

REAL DECRETO 2029/1996, DE 6 DE SEPTIEMBRE, POR EL QUE SE ESTABLECE EL CERTIFICADO DE PROFESIONALIDAD DE LA OCUPACION DE GESTOR COMERCIAL DE SERVICIOS FINANCIEROS.(BOE 11-10-1996)

El Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo, por el que se establecen directrices sobre los certificados de profesionalidad y los correspondientes contenidos mínimos de formación profesional ocupacional, ha instituido y delimitado el marco al que deben ajustarse los certificados de profesionalidad por referencia a sus características formales y materiales, a la par que ha definido reglamentariamente su naturaleza esencial, su significado, su alcance y validez territorial, y, entre otras previsiones, las vías de acceso para su obtención.

El establecimiento de ciertas reglas uniformadoras encuentra su razón de ser en la necesidad de garantizar, respecto a todas las ocupaciones susceptibles de certificación, los objetivos que se reclaman de los certificados de profesionalidad. En substancia esos objetivos podrían considerarse referidos a la puesta en práctica de una efectiva política activa de empleo, como ayuda a la colocación y a la satisfacción de la demanda de cualificaciones por las empresas, como apoyo a la planificación y gestión de los recursos humanos en cualquier ámbito productivo, como medio de asegurar un nivel de calidad aceptable y uniforme de la formación profesional ocupacional, coherente además con la situación y requerimientos del mercado laboral, y, para, por último, propiciar las mejores coordinación e integración entre las enseñanzas y conocimientos adquiridos a través de la formación profesional reglada, la formación profesional ocupacional y la práctica laboral.

El Real Decreto 797/1995 concibe además a la norma de creación del certificado de profesionalidad como un acto de Gobierno de la Nación y resultante de su potestad reglamentaria, de acuerdo con su alcance y validez nacionales, y, respetando el reparto de competencias, permite la adecuación de los contenidos mínimos formativos a la realidad socio-productiva de cada Comunidad Autónoma competente en formación profesional ocupacional, sin perjuicio, en cualquier caso, de la unidad del sistema por relación a las cualificaciones profesionales y de la competencia estatal en la emanación de los certificados de profesionalidad.

El presente Real Decreto regula el certificado de profesionalidad correspondiente a la ocupación de gestor comercial de servicios financieros, perteneciente a la familia profesional de Seguros y Finanzas y contiene las menciones configuradoras de la referida ocupación, tales como las unidades de competencia que conforman su perfil profesional, y los contenidos mínimos de formación idóneos para la adquisición de la competencia profesional de la misma ocupación, junto con las especificaciones necesarias para el desarrollo de la acción formativa; todo ello de acuerdo al Real Decreto 797/1995, varias veces citado.

En su virtud, en base al artículo 1, apartado 2, del Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo, previo informe de las Comunidades Autónomas que han recibido el traspaso de la gestión de la formación profesional ocupacional y del Consejo General de la Formación Profesional, a propuesta del Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales, y previa deliberación del Consejo de Ministros en su reunión del día 6 de septiembre de 1996,

DISPONGO:

Artículo 1. Establecimiento.

Se establece el certificado de profesionalidad correspondiente a la ocupación de gestor comercial de servicios financieros, de la familia profesional de Seguros y Finanzas, que tendrá carácter oficial y validez en todo el territorio nacional.

Artículo 2. Especificaciones del certificado de profesionalidad.

Los datos generales de la ocupación y de su perfil profesional figuran en el anexo I. El itinerario formativo, su duración y la relación de los módulos que lo integran, así como las características fundamentales de cada uno de los módulos figuran en el anexo II, apartados 1 y 2. Los requisitos del profesorado y los requisitos de acceso del alumnado a los módulos del itinerario formativo figuran en el anexo II, apartado 3. Los requisitos básicos de instalaciones, equipos y maquinaria, herramientas y utillaje, figuran en el anexo II, apartado 4.

Artículo 3. Acreditación del contrato de aprendizaje.

Las competencias profesionales adquiridas mediante el contrato de aprendizaje se acreditarán por relación a una, varias o todas las unidades de competencia que conforman el perfil profesional de la ocupación, a las que se refiere el presente Real Decreto, según el ámbito de la prestación laboral pactada que constituya el objeto del contrato, de conformidad con los artículos 3.3 y 4.2 del Real Decreto 797/1995, de 19 de mayo.

Disposición transitoria única. Adecuación al Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional.

Los centros autorizados para dispensar la Formación Profesional Ocupacional a través del Plan Nacional de Formación e Inserción Profesional, regulado por el Real Decreto 631/1993, de 3 de mayo, deberán adecuar la impartición de las especialidades formativas homologadas a los requisitos de instalaciones, materiales y equipos, recogidos en el anexo II, apartado 4, de este Real Decreto, en el plazo de un año, comunicándolo inmediatamente a la Administración competente.

Disposición final primera. Facultad de desarrollo.

Se autoriza al Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales para dictar cuantas disposiciones sean precisas para desarrollar el presente Real Decreto.

Disposición final segunda. Entrada en vigor.

El presente Real Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el «Boletín Oficial del Estado».

Dado en Palma de Mallorca a 6 de septiembre de 1996.

JUAN CARLOS R.

El Ministro de Trabajo y Asuntos Sociales,

JAVIER ARENAS BOCANEGRA

ANEXO I REFERENTE OCUPACIONAL

1. Datos de la ocupación

a) **Denominación: gestor comercial de servicios financieros.**

- o b) Familia profesional: Seguros y Finanzas.

