



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES **“ECP1108_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 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales.

Su resultado servirá solamente para ayudarle, **ORIENTÁNDOLE** en qué medida posee la competencia profesional del "ECP1108_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:	Firma:
NIF:	
Nombre y apellidos del asesor/a:	Firma:
NIF:	

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.

1: Seleccionar productos selectos propios de sumillería susceptibles de venta en el establecimiento para su cata, con el fin de valorar su posible adquisición.	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.	☐	☐	☐	☐
1.2: Determinar los géneros alimentarios objeto de cata en función de la rentabilidad, estacionalidad, disponibilidad, público objetivo y oferta del establecimiento.	☐	☐	☐	☐
1.3: Solicitar las muestras de productos seleccionados para su análisis sensorial a los distintos proveedores, concretando con ellos las condiciones de entrega.	☐	☐	☐	☐
1.4: Almacenar las muestras recepcionadas en las condiciones requeridas de conservación, custodiándolas en los lugares establecidos hasta el momento de la cata.	☐	☐	☐	☐

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.	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.	☐	☐	☐	☐

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.	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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
2.4: Preparar las muestras acondicionándolas a la temperatura óptima de servicio para poder apreciar mejor las características organolépticas de los artículos seleccionados.	☐	☐	☐	☐

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.	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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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	☐	☐	☐	☐

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.	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.	☐	☐	☐	☐

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.	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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
4.4: Seleccionar los productos utilizando la lista de preferencia confeccionada y en función de los estándares de calidad del establecimiento.	☐	☐	☐	☐

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.	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	☐	☐	☐	☐



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.	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.	☐	☐	☐	☐
5.3: Proponer los ejemplares de las cartas/listas de precios cuantificando el número en función del tamaño, aforo y características del establecimiento.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐
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.	☐	☐	☐	☐