



MINISTERIO
DE EDUCACIÓN, CULTURA
Y DEPORTE



FONDO SOCIAL EUROPEO
El FSE invierte en tu futuro

SECRETARÍA DE ESTADO DE
EDUCACIÓN, FORMACIÓN
PROFESIONAL Y UNIVERSIDADES

DIRECCIÓN GENERAL
DE FORMACIÓN PROFESIONAL

INSTITUTO NACIONAL
DE LAS CUALIFICACIONES

GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal”

CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: ASESORÍA INTEGRAL DE IMAGEN PERSONAL

Código: IMP395_3

NIVEL: 3



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 “UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal”.

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 principales y secundarias que intervienen en el asesoramiento al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas.

1. ***Valorar las necesidades del cliente en relación con la comunicación interpersonal y pública en los medios, teniendo en cuenta sus demandas, características personales y su actividad social y laboral***



aplicando las normas de deontología profesional y cumpliendo la normativa sobre derecho a la intimidad y protección de datos.

- 1.1 Identificar las demandas y expectativas del cliente en el área de comunicación, así como los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, mediante una entrevista inicial, con preguntas tipo y siguiendo un guión establecido, valorando si el asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente y recogiendo la información obtenida en la ficha del cliente.
 - 1.2 Detectar mediante la observación directa del cliente, o a través de grabaciones en medios audiovisuales, los aspectos negativos en la comunicación verbal y gestual que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados de acuerdo con la imagen personal pretendida.
 - 1.3 Complimentar la documentación con los datos que permitan el conocimiento de las actuaciones sociales y empresariales u oficiales concretas del cliente, que necesitan técnicas de comunicación específicas.
 - 1.4 Identificar las características relevantes y diferenciales de las personas, públicos o audiencias con las que el cliente debe relacionarse y los medios de comunicación ante los que debe presentarse, definiendo los aspectos más importantes de las mismas.
 - 1.5 Detectar, mediante la información solicitada al cliente sobre su actividad sociolaboral y actos especiales, los conocimientos que debe adquirir y en qué grado deben potenciarse los que ya posee para comunicarse de la forma proyectada.
 - 1.6 Recoger la información obtenida en la ficha correspondiente, valorando los datos y asegurando su confidencialidad.
- Desarrollar las actividades cumpliendo las normas de deontología profesional aplicables
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa sobre protección de datos y derecho a la intimidad aplicable

2. Elaborar las propuestas y el plan de actuación para el asesoramiento del cliente sobre habilidades de comunicación en distintos ámbitos de actuación, adaptándolo a sus características, necesidades y demandas, y cumpliendo la normativa de protección del derecho a la propia imagen.

- 2.1 Comprobar las características específicas de cada tipo de cliente, adaptando el asesoramiento en comunicación a sus demandas, necesidades y en su caso estilo personal.
- 2.2 Elaborar el plan de intervención de habilidades de comunicación particular, pública o en los medios, teniendo en cuenta las demandas, expectativas y necesidades del cliente, entidad u otros.
- 2.3 Ejecutar las consultas a otros profesionales expertos relacionados con la comunicación, atendiendo la información y ajustando la propuesta técnica que se va a presentar al cliente.
- 2.4 Incluir en la propuesta, las demandas del cliente y criterios de actuación para las situaciones sociolaborales, efectuando las adaptaciones.
- 2.5 Definir en la propuesta: el número aproximado y la temporalización de las sesiones, los objetivos a alcanzar en cada sesión, las actividades que se proponen, los profesionales que intervienen, calendario de actuación y presupuesto detallado.
- 2.6 Detallar las pautas para la valoración y seguimiento de las actividades para desarrollar habilidades de comunicación, así como las medidas para evitar desviaciones.



- 2.7 Describir en el plan de actuación, los cambios, las actividades que han de aplicarse y el tiempo previsto para su ejecución.
- 2.8 Informar al cliente de la naturaleza de los cambios y las actividades a propuestas, y de los efectos que producirán sobre su imagen personal, solicitando su conformidad y firmando la autorización.
 - Desarrollar las actividades adaptando las propuestas técnicas y el plan de actuación elaborado a las características, necesidades y demandas del cliente.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa sobre protección del derecho a la propia imagen, aplicable.

3. Presentar al cliente la propuesta de entrenamiento en técnicas de comunicación interpersonal, pública o en los medios, para su conocimiento y aprobación, siguiendo las normas de deontología profesional y la normativa sobre protección de datos del cliente.