2. Perfil profesional de la ocupación

a) **Competencia general: comercializar y promover la venta de productos y servicios financieros entre sus clientes, efectuando asesoramiento técnico, garantizando la gestión de la cartera y su fidelización a la entidad.**

b) **Unidades de competencia:**

1. Prospeccionar y programar la acción comercial de su oficina y ámbito de actuación.
2. Gestionar la cartera y asesorar a los clientes de forma personalizada.
3. Organizar, controlar y garantizar el fichero de clientes.

c) **Realizaciones profesionales y criterios de ejecución:**

Unidad de competencia 1: prospeccionar y programar la acción comercial de su oficina y ámbito de actuación

REALIZACIONES PROFESIONALES / CRITERIOS DE EJECUCIÓN

- o Preparar y organizar la acción comercial, siguiendo los criterios comerciales generales y específicos de campaña acordados por la entidad, encaminados a la satisfacción de las necesidades de la clientela y la mejora de la cuenta de resultados.
 - Programando junto con la dirección, la puesta en marcha de los planes de acción comercial.
 - Adecuando las acciones comerciales a la segmentación de la clientela de la oficina o ámbito de intervención.
 - Estudiando las acciones comerciales de la competencia, tratando de equipararlas o mejorarlas, en el ámbito de sus atribuciones.
 - Seleccionando las acciones comerciales en función de objetivos generales y específicos.
 - Controlando el cumplimiento de objetivos por campaña específica o promoción de productos.
- o Promover productos entre la clientela, teniendo en cuenta las demandas existentes en el mercado y las campañas publicitarias de su entidad, para vincular a los clientes y aumentar la cuota de mercado.
 - Preparando agenda de visitas y contactos a clientes potenciales.
 - Identificando clientes potenciales, mediante el estudio de las características socioeconómicas de la zona.
 - Clasificando la clientela en orden a la segmentación existente en la entidad (empresas, comercios, particulares).
 - Seleccionando los clientes para cada campaña, atendiendo al perfil construido previamente.
 - Ofreciendo a los clientes otros productos y/o servicios que cumplan sus demandas.
- o Realizar acciones comerciales previamente programadas, aplicando las técnicas de venta habituales para conseguir la captación del cliente.
 - Distribuyendo en el tiempo los contactos adecuados a realizar durante la campaña.
 - Decidiendo la comunicación conveniente para cada cliente (visita personal, teléfono, «mailing»).
 - Generando listado de clientes a visitar como agenda de visitas.

- Ofertando personalmente, los productos, tratando de vincularlos con otros servicios de la entidad.
- Llevar a cabo el seguimiento de las acciones comerciales, revisando los objetivos propuestos para conseguir su fin.
 - Revisando periódicamente, junto con la dirección, la aceptación de la campaña comercial
 - Realizando puntualmente seguimiento de la programación de las acciones comerciales emprendidas (publicidad, visitas, «mailings»).
 - Examinando regularmente, junto con la dirección, la consecución de objetivos recogidos, atendiendo a las directrices globales de actuación.
 - Analizando el esfuerzo adicional requerido para el cumplimiento de los objetivos.

Unidad de competencia 2: gestionar la cartera y asesorar a los clientes de forma personalizada

REALIZACIONES PROFESIONALES / CRITERIOS DE EJECUCIÓN

- Atender y asesorar a los clientes, identificando sus necesidades y exigencias para ofrecer los productos y/o servicios más adecuados a sus intereses.
 - Informando de los productos y servicios y resolviendo consultas o dudas que le plantean los clientes.
 - Consultando el catálogo de productos, exponiendo el más adecuado a sus requerimientos.
 - Orientando al cliente sobre productos y servicios que satisfacen sus necesidades.
 - Informando de tarifas aplicadas, forma en que se determinan y a quien se imputan los costes derivados de la contratación de cada producto o servicio.
 - Realizando pruebas de formalización de productos, si así lo requiere, mostrando claramente las ventajas del mismo.
 - Aconsejando productos que pueden ser más rentables en razón de la calidad y solvencia del cliente, atendiendo la segmentación existente en la entidad.
 - Describiendo las ventajas e inconvenientes asociados a cada producto o servicio en relación con los de la competencia.
- Mantener la cartera, efectuando gestiones ante dependencias y organismos adecuados para la buena tramitación de productos y servicios solicitados.
 - Informando al cliente de los trámites necesarios para la formalización de operaciones.
 - Solicitando datos e informes de sus clientes para la rápida tramitación de sus operaciones.
 - Remitiendo la información del cliente a los departamentos adecuados para la rápida resolución de las operaciones.
 - Cursando propuestas de operaciones de sus clientes, cuando se encuentran fuera del ámbito de sus atribuciones.
 - Disponiendo la apertura y en su caso cancelación de cuentas, notificando su estado y movimientos.
 - Prescribiendo por cuenta del cliente, órdenes de cobro y pago (cobros y pagos, transferencias, cheques).
 - Solicitando medios de pago a nombre de clientes (cheques, tarjetas de crédito).
 - Informando personalmente del resultado de las gestiones para la concesión de operaciones.
- Controlar y seguir las operaciones de sus clientes, resolviendo incidencias y situaciones anómalas para mantener una gestión óptima de la cartera.
 - Vigilando regularmente el nivel de riesgo asumido por sus clientes y mantenerlos informados.
 - Examinando los deudores en cuenta de clientes, gestionando su regulación.
 - Inspeccionando la situación económica, financiera y patrimonial de los clientes (solvencia, patrimonio, balances, cuentas de resultados), ofreciendo soluciones ante situaciones anómalas.

- Observando la comprobación de la vigencia y actualización de las garantías aportadas para las operaciones contratadas.
- Analizando ratios e indicadores de rentabilidad de clientes.

