

Estándar de competencias profesionales

Diseñar ofertas gastronómicas en términos de menús, cartas o análogos

Familia Profesional **Hostelería y Turismo**
Nivel **3**
Código **ECP2280_3**
Estado **BOE**
Publicación **RD 100/2019**

Competencia profesional

Elementos de la competencia

EC1 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.

IC1.1 La información relativa a la tipología y ubicación del establecimiento, al público potencial, a los objetivos económicos y gastronómicos se obtiene consultando el plan de negocio para extraer conclusiones sobre la idoneidad de la oferta gastronómica a planificar.

IC1.2 La variedad de menús, cartas o análogos se determina en función de los objetivos económicos y gastronómicos del establecimiento para un período de tiempo determinado.

IC1.3 La rotación de menús, cartas o análogos se establece teniendo en cuenta los productos de temporada, la posible incorporación de artículos novedosos y la evolución de los hábitos y gustos del público objetivo.

IC1.4 La carta se estructura en apartados o categorías de platos, facilitando así al cliente la confección de su propio menú.

IC1.5 La propuesta de sugerencias de presentación y apariencia del diseño físico de la carta o menú se efectúa, colaborando con el departamento o persona responsable de facilitar la comunicación entre el establecimiento y el cliente.

EC2 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.

IC2.1 La información sobre técnicas y productos culinarios novedosos se recopila de bibliografía y fuentes específicas del sector para mejorar en todo lo posible la oferta gastronómica planificada.

IC2.2 Los productos o materias primas objeto de selección para incorporar en la carta o menú del establecimiento se determinan en función de los objetivos previstos.

IC2.3 El contacto con los proveedores de los productos a probar se efectúa, 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–.

IC2.4 Las muestras se catan, mediante el reconocimiento y la cuantificación de sus atributos sensoriales, clasificándolas en función del destino o elaboración asignados.

IC2.5 Las cantidades de alimentos que deben integrar el plato se determinan, diseñando a su vez presentaciones atractivas que potencien su venta.

IC2.6 Las elaboraciones culinarias de cada apartado de la carta se nombran con denominaciones sugerentes y reconocibles para el cliente.

IC2.7 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, se aplican informando tanto al personal de cocina como al de sala de las posibles variaciones.

IC2.8 Los platos que componen la carta o menú se confeccionan 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.

EC3 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.

IC3.1 El escandallo de los productos a elaborar se efectúa para determinar los costes de los platos en función de las mercancías consumidas y de las existencias resultantes.

IC3.2 El resto de los costes –como servicio o personal– se calcula, registrando los datos en aplicaciones informáticas específicas de gestión de gastos.

IC3.3 El precio de los platos se fija considerando todos los cálculos previos de gastos y beneficios.

- IC3.4** Los registros o bases de datos referidos a consumos y costes se actualizan planificando los cambios que se puedan hacer para mejorar la rentabilidad como reposicionar, recostear recetas, cambiar presentación, encarecer o bajar precios u otros.
- IC3.5** La oferta gastronómica se revisa 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.
- IC3.6** La oferta gastronómica se adapta 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.

Contexto profesional

Ámbito profesional

Sectores productivos

Ocupaciones y puestos de trabajo relevantes

Medios de producción

Equipos y aplicaciones informáticas específicas. Productos alimenticios y materias primas.

Información utilizada o generada

Plan de negocio del establecimiento -tipología y ubicación, público potencial, objetivos económicos y gastronómicos, entre otros-. Información y fuentes específicas del sector sobre productos de temporada, de técnicas culinarias y/o de productos culinarios novedosos. Información sobre proveedores especializados. Normativa aplicable de manipulación de alimentos, medioambiental y riesgos laborales.