

# Estándar de competencias profesionales

## Asesorar en técnicas de comunicación relacionadas con la imagen personal

|                     |                        |
|---------------------|------------------------|
| Familia Profesional | <b>Imagen Personal</b> |
| Nivel               | <b>3</b>               |
| Código              | <b>ECP1253_3</b>       |
| Estado              | <b>BOE</b>             |
| Publicación         | <b>RD 1024/2024</b>    |

## Competencia profesional

### Elementos de la competencia

**EC1** 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.

**IC1.1** La información de la clientela se recoge 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.

**IC1.2** La observación directa y grabaciones audiovisuales se realizan para la detección de aspectos positivos y negativos de la comunicación verbal, no verbal y paraverbal, registrándose la información obtenida en tablas de observación.

**IC1.3** La recogida de datos se completa 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.

**IC1.4** La información obtenida se recoge en un dossier, para ser analizada, asegurando su confidencialidad de acuerdo a la normativa aplicable sobre la protección de datos.

**IC1.5** La información se estudia 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.

**EC2** 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.

**IC2.1** La elaboración de la propuesta y plan de actuación individualizada para la clientela para alcanzar en un tiempo determinado se establecen en base a las necesidades detectadas y las demandas de la misma.

**IC2.2** Las consultas técnicas, en caso de ser necesario, se realizan a otro personal profesional experto colaborador, con el fin de complementar la propuesta técnica que se va a presentar a la clientela.

**IC2.3** La propuesta o plan de actuación se basa 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).

**IC2.4** La propuesta se define 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.

**IC2.5** Las posibles desviaciones que puedan surgir, en cuanto a tiempo, espacios, dificultades, ampliación de sesiones, entre otros, se tienen en cuenta con el fin de realizar ajustes en metodologías de trabajo.

**IC2.6** El material gráfico, ejemplos de actuación, esquemas, calendarios y otros documentos que faciliten su presentación a la clientela se incluyen en la propuesta de modo que sean entendido de forma clara y concisa por parte de la misma.

**EC3** 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.

**IC3.1** La sesión presencial o virtual se concierta con la clientela para dar a conocer la propuesta de asesoría en técnicas de comunicación empleando un lenguaje sencillo y fácil de entender.

**IC3.2** La propuesta se presenta 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.

- IC3.3** El lenguaje utilizado en la presentación de la propuesta se adapta a las necesidades de la clientela de forma personalizada, debiendo ser, explícita y sin utilizar tecnicismos que puedan confundir.
- IC3.4** 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 se transmiten a la clientela mediante una presentación documentada.
- IC3.5** Las dudas o los cambios planteados por la clientela se negocian, solucionándolos con la mayor brevedad posible, modificando la propuesta inicial.
- IC3.6** La propuesta definitiva, incluyendo los cambios propuestos se presenta a la clientela, solicitando la aprobación y firma, para comenzar la asesoría de habilidades comunicativas.

**EC4** Asesorar a la clientela en las técnicas de comunicación específicas de las para 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.

- IC4.1** Los medios de comunicación que puedan influir en la imagen de la clientela, se identifican, clasificando los mismos para su uso práctico, teniendo en cuenta sus características (tipo de audiencias, canales comunicativos, limitaciones, entre otras).
- IC4.2** El mensaje concreto que se pretende transmitir se identifica, se le da forma y se crea una estrategia concreta para difundirlo, siempre haciendo que concuerde con la imagen que transmite.
- IC4.3** Las particularidades y características del lenguaje verbal para las intervenciones en medios auditivos (radio, podcast, entre otros), se identifican, caracterizándolo en cuanto a tono de voz, dicción, pausas, expresiones, tipo de oraciones, entre otras.
- IC4.4** El lenguaje verbal y gestual recomendado para las intervenciones en medios audiovisuales (televisión, vídeos, entre otros), se identifica, 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.
- IC4.5** La imagen de la clientela se presenta utilizando habilidades y estrategias que favorecen la transmisión de los elementos de la imagen personal que influyen en la comunicación.
- IC4.6** La imagen real de la clientela se verifica antes de la comparecencia, comprobando que no ofrezca discrepancias con la imagen personal que se pretende comunicar a través del medio.
- IC4.7** Las características técnicas: plano, color, iluminación, otros y la finalidad del material fotográfico resultante se tienen en cuenta por parte de la asesoría en caso de apariciones fotográficas.

**IC4.8** La clientela se remite, en caso necesario, a una asesoría legal que asegure la protección del derecho a la propia imagen.

**EC5** 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.

**IC5.1** El plan de actuación se programa 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.

**IC5.2** El tipo de audiencia se analiza para adaptar las intervenciones comunicativas de la clientela a cada tipo de público específico.

**IC5.3** El entrenamiento para abordar la ejecución de los cambios propuestos, se elabora, transmitiéndolo a la clientela, con el objetivo de que se encuentre segura de sí misma y motivada para conseguir los fines propuestos.

**IC5.4** El entrenamiento de la clientela se desarrolla, teniendo en cuenta si los objetivos a conseguir son permanentes o debido a una situación concreta.

**IC5.5** La clientela se instruye, 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.

**IC5.6** El entrenamiento de la clientela se realiza de forma personalizada con una serie de actividades prácticas potenciando sus puntos fuertes y trabajando, de forma gradual, las habilidades comunicativas que necesita.

**IC5.7** El entrenamiento práctico de la clientela se realiza 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.

**IC5.8** La evolución de la clientela se sigue, analizándola, mediante técnicas de observación directa y grabación en soportes audiovisuales comprobando sus progresos o corrigiendo las posibles desviaciones en materia de comunicación.

**IC5.9** La clientela se capacita 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.

**EC6** Valorar la calidad del asesoramiento en técnicas de comunicación para garantizar la satisfacción de la clientela y en caso de desviaciones, proponer medidas correctoras.

**IC6.1** Las áreas susceptibles de evaluación son identificadas, 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

Material audiovisual: equipo de sonido, cámara fotográfica, de filmación y reproducción. Equipos informáticos: ordenador, Tablet, teléfono móvil, entre otros. Aplicaciones informáticas. Material de entrenamiento en técnicas de comunicación (micrófonos, auriculares y atril). Material de recogida de información: formularios, cuestionarios.

#### Información utilizada o generada

Material audiovisual, dossier del cliente, ficheros de clientes, fichero de colaboradores externos. Manuales de técnicas de comunicación. Diccionarios. Formularios. Modelos de consentimientos informados. Grabaciones en soportes audiovisuales. Dosieres con ejemplos de casos de éxito. Manuales

de protocolo oficial, empresarial y de usos sociales. Normativa sobre prevención de riesgos laborales. Normativa sobre protección del medio ambiental.