Unidad de competencia 3: organizar, controlar y garantizar el fichero de clientes

REALIZACIONES PROFESIONALES / CRITERIOS DE EJECUCIÓN

- Confeccionar fichero general de clientes, correspondiente al área de actuación, mediante el uso de técnicas informáticas, al objeto de poder optimizar las acciones comerciales.
 - Obteniendo información de los distintos ficheros de clientes de la entidad, comprobando y depurando los datos personales existentes.
 - Procediendo a segmentar el fichero de clientes atendiendo a los criterios de su entidad.
 - Solicitando información financiera y económica de los órganos centrales y periféricos de la entidad, incorporando los datos precisos para la gestión del fichero.
- Mantener actualizado el fichero de clientes, a través de los medios habituales de comunicación de su entidad, para poder realizar una gestión eficiente de la cartera de clientes y programar la acción comercial.
 - Consultando periódicamente la información relativa a operaciones, consumo de productos, etc., en la terminal u ordenador de la entidad.
 - Realizando el seguimiento de la actividad financiera de los clientes del ámbito de actuación.
 - Incorporando nuevos datos sobre clientes y modificando los datos existentes, si es el caso.
 - Incorporando al fichero general nuevos clientes, procediendo a su segmentación.
 - Elaborando estadísticas e informes a partir del fichero de clientes.
- Garantizar la seguridad e integridad del fichero de clientes, mediante procedimientos estipulados, asegurando la confidencialidad de los mismos para preservar la obligada intimidad de los datos.
 - Utilizando soportes informáticos que contengan sistemas de protección y seguridad de los datos.
 - Protegiendo el acceso a la información mediante contraseña de paso informático y controlando el acceso al fichero de clientes.
 - Realizando copias de seguridad periódicamente del fichero general y de los ficheros auxiliares.
 - Cumpliendo los procedimientos estipulados por la normativa referidos a la protección de datos y de privacidad de los clientes.

ANEXO II REFERENTE FORMATIVO

1. Itinerario formativo

Comercialización financiera / Negociación y venta financiera / Asesoramiento técnico y gestión de cartera de clientes -> //
Segmentación y mantenimiento del fichero de clientes /
Ofimática financiera /
Seguridad y Salud Laboral

a) Duración:

1. Contenidos prácticos: 260 horas.
2. Contenidos teóricos: 260 horas.
3. Evaluaciones: 30 horas.
4. Duración total: 550 horas.

b) Módulos que lo componen:

1. Comercialización financiera.
2. Negociación y venta financiera.
3. Asesoramiento técnico y gestión de cartera de clientes.
4. Segmentación y mantenimiento del fichero de clientes.
5. Ofimática financiera.
6. Seguridad y Salud Laboral.

2. Módulos formativos**Módulo 1: comercialización financiera (asociado a la unidad de competencia: prospeccionar y programar**

la acción comercial de su oficina y ámbito de actuación)

Objetivo general del módulo: identificar y aplicar las estrategias y técnicas de comercialización financiera para optimizar la venta y la fidelización de clientes.

Duración: 100 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Identificar y analizar la estructura y la organización de la función comercial en el sector y las principales singularidades de las Entidades financieras.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto y la función comercial de las entidades financieras.
 - Explicar los sistemas de organización de la comercialización en el sector financiero.
 - Explicar los cambios producidos en las condiciones del mercado financiero en España y los cambios en el comportamiento de los clientes.
 - Asociar e interpretar los diferentes tipos de redes comerciales existentes a partir de una muestra de organigramas funcionales.
- Aplicar técnicas y estrategias de márketing e investigación de mercados y clientes.
 - Describir el concepto básico de márketing comercial.
 - Relacionar los distintos tipos de técnicas comerciales o de márketing que emplean las entidades financieras.
 - Describir las principales características de las técnicas e instrumentos de investigación e identificación de mercados.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto de:
 - Segmentación en el mercado bancario.
 - Ficha comercial
 - Explicar los distintos criterios y tipos de segmentación de clientes y diferenciación de mercados que se utilizan en el sector financiero.
 - Relacionar la segmentación de mercados con los cambios en el comportamiento de los clientes y la venta de los distintos productos de las entidades financieras.
 - Ordenar y clasificar la información y especificar las ventajas de la oferta propia y de la de empresas competidoras.
 - Elaborar el borrador de un folleto publicitario a partir de una caracterización previa de productos y destinatarios.
 - Estimar las necesidades de productos que plantean diferentes tipologías de clientes.

- Aplicar estrategias de prospección de clientes. / Describir y clasificar las actividades de prospección en función de las estrategias comerciales.
- Deducir y especificar un proceso de prospección en un territorio determinado.
- Describir las principales tipologías de clientes y sus singularidades a tener en cuenta a la hora de la captación.
- Enumerar los errores y riesgos más usuales cometidos en actividades de prospección.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- La organización de la función comercial: principios y objetivos de la labor comercial y de venta. Sistemas de organización de la venta y la función comercial. Las políticas de segmentación y atención personalizada
- El márketing comercial: principios y objetivos del márketing. Características del mercado: fuentes de información estadística. Investigación de mercados (cualitativa y cuantitativa). El mercado teórico, actual, potencial y futuro. Diferenciación competitiva de la oferta. Técnicas comerciales en el sector financiero: márketing directo. Márketing telefónico. Banco en casa. «Sponsoring». Márketing social. T.P.V. Tarjetas de crédito. Tarjetas de débito. Venta cruzada. Campañas publicitarias. Presencia en medios (actos culturales, etc.).
- La prospección de clientes: principios y objetivos de la prospección. Estrategias de prospección y captación de clientes. Clasificación de tipos de clientes: la segmentación. Ficheros y bases de datos de clientes en la labor comercial. La organización de la función comercial en el sector financiero: análisis de la función y la estructura comercial del sector en un mercado abierto y de fuerte incremento de la competencia. Uso del análisis de la zona y tipos de mercados y clientes existentes.
- Criterios básicos del comercial: en un supuesto realizar ejercicios operativos de márketing. «Role-playing» de ventas. Tratamiento personalizado al cliente y técnicas de prospección al cliente. Bajo un supuesto dado plantear una segmentación de clientes y productos. El márketing comercial: uso de fuentes estadísticas y de información. Resolución de problemas prácticos de márketing. Uso de cartas, folletos y material publicitario. La segmentación de clientes y productos básicos. La ficha comercial. Resolver un supuesto práctico de gestión del márketing bancario.
- La prospección de clientes: dinámica de grupos. Simulación de reuniones. Simulación de entrevistas y cartas comerciales. Ejercicio de búsqueda de fuentes. Uso de ficheros y bases de datos de clientes. Resolución de prospecciones conflictivas. Resolver un supuesto práctico de campañas comerciales.

