



## GUÍA DE EVIDENCIA DE LA UNIDAD DE COMPETENCIA

“UC1780\_3: Diseñar y comercializar productos de pastelería”

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

**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: Diseñar y comercializar productos de pastelería.

### 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 principales y secundarias que intervienen en el diseño y comercialización de la oferta de pastelería de un establecimiento dedicado a la repostería de obrador, y que se indican a continuación:

Nota: A un dígito se indican las actividades principales y a dos las actividades secundarias relacionadas:



## **1. Efectuar la cata de materias primas, para su uso en nuevos productos de pastelería y/o en la innovación de los ya existentes.**

- 1.1 Seleccionar las materias primas para su análisis organoléptico, con el fin de valorar su posible adquisición y uso en elaboraciones pasteleras nuevas o ya ofertadas:
  - Preparando los útiles y las materias primas necesarios para el análisis organoléptico.
  - Procurando las condiciones ambientales de iluminación, temperatura, olores, ruidos y grado de comodidad más apropiados para el análisis organoléptico.
  - Seleccionando los atributos que se van a medir.
  - Decidiendo el tipo de escala que se va a aplicar para cada prueba sensorial, en función de los atributos que se van a medir y de los objetivos propuestos.
- 1.2 Identificar el reconocimiento y la cuantificación de los atributos sensoriales de las materias primas seleccionadas:
  - Comprobando que la materia prima cumple con las características del patrón establecido, atendiendo a su clasificación comercial, denominación de origen, si la tuviera, y otros posibles estándares.
  - Utilizando los sentidos y aplicando las escalas de medidas seleccionadas.
  - Manteniendo un nivel de concentración tal que minimice las distracciones y discriminando aquellos factores fisiológicos o psicológicos que puedan afectar a los resultados.
  - Reiterando el análisis organoléptico para comprobar la constancia de calidad del producto que aporta el proveedor.
  - Siguiendo un orden lógico y con un tiempo suficiente para que ésta se realice con rigor.
  - Identificando las características del producto en cuanto a rendimiento, caducidad y condiciones de conservación.
  - Identificando y ponderando las principales ventajas y limitaciones de los productos.
  - Formalizando las fichas para la valoración en el análisis organoléptico y aplicando las normas de puntuación establecidas.
  - Cumpliendo las normas higiénico-sanitarias y de manipulación de alimentos.
- 1.3 Formalizar las fichas de evaluación y clasificación de las materias primas analizadas, en función del destino o elaboración asignados y:
  - Valorando las características del producto en cuanto a rendimiento, caducidad y condiciones de conservación.
  - Interpretando los resultados del análisis sensorial de materias primas, para su posterior aplicación práctica.
  - Realizando las anotaciones de forma coherente y fiable.
  - Atendiendo al comportamiento y la evolución de una materia prima ya analizada y su inalterabilidad durante su conservación.
  - Estimando la adecuación de las materias primas analizadas a los fines y objetivos para los que se realiza.
- 1.4 Determinar las posibles líneas de investigación de nuevos productos de pastelería y/o innovación de los ya existentes, a partir de objetivos de carácter económico, gastronómico o de mercado.
- 1.5 Seleccionar las materias primas y los géneros alimenticios para la investigación de nuevos productos de pastelería y/o innovación de los ya existentes, en función de la línea de investigación previamente definida.



- 1.6 Identificar los componentes de las materias primas y géneros alimenticios seleccionados tales como, proteínas, hidratos de carbono y lípidos, según las normas de dietética y nutrición.
- 1.7 Identificar las características y cualidades físico-químicas de los componentes de las materias primas seleccionadas, anticipando así los resultados de la aplicación de diferentes técnicas culinarias.
- 1.8 Seleccionar las técnicas y las materias primas a emplear en la investigación de nuevos productos de pastelería y/o innovación de los ya existentes, de modo que resulten aptos para su consumo y comercialización.
- 1.9 Aplicar las técnicas seleccionadas, efectuando en caso necesario, sucesivas modificaciones sobre variables tales como temperatura, densidad, tiempos, aditivos y auxiliares tecnológicos, en función de los resultados esperados en la investigación.
- 1.10 Elaborar propuestas relativas a la definición y al proceso de elaboración de los nuevos o innovados productos de pastelería, a partir de la valoración de los resultados obtenidos.

