

En primer lugar, la metodología de selección de participantes para este Proyecto ha sido diferente a otros realizados hasta la fecha.

En lugar de realizar una inscripción obligatoria, se ha elaborado un Brochure informativo, que pretendía explicar los contenidos y objetivos del mismo, y ha sido enviado a los potenciales participantes.

Para poder ser inscritos, dado que el número de plazas era limitado, han tenido que completar un cuestionario de motivación y redactar una carta indicando por qué tendrían que ser los seleccionados para participar en Progres +. A partir de este punto, su Dirección Territorial y de Zona han realizado la selección definitiva de participantes.

Con este formato nos hemos asegurado la implicación de todos los participantes, y ha sido clave en el éxito del Proyecto.

En cuanto a la propia acción formativa, y dada la gran dispersión geográfica y diferentes temarios a trabajar, se ha optado por trabajar en aulas virtuales, con herramientas como Miro o Mentimeter, que han apoyado la interacción de los participantes a través de la tecnología.

Además, tanto los participantes como sus Directores/as de Oficina, han contado con Mentorías individuales que asegurasen la implantación en el puesto de trabajo de los aprendizajes obtenidos. Este punto ha sido crítico de cara a implicar a los Directores/as, figura que hemos entendido en todo momento como fundamental para lograr los objetivos.

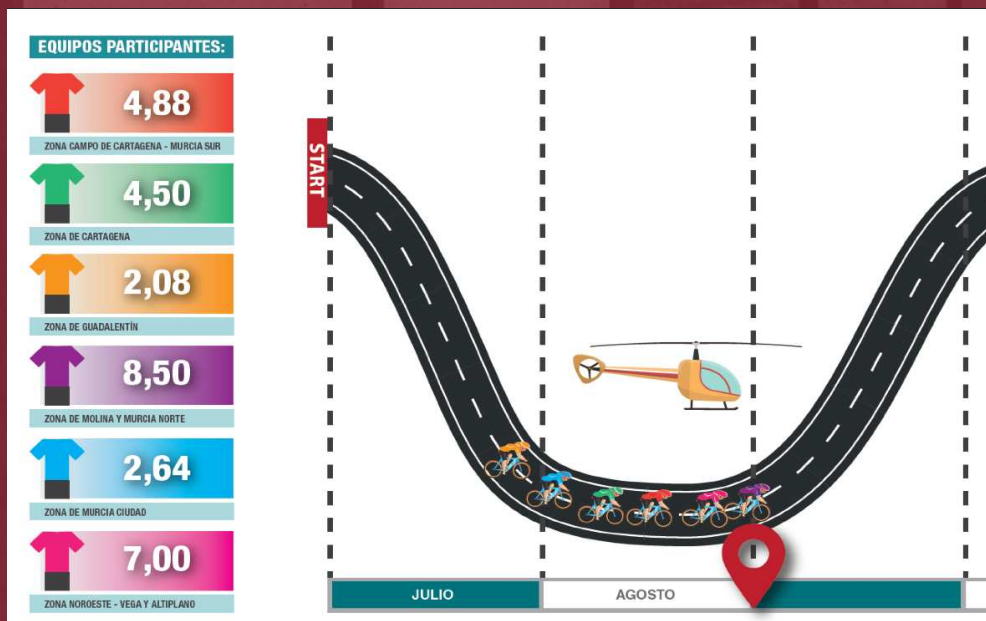
En las acciones virtuales, realizadas en grupos pequeños de 10/12 participantes, se han empleado diferentes recursos con el fin de generar la mayor participación e implicación en el alumnado. Estos son algunos de ellos:

- Simulaciones y Role Plays referentes a conversaciones comerciales con clientes, que han sido grabadas y analizadas en conjunto para comprender fortalezas y áreas de mejora.
- Uso de documentos compartidos, que han permitido generar conocimiento en pequeños grupos tanto dentro del aula, como también en el propio proceso de implantación.
- Construcción de argumentarios para contactar con clientes, tanto en presencial como en remoto.
- Dinámicas de descubrimiento personal y motivacional, que han permitido a los participantes sacar lo mejor de sí e implicarse en el nuevo reto.

Al finalizar cada uno de los 5 Módulos, el grupo asumía un reto SMART, directamente relacionado con la actividad comercial y de fácil consecución, para fortalecer así su autoestima y ganas de afrontar el cambio de rol.

En las Mentorías Individuales, se ha elaborado un Plan de Desarrollo Individual, donde cada participante se ha comprometido a una serie de retos relacionados con la temática de cada módulo, y posteriormente se han dado pautas a su Director/a de Oficina para que le ayude en la adecuada implementación de los mismos.

METODOLOGÍA UTILIZADA



Además, todo el Proyecto se ha basado en una potente gamificación, que sin duda ha potenciado el engagement de todos los agentes. Dentro de cada Dirección Territorial participante, se ha generado un concurso/challenge en formato de "Vuelta Ciclista".

En esta "Vuelta Ciclista", cada Director de Zona se ha encargado de seleccionar a los participantes de su equipo, con los que posteriormente tendría que participar. Únicamente había dos condiciones: tener el rol de Gestor/a de Caja en la Oficina, y haberse inscrito de manera voluntaria al Programa.

Iniciado el Proyecto, los equipos han ido sumando los logros comerciales obtenidos, centrado exclusivamente en el número de productos vendidos por cada uno. Cabe recordar que uno de nuestros retos era mejorar la productividad, tomando como línea base esta ratio a una fecha determinada y compararla con el dato al final del programa.

De manera quincenal, todos los participantes y los Directores de Zona, ha recibido un ranking actualizado, simulando etapas de esa "Vuelta Ciclista", siendo el Proyecto objeto de debate en cada reunión de la Dirección Territorial. El equipo vencedor, ha obtenido como reconocimiento una comida de celebración con el Equipo Directivo de la Territorial.

RESULTADOS OBTENIDOS



Sin duda alguna, el mejor resultado que se ha obtenido en este Programa es conseguir "subir al tren comercial" a un colectivo tan amplio como importante para nuestra Organización.

Han asumido la necesidad de aportar comercialmente a su equipo de trabajo, generando además satisfacción en los compañeros que ven más cercana la consecución de los objetivos.

Además, los participantes nos han transmitido una mayor motivación por su puesto de trabajo, algo que en una Entidad con valores Cooperativos como la nuestra, consideramos fundamental.

Por otra parte, el nivel de satisfacción de los participantes en las sesiones virtuales ha superado el 9 sobre 10.

Pero todo esto no sería suficiente sin unos resultados cuantitativos que sustentasen el Proyecto.

En esta línea, se ha conseguido que la actividad comercial de estos compañeros medida en términos de productividad, dupliquen su nivel de efectividad, con rendimientos de más del 200% entre línea base y finalización del programa.

Esto ha generado un enorme interés en las Direcciones Territoriales que en un principio no formaron parte del Proyecto, y dado el éxito obtenido, Progres+ seguirá siendo un Programa estratégico para 2023.

Desde el inicio del Programa, se ha ido aumentando la actividad comercial por parte de los participantes, consiguiendo unos incrementos del 200% en sus niveles de productividad al final del programa.

Los productos y servicios vendidos a través del programa por los Gestores/as de Caja han sido variados: Captación de clientes, Nóminas, Seguros, Fondos de inversión, Tarjetas, Préstamos, Créditos, etc.

EQUIPO RESPONSABLE

Por parte de Grupo Cooperativo Cajamar, el Proyecto ha estado Dirigido y Coordinado por Emilio del Águila y Nicolás López, Director y Subdirector del Área de Talento respectivamente.

Además, el éxito no hubiese sido posible sin la implicación directa de la Dirección General de Cajamar, las Direcciones Territoriales y de Zona, y todo el equipo de Talento que ha facilitado la perfecta realización de las sesiones virtuales.

Por parte de FIDES Consultores, la Dirección del Proyecto ha sido ejecutada por Arán Odriozola, Socio Director de la Firma.

MATERIAL ADICIONAL



MEJOR INICIATIVA FORMATIVA 2022

***Formación
financiera
para deportistas***

RESUMEN

El proyecto de Educación Financiera para Deportistas es una iniciativa pionera en España que aborda una de las grandes limitaciones de la población, la formación financiera.

Ona Carbonell, embajadora de la Obra Social y de la Educación Financiera en CECA, puso de manifiesto que esta necesidad de conocimiento es especialmente relevante en el colectivo de deportistas.

El programa de Formación Financiera para deportistas facilita de una manera intuitiva y ágil, el conocimiento y formación de competencias financieras generales y específicas para los responsables con el objetivo de conseguir el conocimiento necesario para hacer un uso responsable de los ingresos generados de su vida laboral deportiva.

Este programa tiene como objetivo adquirir los siguientes conocimientos:

- Hacer una buena gestión de los gastos e ingresos.
- Sacar el máximo rendimiento del dinero.
- Fijar objetivos de ahorro e inversión distintos en función de tus necesidades y tu futuro.
- Entender el funcionamiento de los riesgos y las oportunidades que ofrecen los productos financieros.
- Tomar decisiones con los conocimientos e información suficiente.
- Conocer la fiscalidad específica de este colectivo.

Programa pionero en España de educación financiera adaptado al mundo deportivo.

OBJETIVOS

Son numerosos los casos de dificultades económicas en deportistas que viven entregados a su disciplina desde muy jóvenes con un nivel de exigencia que les deja sin tiempo para organizar adecuadamente su economía doméstica.

Unos de los principales objetivos del programa de Formación financiera para deportistas es concienciar a los deportistas españoles del buen uso de las finanzas personales y de sus ingresos obtenidos durante su etapa activa, así como hacerles reflexionar sobre el futuro y la necesidad de tomar decisiones de inversión que aseguren sus activos.

Antecedentes / Problemática a resolver

Concretamente:

- * Formar a los deportistas para que sean capaces de llevar a cabo una buena gestión de sus gastos e ingresos y de sacar el máximo rendimiento de su dinero, fijándose objetivos de ahorro e inversión distintos en función de sus necesidades y su futuro.
- * Que los deportistas comprendan el funcionamiento, los riesgos y las oportunidades que ofrecen los productos financieros y sean capaces de tomar decisiones con los conocimientos e información suficiente.

