



MF0709_2: Ofertas de repostería, aprovisionamiento interno y control de consumos

Certificado de Profesionalidad
HOTR0509 - Repostería



HOTR0509 > MF0709_2

ic editorial

Antonio Caro Sánchez-Lafuente
Lidia Rey Acosta

**Ofertas de repostería,
aprovisionamiento interno y
control de consumos.
HOTR0509**

Antonio Caro Sánchez-Lafuente

Lidia Rey Acosta

ic editorial

Ofertas de repostería, aprovisionamiento interno y control de consumos. HOTR0509

© Antonio Caro Sánchez-Lafuente

© Lidia Rey Acosta

2ª Edición

© IC Editorial, 2018

Editado por: IC Editorial

c/ Cueva de Viera, 2, Local 3

Centro Negocios CADI

29200 Antequera (Málaga)

Teléfono: 952 70 60 04

Fax: 952 84 55 03

Correo electrónico: iceditorial@iceditorial.com

Internet: www.iceditorial.com

IC Editorial ha puesto el máximo empeño en ofrecer una información completa y precisa. Sin embargo, no asume ninguna responsabilidad derivada de su uso, ni tampoco la violación de patentes ni otros derechos de terceras partes que pudieran ocurrir. Mediante esta publicación se pretende proporcionar unos conocimientos precisos y acreditados sobre el tema tratado. Su venta no supone para **IC Editorial** ninguna forma de asistencia legal, administrativa ni de ningún otro tipo.

Reservados todos los derechos de publicación en cualquier idioma.

Según el Código Penal vigente ninguna parte de este o cualquier otro libro puede ser reproducida, grabada en alguno de los sistemas de almacenamiento existentes o transmitida por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de IC EDITORIAL;

su contenido está protegido por la Ley vigente que establece penas de prisión y/o multas a quienes intencionadamente reprodujeran o plagiaran, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica.

ISBN: 978-84-9198-219-7

Nota de la editorial: IC Editorial pertenece a Innovación y Cualificación S. L.

Presentación del manual

El **Certificado de Profesionalidad** es el instrumento de acreditación, en el ámbito de la Administración laboral, de las cualificaciones profesionales del Catálogo Nacional de Cualificaciones Profesionales adquiridas a través de procesos formativos o del proceso de reconocimiento de la experiencia laboral y de vías no formales de formación.

El elemento mínimo acreditable es la **Unidad de Competencia**. La suma de las acreditaciones de las unidades de competencia conforma la acreditación de la competencia general.

Una **Unidad de Competencia** se define como una agrupación de tareas productivas específica que realiza el profesional. Las diferentes unidades de competencia de un certificado de profesionalidad conforman la **Competencia General**, definiendo el conjunto de conocimientos y capacidades que permiten el ejercicio de una actividad profesional determinada.

Cada **Unidad de Competencia** lleva asociado un **Módulo Formativo**, donde se describe la formación necesaria para adquirir esa **Unidad de Competencia**, pudiendo dividirse en **Unidades Formativas**.

El presente manual pertenece al Módulo Formativo **MF0709_2: Ofertas de repostería, aprovisionamiento interno y control de consumos**,

asociado a la unidad de competencia **UC0709_2: Definir ofertas sencillas de repostería, realizar el aprovisionamiento interno y controlar consumos**,

del Certificado de Profesionalidad **Repostería.**

Índice

Portada

Título

Copyright

Presentación del manual

Capítulo 1 Las empresas de restauración

1. Introducción
 2. Tipos de establecimientos y fórmulas de restauración
 3. Estructura organizativa y funcional
 4. Aspectos económicos
 5. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Capítulo 2 Las ofertas de repostería

1. Introducción
 2. Definición de los elementos y variables de las ofertas de repostería
 3. Planificación y diseño de ofertas: la carta, catálogos para venta directa o a hostelería, otras
 4. Cálculo de necesidades de aprovisionamiento interno para confección de ofertas
 5. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Capítulo 3 Aprovisionamiento interno