## **2. Determinar las características de la situación del mercado de posible ubicación del negocio de pastelería.**

- 2.1 Identificar las características del mercado de la zona de posible ubicación de la actividad del negocio de pastelería, analizando los campos de influencia como tipología de ofertas, tipología clientes y otros.
- 2.2 Analizar las características de los negocios de pastelería de la competencia en la zona (precios, ofertas, diseño, entre otros) para mantener la competitividad.
- 2.3 Determinar las características del establecimiento de pastelería (identidad, diseño, instalaciones, recursos materiales y personales, entre otros), en función del análisis de la situación realizado.
- 2.4 Adaptar la oferta del negocio de pastelería, teniendo en cuenta los cambios que se producen en la zona de influencia en cuanto al público definido y basándose en las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que se detecten.

## **3. Fijar los precios y tarifas de la oferta de pastelería diseñada para el establecimiento.**

- 3.1 Diseñar la oferta de pastelería en términos de productos y servicios, de modo que resulten atractivas, equilibradas y adecuadas para un público definido, en función de:
  - Criterios de mercado, tales como las necesidades y gustos de los clientes potenciales y de los destinatarios finales.
  - Criterios económicos, tales como los medios físicos, humanos y económicos disponibles para la producción y el servicio.
  - Criterios organizativos, tales como el tiempo que media 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, tales como la variedad y el valor nutritivo de los alimentos.
- 3.2 Establecer el sistema de rotación de las ofertas de pastelería en términos de productos y servicios, permitiendo cambiarlas según la evaluación de los hábitos y gustos de la clientela.



- 3.3 Formalizar la presentación impresa de las ofertas de pastelería, teniendo en cuenta la categoría del establecimiento, los objetivos económicos y la imagen corporativa.
- 3.4 Concretar los precios o tarifas de las ofertas diseñadas, así como los cargos adicionales aplicables, en base al producto y/o servicio ofrecido y a la oferta y demanda, para competir en condiciones óptimas en el mercado.

#### **4. Comercializar la oferta de pastelería, en función de las expectativas del cliente y optimizando la rentabilidad del negocio.**

- 4.1 Identificar las motivaciones del cliente del establecimiento de pastelería, con el objetivo de satisfacer las mismas, ofreciéndole una atención que cumpla sus expectativas.
- 4.2 Asesorar al cliente en el proceso de venta de productos y servicios de pastelería, con la intención de satisfacer sus necesidades y de alcanzar los objetivos operativos del negocio de pastelería.
- 4.3 Gestionar la reserva de los servicios o productos de pastelería solicitados por el cliente, dando respuestas a sus necesidades y ofreciendo alternativas en caso contrario.

#### **5. Gestionar las actividades de promoción de la oferta de pastelería, despertando el interés del cliente habitual y potencial.**

- 5.1 Crear bases de datos de clientes actuales y potenciales, incorporando información sobre sus preferencias, demandas, niveles de gasto y otras de interés comercial cumpliendo con la normativa vigente.
- 5.2 Programar las acciones de promoción de la oferta del establecimiento de pastelería encaminada a fidelizar a los clientes actuales y a captar nuevos clientes, desarrollando los elementos de soporte más idóneos.
- 5.3 Ejecutar las acciones de promoción de la oferta del establecimiento de pastelería:
  - Efectuando un seguimiento de las mismas.
  - Evaluando su resultado.
  - Confeccionando los informes correspondientes.
- 5.4 Negociar acuerdos con clientes actuales o potenciales para la venta de los servicios ofertados por el establecimiento, dentro del marco de la política y directrices comerciales de la entidad y de su ámbito de responsabilidad.
- 5.5 Disponer los elementos de promoción organizados en las zonas concretas de exposición, con criterios de dinamismo y atracción para los visitantes.

