

Estándar de competencias profesionales

Asesorar sobre cambios en la imagen personal mediante la indumentaria y los complementos

Familia Profesional	Imagen Personal
Nivel	3
Código	ECP1251_3
Estado	BOE
Publicación	RD 1024/2024

Competencia profesional

Elementos de la competencia

- EC1** 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.
- IC1.1** La clientela se recepciona, 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.
- IC1.2** La clientela se entrevista 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.
- IC1.3** La información requerida en los cuestionarios se enfoca 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.

- IC1.4** La clientela se observa 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.
- IC1.5** Los álbumes de tipos de estilo, tendencias actuales, marcas, personal profesional de diseño e iconos de moda se presentan a la clientela, con el fin de conocer sus preferencias para poder crear su estilo personal.
- IC1.6** La paleta de color del vestuario y complementos más adecuado a las características de la clientela, se identifica 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.
- IC1.7** Los factores que influyen en la elegancia personal: gestos, movimientos, posturas, expresiones y los aspectos esenciales a considerar para la elaboración de las propuestas se analizan mediante la observación directa, fotografías y la grabación en soportes audiovisuales.
- IC1.8** La información obtenida, imágenes y grabaciones se registran en documentos específicos, guardándose en el dossier de la clientela.
- EC2** 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.
- IC2.1** 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 se adecúen 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 y técnicas de comunicación como soporte y ayuda para que adquiera seguridad y manejo con el entorno tras sus cambios físicos y/o estéticos.
- IC2.2** La documentación necesaria: formularios, fichas, fotografías, imágenes web, infografías, grabaciones, entre otros, se selecciona, cumplimentando y organizando cada una de ellas para elaborar la propuesta técnica.
- IC2.3** La propuesta que incluye información sobre cortes, tejidos y colores que mejor se adapten a la imagen de la clientela y a sus necesidades se elabora, 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.

IC2.4 Los colores y tonos recomendados y sus posibles combinaciones, se eligen 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.

IC2.5 Los aspectos de las diferentes propuestas de asesoría, en cuanto a formas, tejidos, colores y tonos recomendados, se conjugan 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.

IC2.6 Las propuestas de indumentaria y complementos se armonizan 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.

IC2.7 Los bocetos de las propuestas de asesoría se elaboran, utilizando técnicas de expresión gráfica y/o aplicaciones informáticas específicas.

IC2.8 El plan de actuación a seguir se elabora, 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.

EC3 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.

IC3.1 La propuesta técnica se presenta 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.

IC3.2 Las propuestas presentadas se complementan 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.

IC3.3 El lenguaje utilizado en la explicación de la propuesta de estilismo a la clientela, se expresa 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.

IC3.4 Los cambios y/o deseos de cambios que hayan sido planteados por la clientela, una vez estudiados, aceptados y aprobados se incorporan a la propuesta de asesoramiento cubriendo la ficha correspondiente con dichos cambios.

- IC3.5** Los bocetos de vestuario, accesorios y complementos de la propuesta presentada, así como los cambios acordados con la clientela, se archivan en el dossier, garantizando la trazabilidad.
- IC3.6** La información del calendario de actuación, el presupuesto y la confidencialidad de sus datos se transmite a la clientela, solicitando su autorización por escrito para llevar a cabo la propuesta de asesoría en estilismo en el vestir.
- EC4** 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.
- IC4.1** El armario de la clientela se somete 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.
- IC4.2** El fondo de armario de prendas, versátiles y a gusto de la clientela, teniendo en cuenta sus necesidades sociolaborales se elabora a partir de las prendas del su vestidor.
- IC4.3** El armario cápsula de alrededor de treinta y cinco prendas en total, se selecciona 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.
- IC4.4** La información sobre la interpretación de los códigos del etiquetado, el cuidado y la conservación de prendas de vestir y complementos se transmite a la clientela con el fin de conseguir su autonomía a la hora de mantener las prendas en estado de uso.
- IC4.5** La información sobre los establecimientos tipo en los que puede encontrar prendas y complementos que se adapten al estilo propuesto se transmite a la clientela, consiguiendo la autonomía de la misma a la hora de la selección de vestuario.
- IC4.6** La elección y combinación de colores, prendas de vestir y complementos, seleccionado por la clientela, entrenándola para tan fin, se adapta a las situaciones tipo planteadas, comprobando su aprendizaje.
- IC4.7** La clientela se entrena en la elección y combinación de colores, prendas de vestir y complementos, que se adapten a las situaciones tipo planteadas, comprobando su aprendizaje.
- IC4.8** 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, se transmite supervisándolos con la clientela, comprobando que la indumentaria proporcione la imagen deseada, sin que se produzcan efectos discordantes.

