

Estándar de competencias profesionales

Comercializar productos y servicios financieros

Familia Profesional	Administración y Gestión
Nivel	3
Código	ECP0989_3
Estado	BOE
Publicación	RD 914/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 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.

IC1.1 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.

IC1.2 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.

IC1.3 Las herramientas de información se utilizan, relacionando la información obtenida sobre la clientela y el tipo de productos ofertados.

IC1.4 La agenda comercial disponible en la aplicación informática se utiliza, siguiendo las orientaciones de la entidad.

IC1.5 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.

IC1.6 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.

IC1.7 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.

EC2 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.

IC2.1 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.

IC2.2 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.

IC2.3 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.

IC2.4 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.

IC2.5 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.

IC2.6 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.

IC2.7 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.

IC2.8 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.

EC3 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.

IC3.1 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.

IC3.2 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.

IC3.3 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.

IC3.4 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.

IC3.5 La viabilidad de la operación se analiza, utilizando las herramientas necesarias -credit scoring u otros- y favoreciendo su resolución a la instancia correspondiente.

IC3.6 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.

IC3.7 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.

IC3.8 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-.

EC4 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.

IC4.1 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.

IC4.2 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.

IC4.3 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-.

IC4.4 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.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Gestores comerciales de entidades financieras por canales no presenciales

Gestores comerciales de productos y servicios financieros

Asistentes de intermediarios financieros

Medios de producción

Equipos informáticos conectados a internet -portátiles, impresora, escáner, fotocopidora, equipo de telefonía fija y móvil, otros-. Material de oficina. Redes. Intranet. Correo electrónico. Buscadores de información online. Archivo físico y electrónico de la documentación. Contratos físicos y telemáticos de productos financieros. Aplicaciones de simulación y comparación de productos financieros. Sistemas operativos de negocio. Aplicaciones ofimáticas de gestión. Web y app de la entidad.

Información utilizada o generada

Normativa aplicable en materia de: derechos del consumidor, prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo, planes y fondos de pensiones, cambiaria y del cheque, fiscal y mercantil. Normativa aplicable de protección de datos personales. Plan de prevención de riesgos laborales. Instrucciones de la dirección de la compañía. Reglamento Interno de Conducta. Normas de calidad y manual de estilo de la entidad. Catálogo de productos. Folletos comerciales. Ficheros de la clientela. Datos publicados en redes sociales. Información socioeconómica del sector financiero y de la zona de ámbito de influencia Información sobre las tendencias del mercado financiero y de las nuevas necesidades o requerimientos de la clientela. Información generada por la entidad a través de internet. Información sobre los productos y servicios que ofrece la competencia. Formularios, impresos. Cotizaciones de bolsa. Cotizaciones de divisas.