



GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1237_2: Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida”

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: CONFECCIÓN DE
PRENDAS Y ARTÍCULOS DE PELETERÍA**

Código: TCP140_2

NIVEL: 2

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 UC1237_2: Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida.

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 atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida, 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. Atender a la clientela, informando de los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida que se ofrecen.

- 1.1 La información se transmite a la clientela, utilizando un lenguaje claro y conciso, manteniendo una actitud educada y moderada.
- 1.2 Las necesidades de la clientela se identifican, con técnicas de escucha activa, a fin de poder ofrecerle el servicio que necesita.
- 1.3 El asesoramiento a la clientela se ofrece, conociendo previamente sus necesidades, los productos que se pueden ofrecer y vender en la tienda, así como las últimas tendencias y estilos en el mundo de la moda.
- 1.4 Los datos personales de la clientela se solicitan, registrándolos en la herramienta de gestión de relación con la clientela e informándola sobre la política de protección de datos de la empresa.
- 1.5 Los tipos de prendas se prueban, asesorando a la clientela sobre la talla y la conveniencia de uno u otro tipo.
- 1.6 Las esperas innecesarias ante una petición de la clientela que requiera de un mayor tiempo para su respuesta se evitan, informando a la clientela de ello.
- 1.7 La futura relación comercial con la clientela se promueve, utilizando una expresión oral o escrita que garantice su comprensión y que sea amable.
- 1.8 Los problemas o quejas que puedan surgir en la compra se resuelven, escuchando a la clientela, conociendo las políticas de devolución y cambio de la empresa, así como proponiendo soluciones.

2. Apreciar las necesidades y demandas de la clientela, mediante preguntas específicas e identificando las posibilidades del proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida, para lograr la satisfacción de la clientela.

- 2.1 La información/documentación del archivo documental del que se disponga se identifica, aplicándolo en los proyectos de realización de prendas a medida y/o semimedida.
- 2.2 Las fuentes de información del fondo documental se consultan, seleccionando la información, teniendo en cuenta las tendencias de actualidad y los requerimientos de la clientela para asesorarla con calidad.
- 2.3 Las características, necesidades y demandas de la clientela se determinan, para realizar los bocetos técnicos que va a incluir la propuesta del proyecto, respetando los niveles de calidad exigidos por la clientela.
- 2.4 El proyecto de confección a medida y/o semimedida de prendas o artículos del vestir se elabora, conjugando las demandas, expectativas y necesidades expresadas por la clientela.
- 2.5 La información relativa al proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida (viabilidad, presupuesto y plazo de entrega, entre otros) se transmite a la clientela, con claridad y exactitud, empleando las herramientas de comunicación disponibles, para someterla a su aprobación.

- 2.6 La información suministrada se ordena, expresando un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.
- 2.7 Los productos complementarios se ofrecen a la clientela, identificándolos, teniendo en cuenta el tipo de prenda que ha adquirido.

3. Presupuestar el proyecto de realización de prendas a medida y/o medida, para la presentación a la clientela, aplicando la tarifa disponible o contemplando costos de materias primas, mano de obra y gastos generales, entre otros.

- 3.1 Las técnicas de detección e identificación de las demandas y necesidades de la clientela se aplican, seleccionando y ofreciendo el servicio que se ajusta a sus requerimientos.
- 3.2 Los materiales se valoran, según los precios indicados en la tarifa aplicable.
- 3.3 El coste del servicio se calcula, en función de su complejidad, del tiempo previsto para cada operación y del proceso total, a fin de incluirlo en el precio final.
- 3.4 Los tiempos de cada operación y del proceso total se calculan, teniendo en cuenta los correspondientes a cada uno de ellos (suministro de materiales, esperas, interferencias, entre otros).
- 3.5 La cantidad de materiales específicos se calcula, en función de la complejidad del proyecto para incluirlo en el precio final, con criterios de rentabilidad, sin menoscabo de la calidad.
- 3.6 La información recogida o suministrada se archiva, expresándola en un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.
- 3.7 El presupuesto se calcula, de forma detallada, recogiendo las estimaciones de coste por operación, aplicando las tarifas establecidas por la dirección de la empresa, teniendo en cuenta las posibilidades de variación, el margen de beneficio y los precios de la competencia, entre otros, utilizando hojas de cálculo u otras aplicaciones informáticas específicas.
- 3.8 La información generada referente al presupuesto, así como la viabilidad y plazo de entrega del proyecto se organiza, en soporte físico o digital, a fin de transmitírselo y presentárselo en tiempo y forma a la clientela para someterlo a su aprobación y comenzar con el encargo.

