



## **FAMILIA PROFESIONAL HOSTELERÍA Y TURISMO**

Los espacios y equipamientos requeridos para la impartición de los módulos optativos de esta familia profesional serán los referidos en los correspondientes currículos de los ciclos formativos en los que pueden ser desarrollados.

### **Módulo optativo: Análisis sensorial de alimentos.**

**Código: HT01**

**Ciclo Formativo: GM Cocina y Gastronomía**

---

#### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Acondiciona la sala de cata y conforme a la influencia de las condiciones ambientales en las características sensoriales.

- a) Se han descrito las instalaciones y equipamientos de la sala de cata.
- b) Se han establecido las condiciones ambientales y su influencia en el análisis sensorial.
- c) Se han descrito los sentidos utilizados en la degustación y su funcionamiento.
- d) Se han reconocido las condiciones requeridas para establecer un panel de cata.
- e) Se ha reconocido la terminología que describe las características organolépticas.
- f) Se han identificado los tipos de pruebas sensoriales: discriminativas, descriptivas afectivas/hedónicas.
- g) Se han identificado las fichas de cata de cada alimento.
- h) Se han descrito los métodos e instrumentos utilizados en el entrenamiento sensorial.
- i) Se ha valorado la aplicación de la estadística y de las escalas de medida en las pruebas sensoriales.

2. Reconoce los materiales utilizados en la sala de cata y su influencia en las características sensoriales.

- a) Se han establecido los materiales utilizados en la sala de cata y su influencia en el análisis sensorial.
- b) Se han descrito los sentidos utilizados en la degustación.
- c) Se ha reconocido la neutralidad de los materiales requerida para establecer un panel de cata.



- d) Se ha recordado la terminología que describe las características organolépticas.
  - e) Se han descrito instrumentos utilizados en el entrenamiento sensorial.
  - f) Se ha valorado la aplicación de las estadísticas y los análisis de datos en las pruebas sensoriales.
3. Realiza el análisis sensorial relacionando la impresión percibida con su aplicación.
- a) Se han reconocido las sensaciones gustativas y táctiles, las zonas de impacto y los equilibrios y refuerzos entre ellos.
  - b) Se han analizado los umbrales de percepción de los aromas y sabores y su influencia en la degustación.
  - c) Se ha descrito la metodología precisa del análisis sensorial en función del tipo de alimento.
  - d) Se han identificado los atributos organolépticos que caracterizan los alimentos.
  - e) Se ha realizado el análisis sensorial de los alimentos reconociendo las diferentes sensaciones visuales, olfativas, gustativas y táctiles.
  - f) Se ha realizado una valoración global del conjunto de sensaciones, apreciando su equilibrio.
  - g) Se ha realizado una cuantificación de las características organolépticas en la correspondiente ficha de cata.
  - h) Se ha reconocido la importancia del análisis sensorial en el control de materias primas y del producto elaborado.
  - i) Se ha identificado la importancia del análisis sensorial en el desarrollo de nuevos productos.
4. Identifica productos lácteos u otros alimentos (cárnicos, mieles, aceites de oliva, condimentos y especias, frutas, hortalizas, pescados y mariscos, panadería, pastelería y repostería, vinagres), sus características y componentes. **(FEM)**
- a) Se han identificado los factores culturales y sociales relacionados.
  - b) Se han descrito los conceptos de alimentos, sus tipos y características.
  - c) Se han identificado los componentes que caracterizan a los distintos tipos de alimentos.
  - d) Se han identificado las materias primas utilizadas en los alimentos y sus características organolépticas
  - e) Se han caracterizado los factores que intervienen en el origen de las materias primas.
  - f) Se han caracterizado las diferentes fases de producción (aprovisionamiento, elaboración, ensamblaje, acabado y presentación) y su influencia en las características organolépticas del producto terminado.



g) Se han caracterizado las necesidades de frío o calor de las diferentes elaboraciones en su elaboración, conservación, regeneración o ensamblaje y su influencia en las características organolépticas del alimento.

h) Se han caracterizado las necesidades de orden y limpieza, así como la realización del trabajo bajo normas estrictas de higiene y seguridad en la manipulación de los alimentos y su influencia en las características organolépticas.

i) Se han relacionado las denominaciones de origen y los alimentos más representativos de estas, así como sus características.

j) Se han caracterizado los alimentos dentro de la geografía nacional e internacional.

k) Se han determinado los alimentos que deben ser incluidos en la oferta comercial de la empresa atendiendo a sus características.

5. Identifica vinos y otras bebidas (cervezas, sidra, bebidas aperitivas, licores, aguardientes), sus características y componentes.

a) Se han identificado los factores culturales y sociales relacionados.

b) Se han descrito los conceptos de vinos y otras bebidas, sus tipos y características.

c) Se han identificado los componentes que caracterizan a los distintos tipos de bebidas.

d) Se han identificado las materias primas utilizadas en las bebidas y sus características organolépticas.

e) Se han caracterizado los factores que intervienen en el origen de las materias primas.

f) Se han identificado los diferentes procesos de elaboración, crianza y clarificación.

g) Se han relacionado las denominaciones de origen y las bebidas más representativas de estas, así como sus características.

h) Se han caracterizado las bebidas dentro de la geografía nacional e internacional.

i) Se han determinado las bebidas que deben ser incluidas en la oferta comercial de la empresa atendiendo a sus características.

### **Contenidos:**

1. Introducción al análisis sensorial.

a) Definición y objetivos del análisis sensorial.

b) La sala de cata.

d) El puesto de cata.

e) Paneles de cata: tipos, selección, entrenamiento.

2. Análisis sensorial.



- a) Características organolépticas.
- b) Percepción sensorial.
- c) Terminología empleada en el análisis sensorial.
- d) Registros y fichas de cata para el análisis sensorial.
- 3. Metodología del análisis sensorial.
  - a) Guía general: norma UNE-ISO 6658.
  - b) Factores que influyen en el análisis sensorial.
  - c) Tipo de pruebas sensoriales: pruebas afectivas, pruebas discriminativas, pruebas descriptivas.
  - d) Análisis estadísticos de los resultados.
- 4. El chocolate en el análisis sensorial.
  - a) Origen del cacao y su influencia en el análisis sensorial.
  - b) Atributos descriptores del chocolate.
  - c) Fases en la degustación del chocolate.
  - d) Ruedas y fichas de cata.
- 5. El AOVE en el análisis sensorial.
  - a) La cata. ¿Qué se necesita para catar?
  - b) Atributos descriptores del AOVE.
  - c) Fases en la degustación de AOVE.
  - d) Ruedas y fichas de cata.
- 6. El vino en el análisis sensorial.
  - a) La cata. ¿Qué se necesita para catar?
  - b) Atributos descriptores del vino.
  - c) Fases en la degustación de vinos.
  - d) Ruedas y fichas de cata.
- 7. Otros alimentos y bebidas en el análisis sensorial.

Otros alimentos y bebidas habituales en la cata.
- 8. Aplicaciones del análisis sensorial en la innovación alimentaria.
  - a) Importancia de la cata en la tecnología alimentaria.
  - b) Análisis actual del sector. Tendencias.



## **Módulo optativo: Innovaciones en cocina sostenible.**

**Código: HT02**

**Ciclo Formativo: GM Cocina y Gastronomía**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Trabajar con ingredientes que respeten la sostenibilidad y biodiversidad en la cocina.
  - a) Se han explicado y aplicado prácticas culinarias que promuevan el bienestar animal y la biodiversidad.
  - b) Se han evaluado los impactos de diferentes prácticas de ganadería y pesca en el bienestar animal y la biodiversidad.
  - c) Se han desarrollado elaboraciones que integren ingredientes respetuosos con la biodiversidad.
2. Reducir el desperdicio y residuo alimentario con técnicas y estrategias de nueva tendencia en cocina sostenible.
  - a) Se han identificado y aplicado técnicas para reducir el desperdicio alimentario en la cocina.
  - b) Se han implementado estrategias eficaces para el manejo y reciclaje de residuos.
  - c) Se ha equilibrado el uso de proteínas vegetales y animales en la planificación de menús.
  - d) Se han promovido prácticas de seguridad alimentaria y dietas saludables.
  - e) Se ha demostrado el conocimiento y la aplicación de la temporada y proximidad en la selección de ingredientes.
3. Elaborar productos culinarios, seleccionando y aplicando técnicas avanzadas en cocina sostenibles. **(FEM)**
  - a) Se han identificado las diferentes técnicas culinarias avanzadas encaminadas a la cocina sostenible: fermentados, cocina al vacío, brasas, liofilización, infusión, etc.
  - b) Se ha relacionado cada técnica con las características del producto final.
  - c) Se ha valorado la importancia de estas técnicas culinarias avanzadas en los distintos ámbitos productivos.
  - d) Se han realizado y verificado las tareas de organización y secuenciación de las técnicas avanzadas de cocina sostenible.
  - e) Se han desarrollado los procedimientos intermedios y finales de conservación teniendo en cuenta las necesidades de los productos obtenidos y su uso posterior.
  - f) Se han realizado todas las operaciones teniendo en cuenta la normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.
4. Integrar maquinaria innovadora y técnicas sostenibles en la cocina, aplicando los principios de pureza, sencillez y frescura alimentaria.