- 3.1 Poner en conocimiento del cliente las fases y desarrollo del programa, adquiriendo las habilidades en las técnicas de comunicación.
- 3.2 Presentar la propuesta en diferentes soportes (como programas informáticos específicos, en papel, visual, multimedia, otros), desarrollando los cambios propuestos en el área de técnicas de comunicación para que el cliente tenga una idea clara de los cambios propuestos y los resultados proyectados.
- 3.3 Emplear un lenguaje claro y explícito evitando tecnicismos que puedan confundir en la explicación de la propuesta al cliente.
- 3.4 Informar al cliente de los cambios propuestos, así como del plan de actuación, calendario de actividades y presupuesto, adaptándolo en la medida de lo posible a sus necesidades y demandas, solicitando su aprobación y firma.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo las normas de deontología profesional aplicable.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa sobre protección de datos del cliente aplicable.

4. Asesorar a clientes en las técnicas de comunicación específicas en las apariciones públicas y en los medios de comunicación, en función de la imagen personal que se pretende transmitir y del público al que se pretende llegar, asegurando la protección del derecho a la propia imagen.

- 4.1 Identificar las características de cada uno de los medios que influyan o modifiquen la forma de comunicación.
- 4.2 Identificar las particularidades y características del lenguaje verbal para las intervenciones en radio caracterizadas en cuanto a tono de voz, dicción, pausas, expresiones, tipo de oraciones, otras.
- 4.3 Identificar el lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión, caracterizadas en cuanto a dicción, expresión, tipo de oraciones, lenguaje gestual, otros, y teniendo en cuenta las características del medio, el tipo de programa, planos, otros.
- 4.4 Verificar, en las intervenciones a través de los medios, que la imagen del cliente se presenta integrando todos los elementos de la imagen personal que influyen en la comunicación.
- 4.5 Comprobar, antes de la comparecencia, que la imagen real del cliente no ofrece discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar y transmitir a través del medio.



- 4.6 Valorar las características técnicas de la fotografía: plano, color, iluminación, otros y la finalidad del material fotográfico resultante, remitiéndolo a un asesor legal que asegure su protección.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa sobre protección del derecho a la propia imagen aplicable.

5. Entrenar al cliente sobre las pautas a seguir en la comunicación personal, social, laboral y pública, y en los medios adaptados al desarrollo de sus actividades profesionales, relaciones sociales e imagen personal, cumpliendo la normativa de protección del derecho a la propia imagen.

- 5.1 Identificar las características de cada uno de los medios que influyan o modifiquen la forma de comunicación.
- 5.2 Identificar las características de cada uno de los medios que influyan o modifiquen la forma de comunicación.
- 5.3 Comunicar al cliente de forma clara y asequible, para que se encuentre seguro y motivado, el proyecto de entrenamiento para la ejecución de los cambios propuestos, y si plantea objeciones, se adapta a las demandas detectadas.
- 5.4 Entrenar al cliente en las diferentes técnicas de comunicación, ante una situación concreta o un cambio permanente, teniendo en cuenta su tiempo disponible.
- 5.5 Instruir al cliente con los procedimientos establecidos, comunicando las adaptaciones para llevar a cabo el plan de intervención en el área de comunicación.
- 5.6 Efectuar el entrenamiento práctico del cliente para resolver situaciones reales mediante la utilización de las técnicas de comunicación verbal y gestual en el ámbito particular o profesional, de forma privada o pública: conferencias, discursos, entrevistas, otros, directamente o en los diferentes medios de comunicación.
- 5.7 Hacer el seguimiento en la evolución del cliente mediante técnicas de observación directa y grabación en soportes audiovisuales, comprobando sus progresos o corrigiendo las posibles desviaciones en materia de comunicación.
- 5.8 Capacitar al cliente mediante la instrucción, efectuando tareas, actividades y aplicando las técnicas de comunicación específicas en todos los ámbitos donde se vaya a desenvolver.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa de protección del derecho a la propia imagen aplicable.

6. Valorar la calidad del asesoramiento en técnicas de comunicación garantizando el grado de satisfacción del cliente, proponiendo medidas correctoras en caso de desviaciones, comprobando que el desarrollo de las actividades cumplen las normas de prevención de riesgos laborales, de protección de datos y privacidad de las personas, y la ley de protección del derecho a la propia imagen.

- 6.1 Evaluar el grado de satisfacción del cliente con el asesoramiento prestado mediante técnicas de observación, cuestionarios y otros, anotando las posibles incidencias.
- 6.2 Aplicar los procedimientos de asesoramiento en habilidades de comunicación atendiendo a los parámetros de calidad establecidos.