1. Introducción
2. El Departamento de Economato y bodega

3. El ciclo de compra
 4. Registros documentales de compras
 5. Documentos utilizados en el aprovisionamiento interno y sus características
 6. Sistemas utilizados para detectar las necesidades de materias primas. Lógica del proceso de aprovisionamiento interno
 7. Departamento o unidades que intervienen
 8. Deducción y cálculo de necesidades de géneros, preelaboraciones y elaboraciones básicas
 9. Formalización del pedido de almacén y su traslado
 10. Recepción y verificación de la entrega
 11. Traslado, almacenamiento y/o distribución en las distintas áreas
 12. Control de *stock*
 13. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Capítulo 4 Control de consumos y costes

1. Introducción
 2. Definición y clases de costes
 3. Cálculo del coste de materias primas y registro documental
 4. Control de consumos. Aplicación de métodos
 5. Componentes del precio
 6. Métodos de fijación de precios
 7. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Capítulo 5 Nutrición y dietética aplicada a repostería

1. Introducción
2. Diferencia entre alimentación y nutrición
3. Caracterización de los grupos de alimentos

4. Análisis de las características organolépticas de las materias primas y/o productos
 5. Relación entre grupos de alimentos, nutrientes que los componen y necesidades energéticas, funcionales y estructurales del organismo humano
 6. Aplicación de los principios dietéticos al elaborar ofertas de repostería dirigidas a distintos colectivos
 7. Peculiaridades de la alimentación colectiva
 8. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Capítulo 6 Control de calidad en restauración

1. Introducción
 2. Aseguramiento de la calidad
 3. Características peculiares
 4. Concepto de calidad por parte del cliente
 5. Programas, procedimientos e instrumentos específicos
 6. Técnicas de autocontrol. Análisis de Peligros y Puntos de Control Críticos (APPCC)
 7. Actividades de prevención y control de los insumos
 8. Resumen
- Ejercicios de repaso y autoevaluación

Bibliografía

Capítulo 1

Las empresas de restauración

1. Introducción

Las empresas de restauración nacen con la intención de aprovisionar de alimento a individuos que, por falta de tiempo, por necesidad o por capricho, se alimentan fuera del ámbito del hogar. Así, las empresas de restauración se pueden definir como el conjunto de empresas cuya actividad está destinada a la elaboración, venta y servicio de comidas y bebidas.

Por ello, y adaptándose a las necesidades de los individuos, se distinguen principalmente dos grandes grupos: las empresas de restauración cautiva y las empresas de restauración comercial. Dentro de ellas se incluyen los tipos de establecimientos y fórmulas de restauración destinadas al servicio de repostería (como son las pastelerías tradicionales) y los nuevos negocios de pastelería actuales (como son los negocios de *puntos calientes*, que, gracias a la innovación, permiten nuevos ámbitos de negocio, adaptándose más aún si cabe a las necesidades actuales).

Por ello, a continuación se van a estudiar los diferentes conceptos, fórmulas y clasificaciones de restauración enfocados al servicio de la repostería, desarrollando su estructura organizativa y funcional y analizando sus aspectos económicos principales.

2. Tipos de establecimientos y fórmulas de restauración

Los tipos de establecimientos y fórmulas de restauración vienen tipificados en el **Real Decreto 475/2007**, de 13 de abril, por el que se aprueba la Clasificación Nacional de Actividades Económicas. De dicha clasificación se extraen los distintos sectores de desarrollo de productos de repostería, teniendo como establecimientos de realización, venta y distribución:

- La pastelería tradicional.
- La pastelería industrial.
- El distribuidor de pastelería.
- Los establecimientos con oferta de productos de repostería.
- Los establecimientos especializados.