- a) Se ha identificado y descrito el funcionamiento y aplicaciones de maquinaria innovadora como: Occo, Rotavapor, Girovap, liofilizadores, deshidratadores, termo circuladores e impresoras 3D, en el contexto de la cocina sostenible.
- b) Se han aplicado correctamente estas tecnologías en la elaboración de recetas que reflejen los principios de pureza, sencillez y frescura, demostrando comprensión de su impacto en la calidad y sostenibilidad de los productos.
- c) Se ha analizado el impacto de estas tecnologías en la eficiencia energética y la reducción de residuos, destacando su contribución a la sostenibilidad en la cocina.
- d) Se han desarrollado y evaluado elaboraciones sostenibles utilizando maquinaria innovadora, garantizando que se mantengan los estándares de pureza, sencillez y frescura, y ajustando las técnicas según sea necesario para mejorar los resultados.
- e) Se han promovido prácticas culinarias que apoyen a pequeños agricultores, pescadores y productores locales, y que contribuyan a una comunidad culinaria global con conciencia social.
- f) Se han implementado protocolos de higiene y seguridad en el uso de estas tecnologías, asegurando el cumplimiento de la normativa higiénico-sanitaria y de seguridad laboral.
- g) Se ha participado en talleres y demostraciones prácticas, aplicando las técnicas aprendidas y evaluando su efectividad en la creación de platos sostenibles y de alta calidad.

## **Contenidos:**

### **Bloque 1: Sostenibilidad y biodiversidad en la cocina.**

#### **1. Prácticas de ganadería y pesca respetuosas con el bienestar animal:**

-Ganadería sostenible: Principios y prácticas de ganadería regenerativa, certificaciones y estándares de bienestar animal (Certified Humane, Global Animal Partnership). Ejemplos de granjas y prácticas que priorizan el bienestar animal.

-Pesca sostenible: métodos de pesca que minimizan el impacto ambiental. Certificaciones y estándares de pesca sostenible (Marine Stewardship Council, Friend of the Sea). Impacto de la pesca no sostenible en los ecosistemas marinos y alternativas responsables.

#### **2. Diversidad biológica y su importancia en la gastronomía:**

-Concepto de biodiversidad: definición y ejemplos de biodiversidad en la naturaleza. Importancia de la biodiversidad para la resiliencia de los ecosistemas.

-Biodiversidad en la gastronomía: uso de variedades locales y autóctonas de plantas y animales en la cocina. Beneficios culinarios y nutricionales de mantener la diversidad biológica. Impacto de la pérdida de biodiversidad en la seguridad alimentaria y la gastronomía.

#### **3. Técnicas culinarias que preservan la biodiversidad:**



-Cocina de aprovechamiento: Técnicas para utilizar todas las partes de los ingredientes y reducir el desperdicio. Elaboraciones que aprovechan integralmente los alimentos.

-Uso de ingredientes locales y de temporada: Ventajas de cocinar con ingredientes de temporada y locales. Métodos para incorporar ingredientes menos conocidos o infrutilizados en el menú.

-Conservación y fermentación: Técnicas de conservación (encurtidos, conservas, fermentados). Impacto positivo de la fermentación en la preservación de la biodiversidad microbiana.

#### 4. Alternativas vegetales a productos animales:

-Proteínas vegetales: Tipos de proteínas vegetales. Ejemplos de productos innovadores a base de plantas (hamburguesas vegetales, quesos veganos).

-Beneficios de las alternativas vegetales: Impacto ambiental reducido de las proteínas vegetales en comparación con las animales. Beneficios para la salud.

-Técnicas culinarias para alternativas vegetales: Preparación y cocción de proteínas vegetales para maximizar sabor y textura. Recetas que sustituyen productos animales por alternativas vegetales.

#### 5. Estrella Michelin verde:

-Concepto de la Estrella Michelin verde. Criterios y objetivos. Diferencias entre la Estrella Michelin tradicional y la verde.

-Prácticas sostenibles reconocidas: Ejemplos de restaurantes que han obtenido la Estrella Michelin verde. Prácticas sostenibles que contribuyen al reconocimiento (uso de productos locales y de temporada, gestión eficiente de residuos, energía renovable).

-Implementación en la cocina: Estrategias para adoptar prácticas sostenibles en la cocina. Cómo lograr y mantener la Estrella Michelin verde a través de un compromiso continuo con la sostenibilidad.

### Bloque 2: Técnicas y estrategias para reducir el desperdicio alimentario en la nueva cocina sostenible.

#### 1. Técnicas para reducir el desperdicio alimentario en la cocina:

-Aprovechamiento integral de ingredientes: Estrategias para utilizar todas las partes de los alimentos. Elaboraciones y técnicas para aprovechar sobras y excedentes.

-Conservación y prolongación de la vida útil de los alimentos: Métodos de conservación (congelación, deshidratación, fermentación). Uso de envases y tecnologías para mantener la frescura.

#### 2. Estrategias para el manejo y reciclaje de residuos:

-Clasificación y separación de residuos. Tipos de residuos. Sistemas de separación y clasificación en la cocina.



-Reciclaje y compostaje. Métodos de reciclaje de materiales. Técnicas de compostaje de residuos orgánicos. Uso de compost en huertos urbanos o comunitarios.

-Reducción y reutilización: Estrategias para minimizar el uso de productos desechables. Reutilización de materiales y productos en la cocina.

### 3. Uso equilibrado de proteínas vegetales y animales:

-Equilibrio proteico en la dieta: Importancia del balance entre proteínas vegetales y animales. Beneficios nutricionales de las proteínas vegetales. Impacto ambiental del consumo de proteínas animales vs. vegetales.

-Integración de proteínas vegetales en el menú. Tipos de proteínas vegetales y sus propiedades. Técnicas culinarias para preparar proteínas vegetales. Recetas que combinan proteínas vegetales y animales de manera equilibrada.

### 4. Educación sobre seguridad alimentaria y dieta saludable:

-Conceptos básicos de seguridad alimentaria: Peligros alimentarios. Prácticas seguras en la manipulación y preparación de alimentos. Normas de higiene personal y en la cocina.

-Promoción de una dieta saludable: Principios de una dieta equilibrada y nutritiva. Importancia de la variedad y moderación. Estrategias para reducir el consumo de azúcar, sal y grasas saturadas.

-Educación y concienciación: Programas y talleres sobre alimentación saludable y sostenible. Fomento de la educación nutricional en comunidades y escuelas.

### 5. Temporada y proximidad en la selección de ingredientes:

-Ventajas de los ingredientes de temporada: Beneficios nutricionales y organolépticos. Impacto ambiental positivo. Ejemplos de productos de temporada según la estación.

-Importancia de la proximidad: Reducción de la huella de carbono. Apoyo a agricultores y productores locales. Beneficios económicos y sociales del comercio de proximidad.

- Integración de temporada y proximidad en el menú: Planificación de menús basados en ingredientes locales y de temporada. Estrategias para adaptar recetas clásicas a los productos disponibles en cada estación. Ejemplos de menús y platos que destacan la temporalidad y la proximidad.

## Bloque 3: Técnicas culinarias avanzadas en cocina sostenible.

### 1. Técnicas culinarias avanzadas en cocina sostenible.

-Fermentados: Principios de la fermentación. Tipos de fermentados. Equipos y condiciones necesarias para la fermentación.

-Cocina al vacío (sous-vide): Concepto y beneficios. Procedimientos y temperaturas de cocción. Equipamiento necesario.





-Brasas: Concepto y técnicas básicas. Selección de combustibles. Control de temperatura y manejo del fuego. Aplicaciones culinarias. Sostenibilidad en el uso de brasas.

-Liofilización: Fundamentos de la liofilización. Aplicaciones y beneficios en la conservación de alimentos. Equipos y procesos de liofilización.

-Infusión: Técnicas de infusión en cocina. Tipos de infusiones y sus aplicaciones culinarias. Equipos y procedimientos para realizar infusiones.

2. Relación de cada técnica con las características del producto final.

-Impacto de la fermentación en el sabor, textura y conservación. Beneficios de la cocina al vacío en términos de sabor, textura y retención de nutrientes. Efectos de la liofilización en la textura y durabilidad de los productos.

