



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP1251_3: Asesorar sobre cambios en la imagen personal mediante la indumentaria y los complementos”

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 "ECP1251_3: Asesorar sobre cambios en la imagen personal mediante la indumentaria y los complementos".

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: Analizar las características sociolaborales (profesión, puesto de trabajo, actividades de ocio y complejos a la hora de vestir, alteraciones estéticas debidas a situaciones post - traumáticas o post - quirúrgicas (alopecias por quemaduras, enfermedades, entre otras)), morfológicas (tallaje, visagismo y morfotipo), colorimetría, preferencias (ropa holgada-entallada, cómoda-elegante, estampados, tipos de tejidos, entre otros), y los datos de la clientela para proponer la asesoría en vestuario y complementos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Recepcionar a la clientela preparando a la misma en un lugar acogedor, que favorezca el diálogo, así como la observación y el estudio de sus características físicas y emocionales con influencia en el vestuario.	☐	☐	☐	☐
1.2: Entrevistar a la clientela en base a cuestionarios sobre las demandas (asesoría puntual o integral), y la autopercepción de ella misma, dependiendo si es una asesoría puntual o bien global.	☐	☐	☐	☐
1.3: Enfocar la información requerida en los cuestionarios sobre necesidades de vestuario, emocionales y sociales (sensaciones a la hora de vestir), profesionales, de ocio, dificultades a la hora de vestirse, falta de tiempo, falsas creencias en cuanto a la moda, prejuicios, complejos corporales expectativas y lo relativo a su imagen personal.	☐	☐	☐	☐
1.4: Observar la clientela de forma directa tomando diferentes medidas antropométricas (altura y medidas de contornos), utilizando instrumentos de análisis (cinta métrica, tallímetro, báscula pesapersonas, entre otros) para conocer su estructura corporal y morfotipo (mesomorfo, ectomorfo o endomorfo), así como definirlo en un canon de belleza o silueta, según lo establecido en el momento actual, teniendo en cuenta también la piel y el cabello para análisis de color.	☐	☐	☐	☐

1: Analizar las características sociolaborales (profesión, puesto de trabajo, actividades de ocio y complejos a la hora de vestir, alteraciones estéticas debidas a situaciones post - traumáticas o post - quirúrgicas (alopecias por quemaduras, enfermedades, entre otras)), morfológicas (tallaje, visagismo y morfotipo), colorimetría, preferencias (ropa holgada-entallada, cómoda-elegante, estampados, tipos de tejidos, entre otros), y los datos de la clientela para proponer la asesoría en vestuario y complementos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.5: Presentar los álbumes de tipos de estilo, tendencias actuales, marcas, personal profesional de diseño e iconos de moda a la clientela, con el fin de conocer sus preferencias para poder crear su estilo personal.	☐	☐	☐	☐
1.6: Identificar la paleta de color del vestuario y complementos más adecuado a las características de la clientela, con el test del color, (que se realiza, aplicando luz frontal directa natural frente a la clientela con rostro despejado), muestrarios de telas y complementos de colores, aplicando criterios de armonía y/o contraste.	☐	☐	☐	☐
1.7: Analizar los factores que influyen en la elegancia personal: gestos, movimientos, posturas, expresiones y los aspectos esenciales a considerar para la elaboración de las propuestas mediante la observación directa, fotografías y la grabación en soportes audiovisuales.	☐	☐	☐	☐
1.8: Registrar la información obtenida, imágenes y grabaciones en documentos específicos, guardándose en el dossier de la clientela.	☐	☐	☐	☐

2: Elaborar las propuestas técnicas, motivacionales (que impulsen a la clientela a adoptar una conducta abierta en pos del objetivo marcado) y estéticas, así como el plan de actuación conjunta con los posibles cambios a efectuar en la indumentaria, complementos, accesorios, hábitos y comportamiento, favoreciendo la circularidad textil y sostenibilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Adecuar los cánones estéticos, los estilos y prendas de ropa atemporales tales como: vaqueros, camisa blanca, americana, vestido de cóctel, entre otros y las tendencias de moda se consultan, así como los cánones de la moda ética, para elaborar las propuestas de asesoría en estilismo en el vestir que a la clientela, teniendo en cuenta el propio estilo de la misma, sus características físicas, su entorno social y laboral, así como las normas de protocolo en el vestir	☐	☐	☐	☐