Módulo 2: negociación y venta financiera (asociado a la unidad de competencia: prospeccionar y programar la acción comercial de su oficina y ámbito de actuación)

Objetivo general del módulo: conocer y aplicar los métodos y técnicas de comunicación, negociación y venta para garantizar las estrategias comerciales de las entidades financieras.

Duración: 100 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Aplicar técnicas de comunicación en situaciones de venta.
 - Caracterizar los diferentes comportamientos y móviles de compra.
 - Identificar las principales técnicas de comunicación en situaciones de venta.
 - Describir las características básicas de una buena carta comercial a clientes.
 - A partir de una simulación práctica, analizar y valorar las interferencias que dificultan la comprensión de un mensaje.
 - Describir ordenadamente las fases de una entrevista comercial.
 - A partir de una simulación y una serie de datos previos:

- Preparar la entrevista comercial.
- Realizar la entrevista.
- Deducir los errores o insuficiencias de la entrevista.
- Aplicar técnicas de negociación y venta para facilitar la contratación y venta de productos.
 - Distinguir de forma argumentada entre la acción de vender y la acción de negociar.
 - Explicar las diferentes fases de un proceso de negociación.
 - Describir las técnicas de negociación más habituales en la venta y contratación de productos financieros.
 - Emplear las técnicas y estrategias de negociación adecuadas a diferentes tipo de situaciones.
 - Argumentar y describir el proceso de reconducción de las relaciones comerciales en una negociación fallida.
 - Demostrar técnicamente las ventajas de la oferta de productos:
 - En descuento comercial.
 - Planes de pensiones.
 - Créditos hipotecarios.
 - Créditos para el consumo.
 - Presentar el precio y las condiciones de contratación, contrarrestando objeciones hipotéticas en productos propios :
 - En descuento comercial.
 - Planes de pensiones.
 - Créditos hipotecarios.
 - Créditos para el consumo.
 - Cerrar la venta aplicando los procedimientos adecuados.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- Técnicas de comunicación: etapas de un proceso de comunicación. La comunicación como generadora de comportamientos. Adecuación de actitudes y mensajes. La comunicación oral y no verbal. La atención telefónica.
- Técnicas de negociación y venta: etapas de un proceso de negociación. Características de una negociación. Adecuación de actitudes y mensajes. Las barreras y obstáculos en la negociación. Comportamientos de compra. Análisis de necesidades del cliente. Análisis de objeciones del cliente. Estilos de persuasión. Formas de cierre de venta.
- Condiciones y características de los contratos de servicios y productos financieros: las diferentes modalidades de contrato según producto. Condiciones generales, particulares y especiales. Análisis de costes y beneficios de un contrato en la cuenta de resultados.
- Elaboración y presentación de proyectos, campañas en el proceso de gestión comercial: tipos de técnicas de comunicación escrita: presentación, venta cruzada, folleto, etc. Programas de tratamiento de texto y presentación. Programas gráficos.
- Aplicación de las técnicas de comunicación: simulación de tomas de contacto con clientes. Uso del lenguaje oral en situaciones específicas. Uso del lenguaje no verbal en situaciones específicas. Exposición y presentación de las empresa. Realización de llamadas telefónicas.
- Aplicación de técnicas de negociación y venta: simulación de negociaciones en situaciones específicas. Uso de técnicas de negociación de acuerdo a una situación dada. Uso de recursos facilitadores de acuerdo a una situación dada. Simulación de situaciones especiales de venta. Uso de recursos persuasivos en la venta. Argumentación técnica de la venta. Aplicación de estilos específicos de cierre de venta.
- Condiciones y características de los contratos en el sector financiero: diferenciación entre diferentes tipos de contrato de acuerdo con el tipo de producto. Elaboración de un contrato de Plan de pensiones, identificando

claramente todos los elementos personales, formales y reales necesarios. Enumeración de los diferentes tipos de cláusulas que pueden componer un contrato según los tipos de productos.

- Elaboración y presentación de proyectos de acción comercial: escritos comerciales: utilización de diversos programas de tratamiento de texto. Elaboración y presentación de gráficos y cuadros. Creación de un diseño propio y distintivo para la presentación gráfica de proyectos.

Módulo 3: asesoramiento técnico y gestión de la cartera de clientes (asociado a la unidad de competencia: gestionar la cartera y asesorar a los clientes de forma personalizada)

Objetivo general del módulo: conocer y aplicar los métodos y técnicas de comunicación, orientación y atención pertinentes en situaciones de atención y asesoramiento particular y de alta confianza a una cartera de clientes importantes para conseguir o mantener su fidelización y vinculación con la entidad.

