



# PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

## CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

### UNIDAD DE COMPETENCIA “UC1780\_3: Desarrollar la comercialización de productos de pastelería/repostería”

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

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.

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
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.				

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Identificar el entorno del establecimiento de la pastelería/repostería, analizando el entorno de actuación, desde perspectivas de: - Accesibilidad y comunicación. - Recursos complementarios. - Singularidad de la producción propia. - Recursos turísticos, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Analizar la competencia del establecimiento de la pastelería/repostería dentro del mercado definido, identificando las características de cada uno de sus componentes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Determinar el producto y el servicio de pastelería/repostería a ofertar en función del público definido, basándose en las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Determinar el posicionamiento del establecimiento de pastelería/repostería, teniendo en cuenta el análisis de la situación efectuado para que los objetivos del negocio queden controlados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Definir las líneas de investigación, partiendo de objetivos económicos, gastronómicos, de mercado, entre otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Seleccionar las materias primas, siguiendo la línea de investigación previamente definida.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Identificar los componentes de las materias primas seleccionadas como proteínas, hidratos de carbono y lípidos, utilizando información nutricional.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Valorar las características y cualidades físico-químicas de los componentes identificados, aditivos, entre otros, determinando resultados ante la aplicación de una determinada técnica.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Valorar los componentes identificados, considerando normas de dietética y nutrición para el logro de una alimentación saludable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Seleccionar las técnicas y las materias primas 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.7: Proponer los nuevos productos o las mejoras existentes partiendo de la valoración de los resultados obtenidos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
4.1: Determinar la oferta de pastelería, 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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
productos. - Criterios gastronómicos, como la variedad y el valor nutritivo de los alimentos.				
4.2: Establecer el sistema de rotación de las ofertas de pastelería, permitiendo cambios según la evolución de los hábitos y gustos de la clientela.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.3: Aplicar las normas de dietética y nutrición, con el objetivo de una alimentación saludable.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.4: Formalizar la presentación impresa o en soportes digitales de las ofertas de pastelería, teniendo en cuenta la categoría del establecimiento, los objetivos económicos y la imagen corporativa.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4.5: Concretar los precios y cargos adicionales aplicables, teniendo en cuenta el producto y servicio ofrecido y la oferta y demanda, para competir en el mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
5.1: Ofrecer la oferta del establecimiento de pastelería/repostería a la clientela, considerando: - La demanda y expectativas de productos - El asesoramiento en la venta - Los objetivos operativos del negocio.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.2: Gestionar la reserva de los servicios o productos, informando a la clientela del resultado y, en casos de no-confirmación, reiniciando la interacción con el mismo para ofertarle alternativas.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5.3: Transmitir la información sobre servicios o productos a la clientela, utilizando formas de comunicación específicas para que la misma quede asegurada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>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.</b>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
6.1: Realizar el contacto con la clientela 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.2: Clasificar la clientela 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.3: Interpretar las expectativas de la clientela respecto a un producto o servicio solicitado, 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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.4: Localizar el lugar y/o sección donde están ubicados los productos de pastelería/repostería, en el caso de establecimientos comerciales, evitando tiempos de espera que perjudiquen el trato con la clientela y/o demoren la venta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.5: Ofrecer los productos y/o servicios que pueden satisfacer las expectativas de la clientela, asesorando del uso, indicando características, precio y o mostrando otros adicionales, sustitutivos o complementarios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6.6: Realizar la despedida a la clientela de forma cordial y cercana, tratando de establecer un vínculo que facilite la fidelización.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>