METODOLOGÍA UTILIZADA

En la EFB hemos desarrollado para este programa un diseño y desarrollo diferencial y novedoso, específicamente adaptado a las necesidades y particularidades de los deportistas.

En base a las necesidades detectadas y a las múltiples posibilidades que nos ofrece una formación de estas características y al propio colectivo de alumnos, optamos por la creación y el desarrollo de una formación E-learning y responsive (accesible desde cualquier dispositivo: tablet, móvil y pc) integrada por los siguientes elementos: Eje de Comunicación; Diseño gráfico; Teaser de lanzamiento; Vídeo de Bienvenida al Programa; Módulos formativos; juegos interactivos y Ranking de puntuación.

A continuación describimos cada uno de los elementos mencionados:

Eje de Comunicación: narración o historia que sirve de guía y orienta de la formación. La introducción de un eje de comunicación sirve para captar la atención del alumno a la vez que humaniza el proceso formativo.

Diseño gráfico: que apoye y nutra el eje de comunicación del curso.

Teaser de lanzamiento: vídeo o spot de lanzamiento del Programa de formación, un reclamo con el que captar la atención del alumno y estimular sus ganas de participar en la formación.

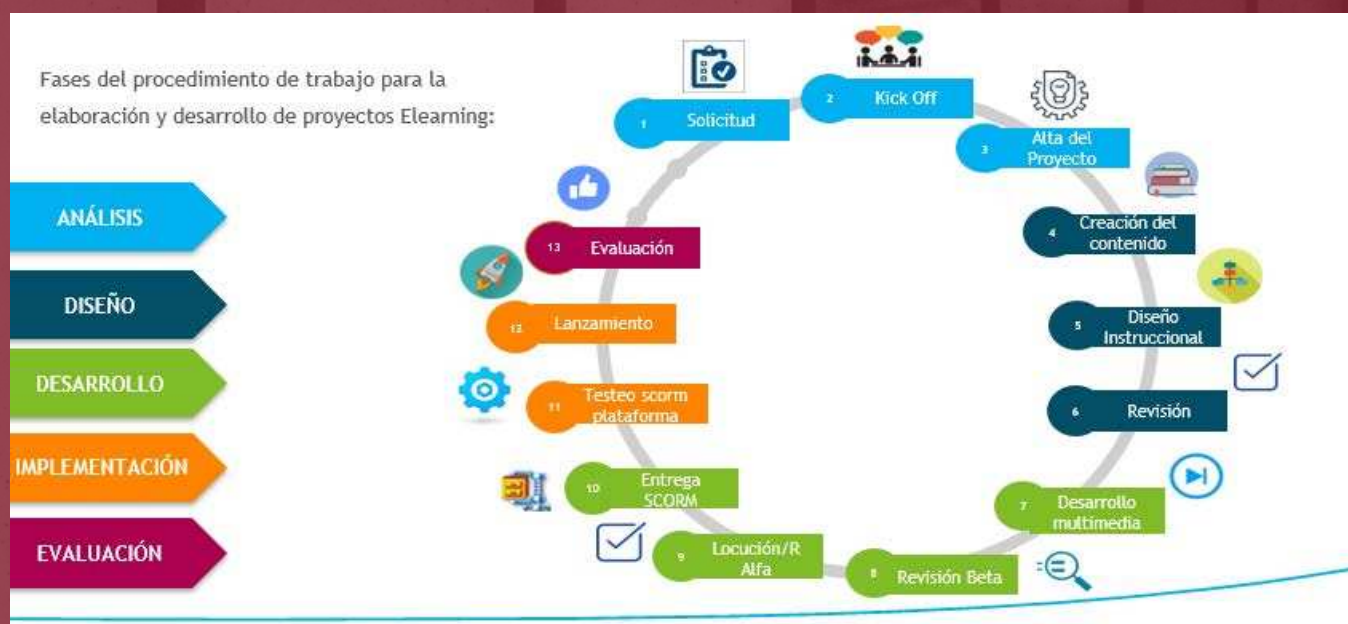
Vídeo de Bienvenida al Programa: Ona Carbonell embajadora de la Obra Social de CECA da la bienvenida al curso a los alumnos y explica en qué consiste el programa .

Módulos formativos: desarrollo multimedia con el contenido específico financiero de cada uno de los módulos del programa:

1. Gestión financiera básica
2. Gestiona tus finanzas personales
3. Pon en marcha tu carrera profesional
4. ¿Y si ya estás en marcha?
5. Curiosidades y noticias de interés para ti.

Gamificación: los contenidos formativos están virtualizados en la propia plataforma de formación a través de juegos, de forma que los alumnos pueden conseguir medallas e insignias a medida que completen los contenidos formativos del Programa.

METODOLOGÍA UTILIZADA



El contenido está estructurado en módulos que comprenden las etapas del viaje formativo. En cada una de las etapas del viaje, el alumno tiene la oportunidad de aprender de forma muy práctica y visual a través de las siguientes formatos multimedia:

vídeos,
píldoras interactivas,
podcast,
juegos/quiz
inforgrafías

RESULTADOS OBTENIDOS



Tres convocatorias lanzadas en las que se han inscrito 429 deportistas de:

- Federación Española de Atletismo.
- Consejo Superior de Deportes (Programa de atención al deportista de alto nivel).
- Real Federación Española de Natación.

Se espera en breve comenzar la formación para la Real Federación Española de Fútbol y ADESP.

Algunos comentarios de nuestros alumnos:

"Un curso muy interesante! Totalmente enfocado a deportistas y muy bien explicado. Conceptos muy bien definidos, de forma clara y concisa. Sin duda 100% recomendable."

"La formación me ha parecido muy interesante y completa. Hay mucha información necesaria, sobre todo en etapas iniciales de la actividad deportiva. Me hubiera gustado haber tenido material para descargar ya que el temario de emprendimiento puede que no me sea de ayuda ahora pero si en un futuro cercano. Agradezco mucho el apoyo a deportistas y todo tipo de formaciones y asesoramiento que podáis ofrecernos."

"Esta formación me parece de gran ayuda y creo que me puede ayudar a resolver dudas también en el futuro. Muchas gracias por esta formación! Ha sido de gran ayuda."

¡Salimos en prensa!

La media de satisfacción de los alumnos de las 3 convocatorias es de 3,5 / 4.

<https://www.marca.com/mas-deportes/2022/06/23/62aefdb7ca47410a088b4583.html>

EQUIPO RESPONSABLE

Dirección del proyecto: Paz Navarro

Dirección Académica: Fernando Toledano

Además:

Diseñador instruccional, proveedor multimedia y equipo de proyecto.

MATERIAL ADICIONAL

Al final del programa habrá una entrega de Certificado oficial a todos los alumnos que hayan curso la formación y evento de entrega de certificados y de premios/medallas/podium según las notas y el ranking de los mejores alumnos.





Gener@ tu perfil de formación

APRENDE REGENER@TE RECUERDA COLABORA GESTIONA

Liga Leonízate + ?

90%

Formación continua ?

19 / 25 AÑO ACTUAL

Estado de la formación ?

Itinerarios: 0% Estrategias: 25% Obligatorias: 62%

Actualidad

As: Hacia

orro

concepto de del Programa los este año, respuesta a ad...

NOVEDAD EN REGENER@ digital del nuevo producto "MiSalud Esencial"

Ya tienes disponible en Novedades de Regener@te nuevo producto "Generali MiSalud Esencial". Recu ofrece las Fichas Digitales de los principales produ por Generali. El objetivo de las mismas es poder cc rápida las principales...

[Leer más](#)

[más noticias...](#)

Chatbot: Hola, soy Leonardo ¿en qué puedo ayudarte?

¡Buenas tardes DAVID!

DAVID: queremos ayudarte a conseguir los objetivos establecidos para algunos de tus indicadores comerciales que todavía no has alcanzado. Selecciona inicialmente una de las opciones disponibles y te daremos acceso a una serie de Soportes destinados a mejorar el conocimiento y/o actividad comercial relacionado con ese KPI

[DIV_POL_NP](#) [DIV_AUTOS](#)

[Ahora no](#)

Escribe tu mensaje

MEJOR INICIATIVA FORMATIVA 2022

Tips Comerciales

RESUMEN

Generali España ofrece a toda su red comercial de empleados y Mediadores (11.000 usuarios), una Plataforma LMS de formación con más de 450 recursos formativos (cursos, videos, píldoras, Casos, fichas, masterclass, etc.) para su desarrollo profesional junto con entornos colaborativos y gamificados.

El conjunto de espacios diseñados para el aprendizaje, comunicación, colaboración, gestión disponible para la red comercial conforma un Campus virtual que hemos denominado Gener@.

Gener@ se ha creado para dar respuesta no solo a los requerimientos de IDD sino para convertirse en un verdadero espacio personal de aprendizaje. Ya en el 2018 incorporó un chatbot, Leonardo para mejorar la experiencia de aprendizaje de los usuarios. Una iniciativa muy bien valorada.

La experiencia nos dice que el camino hacia la personalización del aprendizaje en el que estamos trabajando no puede ser una realidad sin la introducción de IA en nuestro Campus. Nuestra red comercial invierte todos sus esfuerzos en cumplir el plan comercial anual y la formación y el desarrollo profesional queda siempre en un segundo plano y no la perciben como una necesidad real.

Por todo ello, el Departamento de Formación comercial de Generali España presenta una iniciativa en el ámbito de la formación y desarrollo on-line denominada TIPS comerciales que busca personalizar los gaps en competencias comerciales de nuestra red en base a los objetivos de negocio individuales mediante el uso de motores de IA gestionados por nuestro Chatbot (Leonardo).

De esta forma queremos que nuestros comerciales perciban la formación y el desarrollo como una herramienta de valor hacia la consecución de los objetivos de negocio.

