



# PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

## TRANSVERSAL

### CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

#### ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP1237\_2: ATENDER A LA CLIENTELA EN LOS SERVICIOS DE REALIZACIÓN DE PRENDAS A MEDIDA Y/O SEMIMEDIDA”

#### 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 "ECP1237\_2: ATENDER A LA CLIENTELA EN LOS SERVICIOS DE REALIZACIÓN DE PRENDAS A MEDIDA Y/O SEMIMEDIDA".

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

## 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.

<b>1: Atender a la clientela, informando de los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida que se ofrecen.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Transmitir la información a la clientela, utilizando un lenguaje claro y conciso, manteniendo una actitud educada y moderada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Identificar las necesidades de la clientela, con técnicas de escucha activa, a fin de poder ofrecerle el servicio que necesita.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Ofrecer el asesoramiento a la clientela, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Solicitar los datos personales de la clientela, registrándolos en la herramienta de gestión de relación con la clientela e informándola sobre la política de protección de datos de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Aprobar los tipos de prendas, asesorando a la clientela sobre la talla y la conveniencia de uno u otro tipo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.6: Evitar las esperas innecesarias ante una petición de la clientela que requiera de un mayor tiempo para su respuesta, informando a la clientela de ello.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.7: Promover la futura relación comercial con la clientela, utilizando una expresión oral o escrita que garantice su comprensión y que sea amable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>1: Atender a la clientela, informando de los servicios de realización de prendas a medida y/o semimedida que se ofrecen.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.8: Resolver los problemas o quejas que puedan surgir en la compra, escuchando a la clientela, conociendo las políticas de devolución y cambio de la empresa, así como proponiendo soluciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Identificar la información/documentación del archivo documental del que se disponga, aplicándolo en los proyectos de realización de prendas a medida y/o semimedida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Consultar las fuentes de información del fondo documental, seleccionando la información, teniendo en cuenta las tendencias de actualidad y los requerimientos de la clientela para asesorarla con calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Determinar las características, necesidades y demandas de la clientela, para realizar los bocetos técnicos que va a incluir la propuesta del proyecto, respetando los niveles de calidad exigidos por la clientela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Elaborar el proyecto de confección a medida y/o semimedida de prendas o artículos del vestir, conjugando las demandas, expectativas y necesidades expresadas por la clientela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Transmitir la información relativa al proyecto de realización de prendas a medida y/o semimedida (viabilidad, presupuesto y plazo de entrega, entre otros) a la clientela, con claridad y exactitud, empleando las herramientas de comunicación disponibles, para someterla a su aprobación.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Ordenar la información suministrada, expresando un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7: Ofrecer los productos complementarios a la clientela, identificándolos, teniendo en cuenta el tipo de prenda que ha adquirido.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Aplicar las técnicas de detección e identificación de las demandas y necesidades de la clientela, seleccionando y ofreciendo el servicio que se ajusta a sus requerimientos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Valorar los materiales, según los precios indicados en la tarifa aplicable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Calcular el coste del servicio, en función de su complejidad, del tiempo previsto para cada operación y del proceso total, a fin de incluirlo en el precio final.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Calcular los tiempos de cada operación y del proceso total, teniendo en cuenta los correspondientes a cada uno de ellos (suministro de materiales, esperas, interferencias, entre otros).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Calcular la cantidad de materiales específicos, en función de la complejidad del proyecto para incluirlo en el precio final, con criterios de rentabilidad, sin menoscabo de la calidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Archivar la información recogida o suministrada, expresándola en un lenguaje claro y comprensible, cumplimentando la ficha técnica de forma convencional o mediante medios informáticos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7: Calcular el presupuesto, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.8: Organizar la información generada referente al presupuesto, así como la viabilidad y plazo de entrega del proyecto, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Recepcionar la demanda del proyecto, de forma sistemática, de acuerdo al protocolo de actuación de la empresa, cumplimentando las fichas disponibles, en soporte físico y/o digital.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Registrar los datos de la clientela, tipo de encargo solicitado, entre otros, de forma inequívoca en formato físico y/o digital, así como con los medios destinados para tal fin.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Analizar los materiales que entrega la clientela, en su caso, midiéndolos, y formalizando la ficha específica para la disposición en los contenedores o áreas dispuestas al efecto, permitiendo su fácil localización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Aplicar las condiciones de contrato establecidas en las negociaciones del presupuesto, fijando las fechas de pruebas y plazo de entrega del encargo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Actualizar el fichero de la clientela, registrando la información que se va recopilando, a fin de mantenerlo disponible ante cualquier eventualidad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Mostrar el encargo a medida a la clientela, comprobando que se ajusta a sus requerimientos funcionales y estéticos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Escuchar la demanda de la clientela, en el caso de reclamaciones, de forma amable, adoptando una actitud positiva y ofreciendo soluciones concretas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Resolver las reclamaciones, en su caso, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>6: Utilizar redes sociales y otros canales de venta, teniendo en cuenta el perfil de la clientela al que queremos captar, a fin de incrementar el volumen de ventas de la empresa.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Identificar los canales de venta y redes sociales, eligiendo entre los disponibles el que se adapta al tipo de negocio de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Crear los perfiles en las redes sociales seleccionadas, manteniéndolos actualizados, subiendo contenido relevante y atractivo para el público objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3: Publicar las fotografías y descripciones detalladas de los productos que se ofertan en las redes sociales seleccionadas, destacando sus características y beneficios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4: Resolver las consultas formuladas a través de redes sociales, a la mayor brevedad posible, siguiendo criterios de prioridad.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5: Proponer los nuevos canales de venta en línea y en físico, investigando las novedades existentes en el mercado y estudiando a las empresas de la competencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6: Aplicar las oportunidades de mejora y los ajustes específicos en la estrategia de marketing, analizando los indicadores de desempeño en las redes sociales y otros canales de venta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.7: Archivar los datos recopilados de la clientela, en formato físico y/o digital, informándola previamente, de la política de protección de datos de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>7: Promocionar la marca de la empresa, asistiendo a ferias y eventos, trabajando con influencers, entre otros, a fin de darle visibilidad.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Definir la marca personal, con estrategias de branding, transmitiendo valores, calidad, exclusividad y compromiso con el medio ambiente y el bienestar animal.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.2: Investigar el mercado, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>7: Promocionar la marca de la empresa, asistiendo a ferias y eventos, trabajando con influencers, entre otros, a fin de darle visibilidad.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.3: Definir el público objetivo, identificando y segmentando el mercado, adaptando estrategias de marketing, según el perfil de consumidores interesados en los productos de la empresa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.4: Crear el contenido en redes sociales y otros canales, reflejando la esencia y valores de la marca.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.5: Ofrecer el servicio a la clientela, respondiendo a la mayor brevedad posible a sus preguntas y necesidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.6: Conseguir la visibilidad de la marca y los contactos, participando en ferias, congresos, con influencers y profesionales del sector, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7.7: Ofrecer los descuentos y promociones especiales a la clientela, mediante estrategias comerciales (descuentos por volumen de compra, por fechas especiales, entre otras) a fin de atraerla y fidelizarla.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>