



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

UNIDAD DE COMPETENCIA

**“UC1107_3: Diseñar ofertas de vinos y de otras bebidas
propias de establecimientos de restauración y/o dedicados al
comercio de productos delicatessen”**

LEA ATENTAMENTE LAS INSTRUCCIONES

Conteste a este cuestionario de **FORMA SINCERA**. La información recogida en él tiene **CARÁCTER RESERVADO**, al estar protegida por lo dispuesto en la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de protección de datos de carácter personal.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional de la “UC1107_3: Diseñar ofertas de vinos y de otras bebidas propias de establecimientos de restauración y/o dedicados al comercio de productos delicatessen”.

No se preocupe, con independencia del resultado de esta autoevaluación, Ud. **TIENE DERECHO A PARTICIPAR EN EL PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN**, siempre que cumpla los requisitos de la convocatoria.

Nombre y apellidos del trabajador/a: NIF:	Firma:
Nombre y apellidos del asesor/a: NIF:	Firma:



INSTRUCCIONES CUMPLIMENTACIÓN DEL CUESTIONARIO:

Las actividades profesionales aparecen ordenadas en bloques desde el número 1 en adelante. Cada uno de los bloques agrupa una serie de actividades más simples (subactividades) numeradas con 1.1., 1.2.,..., en adelante.

Lea atentamente la actividad profesional con que comienza cada bloque y a continuación las subactividades que agrupa. Marque con una cruz, en los cuadrados disponibles, el indicador de autoevaluación que considere más ajustado a su grado de dominio de cada una de ellas. Dichos indicadores son los siguientes:

1. No sé hacerlo.
2. Lo puedo hacer con ayuda.
3. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda.
4. Lo puedo hacer sin necesitar ayuda, e incluso podría formar a otro trabajador o trabajadora.

<i>1: Determinar los vinos y otras bebidas que sean más interesantes y/o adecuados para incluir en la oferta comercial del establecimiento, de modo que resulten atractivas a los clientes potenciales y se ajusten a los objetivos económicos previstos.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Identificar los criterios económicos y organizativos, tales como la pluralidad de precios, las posibilidades de suministro y la estacionalidad, previendo líneas de actuación para la selección de las bebidas que se adecúen a los objetivos y características del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Seleccionar los vinos y las bebidas estimando diferentes criterios de mercado, tales como la ubicación, tipo de establecimiento y los gustos de los clientes potenciales, entre otros, en función de los recursos físicos, humanos y económicos disponibles.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Confeccionar la propuesta de adquisición de vinos y de las bebidas en función de la lista de preferencia en la que se referencian datos sobre las bebidas, tales como los resultados obtenidos de la cata, de su etiquetado y de los objetivos de la política de ventas del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>2: Diseñar las cartas/listas de vinos y de otras bebidas, siguiendo criterios de agrupación de referencias para que sean reconocibles por la mayoría del público objetivo y que sirvan como elemento diferenciador de la competencia.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Estructurar las cartas/listas de vinos y de otras bebidas utilizando criterios organizativos de agrupación por referencias, ya sea por tipos, países, zonas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



2: Diseñar las cartas/listas de vinos y de otras bebidas, siguiendo criterios de agrupación de referencias para que sean reconocibles por la mayoría del público objetivo y que sirvan como elemento diferenciador de la competencia.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
de procedencia o variedades que resulten de fácil interpretación para el público objetivo.				
2.2: Redactar los contenidos de forma clara y concisa de modo que permitan una fácil lectura expresando la información necesaria para satisfacer la curiosidad y la rápida elección por el cliente, utilizando programas informáticos específicos de diseño de cartas de bebidas y, en el caso de vinos, atendiendo a criterios tales como bodega elaboradora, zona de producción, variedad de uva/s, añada, tipo de elaboración, tipo y tiempo de envejecimiento, incluso, precio de copa o botella según proceda.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Proponer el número de ejemplares de cartas/listas al superior jerárquico en función del tamaño, aforo y características del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Comprobar la presentación impresa y el buen estado del soporte físico de las cartas/listas confeccionadas de la oferta de bebidas, verificando que se adecuan a la estructura definida y a la imagen del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Verificar la vigencia de la oferta diseñada, actualizando periódicamente los contenidos para que concuerden con la oferta real del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Establecer el sistema de rotación de las cartas/listas diseñadas atendiendo a la evolución de los hábitos y gustos de la clientela, las novedades del mercado u otras coyunturas que afecten a la oferta de bebidas del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3: Proponer al responsable económico del establecimiento los precios de los artículos de la oferta, de forma que se cumplan las expectativas y los objetivos económicos del mismo.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Registrar el precio de compra de las bebidas que componen la oferta y la fecha, o fechas, de adquisición en las bases de datos, listas de estocaje u otros documentos registrales, utilizando programas informáticos específicos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Obtener la información de la política de precios y de los márgenes de beneficio de los objetivos comerciales de la entidad, proponiendo los precios de venta en función de los mismos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



3: Proponer al responsable económico del establecimiento los precios de los artículos de la oferta, de forma que se cumplan las expectativas y los objetivos económicos del mismo.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.3: Calcular la previsión de posibles ventas en función del mercado, competencia, productos, presupuestos, precios y del histórico del establecimiento, consultando las ventas efectuadas en periodos similares de producción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Cuantificar los medios y recursos materiales para el mantenimiento y conservación de los artículos ofertados y las posibles mermas para incorporarlas al plan contable, a partir de los controles efectuados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Fijar los precios de la carta, en colaboración con el responsable económico, de forma que se materialicen los objetivos comerciales del establecimiento, utilizando programas informáticos específicos y teniendo en cuenta el precio de compra, la fecha de adquisición, los márgenes de beneficios y las oscilaciones del mercado, entre otro factores.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>