



## GUÍA DE EVIDENCIAS DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC1780\_3: Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería”**

**CUALIFICACIÓN PROFESIONAL: DIRECCIÓN Y  
PRODUCCIÓN EN PASTELERÍA/REPOSTERÍA**

**Código: HOT542\_3**

**NIVEL: 3**



## 1. ESPECIFICACIONES DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA.

Dado que la evaluación de la competencia profesional se basa en la recopilación de pruebas o evidencias de competencia generadas por cada persona candidata, el referente a considerar para la valoración de estas evidencias de competencia (siempre que éstas no se obtengan por observación del desempeño en el puesto de trabajo) es el indicado en los apartados 1.1 y 1.2 de esta GEC, referente que explicita la competencia recogida en las realizaciones profesionales y criterios de realización de la UC1780\_3: Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería.

### 1.1. Especificaciones de evaluación relacionadas con las dimensiones de la competencia profesional.

Las especificaciones recogidas en la GEC deben ser tenidas en cuenta por el asesor o asesora para el contraste y mejora del historial formativo de la persona candidata (especificaciones sobre el saber) e historial profesional (especificaciones sobre el saber hacer y saber estar).

Lo explicitado por la persona candidata durante el asesoramiento deberá ser contrastado por el evaluador o evaluadora, empleando para ello el referente de evaluación (UC y los criterios fijados en la correspondiente GEC) y el método que la Comisión de Evaluación determine. Estos métodos pueden ser, entre otros, la observación de la persona candidata en el puesto de trabajo, entrevistas profesionales, pruebas objetivas u otros. En el punto 2.1 de esta Guía se hace referencia a los mismos.

Este apartado comprende las especificaciones del “saber” y el “saber hacer”, que configuran las “competencias técnicas”, así como el “saber estar”, que comprende las “competencias sociales”.

#### a) Especificaciones relacionadas con el “saber hacer”.

La persona candidata demostrará el dominio práctico relacionado con las actividades profesionales que intervienen en desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades profesionales expresadas en las realizaciones profesionales de la unidad de competencia, y a dos dígitos las reflejadas en los criterios de realización.

**1. Efectuar análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería, identificando sus características, sabores básicos y**

***alteraciones, empleando vocabulario específico y formalizando las fichas técnicas.***

- 1.1 Las materias primas ecológicas y/o industriales se seleccionan para el análisis organoléptico con el fin de valorar su adquisición y uso en elaboraciones de pastelería/repostería nuevas o ya ofertadas, teniendo en cuenta: - La preparación de equipos y utillaje para el análisis organoléptico. - Las condiciones ambientales de iluminación, temperatura, olores, ruidos. - La selección de los atributos a medir. - El tipo de escala a aplicar para cada prueba sensorial, en función de los atributos a medir y de los objetivos propuestos.
- 1.2 El análisis organoléptico de las materias primas se efectúa mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales, considerando: - Las características de la materia prima acorde al patrón establecido, según clasificación comercial, denominación de origen en su caso, entre otras. - El uso de los sentidos y aplicación de las escalas de medidas seleccionadas. - El nivel de concentración y discriminación de factores fisiológicos o psicosociales que puedan afectar a los resultados. - La repetición del análisis organoléptico para comprobar la constancia de calidad del producto que aporta el proveedor. - El orden y con tiempo de ejecución. - Las características del producto en cuanto a rendimiento, caducidad y condiciones de conservación. - La formalización de las fichas para la valoración en el análisis organoléptico y aplicación de puntuación establecidas. - El cumplimiento de las normas higiénico-sanitarias y de manipulación de alimentos.
- 1.3 Los productos analizados se evalúan, clasificándolos en función del destino o elaboración asignados, considerando: - La valoración de las características del producto en cuanto a rendimiento, caducidad y condiciones de conservación. - La interpretación de los resultados del análisis sensorial de materias primas, para su posterior aplicación práctica. - Las anotaciones utilizando soportes específicos. - La evolución de una materia prima ya analizada y su inalterabilidad durante su conservación. - La adecuación de las materias primas analizadas a los fines y objetivos para los que se realiza.

