



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: COMERCIALIZACIÓN Y
ADMINISTRACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS
FINANCIEROS**

Código: ADG311_3

NIVEL: 3

1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros.

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

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

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

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

a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en comercializar productos y servicios financieros, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en las realizaciones profesionales de la unidad de competencia, y a dos dígitos las reflejadas en los criterios de realización.

1. Gestionar los contactos con la clientela, seleccionándolos a través de las herramientas comerciales de gestión de la clientela o CRM, para ofrecerles información personalizada y periódica e incrementar su vinculación con la entidad.

- 1.1 El perfil de la clientela se identifica, teniendo en cuenta diferentes variables: su edad, grado de riesgo que desea asumir, mentalidad inversora, horizonte de la inversión, base imponible, cuantía y distribución de su patrimonio a través de un test de idoneidad y una entrevista en profundidad.
- 1.2 La información recogida se registra en las herramientas informáticas disponibles -CRM u otras-, comprobando su exactitud y con el fin de cumplir con los criterios de calidad y protección de datos personales.
- 1.3 Las herramientas de información se utilizan, relacionando la información obtenida sobre la clientela y el tipo de productos ofertados.
- 1.4 La agenda comercial disponible en la aplicación informática se utiliza, siguiendo las orientaciones de la entidad.
- 1.5 Las herramientas comerciales disponibles de gestión de carteras se utilizan de forma habitual, realizando un contacto periódico y aumentando la vinculación de la clientela en función de la segmentación realizada por la entidad.
- 1.6 La clientela potencial para acciones comerciales de la entidad, se detectan con el manejo de las herramientas disponibles en la entidad y la información pública en las redes sociales.
- 1.7 Los contactos con la clientela -personales, telefónicos, otros- se realizan, siguiendo la metodología establecida por la entidad, con el objetivo de mantener un contacto periódico y aumentar la vinculación de los mismos.

2. Atender las necesidades financieras de la clientela, teniendo en cuenta el grado de riesgo dispuesto a asumir, presentando la información disponible sobre las alternativas de inversión patrimonial y previsión en función de su perfil, para ofrecerle el producto financiero más adecuado.

- 2.1 Los conocimientos, experiencia previa en productos similares y la capacidad financiera de la clientela se identifican, mediante la escucha y la solicitud de la información a la clientela.
- 2.2 Los productos de inversión se comercializan, teniendo en cuenta el perfil de la clientela, la evolución y tendencias de los mercados de renta fija y variable, informando del tratamiento fiscal de cada producto, utilizando técnicas de comunicación y negociación, y siguiendo las recomendaciones de la normativa aplicable en materia de productos y servicios de inversión.
- 2.3 Las características -tipo de interés, TAE, plazo, disponibilidad, comisiones, penalizaciones, otros- de los productos de ahorro a la vista, plazo u otros, se explican a la clientela de forma clara, concisa, comprensible y comprobando que entiende los compromisos que supone su contratación.
- 2.4 Las características de los fondos de inversión -política de inversiones y perspectivas, rentabilidades pasadas y/o garantizadas, moneda nacional o extranjera, comisiones y otras-, las tendencias de los mercados, operativa del fondo -valor liquidativo, planes sistemáticos de suscripción y reembolso, movilizaciones, otros-, las opciones de



inversión directa en activos negociados en los mercados de renta fija y variable, se explican a la clientela, asegurando su comprensión y el grado de riesgo que conlleva la inversión.

