



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP0795_3: Gestionar las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal”

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene CARÁCTER RESERVADO, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, ORIENTÁNDOLE en qué medida posee la competencia profesional del "ECP0795_3: GESTIONAR LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN EMPRESAS DE IMAGEN PERSONAL".

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

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

INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

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

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

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

1: Establecer el plan de negocio de la empresa de imagen personal, incluyendo los elementos clave (estudio de mercado, plan de producción, recursos humanos, plan de inversión y amortización, entre otros) para garantizar su viabilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Analizar el estudio de mercado del sector específico de la imagen personal mediante el estudio de la oferta, demanda, precios, canales de distribución, ubicación, competencia, entre otros, para garantizar la viabilidad del proyecto.	☐	☐	☐	☐
1.2: Elaborar el plan de producción de la empresa, adaptándose a la estructura de negocio y describiendo los aspectos tangibles (infraestructura e instalaciones, equipamiento, requerimientos técnicos, políticas de mantenimiento y seguridad, entre otros) e intangibles (nombre comercial, marca, imagen de la empresa, patentes, entre otros) para un funcionamiento eficaz y eficiente de los servicios y/o productos ofertados.	☐	☐	☐	☐
1.3: Determinar los recursos humanos en función del plan de producción, estableciendo los distintos perfiles profesionales necesarios para llevar a cabo un proceso de selección efectivo.	☐	☐	☐	☐
1.4: Definir la estructura legal de la empresa y el plan de inversión y amortización (inversiones a corto, medio y largo plazo, inmovilizado inmaterial, material y financiero, entre otros) necesarios para el inicio y desarrollo de la actividad empresarial para cuantificar la inversión necesaria y el momento en el que se prevé su adquisición e incorporación a la empresa.	☐	☐	☐	☐
1.5: Determinar el plan económico y financiero de la empresa en función de los recursos necesarios a invertir y de las previsiones realizadas en el plan de	☐	☐	☐	☐

1: Establecer el plan de negocio de la empresa de imagen personal, incluyendo los elementos clave (estudio de mercado, plan de producción, recursos humanos, plan de inversión y amortización, entre otros) para garantizar su viabilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
inversión para establecer un diseño económico viable (análisis económico financiero, inversión inicial, fuentes de financiación, cuenta de resultados previsional, entre otros).				
1.6: Elaborar el plan de negocio de la empresa incluyendo el estudio de mercado, plan de producción, recursos humanos, plan de inversión y amortización, plan económico y financiero, entre otros, para valorar su eficacia y eficiencia mediante el cálculo de costes de servicios, ingresos por servicio, punto muerto o umbral de rentabilidad, márgenes y beneficios necesarios, entre otros.	☐	☐	☐	☐
1.7: Secuenciar las distintas fases del plan de negocio (inicio, planificación, ejecución, seguimiento, control y cierre) en un calendario que concrete un orden lógico de trabajo para dar viabilidad, optimizar recursos, esfuerzos y costes derivados de la organización del plan establecido.	☐	☐	☐	☐

2: Establecer el plan de comercialización de la empresa de imagen personal, valorando los servicios y/o productos ofertados para favorecer la diferenciación en el mercado, mejorar la productividad y la fidelización de las personas usuarias.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Valorar la visión general de la empresa, su situación en el mercado y las nuevas tendencias de consumo respecto a los servicios y/o productos del sector de la imagen personal (cosmética novedosa, innovación en servicios, cambios en las técnicas, entre otras) para identificar las futuras necesidades no cubiertas.	☐	☐	☐	☐
2.2: Analizar la propuesta de valor de la empresa y los servicios y/o productos ofertados mediante técnicas de seguimiento comercial de los mismos y herramientas de auto análisis empresarial (DAFO, método directo de conocimiento, imagen pública, entre otras), con el fin de compararlos y diferenciarlos del resto de empresas del sector.	☐	☐	☐	☐
2.3: Definir el público objetivo de la empresa (personas usuarias potenciales), clasificándolos según sus características (edad, género, necesidades, nivel sociocultural, perfil digital, ubicación geográfica, entre otros) para establecer estrategias de comercialización y fidelización personalizadas, tanto online	☐	☐	☐	☐