***2. Analizar de la situación de mercado en la ubicación de establecimientos de producción y venta de productos de pastelería/repostería, teniendo en cuenta competitividad y fidelización.***

- 2.1 El entorno del establecimiento de la pastelería/repostería se identifica, analizando el entorno de actuación, desde perspectivas de: - Accesibilidad y comunicación. - Recursos complementarios. - Singularidad de la producción propia. - Recursos turísticos, entre otros.
- 2.2 La competencia del establecimiento de la pastelería/repostería se analiza dentro del mercado definido, identificando las características de cada uno de sus componentes.

- 2.3 El producto y el servicio de pastelería/repostería a ofertar se determina en función del público definido, basándose en las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.
- 2.4 El posicionamiento del establecimiento de pastelería/repostería se determina, teniendo en cuenta el análisis de la situación efectuado para que los objetivos del negocio queden controlados.

### **3. Proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes tanto en la definición como en el proceso de elaboración, aplicando tecnologías, de modo que resulten aptos para su consumo y comercialización.**

- 3.1 Las líneas de investigación se definen, partiendo de objetivos económicos, gastronómicos, de mercado, entre otros.
- 3.2 Las materias primas se seleccionan, siguiendo la línea de investigación previamente definida.
- 3.3 Los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos, se identifican, utilizando información nutricional.
- 3.4 Las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros, se valoran, determinando resultados ante la aplicación de una determinada técnica.
- 3.5 Los componentes identificados se valoran, considerando normas de dietética y nutrición para el logro de una alimentación saludable.
- 3.6 Las técnicas y las materias primas se seleccionan en función de los resultados esperados, aplicándolas y efectuando modificaciones en su caso, sobre variables como temperatura, densidad, tiempos, aditivos y auxiliares tecnológicos, entre otras, en función de los resultados.
- 3.7 Los nuevos productos o las mejoras existentes se proponen, partiendo de la valoración de los resultados obtenidos.

### **4. Definir composiciones y características de ofertas de pastelería/repostería en términos de productos y de servicios, de modo que resulten atractivas y equilibradas para un público definido.**

- 4.1 La oferta de pastelería, se determina en función de: - Criterios de mercado, como necesidades y gustos de la clientela potenciales y de las personas destinatarias finales. - Criterios económicos, como medios físicos, humanos y económicos disponibles para la producción y el servicio. - Criterios organizativos, como el tiempo entre la elaboración y el consumo de la oferta o las posibilidades de suministro de las materias primas y la estacionalidad de los productos. - Criterios gastronómicos, como la variedad y el valor nutritivo de los alimentos.
- 4.2 El sistema de rotación de las ofertas de pastelería se establece, permitiendo cambios según la evolución de los hábitos y gustos de la clientela.
- 4.3 Las normas de dietética y nutrición se aplican, promoviendo una alimentación saludable.



- 4.4 La presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería se formaliza, teniendo en cuenta la categoría del establecimiento, los objetivos económicos y la imagen corporativa.
- 4.5 Los precios y cargos adicionales aplicables, se concretan, teniendo en cuenta el producto y servicio ofrecido y la oferta y demanda, para competir en el mercado.

**5. Comercializar la oferta del establecimiento de pastelería/repostería, atendiendo a las demandas de la clientela, ingresos y rendimientos para la empresa prestataria del servicio.**

- 5.1 La oferta del establecimiento de pastelería/repostería se ofrece a la clientela, considerando: - La demanda y expectativas de productos - El asesoramiento en la venta - Los objetivos operativos del negocio.
- 5.2 La reserva de los servicios o productos se gestiona, informando a la clientela del resultado y, en casos de no confirmación, reiniciando la interacción con el mismo para ofertarle alternativas.
- 5.3 La información sobre servicios o productos se transmite a la clientela, utilizando formas de comunicación específicas para que la misma quede asegurada.