La IA del chatbot
Leonardo y el motor de
recomendación de
contenidos dinamizan la
consecución de
objetivos comerciales

OBJETIVOS

Crear una necesidad de mejora en competencias comerciales sobre nuestra red de ventas y evaluar su impacto en la consecución de objetivos comerciales individuales en base a dos iniciativas:

MEJORA EN EL CONOCIMIENTO DE PRODUCTO:

La Cía. prioriza anualmente como objetivo comercial la venta de toda una serie de productos. El asesoramiento y venta efectiva de los mismo pasa por el conocimiento en profundidad de los mismos. Evaluaremos el grado de conocimiento individual mediante Quiz para proponerle o no acciones de mejora mediante TIPS comerciales.

ALCANZAR LOS OBJETIVOS DE PRODUCTIVIDAD EN PÓLIZAS DE NUEVA PRODUCCIÓN:

La Cía. establece anualmente para cada Agente, entre otros, objetivos comerciales de Pólizas de Nueva Producción en Diversos, Ahorro-inversión, Protección y Salud. Queremos ser una palanca de apoyo en la consecución de dichos objetivos ligando los datos de producción con acciones de mejora mediante TIPS comerciales. Además el objetivo futuro con este primer proyecto de TIPS es generar un motor inteligente basado en reglas que permita ir alimentando un histórico de situaciones y comportamientos comerciales que nos permita a medio plazo desarrollar un modelo de Machine Learning que maximice el impacto de las acciones recomendadas sobre la base de los indicadores de negocio y que se pueda utilizar como una palanca para el cambio.

Antecedentes / Problemática a resolver

Hasta el lanzamiento de dicha iniciativa, Portal Gener@ ha tenido una relación con nuestros usuarios en la mayoría de los casos reactiva. Ofrecer una amplia oferta de recursos formativos para el autoaprendizaje y desarrollo. Para nosotros, esta situación no era la óptima y buscamos la fórmula para ser mucho más proactivos en la mejora de las competencias comerciales de nuestra red, mediante la personalización de acciones formativas en base a datos objetivos de conocimiento y negocio. Ello nos va a permitir introducir mecanismos de análisis para medir el uso de esta iniciativa y su impacto en la consecución de los objetivos de negocio tanto individuales como de Cía.

Además, buscamos lograr un aprendizaje de conocimiento para que sea aplicable en el momento que pertoque y obtener un logro superior en la consecución de la venta, por lo que es especialmente importante identificar la supervivencia, aplicación y consolidación del conocimiento una vez finalizada la formación. A través de la conocida curva de Ebbinghaus (nota 1) se identifica la creciente pérdida de conocimiento, donde sólo una parte se acaba consolidando. Esta situación es especialmente relevante en aquellos casos donde no se produce actividad inmediata, lo que realimenta esa pérdida acentuada de conocimiento y aún dificulta más nueva actividad sobre ellos. Buscamos una alternativa que a través de microevaluaciones y microimpactos modelen la consolidación del aprendizaje.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Introducir 2 motores de IA en nuestro Campus digital de aprendizaje Gener@, instrumentado por nuestro Chatbot Leonardo para ayudar en la consecución de los objetivos marcados.

Motor KPI (Pólizas de nueva producción)

Afecta a 3.200 Agentes

Leonardo recomendará proactivamente al usuario acciones formativas microlearning (TIPS Comerciales) para la mejora de los 4 indicadores seleccionados (Diversos, Ahorro-inversión, Protección y Salud).

- Datos: Data Office nos pasa diariamente de los 4 KPIs:

- Número de Pólizas Nueva Producción Anualizada vendidas

- Objetivo Pólizas de Nueva Producción Anualizada

- Objetivo Pólizas de Nueva Producción Anualizada Proporcional

- PRODUCTIVO_ANUAL: SI o NO (En los 4 KPIs)

- Proceso: Leonardo comunica a nuestro usuario si quiere mejorar en la consecución de aquellos KPIs en los que no está cumpliendo.

- Si nuestro usuario selecciona uno de ellos, automáticamente se le activan los recursos formativos asociados al plan de mejora dentro del espacio “Mis TIPS Comerciales”, tanto en el Portal como en la APP.

- Si la respuesta es NO, se le activa el Motor producto.

Motor producto:

Afecta a 11.000 Mediadores y 500 empleados

Leonardo recomendará proactivamente al usuario acciones formativas microlearning (TIPS Comerciales) para la mejora en el conocimiento de productos en base a evaluaciones de conocimiento (Quiz).

- Proceso: Leonardo comunica a nuestro usuario si quiere mejorar en el conocimiento del producto X.

- Si la respuesta es SI, el usuario realiza un pequeño test de 5 preguntas (dentro del hilo de conversación) que son críticas a la hora de determinar si se conoce o no el producto objetivo. Si falla una de ellas, automáticamente se le activan los recursos formativos asociados al plan de mejora dentro del espacio “Mis TIPS Comerciales”, tanto en el Portal como en la APP.

- Si la respuesta es NO, se le ofrece mejorar en el producto Y.

Comunicación: Cada vez que el usuario accede a la Plataforma, Leonardo se abre de forma automática para interactuar con el mismo. Puede que, en ese momento, según programación, se de paso a uno de los 2 motores o a los dos de forma secuencial según las respuestas del usuario.

Se ha creado también una notificación push en la App cuando se activan los motores.

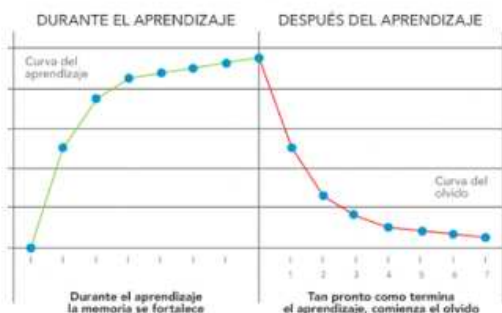
Temporalidad: Cuando un usuario está cumpliendo con sus KPIs, el Motor KPI está desactivado y pasa a activarse el Motor Producto. El Motor KPI se prioriza frente al Motor producto.

Cuando un usuario acepta la acción de mejora ofrecida no se le ofrece una nueva hasta pasado 1 mes.

Cuando un usuario rechaza los Motores se vuelven activos a la siguiente semana. Si los omite, se activarán en la siguiente entrada. Todos aquellos recursos asociados a más de un Motor, si han sido ya vistos por el usuario no se vuelven a ofrecer y pasan a formar parte del espacio de consulta.

METODOLOGÍA UTILIZADA

sin TIPS



con TIPS



Fuente: Curvas de aprendizaje y olvido de Ebbinghaus

Tipo recursos ofrecidos:

Los TIPS comerciales te ofrecen ideas claves para la comercialización de los productos objetivo y el desarrollo de ciertas habilidades comerciales. Tanto los quiz como los KPIs se asocian a ámbitos, y estos, a soportes de contenido, lo que nos dota de más flexibilidad para la recomendación. Si la recomendación se acepta o no, se recoge. El comportamiento del usuario es relevante de cara a valorar cómo ajustar la recomendación.

Dan respuesta a aspectos como:

¿Dónde y como puedo encontrar candidatos? ¿Qué es conveniente saber del candidato? ¿Cómo acercarme al candidato? ¿Qué acción comercial puedo hacer? ¿Cuál es el contexto del producto a comercializar? ¿Conoces las características de nuestro producto? ¿Cuáles son los puntos clave de nuestro producto para su comercialización? ¿Cómo fidelizar al cliente?, etc.

PERIODO DE EJECUCIÓN

Estamos en una primera fase de lanzamiento que va desde Julio 2022 hasta Diciembre del 2023

RESULTADOS OBTENIDOS



En una primera fase de análisis extraeremos y correlacionaremos datos de actividad sobre los motores de forma semanal.

- N° de propuestas aceptadas / Motor X
- N° de propuestas rechazadas / Motor X
- % propuestas aceptadas / Motor X
- % propuestas rechazadas / Motor X
- N° de propuestas aceptadas / según subtipo Motor KPI
- Distribución aceptación / según subtipo Motor KPI
- N° de propuestas aceptadas / según subtipo Motor Producto
- Distribución aceptación / según subtipo Motor Producto
- N° total de recursos activos
- N° total de recursos realizados
- % realización recursos
- Horas totales realizadas
- Nota test / Producto
- Análisis grado interés recursos (calidad)

En una segunda fase, valoraremos el grado de mejora (gap/tendencia) en la consecución de los KPIs de negocio de los usuarios según su actividad en los Motores.

- Análisis del número de Pólizas Nueva Producción Anualizada vendidas antes y después Motores
- Grado en la consecución de objetivos Pólizas de Nueva Producción Anualizada Proporcional antes y después Motores
- Grado en la consecución de objetivos Pólizas de Nueva Producción Anual antes y después Motores

Primera fase:

- Dinamización
- Cubrir gap formativo
- Testear y ajustar mecánica de recomendación de TIPS

Segunda fase:

- Personalización mediante IA
- Recomendación en base a impacto
- Aumentar contenidos propuestos
- Variabilización inteligente del Learning Path obligatorio

EQUIPO RESPONSABLE

Generali España se apoya en su proveedor Enzyme para el desarrollo y evolución de su plataforma eLearning Gener@. Las personas responsables son:

Equipo de Formación Comercial de Generali España:

- Responsable de Formación Comercial : Francesc Giralt francesc.giralt@generali.com
- Responsable eLearning : David Grau david.grau@generali.com

Equipo de consultoría y tecnología de Enzyme: representados por

- Responsable de proyecto: Cristina Tresents cristina.tresents@enzyme.biz
- Account Director: Jordi Fernández jordi.fernandez@enzyme.biz

MATERIAL ADICIONAL

nota 1: González-García, M. (2018, enero 19). La curva del olvido de Ebbinghaus y algunas estrategias de aprendizaje. [Registro web]. Recuperado de <https://wp.me/p8lvx7-69>

nota 2: Comunicado de presentación de TIPS comerciales

https://www.dropbox.com/s/r0ng92lg6om2ew0/GI_tips_comerciales_V1.pdf?dl=0





MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022

**Aún + líderes
del tú a tú**

RESUMEN

Esta acción formativa está inspirada y sigue la estela del lema “Aún más Líderes del tú a tú”, que fue creado para nuestra convención comercial anual celebrada en febrero.

En este encuentro, todos los asistentes se convirtieron en pasajeros de un tren hacia el futuro donde el destino final era, en línea con la ambición estratégica de la Compañía, ser referente en la experiencia de cliente en el mercado de protección español.