- 6.3 Comprobar el grado de satisfacción del cliente con el asesoramiento y el trato recibido, poniendo en marcha los mecanismos para adecuar los resultados en caso de no cubrir sus expectativas.
- Desarrollar las actividades siguiendo las técnicas de comunicación e información y atención al cliente, aplicadas a servicios de comunicación.
 - Desarrollar las actividades cumpliendo la normativa sobre protección de datos y privacidad de las personas y la normativa sobre protección del derecho a la propia imagen.

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 UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

1. Valoración de las necesidades del cliente en relación con la comunicación interpersonal, pública y en los medios.

- Identificación de la metodología y análisis de las necesidades del cliente para la asesoría en técnicas de comunicación.
 - o Técnicas de comunicación: personal, interpersonal, social, laboral y ante públicos y audiencias: conferencias, discursos, entrevistas, otros, directamente o en los diferentes medios de comunicación, diferencias, similitudes, características, entre otros.
 - o Tipos de exposiciones orales: presentaciones, conferencias, entrevistas, otros. Estructura y características del lenguaje oral y gestual.
 - o Características de la imagen personal que influyen en la comunicación: Características personales, la actividad social y laboral.
 - o La Comunicación oral, gestual, interpersonal en comparecencias públicas.
 - o Métodos de análisis de la comunicación con el cliente: Comunicación escrita, oral y gestual y en comparecencias públicas: La entrevista, la observación directa y grabaciones en medios audiovisuales.
 - o Estudio de las debilidades y fortalezas de la comunicación interpersonal, social, laboral y pública.
 - o Técnicas para detectar las características, necesidades y demandas del cliente en el área de comunicación. Entrevistas personales y grabaciones.
 - o Registro y control de la información. Soportes informáticos y en papel. (Formularios, grabaciones de la comunicación oral y gestual).

2. Elaboración de La propuesta técnica y el plan de actuación en el asesoramiento del cliente sobre habilidades de comunicación.

- Elaboración de la propuesta técnica y el plan de actuación del cliente.
 - o Determinación de las características específicas de cada tipo de cliente.
 - o Identificación del Plan de intervención de habilidades de comunicación: particular, pública o en los medios.



- Creación de actividades para desarrollar habilidades de comunicación.
 - Registro y control de la información. Soportes papel e informático.
 - Aplicación de técnicas para detectar las características y necesidades del cliente en el área de comunicación: Entrevistas personales, grabaciones de la comunicación oral y gestual.
- Elaboración del Plan de actuación para la mejora de las habilidades en la comunicación.
- Determinación del Plan de actuación: definición y estructura.
 - Planificación de actividades para la adquisición de nuevos hábitos de comunicación: frecuencia y tiempo.
 - Elección de los profesionales colaboradores en el área de la comunicación: logopedas, periodistas, psicólogos, publicistas, expertos en oratoria, especialistas de los diferentes medios de comunicación, otros.
 - Valoración de acuerdos y elaboración del plan de actuación.
- Aplicación de técnicas de coordinación con otros profesionales.
- Gestión de tareas y responsabilidades, control y supervisión del proyecto, reuniones periódicas.
 - Temporalización del proceso: Fases del trabajo, secuenciación y duración de cada una de ellas.
 - Identificación y reparto de actividades y funciones.
- Aplicación de técnicas de planificación de la información y comunicación.
- Identificación de estrategias de comunicación, canales de difusión de la información: Internet, aplicaciones informáticas, otros.
 - Investigación sobre documentación específica: bibliografía especializada y manuales de comunicación.

3. *Presentación de la propuesta de entrenamiento en técnicas de comunicación interpersonal, pública o en los medios.*

- Desarrollo del Plan de actuación para el estudio del cliente y elaboración de la propuesta.
- Planificación de actividades para la adquisición de nuevos hábitos de comunicación del cliente: frecuencia y tiempo.
 - Identificación y reparto de actividades y funciones con otros profesionales.
 - Aplicación de las técnicas de planificación de la información y comunicación: estrategias de comunicación, canales de difusión de la información, Internet y aplicaciones informáticas.
- Elaborar propuestas de entrenamiento en técnicas de comunicación. Tipos y descripción.
- Propuestas personalizadas: definición y estructura.
 - Procedimientos para cumplimentar los documentos técnicos de una propuesta personalizada.
 - Elaboración y preparación de materiales audiovisuales.
 - Comunicación con el cliente de forma clara y asequible. Motivación al cliente.
 - Instrucciones al cliente con los procedimientos establecidos, comunicando las adaptaciones necesarias para llevar a cabo el plan de intervención en el área de comunicación.
 - Técnicas de comunicación verbal y gestual.