**6. Promocionar la oferta del establecimiento de producción y venta de productos de pastelería/repostería a través de canales de comercialización, según la normativa aplicable de protección de datos de carácter personal y aplicación de técnicas de marketing con el fin de que los objetivos económicos y de calidad queden cumplidos.**

- 6.1 El contacto con la clientela se efectúa a través de los canales de comunicación, presencial y no presencial, telefonía, e-mail, sms, página Web, networking, e-commerce, chats, e-CRM, e-newsletters, redes sociales, u otros canales digitales-, en función de los objetivos comerciales y las normas internas de la empresa.
- 6.2 La clientela se clasifica en función de su tipología y de acuerdo con las características detectadas, tales como segmento de población, comportamiento, preguntas planteadas, necesidades u otros aspectos que le identifiquen, aplicando criterios organizativos que den respuesta al perfil detectado para ofrecerle un servicio personalizado.
- 6.3 Las expectativas de la clientela respecto a un producto o servicio solicitado se interpretan, utilizando técnicas de preguntas y escucha activa, y registrando esta información, en su caso, con las aplicaciones informáticas establecidas por la pastelería/repostería prestataria del servicio.
- 6.4 El lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales se localiza, evitando tiempos de espera que perjudiquen el trato con la clientela y/o demoren la venta.

- 6.5 Los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela se ofertan, asesorando del uso, indicando características, precio y o mostrando otros adicionales, sustitutivos o complementarios.
- 6.6 La despedida a la clientela se efectúa de forma cordial y cercana, tratando de establecer un vínculo que facilite la fidelización.

## **b) Especificaciones relacionadas con el “saber”.**

La persona candidata, en su caso, deberá demostrar que posee los conocimientos técnicos (conceptos y procedimientos) que dan soporte a las actividades profesionales implicadas en las realizaciones profesionales de la **UC1780\_3: Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería**. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales que aparecen en cursiva y negrita:

### ***1. Análisis sensorial de alimentos en pastelería/repostería: ensayos físicos y químicos***

- Los sentidos humanos y la percepción sensorial de alimentos en pastelería/repostería. La influencia de las preferencias en el análisis sensorial en pastelería. Diferencias entre análisis sensorial, técnico, instrumental y hedónico. Terminología del análisis sensorial de alimentos en pastelería/repostería. Los atributos de los alimentos. Atributos relevantes en pastelería/repostería. Medios utilizados en el análisis sensorial. Percepción de atributos sensoriales básicos. Umbral de detección. Cata: definición, tipos y mecanismos. Técnicas de análisis de alimentos: aplicaciones. Fases de la cata. Elementos y utillaje. Utilización de escalas gráficas. Pruebas de análisis sensorial. Principales descriptores: visuales, aromáticos, gustativos y de textura según tipología de alimentos. Elaboración de perfiles sensoriales. Pruebas objetivas en el análisis: pruebas discriminatorias y descriptivas. Pruebas no objetivas: ensayos hedónicos. Cata de leches y productos lácteos. Cata de productos secos. Cata de productos grasos. Cata de conservas. Cata de harinas. Ensayos físicos y químicos básicos en pastelería/repostería: toma de muestras. Técnicas. Análisis químico e instrumental. Características físico-químicas de productos lácteos, productos secos, grasas, harinas, huevos, ovoproductos y azúcares, entre otros. Ensayos sobre productos de pastelería/repostería: productos lácteos, productos secos, grasas, harinas, huevos, ovoproductos, azúcares, entre otros.

### ***2. Uso de aditivos y auxiliares tecnológicos en pastelería/repostería***

- Características de los colorantes, conservantes, antioxidantes, emulsionantes y edulcorantes, entre otros. Clasificación según su función tecnológica: colorantes, conservantes, antioxidantes, emulsionantes y edulcorantes, entre otros. Condiciones de conservación y utilización.

### ***3. El diseño de ofertas de pastelería/repostería***

- Tendencias alimentarias y composición de ofertas de pastelería. Elementos de una oferta de pastelería/repostería. Clasificación. Variables que influyen en la

elaboración de las ofertas de pastelería/repostería. Planificación y diseño de ofertas de pastelería. Aspecto físico de las ofertas de pastelería/repostería: principios básicos para elaborar la oferta. Presentación. Merchandising de la carta/oferta de productos. Higiene, dietética y nutrición. Relación entre grupos de alimentos y nutrientes que los componen. Caracterización de los grupos de alimentos. Alimentación y salud. Comportamiento y hábitos alimentarios.

