



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP1248_3: Realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados”

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 "ECP1248_3: Realizar el estudio de la imagen personal para proponer proyectos de cambio personalizados".

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: Crear una base de datos, reuniendo información para establecer los patrones estéticos para el desarrollo de asesoría en imagen personal.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Establecer la clasificación de clientela tipo, en función de las características físicas, del perfil emocional, del estilo de vida (hábitos de ocio, horarios, tipo de trabajo, entre otros) y de las características sociolaborales (empleo, posición, remuneración, sector productivo, entre otros).	☐	☐	☐	☐
1.2: Establecer los cánones de belleza, según los que se fijan pautas a seguir en asesoría de imagen, con la información obtenida de multitud de fuentes vinculadas a la clientela.	☐	☐	☐	☐
1.3: Crear la clasificación de estilos en función de criterios estéticos de moda, edad, género, condiciones sociales, laborales, entre otros, con el objetivo de obtener un perfil de la clientela y facilitar su proceso de asesoramiento de imagen.	☐	☐	☐	☐
1.4: Establecer el fichero de personal especialista colaborador, para, en caso de que sea necesario, poder acudir a este (personal de estilismo, nutrición, maquillaje, entrenamiento personal, peluquería, personal experto en protocolo, usos sociales y habilidades comunicativas, centros de estética, entre otros).	☐	☐	☐	☐
1.5: Organizar los archivos de la documentación según los criterios establecidos (en orden de mayor a menor importancia) y atendiendo a las materias que configuran la imagen personal: estética, peluquería, estilismo, comunicación, protocolo y usos sociales, entre otros (normas de comportamiento, urbanidad, educación, convivencia).	☐	☐	☐	☐

2: Elaborar la documentación técnica necesaria para llevar a cabo los proyectos de asesoría en imagen personal, a partir de los recursos obtenidos para el desarrollo de los procesos implicados.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Elaborar la documentación utilizada para el desarrollo de proyectos de asesoría de imagen personal, dependiendo de las necesidades de cada área de trabajo (morfología, somatotipos, visagismo, estudio de color, estilo, comunicación, normativa, entre otras).	☐	☐	☐	☐
2.2: Elaborar los documentos de base para el desarrollo del proyecto de asesoría de imagen personal como fichas, cuestionarios para el estudio de la clientela, informes para el personal de colaboración, propuestas y presupuestos, contratos, entre otros, con los datos y especificaciones técnicas obtenidos, utilizando soportes manuales o informáticos.	☐	☐	☐	☐
2.3: Organizar la documentación necesaria para el estudio y análisis de la clientela, teniendo en cuenta las características antropométricas (talla, peso, envergadura, pliegues y perímetros corporales), físicas (color pelo, ojos, tono piel, forma rostro, forma de las manos y forma del cabello), emocionales (empáticos, risueños, respetuosos, creativos, formales, entre otros), sociales (entorno social, familiar), laborales (empleo, remuneración, horarios), entre otras.	☐	☐	☐	☐
2.4: Elaborar el material gráfico para la identificación de los criterios estéticos de la clientela, organizando los aspectos necesarios como muestras de objetos, texturas textiles, complementos, accesorios, prendas de vestir, calzado, maquillaje, peinados, otros, de diferentes colores y estilos.	☐	☐	☐	☐
2.5: Identificar las técnicas de diseño y las aplicaciones informáticas necesarias para la realización de bocetos de las diferentes propuestas, seleccionando las más adecuadas a cada área (morfología, somatotipos, visagismo, estilo, comunicación, estudio de color, entre otros).	☐	☐	☐	☐

3: Analizar la imagen personal de la clientela, valorando esta e identificando las áreas de posible mejora para definir las necesidades de la misma, teniendo en cuenta la ley de protección de datos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Seleccionar la documentación técnica, los posibles medios a utilizar y los recursos necesarios para el estudio y análisis de la clientela, revisando éstos	☐	☐	☐	☐