#### **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: Diseñar y comercializar productos de pastelería. Estos conocimientos se presentan agrupados a partir de las actividades profesionales principales que aparecen en cursiva y negrita:

##### **1. *Cata de materias primas para su uso en nuevos productos de pastelería y/o en la innovación de los ya existentes.***

###### **a)**



- Análisis sensorial de alimentos en pastelería.
- Los sentidos humanos y la percepción sensorial de alimentos en pastelería.
- Tipos de análisis:
  - Sensorial.
  - Técnico.
  - Instrumental.
  - Hedónico.
- Terminología básica del análisis sensorial de alimentos en pastelería.
- Los atributos de los alimentos relevantes en pastelería.
- Medios utilizados en el análisis sensorial de alimentos en pastelería.
- Percepción de atributos sensoriales básicos.
- Cata:
  - Definición.
  - Tipos.
  - Mecanismos utilizados en la misma.
- Fases de la cata de alimentos:
  - Elementos y útiles necesarios para la cata de alimentos.
  - 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 de alimentos:
  - Pruebas discriminatorias.
  - Pruebas descriptivas.
  - Pruebas no objetivas en el análisis de alimentos: ensayos hedónicos.
- Cata de leches y productos lácteos.
- Cata de productos secos: almendras, avellanas, ciruelas, otros.
- Cata de productos grasos: aceites, mantequillas, margarinas, otros.
- Cata de conservas.
- Cata de harinas.
- Cata de otros productos de uso en pastelería.
- Ensayos físicos y químicos básicos en pastelería:
  - Conceptos y técnicas básicas aplicables a productos de pastelería,
  - Conceptos básicos de análisis químico e instrumental aplicables a la pastelería.
  - Características físico-químicas de la leche, productos lácteos, productos secos, grasas, harinas, huevos, ovoproductos y azúcares, entre otros productos de uso en pastelería.
- Aditivos y auxiliares tecnológicos en pastelería:
  - 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.

## **2. Características de la situación del mercado para determinar la posible ubicación del negocio de pastelería.**

### **b)**

- Zona de ubicación del negocio de pastelería.
- Técnicas para establecer bases de datos.
- Análisis del mercado:
  - Tendencias.
  - Cuotas de mercado, entre otros.
- Análisis de la competencia.



- Investigación comercial. Características y tipos.
- Análisis del sector de los negocios de pastelería:
  - Interno.
  - Externo.
  - DAFO (determinación de las debilidades, las amenazas, las fortalezas y las oportunidades).
  - otros.
- Posicionamiento de un negocio de pastelería .
- Perfil sociodemográfico de los clientes:
  - Análisis del consumidor.
  - Necesidades y motivaciones.
  - Roles de compra.
  - Segmentación y selección de un público objetivo.
  - Furchase Funnel (Túnel de compra).
  - Frecuencia de consumo.

### **3. Precios y tarifas de la oferta de pastelería diseñada para el establecimiento.**

- Principios básicos para la elaboración de una carta u oferta de pastelería.
- Tendencias alimentarias y composición de ofertas de pastelería.
- Elementos de una oferta de pastelería.
- Planificación y diseño de ofertas de pastelería.
- Normas para la elaboración de un producto de pastelería:
  - Dietéticas.
  - Económicas.
  - Punto de vista de la organización.
  - Aspectos gastronómicos.
  - Estéticos, entre otros.
- Estrategias para la fijación de precios:
  - Precio según valor percibido por el cliente.
  - Precio de penetración en el mercado.
  - Precio por prestigio.
  - Precio por descremación del mercado.
  - Precio por promoción.
  - Precio psicológico.
  - Precio en función del beneficio, entre otros.
- Gestión económica-financiera:
  - Costes de fabricación.
  - Márgenes netos.
  - Márgenes brutos.
  - Ratios.
  - Determinación del coste.
- Componentes del producto de pastelería:
  - Composición de los alimentos.
  - Valor energético.
- Estacionalidad de los productos.
- Diseño de cartas y menús:
  - Aspecto físico de las ofertas de pastelería.
  - Presentación.
- Conceptos básicos de higiene, dietética y nutrición.
- Establecimientos de producción y venta de productos de pastelería.
- Tipos de tarifas y condiciones de aplicación.
- Tipos de cobros.