2: Elaborar las propuestas técnicas, motivacionales (que impulsen a la clientela a adoptar una conducta abierta en pos del objetivo marcado) y estéticas, así como el plan de actuación conjunta con los posibles cambios a efectuar en la indumentaria, complementos, accesorios, hábitos y comportamiento, favoreciendo la circularidad textil y sostenibilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
y técnicas de comunicación como soporte y ayuda para que adquiera seguridad y manejo con el entorno tras sus cambios físicos y/o estéticos.				
2.2: Seleccionar la documentación necesaria: formularios, fichas, fotografías, imágenes web, infografías, grabaciones, entre otros, cumplimentando y organizando cada una de ellas para elaborar la propuesta técnica.	☐	☐	☐	☐
2.3: Elaborar la propuesta que incluye información sobre cortes, tejidos y colores que mejor se adapta a la imagen de la clientela y a sus necesidades, así como sobre tendencias, firmas y marcas de prendas de vestir y complementos que encajen en las necesidades y demandas de la misma, favoreciendo la circularidad textil y sostenibilidad.	☐	☐	☐	☐
2.4: Elegir los colores y tonos recomendados y sus posibles combinaciones, de acuerdo a las características físicas de la clientela: piel, cabello, ojos, características corporales, desproporciones que se deseen disimular, así como con alteraciones estéticas debidas a situaciones post - traumáticas o post - quirúrgicas que posea la clientela.	☐	☐	☐	☐
2.5: Conjuguar los aspectos de las diferentes propuestas de asesoría, en cuanto a formas, tejidos, colores y tonos recomendados, con los diferentes estilos y tendencias, adaptándolos a las características y gustos de la clientela y a las circunstancias en las que se vayan a lucir.	☐	☐	☐	☐
2.6: Armonizar las propuestas de indumentaria y complementos con el estilo de peinado y maquillaje, teniendo en cuenta, características de los diferentes medios audiovisuales y/o escénicos, si fuera necesario, así como las propias de modificación de aspecto o de creación de conflicto con la pantalla, para elaborar la propuesta de asesoramiento.	☐	☐	☐	☐
2.7: Elaborar los bocetos de las propuestas de asesoría, utilizando técnicas de expresión gráfica y/o aplicaciones informáticas específicas.	☐	☐	☐	☐
2.8: Elaborar el plan de actuación a seguir, con el fin de coordinar los trabajos y al personal especialista colaborador con los detalles sobre los trabajos que deben realizar, así como los plazos, horarios, presupuesto, costes añadidos por posibles desviaciones, otros, adaptándolos a las necesidades y posibilidades de la clientela.	☐	☐	☐	☐

2: Elaborar las propuestas técnicas, motivacionales (que impulsen a la clientela a adoptar una conducta abierta en pos del objetivo marcado) y estéticas, así como el plan de actuación conjunta con los posibles cambios a efectuar en la indumentaria, complementos, accesorios, hábitos y comportamiento, favoreciendo la circularidad textil y sostenibilidad.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4

3: Presentar las propuestas técnicas de los posibles cambios a efectuar en la indumentaria, complementos y accesorios, favoreciendo el respeto por el medio ambiente mediante prendas que cumplan con certificados ecológicos, para la aprobación por la clientela.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Presentar la propuesta técnica a la clientela, utilizando técnicas de comunicación (verbal o escrita, asertiva y de diálogo o entrevista) de forma presencial o bien en línea, de acuerdo a su perfil emocional.	☐	☐	☐	☐
3.2: Complementar las propuestas presentadas con el material visual necesario: fotos, esquemas, bocetos, soporte informático y otros, con el fin de proporcionar a la clientela una idea clara de los resultados previstos.	☐	☐	☐	☐
3.3: Expresar el lenguaje utilizado en la explicación de la propuesta de estilismo a la clientela, de forma clara y explícita, realizando las preguntas necesarias para comprobar que la han entendido y en caso contrario, resolviendo las dudas planteadas con los ejemplos y argumentos apropiados.	☐	☐	☐	☐
3.4: Incorporar los cambios y/o deseos de cambios que hayan sido planteados por la clientela, una vez estudiados, aceptados y aprobados a la propuesta de asesoramiento cubriendo la ficha correspondiente con dichos cambios.	☐	☐	☐	☐
3.5: Archivar los bocetos de vestuario, accesorios y complementos de la propuesta presentada, así como los cambios acordados con la clientela, en el dossier, garantizando la trazabilidad.	☐	☐	☐	☐
3.6: Transmitir 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 la propuesta de asesoría en estilismo en el vestir.	☐	☐	☐	☐