Duración: 150 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Aplicar las técnicas de atención y servicio al cliente en las entidades financieras.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto de:
 - Cliente.
 - Servicio.
 - Enumerar los elementos esenciales de una correcta atención y recepción de:
 - Nuevos clientes.
 - Clientes habituales.
 - Simular un tipo de conducta y un tipo de actitud ante una:
 - Solicitud concreta de consulta.
 - Presentación de una reclamación específica.
 - Demanda de un cliente problemático.
 - Describir y especificar los derechos de los clientes en las entidades financieras.
 - Desarrollar la revisión y la actualización de pólizas de afianzamiento mercantil a vencer especificando los procesos a seguir.
- Aplicar las técnicas y procedimientos de orientación y asesoramiento de clientes.
 - Resolver y explicar de forma didáctica problemas y dudas derivadas de:
 - Contenidos de contrato.
 - Coberturas.
 - Cambios contractuales.
 - Explicar de forma detallada las condiciones y procedimientos existentes en cuanto a condiciones de tipos de interés y comisiones de aplicación.
 - Desarrollar y facilitar documentos de apoyo, simulaciones o anotaciones explicativas ante las demandas de los clientes.
- Conocer las técnicas de mantenimiento de la cartera efectuando las necesarias gestiones ante dependencias y organismos adecuados.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto y la función de la cartera de clientes.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto de atención personalizada como estrategia de vinculación y fidelización.
 - Deducir la filosofía de gestión personal en la información, trámite y seguimiento de las operaciones que el cliente tiene encomendadas a su comercial.
 - Identificar y reconocer la ficha del cliente y su seguimiento.
 - Describir el proceso de cursar propuestas de sus clientes, cuando se encuentren fuera del ámbito de sus atribuciones.
 - Describir la información al cliente de los trámites necesarios para la formalización de una pignoración de una cantidad a plazo fijo.
 - Organizar entrevistas eficaces con los clientes para detectar cambios en sus

- necesidades y contrastar la calidad de servicio.
- Definir y argumentar con precisión el concepto de formalización y ejecución de las operaciones de la cartera de clientes encomendadas.
- Controlar y seguir la cartera facilitando las operaciones propias de los productos y servicios contratados por sus clientes, y en su caso ejecutarlos, manteniendo la atención personal y vinculación con la entidad.
 - Elaborar un cuadro de amortización simulado con las cuotas mensuales fijas a pagar en un préstamo hipotecario.
 - Relacionar la documentación necesaria para tramitación operaciones de activo.
 - Explicar el proceso de ejecución y formalización pertinente para operaciones de inversión en activos financieros de bolsa por cuenta del cliente.
 - Utilizar el contrato de servicios de medios de pago a nombre del cliente.
 - Aplicar órdenes emitidas por el cliente que faciliten la prestación de servicio por parte de la entidad.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto de control y seguimiento de la cartera de clientes.
 - Describir el tipo de vigilancia pertinente para control y seguimiento de los niveles de riesgo asumido por el cliente.
 - Describir el tipo de control y vigilancia pertinente sobre el análisis de ratios e índices de rentabilidad de clientes.
 - Describir el proceso de cursar, negociar y vender los productos y servicios de la Entidad a los clientes, de acuerdo a los planes y objetivos de negocio.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- Atención y fidelización de clientes: principios y objetivos de la atención al cliente. El concepto de fidelización. Estrategias de fidelización. Derechos del cliente. El servicio de atención al cliente o el Defensor del cliente: consultas y reclamaciones.
- El asesoramiento durante la vigencia del contrato: análisis de las cláusulas del contrato. Contenido y coberturas del contrato. El aumento o disminución de capitales en cuenta. Cambios de situación geográfica del objeto o persona. Externos y acortamiento temporal del contrato. Actualización de contratos.
- La gestión de cartera: técnicas en estrategias de fidelización. Principios y objetivos de la gestión de cartera. El control y vigilancia de la cartera de clientes y rentabilidad para la entidad financiera. Técnicas de seguimiento de la gestión proactiva. Los cambios en las necesidades de financiación.
- Atención y fidelización de clientes: simulación de atención y recepción de nuevos clientes. Simulación de atención y recepción de clientes habituales. Resolución de peticiones de información. Simulación de atención y recepción de clientes problemáticos. Presentación de los derechos fundamentales del cliente.
- El asesoramiento durante la vigencia del contrato: resolución de problemas sobre contenido del contrato. Resolución de dudas sobre coberturas. Ejecución de cambios contractuales por modificaciones en los capitales o en la situación de los riesgos. Explicación simulada a un cliente de cambios en las condiciones ofrecidas por la compañía.
- La gestión de cartera: simulación de entrevista periódica con los clientes para detectar cambios en las necesidades de financiación. Enumeración de situaciones habituales que dan lugar a modificaciones en los contratos. Comprobación simulada de operaciones corrientes de una forma personalizada.

Módulo 4: segmentación y mantenimiento del fichero de clientes (asociado a la unidad de competencia:

organizar, controlar y garantizar el fichero de clientes)

Objetivo general del módulo: conocer las técnicas de organización, control y garantía de

confidencialidad de los datos del fichero de clientes para una adecuada segmentación y clasificación de clientes y de mercados.