- Seguimiento en la evolución del cliente: técnicas de observación directa y grabación en soportes audiovisuales.
- Aplicación de técnicas de elaboración de propuestas para la adquisición de técnicas de comunicación eficaz.
 - Estudio del cliente y su actividad socio laboral, análisis de necesidades y propuesta de medidas de mejora en el área de comunicación.
 - Documentos y materiales audiovisuales de la propuesta personalizada.
- Determinación de técnicas de presentación de propuestas.
 - Aplicación de técnicas de comunicación.
 - Argumentación de la propuesta según los tipos de clientes.
 - Resolución de dudas. Acuerdos y autorización del proceso.

4. Asesoramiento de técnicas de comunicación específicas en apariciones públicas y en los medios de comunicación.

- Aplicación de técnicas de asesoramiento para la comparecencia en medios de comunicación.
 - Importancia de la imagen en la comunicación ante los medios. Características que influyen o modifican la forma de comunicar en los diferentes medios.
 - Valoración de las características técnicas de los medios audiovisuales que influyen en la comunicación oral y gestual.
 - Valoración de las características de los medios de importancia en la comunicación: Tv, radio, ruedas de prensa, eventos mediático, otros.
- Análisis de la imagen.
 - El lenguaje oral y gestual en los diferentes medios de comunicación.
 - Dicción, expresión, tipo de oraciones, lenguaje gestual, otros.
 - Características del lenguaje verbal y gestual recomendado en las intervenciones en radio y televisión: dicción, expresión, tipo de oraciones, lenguaje gestual, otros.
- Habilidades de presentación.
 - Utilización efectiva del tono de voz. Canal gestual y vocal, ayudas visuales y descripción de gráficas. El lenguaje corporal.
- Integración de los medios de comunicación y elementos de la imagen personal.
 - Discrepancias entre la imagen real y la imagen que se pretende comunicar a través del medio. Técnicas para la armonización del cambio.
 - Valoración de las características del medio de comunicación: tipo de programa, duración, índice de audiencia, planos, iluminación, sonido, otros.
 - Valoración de las características técnicas de la fotografía: plano, color, iluminación, otros.
 - Valoración de las características de los elementos visuales que influyen en la comunicación: vestuario, maquillaje, peluquería, accesorios, postura anatómica, colores del decorado, iluminación y otras en fotografía, televisión y video.
 - Identificación del lenguaje verbal en radio: Importancia de la respiración .El control del aire. El tono de voz, timbre, dicción, pausas, expresiones, tipo de oraciones, otras.



5. Entrenamiento del cliente en la comunicación personal, social, laboral, pública y en los medios.

- Aplicación de técnicas de entrenamiento del cliente y seguimiento del proceso.
 - o Plan de actividades para la adquisición de nuevas técnicas de comunicación: análisis, propuesta, entrenamiento, y control del proceso.
 - o Características del público ante los que el cliente tenga que actuar.
 - o Características técnicas de los diferentes medios: radio, tv, videoconferencia. Aspectos de la comunicación oral y/o gestual.

- Integración de las herramientas de la comunicación.
 - o Aplicación de técnicas de comunicación verbal y gestual en el ámbito particular o profesional, de forma privada o pública: conferencias, discursos, entrevistas, otros, directamente o en los diferentes medios de comunicación.
 - o Identificación de tipos de lenguaje: el lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión, teniendo en cuenta las características del medio, el tipo de programa, planos, otros.
 - o Aplicación de técnicas de comunicación personal, interpersonal, social, laboral y ante públicos y audiencias: conferencias, discursos, entrevistas, otros, directamente o en los diferentes medios de comunicación, diferencias, similitudes, características, entre otros.
 - o Entrenamiento en los diferentes tipos de exposiciones orales: presentaciones, conferencias, entrevistas, otros. Estructura y características del lenguaje oral y gestual.

- Aplicación de técnicas de seguimiento en la evolución del cliente:
 - o Grabaciones de entrevistas en cintas de audio del cliente y valoración del tipo de lenguaje oral, tono, ritmo, intensidad, silencios, otros.
 - o Grabaciones en vídeo de entrevistas, mesas redondas, otros, realizadas por el cliente y valoración del tipo de las técnicas de comunicación oral y gestual empleadas en este medio.
 - o Intervención en el proceso de los otros tipos de profesionales: logopedas, expertos en oratoria, especialistas de los diferentes medios de comunicación, otros.