4. Recepcionar el encargo del proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida, previa aceptación del presupuesto, materializando la información necesaria para organizar el trabajo.

- 4.1 La demanda del proyecto se recepciona, de forma sistemática, de acuerdo al protocolo de actuación de la empresa, cumplimentando las fichas disponibles, en soporte físico y/o digital.

- 4.2 Los datos de la clientela, tipo de encargo solicitado, entre otros, se registran, de forma inequívoca en formato físico y/o digital, así como con los medios destinados para tal fin.
- 4.3 Los materiales que entrega la clientela, en su caso, se analizan, midiéndolos, y formalizando la ficha específica para la disposición en los contenedores o áreas dispuestas al efecto, permitiendo su fácil localización.
- 4.4 Las condiciones de contrato establecidas en las negociaciones del presupuesto se aplican, fijando las fechas de pruebas y plazo de entrega del encargo.
- 4.5 El fichero de la clientela se actualiza, registrando la información que se va recopilando, a fin de mantenerlo disponible ante cualquier eventualidad.

5. Informar a la clientela del servicio realizado, resolviendo los problemas que pudieran surgir, ante posibles reclamaciones presentadas, a fin de conseguir la confianza de la clientela.

- 5.1 El encargo a medida se muestra a la clientela, comprobando que se ajusta a sus requerimientos funcionales y estéticos.
- 5.2 La demanda de la clientela se escucha, en el caso de reclamaciones, de forma amable, adoptando una actitud positiva y ofreciendo soluciones concretas.
- 5.3 Las reclamaciones, en su caso, se resuelven, mostrando interés y presentando posibilidades que faciliten el acuerdo con la clientela, aplicando los criterios establecidos por la empresa y la normativa vigente en este ámbito.

6. Utilizar redes sociales y otros canales de venta, teniendo en cuenta el perfil de la clientela al que queremos captar, a fin incrementar el volumen de ventas de la empresa.

- 6.1 Los canales de venta y redes sociales se identifican, eligiendo entre los disponibles el que se adapta al tipo de negocio de la empresa.
- 6.2 Los perfiles en las redes sociales seleccionadas se crean, manteniéndolos actualizados, subiendo contenido relevante y atractivo para el público objetivo.
- 6.3 Las fotografías y descripciones detalladas de los productos que se ofertan se publican en las redes sociales seleccionadas, destacando sus características y beneficios.
- 6.4 Las consultas formuladas a través de redes sociales se resuelven, a la mayor brevedad posible, siguiendo criterios de prioridad.
- 6.5 Los nuevos canales de venta en línea y en físico se proponen, investigando las novedades existentes en el mercado y estudiando a las empresas de la competencia.
- 6.6 Las oportunidades de mejora y los ajustes específicos en la estrategia de marketing se aplican, analizando los indicadores de desempeño en las redes sociales y otros canales de venta.

6.7 Los datos recopilados de la clientela se archivan, en formato físico y/o digital, informándola previamente, de la política de protección de datos de la empresa.

7. Promocionar la marca de la empresa, asistiendo a ferias y eventos, trabajando con influencers, entre otros, a fin de darle visibilidad.

7.1 La marca personal se define, con estrategias de branding, transmitiendo valores, calidad, exclusividad y compromiso con el medio ambiente y el bienestar animal.

7.2 El mercado se investiga, analizando sus actividades, alianzas y márgenes comerciales, para establecer mejoras en los procesos y productos, así como diferenciarse de la competencia en calidad, precios y presencia en redes sociales.

7.3 El público objetivo se define, identificando y segmentando el mercado, adaptando estrategias de marketing, según el perfil de consumidores interesados en los productos de la empresa.

7.4 El contenido en redes sociales y otros canales se crea, reflejando la esencia y valores de la marca.

7.5 El servicio a la clientela se ofrece, respondiendo a la mayor brevedad posible a sus preguntas y necesidades.

7.6 La visibilidad de la marca y los contactos se consiguen, participando en ferias, congresos, con influencers y profesionales del sector, entre otros.