- 2.5 Las características de los productos de ahorro-previsión, las ventajas de la contratación de planes de pensiones como fórmula de ahorro-previsión, las características de los planes -política de inversiones, rentabilidades pasadas y/o garantizadas, comisiones y otros-, y las características financieras de las modalidades de seguros comercializadas por la entidad, se explican a la clientela, asegurando su comprensión y el grado de riesgo que conlleva la inversión, realizando simulaciones de ahorro fiscal y de prestaciones futuras con las herramientas informáticas disponibles.
- 2.6 La información de cada producto suministrada a la clientela se acompaña con la información precontractual asociada, repasándola con él y asegurándose de que la entiende.
- 2.7 La información precontractual firmada por la clientela se registra en el gestor documental de la entidad, de forma que, en caso necesario, se pueda acreditar que ha sido informado antes de la contratación.
- 2.8 La contratación que cierra la operación del producto elegido por la clientela, o cualquier otra operativa relacionada con las alternativas de inversión patrimonial y previsión, se realiza conforme a las normas de la entidad, solicitando a la clientela la documentación establecida -DNI, otros- según proceda.

3. Ofrecer a la clientela los productos de activo, gestionando su contratación y atendiendo a las políticas de riesgo de la entidad para satisfacer sus necesidades de financiación.

- 3.1 Los conocimientos, experiencia previa en productos similares y necesidad financiera de la clientela se identifican, mediante la escucha y la solicitud de información a la clientela.
- 3.2 Las características -finalidad, garantías, comisiones, tipos de interés, cuotas, plazos de amortización, otros- de los productos de activo -créditos o préstamos al consumo, hipotecarios, autopromotores, descuento comercial u otros-, se explican a la clientela de forma clara y comprensible, realizando con las aplicaciones informáticas disponibles simulaciones y comparativas, adecuando la operación a sus características y aplicando el argumentario comercial y tratamiento de objeciones elaborado por la entidad.
- 3.3 La documentación necesaria para el estudio y formalización de la operación -solicitud, declaración de bienes, certificados de ingresos, impuestos, balances, otros- se solicita a la clientela, comprobando su veracidad, interpretándola cuando esté en idioma extranjero e incorporando a la herramienta informática disponible la información necesaria para el análisis de la operación.
- 3.4 Las posiciones de riesgo de los intervinientes se consultan en las bases de datos disponibles -FIG, RAI, Bureau de Crédito, BIJ, CIRBE, otros-, utilizando esta información para el análisis de la operación.

- 3.5 La viabilidad de la operación se analiza, utilizando las herramientas necesarias -credit scoring u otros- y favoreciendo su resolución a la instancia correspondiente.
- 3.6 La información de cada producto suministrada a la clientela se acompaña con la información precontractual asociada, repasándola con él y asegurándose de que la entiende.
- 3.7 La información precontractual firmada por la clientela se registra en el gestor documental de la entidad, de forma que, en caso necesario, se pueda acreditar que ha sido informado antes de la contratación.
- 3.8 La contratación se formaliza con la documentación solicitada a la clientela, aplicando la normativa de la entidad y realizando las acciones de venta cruzada requeridas -contratación de seguros, domiciliación de ingresos, otros-.

4. Establecer relaciones profesionales con la clientela, internos y externos, cumpliendo las normas de calidad, el manual de estilo y transmitiendo la imagen corporativa para alcanzar un elevado grado de fidelización, incluyendo servicios de atención de necesidades especiales, como adaptaciones visuales, auditivas, entre otras.

- 4.1 Los criterios de calidad de servicio -fiabilidad, empatía, profesionalidad, proactividad, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, comprensión, flexibilidad, imagen personal y corporativa u otros criterios- se aplican en las relaciones profesionales, creando una relación eficaz y satisfactoria.
- 4.2 Las incidencias que puedan surgir en las relaciones profesionales se resuelven dentro del marco de su responsabilidad, recurriendo a la persona responsable, en su caso.
- 4.3 Las mediciones del grado de satisfacción de la clientela se realizan periódicamente, a través de los procedimientos establecidos por la entidad -encuestas, entrevistas en profundidad, u otros-.
- 4.4 La confidencialidad en la información que se maneja, se respeta de forma rigurosa de acuerdo con la normativa aplicable en materia de protección de datos personales y las normas internas de la entidad.

b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la **UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Análisis del sistema financiero