6. Calidad del asesoramiento en técnicas de comunicación y medidas correctoras en caso de desviaciones.

- Control de calidad de los procesos de asesoramiento en técnicas de comunicación.
 - o Aplicación de parámetros que definen la calidad en las distintas fases del proceso de comunicación: Causas de tipo técnico y atención al cliente. Criterios que permitan medir la calidad del servicio prestado.
 - o Valoración del grado de satisfacción del cliente, temporalización cumplida, expectativas alcanzadas, cliente entrenado y acuerdos respetados.
 - o Elaboración de métodos para valorar la calidad de los procesos de asesoramiento sobre comunicación.
 - o Adecuación de las técnicas de comunicación al acto al que se va a asistir. Cliente satisfecho.

- Aplicación de métodos para valorar la calidad de los procesos de asesoramiento sobre comunicación.



- Preparación de cuestionarios y preguntas tipo, que midan el grado de satisfacción del cliente. Parámetros y criterios que permiten evaluar la calidad del servicio de asesoramiento.
- Valoración de la atención al cliente. Las fases del proceso. El trabajo de los especialistas colaboradores.
- Aplicación de medidas correctoras en los procesos de comunicación. Desviaciones, causas. Correcciones.

Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia.

- Identificación de las normas de deontología profesional.
- Aplicación de la normativa sobre protección de datos y derecho a la intimidad.
- Aplicación de las leyes. Procedimiento legal. Sanciones

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:

1. En relación con la empresa deberá:

- 1.1 Demostrar interés y compromiso por la empresa así como por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
- 1.2 Comprender el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
- 1.3 Dirigir y coordinar equipos de trabajo en las actividades de su competencia profesional supervisando resultados y tomando decisiones.
- 1.4 Percibir el impacto y las implicaciones de decisiones y actividades en otras partes de la empresa.
- 1.5 Adaptarse a la organización, a sus cambios organizativos y tecnológicos así como a situaciones o contextos nuevos.
- 1.6 Gestionar la información y de los recursos materiales y monetarios. Utiliza los recursos del modo más idóneo, rápido, económico y eficaz.

2. En relación con las personas deberá:

- 2.1 Coordinar y colaborar con los miembros del equipo y con otros trabajadores y profesionales.
- 2.2 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa, con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
- 2.3 Relacionarse con los miembros de equipo con amabilidad y eficacia en la asignación de tareas, respetando las jerarquías o puestos profesionales establecidos.
- 2.4 Saber escuchar mejoras y dificultades valorando las aportaciones realizadas.
- 2.5 Aplicar “Coaching”: ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales de los subordinados y colaboradores a través de la motivación.



- 2.6 Saber delegar preocupándose de que los integrantes de su equipo dispongan de la capacidad de tomar decisiones y de los recursos necesarios para lograr sus objetivos.

3. En relación con las capacidades internas deberá:

- 3.1 Actuar en el trabajo siempre de forma eficiente bajo cualquier presión exterior o estrés.
- 3.2 Demostrar iniciativa y autonomía personal en la toma de decisiones.
- 3.3 Mostrar perseverancia en el esfuerzo.
- 3.4 Respetar y cumplir los procedimientos y normas internas de la empresa, así como las normas de prevención de riesgos laborales y medioambientales.
- 3.5 Interpretar y ejecutar las instrucciones de trabajo.

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 “UC1253_3: Asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal”, 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 profesional requerida para llevar a cabo una propuesta técnica y la organización del plan de actuación de asesoramiento de imagen en relación con la comunicación pública en los medios.

En este caso concreto se trata de un hombre de 35 años, nuevo presentador del espacio informativo de la meteorología de una cadena de televisión que



acude al gabinete de asesoría de imagen, buscando asesoramiento de su imagen respecto a las técnicas de comunicación que debe emplear en televisión.

Para llevarlo a cabo, el candidato deberá analizar las características de comunicación verbal y gestual del cliente y elaborar las propuestas de cambio, comprobando que el desarrollo de las actividades cumplen con las normas de la deontología profesional de privacidad y la normativa sobre protección de datos de carácter personal aplicables en el desarrollo de esta SPE. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Efectuar el estudio de las características de comunicación verbal y gestual del cliente.
2. Elaborar la propuesta técnica en función del medio del que se trata y de las características de comunicación verbal y gestual del cliente.
3. Acompañar la propuesta con un listado de recomendaciones sobre el lenguaje verbal y gestual en televisión para el cliente.