7.7 Los descuentos y promociones especiales se ofrecen a la clientela, mediante estrategias comerciales (descuentos por volumen de compra, por fechas especiales, entre otras) a fin de atraerla y fidelizarla.

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 **UC1237_2: Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Habilidades de comunicación y atención de la clientela en situaciones de realización de vestuario a medida y/o semimedida Aplicación de programas informáticos

- Barreras y dificultades. Comunicación no verbal. Comunicación verbal: técnicas de emisión de mensajes orales. Comunicación a través de medios no presenciales. Escucha: técnicas de recepción de mensajes orales. Técnicas de venta: upselling, cross-selling, scarcity, social proof, ofertas especiales, entre otras. La motivación, frustración y los mecanismos de defensa. Tipos de clientela y su relación con la prestación del servicio. Identificar las necesidades



y expectativas de la clientela. Ofrecer un servicio personalizado y de calidad. Resolver dudas, quejas y reclamaciones de manera eficiente. Establecer relaciones a largo plazo con la clientela. La atención personalizada. Las necesidades y los gustos de la clientela. Sugerencias y consejos para la elección de prendas y pieles adecuados. Los criterios de satisfacción. Las objeciones de la clientela y su tratamiento. Aplicación de técnicas de atención al usuario. Fidelización de clientela. Descripción de fondos documentales. La informática aplicada a los centros documentales. Acceso a la información por el usuario a través de las bases de datos. Programas informáticos de tratamiento y organización de la información. Documentación básica vinculada a proyectos de realización de vestuario a medida. Normativa sobre protección de datos personales.

2. Fuentes de información del proyecto de realización de vestuario a medida y/o semimedida

- Características estéticas de las diferentes prendas y artículos confeccionados. Identificar las variaciones de estilos y tendencias de moda actuales. Fondo documental relacionado con la moda en usos y costumbres. Operaciones más comunes que se realizan en la confección de prendas y artículos. Proyecto técnico de realización de vestuario a medida y/o semimedida.

3. Presupuesto de proyectos de realización de vestuario a medida y/o semimedida. Recepción del encargo. Resolución de reclamaciones

- Información base y viabilidad del proyecto. Características esenciales de las prendas y artículos del vestir. Calidad en los servicios ofertados. Costes directos e indirectos. Costes de materiales estándar. Costes previstos o ponderados de materiales específicos. Coste de las operaciones en función de su complejidad. Tiempo previsto para cada operación y del proceso total. Tarifas aplicables de precios. Presupuestos. Documentación básica vinculada a la prestación de servicios. Utilización de herramientas informáticas de prestación del servicio. Formalización del proyecto y negociaciones del presupuesto. Comprobación de la aceptación del presupuesto. Formas de aplicación, fechas de pruebas y plazo de entrega del vestuario encargado. Identificación y control de materiales que entrega la clientela, fichas de entrega. Fichero actualizado de clientela. Elementos formales que contextualizan la reclamación. Documentos necesarios o pruebas en una reclamación. Procedimiento de recogida de las reclamaciones. Técnicas utilizadas en la resolución de reclamaciones. Utilización de herramientas informáticas de gestión de reclamaciones.

4. Redes sociales y otros canales de venta en el servicio de realización de vestuario a medida y/o semimedida

- Creación y gestión de perfiles en redes sociales. Desarrollo de una estrategia de marketing digital para promocionar los productos. Herramientas de análisis para evaluar el impacto de las acciones de marketing.

5. Promoción de la marca empresarial en el servicio de realización de vestuario a medida y/o semimedida

- Identificación de las características que hacen única la peletería. Desarrollo de una estrategia de marca que destaque las fortalezas y valores de la peletería. Establecimiento de una imagen corporativa coherente y reconocible. Campañas publicitarias. Técnicas de SEO (Search Engine Optimization - optimización de buscadores-) y SEM (Search Engine Marketing -marketing en buscadores-) para mejorar el posicionamiento en los motores de búsqueda. Eventos y ferias relacionadas con la moda y la peletería. Promociones y descuentos. Influencers.

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 un buen hacer profesional.
- Demostrar creatividad en el desarrollo del trabajo que realiza.
- Demostrar cierto grado de autonomía en la resolución de contingencias relacionadas con su actividad.
- Tratar a la clientela con cortesía, respeto y discreción.
- Promover comportamientos que favorezcan la protección medioambiental.
- Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.