- Sistema financiero: características, estructura y evolución. Sistema financiero español, europeo y global. Intermediarios financieros. Productos financieros. Análisis de los mercados financieros: clasificación. Renta fija. Operativa en el mercado continuo -la Bolsa-: índices bursátiles. Productos derivados. El Eurosistema. Banco Central Europeo. Banco de España. El marco legal regulador internacional para la Banca. Comisión Nacional del Mercado de Valores. Análisis de la normativa europea aplicable al sistema financiero. Organismo supervisor de seguros en España. El marco legal internacional en materia aseguradora. Organismos europeos supervisores. Instituciones Financieras. Entidades de Crédito -Bancos, Cajas de Ahorro y Cooperativas de Crédito-; Compañías de Seguros y Fondos de Pensiones; Fondos de Inversión. Empresas de asesoramiento financiero. Distribuidores de seguros. Fintech, Insurtech y grandes tecnológicas. Áreas de negocio: Banca Corporativa; Banca de Empresas; Banca Personal; Banca Privada; Banca Digital (Online); estructura de red comercial; segmentación de la clientela.

2. Marketing financiero y relacional

- Marketing financiero: principios, objetivos y elementos diferenciales. Análisis de la clientela de las entidades financieras: prospección de clientes. Planificación y estrategia comercial en la entidad financiera. Fidelización de clientes: elementos, factores y estrategias. Clasificación ABC. Aplicación de estrategias de fidelización: plan de fidelización; utilización de las herramientas de gestión de relación con la clientela -CRM-; aplicación de las técnicas de fidelización. Marketing digital. Social media. Análisis de la gestión de la calidad de los servicios financieros.

3. Comercialización de productos y servicios financieros

- El comercial de las entidades financieras: características, funciones y cualidades requeridas. Aplicación de las técnicas de comercialización de productos y servicios financieros: modelos de comunicación interpersonal, barreras y dificultades. La entrevista de ventas; fases de la venta presencial y no presencial; procedimientos de argumentación comercial y tratamiento de objeciones. Técnicas de negociación. El cierre. Procedimientos de comunicación telefónica. Venta informada, venta asesorada y venta en ejecución. Venta cruzada. Aplicación de las herramientas de gestión de relación con la clientela -CRM-.

4. Procedimientos de cálculo financiero aplicables a productos y servicios financieros

- Análisis y aplicación del interés compuesto: capitalización compuesta. Análisis y aplicación del descuento compuesto. Análisis y aplicación del cálculo de rentas: rentas constantes; rentas variables; rentas vitalicias. Análisis de los préstamos y créditos. Clases de préstamos. Métodos de amortización de préstamos. Análisis de las operaciones de arrendamiento financiero.

5. Análisis e información de productos bancarios, de inversión y previsión

- Análisis de cuentas y depósitos bancarios: cuentas corrientes, de ahorro, ahorro-vivienda, otras; depósitos a plazo, otros. Análisis y procedimientos



administrativos de otros servicios financieros: domiciliaciones bancarias; tarjetas de crédito y débito; medios de pago; cajas de seguridad u otros; comisiones y gastos. Intermediación de activos financieros y gestión de carteras. Análisis de fondos de inversión mobiliarios e inmobiliarios, activos de renta fija, activos de renta variable, fondos públicos, seguros de vida y ahorro, planes de pensiones: características, tipología; sociedades gestoras; entidades depositarias; participaciones. Descripción de tipologías y características de seguros en el marco del aseguramiento de riesgos, y comercializados por entidades financieras. Análisis de la fiscalidad de los productos bancarios, de inversión y de previsión.

6. Análisis e información de riesgos de productos financieros bancarios

- Préstamos y créditos bancarios. Clases. Préstamos con garantía personal. Préstamos con garantía hipotecaria. Préstamos ICO. Préstamos con aval SGR. Líneas de crédito. Líneas de descuento. Avaes. Tarjetas. Procedimientos de concesión, amortización y liquidación de préstamos, créditos y otros productos. Análisis de riesgos: análisis e interpretación de estados financieros contables. Análisis y cálculo de otros activos financieros: leasing y renting. Factoring y confirming.