Condiciones adicionales:

- La situación profesional de evaluación podrá desarrollarse de forma simulada.
- Se4 deberán preparar los equipos de análisis de comunicación verbal y gestual del cliente: grabadora, cámara de video, reproductor DVD, televisión, entre otros.
- Se realizará búsqueda de la documentación previamente al desarrollo de la prueba y análisis de la bibliografía relacionada con las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión y de sus las características que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros.
- Se asignará un tiempo total para que la persona candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional. Considerar el tiempo recomendado de la realización de la prueba de 5 horas máximo.
- Se deberá evaluar la respuesta a las contingencias.

b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 se especifican en el cuadro siguiente

Criterios de mérito	Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente
<i>Estudio de las características de comunicación verbal y gestual del cliente</i>	<ul style="list-style-type: none">- Acomodación del cliente, observación y estudio de las características de comunicación del cliente.- Identificación de las necesidades y gustos del cliente- Identificación de las necesidades, demandas en el área de comunicación, así como datos relativos al ámbito laboral, social y cultural.- Comprobación de si el asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente.- Recogida de la información obtenida- Detección de los aspectos negativos en la comunicación verbal y gestual y los aspectos positivos.- Identificación de las características relevantes y diferenciales de los medios de comunicación.- Dossier del cliente con la información obtenida. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
<i>Elaboración de la propuesta técnica en función del medio del que se trata y de las características de comunicación verbal y gestual del cliente</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación del tipo de medio del que se trata y de las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto.- Selección de la documentación, características de comunicación verbal y gestual del cliente.- Identificación de las características específicas del cliente, adaptando el asesoramiento en comunicación al caso concreto.- Inclusión de criterios de actuación para la situación sociolaboral concreta- Descripción del plan de actuación, los cambios, y las actividades que deben aplicarse, y el tiempo previsto para su ejecución.- Información al cliente de la naturaleza de los cambios y las actividades propuestas, y de los efectos que producirán sobre su imagen personal. <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en</i></p>

	<i>la Escala B.</i>
<i>Elaboración de un listado de recomendaciones propuestas sobre el lenguaje verbal y gestual en televisión para el cliente</i>	<ul style="list-style-type: none">- Identificación de las características de cada uno de los medios que influyan o modifiquen la forma de comunicar.- Identificación del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión.- Comprobación de que la imagen del cliente se presentará en las condiciones previstas.- Comprobación de que la imagen real del cliente no ofrece discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar. <p>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</p>
<i>Cumplimiento de la deontología profesional respecto al derecho a la intimidad y protección de datos</i>	<ul style="list-style-type: none">- Respeto por las debilidades humanas durante el análisis morfológico y de estilo.- Discreción en la toma de medidas y durante la entrevista.- Respeto por los usos sociales y las normas de protocolo y etiqueta respeto a la indumentaria y complementos.- Promoción de condiciones laborales adecuadas y seguras. <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Cumplimiento de la normativa sobre protección de datos de carácter personal del cliente.</i>	<ul style="list-style-type: none">-Garantía de la seguridad de los datos de carácter personal.-Comunicación de datos del cliente a otros profesionales bajo el consentimiento del interesado.-Precaución en el tratamiento de datos así como las cesiones de datos.-Derecho a la información y al consentimiento informado <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>

Escala A

5

Acomoda al cliente e identifica sus características de comunicación (verbal y gestual), sus necesidades y gustos, valorando sus demandas y expectativas en el área de comunicación, destacando los aspectos negativos que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados, así como los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, y si se trata de un asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente; recoge la información obtenida en la ficha del cliente y completa el dossier con de la información obtenida, valorando los datos y asegurando su confidencialidad.



4	Acomoda al cliente e identifica sus necesidades y gustos, valorando sus demandas y expectativas en el área de comunicación, destacando los aspectos negativos que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados, contempla los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, y si se trata de un asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente; si recoge la información obtenida en la ficha del cliente asegurando su confidencialidad, pero no completa el dossier con de la información obtenida.
3	<i>Acomoda al cliente e identifica sus necesidades y gustos, valorando sus demandas y expectativas en el área de comunicación, pero no logra destacar los aspectos negativos que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados, no contempla los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, pero si si se trata de un asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente, si recoge la información obtenida en la ficha del cliente asegurando su confidencialidad, completa el dossier con de la información obtenida.</i>
2	<i>Acomoda al cliente e identifica sus necesidades y gustos, valorando sus demandas y expectativas en el área de comunicación, pero no logra destacar los aspectos negativos que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados, tampoco contempla los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, pero si si se trata de un asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente, recoge la información obtenida en la ficha del cliente, pero no completa el dossier con de la información obtenida, aunque si se ha preocupado de asegurar la confidencialidad de sus datos personales.</i>
1	<i>Acomoda al cliente pero no logra identificar sus necesidades y gustos, tampoco logra destacar los aspectos negativos que deben ser modificados y los aspectos positivos que deben ser potenciados, ni contempla los datos relativos al ámbito laboral, social y cultural, ni si se trata de un asesoramiento es para un acto concreto o para un cambio permanente, ni recoge la información obtenida en la ficha del cliente ni completa el dossier con de la información obtenida, ni se ha preocupado de asegurar la confidencialidad de sus datos personales.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