La puesta en escena fue increíble ya que tuvimos que crear un escenario vivo generado en 3D que daba la sensación de viajar pasando por unos trenes y estaciones que se modernizaban a medida que hablábamos de los distintos compromisos estratégicos de la Compañía como símil con nuestra transformación digital.

La idea gustó muchísimo y, desde formación pensamos seguir dándole recorrido en el curso inicial.

El plan de contenidos está presentado sobre un mapa de estaciones de tren con andenes de salida nombrados con el tema principal a estudiar. De esta forma se invita al alumno a recorrer diferentes paradas para que los agentes puedan ir adquiriendo el conocimiento en “ese viaje” y lograr su certificación de una forma amena teniendo en cuenta que la duración total del curso son alrededor de 100 horas.

Podría decirse que hemos creado un itinerario formativo a través de un viaje en tren en el que las estaciones sirven para completar nuestro objetivo: Ser aún más líderes del tú a tú al llegar a la última parada: la certificación del Nivel 3.

Una certificación de
Nivel 3 con un ROI del
2.165%



OBJETIVOS

1. Cumplir con el Real Decreto 287/2021, de 20 de abril, sobre formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros y posterior Resolución de 3 de junio de 2021 de la DGS por la que se establecen los principios básicos de los cursos y programas de formación para los distribuidores de seguros y reaseguros.
2. Transformar la formación inicial en una experiencia formativa para involucrar al candidato.
3. Difundir nuestra marca y actividad.
4. Atraer nuevos colaboradores y ampliar nuestro canal agencial.



Antecedentes / Problemática a resolver

Seleccionar, mediante proceso de Sourcing, un proveedor digital del sector seguros que permitiera seguir cumpliendo con lo establecido en el Real Decreto 287/2021 y posterior Resolución de 3 de junio de 2021.

Necesitábamos darle un plus de valor al curso inicial que veníamos ofreciendo al candidato, por eso apostamos por vincularlo con la estrategia de la compañía, reorganizarlo para hacerlo más didáctico y actualizarlo y reforzarlo en aquellos puntos clave con inclusión de materiales didácticos, como pueden ser los vídeos que contienen actividades, explicaciones y charlas interactivas.

A eso se le suma que los clientes cada vez cuentan con más información, algo que les hace más exigentes. Así que, es necesario estar muy actualizado y ser capaz de adelantarte a los cambios y no perder la pista a las nuevas tendencias y formas de consumo. De hecho, la propia legislación incorporó un punto sobre formación y remisión de la información estadístico-contable de los distribuidores de seguros y reaseguros, que creemos que contribuye a una mayor profesionalización del sector.

Las personas confían en las aseguradoras, necesitan de su experiencia para proteger lo que les importa; así que ellas deben ofrecer a cambio a máxima preparación y excelencia.

METODOLOGÍA UTILIZADA

El candidato accede a la plataforma online del Instituto E-learning de Seguro (proveedor) y selecciona el curso de Nivel 3 que recibe el nombre de: "Viaje para ser aún más líderes del tú a tú. Última parada: certificación nivel 3".

Lo primero que encuentra es una intro que le motiva a iniciar el viaje:

"¡Bienvenido a este interesante viaje que te permitirá completar el curso inicial de nivel 3! Para hacerlo, te proponemos seguir un orden secuencial: Andén 1, 2, 3... a la hora de recorrer todos los andenes que ves en el plano. (Pincha sobre la imagen para ampliarla).

Este orden te permitirá aprender mejor los conocimientos tanto del sector como de nuestras soluciones. No obstante, eres libre de comenzar por el andén y estación que quieras. Eso sí, deberás visitar todas las estaciones para poder realizar el examen final.

¿Estás listo para descubrir dónde te llevará cada uno de estos andenes?

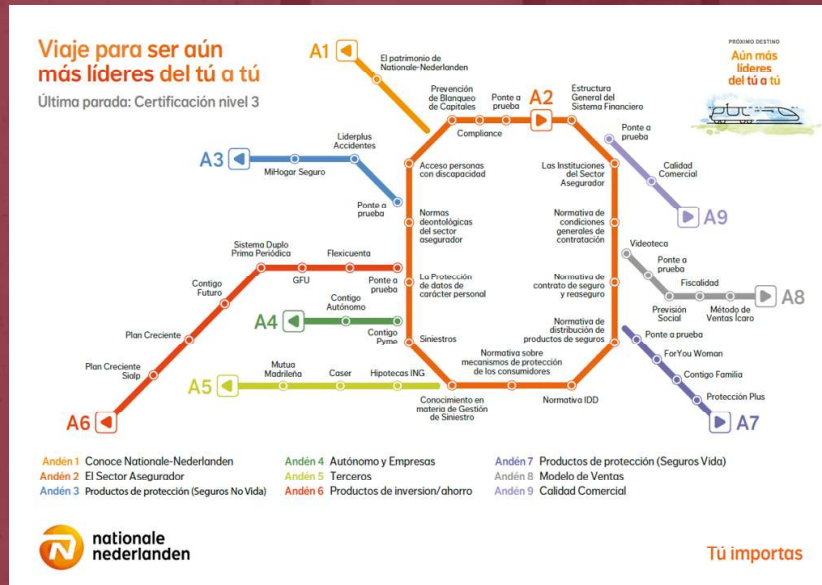
¿Sí? No se hable más: ¡Viajer@ al tren!

Nota: En oficinas se realizarán distintas sesiones que complementarán los contenidos de este curso inicial e-learning."

Tras leer la intro, el candidato accede a los distintos andenes organizados por temáticas. Así el andén 1 le permite conocer mediante un vídeo la historia de la compañía, en el andén 2 encuentra agrupadas las materias que contiene el módulo general (55 horas) de la resolución, en el andén 3 nuestros productos de protección (seguros no vida), en el andén 4 los de Autónomos y Empresas, en el andén 5 todo lo relativo a nuestros partners, el andén 6 lo hemos reservado para que conozca nuestros productos de inversión y ahorro, el andén 7 los seguros de protección (seguros vida), el andén 8 para trabajar el modelo de ventas de la compañía junto a aspectos fiscales y de previsión social y el andén 9 para que sepa lo importante que es para nosotros que cumpla con los estándares de Calidad.

La flexibilidad a la hora de hacer el recorrido permite que el candidato se convierta en responsable de su propio aprendizaje ya que es él quien selecciona qué contenido estudiar y cuándo hacerlo. El conocimiento que necesita adquirir se apoya en manuales diseñados en distintos soportes: storyline, vídeos de actividades, charlas o explicaciones más complejas, ppt formato libro... Las estaciones denominadas ponte a prueba suponen un testeo para conocer si está preparado de cara al examen final con el que obtiene la certificación de Nivel 3.

METODOLOGÍA UTILIZADA



La formación se completa acudiendo a las oficinas o conectándose vía Teams para asistir a las clases de refuerzo del contenido online, impartidas por los subdirectores de oficina, cubriendo así esa parte de conocimiento y cercanía con el candidato.

En estas clases se aplica metodología diversas como el aprendizaje colaborativo, el learning by doing o el aula invertida.



RESULTADOS OBTENIDOS



Resultados Cuantitativos:

- Número de agentes inscritos (mayo 2022 – septiembre 2022): 493 candidatos.
- Número de agentes Aptos (mayo 2022 – septiembre 2022): 247 candidatos
- Un 50,10% de inscritos.
- Nota media: 6,6 sobre 10.
- Resto de agentes hasta 493: en curso
- ROI (Beneficio obtenido - inversión) / inversión: 2.165,41%
- Muestreo de 27 agentes: 1.462.329,55 de prima emitida
- Inversión formativa x 27 agentes: 675 euros
- Herramientas de medición ROI: AS400 y Power BI.

Valoración media cualitativa usuarios: 4,4 sobre 5.

- "El hecho de tener pruebas en cada módulo permite evaluar tus conocimientos de una forma continua y en pequeños bloques".
- "Toda la información se complementa muy bien con el material de soporte y los vídeos".
- "El curso es bastante interesante y en el que llegas a aprender mucho".
- "El curso online, muy completo y las sesiones de refuerzo, muy útiles y completas".
- "La plataforma es muy sencilla de usar, el material es muy accesible y fácil de leer con cualquier dispositivo. Y los temas son muy interactivos".



Angel Abril, director del Canal Agencial hace referencia al modelo formativo en esta entrevista publicada en distintos periódicos digitales de ámbito nacional:



Capacidades digitales e interacción humana: La mejor experiencia comercial
Agentes en el centro del negocio, los cuales tienen a su disposición las mejores ...

El Periódico Extremadura - 12 día(s)

Premios Aula Magna: Premio especial del jurado a la iniciativa formativa “Viaje para ser aún más líderes de tú a tú” concedido por el Instituto E-learning del seguro. Perfil corporativo: LinkedIn e Instagram.

PREMIOS A LA EXCELENCIA EN LA FORMACIÓN ASEGURADORA - 2022



EQUIPO RESPONSABLE

El equipo de Formación, a la cabeza su responsable, Fernando Sierra, ha sido el último responsable de poner este programa formativo en marcha.

Sin embargo, han estado también implicados:

- El departamento de Comunicación interna y externa para darlo a conocer,
- El equipo de IT para automatizar el proceso de envío de emails de bienvenida e inscripción de candidatos,
- El equipo de Legal.
- Seguridad IT.
- Administración Comercial.
- Todos aquellos departamentos de los que depende que esta acción formativa se mantenga viva y actualizada en el tiempo, tal es el caso de: Blanqueo, Compliance, Calidad, Producto o Finanzas

MATERIAL ADICIONAL



100 hs Formación online

16 hs Formación presencial/TEAMS

"viaje para ser aún más líderes del tú a tú. Última parada: certificación nivel 3".



