



PROCEDIMIENTO DE EVALUACIÓN Y ACREDITACIÓN DE LAS COMPETENCIAS PROFESIONALES

CUESTIONARIO DE AUTOEVALUACIÓN PARA LAS TRABAJADORAS Y TRABAJADORES

ESTÁNDAR DE COMPETENCIAS PROFESIONALES "ECP2280_3: Diseñar ofertas gastronómicas en términos de menús, cartas o análogos"

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 "ECP2280_3: Diseñar ofertas gastronómicas en términos de menús, cartas o análogos".

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 ofertas gastronómicas en función de la tipología del establecimiento de restauración y del servicio que se va a realizar, de modo que resulten atractivas para los clientes potenciales y se ajusten a los objetivos económicos previstos.</i>	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
1.1: Obtener la información relativa a la tipología y ubicación del establecimiento, al público potencial, a los objetivos económicos y gastronómicos consultando el plan de negocio para extraer conclusiones sobre la idoneidad de la oferta gastronómica a planificar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.2: Determinar la variedad de menús, cartas o análogos en función de los objetivos económicos y gastronómicos del establecimiento para un período de tiempo determinado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.3: Establecer la rotación de menús, cartas o análogos teniendo en cuenta los productos de temporada, la posible incorporación de artículos novedosos y la evolución de los hábitos y gustos del público objetivo.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.4: Estructurar la carta en apartados o categorías de platos, facilitando así al cliente la confección de su propio menú.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1.5: Efectuar la propuesta de sugerencias de presentación y apariencia del diseño físico de la carta o menú, colaborando con el departamento o persona responsable de facilitar la comunicación entre el establecimiento y el cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



2: Determinar las elaboraciones culinarias de cada apartado de la carta o menú que mejor se adapten a los objetivos del establecimiento y que sirvan como elemento diferenciador con la competencia.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
2.1: Recopilar la información sobre técnicas y productos culinarios novedosos de bibliografía y fuentes específicas del sector para mejorar en todo lo posible la oferta gastronómica planificada.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.2: Determinar los productos o materias primas objeto de selección para incorporar en la carta o menú del establecimiento en función de los objetivos previstos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.3: Efectuar el contacto con los proveedores de los productos a probar, pactando con ellos las condiciones de entrega de las muestras solicitadas y de las posibles condiciones contractuales -solicitud/entrega de pedido, condiciones de pago u otras-.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.4: Catar las muestras, mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales, clasificándolas en función del destino o elaboración asignados.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.5: Determinar las cantidades de alimentos que deben integrar el plato, diseñando a su vez presentaciones atractivas que potencien su venta.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.6: Nombrar las elaboraciones culinarias de cada apartado de la carta con denominaciones sugerentes y reconocibles para el cliente.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.7: Aplicar las pautas básicas de dietética y nutrición, cuando sea necesario modificar la elaboración de un plato con una composición nutricional determinada y/o sustitución de alguno de sus ingredientes, informando tanto al personal de cocina como al de sala de las posibles variaciones.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.8: Confeccionar los platos que componen la carta o menú para ser catados por los equipos de sala y cocina, de modo que todos conozcan sus ingredientes y elaboración, sometiéndolos a la crítica que posibilite mejoras o eliminación de deficiencias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



3: Fijar los precios de la oferta gastronómica, calculando los márgenes de beneficio a partir de los costes de producción y en función de las ventas efectuadas, de forma que se cumplan las expectativas y los objetivos económicos del establecimiento.	INDICADORES DE AUTOEVALUACIÓN			
	1	2	3	4
3.1: Efectuar el escandallo de los productos a elaborar para determinar los costes de los platos en función de las mercancías consumidas y de las existencias resultantes.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.2: Calcular el resto de los costes -como servicio o personal-, registrando los datos en aplicaciones informáticas específicas de gestión de gastos.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.3: Fijar el precio de los platos considerando todos los cálculos previos de gastos y beneficios.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.4: Actualizar los registros o bases de datos referidos a consumos y costes planificando los cambios que se puedan hacer para mejorar la rentabilidad como reposicionar, recostear recetas, cambiar presentación, encarecer o bajar precios u otros.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.5: Revisar la oferta gastronómica periódicamente para efectuar un seguimiento de costes, de compras, de incrementos en los consumos de los platos más vendidos y de los menos pedidos, decidiendo la desaparición o agregación de platos o la promoción del establecimiento con diferentes estrategias.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3.6: Adaptar la oferta gastronómica periódicamente a las expectativas del establecimiento y a las oportunidades del mercado, en función de la evaluación de las ventas realizadas y de la evolución de dicho mercado.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>