



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES “ECP1253_3: Asesorar en técnicas de comunicación relacionadas con la 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 "ECP1253_3: Asesorar en técnicas de comunicación relacionadas con la 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: Examinar a la clientela en comportamientos vinculados a la comunicación intrapersonal, interpersonal, pública y/o en los medios de comunicación, teniendo en cuenta sus demandas, características personales y a su actividad social y/o laboral, con el fin de conocer sus necesidades comunicativas	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Recoger la información de la clientela mediante diferentes instrumentos de evaluación como son la ficha de autoanálisis y, los cuestionarios de las entrevistas inicial y posteriores para identificar sus demandas, expectativas y necesidades reales en el área de comunicación, así como los datos relativos a su ámbito laboral, social y cultural.	☐	☐	☐	☐
1.2: Realizar la observación directa y grabaciones audiovisuales para la detección de aspectos positivos y negativos de la comunicación verbal, no verbal y paraverbal, registrándose la información obtenida en tablas de observación.	☐	☐	☐	☐
1.3: Completar la recogida de datos con información específica relativa al ámbito profesional específico de la clientela, protocolos oficiales, empresariales, internacionales y/o manuales de usos sociales y lo necesario relativo al ámbito profesional, personal y cultural la misma.	☐	☐	☐	☐
1.4: Recoger la información obtenida en un dossier, para ser analizada, asegurando su confidencialidad de acuerdo a la normativa aplicable sobre la protección de datos.	☐	☐	☐	☐
1.5: Estudiar la información con el objetivo de detectar las fortalezas y debilidades de la clientela en los diferentes tipos de comunicación y así proponer un plan personalizado adaptado a sus necesidades.	☐	☐	☐	☐

1: Examinar a la clientela en comportamientos vinculados a la comunicación intrapersonal, interpersonal, pública y/o en los medios de comunicación, teniendo en cuenta sus demandas, características personales y a su actividad social y/o laboral, con el fin de conocer sus necesidades comunicativas	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4

2: Elaborar la propuesta y el plan de actuación para la asesoría de la clientela sobre habilidades de comunicación en distintos ámbitos, a partir de las necesidades registradas y los objetivos que se desean conseguir.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Establecer la elaboración de la propuesta y plan de actuación individualizada para la clientela para alcanzar en un tiempo determinado en base a las necesidades detectadas y las demandas de la misma.	☐	☐	☐	☐
2.2: Realizar las consultas técnicas, en caso de ser necesario, a otro personal profesional experto colaborador, con el fin de complementar la propuesta técnica que se va a presentar a la clientela.	☐	☐	☐	☐
2.3: Basar la propuesta o plan de actuación en las demandas de la clientela y en las necesidades comunicativas detectadas en la fase de análisis en uno o varios tipos de comunicación (intrapersonal, interpersonal, pública y/o en medios de comunicación).	☐	☐	☐	☐
2.4: Definir la propuesta específicamente con los objetivos finales que se desean alcanzar y los concretos de cada sesión de asesoría, además del calendario de actuación, duración y número de sesiones, tipo de actividades a realizar, profesionales que van a intervenir y presupuesto detallado.	☐	☐	☐	☐
2.5: Tener en cuenta las posibles desviaciones que puedan surgir, en cuanto a tiempo, espacios, dificultades, ampliación de sesiones, entre otros, con el fin de realizar ajustes en metodologías de trabajo.	☐	☐	☐	☐
2.6: Incluir el material gráfico, ejemplos de actuación, esquemas, calendarios y otros documentos que faciliten su presentación a la clientela en la propuesta de modo que sean entendido de forma clara y concisa por parte de la misma.	☐	☐	☐	☐

3: Presentar a la clientela la propuesta de entrenamiento en técnicas de comunicación interpersonal, pública o en los medios, con la finalidad de dar a conocer y aprobar la propuesta, comenzando así la asesoría de habilidades comunicativas.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Concertar la sesión presencial o virtual con la clientela para dar a conocer la propuesta de asesoría en técnicas de comunicación empleando un lenguaje sencillo y fácil de entender.	☐	☐	☐	☐
3.2: Presentar la propuesta con la documentación en diferentes soportes papel o multimedia transmitiendo a la clientela la máxima información sobre los cambios propuestos en el área de comunicación.	☐	☐	☐	☐
3.3: Adaptar el lenguaje utilizado en la presentación de la propuesta a las necesidades de la clientela de forma personalizada, debiendo ser, explícita y sin utilizar tecnicismos que puedan confundir.	☐	☐	☐	☐
3.4: Transmitir la información de los objetivos a conseguir, las actividades para lograrlos, el calendario de actuación y los efectos positivos que estos cambios producirán en su imagen personal a la clientela mediante una presentación documentada.	☐	☐	☐	☐
3.5: Negociar las dudas o los cambios planteados por la clientela, solucionándolos con la mayor brevedad posible, modificando la propuesta inicial.	☐	☐	☐	☐
3.6: Presentar la propuesta definitiva, incluyendo los cambios propuestos a la clientela, solicitando la aprobación y firma, para comenzar la asesoría de habilidades comunicativas.	☐	☐	☐	☐