Duración: 50 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Conocer y aplicar las técnicas de organización de la base de datos de clientes para la segmentación y clasificación de clientes.
 - Definir el concepto de fichero general de clientes.
 - Definir el concepto de segmentación de clientes.
 - Describir de manera ordenada partiendo del fichero general el proceso para la clasificación y segmentación de clientes.
 - Explicar los distintos criterios y tipos de segmentación de clientes y diferenciación de mercados que se utilizan en el sector financiero.
 - Simular un proceso de solicitud de ampliación de información específica a los distintos servicios centrales pertinentes del fichero de clientes
 - Ante el supuesto de la existencia de diversas bases de datos, describir ordenadamente un proceso de consulta de información en el terminal de ordenador para la consecución de un adecuado mantenimiento del fichero de clientes.
- Conocer las diversas técnicas para el mantenimiento actualizado e integrado de los distintos datos de los ficheros existentes en orden a la clasificación de clientes y su segmentación.
 - Describir las características de los ficheros relacionales.
 - Identificar el proceso de seguimiento necesario entre los distintos ficheros abiertos.
 - Determinar el proceso a seguir para la incorporación de nuevos datos en los ficheros existentes de la acción comercial.
- Conocer las técnicas de elaboración estadística, del mantenimiento de la seguridad y de la confidencialidad de los ficheros de clientes.
 - Describir el proceso de obtención de estadísticas e informes a partir de una base de datos relacional de clientes para la acción comercial.
 - Relacionar ordenadamente los pasos a seguir para garantizar la seguridad de los ficheros de clientes.
 - Delimitar el concepto de confidencialidad de los datos de clientes y el uso de los mismos en la acción comercial de acuerdo a la normativa legal al respecto.
 - Describir los aspectos básicos que delimita la acción comercial en la LORTAD.
- Conocer las técnicas de elaboración de un análisis y segmentación de los mercados de influencia.
 - Delimitar los tipos de fuentes de datos de que se dispone en el proceso de análisis de mercados de influencia.
 - Describir las características de una zona de influencia para llegar adecuadamente a los distintos segmentos de mercado.
 - Bajo un supuesto de planificación de la actividad comercial, descubrir los aspectos y variables de comprensión de la zona de influencia.
 - Describir los perfiles de necesidades pertinentes para una adecuada segmentación de clientes potenciales en los mercados de influencia.
 - Buscar la información pertinente para identificar las características de la población de la zona, los competidores activos y fuentes de riqueza y segmentos representados.
 - Definir y argumentar con precisión el concepto de control y seguimiento de la cartera de clientes.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- Técnicas de segmentación y clasificación de clientes: Etapas de un proceso de segmentación. La segmentación económica de la zona de influencia. Composición

actual de la clientela potencial. Conocimiento de los competidores: participación, grado de actividad, productos estrella, técnicas comerciales, capacidad de equipo. La segmentación como técnica generadora de perfiles de clientes homogéneos. La segmentación como técnica generadora de perfiles potenciales de clientes en el mercado.

- Técnicas de organización y control de ficheros de clientes: Las bases de datos como nuevos instrumentos informativos en la política comercial. Las bases de datos relacionales. La organización de ficheros generales y específicos. La actualización y gestión de ficheros. La acción comercial y la LORTAD (Ley Orgánica Reguladora del Tratamiento Automatizado de Datos). La confidencialidad y la protección de datos.
- Segmentación de clientes y productos bancarios: Uso de ficheros y bases de datos de clientes. Uso de fuentes estadísticas y de información. Resolución de casos de gestión del «marketing» bancario. Análisis de segmentación de clientes en función de un producto. Supuestos de elaboración de bases de datos de clientes. Elaboración y presentación de proyectos en el proceso de segmentación comercial. Elaboración de segmentaciones de clientes potenciales en el mercado bancario de una oficina.
- Depuración y control de ficheros: Supuestos de depuración de fichero de clientes comerciales de acuerdo a la LORTAD (Ley Orgánica Reguladora del Tratamiento Automatizado de Datos). Uso de bases de datos informativas diversas para la elaboración de un fichero potencial de clientes segmentado.

Módulo 5: ofimática financiera (asociado al perfil profesional)

Objetivo general del módulo: comprender y ejercitarse en el funcionamiento general de los equipos ofimáticos más utilizados en entidades financieras y en el proceso genérico de uso de diversas aplicaciones.

Duración: 100 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Identificar la estructura y componentes físicos y lógicos de un sistema informático.
 - Identificar y caracterizar los elementos del ordenador: unidad de entrada, almacén de información, unidad central de procesos y unidad de salida.
 - Definir y argumentar con precisión los conceptos y elementos de «hardware» y «software» de un sistema informático y describir la relación que mantienen.
 - Distinguir y explicar las clases de memoria principal de un sistema informático.
 - Identificar los tipos de periféricos existentes y definir sus funciones y aplicaciones.
- Ejecutar los procedimientos, comandos o instrucciones necesarios para el manejo y utilización de una aplicación informática de gestión financiera y/o bancaria.
 - Definir y argumentar con precisión los principales tipos de aplicaciones en informática bancaria y financiera.
 - Describir detalladamente la operativa de funcionamiento de las aplicaciones de la terminal bancaria.
 - Identificar y manejar las funciones y utilidades de la aplicación de gestión específica.
 - Identificar los comandos e instrucciones básicos para la operativa del sistema en cada una de sus fases.
- Ejecutar los procedimientos, comandos o instrucciones necesarios para el manejo y utilización del equipo ofimático de una entidad financiera.
 - Definir detalladamente el concepto de ofimática, sus aplicaciones y funciones.
 - Describir detalladamente la operativa de funcionamiento del trabajo en red