2: Establecer el plan de comercialización de la empresa de imagen personal, valorando los servicios y/o productos ofertados para favorecer la diferenciación en el mercado, mejorar la productividad y la fidelización de las personas usuarias.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
(redes sociales, publicidad en buscadores, creación o mejora de web, entre otros) como offline (networking, marketing directo, directorios, entre otros).				
2.4: Definir los objetivos a corto, medio y largo plazo, así como las acciones a desarrollar, en el programa de comercialización de la empresa, teniendo en cuenta los factores necesarios para pronosticar el crecimiento, valorar la rentabilidad tanto de forma cuantitativa como cualitativa y recoger fórmulas que favorezcan la ampliación y retención de la cartera de clientes (relaciones duraderas, marca personal, experiencias personalizadas, escucha activa, diferenciación, entre otras).	☐	☐	☐	☐
2.5: Evaluar las estrategias y objetivos propuestos de forma periódica, analizando los indicadores clave de rendimiento o desempeño de aspectos objetivos, realizando cambios, ajustes y/o mejoras si fuera necesario para aumentar la productividad, competitividad y eficiencia de la empresa.	☐	☐	☐	☐

3: Gestionar los recursos humanos, considerando las competencias profesionales requeridas, los convenios colectivos y siguiendo la política de la empresa para garantizar su buen funcionamiento.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Preseleccionar el personal, en función de los puestos de trabajo o colaboraciones externas a crear o cubrir, teniendo en cuenta la promoción interna y atendiendo a los perfiles demandados por la empresa.	☐	☐	☐	☐
3.2: Comprobar el nivel profesional y capacidad de trabajo en equipo de las personas aspirantes a ingresar en las diferentes áreas de la empresa, mediante pruebas teórico-prácticas valorando la calidad técnico-artística de los trabajos realizados en ejercicios simulados.	☐	☐	☐	☐
3.3: Adecuar la retribución y el tipo de contrato al nivel demostrado y al puesto de trabajo y/o colaboración a desempeñar, comunicando la remuneración, permisos, formación, promoción interna, entre otros.	☐	☐	☐	☐
3.4: Explicar las funciones con precisión a cada nueva persona integrante del equipo y/o personas colaboradoras externas, utilizando los soportes requeridos como bocetos, informes técnicos, protocolos de trabajo, entre otros.	☐	☐	☐	☐

3: Gestionar los recursos humanos, considerando las competencias profesionales requeridas, los convenios colectivos y siguiendo la política de la empresa para garantizar su buen funcionamiento.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.5: Entregar la información sobre los riesgos genéricos y específicos del puesto de trabajo, sus medidas de prevención y las normas básicas de actuación en caso de emergencias, evacuación y primeros auxilios al trabajador por medio escrito, verificando que comprende dicha documentación y actualizando esta información en caso de producirse modificaciones.	☐	☐	☐	☐
3.6: Comunicar los protocolos de sustitución establecidos por la empresa, a cada integrante del equipo del trabajo, aplicándose, en caso de ausencia laboral, para que el desarrollo de las actividades profesionales sea mínimamente afectado.	☐	☐	☐	☐
3.7: Negociar los acuerdos económicos y de relación profesional, en el caso de las personas colaboradoras externas, firmándose el correspondiente contrato de prestación de servicio.	☐	☐	☐	☐
3.8: Archivar la documentación asociada a la gestión los recursos humanos como contratos, nóminas, titulaciones, certificados individuales de salud y/o vacunas vigentes, seguros de responsabilidad civil profesional y locativa, entre otros, clasificándose y entregándose a la persona responsable de la gestión económica y/o administrativa, en su caso.	☐	☐	☐	☐

4: Coordinar equipos de trabajo o profesionales de las diferentes áreas, para la planificación de las actividades laborales, introduciendo acciones de formación adaptando la empresa a las exigencias del mercado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Organizar los equipos de trabajo teniendo en cuenta los recursos materiales disponibles, tipos de procesos o servicios que se prestan atendiendo al horario comercial y/o duración de los servicios.	☐	☐	☐	☐
4.2: Asegurar la planificación de la agenda, plazos y tiempos de ejecución de los trabajos técnicos y artísticos, confirmando que se corresponden con el protocolo establecido en la empresa, teniendo en cuenta las posibles demoras que puedan surgir.	☐	☐	☐	☐