4: Asesorar a la clientela en las técnicas de comunicación específicas de 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, para conseguir unos objetivos concretos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Identificar los medios de comunicación que puedan influir en la imagen de la clientela, clasificando los mismos para su uso práctico, teniendo en cuenta sus características (tipo de audiencias, canales comunicativos, limitaciones, entre otras).	☐	☐	☐	☐

4: Asesorar a la clientela en las técnicas de comunicación específicas de 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, para conseguir unos objetivos concretos.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.2: Identificar el mensaje concreto que se pretende transmitir, se le da forma y se crea una estrategia concreta para difundirlo, siempre haciendo que concuerde con la imagen que transmite.	☐	☐	☐	☐
4.3: Identificar las particularidades y características del lenguaje verbal para las intervenciones en medios auditivos (radio, podcast, entre otros), caracterizándolo en cuanto a tono de voz, dicción, pausas, expresiones, tipo de oraciones, entre otras.	☐	☐	☐	☐
4.4: Identificar el lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en medios audiovisuales (televisión, vídeos, entre otros), caracterizándolo en cuanto a dicción, expresión, tipo de oraciones, lenguaje gestual, teniendo en cuenta las características del medio, el tipo de programa, planos, entre otros.	☐	☐	☐	☐
4.5: Presentar la imagen de la clientela utilizando habilidades y estrategias que favorecen la transmisión de los elementos de la imagen personal que influyen en la comunicación.	☐	☐	☐	☐
4.6: Verificar la imagen real de la clientela antes de la comparecencia, comprobando que no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar a través del medio.	☐	☐	☐	☐
4.7: Tener en cuenta las características técnicas: plano, color, iluminación, otros y la finalidad del material fotográfico resultante por parte de la asesoría en caso de apariciones fotográficas.	☐	☐	☐	☐
4.8: Remitir a la clientela, en caso necesario, a una asesoría legal que asegure la protección del derecho a la propia imagen.	☐	☐	☐	☐

5: Entrenar a la clientela sobre las pautas a seguir en la comunicación personal, social, laboral y pública y en los medios de comunicación adaptadas al desarrollo de sus actividades profesionales, relaciones sociales e imagen personal.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Programar el plan de actuación con sesiones multidisciplinarias con diferentes actividades para cada sesión: logopedas, personal experto en oratoria, personal especialista de los diferentes medios de comunicación, entre otros, específicos para cubrir las necesidades y demandas de la clientela, para conseguir los objetivos previstos en un acto concreto o de su actividad habitual.	☐	☐	☐	☐
5.2: Analizar el tipo de audiencia para adaptar las intervenciones comunicativas de la clientela a cada tipo de público específico.	☐	☐	☐	☐
5.3: Elaborar el entrenamiento para abordar la ejecución de los cambios propuestos, transmitiéndolo a la clientela, con el objetivo de que se encuentre segura de sí misma y motivada para conseguir los fines propuestos.	☐	☐	☐	☐
5.4: Desarrollar el entrenamiento de la clientela, teniendo en cuenta si los objetivos a conseguir son permanentes o debido a una situación concreta.	☐	☐	☐	☐
5.5: Instruir a la clientela, teniendo en cuenta las características personales propias de la misma, que facilitarán más o menos el trabajo, potenciando sus puntos fuertes y disimulando los débiles.	☐	☐	☐	☐
5.6: Realizar el entrenamiento de la clientela de forma personalizada con una serie de actividades prácticas potenciando sus puntos fuertes y trabajando, de forma gradual, las habilidades comunicativas que necesita.	☐	☐	☐	☐
5.7: Realizar el entrenamiento práctico de la clientela 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, entre otros, directamente o en los diferentes medios de comunicación.	☐	☐	☐	☐
5.8: Seguir la evolución de la clientela, analizando su evolución, mediante técnicas de observación directa y grabación en soportes audiovisuales comprobando sus progresos o corrigiendo las posibles desviaciones en materia de comunicación.	☐	☐	☐	☐
5.9: Capacitar la clientela mediante las instrucciones recibidas para realizar tareas y actividades, aplicando las técnicas de comunicación específicas, en función de los ámbitos donde se vaya a desenvolver.	☐	☐	☐	☐

5: Entrenar a la clientela sobre las pautas a seguir en la comunicación personal, social, laboral y pública y en los medios de comunicación adaptadas al desarrollo de sus actividades profesionales, relaciones sociales e imagen personal.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4

6: Valorar la calidad del asesoramiento en técnicas de comunicación 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.	☐	☐	☐	☐