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 “UC1237_2: Atender a la clientela en los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida”, 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 ATENDER A LA CLIENTELA EN LOS SERVICIOS DE REALIZACIÓN DE PRENDAS A MEDIDA Y/O SEMIMEDIDA, 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. Atender a la clientela en sus necesidades y demandas
2. Presupuestar y recepcionar el encargo
3. Promocionar la marca

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:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores de desempeño competente</i>
<i>Rigor en la atención a la clientela en sus necesidades y demandas</i>	<ul style="list-style-type: none">- Transmisión de la información mediante un lenguaje claro.- Identificación de las necesidades de la clientela.- Ofrecimiento del asesoramiento.

	<ul style="list-style-type: none">- Petición de los datos personales.- Resolución de quejas y/o problemas.- Identificación de la información/documentación del archivo documental del que se disponga.- Determinación de las características, necesidades y demandas de la clientela.- Elaboración del proyecto de confección a medida.- Transmisión a la clientela de la información relativa al proyecto. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<p><i>Exactitud en el presupuesto y recepción del encargo</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Valoración de los materiales.- Realización del cálculo del coste del servicio.- Realización del cálculo de los tiempos de cada operación y del proceso total.- Realización del cálculo de la cantidad de materiales.- Realización del presupuesto.- Organización de la información generada.- Recepción del proyecto.- Registro de los datos de la clientela.- Actualización del fichero de la clientela. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<p><i>Idoneidad en la promoción de la marca</i></p>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de los canales de venta y redes sociales.- Creación de los perfiles en redes sociales.- Publicación de fotografías y descripción de los productos que se ofertan en redes sociales.- Resolución de consultas en redes sociales.- Aclaración de la marca personal.- Investigación del mercado.- Creación del contenido en redes sociales.- Realización de la visibilidad de la marca participando en ferias, congresos, influencers y profesionales del sector.- Realización del ofrecimiento de descuentos y promociones especiales a la clientela, mediante estrategias comerciales. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>

Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.

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

Escala A

4	<i>Para atender a la clientela en sus necesidades y demandas, transmite la información mediante un lenguaje claro. Identifica las necesidades de la clientela. Ofrece el asesoramiento. Pide los datos personales. Resuelve quejas y/o problemas. Identifica la información/documentación del archivo documental del que se disponga. Determina las características, necesidades y demandas de la clientela. Elabora el proyecto de confección a medida. Transmite a la clientela la información relativa al proyecto.</i>
3	<i>Para atender a la clientela en sus necesidades y demandas, transmite la información mediante un lenguaje claro. Identifica las necesidades de la clientela. Ofrece el asesoramiento. Pide los datos personales. Resuelve quejas y/o problemas. Identifica la información/documentación del archivo documental del que se disponga. Determina las características, necesidades y demandas de la clientela. Elabora el proyecto de confección a medida. Transmite a la clientela la información relativa al proyecto, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para atender a la clientela en sus necesidades y demandas, transmite la información mediante un lenguaje claro. Identifica las necesidades de la clientela. Ofrece el asesoramiento. Pide los datos personales. Resuelve quejas y/o problemas. Identifica la información/documentación del archivo documental del que se disponga. Determina las características, necesidades y demandas de la clientela. Elabora el proyecto de confección a medida. Transmite a la clientela la información relativa al proyecto, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No atiende a la clientela en sus necesidades y demandas.</i>

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

Escala B

4	<i>Para presupuestar y recepcionar el encargo, valora los materiales. Realiza el cálculo del coste del servicio. Realiza el cálculo de los tiempos de cada operación y del proceso total. Realiza el cálculo de la cantidad de materiales. Realiza el presupuesto. Organiza la información generada. Recepciona el proyecto. Registra los datos de la clientela. Actualiza el fichero de la clientela.</i>
3	