#### **4. Comercialización de la oferta de pastelería, en función de las expectativas del cliente y optimizando la rentabilidad del negocio.**

c)

- Técnicas de comunicación.
- Técnicas de merchandising propias de los establecimientos de pastelería.
- Técnicas de ventas y negociación para establecimientos de producción y venta de productos de pastelería.
- Las expectativas de los clientes:
  - Técnicas para determinar las expectativas de los clientes con respecto a un servicio.
  - La satisfacción de las expectativas como concepto de calidad de un servicio.
  - Los estándares de calidad de un servicio.
- Tipología de clientes:
  - Análisis y comparación de las técnicas de comunicación más adecuadas a los diferentes tipos de clientes.
  - Aplicaciones.
- Proceso de ventas: fases y técnicas aplicables.
- Proceso de gestión de reservas de los servicios o productos ofertados.
- Gestión de reservas de los servicios o productos de pastelería.

#### **5. Gestión de las actividades de promoción de la oferta de pastelería, despertando el interés del cliente habitual y potencial.**

- Normativa aplicable de protección de datos (Ley 15/ 1999, de 13 de diciembre).
- Marketing de servicios:
  - Elementos.
  - Estrategias.
  - Políticas y directrices.
- Elementos de merchandising propios en establecimientos de pastelería:
  - Decorado y ambiente.
  - Equipamiento.
  - Ubicación preferente del producto.
  - Fotos.
  - Mástiles.
  - Carteles.
  - Publicidad.
  - Animación.
  - Demostraciones y degustaciones.
  - Otros.
- Diseño de soportes promocionales.
- Diseño de soportes para el control y análisis de las acciones promocionales.
- Estrategias.
- Técnicas de negociación.

#### **d) Saberes comunes que dan soporte a las actividades profesionales de esta unidad de competencia**

- Normativa aplicable de las categorías de los establecimientos.
- Negocio de pastelería: artesanal, industrial, tradicional, moderno, entre otras.
- Oferta de pastelería. Tipos de ofertas: artesanal, industrial, artística, ofertas especiales, otros.
- Variables de las ofertas: productos de pastelería, confitería, chocolates, helados y semifríos, entre otros.





- Normas deontológicas de la profesión.

### **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:

1. En relación con la capacidad de integración a la cultura organizativa de la empresa deberá:
  - 1.1 Demostrar interés y compromiso de la empresa así como por el conocimiento amplio de la organización y sus procesos.
  - 1.2 Hacer suyo el sistema organizacional del trabajo y su proceso productivo.
  - 1.3 Percibir el impacto del diseño de ofertas de restauración y las implicaciones de su comercialización en las decisiones y actividades en otras partes de la empresa.
  - 1.4 Adaptarse a la organización de diseño de productos de pastelería, a sus cambios y situaciones de contextos nuevos.
2. En relación con la capacidad de organización deberá:
  - 2.1 Gestionar el tiempo de trabajo durante el diseño y comercialización de productos de pastelería.
  - 2.2 Mantener el área de trabajo en orden y limpieza y colaborar con el equipo de diseño y comercialización de productos de pastelería con esta finalidad.
  - 2.3 Establecer objetivos en actividades de diseño y promoción de oferta de productos de pastelería.
3. En relación con la comunicación horizontal y vertical deberá:
  - 3.1 Compartir los objetivos estratégicos de la empresa de pastelería y la responsabilidad del diseño de ofertas de productos de pastelería, así como asumir responsabilidades y decisiones para la comercialización y mejora continua.
  - 3.2 Dar, compartir y recibir información con el equipo de trabajo de diseño y comercialización de productos de pastelería.
  - 3.3 Comunicarse eficazmente, de forma clara y concisa, con las personas adecuadas en cada momento, respetando los canales establecidos en la organización.
  - 3.4 Saber escuchar mejoras y dificultades valorando las aportaciones realizadas para el diseño de ofertas y comercialización de productos de pastelería.
  - 3.5 Coordinarse y colaborar con los miembros del equipo de diseño y con otros trabajadores y profesionales de la comercialización de ofertas, así como con sus superiores.
4. En relación con el liderazgo deberá:



- 4.1 Dirigir a las personas y lograr que contribuyan de forma efectiva y adecuada a la consecución de los objetivos establecidos en la comercialización de ofertas de productos de pastelería.
- 4.2 Ayudar a desarrollar las habilidades, aptitudes y capacidades profesionales del personal a su cargo.
- 4.3 Asignar objetivos y tareas a las personas adecuadas para realizar las actividades de promoción de ofertas en pastelería y planificar su seguimiento.
- 4.4 Moderar las discusiones, las situaciones críticas y los procesos de negociación durante la comercialización de ofertas de productos de pastelería.

5. En relación con el entorno de trabajo deberá:

- 5.1 Respetar y cuidar las instalaciones de trabajo.
- 5.2 Acatar las órdenes emanadas de sus superiores.
- 5.3 Cumplir las normas de comportamiento profesional: puntualidad, orden, limpieza, uniformidad, entre otras.
- 5.4 Sensibilizarse con la importancia que tiene el diseño y la comercialización de productos de pastelería.
- 5.5 Mostrar iniciativa para desarrollar acciones de innovación y creatividad en la promoción y comercialización de ofertas de productos de pastelería.
- 5.6 Mantener una actitud positiva de participación en actividades de formación permanente y actualización de conocimientos.
- 5.7 Manifestar iniciativa para diseñar ofertas de productos de pastelería, cumpliendo las normas de calidad, seguridad y medio ambiente.

## 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: Diseñar y comercializar productos de pastelería”, se tienen 2 situaciones profesionales de evaluación y se concretan en los siguientes términos:

### 1.2.1. Situación profesional de evaluación número 1.

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



En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para formular, a partir de materias primas o productos culinarios previamente determinados, el proceso de elaboración de nuevos productos de pastelería y/o la inclusión de innovaciones en los productos ya existentes en un establecimiento de hostelería, en función de los objetivos económicos de establecimiento y del tipo clientela, tanto habitual como potencial. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Efectuar la cata.
2. Determinar las líneas de investigación de los nuevos productos de pastelería.
3. Definir el proceso de elaboración de los nuevos o innovados productos de pastelería.

**Condiciones adicionales:**

- Se dispondrá de equipamiento, documentación específica y ayuda técnica requerida para la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias introduciendo una incidencia durante el proceso.
- 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 número 1**

Con el objeto de optimizar la validez y fiabilidad del resultado de la evaluación, esta Guía incluye unos criterios de evaluación integrados y, por tanto, reducidos en número. 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 número 1, los criterios se especifican en el cuadro siguiente:

<i>Criterios de mérito</i>	<i>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</i>
----------------------------	--