#### **4. El análisis de la situación en el sector de la pastelería/repostería: venta de servicios y marketing**

- Análisis del mercado. Tendencias del mercado. Cuotas de mercado. Análisis de la competencia. Identificación y descripción de los competidores. La ventaja competitiva o diferencial. La investigación comercial y sus tipos. Cuestionarios. Tabulación y análisis. Análisis del consumidor. Necesidades y motivaciones. Roles de compra. Segmentación y selección de un público objetivo. El DAFO. Determinación de las debilidades, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades. Análisis del posicionamiento. Identificación. La venta de servicios de pastelería/repostería: la oferta de pastelería/repostería. Los establecimientos de producción y venta de productos de pastelería/repostería. Clasificaciones y características. Fuentes informativas de la oferta de pastelería/repostería. Identificación y uso. Pedidos. Configuraciones del canal en la venta de productos de pastelería/repostería. Tipos de tarifas y condiciones de aplicación. Tipos de cobro. El marketing y la promoción de ventas en los establecimientos de producción y venta de pastelería: marketing. El marketing de servicios. Especificidades. Segmentación del mercado. El mercado objetivo. El Marketing Mix. Elementos. Estrategias. Políticas y directrices de marketing. El Plan de Marketing: características. Fases de la elaboración del plan de marketing. Planificación de medios. Marketing directo. Técnicas. Argumentarios. Planes de promoción de ventas: la promoción de ventas en los establecimientos de pastelería. La figura del promotor de ventas y su cometido. Programación y temporalización de las acciones de promoción de ventas. Obtención de información sobre la clientela y creación de bases de datos de la clientela actual y potencial. Normativa aplicable sobre bases de datos personales. Diseño de soportes para el control y análisis de las actividades de promoción de ventas. Decisores y prescriptores. El merchandising. Elementos de merchandising propios de los establecimientos de pastelería/repostería.

#### **5. Comunicación y atención a la clientela y técnicas de ventas y negociación para establecimientos de producción y venta de productos de pastelería**

- La comunicación interpersonal. El proceso de la comunicación: barreras. Saber escuchar. Saber preguntar. La comunicación no-verbal. La comunicación telefónica. Comunicación digital: correo electrónico, redes sociales, blog, entre otros. Necesidades humanas y motivación: el proceso decisorio. Las expectativas de la clientela. Técnicas para determinar las expectativas de la clientela con respecto a un servicio. La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio. Los estándares de calidad de un servicio. Identificación de condiciones adversas a la calidad. Tipología de clientela: análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientela. Aplicaciones. La atención a la clientela: actitud positiva y actitud pro-activa. La empatía. Los esfuerzos discrecionales. Simulaciones. Los procesos de ventas: fases de la venta y técnicas aplicables.

Simulaciones. La negociación: elementos. La planificación de la negociación. Estrategias y técnicas. Aplicaciones. Tratamiento de reclamaciones, quejas y situaciones conflictivas: aplicación de procedimientos.

### **c) Especificaciones relacionadas con el “saber estar”.**

La persona candidata debe demostrar la posesión de actitudes de comportamiento en el trabajo y formas de actuar e interactuar, según las siguientes especificaciones:

- Responsabilizarse del trabajo que desarrolla y del cumplimiento de Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, sencilla y precisa respetando los canales establecidos en la empresa los objetivos.
- Transmitir información con claridad, de manera ordenada, estructurada, sencilla y precisa respetando los canales establecidos en la empresa.
- Demostrar flexibilidad para entender los cambios.
- Demostrar resistencia al estrés, estabilidad de ánimo y control de impulsos.
- Cumplir las medidas que favorezcan el principio de igualdad de trato y de oportunidades entre hombres y mujeres.
- Valorar el talento y el rendimiento profesional con independencia del género.