3. Importancia de las técnicas culinarias avanzadas en los distintos ámbitos productivos:

-Aplicación de técnicas sostenibles en restaurantes de alta cocina. Utilización en producción de alimentos para mejorar la conservación y calidad. Ventajas en la elaboración de productos artesanales y gourmet. Contribución a la reducción de desperdicios y sostenibilidad.

4. Organización y secuenciación de las tareas:

-Planificación y preparación de mise en place. Secuenciación de procesos de preparación y cocción. Coordinación de tareas y tiempos para optimizar el flujo de trabajo. Registro y seguimiento de cada etapa del proceso.

5. Procedimientos de conservación intermedios y finales:

-Técnicas de conservación según el tipo de producto. Almacenamiento adecuado. Métodos de etiquetado y control de inventario. Protocolos para el uso posterior de productos conservados.

6. Normativa higiénico-sanitaria, de seguridad laboral y de protección ambiental.

Bloque 4: Innovación y sostenibilidad en la cocina: pureza, sencillez y frescura.

1. Principios de Pureza, Sencillez y Frescura.

2. Comunidad culinaria global con conciencia social:

-Concepto. Iniciativas y movimientos culinarios sostenibles a nivel mundial. Colaboración y apoyo a pequeños agricultores, pescadores y productores locales. Proyectos y eventos culinarios con impacto social y medioambiental.

3. Maquinaria innovadora para una cocina sostenible:

-Occo: Funcionamiento y aplicaciones. Ejemplos de uso en recetas que priorizan pureza y frescura.



-Rotavapor: Principios de operación y beneficios en la extracción de sabores. Aplicaciones en la creación de ingredientes puros y concentrados.

-Girovap: Uso en la concentración y purificación de líquidos. Impacto en la calidad y frescura de los productos finales.

- Liofilizadores: Proceso de liofilización y su papel en la conservación de frescura. Ejemplos de ingredientes liofilizados utilizados en cocina moderna.

-Deshidratadores: Técnicas de deshidratación. Aplicaciones en la elaboración de snacks saludables y sostenibles.

-Termo circuladores: Cocina al vacío. Beneficios de la cocción precisa y uniforme.

- Impresoras 3D: Innovación en la presentación y preparación de alimentos. Ejemplos de uso en la creación de formas y texturas únicas.

#### 4. Integración de maquinaria innovadora en la cocina sostenible:

-Selección de la maquinaria adecuada para diferentes tipos de cocina. Impacto en la eficiencia energética y la reducción de residuos. Mantenimiento y uso responsable de los equipos. Evaluación de la huella ambiental de la maquinaria utilizada.

#### 5. Aplicación práctica y recetas sostenibles:

-Desarrollo de recetas que incorporen principios de pureza, sencillez y frescura. Uso de maquinaria innovadora para realzar la calidad de los ingredientes. Talleres y demostraciones prácticas. Evaluación de resultados y ajustes para mejorar la sostenibilidad.

#### 6. Normativa higiénico-sanitaria y de seguridad en el uso de maquinaria.



## **Módulo optativo: Técnicas y habilidades del barista.**

**Código: HT03**

**Ciclo formativo: GM Servicios en Restauración**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Prepara la zona de trabajo del barista.

- a) Se han identificado las principales funciones del barista.
- b) Se conoce la terminología del barista.
- c) Se prepara la zona de trabajo: maquinaria, menaje, etc. para el servicio del café.
- d) Se ha utilizado pequeño utillaje: bayetas, brochas, báscula, lector de TDS, u otros.
- e) Se han realizado extracciones perfectas según los ratios establecidos: tipo de café, tueste, gramaje y método utilizado.

2. Conoce distintos métodos de elaboración de café de filtro.

- a) Se han comparado las propiedades y características de cada extracción: Chemex, V60, Aeropress, Moka, Sifón, Kalita, cold-brew y espresso
- b) Se han preparado elaboraciones con distintas variables: filtro, temperatura, gramaje, maceración
- c) Se aplica la técnica apropiada en cada método
- d) Se realiza la puesta a punto del equipo, mantenimiento y limpieza
- e) Se consideran las distintas variables en las elaboraciones: filtro, temperatura, gramaje, maceración.
- f) Se aplican medidas correctoras durante el proceso de ejecución
- g) Se utilizan los ratios óptimos en cada elaboración. El perfil de taza
- h) Se conoce y cuida la materia prima, así como las medidas de conservación
- i) Se elaboran bebidas combinadas a base de café con y sin alcohol

3. Manipula adecuadamente la cafetera espresso y el molino; su puesta a punto. **(FEM)**

- a) Se ha comparado maquinaria tradicional y nuevas tecnologías
- b) Se han comprobado los niveles óptimos de extracción
- c) Se realiza correctamente el cálculo del gramaje y dosificación de la molienda
- d) Se realiza la medición del porcentaje de TDS (Total sólidos disueltos)
- e) Se resuelven y solucionan problemas de la maquinaria.
- f) Se gradúa el molinillo de café



g) Se realiza la correcta tara del peso

4 Aplica y realiza diseños con la técnica del LatteArt.

a) Se aplica la técnica para la emulsión de leche y bebidas vegetales

b) Se realiza el vertido en la taza

c) Se realizan diseños con el vertido: corazón, espiga, tulipán, etc

d) Se realizan dibujos con siropes

e) Se realizan diseños utilizando otras herramientas: punzón, plantillas, etc

5. Conoce y desarrolla la cata brasileña.

a) Se han realizado los procedimientos en la cata brasileña

b) Se han identificado los sabores básicos, así como los puntos del umbral

c) Se han comparado gustativamente las diferencias entre variedades de café, y/o diferentes tuestes.

d) Se han realizado diferentes infusiones modificando ratios: café y agua.

e) Perfil de café o taza.

6. Elabora bebidas a base de café, té, infusiones, chocolate.

a) Se realizan fichas técnicas y escandallos.

b) Se aplican técnicas.

c) Se confeccionan cafés fríos y calientes

d) Se realizan bebidas con café y alcohol

e) Se diseña una carta de bebidas con base de café

f) Se valoran aceptación y viabilidad de las combinaciones

## **Contenidos**

1. Preparación del área del barista.

Responsabilidades del barista

Manejo del argot profesional

Uso de las herramientas propias del experto barista

Destreza con el manejo de las variables: origen, gramaje, temperatura, etc

2. Conocimiento de los métodos de elaboración del café.

Puesta a punto del área, equipos, herramientas.



Aplicación de variable y su corrección en las extracciones.

Resolución de problemas o variables posibles

Elaboración de bebidas con base de café

3. Manipulación correcta de la máquina espresso y molinillo.

Comparativa entre maquinaria tradicional y nuevas tecnologías

Aplicación y variación de ratios

Medición del TDS

Utilización de la distinta maquinaria, ajuste de ratios.

Graduación de máquina y/o molino

4. Aplicación de la técnica del LatteArt.

Uso de herramientas para el arte de LatteArt

Empleo de distintos tipos de leche y/o bebidas vegetales

Utilización de accesorios, siropes y/o herramientas

5. Conocimiento de nociones de cata de café.

Método de cata brasileña.

Identificación de sabores básicos.

Comparativa aplicando variables en los ratios: café – agua.

Valoración de rentabilidad (fichas técnicas y escandallos).

6. Elaboración de bebidas con base de café, té, infusiones y/o chocolate.

Empleo de fichas técnicas de elaboración y escandallos.

Realización de bebidas: frías y calientes, con o sin alcohol.

Tendencias del mercado con alcohol.

Análisis sensorial de elaboraciones considerando: público objetivo, tendencias del mercado, costos, rentabilidad, etc



## **Módulo optativo: Técnicas avanzadas de coctelería y mixología**

**Código: HT04**

**Ciclo formativo: GM Servicios en Restauración**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Aplica técnicas avanzadas en la elaboración de cócteles innovadores, utilizando ingredientes y procesos de vanguardia.

a) Se identifican y describen técnicas avanzadas de mixología: esferificación, espumas, infusiones en frío, fat washing y clarificación.

b) Se elaboran cócteles utilizando técnicas de mixología molecular, respetando las proporciones y tiempos de preparación.

c) Se aplican métodos de fermentación y maceración para la creación de bebidas innovadoras.

d) Se emplea el rotavapor y otras herramientas especializadas para la extracción de aromas y sabores en coctelería.

e) Se evalúa la calidad y presentación de los cócteles elaborados, asegurando equilibrio organoléptico y estética visual.

2. Diseña y elabora cócteles sostenibles aplicando criterios de sostenibilidad y aprovechamiento de recursos.

a) Se seleccionan ingredientes locales y de temporada para la elaboración de cócteles.

b) Se utilizan técnicas de aprovechamiento de subproductos y reducción de residuos en mixología.

c) Se elaboran cócteles zero waste con insumos reciclados o reutilizados, minimizando el impacto ambiental.

d) Se implementan prácticas sostenibles en la gestión del servicio de bar y coctelería.

e) Se presentan propuestas de cartas de cócteles sostenibles para diferentes tipos de establecimientos.