Itinerarios Agencias

Planificación de
Acciones
Formativas 2021



MEJOR INICIATIVA FORMATIVA 2022

GPS_ITINERARIOS FORMATIVOS_AGENCIAS REALE



Formación
avanzada
para
mediadores
Reale

***Siempre un paso
por delante***

RESUMEN

La idea del proyecto “GPS_ITINERARIOS FORMATIVOS AGENCIAS REALE” se inició en 2019, en plena pandemia, fruto de una serie de conversaciones impulsadas desde Formación de Negocio acerca de las necesidades de desarrollo de negocio y de profesionalización en los años siguientes, en el seno de la Dirección del Canal de Agencias y Agentes de Reale. El complejo diseño e implantación del proyecto formativo en la Cía. culminó en 2020, y la primera edición de programas formativos para agencias se empezó en 2021.

Con el proyecto de Formación de Negocio conocido como “GPS” pretendemos ayudar a nuestras **casi 500 Agencias Reale -tanto a sus titulares como a sus empleados y colaboradores-** a conseguir una paulatina mayor **profesionalidad** y un **crecimiento empresarial** sostenido, a través de obtener un mayor **volumen de negocio** y alcanzando altas cotas de **diversificación** en la venta de productos Reale. Se trata de un proyecto de muy largo recorrido que pretende, año a año, estructurar una oferta de formación inicial y continua que garantice la profesionalización de nuestras Agencias en cada ejercicio, adaptando los itinerarios formativos a las necesidades del negocio en cada momento.

La Visión que nos guía es la que compartimos todas las personas que formamos Reale, esto es, ser para toda la sociedad la entidad aseguradora de referencia por nuestra contribución a la tranquilidad, la seguridad y el bienestar de nuestros clientes, lograda a través de una propuesta cercana y de confianza de productos y servicios aseguradores y financieros -adaptados a las necesidades diferenciadas del mercado- y del compromiso de un equipo humano competente y que se siente reconocido.

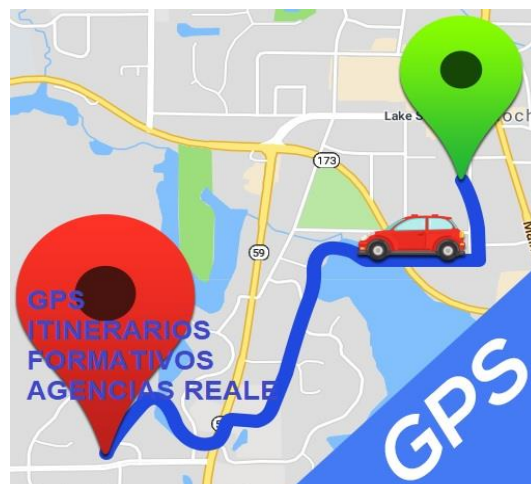
Así pues, para contribuir a ese equipo humano de Agencias Reale, estructuramos el GPS en tres **niveles de desarrollo formativo y de negocio**, para los cuales hemos elaborado los itinerarios con acciones formativas optimizadas a cada nivel, y para cada ejercicio. Los tres niveles que diseñamos son **INICIAL, AVANZADO y EXPERTO** y nacen de la aplicación de parámetros ponderados de gestión del negocio asegurador y de la experiencia en Reale. Además, los niveles se han validado a través de las **entrevistas personales previas** que nuestros compañeros en Sucursales han realizado con cada una de nuestras Agencias, durante el año 2020.

Finalmente, a cada nivel de desarrollo hemos asignado un contenido o **E.V.A. (Eje de Visión de la Agencia)** en base a la **DIVERSIFICACIÓN, el CRECIMIENTO y el SER EMPRESARIO**. Como consecuencia de ello, hemos podido **hipersegmentar la oferta formativa**, asignando en cada ejercicio a cada segmento de Agencias según sea su experiencia, conocimientos y desarrollo formativo en nuestra organización.

En consecuencia, en el pasado año **2021, el primero del despliegue del GPS al 100%**, hemos impartido acciones formativas para 10 itinerarios diferentes, con casi 25 acciones formativas y más de 40.000 horas lectivas de formación adaptados a cada necesidad y con la formación personalizada al máximo, para que **cada Agencia pueda seguir su propio itinerario formativo en base a su meritocracia**.

Finalmente, la idea es de puro dinamismo, es decir, conseguir que cada Agencia Reale pueda **pasar de nivel al cabo de 4 años máximo** y que pueda alcanzar la excelencia en cada periodo, pero sin saturar a la red: cada agenciado y sus empleados -si es el caso- sólo reciben las horas necesarias en cada ejercicio, con un **mínimo de 20 y un máximo de 60**, en función de cada Agencia, y adaptándonos a la **Ley de Distribución**, por lo que se refiere a la **formación continua anual** correspondiente al **Nivel 3** de la figura de Distribución, esto es, nuestros Agentes de Reale.

Los Itinerarios Formativos GPS son rutas de aprendizaje para los profesionales de las Agencias Reale que permiten su desarrollo y crecimiento



En 2019 definimos las 4 Fases del Proyecto GPS: DIAGNÓSTICO, DISEÑO, IMPLANTACIÓN Y SEGUIMIENTO.

En la **1ª Fase de Diagnóstico**, uno de los aspectos más importantes del posterior diseño e implantación del GPS fue la ENCUESTA lanzada a nuestra Red Interna de Directores de Sucursal y Gerentes de Red. Previamente, se definieron toda una serie de **COMPORTAMIENTOS y CONOCIMIENTOS** que en Reale entendíamos como críticos si pensábamos en la profesionalidad y desarrollo de negocio de las Agencias. Entonces estructuramos la encuesta en base a 3 áreas de profesionalización de la agencia:

- el Nivel de conocimiento técnico de ramos y productos
- el Nivel de conocimiento de los procedimientos asociados
- el Grado de prioridad y necesidad en cada tema

Para organizar las preguntas de la encuesta, previamente **diseñamos un plan de “inclusión”** para asegurar que todos los *stakeholders* participaban y construían desde el minuto 1 el GPS de Reale, haciéndoselo suyo. Así pues en la fase 1 de diagnóstico, para construir la encuesta a las Agencias, hicimos esto:



Fruto de esas aportaciones de los stakeholders y de las 326 entrevistas realizadas sobre un total posible de 405 Agencias, pudimos pasar a la Fase 2 de DISEÑO donde estructuramos la oferta formativa en base a 4 ÁREAS DE CONOCIMIENTO las cuales, a su vez, comprenderían el NIVEL DE FORMACIÓN en el que se encontraba la Agencia, gracias a los resultados de esas encuestas que valoraban cada ítem encuestado a cada Agencia como Alto, Medio o Bajo. Así pues, la ARQUITECTURA DE GPS quedaría así:



A partir de esta arquitectura y del análisis de los datos obtenidos de cada Agencia, ya podíamos empezar a crear, diseñar y asignar contenidos a las ACCIONES FORMATIVAS necesarias, en base al nivel de cada agencia, conociendo previamente los OBJETIVOS a conseguir en cada nivel:

- Nivel INICIAL: productividad desde el primer día
- Nivel AVANZADO: lograr un crecimiento profesional
- Nivel EXPERTO: promover la excelencia profesional

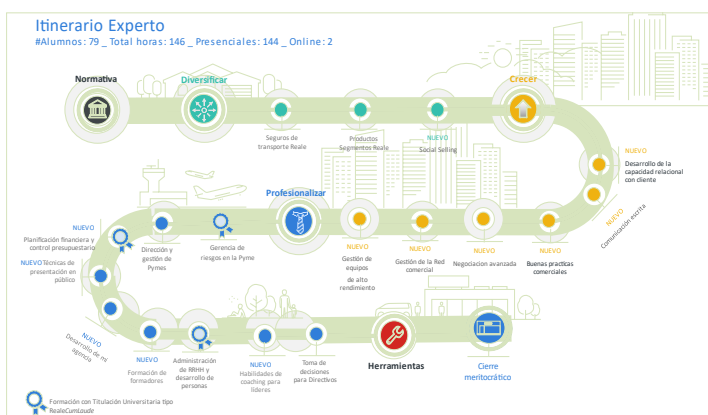
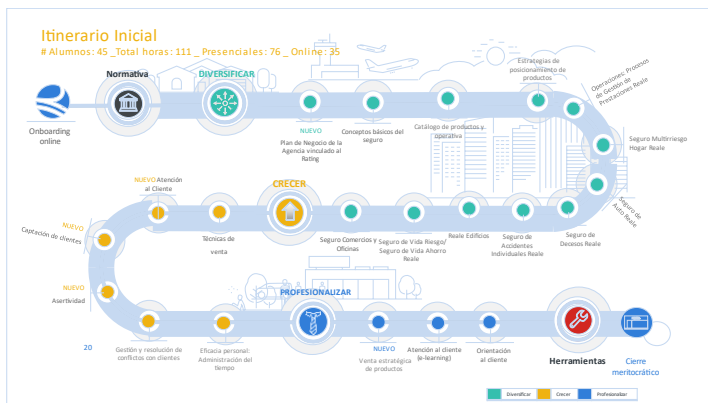
La siguiente parte de la fase de DISEÑO incluyó otros factores y tareas para la continuidad del proyecto, que establecimos en 5 ÁREAS DE TRABAJO para definir correctamente el **proceso de identificación de los objetos de aprendizaje de la Agencia**:



Además, establecimos una serie de pautas en el proceso de identificación de los objetos de aprendizaje de la Agencia al que llamamos **PAUTAS PARA EL DISEÑO de las acciones formativas**, de los contenidos y de los itinerarios en cada Nivel:



Finalmente, en la FASE 3 DE IMPLANTACIÓN ya “sólo” nos quedaba nutrir a cada Itinerario y Nivel con las acciones formativas correspondientes al NIVEL y al E.V.A. o Eje de Visión de la Agencia: DIVERSIFICACIÓN, el CRECIMIENTO y el SER EMPRESARIO, y así nacieron los 3 ITINERARIOS FORMATIVOS GPS:



Antecedentes / Problemática a resolver

Los siete ejes de la visión de la Agencia (Áreas EVA)

El proyecto GPS nació de la reflexión de un grupo de trabajo en el seno de REALE en el que participamos Formación de Negocio, Directores Territoriales, Gestión de Personas del Área de RRHH, la Dirección Comercial y la Dirección del Canal de Agencias.