## **1.2. Situaciones profesionales de evaluación y criterios de evaluación.**

La situación profesional de evaluación define el contexto profesional en el que se tiene que desarrollar la misma. Esta situación permite al evaluador o evaluadora obtener evidencias de competencia de la persona candidata que incluyen, básicamente, todo el contexto profesional de la Unidad de Competencia implicada.

Así mismo, la situación profesional de evaluación se sustenta en actividades profesionales que permiten inferir competencia profesional respecto a la práctica totalidad de realizaciones profesionales de la Unidad de Competencia.

Por último, indicar que la situación profesional de evaluación define un contexto abierto y flexible, que puede ser completado por las CC.AA., cuando éstas decidan aplicar una prueba profesional a las personas candidatas.

En el caso de la “UC1780\_3: Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería”, se tiene una situación profesional de evaluación y se concreta en los siguientes términos:

### **1.2.1. Situación profesional de evaluación.**



### a) Descripción de la situación profesional de evaluación.

En una situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería, cumpliendo con la normativa relativa a protección medioambiental, planificación de la actividad preventiva y aplicando estándares de calidad. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Identificar características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería.
2. Proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes y definir composiciones y características de ofertas.
3. Comercializar y promocionar la oferta del establecimiento.

#### **Condiciones adicionales:**

- Se dispondrá de equipamientos, productos específicos y ayudas técnicas requeridas por la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias.
- Se asignará un tiempo total para que el candidato o la candidata demuestre su competencia en condiciones de estrés profesional.

### b) Criterios de evaluación asociados a la situación de evaluación.

Cada criterio de evaluación está formado por un criterio de mérito significativo, así como por los indicadores y escalas de desempeño competente asociados a cada uno de dichos criterios.

En la situación profesional de evaluación, los criterios de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores de desempeño competente</i>
----------------------------	--

<p><i>Rigor para identificar características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Selección de las materias primas ecológicas y/o industriales para el análisis organoléptico.</li><li>- Realización del análisis organoléptico de las materias primas. mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales.</li><li>- Evaluación de los productos analizados.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A</i></p>
<p><i>Eficiencia para proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes y definir composiciones y características de ofertas.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Definición de las líneas de investigación.</li><li>- Selección de las materias primas.</li><li>- Identificación de los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos.</li><li>- Valoración de las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros.</li><li>- Valoración de los componentes identificados.</li><li>- Selección de las técnicas y las materias primas.</li><li>- Propuesta de los nuevos productos o las mejoras existentes.</li><li>- Establecimiento del sistema de rotación de las ofertas de pastelería.</li><li>- Aplicación de las normas de dietética y nutrición.</li><li>- Formalización de la presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería.</li><li>- Concreción de los precios y cargos adicionales aplicables.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B</i></p>
<p><i>Eficacia para comercializar y promocionar la oferta del establecimiento.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Ofrecimiento a la clientela de la oferta del establecimiento de pastelería/repostería.</li><li>- Gestión de la reserva de los servicios o productos .</li><li>- Transmisión a la clientela de la información sobre servicios o productos.</li><li>- Realización del contacto con la clientela a través de los canales de comunicación, presencial y no presencial.</li><li>- Clasificación de la clientela en función de su tipología y de acuerdo con las características detectadas.</li><li>- Interpretación de las expectativas de la clientela respecto a un producto o servicio solicitado.</li></ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>- Localización del lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales.</li><li>- Oferta de los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela.</li><li>- Realización de la despedida a la clientela de forma cordial y cercana.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C</i></p>
<i>Cumplimiento del tiempo asignado, considerando el que emplearía un o una profesional competente.</i>	
<i>El desempeño competente requiere el cumplimiento, en todos los criterios de mérito, de la normativa aplicable en materia de prevención de riesgos laborales, protección medioambiental</i>	