- en una oficina bancaria.
- Identificar y manejar las funciones y utilidades de equipos periféricos para garantizar diversos tipos de operaciones.
- Identificar los comandos y aplicar y manejar las instrucciones requeridas para efectuar en la terminal:
 - Petición de saldo y movimientos.
 - Transferencia electrónica de fondos.
 - Abono y cargo en cuenta de recibos, letras y cheques.
 - Cobros y pagos a través de dispensador.
 - Efectuar el cálculo de intereses a través de programas específicos.
 - Confeccionar e imprimir pólizas y contratos utilizando el procesador de textos en red.
- Organizar sistemas de almacenamiento de información que permitan su tratamiento convencional e informático.
 - Enumerar los diferentes tipos de archivos y argumentar sus diferencias.
 - Organizar un sistema de clasificación y archivo a partir de una muestra de expedientes y solicitudes de diversa naturaleza.
 - Aplicar una normativa tipo de vigencia y de confidencialidad a partir de una muestra de documentos bancarios.
- Utilizar aplicaciones informáticas de gestión de datos para registrar, consultar y editar datos y archivos de forma correcta.
 - Registrar datos en una base de soporte informático, utilizando correctamente los comandos necesarios sin cometer errores.
 - Borrar, modificar y reordenar datos y archivos en una base de soporte informático, utilizando correctamente los comandos necesarios sin cometer errores.
 - Efectuar una búsqueda en una base de soporte informático, utilizando correctamente los comandos necesarios sin cometer errores.
 - Realizar copias de seguridad de archivos y ficheros en una base tipo.
 - Imprimir un listado de etiquetas seleccionando los registros de una base tipo.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- El tratamiento de la información en la actividad financiera: informática y tecnologías de la información. Información financiera y sistemas informáticos. Organización de redes y sistemas en entidades financieras.
- Los fundamentos del «Hardware»: definición, funciones, tipos y elementos del ordenador/terminal. Unidad central de proceso. Memoria principal. Definición, funciones, tipos y aplicaciones de periféricos. Uso de periféricos y terminales financieras.
- Los fundamentos del «Software»: concepto, elementos y partes del «software». Sistemas Operativos y «software» de aplicación. «Software» estándar, aplicaciones específicas y «software» a la medida. El «software» en la actividad financiera.
- Ofimática y trabajo en red: redes locales y redes remotas. La telemática (Informática y Comunicaciones). La transferencia electrónica de fondos. Cajeros automáticos y dispensadores «de primera generación». Terminales punto de venta y aplicaciones asociadas. Otras innovaciones ofimáticas.
- Cooperación interempresarial en servicios financieros: el Mercado de Valores. La compensación. Truncamientos. La cooperación en medios de pago. La cooperación en las transferencias internacionales.
- Organización y gestión de archivos: el archivo: concepto y funciones. Clases de archivos. Sistemas de clasificación, registro y archivo. Sistemas de conservación, acceso, seguridad y confidencialidad de la documentación.
- Gestión de bases de datos: estructura y funciones de una base de datos. Tipos de bases de datos. Formatos de bases de datos. Introducción de datos. Procedimientos

- de uso. Impresión de bases de datos. Procedimientos de protección de datos.
- Informática bancaria: uso de sistemas operativos monousuario. Manejo de comandos y teclados. Manejo de equipos periféricos. Prácticas digitales de teclado en informática bancaria. Creación de documentos en informática bancaria. Edición y grabación de documentos. Revisión, modificación e impresión de documentos.
 - Ofimática y trabajo en red: introducción de datos en redes de teleproceso. Utilización de comandos de hojas de cálculo bancarias. Prácticas de consolidación, recálculo y correcciones. Realización de supuestos administrativos en terminal bancaria. Manejo de terminales telemáticas. Prácticas de transferencia electrónica de fondos. Consulta de datos sobre productos y transacciones a bases de datos remotas. Prácticas de sincronización de uso de cajero automático, terminales de punto de venta y dispensador automático.
 - Organización y gestión de archivos: elección de sistemas de clasificación. Organización de archivos históricos. Organización de archivos actuales. Manejo de documentación confidencial.
 - Gestión de bases de datos: diseño de ficheros y máscaras. Introducción de datos. Borrado, modificación y ordenación de datos. Ordenación de registros, búsqueda y listados. Realización de informes y cartas.

Módulo 6: seguridad y salud laboral (asociado al perfil profesional)

Objetivo general del módulo: prever los riesgos en el trabajo y determinar acciones preventivas y/o de protección a la salud, minimizando factores de riesgo y aplicando medidas sanitarias de primeros auxilios en caso de accidentes o siniestros.

Duración: 50 horas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS / CRITERIOS DE EVALUACIÓN

- Aplicar los procedimientos de prevención de accidentes y siniestros.
 - Prevenir la aparición de siniestros verificando la inexistencia de fuentes potenciales de los mismos.
 - Identificar los lugares y equipos de trabajo con anomalías, disfuncionamientos y riesgos para la protección y seguridad de las personas.
 - Comunicar de forma clara y concisa las anomalías observadas a los responsables y/o superiores jerárquicos.
 - Prevenir los accidentes observando el mantenimiento de las condiciones adecuadas de higiene y seguridad en el ámbito de su actividad.
- Reconocer y analizar los sistemas de prevención y seguridad ante siniestros con objeto de garantizar su adecuado mantenimiento y potencial utilización.
 - Clasificar siniestros en función de: naturaleza, importancia y características.
 - Identificar los materiales de prevención o actuación ante siniestros: extintores, sistemas de alarma, mangueras.
 - Reconocer el emplazamiento de los materiales o instalaciones de prevención, comprobando su adecuada situación.
 - Identificar y analizar las anomalías o disfuncionamientos en los sistemas de prevención, tomando, en su caso, las oportunas medidas correctoras.
 - Informar a los superiores jerárquicos y/o a los servicios técnicos las anomalías observadas en los dispositivos de alarma o prevención.
 - Recibir y comprender las informaciones dadas por los servicios técnicos de seguridad y/o vigilancia.
 - Transmitir las informaciones recibidas de los servicios técnicos de seguridad y/o vigilancia en la mayor brevedad posible.
- Identificar el procedimiento de actuación ante una situación dada de siniestro o accidente.
 - Analizar la importancia del siniestro en base a: tipo, grado y naturaleza del mismo.
 - Identificar ordenada y cronológicamente el procedimiento de actuación en

- caso de siniestros con: evacuación, fuegos, inundaciones.
 - Proponer actuaciones inmediatas e identificar las secuencias de medidas sanitarias básicas de primeros auxilios, que deben ser aplicadas en los accidentes más comunes de un establecimiento.
- Identificar las condiciones higiénico-sanitarias en las que se desarrolla la actividad profesional.
 - Identificar y evaluar las distintas zonas de riesgo higiénico-sanitario en función de la caracterización y diferencias técnicas del establecimiento.
 - Identificar los fenómenos de degradación y definir sistemas de protección.
 - Analizar y evaluar las condiciones técnico-ambientales del aire, luminosidad y condiciones acústicas.