Este grupo de trabajo se estableció internamente en 2019 por la necesidad de impulsar el negocio de las Agencias, así como su profesionalización, retención, compromiso y crecimiento personal en Reale.

Después de diversas sesiones de Focus Group, y partiendo de la pregunta...

¿Cómo queremos que sean las Agencias Reale en un futuro a medio y largo plazo?

... establecimos lo que hemos venido en llamar los 7 EJES DE VISIÓN DE LA AGENCIA.

Estos 7 E.V.A. se convirtieron a su vez en las PALANCAS DEL PROYECTO para que desde Formación de Negocio pudiéramos construir el GPS_ITINERARIOS FORMATIVOS AGENCIAS REALE.

De esta forma, conseguíamos ordenar la Formación a las Agencias que, hasta ese momento, y a pesar de ser muy intensa y adecuada, respondía solamente a los requerimientos de los objetivos anuales de negocio.

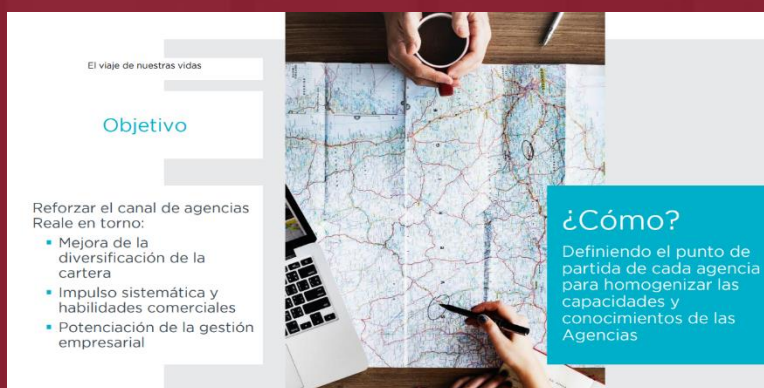
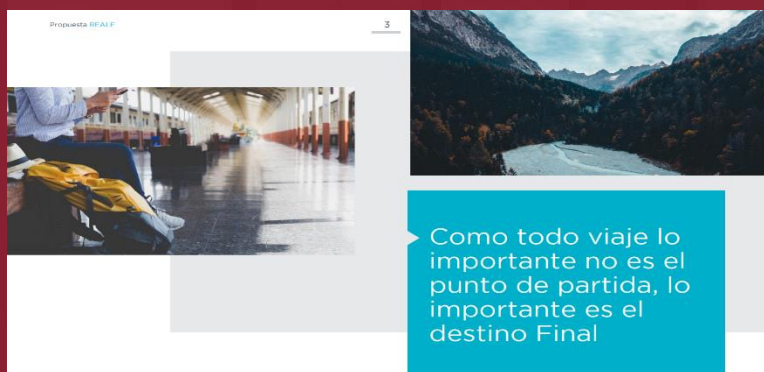
En consecuencia, el GPS ha dotado a la formación de Agencias Reale no sólo la practicidad y necesidad de servir a los objetivos del negocio sino también responder a la VISIÓN de largo plazo acerca de las Agencias en Reale, algo que les otorga estabilidad, profesionalidad, proyección, orden, prestigio y previsión en su día a día, ya que permite conocer lo que se va hacer durante el año en formación ya en el mismísimo momento de establecer los presupuestos.

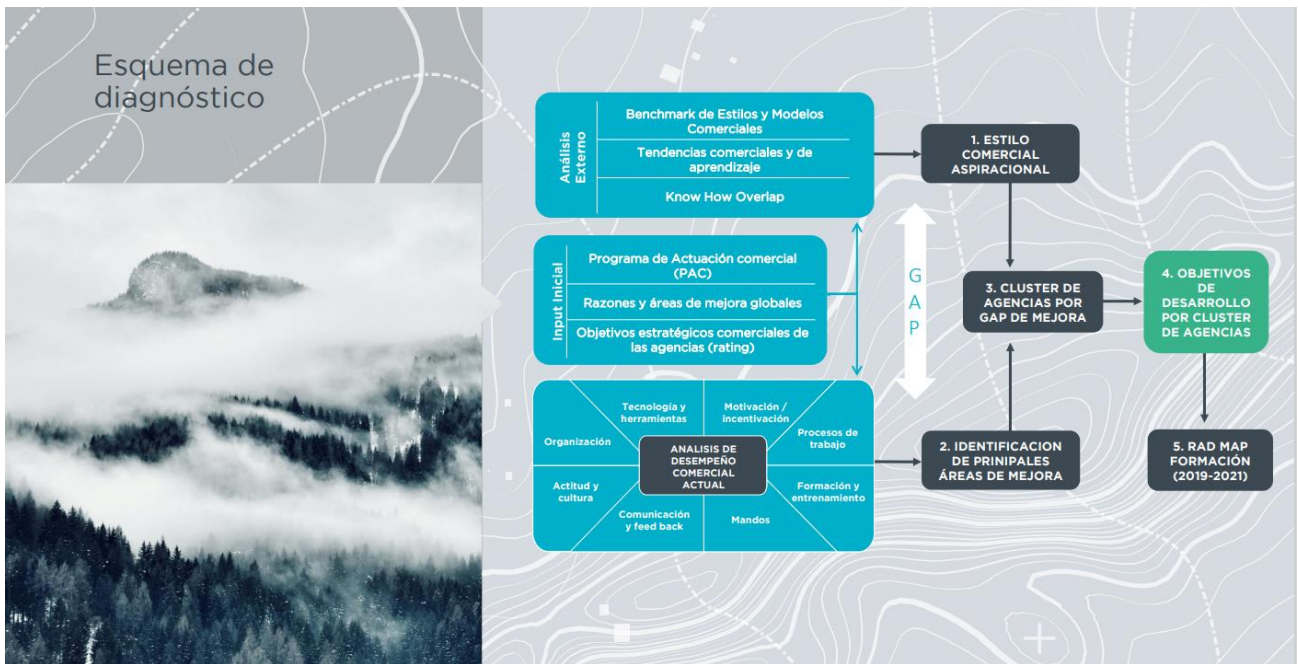
Áreas EVA de la AGENCIA REALE

- 1 Está **DIVERSIFICADA EN PRODUCTOS**. Su cartera tiene el mix óptimo de productos que aportan más valor a la compañía, dentro de las características de su territorio.
- 2 Está **ORIENTADA AL CLIENTE**, satisface sus necesidades
- 3 Usa la **TECNOLOGÍA** en todos sus ámbitos: oportunidades de venta, canales de venta y eficiencia en la gestión.
- 4 Es **FLEXIBLE Y ADAPTABLE** a las directrices de Reale y actúa como parte de su negocio.
- 5 Tiene **PROACTIVIDAD COMERCIAL** para salir a vender. Generar y aprovechar las oportunidades comerciales.
- 6 Tiene **METODOLOGÍA Y SISTEMÁTICA** en su negocio alineados con los estándares y requerimientos de Reale.
- 7 Tiene **ESPÍRITU EMPRESARIAL** para gestionarse como una unidad de negocio de Reale, con su propia visión, plan estratégico, etc.

METODOLOGÍA UTILIZADA

La metodología empleada en el desarrollo del proyecto GPS ha sido una propuesta inicial como si de un VIAJE se tratara





RESULTADOS OBTENIDOS



- **FIDELIZACIÓN** La rotación de Agencias (bajas voluntarias) en Reale no llega al 1% anual
- **SATISFACCIÓN** Los ratios de satisfacción de la formación de Agencias se sitúan a partir de 8 sobre 10
- **COMPROMISO** Ha habido un incremento de la participación de las Agencias en otros proyectos de desarrollo de negocio de Reale
- **PARTICIPACIÓN** Las Agencias -titulares y colaboradores- han incrementado un 10% las tasas de asistencia a las acciones formativas, bajando el absentismo
- **PLANIFICACIÓN** Con GPS las Agencias y Reale conocemos las acciones previstas para cada trimestre del año siguiente
- **COMPETITIVIDAD** Las Agencias demuestran más interés en seguir avanzando dentro de su Nivel formativo
- **NEGOCIO** Los ratios de negocio, tanto en Vida como en NO-Vida, son positivos tanto en crecimiento de primas, pólizas y clientes en el Canal de Agencias como en la Diversificación de las ventas de productos y de la cartera
- **PROFESIONALIZACIÓN** Los Itinerarios permiten impartir nuevos contenidos, de más calidad y de mayor calado profesional a nivel académico
- **MENTALIDAD** El eje de visión de *Ser Empresario* permite tener una proyección a la Agencia en términos de pasar de vendedor de pólizas a empresario de la distribución en el sector asegurador
- **AMPLITUD** Con los itinerarios formativos, las Agencias no sólo desarrollan su conocimiento técnico asegurador como distribuidores, sino que crecen en contenidos de empresa como la gestión de RRHH, conocimientos financieros, liderazgo y desarrollo de personas

EQUIPO RESPONSABLE

Josep Gendra

Responsable de Formación de Negocio
REALE SEGUROS



Mercè Seijas

Técnico de Formación de Negocio
REALE SEGUROS



Ignacio Gómez

Director del Canal de Agencias
REALE SEGUROS



Con la colaboración externa de Arturo Reglero,
Gerente del Área Financiera (Banca y Seguros)
de Overlap España



OVERLAP

MATERIAL ADICIONAL





Eres Manager

MEJOR INICIATIVA
FORMATIVA 2022



**Programa
EresManager**

RESUMEN

En Banco Sabadell, para asegurar que nuestros managers están alineados con nuestro propósito y son ejemplo de nuestros valores, se ha diseñado y se está desplegando 'Eres Manager', un programa de evolución y desarrollo para reconocer a los managers, acompañándolos para potenciar sus capacidades enfocándolas a impulsar un Banco más ágil, ilusionante y conectado.

El programa está basado en sesiones de formación y facilitación con equipos de managers de las direcciones y comunicación constante, reforzando su rol y capacidades. Consta de 3 ejes críticos:

1. Personas. Nos ocupamos de las personas, ilusionando y desarrollándolas, fomentando la responsabilidad individual (accountability), e impulsando los valores BS, siendo un ejemplo.
2. Equipos. Generamos entornos de colaboración y agilidad, siendo eficientes, empoderando al equipo y colaborando con otros equipos.