3: Analizar la imagen personal de la clientela, valorando esta e identificando las áreas de posible mejora para definir las necesidades de la misma, teniendo en cuenta la ley de protección de datos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
para comprobar que se encuentran preparados para comenzar el trabajo de asesoría de imagen.				
3.2: Recepcionar la clientela, acomodándola en el lugar adecuado para favorecer el diálogo, la observación y el estudio de sus características.	☐	☐	☐	☐
3.3: Transmitir a la clientela la información del proceso, de los tipos de cuestionarios y las pruebas que se van a realizar, utilizando una técnica de comunicación clara y concisa, justificándole la realización de las mismas, además de requerir su firma en un consentimiento informado para llevar a cabo los trabajos	☐	☐	☐	☐
3.4: Identificar las características mediante la observación directa, anotando estas en la ficha personalizada, demostrando a la clientela la necesidad de cambios: características morfológicas, proporciones del cuerpo, tipo de silueta, inestetismos, medidas antropométricas, tipo de rostro, entre otros, y otro tipo de características motivo de estudio como maquillaje, visagismo, estudio de color, entre otros.	☐	☐	☐	☐
3.5: Plantear durante la entrevista, las preguntas con las que se busca analizar los hábitos de vida de la clientela (laboral, social y cultural), reconociendo así sus necesidades reales, valorando la posibilidad de otras actuaciones en el campo de la comunicación, habilidades sociales, protocolo, entre otros.	☐	☐	☐	☐
3.6: Analizar la forma de comunicación y actitudes (forma de comportarse, comunicarse, habilidades, destrezas) de la clientela mediante la observación directa y la grabación en soportes audiovisuales de sus gestos, movimientos, posturas, proyección espacial, entre otros.	☐	☐	☐	☐

4: Elaborar propuestas de transformación de imagen con un plan de actuación, teniendo en cuenta las necesidades y demandas de la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Recoger los aspectos y las sugerencias para realizar los bocetos de la figura final planteada de los cambios en la ficha sobre las demandas de la clientela, realizando las sugerencias sobre métodos, productos y técnicas que se consideren más adecuadas para la consecución de la propuesta.	☐	☐	☐	☐

4: Elaborar propuestas de transformación de imagen con un plan de actuación, teniendo en cuenta las necesidades y demandas de la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.2: Seleccionar la documentación necesaria: formularios, fichas, fotografías, grabaciones, otros, cumplimentándola y organizándola para elaborar el proyecto de asesoría de imagen personal.	☐	☐	☐	☐
4.3: Identificar las áreas que requieran cambios en la clientela (morfología, visagismo, estilo, maquillaje, peluquería, usos sociales (comportamiento, saber estar, protocolo, normas en la mesa, invitaciones), comunicación, entre otros, describiendo los trabajos que se van a realizar en cada uno de esos campos.	☐	☐	☐	☐
4.4: Realizar las propuestas virtuales de cambios de imagen en las áreas de peinado, maquillaje, vestuario, otras, a través de aplicaciones informáticas específicas, tomando como base las características físicas de la clientela.	☐	☐	☐	☐
4.5: Especificar los tratamientos corporales y faciales, peinado, maquillaje y el estilismo en el vestir, y pautas necesarias para el cambio de hábitos (formas de comportamiento en sociedad), mejora de habilidades sociales y de expresión (forma comunicación, expresión y lenguaje) en las propuestas con un esquema de procedimientos, desarrollados y justificados	☐	☐	☐	☐
4.6: Elaborar el plan de actuación, coordinando los trabajos y especialistas que van a colaborar, incluyendo plazos, horarios y precios, adaptando el proyecto a las necesidades y posibilidades de la clientela.	☐	☐	☐	☐
4.7: Elaborar el presupuesto y los plazos de realización acordados y los costes añadidos por posibles desviaciones, en el formato establecido (papel o digital), detallando con precisión los aspectos para su presentación y aprobación.	☐	☐	☐	☐
4.8: Representar las propuestas de la transformación en las áreas (morfología, visagismo, color, estilo, maquillaje, peluquería, comunicación, entre otros) que componen la imagen personal, visualmente, en soporte papel o informático para una mejor comprensión por parte de la clientela.	☐	☐	☐	☐