Estos tipos de establecimientos mostrarán según su tipología una serie de elementos o propiedades comunes, y se verán diferenciados por la adaptación a las necesidades o requerimientos según el tipo de cliente, fechas de producción y metodología implantada en la empresa, referida tanto a estructura funcional, como administrativa y personal.

Por otro lado, e independientemente del tipo de establecimiento a desarrollar, en todos los establecimientos se deben tener presentes las normativas vigentes en cuanto a seguridad alimentaria y manipulación de alimentos, así como también las de calidad de servicio y producto ofrecido.



Nota

El Real Decreto 496/2010, de 30 de abril, es la legislación por la que se aprueba la norma de calidad para los productos de confitería, pastelería, bollería y repostería.

2.1. Pastelería tradicional

El término pastelería tradicional define al tipo de establecimiento que integra el obrador o taller y la tienda donde se vende u ofrece el producto. Esta venta directa del producto genera confianza en el cliente.

Por otro lado, para este tipo de establecimiento es más complicado expandirse, por lo que actualmente las pastelerías tradicionales se ven obligadas a llevar a cabo sus elaboraciones en un obrador central de grandes dimensiones. Este obrador central puede al mismo tiempo, ofrecer la venta y el reparto de los productos en otros obradores más pequeños o tiendas situadas en lugares estratégicos.



Pastelería tradicional, donde se integran el obrador y la tienda.

Haciendo referencia a las condiciones de trabajo y a la inocuidad de los productos desarrollados tanto en las pastelerías tradicionales como en el resto de establecimientos dedicados a la fabricación y comercialización de productos alimentarios, se debe tener siempre presente, entre otras premisas, lo siguiente:

- Contar con dependencias aisladas, donde se establezca la diferenciación entre departamentos.
- Los materiales de construcción deben asegurar la no contaminación de los productos realizados o servidos.
- El diseño del establecimiento debe garantizar la seguridad higiénica.
- Los pavimentos del local deben ser impermeables, lavables, resistentes, antideslizantes e ignífugos.
- Poseer una buena iluminación, contribuyendo esto a evitar accidentes y hábitos inadecuados de trabajo y limpieza.

2.2. Pastelería industrial

Debido a la especialización del trabajo, la expansión del mercado, la necesidad de ser competitivos y las nuevas estructuras de venta, la pastelería tradicional ha desarrollado una nueva vertiente en la producción, convirtiéndose en una gran industria donde la producción está automatizada y los procesos manuales son reducidos a pequeños detalles, recayendo el máximo volumen de trabajo sobre las grandes cadenas de producción.



Recuerde

La pastelería tradicional es el tipo de establecimiento que integra el obrador o taller y la tienda donde se

vende el producto.

Este cambio ha provocado modificaciones estrepitosas en la pastelería tradicional, pues ha quedado relegada a un segundo plano, pasando a formar parte de las pequeñas tiendas conocidas como **pequeños comercios**, donde se busca un producto concreto y una atención personalizada.

Los procesos de producción y comercialización de la industria pastelera giran atendiendo a las nuevas necesidades que plantean tanto comerciantes como consumidores, lo que lleva a tratar de ofrecer un producto a gran escala (con lo que los costes son más bajos) y un producto de larga duración (del cual el consumidor puede comprar una cantidad razonable, no teniendo que adquirirlo cada día).



Pastelería industrial

La pastelería industrial ha reformulado sus procesos e ingredientes para la realización de sus productos, adaptándose a las normas de calidad impuestas por el Real

Decreto 496/2010 de 30 de abril que, junto con la obligación de un correcto envasado, etiquetado y distribución descrito en el Real Decreto 1334/1999 de 31 de julio y Real Decreto 126/2015 de 27 de febrero, entre otras de las normativas vigentes (Real Decreto 1245/2008 de 18 de julio y Real Decreto 36/2008 de 18 de enero) provocando un control exhaustivo en la industria, asegurando la inocuidad de los productos.