3. Desarrolla experiencias sensoriales en coctelería, integrando el análisis de la percepción consumidor. **(FEM)**

a) Se analizan los efectos de los estímulos sensoriales (color, aroma, textura, temperatura y sonido) en la percepción del cóctel.

b) Se diseñan cócteles conceptuales basados en historias, emociones o referencias culturales.



- c) Se aplican técnicas de maridaje sensorial para potenciar las características organolépticas de las bebidas.
  - d) Se desarrollan presentaciones innovadoras utilizando tecnología y herramientas visuales.
  - e) Se evalúa la experiencia del cliente mediante pruebas de degustación y feedback sensorial.
4. Diseña y elabora cócteles sin alcohol (mocktails) con técnicas avanzadas, incorporando tendencias en coctelería saludable.
- a) Se identifican y seleccionan ingredientes funcionales, adaptógenos y bebidas saludables para su integración en coctelería.
  - b) Se elaboran mocktails con técnicas avanzadas de mixología, asegurando un equilibrio en sabores y texturas.
  - c) Se crean propuestas de coctelería sin alcohol adaptadas a distintos públicos (infantil, deportivo, embarazadas, etc.).
  - d) Se diseña una carta de cócteles sin alcohol alineada con las tendencias de bienestar y consumo responsable.
  - e) Se evalúa la aceptación y viabilidad comercial de los cócteles sin alcohol elaborados.
5. Aplica herramientas digitales y estrategias de comunicación para la promoción y difusión de la mixología. Criterios de evaluación
- a) Se utilizan aplicaciones y software de gestión de recetas y escandallos en coctelería.
  - b) Se desarrollan estrategias de contenido visual para redes sociales y marketing en mixología.
  - c) Se elabora material audiovisual y fotográfico para la promoción de cócteles y servicios de bar.
  - d) Se aplican herramientas de realidad aumentada y tecnología interactiva en la presentación de cócteles.
  - e) Se analizan tendencias digitales en el sector de la mixología y su impacto en el consumidor.

### **Contenidos:**

- Innovación y vanguardia en mixología.

- Uso de técnicas avanzadas: esferificación, espumas, rotavapor, fat washing, etc.
- Introducción a la mixología molecular.
- Fermentaciones y preparaciones caseras (kombuchas, shrubs, cordiales, etc.).

-Destilados y licores artesanales.



- Elaboración de bitters, licores y siropes caseros.
  - Técnicas de envejecimiento y maceración.
  - Análisis sensorial de destilados y sus aplicaciones en coctelería.
- Sostenibilidad y coctelería zero waste.
- Reducción de desperdicios y aprovechamiento de ingredientes.
  - Uso de ingredientes locales y de temporada.
  - Alternativas eco-friendly en mixología.
- Psicología y experiencia sensorial en coctelería.
- Creación de experiencias inmersivas en coctelería.
  - Influencia de colores, texturas, aromas y sonidos en la percepción del cóctel.
  - Diseño de menús de coctelería sensorial y conceptual.
- Coctelería sin alcohol y tendencias emergentes
- Desarrollo de cócteles sin alcohol (mocktails) con técnicas de alta cocina.
  - Uso de adaptógenos y bebidas funcionales en mixología.
  - Creación de experiencias para públicos diversos (cócteles para niños, embarazadas, etc.).
- Competencias digitales aplicadas a la mixología
- Uso de aplicaciones y software de gestión de recetas y escandallos.
  - Diseño de contenido visual para redes sociales y marketing de coctelería.
  - Realidad aumentada y tecnología en la presentación de cócteles.





## **Módulo optativo: Organización de eventos culturales y sociales.**

**Código: HT40**

**Ciclo formativo: GS Agencia de viajes y gestión de eventos**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Planificación, organización, implementación y evaluación de eventos, siguiendo todas las fases clave del proceso organizativo aplicando las herramientas y estrategias necesarias en cada fase. **(FEM)**

- a) Se ha caracterizado adecuadamente la metodología para elaborar proyectos de eventos, considerando todas las fases del proceso organizativo.
- b) Se han definido las funciones de la organización contratante y del organizador del evento, asegurando una distribución eficiente de responsabilidades.
- c) Se han previsto los recursos humanos, equipos técnicos y materiales necesarios según el tipo de evento, asegurando su disponibilidad y efectividad.
- d) Se ha seleccionado y contratado proveedores y personal adecuados para el evento, asegurando que su experiencia y capacidades se ajusten a las necesidades del evento.
- e) Se ha elaborado un presupuesto detallado desglosado por servicios, calculando el precio, los costes y el margen de beneficio de manera precisa.
- f) Se ha coordinado eficazmente los servicios con los proveedores, el personal de asistencia y el cliente, garantizando que todos los elementos estén alineados para un buen desarrollo del evento.
- g) Se ha supervisado la ubicación y disposición de los equipos, mobiliario y otros elementos necesarios para el evento, asegurándose de que todo esté en su lugar y funcione correctamente.
- h) Se ha considerado y planificado las medidas de seguridad adecuadas para posibles emergencias en espacios cerrados o durante el evento.
- i) Se han seguido los protocolos de gestión documental establecidos, organizando la documentación del evento de manera clara y accesible (carpetas, credenciales...).
- j) Se ha implementado procedimientos para garantizar una atención adecuada al cliente antes, durante y después del evento, y ha aplicado prácticas de gestión de calidad en todos los aspectos del evento.

2. Planificación, organización y ejecución de eventos musicales

- a) Se ha realizado un análisis detallado de las necesidades y objetivos del evento musical, definiendo claramente el tipo de música (género, artistas) y el perfil del público.



- b) Se ha trabajado de manera colaborativa en equipo para diseñar y planificar un evento musical completo, desde la idea inicial hasta la ejecución.
- c) Se ha creado un cronograma práctico y detallado, asignando roles, tiempos y tareas específicas a cada miembro del equipo.
- d) Se ha gestionado la búsqueda y contratación de proveedores (artistas, espacio, equipos de sonido) de forma creativa, considerando presupuesto y calidad.
- e) Se ha diseñado una propuesta de comunicación atractiva y efectiva, utilizando redes sociales y otros medios para promover el evento.
- f) Se ha garantizado la logística del evento musical, como la disposición de los espacios, la organización de entradas y la atención al público.
- g) Se ha aplicado un protocolo adecuado en la recepción de los artistas, asistentes y autoridades, adaptado al tipo de evento musical.
- h) Se ha llevado a cabo la evaluación de la experiencia musical del público, recogiendo impresiones, comentarios y sugerencias para la mejora de futuros eventos.
- i) El evento ha sido ejecutado sin imprevistos y con una alta participación y satisfacción de los asistentes.
- j) Se ha realizado un informe final del evento, con análisis de lo que funcionó bien y lo que podría mejorarse.

### 3. Planificación, organización y ejecución de eventos sociales

- a) Se ha realizado un análisis detallado de las necesidades y objetivos del evento social, definiendo claramente el tipo de evento y el perfil del público.
- b) Se ha trabajado de manera colaborativa en equipo para diseñar y planificar un evento social completo, desde la idea inicial hasta la ejecución.
- c) Se ha creado un cronograma práctico y detallado, asignando roles, tiempos y tareas específicas a cada miembro del equipo.
- d) Se ha gestionado la búsqueda y contratación de proveedores (catering, decoración, entretenimiento) de forma creativa, considerando presupuesto y calidad.
- e) Se ha diseñado una propuesta de comunicación atractiva y efectiva, utilizando redes sociales y otros medios para promover el evento.
- f) Se ha garantizado la logística del evento social, como la disposición de los espacios, la organización de entradas, la atención al público y la seguridad.
- g) Se ha aplicado un protocolo adecuado en la recepción de los invitados y en la organización de las mesas, de acuerdo con el tipo de evento social.
- h) Se ha realizado una evaluación de la experiencia de los asistentes, recogiendo impresiones, comentarios y sugerencias para la mejora de futuros eventos.
- i) El evento se ha ejecutado sin imprevistos y con alta participación y satisfacción de los asistentes.



- j) Se ha elaborado un informe final sobre el evento, con un análisis de lo que funcionó bien y lo que podría mejorarse.