7. Aplicaciones informáticas de gestión bancaria, de inversión y de previsión

- Análisis de las aplicaciones de cálculo financiero -balances de ratios-. Análisis de las aplicaciones de gestión de créditos -credit scoring-. Utilización de las herramientas propias de Internet. Comparadores de productos. Simuladores de inversión y previsión. Las webs oficiales de los organismos supervisores. Identificación de riesgos ligados a las condiciones de seguridad y ambientales en el uso del material informático.

c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.

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

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de los objetivos.
- Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.
- Transmitir la información con claridad de manera ordenada, estructurada, sencilla y precisa, respetando los canales establecidos por la organización.
- Demostrar interés y preocupación por atender satisfactoriamente las necesidades de la clientela.
- Adaptarse a la organización, a sus cambios estructurales y tecnológicos, así como a situaciones y contextos nuevos.
- Promover la igualdad de trato y oportunidades entre mujeres y hombres, evitando discriminaciones, directas o indirectas, por razón de sexo.
- Adoptar actitudes posturales y conductas responsables conforme el plan de prevención de riesgos laborales de la organización.

1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.

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

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

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

En el caso de la “UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

1.2.1. Situación profesional de evaluación.

a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para comercializar productos y servicios financieros cumpliendo la normativa relativa a protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

- 1.** Administrar a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, los contactos con los clientes.
- 2.** Asesorar al cliente en las necesidades financieras.
- 3.** Gestionar la contratación de productos de activo y fidelizar clientes.

Condiciones adicionales:

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

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

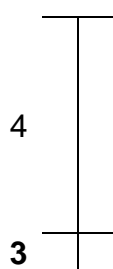
Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

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

Criterios de mérito	Indicadores de desempeño competente
<i>Destreza en la administración a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, el contacto con los clientes.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación del perfil del cliente.- Grabación de la información recogida en la aplicación o CRM.- Utilización de la agenda comercial.- Utilización de forma habitual de las herramientas comerciales de gestión de carteras.- Rastrear los clientes potenciales para acciones comerciales.- Aumento progresivo del contacto con los clientes para aumentar la vinculación. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A</i></p>
<i>Rigor en el asesoramiento al cliente de las necesidades financieras.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación del perfil del cliente.- Comercialización de productos según el perfil del cliente.- Explicación al cliente de las características del producto financiero, asegurando su entendimiento y realizando simulaciones.- Registro de los contratos firmados.- Realización del cierre de la operación conforme a las normas de la entidad.

	<p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B</i></p>
<p><i>Idoneidad en la gestión de la contratación de productos de activo y fidelización de clientes.</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación del perfil del cliente.- Explicación al cliente de las características del producto financiero, asegurando su entendimiento y realizando simulaciones.- Solicitud al cliente de la documentación necesaria para el estudio y formalización de la operación.- Consulta de las posiciones de riesgo.- Verificación de la viabilidad de la operación, utilizando las herramientas necesarias.- Registro de los contratos firmados.- Formalización de la contratación realizando acciones de venta cruzada (contratación de seguros, domiciliación de ingresos.).- Aplicación de los criterios de calidad de servicio (fiabilidad, empatía, profesionalidad, imagen, etc.).- Resolución de las incidencias que puedan surgir.- Medición del grado de satisfacción de los clientes de manera periódica.- Respeto de la confidencialidad y protección de datos, de acuerdo con la normativa aplicable. <p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito</i></p>
<p><i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i></p>	
<p><i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i></p>	

Escala A



Para administrar a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, el contacto con los clientes, identifica el perfil del cliente. Graba la información recogida en la aplicación o CRM. Utiliza la agenda comercial. Utiliza de forma habitual las herramientas comerciales de gestión de carteras. Rastrea los clientes potenciales para acciones comerciales. Aumenta progresivamente el contacto con los clientes para aumentar la vinculación.