## Escala A

4	<p><i>Para identificar características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería, selecciona las materias primas ecológicas y/o industriales para el análisis organoléptico. Realiza el análisis organoléptico de las materias primas. mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales y evaluación de los productos analizados.</i></p>
3	<p><i>Para identificar características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería, selecciona las materias primas ecológicas y/o industriales para el análisis organoléptico. Realiza el análisis organoléptico de las materias primas. mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales y evaluación de los productos analizados. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para identificar características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería, selecciona las materias primas ecológicas y/o industriales para el análisis organoléptico. Realiza el análisis organoléptico de las materias primas. mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales y evaluación de los productos analizados. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No identifica características, sabores básicos y alteraciones efectuando análisis organolépticos de materias primas ecológicas y/o industriales para su selección y uso en pastelería/repostería.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

### Escala B

4	<p><i>Para proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes y definir composiciones y características de ofertas, define las líneas de investigación. Selecciona las materias primas e identifica los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos. Valora las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros. Valora los componentes identificados. Selecciona las técnicas y las materias primas. Propone los nuevos productos o las mejoras existentes. Establece el sistema de rotación de las ofertas de pastelería. Aplica las normas de dietética y nutrición. Formaliza la presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería. Concreta los precios y cargos adicionales aplicables.</i></p>
3	<p><i>Para proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes y definir composiciones y características de ofertas, define las líneas de investigación. Selecciona las materias primas e identifica los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos. Valora las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros. Valora los componentes identificados. Selecciona las técnicas y las materias primas. Propone los nuevos productos o las mejoras existentes. Establece el sistema de rotación de las ofertas de pastelería. Aplica las normas de dietética y nutrición. Formaliza la presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería. Concreta los precios y cargos adicionales aplicables. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p>
2	<p><i>Para proponer nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes y definir composiciones y características de ofertas, define las líneas de investigación. Selecciona las materias primas e identifica los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos. Valora las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros. Valora los componentes identificados. Selecciona las técnicas y las materias primas. Propone los nuevos productos o las mejoras existentes. Establece el sistema de rotación de las ofertas de pastelería. Aplica las normas de dietética y nutrición. Formaliza la presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería. Concreta los precios y cargos adicionales aplicables. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
1	<p><i>No propone nuevos productos de pastelería/repostería sobre los ya existentes ni define composiciones y características de ofertas.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 1 de la escala.

### Escala C

4

	<p><i>Para comercializar y promocionar la oferta del establecimiento, ofrecen a la clientela la oferta del establecimiento de pastelería/repostería. Gestiona la reserva de los servicios o productos. Transmiten a la clientela de la información sobre servicios o productos. Realiza el contacto con la la clientela a través de los canales de comunicación, presencial y no presencial. Clasifica a la clientela en función de su tipología y de acuerdo con las características detectadas. Interpreta las expectativas de la clientela, respecto a un producto o servicio solicitado. Localiza el lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales. Oferta los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela y por último, realiza la despedida a la clientela de forma cordial y cercana.</i></p>
<b>3</b>	<p><i>Para comercializar y promocionar la oferta del establecimiento, ofrecen a la clientela la oferta del establecimiento de pastelería/repostería. Gestiona la reserva de los servicios o productos. Transmiten a la clientela de la información sobre servicios o productos. Realiza el contacto con la la clientela a través de los canales de comunicación, presencial y no presencial. Clasifica a la clientela en función de su tipología y de acuerdo con las características detectadas. Interpreta las expectativas de la clientela, respecto a un producto o servicio solicitado. Localiza el lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales. Oferta los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela y por último, realiza la despedida a la clientela de forma cordial y cercana. La persona candidata, comete ligeras irregularidades que no alteran el resultado final.</i></p>
<b>2</b>	<p><i>Para comercializar y promocionar la oferta del establecimiento, ofrecen a la clientela la oferta del establecimiento de pastelería/repostería. Gestiona la reserva de los servicios o productos. Transmiten a la clientela de la información sobre servicios o productos. Realiza el contacto con la la clientela a través de los canales de comunicación, presencial y no presencial. Clasifica a la clientela en función de su tipología y de acuerdo con las características detectadas. Interpreta las expectativas de la clientela, respecto a un producto o servicio solicitado. Localiza el lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales. Oferta los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela y por último, realiza la despedida a la clientela de forma cordial y cercana. La persona candidata, comete amplias irregularidades que alteran el resultado final.</i></p>
<b>1</b>	<p><i>No comercializa ni promociona la oferta del establecimiento.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 3 de la escala.