<i>Cata de alimentos.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Selección de las materias primas.</li><li>- Reconocimiento y cuantificación de los atributos sensoriales.</li><li>- Formalización de las fichas de evaluación.</li><li>- Clasificación de las materias primas analizadas.</li><li>- Identificación de los componentes, características y cualidades físico químicas de las materias primas.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Determinación de las líneas de investigación.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Análisis de objetivos de carácter económico, gastronómico y de mercado.</li><li>- Determinación de las posibles líneas de investigación.</li><li>- Selección de las materias primas y productos alimenticios.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente requiere el cumplimiento total de este criterio de mérito.</i></p>
<i>Definición del proceso de elaboración.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Identificación de las materias primas y productos alimenticios</li><li>- Selección de técnicas culinarias.</li><li>- Aplicación de las técnicas culinarias seleccionadas.</li><li>- Análisis de variables para sucesivas modificaciones.</li><li>- Evaluación de los resultados obtenidos.</li><li>- Redacción del proceso de elaboración.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala A.</i></p>
Cumplimiento del tiempo establecido en función del empleado por un o una profesional.	<p><i>El umbral de desempeño competente, permite una desviación del 20% en el tiempo establecido.</i></p>

## Escala A

5	<i>Para definir el proceso de elaboración de nuevos o de innovados productos ya existentes de pastelería, identifica las materias primas y productos alimenticios a utilizar, selecciona las técnicas culinarias en función de las materias primas a emplear y del resultado esperado, aplica las técnicas culinarias seleccionadas, analiza variables para efectuar sucesivas modificaciones, evalúa los resultados obtenidos y finalmente redacta el proceso de elaboración de los productos de pastelería obtenidos utilizando medios y equipos informáticos.</i>
4	<b><i>Para definir el proceso de elaboración de nuevos o de innovados productos ya existentes de pastelería, identifica las materias primas y productos alimenticios a utilizar, selecciona las técnicas culinarias en función de las materias primas a emplear y del resultado esperado, aplica las técnicas culinarias seleccionadas, evalúa los resultados obtenidos y finalmente redacta el proceso de elaboración de los productos de pastelería obtenidos.</i></b>
3	<i>Para definir el proceso de elaboración de nuevos o de innovados productos ya existentes de pastelería, identifica las materias primas y productos alimenticios, no selecciona las técnicas culinarias idóneas en función de las materias primas a emplear y del resultado esperado, no aplica las técnicas culinarias seleccionadas. Redacta el proceso de elaboración.</i>
2	<i>Para definir el proceso de elaboración de nuevos o de innovados productos ya existentes de pastelería, no identifica las materias primas ni los productos alimenticios, no selecciona técnicas culinarias en función de las materias primas a emplear y del resultado esperado y aplica erróneamente las técnicas culinarias seleccionadas. No redacta el proceso.</i>
1	<i>No define el proceso de elaboración de nuevos o de innovados productos ya existentes de pastelería.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

### 1.2.2. Situación profesional de evaluación número 2

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

En esta situación profesional, la persona candidata demostrará la competencia requerida para determinar y diseñar la oferta de un establecimiento de pastelería para un evento concreto en una época del año definida. Esta situación comprenderá al menos las siguientes actividades:

1. Determinar los tipos de productos o servicios a ofertar.



2. Promocionar la oferta de pastelería.

**Condiciones adicionales:**

- Se dispondrá de equipamiento, documentación específica y ayuda técnica requerida para la situación profesional de evaluación.
- Se comprobará la capacidad del candidato o candidata en respuesta a contingencias introduciendo una incidencia durante el proceso.
- 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 número 2.**

En la situación profesional de evaluación número 2, los criterios de evaluación se especifican en el cuadro siguiente:

<b>Criterios de mérito</b>	<b>Indicadores, escalas y umbrales de desempeño competente</b>
<i>Determinación de los productos y/o servicios.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Obtención de información del cliente potencial</li><li>- Evaluación de las necesidades del cliente.</li><li>- Valoración de la estacionalidad de los productos a ofertar.</li><li>- Análisis de las características gastronómicas de los productos a ofertar.</li><li>- Definición de productos y/o servicios a ofertar.</li><li>- Establecimiento del sistema de rotación.</li><li>- Formalización de la presentación impresa.</li><li>- Concreción del precio de la oferta de pastelería.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala B.</i></p>
<i>Promoción de la oferta de pastelería.</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Aplicación de la estrategia de marketing.</li><li>- Establecimiento de planes de promoción.</li><li>- Uso y manejo de la información recogida en la base de datos.</li><li>- Selección de los elementos de marketing y las posibles acciones promocionales, coherentes y adecuadas al tipo de establecimiento.</li><li>- Selección de los canales de distribución adecuados a los objetivos del negocio.</li></ul> <p><i>El umbral de desempeño competente está explicitado en la Escala C.</i></p>

Cumplimiento del tiempo establecido en función del empleado por un o una profesional.