#### 4. Planificación, organización y ejecución de eventos culturales

- a) Se ha realizado un análisis detallado de las necesidades y objetivos del evento cultural, definiendo claramente el tipo de actividad cultural y el perfil del público.
- b) Se ha trabajado de manera colaborativa en equipo para diseñar y planificar un evento cultural completo, desde la idea inicial hasta la ejecución.
- c) Se ha creado un cronograma práctico y detallado, asignando roles, tiempos y tareas específicas a cada miembro del equipo.
- d) Se ha gestionado la búsqueda y contratación de proveedores (artistas, espacio, materiales) de forma creativa, considerando presupuesto y calidad.
- e) Se ha diseñado una propuesta de comunicación atractiva y efectiva, utilizando redes sociales y otros medios para promover el evento.
- f) Se ha garantizado la logística del evento cultural, como la disposición de los espacios, la organización de entradas y la atención al público.
- g) Se ha aplicado un protocolo adecuado en la recepción de los artistas, asistentes y autoridades, adaptado al tipo de evento cultural.
- h) Se ha llevado a cabo la evaluación de la experiencia cultural del público, recogiendo impresiones, comentarios y sugerencias para la mejora de futuros eventos.
- i) El evento ha sido ejecutado sin imprevistos y con una alta participación y satisfacción de los asistentes.
- j) Se ha realizado un informe final del evento, con análisis de lo que funcionó bien y lo que podría mejorarse.

#### 5. Planificación, organización y ejecución de eventos deportivos

- a) Se ha realizado un análisis detallado de las necesidades y objetivos del evento deportivo, considerando el tipo de deporte (competición, exhibición, actividades recreativas) y el perfil del público.
- b) Se ha trabajado de manera colaborativa en equipo para diseñar y planificar un evento deportivo completo, desde la idea inicial hasta la ejecución.
- c) Se ha creado un cronograma práctico y detallado, asignando roles, tiempos y tareas específicas a cada miembro del equipo.
- d) Se ha gestionado la búsqueda y contratación de proveedores (material deportivo, personal técnico, arbitraje) de manera eficiente, considerando presupuesto y calidad.
- e) Se ha diseñado una propuesta de comunicación atractiva y efectiva, utilizando redes sociales y otros medios para promover el evento.



- f) Se ha garantizado la logística del evento deportivo, como la disposición de los espacios, equipos, inscripciones y seguridad de los participantes.
- g) Se ha aplicado un protocolo adecuado en la recepción de atletas, espectadores y autoridades, conforme al tipo de evento deportivo.
- h) Se ha llevado a cabo la evaluación de la experiencia de los participantes y asistentes, recogiendo comentarios y sugerencias para la mejora de futuros eventos.
- i) El evento se ha ejecutado sin imprevistos, con una alta participación y satisfacción tanto de los participantes como del público asistente.
- j) Se ha realizado un informe final del evento, con un análisis de los aspectos que funcionaron bien y de los que podrían mejorarse.

## **Contenidos**

### **1. Fases de la organización de un evento.**

- Las fases del proceso organizativo.
- Las funciones de la organización contratante y del organizador del evento.
- Los recursos humanos, equipos técnicos y materiales.
- Los proveedores y personal adecuado para el evento.
- El presupuesto.
- La coordinación con proveedores, personal de asistencia y el cliente.
- La ubicación y disposición de los equipos, mobiliario y otros elementos.
- Las medidas de seguridad.
- La gestión documental.
- La atención al cliente antes, durante y después del evento.

### **2. Planificación y organización de eventos musicales.**

- Los eventos musicales y su planificación.
- El diseño de actividades musicales.
- La selección, búsqueda y negociación de proveedores y artistas.
- El cronograma y la gestión de tiempos.
- La planificación de actividades
- Las estrategias de marketing.
- El protocolo.
- La evaluación y la mejora continua.



### 3. Planificación y organización de eventos sociales

- Los eventos sociales y su planificación.
- El diseño de actividades sociales.
- La selección, búsqueda y negociación de proveedores.
- El cronograma y la gestión de tiempos.
- La planificación de actividades
- Las estrategias de marketing.
- El protocolo social.
- La evaluación y la mejora continua.

### 4. Planificación y organización de eventos culturales

- Los eventos culturales y su planificación.
- El diseño de actividades culturales.
- La selección, búsqueda y negociación de proveedores y artistas.
- El cronograma y la gestión de tiempos.
- La planificación de actividades
- Las estrategias de marketing.
- El protocolo.
- La evaluación y la mejora continua.

### 5. Planificación y organización de eventos deportivos

- Los eventos deportivos y su planificación.
- El diseño de actividades deportivas.
- La selección, búsqueda y negociación de proveedores.
- El cronograma y la gestión de tiempos.
- La planificación de actividades
- Las estrategias de marketing.
- El protocolo deportivo.
- La evaluación y la mejora continua.



## **Módulo optativo: Procesos de guía turístico.**

**Código: HT41**

**Ciclo formativo: GS Agencia de viajes y gestión de eventos.**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Caracteriza los servicios de asistencia y guía analizando los procesos derivados de estas actividades.

- a) Se han descrito los principios éticos y deontológicos de la profesión.
- b) Se han descrito las distintas modalidades y perfiles profesionales de la actividad de asistencia y guía de grupos turísticos.
- c) Se han reconocido los distintos tipos de servicios y caracterizado las funciones a desarrollar en cada una de ellos.
- d) Se han caracterizado y relacionado los aspectos de calidad y atención al cliente en los servicios de asistencia y guía.
- e) Se han interpretado las disposiciones legales vigentes que afectan a la actividad de asistencia y guía.
- f) Se han identificado las principales asociaciones y colegios profesionales y sus funciones.

2. Aplica las técnicas de comunicación y de dinamización, analizándolas y relacionándolas con las diferentes tipologías de grupos.

- a) Se han analizado las fases en el proceso de comunicación del guía con grupos de visitantes y se han previsto las dificultades propias en dicho proceso.
- b) Se han descrito y aplicado diferentes técnicas de habilidades sociales y de comunicación no verbal propias de la actividad de asistencia y guía de grupos.
- c) Se ha expresado oralmente, de forma directa o con otros medios de amplificación, con tono, ritmo, volumen de voz y expresión gestual adecuada a la situación.
- d) Se han descrito los comportamientos que se pueden encontrar en grupos de viajeros y se han identificado los problemas de relación que plantean.
- e) Se han identificado y aplicado las técnicas de dinámicas de grupo, motivación y liderazgo aplicables a la asistencia y guía de grupos turísticos en diferentes entornos de trabajo y con diferente tipología de grupos.
- f) Se han planificado diferentes programas y actividades de animación y actividades lúdico-recreativas dependiendo del servicio y de las características del grupo.

3. Desarrolla las actividades de asistencia y guía identificando las fases y los procedimientos en cada caso. **(FEM)**



- a) Se han comprobado las condiciones de los recursos a utilizar (días de apertura, horarios, otros), la disponibilidad del transporte y cualquier otra información relevante para el desarrollo del viaje, ruta, itinerario o visita.
- b) Se ha comprobado la documentación de viaje que aportan las agencias y mayoristas para el guía y los prestatarios de los servicios.
- c) Se han anticipado posibilidades de cambios en el viaje, ruta, itinerario o visita por imprevistos.
- d) Se han desarrollado las exposiciones adaptando el mensaje en función del tipo de cliente.
- e) Se han tenido en cuenta las condiciones de accesibilidad y las barreras arquitectónicas para personas con necesidades específicas.
- f) Se han desarrollado las relaciones interprofesionales.
- g) Se han aplicado las técnicas para la autoevaluación de la práctica profesional.
- h) Se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con la atención al cliente, la seguridad y la gestión de la calidad.
- i) Se ha realizado la factura teniendo en cuenta las tarifas vigentes.
- j) Se han aplicado técnicas para la gestión de situaciones de tensión, resolución de conflictos individuales o de grupo y de imprevistos.

## **Contenidos.**

### **1. Caracterización de los servicios de asistencia y guía.**

- Deontología profesional.
- La calidad del servicio de asistencia y guía.
- Figuras profesionales. Caracterización de cada figura.
- Servicios de asistencia y guía. Funciones del guía en cada caso.
- Regulación de la actividad profesional.
- Normativa europea, estatal y autonómica.
- Regulación del acceso a la condición de guía.
- Asociaciones y colegios profesionales.

### **2. Aplicación de técnicas de comunicación y de dinamización de grupos.**

- La comunicación en el servicio de asistencia y guía. Fases.
- Habilidades sociales y técnicas de comunicación específicas para la actividad de asistencia, acompañamiento y guía de grupos turísticos.



- Metodología para la interpretación de recursos culturales y naturales. Aplicaciones.
- Los grupos turísticos. Caracterización.
- Dirección y liderazgo de grupos. Concepto, enfoques y aplicación.
- Técnicas de dinamización de grupos en diferentes entornos y distintos segmentos.
- Programas de animación y actividades lúdico-recreativas en ruta.