	<i>Para presupuestar y recepcionar el encargo, valora los materiales. Realiza el cálculo del coste del servicio. Realiza el cálculo de los tiempos de cada operación y del proceso total. Realiza el cálculo de la cantidad de materiales. Realiza el presupuesto. Organiza la información generada. Recepciona el proyecto. Registra los datos de la clientela. Actualiza el fichero de la clientela, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para presupuestar y recepcionar el encargo, valora los materiales. Realiza el cálculo del coste del servicio. Realiza el cálculo de los tiempos de cada operación y del proceso total. Realiza el cálculo de la cantidad de materiales. Realiza el presupuesto. Organiza la información generada. Recepciona el proyecto. Registra los datos de la clientela. Actualiza el fichero de la clientela, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No presupuestar ni recepciona el encargo.</i>

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

Escala C

4	<i>Para promocionar la marca, identifica los canales de venta y redes sociales. Crea los perfiles en redes sociales. Publica fotografías y describe los productos que se ofertan en redes sociales. Resuelve consultas en redes sociales. Aclara la marca personal. Investiga el mercado. Crea el contenido en redes sociales. Realiza la visibilidad de la marca participando en ferias, congresos, influencers y profesionales del sector. Realiza el ofrecimiento de descuentos y promociones especiales a la clientela, mediante estrategias comerciales.</i>
3	<i>Para promocionar la marca, identifica los canales de venta y redes sociales. Crea los perfiles en redes sociales. Publica fotografías y describe los productos que se ofertan en redes sociales. Resuelve consultas en redes sociales. Aclara la marca personal. Investiga el mercado. Crea el contenido en redes sociales. Realiza la visibilidad de la marca participando en ferias, congresos, influencers y profesionales del sector. Realiza el ofrecimiento de descuentos y promociones especiales a la clientela, mediante estrategias comerciales, pero comete pequeñas irregularidades que no alteran el resultado final.</i>
2	<i>Para promocionar la marca, identifica los canales de venta y redes sociales. Crea los perfiles en redes sociales. Publica fotografías y describe los productos que se ofertan en redes sociales. Resuelve consultas en redes sociales. Aclara la marca personal. Investiga el mercado. Crea el contenido en redes sociales. Realiza la visibilidad de la marca participando en ferias, congresos, influencers y profesionales del sector. Realiza el ofrecimiento de descuentos y promociones especiales a la clientela, mediante estrategias comerciales, pero comete grandes irregularidades que alteran el resultado final.</i>
1	<i>No promociona la marca.</i>



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

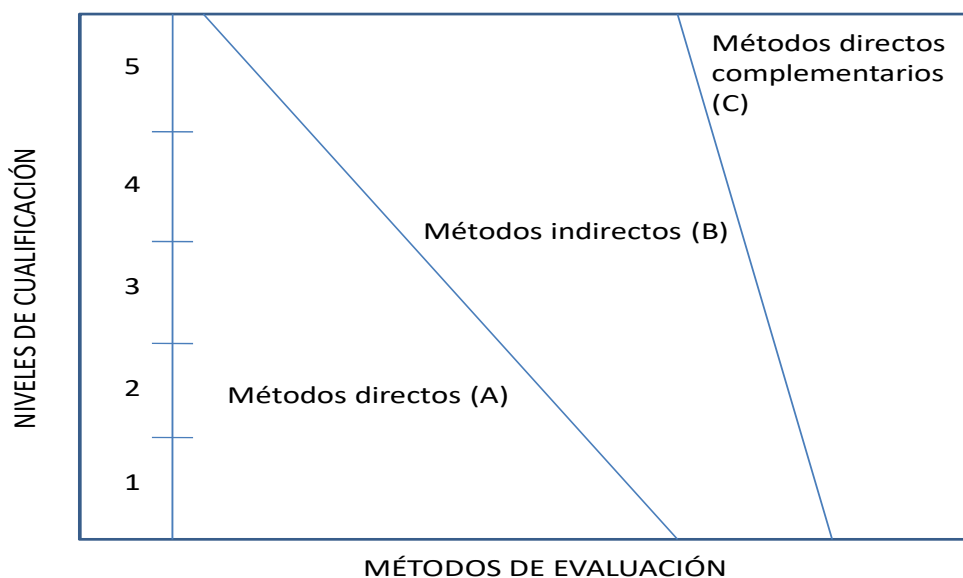
2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.

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 no formal y no tenga experiencia en el proceso de ATENDER A LA CLIENTELA EN LOS SERVICIOS DE REALIZACIÓN DE PRENDAS A MEDIDA Y/O SEMIMEDIDA, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel "X" 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.