El umbral de desempeño competente, permite una desviación del 20% en el tiempo establecido.

## Escala B

5	<p><i>Para determinar los tipos de productos y/o servicios a ofertar para un evento concreto en una época del año definida, obtiene información y evalúa las necesidades del cliente potencial, valora la estacionalidad y las características gastronómicas de los productos, define los productos y/o servicios a ofertar, establece el sistema de rotación de la oferta confeccionada, formaliza la presentación impresa concretando el precio de la oferta de pastelería para lo cual utiliza medios y equipos informáticos específicos del sector.</i></p>
4	<p><b>Para determinar los tipos de productos y/o servicios a ofertar para un evento concreto en una época del año definida, obtiene información y evalúa las necesidades del cliente potencial, valora la estacionalidad y las características gastronómicas de los productos, define los productos y/o servicios a ofertar, establece el sistema de rotación de la oferta confeccionada, formaliza la presentación impresa concretando el precio de la oferta de pastelería.</b></p>
3	<p><i>Para determinar los tipos de productos y/o servicios a ofertar para un evento concreto en una época del año definida, obtiene información pero no evalúa las necesidades del cliente potencial, no tiene en cuenta la estacionalidad ni las características gastronómicas de los productos, define los productos y/o servicios a ofertar, establece el sistema de rotación de la oferta confeccionada, formaliza la presentación impresa concretando el precio de la oferta de pastelería.</i></p>
2	<p><i>Para determinar los tipos de productos y/o servicios a ofertar para un evento concreto en una época del año definida, obtiene información pero no evalúa las necesidades del cliente potencial, no tiene en cuenta la estacionalidad ni las características gastronómicas de los productos, define los productos y/o servicios a ofertar, establece el sistema de rotación de la oferta confeccionada, formaliza la presentación impresa pero no concreta el precio de la oferta de pastelería.</i></p>
1	<p><i>No determina los tipos de productos y/o servicios a ofertar para un evento concreto en una época del año definida.</i></p>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 de la escala.

## Escala C

5	<i>Para determinar las acciones promocionales de la oferta de pastelería de un negocio dedicado a la producción de repostería de obrador, aplica la estrategia de marketing, establece planes de promoción, utiliza la información recogida en la base de datos, selecciona los elementos de marketing y las posibles acciones promocionales coherentes y adecuadas al tipo de establecimiento, finalmente selecciona los canales de distribución adecuados a los objetivos del negocio.</i>
4	<b>Para determinar las acciones de la oferta de pastelería de un negocio dedicado a la producción de repostería de obrador, aplica la estrategia de marketing, establece planes de promoción, utiliza la información recogida en la base de datos, selecciona los elementos de marketing y las posibles acciones promocionales coherentes y adecuadas al tipo de establecimiento.</b>
3	<i>Para determinar las acciones promocionales de la oferta de pastelería de un negocio dedicado a la producción de repostería de obrador, aplica la estrategia de marketing, establece planes de promoción, no utiliza la información recogida en la base de datos, no selecciona los elementos de marketing ni las posibles acciones promocionales coherentes y adecuadas al tipo de establecimiento.</i>
2	<i>Para determinar las acciones de la oferta de pastelería de un negocio dedicado a la producción de repostería de obrador, no aplica la estrategia de marketing, no establece planes de promoción, utiliza la información recogida en la base de datos, no selecciona los elementos de marketing ni las posibles acciones promocionales coherentes y adecuadas al tipo de establecimiento.</i>
1	<i>No determina las acciones promocionales de la oferta de pastelería de un negocio dedicado a la producción de repostería de obrador.</i>