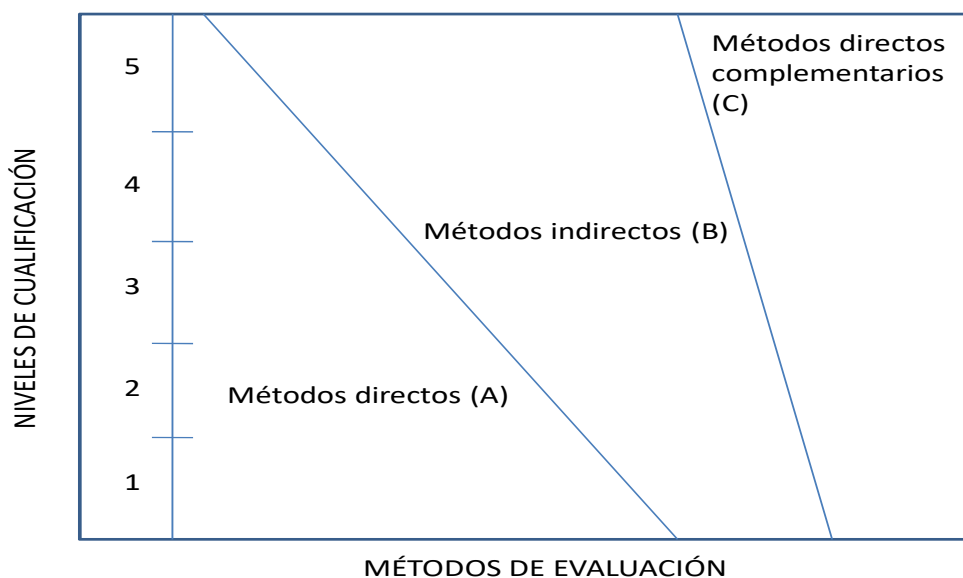
## **2. MÉTODOS DE EVALUACIÓN DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA Y ORIENTACIONES PARA LAS COMISIONES DE EVALUACIÓN Y EVALUADORES/AS.**

La selección de métodos de evaluación que deben realizar las Comisiones de Evaluación será específica para cada persona candidata, y dependerá fundamentalmente de tres factores: nivel de cualificación de la unidad de competencia, características personales de la persona candidata y evidencias de competencia indirectas aportadas por la misma.

## 2.1. Métodos de evaluación y criterios generales de elección.

Los métodos que pueden ser empleados en la evaluación de la competencia profesional adquirida por las personas a través de la experiencia laboral, y vías no formales de formación son los que a continuación se relacionan:

- a) **Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras sobre productos de su trabajo o de proyectos realizados. Proporcionan evidencias de competencia inferidas de actividades realizadas en el pasado.
- b) **Métodos directos:** Proporcionan evidencias de competencia en el mismo momento de realizar la evaluación. Los métodos directos susceptibles de ser utilizados son los siguientes:
  - Observación en el puesto de trabajo (A).
  - Observación de una situación de trabajo simulada (A).
  - Pruebas de competencia profesional basadas en las situaciones profesionales de evaluación (C).
  - Pruebas de habilidades (C).
  - Ejecución de un proyecto (C).
  - Entrevista profesional estructurada (C).
  - Preguntas orales (C).
  - Pruebas objetivas (C).



Fuente: Leonard Mertens (elaboración propia)

Como puede observarse en la figura anterior, en un proceso de evaluación que debe ser integrado (“holístico”), uno de los criterios de elección depende del nivel de cualificación de la UC. Como puede observarse, a menor nivel, deben priorizarse los métodos de observación en una situación de trabajo real o simulada, mientras que, a niveles superiores, debe priorizarse la utilización de métodos indirectos acompañados de entrevista profesional estructurada.