### 3. Desarrollo de los procesos de asistencia y guía.

- Procesos de servicios de asistencia y guía en: transfer; visitas a recursos culturales y naturales; excursiones; circuitos, rutas e itinerarios; y otros servicios.
- Procedimientos de desarrollo del servicio: fases; técnicas; gestiones previas, presentación, desarrollo y despedida.
- Encuestas y autoevaluación. Tipos y aplicaciones.
- La gestión del imprevisto. Técnicas.





## Módulo optativo: Cata de productos gastronómicos

**Código: HT42**

**Ciclo Formativo: GS Dirección de Cocina y GS Dirección de Servicios de Restauración.**

---

### Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:

1. Identificar y aplicar la metodología de cata de los alimentos.
  - a) Se han identificado los distintos tipos y fases de las catas.
  - b) Se han descrito los utensilios, espacios y condiciones necesarios para que la cata de alimentos se realice en unas condiciones óptimas.
  - c) Se han identificado las normas y condiciones básicas de la cata.
  - d) Se han aplicado las normas y condiciones básicas de cata, en los supuestos prácticos de cata de alimentos para su selección y uso en hostelería.
  - e) Se ha explicado el orden y el tiempo necesarios para realizar la cata con rigor.
2. Reconocer, cuantificar y describir los atributos sensoriales de los productos catados.
  - a) Se han discriminado los atributos sensoriales de los alimentos.
  - b) Se han detectado diferencias de sabores, olores, texturas y todos aquellos atributos básicos propios de cada producto, tanto en alimentos frescos como conservados, tales como: Productos cárnicos. Pescados y mariscos. Productos lácteos. Condimentos: aceites, vinagres, especias y otros. Conservas. Otros.
  - c) Se ha empleado el vocabulario específico.
  - d) Se han obtenido datos sensoriales repetibles y reproducibles.
  - e) Se han identificado y cumplimentado las fichas de cata, aplicando las normas de valoración de los alimentos.
  - f) Se han reconocido las nuevas texturas actuales del mercado.
3. Analizar los factores que influyen en las características organolépticas de los alimentos, identificando su impacto en las propiedades sensoriales y su relación con la sostenibilidad y los métodos de producción. **(FEM)**
  - a) Describir la influencia del clima y la geografía en las propiedades organolépticas de los alimentos.
    - Identificar cómo factores como la temperatura, humedad, altitud y tipo de suelo afectan el sabor, aroma, textura y otras características sensoriales de los productos.
    - Relacionar las variaciones estacionales con la calidad organoléptica de los alimentos.
  - b) Diferenciar las características sensoriales de los alimentos en función de las especies y variedades.
    - Reconocer las diferencias organolépticas entre especies y variedades de plantas y animales.



- Explicar cómo la genética y la adaptación al entorno influyen en el perfil sensorial de los alimentos.
- c) Evaluar el impacto de los métodos de producción y crianza en las propiedades organolépticas de los alimentos.
- Comparar las diferencias sensoriales entre productos de producción tradicional, intensiva y ecológica.
  - Analizar cómo la sobreexplotación o explotación intensiva afecta la calidad sensorial de los alimentos.
  - Valorar la relación entre prácticas sostenibles y la preservación de las cualidades organolépticas.
- d) Relacionar la sostenibilidad y los métodos de producción con la calidad sensorial de los alimentos.
- Identificar el impacto ambiental de los métodos de producción intensiva y su efecto en las propiedades sensoriales.
  - Describir cómo las alternativas sostenibles (agricultura ecológica, ganadería extensiva, pesca sostenible) influyen en las características organolépticas.
  - Reconocer las tendencias actuales en la producción de alimentos y su relación con la calidad sensorial.
4. Evaluar las nuevas texturas en los alimentos catados y su adecuación a los objetivos propuestos.
- a) Se han obtenido juicios consistentes y reproducibles sobre los productos tratados.
- b) Se ha decidido sobre la coherencia y fiabilidad de las anotaciones realizadas.
- c) Se ha estimado la adecuación de los productos catados a los fines y objetivos.

## **Contenidos.**

### **1. Metodología de cata de los alimentos.**

- Conocimiento de la Cata: Definición. Utensilios y espacios apropiados para la cata. Tipos de cata: Cata de productos cárnicos. Cata de lácteos y derivados. Cata de pescados y mariscos. Cata de conservas y salazones. Cata de licores, vino y olorosos. Cata de esencias. Cata de aceites. Cata de especias y aromáticos. Cata de productos de diferentes gamas.
- Fases de la cata de alimentos: Definición y orden. Visual, olfativa, gustativa, tacto.
- Medios utilizados en el análisis sensorial de alimentos en hostelería: Cata de diversos alimentos. Propiedades organolépticas de los productos. Atributos sensoriales básicos. La educación del paladar. Conocimiento de los sabores básicos de algunos productos: Dulce. Salado. Umami. Ácido. Amargo.



- Esquemas de alimentos concordantes y discordantes.
- Las normas de la cata de los alimentos: Apariencia. Textura. Sabor.

## 2. El análisis sensorial de los alimentos en la hostelería.

- Definición.
- Los sentidos humanos y la percepción sensorial de alimentos: Conocimientos y función de cada sentido en la gastronomía. Terminología básica del análisis sensorial de alimentos en hostelería
- Tipos de análisis: Sensorial. Técnico. Instrumental. Hedónico.
- Técnicas de análisis de alimentos: Aplicaciones. Utilización de escalas gráficas. Pruebas de análisis sensorial.
- Fichas de catas. Perfiles sensoriales: Definición. Conocimiento de los métodos. Topologías. La utilización de los contrastes: Frío-calor, dulce-salado, ácido-amargo.
- Pruebas objetivas en el análisis de alimentos: Pruebas discriminatorias. Pruebas descriptivas.

## 3. Factores que influyen en las características organolépticas de los productos culinarios

- Influencia del clima y la geografía:  
Impacto del clima en las propiedades sensoriales de los alimentos.  
Efecto del tipo de suelo y las condiciones geográficas en el sabor, aroma y textura de los productos.  
Variaciones estacionales y su relación con la calidad organoléptica de los alimentos.
- Especies y variedades:  
Diferencias sensoriales entre especies y variedades de plantas y animales.  
Influencia de la genética en las características organolépticas de los alimentos.  
Adaptación de las especies a su entorno y su impacto en el perfil sensorial.
- Métodos de producción y crianza:  
Diferencias organolépticas entre productos de producción tradicional, intensiva y ecológica.  
Impacto de la sobreexplotación o explotación intensiva de animales y plantas en la calidad sensorial de los alimentos.  
Relación entre prácticas sostenibles y la preservación de las cualidades organolépticas.
- Sostenibilidad y responsabilidad en la producción de alimentos:  
Impacto ambiental de los métodos de producción intensiva y su efecto en las propiedades sensoriales.  
Alternativas sostenibles (agricultura ecológica, ganadería extensiva, pesca sostenible) y su influencia en las características organolépticas.  
Tendencias actuales en la producción de alimentos y su relación con la calidad sensorial.



Región de Murcia  
Consejería de Educación  
y Formación Profesional

Dirección General de Formación Profesional,  
Enseñanzas de Régimen Especial  
y Educación Permanente

#### 4. Las nuevas texturas:

Los gelificantes. Los aires. Los crujientes. Las espumas. Los líquidos. Otras texturas.



## **Módulo optativo: Aplicaciones prácticas de la neurogastronomía.**

**Código: HT43**

**Ciclo Formativo: GS Dirección de Cocina y GS Dirección de Servicios de Restauración.**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Comprender los fundamentos de la neurogastronomía y su aplicación en la cocina.
  - a) Se han explicado los conceptos básicos de la neurogastronomía.
  - b) Se ha identificado cómo los sentidos influyen en la percepción del sabor.
  - c) Se han aplicado técnicas culinarias que potencien la experiencia sensorial.
2. Analizar el papel de la psicología en la experiencia del cliente en restauración.
  - a) Se han descrito los factores psicológicos que influyen en la satisfacción del cliente.
  - b) Se han diseñado estrategias para mejorar la experiencia del cliente en un restaurante.
  - c) Se han evaluado casos prácticos de éxito en la aplicación de la psicología en la gastronomía.
3. Diseñar platos y menús basados en principios de neurogastronomía.
  - a) Se han creado platos que estimulan los sentidos de forma equilibrada.
  - b) Se ha justificado la elección de ingredientes y técnicas desde la perspectiva neurogastronómica.
  - c) Se han presentado menús que generan una experiencia memorable para el cliente.
4. Aplicar técnicas de comunicación y storytelling en la presentación de platos. **(FEM)**
  - a) Se ha utilizado el storytelling para conectar emocionalmente con el cliente.
  - b) Se han presentado platos de manera creativa y atractiva.
  - c) Se han demostrado habilidades de comunicación efectiva en el servicio al cliente.
5. Evaluar y mejorar la experiencia del cliente en un entorno gastronómico.
  - a) Se han realizado encuestas y análisis de satisfacción del cliente.
  - b) Se han propuesto mejoras basadas en feedback y principios de neurogastronomía.
  - c) Se han implementado cambios en un entorno real o simulado.



