



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA “UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

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

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC0989_3: Comercializar productos y servicios financieros”.

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

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

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

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

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

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

1: Gestionar los contactos con los clientes, seleccionándolos a través de las herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, para ofrecerles información personalizada y periódica e incrementar su vinculación con la entidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Identificar el perfil del cliente, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Registrar la información recogida 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Utilizar las herramientas de información, relacionando la información obtenida sobre los clientes y el tipo de productos ofertados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Utilizar la agenda comercial disponible en la aplicación informática, siguiendo las orientaciones de la entidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Utilizar las herramientas comerciales disponibles de gestión de carteras de forma habitual, realizando un contacto periódico y aumentando la vinculación de los clientes en función de la segmentación realizada por la entidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6: Detectar los clientes potenciales para acciones comerciales de la entidad, con el manejo de las herramientas disponibles en la entidad y la información pública en las redes sociales.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1: Gestionar los contactos con los clientes, seleccionándolos a través de las herramientas comerciales de gestión de clientes o CRM, para ofrecerles información personalizada y periódica e incrementar su vinculación con la entidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.7: Realizar los contactos con los clientes -personales, telefónicos, otros-, siguiendo la metodología establecida por la entidad, con el objetivo de mantener un contacto periódico y aumentar la vinculación de los mismos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Atender las necesidades financieras del cliente, 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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Identificar los conocimientos, experiencia previa en productos similares y la capacidad financiera del cliente mediante la escucha y la solicitud de la información al cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Comercializar los productos de inversión teniendo en cuenta el perfil del cliente, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Explicar las características -tipo de interés, TAE, plazo, disponibilidad, comisiones, penalizaciones, otros- de los productos de ahorro a la vista, plazo u otros, al cliente de forma clara, concisa, comprensible y comprobando que entiende los compromisos que supone su contratación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Explicar al cliente 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, asegurando su comprensión y el grado de riesgo que conlleva la inversión.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Explicar al cliente 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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2: Atender las necesidades financieras del cliente, 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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
la entidad, 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: Acompañar la información de cada producto suministrada al cliente con la información precontractual asociada, repasándola con él y asegurándose de que la entiende.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7: Registrar la información precontractual firmada por el cliente en el gestor documental de la entidad, de forma que, en caso necesario, se pueda acreditar que ha sido informado antes de la contratación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.8: Realizar la contratación que cierra la operación del producto elegido por el cliente, o cualquier otra operativa relacionada con las alternativas de inversión patrimonial y previsión, conforme a las normas de la entidad, solicitando al cliente la documentación establecida -DNI, otros- según proceda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Ofrecer al cliente los productos de activo, gestionando su contratación y atendiendo a las políticas de riesgo de la entidad para satisfacer sus necesidades de financiación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Identificar los conocimientos, experiencia previa en productos similares y necesidad financiera del cliente mediante la escucha y la solicitud de información al cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Explicar al cliente 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-, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Solicitar al cliente la documentación necesaria para el estudio y formalización de la operación -solicitud, declaración de bienes, certificados de ingresos, impuestos, balances, otros-, comprobando su veracidad, interpretándola cuando esté en idioma extranjero, e incorporando a la	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Financiado por la Unión Europea

3: Ofrecer al cliente los productos de activo, gestionando su contratación y atendiendo a las políticas de riesgo de la entidad para satisfacer sus necesidades de financiación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
herramienta informática disponible la información necesaria para el análisis de la operación.				
3.4: Consultar las posiciones de riesgo de los intervinientes en las bases de datos disponibles -FIG, RAI, Bureau de Crédito, BIJ, CIRBE, otros-, utilizando esta información para el análisis de la operación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Analizar la viabilidad de la operación utilizando las herramientas necesarias -credit scoring u otros- y, favoreciendo su resolución a la instancia correspondiente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Acompañar la información de cada producto suministrada al cliente con la información precontractual asociada, repasándola con él y asegurándose de que la entiende.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7: Registrar la información precontractual firmada por el cliente en el gestor documental de la entidad, de forma que, en caso necesario, se pueda acreditar que ha sido informado antes de la contratación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.8: Formalizar la contratación con la documentación solicitada al cliente, aplicando la normativa de la entidad y realizando las acciones de venta cruzada requeridas -contratación de seguros, domiciliación de ingresos, otros-.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

4: Establecer relaciones profesionales con los clientes, 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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Aplicar los criterios de calidad de servicio -fiabilidad, empatía, profesionalidad, proactividad, accesibilidad, cortesía, comunicación, credibilidad, comprensión, flexibilidad, imagen personal y corporativa u otros criterios-, en las relaciones profesionales, creando una relación eficaz y satisfactoria.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



4: Establecer relaciones profesionales con los clientes, 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.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.2: Resolver las incidencias que puedan surgir en las relaciones profesionales dentro del marco de su responsabilidad, recurriendo a la persona responsable, en su caso.				
4.3: Realizar las mediciones del grado de satisfacción de los clientes periódicamente, a través de los procedimientos establecidos por la entidad - encuestas, entrevistas en profundidad, u otros-.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Respetar la confidencialidad en la información que se maneja, de forma rigurosa de acuerdo con la normativa aplicable en materia de protección de datos personales y las normas internas de la entidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>