La consideración de las características personales de la persona candidata, debe basarse en el principio de equidad. Así, por este principio, debe priorizarse la selección de aquellos métodos de carácter complementario que faciliten la generación de evidencias válidas. En este orden de ideas, nunca debe aplicarse una prueba de conocimientos de carácter escrito a una persona candidata a la que se le aprecien dificultades de expresión escrita, ya sea por razones basadas en el desarrollo de las competencias básicas o factores de integración cultural, entre otras. Una conversación profesional que genere confianza sería el método adecuado.

Por último, indicar que las evidencias de competencia indirectas debidamente contrastadas y valoradas, pueden incidir decisivamente, en cada caso particular, en la elección de otros métodos de evaluación para obtener evidencias de competencia complementarias.



## 2.2. Orientaciones para las Comisiones de Evaluación y Evaluadores.

- a) Cuando la persona candidata justifique sólo formación no formal y no tenga experiencia en el proceso de Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería, se le someterá, al menos, a una prueba profesional de evaluación y a una entrevista profesional estructurada sobre la dimensión relacionada con el "saber" y "saber estar" de la competencia profesional.
- b) En la fase de evaluación siempre se deben contrastar las evidencias indirectas de competencia presentadas por la persona candidata. Deberá tomarse como referente la UC, el contexto que incluye la situación profesional de evaluación, y las especificaciones de los "saberes" incluidos en las dimensiones de la competencia. Se recomienda utilizar una entrevista profesional estructurada.
- c) Si se evalúa a la persona candidata a través de la observación en el puesto de trabajo, se recomienda tomar como referente los logros expresados en las realizaciones profesionales considerando el contexto expresado en la situación profesional de evaluación.
- d) Si se aplica una prueba práctica, se recomienda establecer un tiempo para su realización, considerando el que emplearía un o una profesional competente, para que el evaluado trabaje en condiciones de estrés profesional.
- e) Por la importancia del "saber estar" recogido en la letra c) del apartado 1.1 de esta Guía, en la fase de evaluación se debe comprobar la competencia de la persona candidata en esta dimensión particular, en los aspectos considerados.
- f) Esta Unidad de Competencia es de nivel "X" y sus competencias conjugan básicamente destrezas cognitivas y actitudinales. Por las características de estas competencias, la persona candidata ha de movilizar fundamentalmente sus destrezas cognitivas aplicándolas de forma competente a múltiples situaciones y contextos profesionales. Por esta razón, se recomienda que la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba de desarrollo práctico, que tome como referente las actividades de la situación profesional de evaluación, todo ello con independencia del método de evaluación utilizado. Esta prueba se planteará sobre un contexto definido que permita evidenciar las citadas competencias, minimizando los recursos y el tiempo necesario para su realización, e implique el cumplimiento de las normas de seguridad, prevención de riesgos laborales y medioambientales requeridas.





- g) Si se utiliza la entrevista profesional para comprobar lo explicitado por la persona candidata se tendrán en cuenta las siguientes recomendaciones:

Se estructurará la entrevista a partir del análisis previo de toda la documentación presentada por la persona candidata, así como de la información obtenida en la fase de asesoramiento y/o en otras fases de la evaluación.

La entrevista se concretará en una lista de cuestiones claras, que generen respuestas concretas, sobre aspectos que han de ser explorados a lo largo de la misma, teniendo en cuenta el referente de evaluación y el perfil de la persona candidata. Se debe evitar la improvisación.

El evaluador o evaluadora debe formular solamente una pregunta a la vez dando el tiempo suficiente de respuesta, poniendo la máxima atención y neutralidad en el contenido de las mismas, sin enjuiciarlas en ningún momento. Se deben evitar las interrupciones y dejar que la persona candidata se comunique con confianza, respetando su propio ritmo y solventando sus posibles dificultades de expresión.

Para el desarrollo de la entrevista se recomienda disponer de un lugar que respete la privacidad. Se recomienda que la entrevista sea grabada mediante un sistema de audio vídeo previa autorización de la persona implicada, cumpliéndose la ley de protección de datos.