4: Coordinar equipos de trabajo o profesionales de las diferentes áreas, para la planificación de las actividades laborales, introduciendo acciones de formación adaptando la empresa a las exigencias del mercado.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.3: Distribuir los trabajos atendiendo al nivel de competencia profesional, especialidad y horario de cada una de las personas colaboradoras o integrantes del equipo y espacios disponibles.	☐	☐	☐	☐
4.4: Proponer los planes de formación sobre productos, la utilización de aparatos, aprendizaje de técnicas, prevención de riesgos laborales, medidas de seguridad e higiene, protección de datos, primeros auxilios, entre otros, a los equipos de trabajo o profesionales, teniendo en cuenta su nivel de conocimientos, medios disponibles, contenidos a impartir, temporalización, para actualizar y unificar las técnicas profesionales de los diferentes servicios y/o procesos.	☐	☐	☐	☐
4.5: Elaborar las pautas de actuación en la formación interna estableciendo metodología didáctica dinámica y motivadora, procedimientos de evaluación y seguimiento de los trabajos, haciendo prácticas específicas de cada caso.	☐	☐	☐	☐
4.6: Elaborar las propuestas informativas dirigidas a las personas usuarias sobre productos, aparatos o servicios en función de sus demandas y necesidades.	☐	☐	☐	☐

5: Elaborar protocolos (atención al personal usuario, protección de datos, comunicación interna, medidas de seguridad y salud, de procedimientos técnicos, primeros auxilios, entre otros) para prestar un servicio unificado y de calidad, conforme a la normativa aplicable en cada caso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Elaborar los protocolos, estableciendo los objetivos, identificando sus fases, técnicas, temporalización y material necesario, en su caso, comunicando y explicando al equipo de trabajo la naturaleza de los cambios que se puedan producir y comprobando que comprenden las nuevas instrucciones técnicas, aclarando las dudas para evitar posibles desviaciones.	☐	☐	☐	☐
5.2: Establecer los protocolos en función del lugar de aplicación (salones de peluquería, institutos de belleza, centros de estética, centros de bronceado,	☐	☐	☐	☐

5: Elaborar protocolos (atención al personal usuario, protección de datos, comunicación interna, medidas de seguridad y salud, de procedimientos técnicos, primeros auxilios, entre otros) para prestar un servicio unificado y de calidad, conforme a la normativa aplicable en cada caso.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
centros capilares, centros de micropigmentación, centros de tatuaje, domicilios, centros de institucionalización, entre otros), teniendo en cuenta tanto sus características como las de las personas usuarias y cumpliendo las condiciones administrativas y sanitarias, entre otras, establecidas por la normativa aplicable.				
5.3: Establecer las normas de seguridad y salud en el trabajo (higiene, ergonomía, primeros auxilios, gestión de residuos de los diferentes procesos, entre otros) según la normativa aplicable en cada caso, revisando su cumplimiento.	☐	☐	☐	☐
5.4: Elaborar los protocolos de comunicación interna de la empresa teniendo en cuenta que sea fluida, precisa y que la información llegue de forma clara al equipo y personas con las que se colabora, utilizando estrategias de asertividad (escucha activa, retroalimentación, empatía, entre otras), facilitando el trabajo y la motivación.	☐	☐	☐	☐
5.5: Elaborar los protocolos de comunicación para satisfacer las necesidades y expectativas de las personas usuarias y evaluar la calidad de los servicios, teniendo en cuenta los distintos canales de comunicación empleados (teléfono, correo electrónico, mensajería instantánea, atención presencial, entre otras), la utilización de estrategias de comunicación asertiva (escucha activa, retroalimentación, empatía, entre otras), fórmulas de cortesía, fases de los diferentes trabajos y servicios, inmediatez de la información, explicaciones para la interpretación de los mensajes, tratamiento de las reclamaciones para resolver los conflictos de modo satisfactorio y normas deontológicas de obligado cumplimiento.	☐	☐	☐	☐
5.6: Establecer los procedimientos de pago, estimación de presupuestos, facturación, cobro, cierre y seguridad de la caja, relación con proveedores, precios de productos, técnicas de seguimiento y fidelización de las personas usuarias, comunicándose al equipo de trabajo para su aplicación.	☐	☐	☐	☐
5.7: Recopilar la información y documentación sobre las personas usuarias (datos de identificación, consentimiento informado, material gráfico, como fotos previas y posteriores, entre otra), en las fichas técnicas, artísticas, informes u otras, recogiendo datos referentes a resultados de estudios previos, al asesoramiento proporcionado y procesos y técnicas propuestas, entre otros, cumplimentando los apartados requeridos para que la documentación quede clara y bien especificada, garantizando la confidencialidad de esta información según la normativa vigente de protección y recopilación de datos.	☐	☐	☐	☐