Nota: el umbral de desempeño competente corresponde a la descripción establecida en el número 4 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:

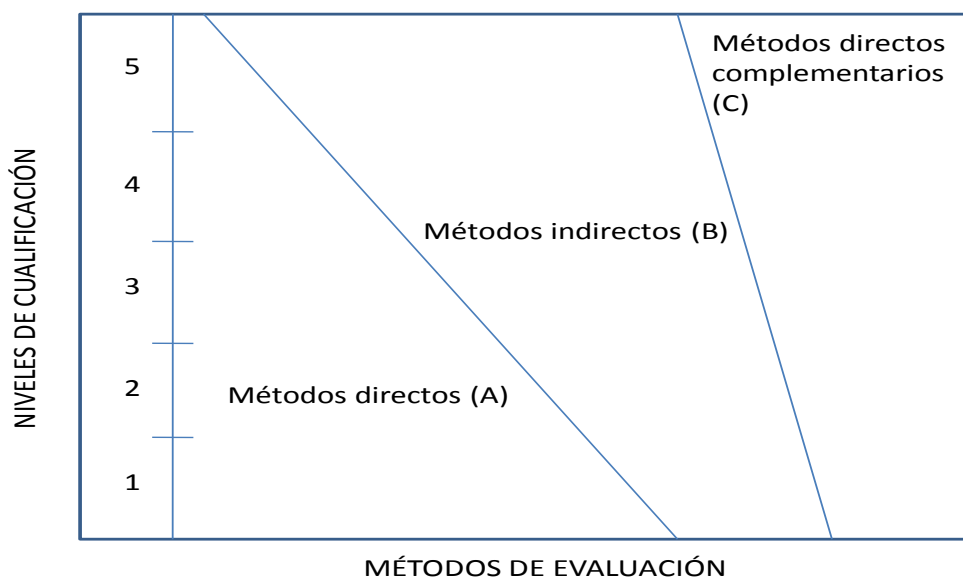
- Métodos indirectos:** Consisten en la valoración del historial profesional y formativo de la persona candidata; así como en la valoración de muestras



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 un candidato de bajo nivel cultural al que se le aprecien dificultades de expresión escrita. 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 diseño y comercialización de la oferta de pastelería de un establecimiento dedicado a la repostería de obrador 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/a 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 3. En este nivel el dominio de destrezas manuales no siempre constituye el aspecto más relevante, no obstante es conveniente su consideración, por lo que en función del método de evaluación utilizado, se recomienda que en la comprobación de lo explicitado por la persona candidata se complemente con una prueba práctica que tenga como referente las actividades de la situación profesional de evaluación. Ésta, se planteará sobre un contexto reducido que permita optimizar la observación de competencias, minimizando los medios materiales y el tiempo necesario para su realización, cumpliéndose 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.

- h) Para el desarrollo de las SPE se considerarán las siguientes orientaciones:
- Facilitar una carta o listado con una selección previa de productos y materias primas para que la persona candidata, basándose en ellos,



contextualice el proceso de elaboración de nuevos productos o de innovación de los productos ya existentes de pastelería.

- Facilitar una propuesta con un mínimo de variedad y número de técnicas culinarias a utilizar.
- Facilitar la base de datos de los clientes de un supuesto negocio dedicado a los productos de obrador.
- Facilitar la oferta de productos y/o servicios de pastelería de un supuesto negocio dedicado a los productos de obrador.
- Facilitar los datos del evento contratado, tales como:
  - Época del año.
  - Tipo: boda, lunch, bufet de postres, bufet de desayunos, entre otros.
  - Tipología de clientes,
  - Localización del evento, entre otros.
- Facilitar un equipo informático con aplicaciones informáticas de gestión y con conexión a internet.
- Se recomienda la utilización de medios telemáticos para la aplicación de distintos elementos propios del sector del marketing.