## Contenidos.

### 1. Fundamentos de la Neurogastronomía.

-Introducción a la neurogastronomía: breve historia y evolución de la neurogastronomía como disciplina. Conceptos clave: relación entre los sentidos, el cerebro y la percepción del sabor. Aplicación práctica en la cocina.

-Los sentidos y su influencia en la percepción del sabor: la vista, el olfato, el gusto, el tacto y el oído.

- El cerebro y la percepción del sabor: Cómo el cerebro procesa la información sensorial para crear la experiencia del sabor. Factores que pueden alterar la percepción del sabor (ejemplo: ambiente, emociones, expectativas). Cómo utilizar estos conocimientos para diseñar platos y menús más atractivos.

-Aplicaciones prácticas de la neurogastronomía en cocina: Diseño de platos que estimulan múltiples sentidos. Creación de menús temáticos basados en principios neuro gastronómicos. Ejemplos de restaurantes o chefs que aplican la neurogastronomía en su oferta gastronómica.

### 2. Factores que influyen en la experiencia del cliente en restauración.

-Introducción a la experiencia del cliente en el ámbito gastronómico: Elementos clave que definen una experiencia memorable. Cómo la percepción sensorial afecta la satisfacción del cliente.

-Identificación de necesidades y expectativas del cliente: Técnicas para observar y analizar el comportamiento del cliente en el contexto de un restaurante. Cómo adaptar la oferta gastronómica a diferentes perfiles de clientes.

-Estrategias prácticas para mejorar la experiencia: Comunicación efectiva en el servicio: lenguaje claro, escucha activa y empatía. Protocolos básicos para gestionar sugerencias, quejas o solicitudes especiales. Importancia de la coherencia entre el discurso del establecimiento y la experiencia ofrecida.

-Estudio de casos reales en restauración: Análisis de ejemplos de éxito en la creación de experiencias gastronómicas diferenciadoras. Aprendizaje basado en errores comunes y cómo evitarlos.

### 3. Diseño de Platos y Menús Neuro Gastronómicos.

-Selección de ingredientes y técnicas culinarias para estimular los sentidos:

- Ingredientes que potencian los sentidos: Uso de ingredientes con aromas intensos. Elección de texturas contrastantes. Incorporación de colores vivos y atractivos para estimular la vista.
- Técnicas culinarias sensoriales: Técnicas de cocción que preservan o intensifican sabores y aromas. Uso de contrastes de temperatura. Técnicas de emplatado.

-Creación de menús temáticos basados en principios neuro gastronómicos: Diseño de menús sensoriales. Coherencia entre platos.



- Aplicación de la neurogastronomía en la experiencia del cliente. Ambientación y contexto: Cómo el entorno influye en la percepción del sabor. Creación de experiencias gastronómicas inmersivas. Storytelling en la presentación de platos.

-Evaluación y mejora de platos y menús:

- Técnicas de feedback sensorial.
- Innovación y creatividad.

#### 4. Comunicación y Presentación de Platos.

-Comunicación efectiva en la presentación de platos:

- Conceptos básicos de storytelling aplicado a la gastronomía.
- Lenguaje claro y atractivo: Cómo describir los platos de manera que resalten sus cualidades sensoriales. Adaptación del discurso a diferentes tipos de clientes.

-Técnicas de presentación de platos para impactar visual y emocionalmente:

- Principios básicos de diseño visual en el emplatado: Uso del color, la forma y el espacio para crear platos visualmente atractivos. Técnicas de composición.
- Elementos decorativos y su función sensorial.

-Integración de la presentación con la experiencia del cliente:

- Coherencia entre el plato y el contexto: Cómo adaptar la presentación al estilo del restaurante. Uso de vajillas, cuberterías y elementos de ambientación que refuercen la experiencia.
- Interacción con el cliente durante el servicio: Cómo presentar los platos de manera que genere expectativa y sorpresa. Técnicas para explicar los platos de forma breve pero impactante.

-Evaluación y mejora de la presentación de platos:

- Técnicas de feedback visual y sensorial.
- Innovación en la presentación.

#### 5. Evaluación y Mejora de la Experiencia del Cliente.

-Métodos de recopilación de feedback:

- Encuestas y cuestionarios: Diseño de encuestas efectivas para recopilar opiniones sobre la experiencia gastronómica. Uso de herramientas digitales.
- Observación directa: Técnicas para observar el comportamiento del cliente durante el servicio. Identificación de señales no verbales que indican satisfacción o insatisfacción.



- Análisis de comentarios y reseñas: cómo utilizar plataformas online, identificación de patrones y tendencias en las opiniones de clientes.

-Estrategias para implementar mejoras basadas en la neurogastronomía:

- Análisis de datos y toma de decisiones.
- Ajustes en la oferta gastronómica.
- Mejoras en el servicio y la ambientación.

-Implementación y seguimiento de mejoras:

- Planificación de acciones: Diseño de un plan de mejora con objetivos claros, acciones concretas y plazos definidos.
- Seguimiento y evaluación: Cómo medir el impacto de las mejoras implementadas (nuevas encuestas, observación, análisis de reseñas). Ajustes continuos basados en el feedback recibido.

-Casos prácticos y ejemplos de éxito.





## **Módulo optativo: Gestión de la información turística**

**Código: HT44**

**Ciclo Formativo: GS Gestión de Alojamientos Turísticos**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación**

1. Identifica los principales destinos turísticos de la Región de Murcia describiendo y valorando sus recursos y oferta turística.

a) Se ha definido la distribución geográfica de los principales destinos turísticos en la Región de Murcia.

b) Se han identificado los recursos culturales, naturales y de otro tipo en los diferentes destinos.

c) Se ha valorado la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino.

d) Se ha evaluado las principales infraestructuras y servicios turísticos de la Región de Murcia, y se ha determinado su adecuación a las necesidades del turista y su relación con el desarrollo sostenible.

e) Se ha analizado la accesibilidad y adaptación de la oferta turística a personas con diversidad funcional para garantizar una experiencia inclusiva y de calidad.

2. Consulta, analiza y utiliza fuentes y soportes de información sobre los recursos turísticos de la Región de Murcia, aplicándolos en la atención al cliente y la planificación de itinerarios turísticos.

a) Se han identificado, clasificado y evaluado las principales fuentes de información sobre Turismo de la Región de Murcia.

b) Se han utilizado herramientas digitales y plataformas oficiales para la búsqueda eficaz de información turística, y se ha evaluado su veracidad y utilidad.

c) Se ha sintetizado la información obtenida y la aplica en la elaboración de itinerarios turísticos adaptados a diferentes perfiles de clientes.

d) Se han interpretado y empleado soportes físicos y digitales de forma adecuada, y se ha seleccionado el más conveniente según el tipo de cliente y la finalidad.

3. Aplica técnicas de comunicación específicas para la promoción y difusión de los recursos turísticos de la Región de Murcia dentro de los establecimientos de alojamiento. **(FEM)**

a) Se ha expuesto la información sobre las distintas rutas y recursos turísticos utilizando técnicas de comunicación adaptadas al perfil y necesidades del cliente.

b) Se han explicado las distintas rutas y recursos turísticos utilizando soportes físicos y digitales, seleccionando el canal más adecuado según el perfil del cliente.



c) Se han aplicado técnicas de comunicación persuasiva y de venta cruzada para la promoción de los servicios y experiencias dentro del alojamiento turístico.

## **Contenidos:**

### **1. Identificación de los principales destinos y recursos turísticos de la Región de Murcia**

- Análisis de la distribución geográfica y factores que condicionan los destinos turísticos de la Región de Murcia. Áreas y corredores turísticos principales. Factores que condicionan la distribución: relieve, clima, hidrografía y vegetación.
- Identificación de recursos turísticos según tipología: recursos de sol y playa, recursos gastronómicos, recursos culturales, recursos urbanos, recursos rurales y naturales, recursos de ocio y recreativos, recursos deportivos y de salud, recursos asociados a grandes eventos, y otros recursos.
- Valoración de la incidencia de la coincidencia de tipologías turísticas en un mismo destino: concepto de multiproducto y su relevancia turística. Impacto de la diversificación turística en la experiencia del visitante.
- Evaluación de infraestructuras y servicios turísticos en relación con necesidades del turista y la sostenibilidad: infraestructuras de transporte, infraestructuras de alojamiento y oferta complementaria.
- Accesibilidad en los recursos turísticos.

