



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC2189_3: Elaborar piezas de marketing y comunicación”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: GESTIÓN DE MARKETING
Y COMUNICACIÓN**

Código: COM652_3

NIVEL: 3



Financiado por
la Unión Europea

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 UC2189_3: Elaborar piezas de marketing y comunicación.

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 Elaborar piezas de marketing y comunicación, 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. Planificar el proceso de recopilación y preparación del contenido, texto e imágenes para la elaboración de piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online, respetando la normativa aplicable en materia de propiedad intelectual, derechos de autor y explotación.

- 1.1 La estructura del trabajo a realizar se planifica en función de los objetivos de comunicación planteados por las personas responsables de la organización.
- 1.2 Las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y vídeos se identifican de acuerdo a los objetivos, contenido y tipo de soporte, canal o material a realizar.
- 1.3 Los materiales, texto e imágenes se seleccionan, aplicando criterios de pertinencia, prestigio y fiabilidad de la fuente, nivel de actualización, coste y plazo de disponibilidad entre otros, de acuerdo con los objetivos del material a realizar.
- 1.4 Los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas, se extraen, respetando la normativa aplicable en materia de derechos de explotación y propiedad intelectual.
- 1.5 Los materiales disponibles en bancos de imágenes y videos se seleccionan, teniendo en cuenta su adecuación a los objetivos de comunicación, características técnicas, calidad y presupuesto disponible.

2. Elaborar piezas de marketing y comunicación, aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario, para su posterior implementación en los canales designados por la organización.

- 2.1 El formato de la pieza (texto, folleto, gráfica, video, audio, infografía y otros), se define de acuerdo con los objetivos de transmisión de la información, el briefing u otras indicaciones recibidas por parte de la persona solicitante.
- 2.2 Las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas, se transmiten, a través de los medios propuestos por la organización, a las personas responsables para su provisión.
- 2.3 La pieza se compone para su posterior maquetación, respetando principios de armonía, proporción, equilibrio, simetría u otros, aplicando, a nivel usuario, programas de diseño y edición.
- 2.4 Los contenidos textuales de las piezas se redactan de forma clara y precisa, con corrección léxica, ortográfica y sintáctica, respetando el manual de estilo e identidad corporativa de la organización.
- 2.5 Los requisitos de percepción visual, legibilidad y adaptación a los distintos dispositivos - dimensión, cuerpo de los textos, contrastes de color, hábitos de lectura: de derecha a izquierda, de arriba abajo - del material y su contenido se aplican, teniendo en cuenta las técnicas de diseño y edición de materiales y respetando el manual de estilo e identidad corporativa de los elementos que lo precisen.
- 2.6 El material se elabora conforme al plan previsto por la organización, cumpliendo el calendario previsto para su realización.

3. Difundir piezas sencillas de marketing y comunicación, para su transmisión al público objetivo, respetando la normativa aplicable en materia de publicidad e identidad corporativa.

- 3.1 El material se difunde de acuerdo a lo previsto en el plan de medios, utilizando los soportes y canales de comunicación offline y/u online más eficaces y adecuados para la consecución de los objetivos marcados.
- 3.2 El calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación se cumple, ejecutando las acciones previstas para cumplir el plan de medios (formatos y tiempos de entrega) y contactando, en caso necesario, con proveedores externos de estos servicios.
- 3.3 El seguimiento de difusión de materiales, elaborados por otros profesionales externos, se realiza de acuerdo a lo previsto en el plan de medios establecido por la organización.
- 3.4 La copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas, se conserva, clasificada y archivada, en soporte informático durante el tiempo de seguridad que se estime.

4. Actualizar contenidos del sitio web y otros canales digitales internos y externos de la organización, siguiendo las indicaciones establecidas por la misma, para la optimización de la presencia digital de la compañía en dichos medios.

- 4.1 Las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización se establecen, de acuerdo a criterios relacionados con la periodicidad requerida, la vigencia y relevancia de los contenidos informativos y/o promocionales.
- 4.2 Los contenidos, texto e imágenes se adaptan, en formato y forma, a las especificaciones técnicas de la web y del resto de canales digitales (aplicaciones, blogs, redes sociales, entre otros), teniendo en cuenta los criterios de arquitectura y usabilidad de la información aplicables al canal digital correspondiente.
- 4.3 Los textos o copywriting, así como la elaboración los elementos visuales y/o audiovisuales asociados para los canales digitales de la organización, se redactan de acuerdo a las especificaciones recibidas en relación al contenido, extensión y manual de estilo de la web de la organización.
- 4.4 El contenido de las publicaciones en el sitio web y resto de canales digitales, se actualiza con la periodicidad determinada por la organización, supervisando la implementación de las modificaciones y utilizando las aplicaciones específicas.
- 4.5 Las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales, se solventan, recurriendo, si fuera necesario, a profesionales externos.