3. Negocio y cliente. Evolucionamos el negocio con foco en el cliente, entendiendo el nuevo entorno y el impacto de sus cambios, optimizando e innovando de forma continua, y manteniendo siempre el foco (cliente).

Y todo ello con unas prácticas sencillas, aplicables y poderosas.

Más de 3.000 managers ya han participado en las sesiones formativas asociadas al programa de manera virtual y/o presencial.

Además, de manera quincenal, se envía a todos los responsables de equipo una newsletter para informales de las novedades del banco, reforzar su rol y acompañarlos para que adopten los comportamientos deseados como responsables de equipo.

Estos managers tienen a su disposición un espacio en el Campus que recoge los materiales audiovisuales de diferentes elementos clave que se han trabajado en el programa como la confianza, el reconocimiento, el generar entornos de eficiencia y colaboración, el liderazgo saludable, etc.

Y no sólo eso, también tienen a su disposición el fruto de su trabajo con otros managers de su dirección, en la forma de alianzas, acordando elementos que ellos mismos han descrito como clave a implementar para que las cosas ocurran.

El lema principal de Eres Manager es #hazquepase. Y entre todos los implicados los resultados así lo demuestran.

EXTRACTO INFORMACIÓN DESTACADA

OBJETIVOS

Antecedentes / Problemática a resolver

Como objetivo principal, el Programa Eres Manager busca orientar a los responsables de equipos hacia las Personas, generando entornos de colaboración y agilidad, y evolucionando el negocio con foco en el cliente. Todo ello renovando la ilusión y el compromiso de la plantilla.

El Programa surge en un contexto muy determinado y para dar respuesta a los retos del mismo.

Los elementos más críticos son:

1. El Banco está evolucionando su cultura y sus formas de trabajar para ser mas ágil e ilusionante.

2. Los managers de Banco Sabadell tienen un papel clave para hacer de la organización el banco que queremos ser. Los managers son una figura fundamental para que esto ocurra. Son comprometidos y no conformistas, enfocados a perseguir el propósito, se apuesta por ellos como palanca de cambio.

3. Los managers de Banco Sabadell se orientan a las personas, generando entornos de colaboración y agilidad, evolucionando el negocio con foco en el cliente, según se define en el Rol.

4. Eres Manager nace con el objetivo de reconocer y acompañar a los managers potenciando su rol en la evolución del Banco. A través de prácticas sencillas y aplicables de unos nuevos estándares que se conviertan en hábitos que generen equipos más ágiles, eficaces e ilusionados.

5. Se empieza el programa focalizándonos en los primeros dos elementos del Rol "Nos orientamos a las personas" y "Generamos entornos de colaboración y agilidad", realizando comunicaciones enfocadas, espacios de reflexión y formación.

6. El despliegue de las acciones se realiza de forma escalonada para poder acompañar a las distintas direcciones.

METODOLOGÍA UTILIZADA

En el Banco se partía del planteamiento que un programa para los managers no podía diseñarse aisladamente. Aunque coordinado desde Talento y Cultura, era necesario la participación activa y sincronizada, tanto en el diseño como en la ejecución:

- En primer lugar, de todas las áreas e iniciativas relacionadas de RRHH.
- Del resto de las grandes áreas del Banco, o bien porque están trabajando en alguno de los ejes del programa o bien porque aglutinan a un buen número de los managers, o tienen managers muy estratégicos para la transformación.
- Y sobre todo a los propios managers: el programa no solo era para ellos, ¡Tenía que hacerse CON ellos! Paso a paso.

Por ello se planteó inicialmente seguir una metodología de trabajo basada en la Inteligencia Colaborativa [IC] para asegurar que se extraía todo el conocimiento y las buenas prácticas dispersas y que se co-creaba y se coordinaba adecuadamente. Así pues, los managers eran parte implicada en el diseño e implantación del propio programa porque:

1. Si no se hace con ellos, se corre un serio riesgo de caer en un ejercicio teórico, lejos de la realidad y necesidad del colectivo.
2. Cuando se les cuenta al resto de managers lo que se espera de ellos, son muchísimo más receptivos porque se lo cuentan sus compañeras y compañeros.
3. Los managers que han participado desde el inicio han salido reforzados e impactan más y mejor en negocio y personas, además de convertirse en embajadores.

Por otro lado, como Eres Manager es un programa que tiene como objetivo desarrollar la capacidad del conjunto de nuestros managers para crear equipos ágiles, ilusionados y conectados, hemos trabajado con los equipos naturales, desde los niveles superiores, en un proceso de facilitación de equipo.

Gracias a este proyecto, hemos ayudado a los equipos naturales a generar un Team Charter con compromisos de nuevos hábitos que elevan los estándares del equipo y de la gestión de personas.

Se trata de un proyecto multimetodología que incorpora:

- Intervenciones sistémicas en los equipos naturales, desde la alta dirección; y actuando de manera conectada con el resto de los equipos.
- Actuaciones sobre 3 niveles organizativos de equipos naturales y en todas las regiones de la fuerza de ventas de la organización.
- Intervenciones combinadas en presencial, virtual y en plataforma de aprendizaje.

También ha sido clave la comunicación en este programa, con recursos recurrentes vía las newsletters, también consultables desde Campus.

METODOLOGÍA UTILIZADA



A nivel de los contenidos formativos, las metodologías con las que se ha trabajado en el programa Eres Manager son diversas. En las sesiones síncronas, presenciales o virtuales, los grupos de managers trabajan conceptos esenciales compartiendo su experiencia y su día a día, a partir de reflexión y con herramientas concretas. Esquemáticamente, y hasta el momento, han habido 4 sesiones distintas:

1. Sesión preparatoria con el Comité de Dirección, a partir de una vídeollamada, y con el objetivo de convertirse en impulsor del programa.
2. Sesión equipos con managers de equipos naturales. A partir de la reflexión de lo que se ha vivido y cómo estamos posicionados, se trabaja el rol de manager para generar entornos de eficiencia y colaboración. Y además se trabajan acuerdos: la alianza.
3. Sesión personas con managers de equipos naturales. En la que se focaliza en la importancia de ocuparse de las personas con reconocimiento y feedback, se trabaja el fomento de la responsabilidad individual, de forma que el manager empodere a su equipo. Se presenta el medidor de buenos hábitos y se incorporaba el shadow coaching, impulsado por los DOR.
4. Sesión de seguimiento, cofacilitada por los DOR, en la que se comparten avances, se afianza la alianza y se plantean revisiones.

RESULTADOS OBTENIDOS



Los primeros resultados del Programa son los de la finalización del mismo. Se han realizado más de 383 sesiones desde septiembre de 2020, impactando a más de 3.000 managers.

En la Red de Oficinas, el 100% de los managers ha completado el programa; en Servicios Centrales, el 72%.

Se han generado acuerdos en cada dirección para mejorar la eficiencia, la colaboración y potenciar hábitos para ocuparse de las personas con un resultado de más de 85 alianzas y más de 3.700 ideas generadas.

Hay más de 150 managers que incorporaron su rol como referentes en el programa y el rol del DOR se ha visto potenciado como referente en la gestión de personas.

El 94% de los managers recomienda estas sesiones.

Se han realizado mediciones del impacto en dos grandes ámbitos (Nos orientamos a personas y Generamos entornos de colaboración y agilidad) mediante diferentes indicadores, y vemos:

- que globalmente, y en el período de un año aproximadamente, la percepción de mejora es de +8pp, pasando del 72 al 80%.
- que el indicador que más mejoró fue el de generar entornos eficientes, con un 13% más.
- que también mejoró mucho la percepción que se facilita la conciliación, con un 11% más.
- que se promueve más la colaboración entre equipos y departamentos, con un 6% más.

Así a partir de los resultados se hace la siguiente balanza:

Hay que mantener:

- los managers han trabajado colaborativamente, dándose ideas y soporte.
- se ha visto mejoras de eficiencia en sus equipos.
- hay percepción que se tiene en cuenta la vida personal y se facilita más la conciliación.
- se motiva a colaborar más dentro del equipo y con otros equipos.

Hay que seguir trabajando:

- en fomentar la responsabilidad individual planteando retos profesionales a colaboradores y dándoles soporte para conseguirlos.
- en mejorar habilidades de los managers para apoyar el desarrollo de las personas.

EQUIPO RESPONSABLE

El Programa "Eres Manager" está liderado por la Dirección de Cultura y Talento de Banco Sabadell, con la colaboración en la implantación, despliegue y seguimiento de la Dirección de Formación. Pero para hacer real el cambio de paradigma que desea, el equipo ha ido mucho más allá del diseño y gestión desde estos ámbitos de Servicios Centrales de RRHH y ha implicado los siguientes stakeholders internos:

- Comité de Dirección. Como impulsores de las nuevas dinámicas, dan visibilidad de los acuerdos legitimando el trabajo de los managers en el programa y su impacto en el día a día de la organización, son ejemplo en la implantación de los mismos acuerdos y están presentes en la introducción y cierre de las sesiones de seguimiento del programa.
- Directores de Organización y Recursos de todas las Direcciones. Son también impulsores de las nuevas dinámicas y legitiman los acuerdos trabajados por los managers. Los acompañan desde el rol de shadow coach, concretando las alianzas y preparando y cofacilitando las sesiones de seguimiento.
- Managers referentes. Como impulsores desde dentro del colectivo, velan por recoger los acuerdos de las alianzas que trabajan en el programa, concretándolas para implantar cambios reales en el día a día. Hacen seguimiento del grado de implantación, intervienen en la sesión de seguimiento y son los anfitriones de los nuevos managers que puedan incorporarse.

Además, han participado de forma colaborativa tres partner externos diferentes (Moebius Consulting, Isavia Consultores y Grupo Hedima) en el diseño de contenidos, impartición de sesiones, gestión de materiales, creación de espacios virtuales de aprendizaje, etc.

MATERIAL ADICIONAL

- Ejemplo de alianza de un equipo de managers participantes en el programa.
- Herramienta "Medidor de buenos hábitos"
- Infografía "Colaborar para llegar más lejos"
- Newsletter de 20 de abril de 2022 "La tarea de lider es..."