5: Seleccionar al personal profesional necesario para la ejecución del proyecto de cambio de imagen, coordinando su ejecución técnica, gestionando las condiciones de colaboración y supervisando la realización del trabajo, según los objetivos del plan de actuación.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Incluir los datos del personal profesional colaborador: personal encargado de peluquería, estilismo, nutrición, entrenamiento personal, entre otros, así como su especialidad, relación calidad-precio, situación geográfica, horario de atención a la clientela, en la documentación y ficheros, con el fin de seleccionar al más adecuado en cada caso para llevar a cabo los servicios que se han acordado con la clientela.	☐	☐	☐	☐
5.2: Incluir los detalles técnicos, de estilos, de efectos pretendidos, entre otros en la demanda de colaboración de cada uno de los servicios, acompañándolos de información gráfica, reflejándolos en la ficha y en el informe.	☐	☐	☐	☐
5.3: Acordar entre las dos partes, el acuerdo temporal y económico respecto a la ejecución de los servicios de cambio de imagen, teniendo en cuenta la disposición de tiempo de la clientela y coordinando todas las áreas (morfología, visagismo, color, estilo, maquillaje, peluquería, comunicación, entre otros).	☐	☐	☐	☐
5.4: Aprobar los contratos de colaboración con los diferentes tipos de personal especialista (peluquería, maquillaje, nutricionista, entrenador personal, entre otros) que reflejan los aspectos técnicos, económicos, planificación del tiempo, resultados esperados, entre otros, firmándolos antes de comenzar el proceso.	☐	☐	☐	☐

6: Presentar las propuestas sobre el cambio de imagen personal para la aceptación por parte de la clientela, generando diferentes opciones de asesoría.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Presentar las propuestas, así como los efectos que producirán los cambios sobre su imagen, a la clientela, utilizando técnicas de comunicación adecuadas a su perfil, asegurándose de que se resuelven las dudas que puedan surgir durante la presentación.	☐	☐	☐	☐
6.2: Completar las propuestas presentadas con el material visual necesario: fotos, álbum de estilos, bocetos, presentaciones realizadas con programas informáticos específicos para cambios de imagen, entre otros, para que la clientela tenga una idea lo más clara posible de los posibles resultados que se van a obtener con el trabajo a realizar.	☐	☐	☐	☐

6: Presentar las propuestas sobre el cambio de imagen personal para la aceptación por parte de la clientela, generando diferentes opciones de asesoría.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.3: Presentar las propuestas a la clientela mediante un lenguaje explícito, claro, sin utilizar tecnicismos, asegurándose de que se resuelven las dudas que puedan surgir durante el diálogo.	☐	☐	☐	☐
6.4: Comunicar la información del calendario de actuación, el presupuesto y la confidencialidad de sus datos a la clientela, solicitando su autorización por escrito para llevar a cabo el proyecto de asesoría de imagen personal.	☐	☐	☐	☐

7: Valorar la calidad del asesoramiento en cambios personalizados para garantizar la satisfacción de la clientela y en caso de desviaciones, proponer medidas correctoras.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
7.1: Identificar las áreas susceptibles de evaluación, haciendo un estudio previo y teniendo en cuenta el manual de calidad y sus elementos (normas, procedimientos, plan de formación y registros), especificando que, quién y cómo se ejecutan las acciones.	☐	☐	☐	☐
7.2: Configurar los cuestionarios de evaluación y entrevistas a la clientela según el servicio y sus fases, incluyendo los datos necesarios, tanto sobre el resultado del servicio como de la calidad del trato recibido observado, fijando previamente la intervención del personal en dichos procesos.	☐	☐	☐	☐
7.3: Comprobar la calidad del personal técnico, la valoración de sus competencias y el trato con la clientela mediante técnicas de entrevista, encuestas y de estudio de resultados de los servicios.	☐	☐	☐	☐
7.4: Proponer el procedimiento para establecer medidas correctoras capaces de corregir los servicios prestados ante la valoración de la calidad, adecuándose a las características del espacio en el que la clientela es atendida.	☐	☐	☐	☐