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 **UC2189_3: Elaborar piezas de marketing y**

comunicación. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Elaboración de materiales de marketing y comunicación

- Características de materiales sencillos de marketing y comunicación: texto, folleto, gráfica, video, audio, infografía y otros.
- Fuentes de información y bancos de imágenes. Motores de búsqueda de información e imágenes.
- Contenido, imágenes y textos, de materiales de comunicación.
- Elaboración de mensajes publicitarios con fines informativos o promocionales para las piezas de marketing y comunicación.
- Técnicas de comunicación de marketing.
- Marketing de contenidos offline y marketing online.

2. Aplicación de técnicas de diseño gráfico en piezas de marketing y comunicación no complejas

- Formato y composición de piezas sencillas de marketing y comunicación: formatos offline y online.
- Elaboración de piezas gráficas y de vídeo a nivel usuario.
- Aplicación de la teoría del color y la composición en piezas gráficas o audiovisuales.
- Aplicaciones informáticas para la autoedición de materiales de comunicación sencillos.
- Utilización de software de diseño gráfico a nivel usuario.

3. Creación y actualización de contenidos para un sitio web y otros canales digitales

- Creación de la estructura del sitio web: el mapa de la web con los diferentes apartados y elementos que componen el menú del sitio web.
- Creación de otros canales digitales (blogs, perfiles en redes sociales, newsletters, aplicaciones sencillas).
- Elaboración de piezas de contenidos, textos, imágenes y vídeos para un sitio web y otros canales digitales.
- Aplicaciones informáticas para la creación de sitios web en entornos de usuario.

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:

- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo a realizar.
- Proponer alternativas con el objetivo de mejorar resultados.
- Finalizar el trabajo atendiendo a criterios de idoneidad, rapidez, economía y eficacia.
- Demostrar interés por el conocimiento de la organización y sus procesos.
- Comunicarse eficazmente con las personas adecuadas en cada momento.

- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del sexo.

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 “UC2189_3: Elaborar piezas de marketing y comunicación”, 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 intervenir en elaborar piezas de marketing y comunicación, 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. Elaborar piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online y aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario.
2. Transmitir al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación.
3. Optimizar la presencia digital de la compañía en dichos medios.

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>Rigor para elaborar piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online y aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Planificación de la estructura del trabajo a realizar.- Identificación de las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y vídeos.- Selección de los materiales, texto e imágenes.- Extracción de los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas.- Selección de los materiales disponibles en bancos de imágenes y vídeos.- Definición de el formato de la pieza.- Transmisión de las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas.- Composición de la pieza.- Redacción de los contenidos textuales de las piezas.- Aplicación de los requisitos.- Elaboración del material. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>

<i>Exactitud para transmitir al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Difusión de el material.- Cumplimiento de el calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación.- Realización de el seguimiento de difusión de materiales.- Conservación de la copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Eficiencia para optimizar la presencia digital de la compañía en dichos medios.</i>	<ul style="list-style-type: none">- Establecimiento de las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización.- Adaptación de los contenidos, texto e imágenes.- Redacción de los textos o copywriting.- Resolución de las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>
<i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i>	
<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>	

Escala A

4	<p><i>Para elaborar piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online y aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario, planifica la estructura del trabajo a realizar. Identifica las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y vídeos. Selecciona de los materiales, texto e imágenes. Extrae los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas. Selecciona los materiales disponibles en bancos de imágenes y vídeos. Define el formato de la pieza. Transmite las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas. Compone la pieza. Redacta los contenidos textuales de las piezas. Aplica los requisitos y elabora el material.</i></p>
3	<p><i>Para elaborar piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online y aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario, planifica la estructura del trabajo a realizar. Identifica las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y vídeos. Selecciona de los materiales, texto e imágenes. Extrae los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas. Selecciona los materiales disponibles en bancos de imágenes</i></p>