6: Gestionar las operaciones de aprovisionamiento, almacenamiento de material (lencería, aparatos, útiles, instrumentos, accesorios y cosméticos, entre otros) y contrato de servicios a empresas externas para su disponibilidad en las actividades desarrolladas en empresas de imagen personal.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Establecer las necesidades de material, acordándolos con cada empresa proveedora en función de los servicios y/o productos ofertados, de las características de cada artículo (caducidad, volumen, precio, entre otros), necesidades de reposición de estos, y sistemas de control de inventario y existencias.	☐	☐	☐	☐
6.2: Establecer los contratos de aprovisionamiento del material y prestación de servicios (gestión de residuos, control de esterilización, mantenimiento informático, entre otros) con las empresas correspondientes teniendo en cuenta la demanda prevista, características de cada artículo (caducidad, volumen, precio, entre otros) y servicio, y la normativa aplicable en cada caso.	☐	☐	☐	☐
6.3: Ubicar el espacio destinado al almacén, verificando que reúne los requisitos específicos (ventilación, humedad, temperatura, entre otros) para la conservación de los materiales y reservando espacios específicos para el almacenamiento de residuos, clasificados en contenedores según su naturaleza, previo a su retirada por la empresa responsable, según la normativa de almacenamiento y de gestión de residuos aplicable.	☐	☐	☐	☐
6.4: Mantener el material almacenado constantemente en condiciones de orden, limpieza y seguridad a fin de evitar cualquier riesgo de incendio, explosión, contaminación del medio, toxicidad, corrosión, reactividad con otros productos o con el entorno e incompatibilidad, entre otros.	☐	☐	☐	☐
6.5: Verificar la disponibilidad de existencias del material del establecimiento, según inventario, sistemas de control de existencias, calidad y caducidad de los productos almacenados.	☐	☐	☐	☐
6.6: Archivar la documentación generada en las operaciones de aprovisionamiento de material (presupuestos, hojas de pedido, albaranes, facturas, certificados de homologación de productos, entre otras) y contrato de servicios a empresas externas, según la normativa aplicable, entregándola a la persona responsable de la gestión económica y/o administrativa, en su caso.	☐	☐	☐	☐

7: Valorar la calidad global de procesos y resultados para optimizar el servicio prestado, proponiendo medidas correctoras en caso de desviación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Establecer los indicadores y estándares de calidad por la empresa, en relación con la gestión y organización de los servicios prestados en el establecimiento de imagen personal, para optimizar los resultados previstos y corregir desviaciones que se han podido producir en el proceso.	☐	☐	☐	☐
7.2: Controlar la calidad de la gestión y organización de los equipos de trabajo, personal colaborador, así como los servicios y/o productos realizados, supervisando el cumplimiento de los protocolos de trabajo, la satisfacción de las personas usuarias y los resultados obtenidos, corrigiendo las posibles desviaciones que se han podido producir en el proceso.	☐	☐	☐	☐
7.3: Medir la calidad de la gestión y organización de las acciones formativas mediante metodologías cualitativas y cuantitativas (impacto directos e indirectos, satisfacción de las personas participantes, impacto de cadena de valor, entre otras) para conocer la eficacia, rentabilidad, beneficios y el retorno de la inversión.	☐	☐	☐	☐
7.4: Modificar los protocolos elaborados por la empresa en función de los errores e incidencias detectados durante los procesos, actualización de las técnicas, quejas y/o reclamaciones de las personas usuarias.	☐	☐	☐	☐
7.5: Valorar la atención a las personas usuarias midiendo su grado de satisfacción (trato de la atención, rapidez de respuesta, resolución efectiva de problemas, entre otros), proponiendo, en su caso, medidas correctoras para corregir las posibles desviaciones.	☐	☐	☐	☐
7.6: Validar las acciones promocionales para la captación y fidelización de personas usuarias mediante el seguimiento comercial de las mismas, proponiendo posibles cambios en los servicios y/o productos ofertados, para diseñar acciones que permitan mejorar su eficacia.	☐	☐	☐	☐
7.7: Resolver las quejas y/o reclamaciones acorde al protocolo establecido en la empresa, aplicando normas deontológicas de obligado cumplimiento, intentando resolverlo en primera instancia en la empresa, y si no fuera posible, tramitando la cumplimentación y envío de la documentación a la administración de consumo correspondiente.	☐	☐	☐	☐