Escala B

5	<i>Identifica el tipo de medio del que se trata y las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto, selecciona las características de comunicación verbal y gestual del cliente, adaptándolas al asesoramiento en comunicación a este caso concreto; incluye unos criterios de actuación para esta situación sociolaboral concreta, efectuando las oportunas adaptaciones, describe el plan de actuación, los cambios, y las actividades que deben aplicarse, y el tiempo previsto para su ejecución, e informa al cliente de la naturaleza de los cambios, las actividades propuestas, y de los efectos que producirán sobre su imagen personal, solicitando su conformidad y autorización.</i>
4	Identifica el tipo de medio del que se trata y las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto, selecciona las características de comunicación verbal y gestual del cliente, adaptándolas al asesoramiento en comunicación a este caso concreto aunque no incluye unos criterios de actuación para esta situación sociolaboral concreta, ni efectúa las oportunas adaptaciones, describe el plan de actuación, los cambios, y las actividades que deben aplicarse, y el tiempo previsto para su ejecución, e informa al cliente de la naturaleza de los cambios, las actividades propuestas de los efectos que producirán sobre



3	<p>su imagen personal, solicitando su conformidad y autorización.</p> <p><i>Identifica el tipo de medio del que se trata y las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto, selecciona las características de comunicación verbal y gestual del cliente, adaptándolas al asesoramiento en comunicación a este caso concreto, no incluye unos criterios de actuación para esta situación sociolaboral concreta, ni efectúa las oportunas adaptaciones, sí describe el plan de actuación y los cambios, pero no las actividades que deben aplicarse ni el tiempo previsto para su ejecución, e informa al cliente de la naturaleza de los cambios, las actividades propuestas de los efectos que producirán sobre su imagen personal, solicitando su conformidad y autorización.</i></p>
2	<p><i>Identifica el tipo de medio del que se trata pero no las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto, ni consigue seleccionar las características de comunicación verbal y gestual del cliente. No incluye unos criterios de actuación para esta situación sociolaboral concreta, ni efectúa las oportunas adaptaciones. Describe el plan de actuación y los cambios, pero no las actividades que deben aplicarse ni el tiempo previsto para su ejecución, e informa al cliente de la naturaleza de los cambios, las actividades propuestas de los efectos que producirán sobre su imagen personal, solicitando su conformidad y autorización.</i></p>
1	<p><i>No logra identificar ni el medio del que se trata ni las características de comunicación verbal y gestual al que está sujeto, ni consigue seleccionar las características de comunicación verbal y gestual del cliente. No incluye unos criterios de actuación para esta situación sociolaboral concreta, ni efectúa las oportunas adaptaciones, ni describe el plan de actuación y los cambios, ni las actividades que deben aplicarse ni el tiempo previsto para su ejecución, tampoco consigue informar al cliente de la naturaleza de los cambios ni de las actividades propuestas ni de los efectos que producirán sobre su imagen personal, no tampoco solicita su autorización.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

Escala C

5	<p><i>Elabora un listado de recomendaciones sobre con las técnicas de comunicación verbal y gestual propuestas, identifica las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión. Identifica la dicción, expresión, tipo de oraciones, y el lenguaje gestual del cliente, y analiza las características del medio que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros; comprueba que la imagen del cliente se presenta según las condiciones establecidas en cuanto a comunicación se refiere, y que la imagen real del cliente no ofrece discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar.</i></p>
4	<p>Elabora un listado de recomendaciones sobre con las técnicas de comunicación verbal y gestual propuestas. Identifica las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión. Identifica la dicción y el lenguaje gestual del cliente, aunque no su expresión, tipo de oraciones que emplea, sí analiza las características del medio que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros, aunque no comprueba que la imagen del cliente se presente según las condiciones establecidas en cuanto a comunicación se refiere, aunque sí que la imagen real del cliente no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar.</p>