	<p>y videos. Define el formato de la pieza. Transmite las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas. Compone la pieza. Redacta los contenidos textuales de las piezas. Aplica los requisitos y elabora el material. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</p>
2	<p><i>Para elaborar piezas de marketing y comunicación, en soportes offline y online y aplicando técnicas y programas de diseño y edición a nivel de usuario, planifica la estructura del trabajo a realizar. Identifica las fuentes de información secundaria, bancos de imágenes y videos. Selecciona de los materiales, texto e imágenes. Extrae los materiales, datos e imágenes extraídos de fuentes externas. Selecciona los materiales disponibles en bancos de imágenes y videos. Define el formato de la pieza. Transmite las necesidades adicionales, de recursos o profesionales especialistas necesarios para realizar las piezas. Compone la pieza. Redacta los contenidos textuales de las piezas. Aplica los requisitos y elabora el material. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No elabora piezas de marketing y comunicación, ni en soportes offline y online ni aplicando técnicas ni programas de diseño y edición a nivel de usuario.</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 transmitir al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación, difunde el material. Cumple el calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación. Realiza el seguimiento de difusión de materiales. Conserva la copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas.</i></p>
3	<p>Para transmitir al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación, difunde el material. Cumple el calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación. Realiza el seguimiento de difusión de materiales. Conserva la copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</p>
2	<p><i>Para transmitir al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación, difunde el material. Cumple el calendario previsto para la difusión de las piezas de marketing y comunicación. Realiza el seguimiento de difusión de materiales. Conserva la copia de seguridad de los artes finales de las piezas realizadas. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No transmite al público objetivo piezas sencillas de marketing y comunicación.</i></p>

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

Escala C

4	<i>Para optimizar la presencia digital de la compañía en dichos medios, establece las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización. Adapta los contenidos, texto e imágenes. Redacta los textos o copywriting. Soluciona las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales.</i>
3	<i>Para optimizar la presencia digital de la compañía en dichos medios, establece las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización. Adapta los contenidos, texto e imágenes. Redacta los textos o copywriting. Soluciona las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para optimizar la presencia digital de la compañía en dichos medios, establece las necesidades de actualización de los canales digitales de comunicación interna y externa de la organización. Adapta los contenidos, texto e imágenes. Redacta los textos o copywriting. Soluciona las posibles incidencias surgidas en el curso de la actualización del contenido del sitio web y resto de canales digitales. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No optimiza la presencia digital de la compañía en dichos medios.</i>

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

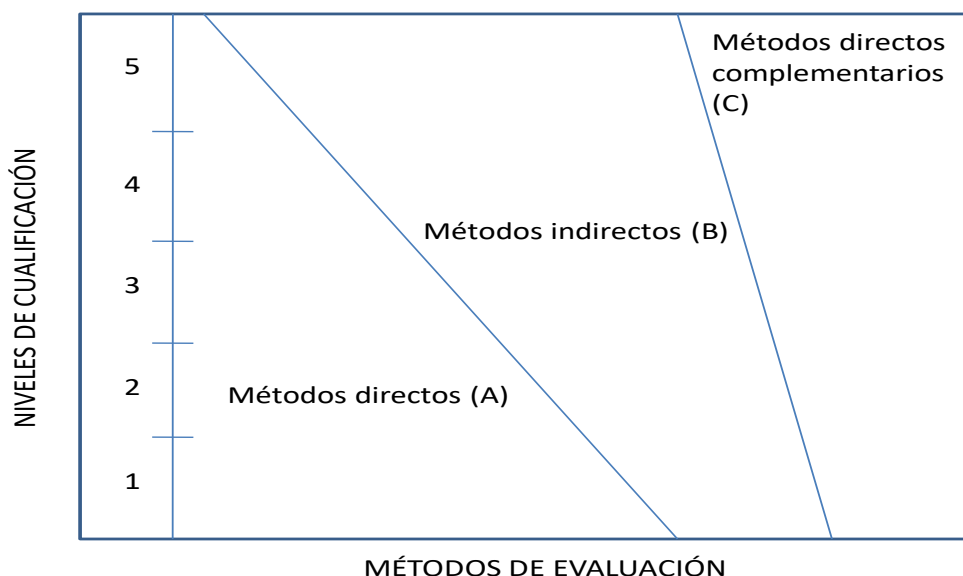
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 Elaborar piezas de marketing y comunicación, 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



Financiado por
la Unión Europea

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 conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado. 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.