

TABLA 3: Identificación de las partes de las Competencias

CPPS	Qué	Cómo	Para Qué
a	Analizar la viabilidad de la implantación de nuevos servicios	Evaluando los medios materiales y personales	Para su desarrollo en la empresa
b	Diseñar protocolos estéticos y documentos de consentimiento informado	Utilizando las tecnologías de la información y comunicación.	
e	Diseñar la propuesta estética personalizada,	Analizando los datos obtenidos del análisis profesional, las demandas del cliente y los posibles informes de otros profesionales.	
k	Asesorar al cliente	informando de los efectos de los tratamientos y cosméticos, su relación con la fisiología cutánea, los hábitos de vida saludables y las precauciones que hay que seguir antes, durante y después de su aplicación.	
l	Realizar la promoción y comercialización de productos y servicios en el ámbito de una empresa de imagen personal.		
p	Comunicarse con sus iguales, superiores, clientes y personas bajo su responsabilidad,	Utilizando vías eficaces de comunicación, transmitiendo la información o conocimientos adecuados	Para respetar la autonomía y competencia de las personas que intervienen en el ámbito de su trabajo

TABLA 4: Identificación de las partes de los Objetivos

OG	Qué	Cómo	Para Qué
a	Desarrollar nuevos servicios	evaluando los medios personales y materiales	para analizar la viabilidad de su implantación.
b	Elaborar normas de actuación	detallando las fases del proceso y utilizando las tecnologías de información y comunicación	para diseñar documentos y protocolos estéticos y de atención al cliente
f	Desarrollar el procedimiento de análisis estético	empleando herramientas específicas	Para diseñar una propuesta estética individualizada.
m	Identificar las operaciones de formulación y elaboración de cosméticos,	analizando las características, efectos y aplicaciones de sus principios activos	para asesorar sobre los productos cosméticos a usuarios y profesionales
n	Identificar la variabilidad de los procesos estéticos	relacionándolos con los fundamentos anatómo-fisiológicos, hábitos	para garantizar la calidad de todos los servicios.

		saludables y las principales patologías asociadas	
ñ	Identificar las técnicas publicitarias, las operaciones de venta y de merchandising	valorando las características y demandas del mercado	para realizar la promoción y comercialización de productos y servicios estéticos.
t	Aplicar estrategias y técnicas de comunicación	adaptándose a los contenidos que se van a transmitir, a la finalidad y a las características de los receptores	para asegurar la eficacia en los procesos de comunicación.

TABLA 5: Asociación de Competencias y Objetivos

OG	CPPS	RA
a	a	1, 2, 3, 4 ,5 y 6
b	b	1, 2, 3, 4 ,5 y 6
f	e	1, 2, 3, 4 ,5 y 6
m	k	2 y 6
n	e	2, 3, 4 ,5 y 6
ñ	l	6
t	p	6

TABLA 6: ANEXO A OG

OG	Qué	Cómo	Para Qué
m)	Identificar las operaciones de formulación y elaboración de cosméticos	Analizando las características, efectos y aplicaciones de sus principios activos	para asesorar sobre los productos cosméticos a usuarios y profesionales
s)	Desarrollar técnicas de liderazgo, motivación, supervisión y comunicación	En contextos de trabajo en grupo	para facilitar la organización y coordinación de equipos de trabajo
ñ)	Identificar las técnicas publicitarias, las operaciones de venta y de merchandising	Valorando las características y demandas del mercado	para realizar la promoción y comercialización de productos y servicios estéticos
q	desarrollar la creatividad y el espíritu de innovación		para responder a los retos que se presentan en los procesos y en la organización del trabajo y de la vida personal