	<p>Para administrar a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, el contacto con los clientes, identifica el perfil del cliente. Graba la información recogida en la aplicación o CRM. Utiliza la agenda comercial. Utiliza de forma habitual las herramientas comerciales de gestión de carteras. Rastrea los clientes potenciales para acciones comerciales. Aumenta progresivamente el contacto con los clientes para aumentar la vinculación, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</p>
2	<p><i>Para administrar a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, el contacto con los clientes, identifica el perfil del cliente. Graba la información recogida en la aplicación o CRM. Utiliza la agenda comercial. Utiliza de forma habitual las herramientas comerciales de gestión de carteras. Rastrea los clientes potenciales para acciones comerciales. Aumenta progresivamente el contacto con los clientes para aumentar la vinculación, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No administra a través de herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, el contacto con los clientes.</i></p>

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

Escala B

4	<p><i>Para asesorar al cliente en las necesidades financieras, identifica el perfil del cliente. Comercializa productos según el perfil del cliente. Explica al cliente las características del producto financiero, asegurando su entendimiento y realizando simulaciones. Registra los contratos firmados. Realiza el cierre de la operación conforme a las normas de la entidad.</i></p>
3	<p>Para asesorar al cliente en las necesidades financieras, identifica el perfil del cliente. Comercializa productos según el perfil del cliente. Explica al cliente las características del producto financiero, asegurando su entendimiento y realizando simulaciones. Registra los contratos firmados. Realiza el cierre de la operación conforme a las normas de la entidad, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</p>
2	<p><i>Para asesorar al cliente en las necesidades financieras, identifica el perfil del cliente. Comercializa productos según el perfil del cliente. Explica al cliente las características del producto financiero, asegurando su entendimiento y realizando simulaciones. Registra los contratos firmados. Realiza el cierre de la operación conforme a las normas de la entidad, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No asesora al cliente en las necesidades financieras.</i></p>

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

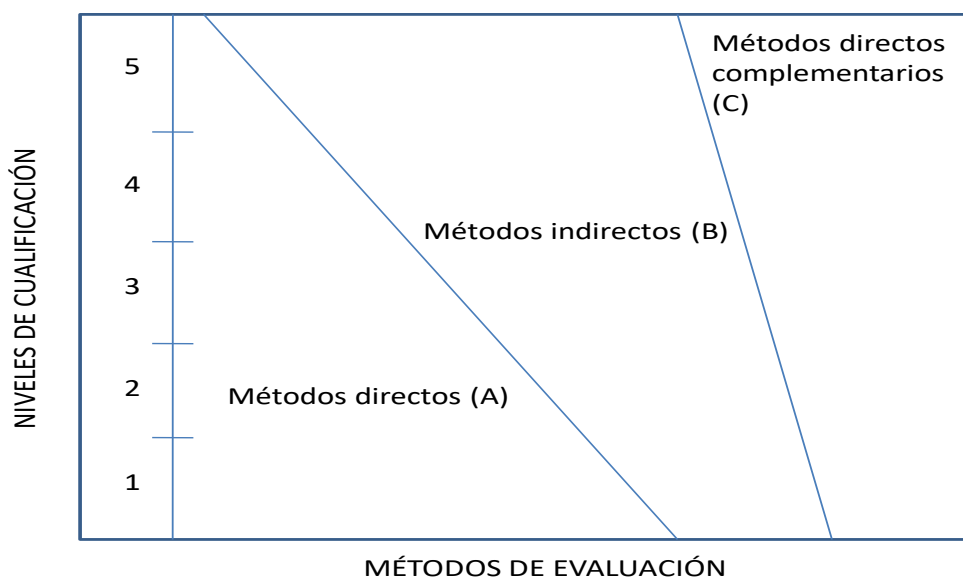
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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

2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

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

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



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

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

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de integración cultural, entre otras. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

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



2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación formal y no tenga experiencia en el proceso de Comercializar productos y servicios financieros, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel "3" y sus competencias tienen componentes psicomotores, cognitivos y actitudinales. Por sus características, y dado que, en este caso, tiene mayor relevancia el componente de destrezas psicomotrices, en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.
- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:



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

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

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

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