CONTENIDOS TEÓRICO-PRÁCTICOS:

- La salud y la seguridad laboral como factores de calidad de vida en el trabajo: los conceptos de seguridad, salud e higiene en el trabajo. Normativa, agentes e instituciones implicados. Mutuas de Accidentes de Trabajo y Seguros Sanitarios.
- La prevención de riesgos: concepto y factores de riesgo. Los riesgos especiales. Medidas de prevención y protección. Evaluación y minimización de riesgos.
- Los siniestros y robos: clases y causas de siniestros. Sistemas de detección y alarma. Sistemas de extinción de incendios: métodos, medios y materiales. Medidas de emergencia y protección ante robos. Primeros auxilios.
- Higiene y calidad de ambiente: concepto y objetivos de higiene. Parámetros de influencia en las condiciones higiénicas. Factores técnicos de ambiente: ventilación, climatización, iluminación. Optimización ergonómica de equipos de trabajo.
- La salud y la seguridad laboral como factores de calidad de vida en el trabajo: resolución de casos aplicando normativa y legislación sobre salud y seguridad laboral.
- La prevención de riesgos: supuestos de identificación de riesgos para la salud y la seguridad. Prácticas de prevención y protección ante diversos tipos de riesgos. Supuestos de evaluación y minimización de riesgos. Elaboración de una estrategia básica en prevención.
- Los siniestros y robos: simulaciones prácticas ante casos diversos de siniestros. Manejo y uso de sistemas de detección y alarma. Manejo y uso de sistemas de extinción de incendios. Prácticas elementales de primeros auxilios.
- Higiene y calidad de ambiente: supuestos de análisis de condiciones ambientales de trabajo. Evaluación de factores técnicos de ambiente: ventilación, climatización, iluminación. Propuestas prácticas de optimización ergonómica de equipos de trabajo.

3. Requisitos personales

a) Requisitos del profesorado:

- 1.º Nivel académico: titulación universitaria o capacitación profesional equivalente en la ocupación relacionada con el curso.
- 2.º Experiencia profesional: tres años de experiencia en la ocupación.
- 3.º Nivel pedagógico: formación metodológica en formación de formadores o experiencia docente.

b) Requisitos de acceso del alumnado:

- 1.º Nivel académico o de conocimientos generales: Bachillerato, o bien FP1 o Módulo Profesional o Ciclo Formativo de Grado Medio o una cualificación de base equivalente.
- 2.º Experiencia profesional. Es necesario conocer las técnicas contables y conviene poseer una cultura de base en materia financiera. Si no existen estas bases mínimas, pero se cuenta con un colectivo de alumnos de cualificación homogénea, se deberían

introducir adaptaciones curriculares en el Curso para facilitar su aprovechamiento.
3.º Condiciones físicas: ausencia o superación de limitaciones físicas que impidan el desarrollo normal de la actividad objeto del curso.

4. Requisitos materiales

a) Instalaciones:

1.º Aula de clases teóricas y para prácticas: superficie: 2 metros cuadrados por alumno.
Mobiliario: estará equipada con mobiliario docente para 15 plazas, además de los elementos auxiliares.

El aula será utilizada indistintamente tanto para prácticas como para teoría.

2.º Otras instalaciones: se recomienda que se haga uso de espacios abiertos de formación, como por ejemplo, visitas de contenido didáctico a las instalaciones donde se encuentran los mercados financieros y los principales agentes que operan en los mismos (Bolsa, bancos, cajas de ahorros, departamentos financieros de empresa, etc.).

Los centros deberán reunir las condiciones higiénicas, acústicas, de habitabilidad, de seguridad, exigidas por la legislación vigente, y disponer de licencia municipal de apertura como centro de formación.

b) Equipo y maquinaria:

Un ordenador por cada dos personas, en su caso en red.

Una impresora de alta resolución y una en color.

Un módem-fax y un fax.

Una dotación «multimedia» para uno de los ordenadores.

Una fotocopidora.

Un archivador y un armario de baldas vistas.

Un archivador de diskettes y uno de discos ópticos.

Un teléfono.

c) Herramientas y utillaje:

Sistema operativo y «software» para todos los ordenadores, incluyendo los paquetes de ofimática y de contabilidad y gestión financiera.

Acceso a INTERNET, o una red de teleinformación y teleservicios.

Repertorio de las bases de datos nacionales más importantes y usuales en materia financiera

Libros de Contabilidad.

Diversos modelos de documentos contractuales.

Impresos de operaciones bancarias (ingresos, reintegros, transferencias, etc.).

Impresos para declaraciones impositivas.

Impresos para legalización de libros y de cuentas.

Manuales de normativa y operativa interna.

Legislación mercantil y en materia financiera.

Formularios para documentos mercantiles y para correspondencia mercantil.

Repertorios y folletos de entidades financieras y de seguros. Repertorios de productos financieros.

Repertorios de entidades y personas con impagos.

Tarifas de la propia empresa. Agenda manual y/o electrónica.

Balances y cuentas de resultados, memorias anuales e informes financieros.

Diccionarios de lengua propia y extranjeras.

Guías telefónicas, postales, guías de calles de la localidad.

Mapas urbanos.

d) Material de consumo:

Soporte de registro de entrada y salida documental.

Soporte de archivo manual (archivadores, ficheros).

Soporte de archivo electrónico (disquetes, fichas microfilme; discos ópticos, magnéticos, compactos).

Objetos de escritorio (lápices, bolígrafos, gomas, rotuladores, fechador, sellos, títex).

Grapadoras, clips, desgrapador.

Material fungible de oficina (sobres, cartas, impresos, folios, carpetas, recibos, fichas).