IC4.9 Las instrucciones de mantenimiento, los usos más adecuados para cada ocasión, las marcas de referencia se transmiten a la clientela, con el fin de conseguir su autonomía a la hora de vestir en las diferentes ocasiones que se puedan presentar.

EC5 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.

IC5.1 Las necesidades, demandas, estilo, criterios estéticos y poder adquisitivo de la clientela, se identifican para realizar la selección de las firmas, el personal profesional en el campo de la moda y los estilos más adecuados para la misma.

IC5.2 La información sobre tendencias y el personal profesional de diseño de moda, puntos de venta, mejor relación calidad precio y los datos necesarios se identifican para asesorar a la clientela en la compra de vestuario, accesorios y complementos.

IC5.3 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, se identifican, usando medios como internet o yendo directamente a los lugares de confluencias de tiendas para conocer el mercado actual.

IC5.4 Los criterios estéticos y económicos para el asesoramiento de la compra de vestuario, accesorios y complementos, se establecen, respondiendo a las necesidades y demandas de la clientela.

IC5.5 Los objetivos se reflejan en la planificación de las sesiones de compra: presupuesto estimativo, y tipo de compra como prendas de fondo de armario, actualización, renovación o cambio de temporada, compra puntual para un evento social o laboral, entre otros.

IC5.6 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 presupuesto, volviendo al día siguiente para que se compruebe la selección realizada, eligiendo y escogiendo para comprar lo que más se le adecúe y le guste.

IC5.7 Las pruebas de vestuario, complementos y accesorios, se supervisan coordinándose con los centros donde se realizan las compras.

IC5.8 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, se establecen presentándolos para su aprobación, tanto a la clientela como a la empresa proveedora.

EC6 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.

IC6.1 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.

IC6.2 Los cuestionarios de evaluación y entrevistas a la clientela se configuran 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.

IC6.3 La calidad del personal técnico, la valoración de sus competencias y el trato con la clientela se comprueban mediante técnicas de entrevista, encuestas y de estudio de resultados de los servicios.

IC6.4 El procedimiento para establecer medidas correctoras capaces de corregir los servicios prestados ante la valoración de la calidad se proponen, adecuándose a las características del espacio en el que la clientela es atendida.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Prendas de vestir, calzado y complementos, material de dibujo, material audiovisual, cámara fotográfica, equipo de filmación y reproducción, fichas-cuestionarios, expositor de complementos, instrumentos para realización de antropometrías: báscula, metro, tallímetro. Muestrarios de estilos, colores, telas, complementos, adornos, otros. Equipos informáticos: Móvil y Tablet (no solo para la búsqueda de información para la clientela) sino para actualización y recopilación de este contenido y estos muestrarios en medio digital, y poder mostrárselo a la clientela y compartirlo con la misma. Aplicaciones informáticas: programas informáticos para tratamiento de la imagen personal. Espejos (vertical y de mano), pañoletas de armonías o paletas de color. Armario vestidor, burra, estantería para documentos, todo tipo de perchas, plancha de vapor clásica, mesa de planchar, kit de costura, plancha horizontal.

Información utilizada o generada

Ficheros de clientes, de profesionales y de establecimientos comerciales, documentación sobre las reglas de protocolo y normas de uso social en el vestir, españolas e internacionales. Informes técnicos para la clientela u otro personal profesional, documento de propuesta técnica de estilismo en el vestir, fotografías, imágenes captadas a través de los medios audiovisuales, álbumes de moda, bibliografía técnica especializada. Revistas profesionales. Libro de estilos de vestuario. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre protección medio ambiental. Normativa sobre protección de datos.