



## PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

### CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

#### UNIDAD DE COMPETENCIA “UC1108\_3: Realizar análisis sensorial de productos selectos propios de sumillería y diseñar sus ofertas”

#### 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 “UC1108\_3: Realizar análisis sensorial de productos selectos propios de sumillería y diseñar sus ofertas”.

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: Seleccionar productos selectos propios de sumillería susceptibles de venta en el establecimiento para su cata, con el fin de valorar su posible adquisición.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Sistematizar la información recabada en ferias, cursos, catas monográficas, presentaciones de productos con denominación de origen, empresas del sector, revistas especializadas, Internet y otros, para analizar su contenido y tomar decisiones en consecuencia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Determinar los géneros alimentarios objeto de cata en función de la rentabilidad, estacionalidad, disponibilidad, público objetivo y oferta del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Solicitar las muestras de productos seleccionados para su análisis sensorial a los distintos proveedores, concretando con ellos las condiciones de entrega.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Almacenar las muestras recepcionadas en las condiciones requeridas de conservación, custodiándolas en los lugares establecidos hasta el momento de la cata.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<i>2: Preparar para el análisis sensorial las muestras solicitadas de los productos selectos propios de sumillería susceptibles de venta en el establecimiento, de acuerdo con la metodología de la cata.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Determinar la variedad y cantidad de muestras objeto de la cata con criterios de prioridad y coherencia en sabores y productos, previendo la desorientación sensorial o fatiga por exceso de muestras.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>2: Preparar para el análisis sensorial las muestras solicitadas de los productos selectos propios de sumillería susceptibles de venta en el establecimiento, de acuerdo con la metodología de la cata.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.2: Organizar las muestras objeto de la cata, distribuyéndolas en el equipamiento apropiado en función de su naturaleza y de los condicionantes de la metodología de la cata.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Preparar los géneros y materiales complementarios para la cata que cumplen con el objetivo de limpiar el paladar e impedir la interferencia de sabores entre muestra y muestra en la vajilla y con los utensilios adecuados al producto/s objeto de la cata, disponiéndolos en orden de utilización y, en caso de intervenir varios catadores, en los distintos puestos de cata.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Preparar las muestras acondicionándolas a la temperatura óptima de servicio para poder apreciar mejor las características organolépticas de los artículos seleccionados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>3: Catar las muestras seleccionadas para la adquisición de posibles productos, en función de los objetivos económicos del establecimiento y de las posibles expectativas del público objetivo.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Favorecer las condiciones ambientales idóneas que aseguren la máxima concentración durante la cata de los productos evitando las temperaturas inapropiadas, los ruidos incómodos y otros posibles elementos de distracción.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Catar las muestras objeto de valoración por tipo de producto, aplicando la metodología de la cata y utilizando los recipientes que permitan apreciar mejor tanto sus virtudes como sus defectos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Efectuar la cata ciega con el producto tapado de tal forma que oculte su marca y en el orden predeterminado, obteniendo así la máxima fiabilidad en el resultado final.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Formalizar las fichas de la cata expresando los resultados de forma cualitativa, exponiendo sus principales atributos y características organolépticas, y cuantitativa, asignando a cada muestra una puntuación que permita la comparación entre productos análogos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Efectuar la segunda cata para obtener una mayor fiabilidad en los resultados del primer análisis sensorial, alterando el orden de las muestras y	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>3: Catar las muestras seleccionadas para la adquisición de posibles productos, en función de los objetivos económicos del establecimiento y de las posibles expectativas del público objetivo.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
aplicando la metodología de la cata en función de la naturaleza de cada producto.				
3.6: Expresar las características del producto catado en una frase que describa sus principales cualidades y defectos, para disponer de una información sintética del mismo en cualquier momento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>4: Seleccionar productos selectos propios de sumillería en función de los resultados obtenidos de la cata y de la información de su etiquetado, de modo que se adapten a la política de ventas del establecimiento.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Proponer la adquisición de los productos propios de sumillería, analizando los resultados de la cata, su armonía y consonancia con la oferta del establecimiento y valorando el presunto ciclo de vida, la estacionalidad y el punto óptimo de consumo del producto.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.2: Evaluar la relación calidad-precio de los productos objeto de la cata en función de la presentación estética en lo que a envase se refiere, las expectativas de la clientela y los objetivos económicos del establecimiento, entre otros factores a tener cuenta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Confeccionar la lista de preferencia de los productos catados en función de los resultados obtenidos, de la información de su etiquetado y de los objetivos del establecimiento utilizando programas informáticos específicos para el registro de la información.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Seleccionar los productos utilizando la lista de preferencia confeccionada y en función de los estándares de calidad del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>5: Diseñar cartas de productos selectos propios de sumillería, siguiendo criterios de agrupación de referencias que sean flexibles y reconocibles por la mayoría de la clientela, de modo que resulten atractivas y sugerentes.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Estructurar las cartas/listas de productos selectos propios de sumillería utilizando criterios de agrupación por referencias, ya sea por tipos de	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



<b>5: Diseñar cartas de productos selectos propios de sumillería, siguiendo criterios de agrupación de referencias que sean flexibles y reconocibles por la mayoría de la clientela, de modo que resulten atractivas y sugerentes.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
producto, zonas de procedencia o variedades que resulten de fácil identificación por el público objetivo.				
5.2: Redactar los contenidos de forma clara y concisa, permitiendo una fácil lectura y expresando la información necesaria para satisfacer la curiosidad y la rápida elección por el cliente, utilizando programas informáticos específicos de diseño de cartas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Proponer los ejemplares de las cartas/listas de precios cuantificando el número en función del tamaño, aforo y características del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.4: Comprobar la presentación impresa y el buen estado del soporte físico de las cartas/listas confeccionadas 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"/>
5.5: Verificar la vigencia de la carta actualizando los contenidos para que concuerden con la oferta real del establecimiento y los hábitos del mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.6: Establecer el sistema de rotación de las cartas elaboradas 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 productos selectos propios de sumillería del establecimiento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.7: Fijar los precios de la carta, en colaboración con el responsable económico, de forma que se alcancen 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, las oscilaciones del mercado, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>