Importante

Según el Real Decreto 496/2010, de 30 de abril, la industria pastelera no solo comercializa productos listos para el consumo. Su oferta también desarrolla productos semielaborados, preparados para hornear y aditivos para la preparación artesanal.

2.3. Distribuidor de pastelería

Otro de los sectores de desarrollo de la pastelería es el sector de distribución que, dotado o no de obrador, se encarga de comercializar los productos de pastelería a todo tipo de establecimientos de venta o consumo que no pertenecen al fabricante.

Actualmente, es una de las actividades más extendidas y desarrolladas en torno al mundo del dulce, junto con el sector industrial, pues permite comercializar los productos llegando a un amplio sector de consumo, destacando su posibilidad de adquisición en centros comerciales y grandes superficies.

Esta distribución se deberá realizar atendiendo a las normas de seguridad e higiene alimentarias, que garanticen la inocuidad de los productos, tanto en la comercialización como en la distribución, estando establecidas por la normativa vigente encuadrada entre otras en el **Real Decreto 1338/2011** de 3 de octubre.



Los supermercados y grandes superficies son establecimientos donde se distribuyen este tipo de alimentos. (© Fotografía: 1000 Words / Shutterstock.com)



Recuerde

El reparto o distribución de los productos de pastelería se debe realizar atendiendo a las normas de seguridad e higiene establecidas por la normativa vigente.

2.4. Establecimientos que venden productos de pastelería

Los establecimientos que venden productos de pastelería son el conjunto de tiendas donde se ofrecen y venden cualquier tipo de producto de pastelería suministrado por un distribuidor, pudiéndose complementar con cualquier otro servicio.

Es uno de los sectores de mayor auge, encontrándose entre otros los establecimientos de restauración conocidos como cafeterías, teterías, *drug-stores*, puntos calientes y modalidades de venta como los *vending*.

Cada uno de estos establecimientos tiene características propias. El **drugstore** es el establecimiento que abre las veinticuatro horas al día y todos los días de la semana ofreciendo un servicio similar al de cafetería, además de la venta de otros productos típicos de supermercado y productos listos para el consumo.

Por otro lado, los **puntos calientes** son establecimientos que ofrecen productos de panadería y pastelería recién horneados, teniendo establecidas las horas de mayor consumo, ampliando su oferta con bebidas y servicio de mesas y barra.

Finalmente, se conoce como **vending** la venta de comidas o bebidas en máquinas expendedoras, siendo este el sector más innovador. Incluye tanto alimentos fríos como calientes, estos últimos elaborados al momento.



Recuerde

Drug-store

Establecimiento que abre las veinticuatro horas del día y todos los días de la semana.

Punto caliente

Establecimiento que ofrece productos de panadería y pastelería recién horneados.

Vending

Dispositivo de venta de comidas y/o bebidas en máquinas expendedoras.

2.5. Otros establecimientos especializados

Los establecimientos especializados son aquellos que comercializan un producto principalmente, pudiéndose complementar con otro tipo de oferta. Algunos ejemplos de estos establecimientos son las panaderías, churrerías, *gofrerías*, buñolerías y cruasanterías.

De forma global, se puede afirmar que estos establecimientos están al margen de las nuevas tecnologías, siendo además reacios a establecer sistemas de gestión y comercialización novedosos, por lo que se están viendo desplazados a un segundo lugar, sobreviviendo solo aquellos que, por tradición o buen hacer, siguen teniendo una clientela fiel.



Los establecimientos especializados pueden adoptar las características de algunos de los tipos de venta actuales, con el fin de ser más competitivos.