4: Entrenar a la clientela en la elección y utilización de las prendas de vestir y los complementos, en función de sus necesidades, demandas y de los cánones estéticos al uso, así como los de la "moda ética".	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Someter el armario de la clientela a un proceso de renovación donde se seleccionan las prendas que se van a eliminar, guardándose para otra temporada o bien manteniéndolas en el vestidor.	☐	☐	☐	☐
4.2: Elaborar el fondo de armario de prendas, versátiles y a gusto de la clientela, teniendo en cuenta sus necesidades sociolaborales a partir de las prendas del su vestidor.	☐	☐	☐	☐
4.3: Seleccionar el armario cápsula de alrededor de treinta y cinco prendas en total, cada temporada en base a las prendas de la clientela que se han mantenido en el vestidor y las del fondo de armario, las tendencias actuales de moda y el o los estilos creados para la misma, con el objetivo de facilitar las combinaciones de prendas en diferentes ocasiones.	☐	☐	☐	☐
4.4: Transmitir la información sobre la interpretación de los códigos del etiquetado, el cuidado y la conservación de prendas de vestir y complementos a la clientela con el fin de conseguir su autonomía a la hora de mantener las prendas en estado de uso.	☐	☐	☐	☐
4.5: Adaptar la información sobre los establecimientos tipo en los que puede encontrar prendas y complementos que al estilo propuesto se transmite a la clientela, consiguiendo la autonomía de la misma a la hora de la selección de vestuario.	☐	☐	☐	☐
4.6: Adaptar la elección y combinación de colores, prendas de vestir y complementos, seleccionado por la clientela, entrenándola para tan fin, a las situaciones tipo planteadas, comprobando su aprendizaje.	☐	☐	☐	☐
4.7: Entrenar a la clientela en la elección y combinación de colores, prendas de vestir y complementos, que se adapten a las situaciones tipo planteadas, comprobando su aprendizaje.	☐	☐	☐	☐
4.8: Transmitir la información de las situaciones en las que se debe utilizar etiqueta en el vestir y la elección de vestuario más adecuada para su intervención en medios de comunicación, supervisándolos con la clientela, comprobando que la indumentaria proporcione la imagen deseada, sin que se produzcan efectos discordantes.	☐	☐	☐	☐

4: Entrenar a la clientela en la elección y utilización de las prendas de vestir y los complementos, en función de sus necesidades, demandas y de los cánones estéticos al uso, así como los de la "moda ética".	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.9: Transmitir las instrucciones de mantenimiento, los usos más adecuados para cada ocasión, las marcas de referencia a la clientela, con el fin de conseguir su autonomía a la hora de vestir en las diferentes ocasiones que se puedan presentar.	☐	☐	☐	☐

5: Realizar la asesoría técnica, a distancia o físicamente, a la clientela en la compra de vestuario, complementos y accesorios, favoreciendo el uso de prendas que cumplan con alguno de los certificados ecológicos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Identificar las necesidades, demandas, estilo, criterios estéticos y poder adquisitivo de la clientela, para realizar la selección de las firmas, el personal profesional en el campo de la moda y los estilos más adecuados para la misma.	☐	☐	☐	☐
5.2: Identificar la información sobre tendencias y el personal profesional de diseño de moda, puntos de venta, mejor relación calidad precio y los datos necesarios para asesorar a la clientela en la compra de vestuario, accesorios y complementos.	☐	☐	☐	☐
5.3: Identificar el personal profesional en el campo de la moda y los establecimientos especializados en la confección de ropa y complementos a medida, tallas especiales, otros,: usando medios como internet o yendo directamente a los lugares de confluencias de tiendas para conocer el mercado actual.	☐	☐	☐	☐
5.4: Establecer los criterios estéticos y económicos para el asesoramiento de la compra de vestuario, accesorios y complementos, respondiendo a las necesidades y demandas de la clientela.	☐	☐	☐	☐
5.5: Reflejar los objetivos en la planificación de las sesiones de compra: presupuesto estimativo, y tipo de compra: (prendas de fondo de armario, actualización, renovación o cambio de temporada, compra puntual para un evento social o laboral, entre otros).	☐	☐	☐	☐
5.6: Comprobar los cortes, colores, tejidos y estilos se seleccionan directamente en el punto de venta o con la clientela, o yendo sin ésta, con antelación para realizar la criba de las prendas acordadas con la misma, según tallaje y	☐	☐	☐	☐

5: Realizar la asesoría técnica, a distancia o físicamente, a la clientela en la compra de vestuario, complementos y accesorios, favoreciendo el uso de prendas que cumplan con alguno de los certificados ecológicos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
presupuesto, volviendo al día siguiente para que la selección realizada, eligiendo y escogiendo para comprar lo que más se le adecúe y le guste.				
5.7: Supervisar las pruebas de vestuario, complementos y accesorios, coordinándose con los centros donde se realizan las compras.	☐	☐	☐	☐
5.8: Establecer los criterios sobre los acuerdos económicos y las pautas de realización del servicio de asesoría en la compra de cosméticos, maquillaje, peluquería o cambio físico de imagen junto con otro personal profesional, presentándolos para su aprobación, tanto a la clientela como a la empresa proveedora.	☐	☐	☐	☐

6: Valorar la calidad del asesoramiento sobre cambios en la indumentaria y los complementos mediante cuidados estéticos para garantizar la satisfacción de la clientela y en caso de desviaciones, proponer medidas correctoras.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: 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.	☐	☐	☐	☐
6.2: 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.	☐	☐	☐	☐
6.3: 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.	☐	☐	☐	☐
6.4: 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.	☐	☐	☐	☐