MEJOR INICIATIVA FORMATIVA 2022

**Formación
integrada
en herramienta
de gestión
comercial**

RESUMEN

El 2020 ha supuesto un punto de inflexión para el modelo de formación de las empresas.

Hemos aprendido nuevas formas de trabajar, de formarnos, de proteger a los nuestros, de ayudar a otros y de sentirnos más unidos en entornos digitales.

La pandemia ha supuesto un reto para los negocios y para las personas. Ha puesto a prueba el grado de digitalización de las empresas y nuestra capacidad de adaptarnos de forma ágil y rápida a circunstancias inciertas.

La transformación digital trae grandes beneficios y a la vez exige una notable inversión en tiempo y en dinero para las organizaciones.

También tiene un coste para las personas: el 42% de la población europea no dispone de las capacidades digitales básicas según el último estudio de la Comisión Europea (Digcom2.2)

En la empresa de hoy conviven baby boomers con generaciones X,Y,Z. Todos ellos con necesidades y formas de consumir la información diferentes que muchas veces se obvian.

El mundo gira mucho más deprisa que hace 100 años, y más si eres comercial. Es necesario invertir todo el tiempo disponible en el foco del negocio: el cliente.

¿Cómo seguir más conectados al negocio, formando a nuestra red comercial, con mínima inversión en tiempo y dinero en un entorno fácil de utilizar, atractivo y que además se adapte a todos? ¡Lo tenemos!

Desde la Escuela Comercial de Campus Santalucía, presentamos el primer espacio formativo específico para la red comercial, integrado en su herramienta de gestión comercial (Salesforce), digital, fácil, actualizado y a la carta.

..Descúbrelo por ti mismo...

https://www.youtube.com/watch?v=60wQx_p75h0&t=2s

OBJETIVOS

Antecedentes / Problemática a resolver

Campus Santalucía ha desarrollado el primer espacio formativo específico para la red comercial integrado en su herramienta de gestión comercial diaria (Salesforce).

Este proyecto, que es hoy una realidad, con más de 4.000 usuarios, se ha enfrentado y ha superado con éxito los siguientes retos:

RETO 1. Acercar más el entorno digital a la gestión comercial y la formación. Ya contábamos con una comunidad virtual comercial en Campus que aglutinaba toda la formación comercial clasificada y de fácil acceso a través de teams, si bien el reto era ponerlo en el día a día de la función comercial de una forma más útil para ellos y medible en resultados.

A través de este proyecto acercamos la formación a la herramienta con la que se desarrolla diariamente la gestión comercial con nuestros clientes. Hemos conseguido que nuestros agentes accedan directamente a los recursos formativos sin tener que salir de su aplicación comercial (Salesforce).

Beneficio para el comercial: Comodidad y ahorro de tiempo, para que pueda invertirlo en el foco principal de su actividad: el cliente

RETO 2. Ahorro de costes

Hemos diseñado un espacio nuevo y único para la formación dentro de la propia herramienta comercial. Todo el proyecto se ha llevado a cabo, en todas sus fases, íntegramente por el equipo interno de grupo santalucía: diseño, contenidos, desarrollo, implementación y actualización.

Además, el agente puede acceder desde su propia herramienta de gestión. Evitar el salto continuo entre aplicaciones le permite ahorrar tiempo para invertirlo en su actividad principal.

RETO 3. El agente como responsable de su desarrollo y aprendizaje

Cada persona elige qué aprender, cómo y cuándo. El desarrollo del aplicativo nos permite integrar diversas formas de consumir conocimiento. Hemos incluido, junto a recursos más tradicionales como consumo e-learning un amplio catálogo de talleres webinar. Se trata de sesiones en directo dirigidas por nuestro claustro de profesores internos y externos. Mensualmente ponemos a disposición de nuestra red comercial este catálogo para que ellos mismos decidan las sesiones a las que inscribirse en función de sus necesidades y de su disponibilidad horaria.

RETO 4. Proceso de adopción de la herramienta ágil e intuitivo para el usuario.

El entorno actual lleva a los empleados a realizar un continuo aprendizaje digital en corto espacio de tiempo. El usuario asume una elevada carga de adaptación a las nuevas tecnologías. Con nuestra solución, al ser un entorno conocido por ellos y estar integrado en su principal herramienta de trabajo diario, la adopción de la herramienta no supone un esfuerzo extra para los equipos.

Adicionalmente, la propia organización y estructura del entorno formativo, clasificado en grandes bloques, permiten un consumo ágil.

RETO 5. Trazabilidad y registro del historial formativo del usuario.

La configuración del entorno nos permite conectar los contenidos desde la herramienta comercial (Salesforce) con nuestra principal herramienta formativa (Success Factors) por lo que conservamos la información de registro y trazabilidad de la formación sin que el usuario perciba esta conexión entre herramientas.

La experiencia de empleado es satisfactoria al ubicarse toda su gestión diaria, incluida la formación, en el mismo entorno.

RETO 6. Proyecto colaborativo transversal.

Toda la implantación, diseño, elaboración de contenidos y plan de comunicación se ha realizado de forma transversal desde un equipo multidisciplinar en el que participan diversas áreas de la compañía: área corporativa de formación, área de tecnología, área de desarrollo de negocio, área comercial.

RETO 7. Además de una herramienta formativa, un canal de comunicación.

En este espacio, además de integrar la formación dentro de la herramienta de gestión comercial diaria, hemos incorporado una mejora adicional con la que realizamos impactos comunicativos a todo el colectivo comercial de forma masiva. Esta mejora nos permite reforzar acciones, incorporar e informar sobre actualizaciones y alinearnos con la estrategia de negocio.

METODOLOGÍA UTILIZADA

Este proyecto, desarrollado íntegramente por equipo interno de la compañía, se ha llevado a cabo en varias fases para su implantación.

Nace de la necesidad de reforzar el papel del Manager y dotarle de herramientas que le permitan reducir la rotación en los equipos de ventas.

Durante la primera fase de "Diagnóstico" el equipo interno del área de formación analizó los principales "puntos de dolor" que presentaba la red comercial. Se realizaron varios "Focus Group" y se identificaron dos grandes claves: el coste de tiempo para la organización y el desgaste que supone la inversión en formación en equipos con alta rotación.

Una vez analizadas las principales conclusiones, comenzamos la fase de diseño de la solución. Al requerir de la colaboración de varias áreas de la organización, creamos un equipo de trabajo multidisciplinar para garantizar que se recogiera la información desde todas las perspectivas.

Uno de los principales retos, fue garantizar la puesta en producción de la solución en el plazo marcado. Para ello trabajamos a través de la metodología Agile: segmentamos las principales partes del proyecto para ir completando entre el equipo interno los entregables.

Desde el equipo de formación se elaboraron más de 250 nuevos recursos formativos en un periodo de un mes. Era necesario que el nuevo entorno contase con un aporte de valor adicional más allá de la integración en la principal herramienta comercial.

El siguiente paso fue la organización y disposición visual del entorno para que resultara atractivo y todas las soluciones formativas que poníamos al alcance de la red comercial fueran fácilmente localizables: repositorio completo de producto, catálogo de acciones webinar, formación normativa, planes de carrera, argumentarios comerciales...(Para más información consultar link al final de este apartado)

Previo a la fase de implantación, realizamos un piloto con dos agencias de referencia para testar la solución y hacer las correcciones necesarias para asegurar el despliegue.

Durante la fase de implantación, realizamos un despliegue en oleadas, dado el elevado volumen de usuarios. Semanalmente se abría el acceso a un número de áreas hasta el despliegue total en aproximadamente un mes.

Para dar difusión a la iniciativa, y asegurar la correcta implantación, diseñamos un plan de comunicación con diferentes impactos (desde vídeos experienciales, video tutoriales de uso, merchandising de la iniciativa, reuniones en los comités de dirección comercial, banners internos...).

Adicionalmente incluimos varios puntos de análisis que nos permitieran realizar seguimiento de la evolución de las diferentes fases y asegurar la medición y retorno del proyecto.

METODOLOGÍA UTILIZADA



A través de este link puede visualizarse una presentación interactiva sobre la propia herramienta que incluye vídeo con experiencias de los usuarios.

<https://view.genial.ly/63330af6f7c9280018b5f273>



https://www.youtube.com/watch?v=60wQx_p75h0&t=2s



RESULTADOS OBTENIDOS



4.000 empleados utilizando la herramienta que permite ampliar a otros canales de distribución

Más de 24.500 visualizaciones del espacio formación entre julio y septiembre

Más de 850 horas de formación consumidas desde la implantación en julio de 2022, con incremento del 28% respecto al mismo periodo de 2021

Incremento en más de un 73% en la visualización de contenidos formativos en el espacio de comunicación que hemos incorporado respecto a otros contenidos no formativos.

Más de 220 recursos formativos nuevos a disposición del usuario

Y lo más importante.. el grado de satisfacción del usuario final: 3,5 sobre 4 en satisfacción y en utilidad y + 36,1 en NPS

EQUIPO RESPONSABLE

Proyecto transversal coordinado por el equipo interno de Campus Escuela Comercial, en el que participan diversas áreas de la compañía: área corporativa de formación (equipo Campus Escuela Comercial), área de tecnología, área de desarrollo de negocio y área comercial (aprox.30 personas)

MATERIAL ADICIONAL

Link con presentación demo del proyecto que incluye vídeo con experiencias sobre la herramienta contadas por los propios usuarios.

<https://view.genial.ly/63330af6f7c9280018b5f273>



https://www.youtube.com/watch?v=60wQx_p75h0&t=2s





BNP PARIBAS



Escuela de Formación Bancaria



GRUPO BNP PARIBAS



Deutsche Bank





PARTE DE Bupa

santalucía SEGUROS

OCASO





BANCO DE **ESPAÑA**
Eurosistema





BEYOND KNOWLEDGE¹



Education in action for you!!

ANUARIO DE LA INNOVACIÓN FORMATIVA 2022



Ø GR€F



Ø GRÆF



GRAF.ORG



@InfoGraf



www.linkedin.com/company/grupogref



<https://www.youtube.com/channel/UCNHsFIgOiGvvGeeKVgEonRw>