3. Estructura organizativa y funcional

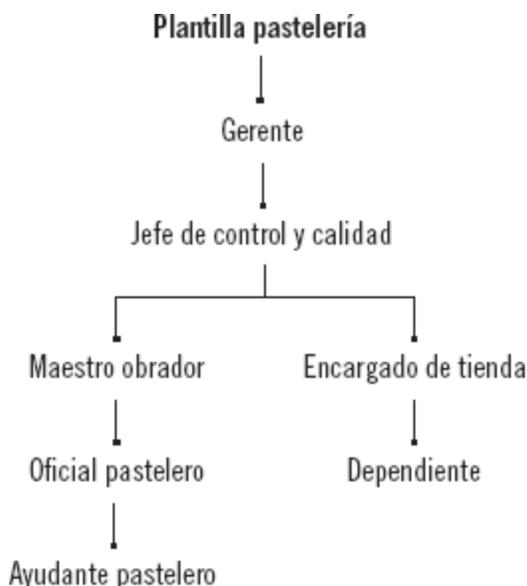
Como cualquier empresa, los establecimientos donde se preparan productos de pastelería necesitan seguir una línea jerárquica en la que cada profesional realiza unas funciones concretas para poder funcionar de una manera correcta.

Siempre ha de existir la figura de un **responsable**, que dirija y coordine los movimientos de la plantilla, mientras la **plantilla** ejecuta y desarrolla las tareas propias de la producción.

En el caso de una pastelería, la plantilla no solo la forman las personas que elaboran los productos, sino también aquellos que llevan a cabo su venta.

Si bien es cierto que cada empresa se organizará en función del tipo o cantidad de trabajo que desempeñe, es

posible establecer la siguiente estructura organizativa de forma general:



A partir de aquí, se podrán establecer las funciones específicas que cada profesional se responsabilizará de realizar en su puesto de trabajo.



Nota

El grado de conocimientos, los servicios prestados, la profesionalidad y la experiencia de cada trabajador le facilitarán el paso de una categoría a otra.

3.1. Funciones del personal

Partiendo de la clasificación anterior y teniendo en cuenta que las siguientes funciones podrán variar según la fórmula de negocio, los empleados de una pastelería deberán obtener siempre unos resultados de calidad y así colaborar

en la buena marcha y máximo rendimiento de la empresa. Para ello, cada profesional deberá cumplir adecuadamente con las tareas relacionadas con su puesto.

Gerente

Establece la política comercial, económico-financiera y de personal del establecimiento tratando así de maximizar los beneficios de este. A partir de esto, algunas de sus funciones son:

- Planificar la posición estratégica frente a competidores.
- Negociar con bancos y proveedores sobre pagos y cobros.
- Seleccionar los proveedores y los productos.
- Definir las elaboraciones y los estándares de calidad.
- Organizar las compras, ventas e inversiones.
- Dirigir el tema de recursos humanos, incluyendo la formación, contratación, retribución, despidos e incentivos.

Encargado de tienda

En base a las directrices marcadas por el gerente, el encargado de tienda será el responsable de supervisar los siguientes aspectos:

- La política de ventas, compras, calidad, proveedores y elaboración.
- La imagen, diseño y montaje de expositores y vitrinas.
- La atención al cliente.
- La colocación y reposición adecuada de productos.
- El pago a proveedores, el cobro a clientes y el control de caja.



Importante

En la venta de productos de pastelería y bollería, uno de los sentidos que más se manifiesta es la vista, por lo que el montaje y exposición de vitrinas, expositores y escaparates debe ser estudiado con cuidado, representando en todo momento las características del establecimiento.

Dependiente

Es la persona que va a tener contacto directo con el cliente. Por ello, es el encargado de realizar las siguientes tareas:

- Vender los productos del establecimiento.
- Atender y aconsejar al cliente.
- Realizar las operaciones de cobro del establecimiento.
- Atender posibles quejas y reclamaciones.
- Encargarse de la limpieza y mantenimiento de las instalaciones.
- Controlar las existencias y la reposición.
- Conocer y controlar la finalización de productos y sus temperaturas adecuadas.
- Organizar los escaparates, vitrinas y expositores del establecimiento.