3	<i>Elabora un listado de recomendaciones sobre con las técnicas de comunicación verbal y gestual propuestas, identifica las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión, pero no identifica la dicción, expresión, tipo de oraciones que emplea, ni el lenguaje gestual del cliente aunque sí analiza las características del medio que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros, no comprueba que la imagen del cliente se presente según las condiciones establecidas en cuanto a comunicación se refiere, aunque sí que la imagen real del cliente no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar.</i>
2	<i>Elabora un listado de recomendaciones sobre con las técnicas de comunicación verbal y gestual propuestas, identifica las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión; no identifica la dicción, expresión, tipo de oraciones que emplea, ni el lenguaje gestual del cliente, ni tampoco las características del medio que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros, no comprueba que la imagen del cliente se presente según las condiciones establecidas en cuanto a comunicación se refiere, aunque sí que la imagen real del cliente no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar.</i>
1	<i>Elabora un listado de recomendaciones sobre con las técnicas de comunicación verbal y gestual propuestas, pero no identifica las características del lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en televisión, ni la dicción, expresión, tipo de oraciones que emplea, ni el lenguaje gestual del cliente ni tampoco las características del medio que puedan influir o modificar en su forma de comunicar, como son el tipo de programa, planos, otros, ni comprueba que la imagen del cliente se presente según las condiciones establecidas en cuanto a comunicación se refiere, aunque sí que la imagen real del cliente no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 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

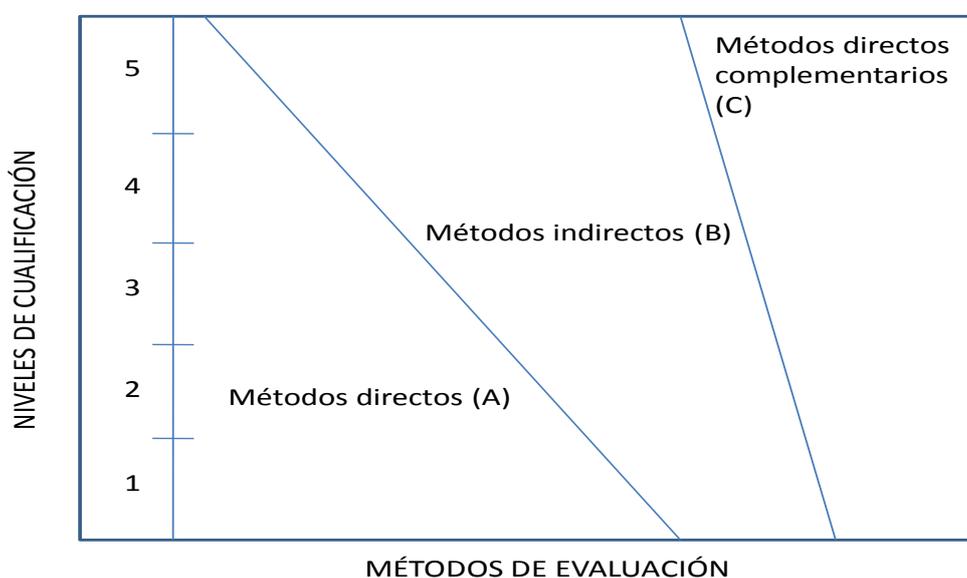
Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- 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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 asesorar al cliente en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista estructurada profesional 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/a 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 3. En este nivel tiene importancia el dominio de técnicas que se ejecutan con autonomía, responsabilidad de supervisión de trabajo técnico y especializado y comprensión de los fundamentos técnicos y científicos de las actividades y del proceso.
- 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.



GLOSARIO DE TÉRMINOS UTILIZADOS EN LA CUALIFICACIÓN IMP395_3

- **Audiovisual:** se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.



- **Audiencia:** público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo.
- **Multimedia:** se utiliza conjunta y simultáneamente diversos medios, como imágenes, sonidos y texto, en la transmisión de una información.
- **Dicción:** manera de hablar o escribir, considerada como buena o mala únicamente por el empleo acertado o desacertado de las palabras y construcciones.
- **Expresión:** especificación, declaración de algo para darlo a entender.
- **Comparecencia:** acción y efecto de comparecer. Dicho de una persona: Presentarse ante una autoridad u otra persona.
- **Discrepancia:** disentimiento personal en opiniones o en conducta.
- **Plano:** parte de una película rodada en una sola toma.
- **Conferencia:** exposición oral ante dos o más personas para tratar de algún punto o negocio.
- **Discurso:** razonamiento o exposición sobre algún tema que se lee o pronuncia en público.