### **2. Consulta, análisis y uso de fuentes y soportes de información sobre recursos turísticos, para su aplicación en la atención al cliente y la planificación de itinerarios turísticos.**

- Identificación, clasificación y evaluación de fuentes de información: tipos de fuentes. Criterios de evaluación de las fuentes.
- Uso de herramientas digitales y plataformas oficiales para la búsqueda de información: aplicación de herramientas digitales para localizar recursos y planificar rutas. Búsqueda avanzada. Verificación y análisis.
- Síntesis de la información y elaboración de itinerarios turísticos adaptados: técnicas de síntesis. Diseño de itinerarios: ajuste según perfiles de clientes y tipologías turísticas. Herramientas de planificación: Uso de cronogramas, presupuestos y mapas digitales.
- Interpretación y uso de soportes físicos y digitales según el cliente y la finalidad: soportes físicos, soportes digitales. Adaptación de soportes según el perfil del cliente.

### **3. Aplicación de técnicas de comunicación para la promoción y difusión de recursos turísticos en establecimientos de alojamiento.**



- Exposición de rutas y recursos turísticos utilizando técnicas de comunicación adaptadas al perfil del cliente:

- Técnicas de comunicación.
- Tipos de clientes y sus necesidades comunicativas.
- Habilidades para captar el interés del cliente: personalización del discurso, resolución de dudas y recomendaciones atractivas.
- Ámbitos prácticos para la exposición: Simulaciones de atención en recepción, presentaciones grupales, y uso de herramientas interactivas como vídeos y maquetas.

- Uso práctico de soportes informativos para la explicación de rutas y recursos turísticos:

- Aplicación de soportes informativos físicos en situaciones reales: Entrega y explicación de folletos, mapas o guías en recepción o puntos de información.
- Uso práctico de soportes informativos digitales: Demostraciones del manejo de soportes digitales.
- Prácticas de atención al cliente.

-Aplicación de técnicas de comunicación persuasiva y de venta cruzada para la promoción de los servicios del alojamiento:

- Técnicas de persuasión aplicadas: Escucha activa, argumentación de beneficios y storytelling adaptado.
- Técnicas de venta cruzada (cross-selling): Recomendaciones de servicios complementarios (spa, restaurante, rutas locales).
- Técnicas de venta adicional (upselling): Promoción de mejoras (habitaciones superiores, paquetes exclusivos, etc).
- Recomendaciones personalizadas: Ajuste de la oferta según las preferencias detectadas.



## **Módulo optativo: Técnicas de animación turística**

**Código: HT45**

**Ciclo Formativo: GS Gestión de Alojamientos Turísticos y GS Guía, Información Y Asistencias Turísticas**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Caracteriza la animación turística, contextualizándola en los diferentes ámbitos en los que se puede llevar a cabo. **(FEM)**

- a) Se ha descrito el concepto de animación turística.
- b) Se han identificado los distintos tipos de animación turística (recreativa, sociocultural, nocturna,...), clasificándolos según sus características y contextos de aplicación.
- c) Se han reconocido los principales ámbitos de intervención de la animación turística (alojamientos, destinos turísticos, cruceros, etc) y sus particularidades organizativas.
- d) Se han definido las actitudes y aptitudes del profesional de la animación turística.
- e) Se ha valorado la importancia de la animación turística como elemento dinamizador y diferenciador en los servicios, productos y destinos turísticos, así como su contribución a la fidelización del cliente y a la mejora de la experiencia turística.

2. Organiza el área de animación turística, analizando su estructura organizativa y funcional.

- a) Se ha caracterizado el área o departamento de animación turística.
- b) Se han analizado distintos modelos de organización del área de animación turística, relacionando las funciones del equipo con las necesidades del servicio.
- c) Se han estudiado las relaciones entre el área de animación y otros departamentos del establecimiento, destacando los mecanismos de coordinación más frecuentes.
- d) Se han descrito las instalaciones, equipos, mobiliario y utensilios necesarios para el funcionamiento general del área de animación turística, en función de su estructura y tipo de servicio ofrecido.
- e) Se ha valorado la importancia de la organización eficiente en el área o departamento de animación turística.

3. Diseña programas de animación turística, teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios y los espacios de intervención.

- a) Se han distinguido los distintos tipos de programas de animación turística según el perfil del cliente, el entorno y la finalidad de las actividades.
- b) Se han identificado los destinatarios del servicio de animación, teniendo en cuenta sus características, intereses y necesidades.



- c) Se han determinado los espacios y la temporalización de las actividades.
  - d) Se han seleccionado los recursos humanos, materiales y financieros del programa de animación turística.
  - e) Se ha valorado la importancia de la promoción del programa de animación turística como elemento estratégico para su éxito y participación.
  - f) Se han establecido las medidas de prevención y seguridad.
  - g) Se han estimado los costes básicos del programa y se han elaborado presupuestos relacionados con las diferentes actividades de animación turística, valorando su viabilidad económica
4. Desarrolla actividades de animación turística adaptadas a distintos públicos y contextos, aplicando técnicas de dinamización específicas.
- a) Se han reconocido los principales tipos de actividades de animación turística, clasificándolas según su finalidad, formato y público destinatario.
  - b) Se ha preparado y dirigido una actividad lúdica o deportiva, fomentando la participación y el juego cooperativo.
  - c) Se ha ejecutado una actividad de animación infantil adaptada a diferentes tramos de edad y niveles de autonomía.
  - d) Se ha desarrollado una actividad sociocultural con contenidos relacionados con el entorno, la cultura o las tradiciones del destino.
  - e) Se ha participado en la preparación y realización de una actividad escénica (coreografía, representación teatral, espectáculo musical, etc.).
  - f) Se han aplicado técnicas básicas de animación vocal, corporal y expresiva en el desarrollo de las actividades.
  - g) Se han desarrollado otras actividades de animación turística que respondan a contextos específicos, públicos concretos o formatos alternativos de dinamización.
5. Realiza el seguimiento y evaluación de los programas y actividades de animación turística, aplicando sistemas de gestión de la calidad.
- a) Se han descrito las fases del proceso de seguimiento y evaluación de los programas y las actividades de animación turística.
  - b) Se han concretado las técnicas, indicadores, criterios e instrumentos para el seguimiento y evaluación de programas y actividades de animación turística.
  - c) Se han elaborado y cumplimentado registros de seguimiento, informes y memorias.
  - d) Se han propuesto acciones de mejora a partir del análisis de los resultados obtenidos, promoviendo una actitud proactiva hacia la calidad.
  - e) Se han utilizado las tecnologías de la información y la comunicación para la gestión de la documentación asociada al proceso de seguimiento y evaluación de las actividades de animación turística.



f) Se ha justificado la importancia de la evaluación para optimizar el funcionamiento de los programas y actividades de animación turística.

### **Contenidos:**

#### **1. Caracterización de la animación turística:**

- Aspectos históricos y conceptuales de la animación turística.
- Objetivos y funciones de los servicios de animación turística.
- Ámbitos de aplicación de la animación turística.
- El profesional de la animación turística.
- La animación como elemento complementario y dinamizador en el sector turístico.

#### **2. Organización del área de animación turística:**

- Área de animación turística.
- Modelos de organización del área de animación turística. Estructuras organizativas. Organigramas.
- Relaciones intradepartamentales e interdepartamentales.
- La localización y el diseño de las instalaciones.
- Los recursos materiales del área de animación turística.
- Importancia de la organización eficiente en el área o departamento de animación turística.

#### **3. Diseño de programas de animación turística:**

- Tipos de programas de animación turística: generales, temáticos, adaptados a públicos específicos o vinculados a temporadas concretas.
- Elaboración de programas de animación turística.
- Análisis del público destinatario: edad, nacionalidad, perfil cultural, intereses, limitaciones físicas, etc.
- Temporalización de las actividades: planificación diaria, semanal y estacional.
- Promoción y comunicación del programa de animación: soportes físicos y digitales, cartelería, redes sociales, briefing informativo.
- Medidas de prevención y seguridad: análisis de riesgos por tipo de actividad y protocolos internos de actuación.
- Estimación económica de un programa: costes directos e indirectos, recursos propios y externos, elaboración de presupuestos y control presupuestario básico.



- Diseño aplicado: desarrollo completo de un programa de animación para una empresa o destino turístico, con calendario, destinatarios, actividades, objetivos, etc.

#### 4. Desarrollo de actividades de animación turística:

- Clasificación de las actividades de animación turística según formato y objetivo: deportivas, socioculturales, escénicas, infantiles, colaborativas, temáticas, etc
- Técnicas de dinamización lúdica y deportiva: juegos tradicionales, concursos, actividades de grupo, retos físicos o mentales, etc
- Actividades infantiles: cuentacuentos, minidiscos, talleres de manualidades, etc
- Actividades socioculturales: talleres gastronómicos, actividades folclóricas, animación con elementos identitarios, etc
- Actividades escénicas: actuaciones musicales, improvisación teatral, coreografías, espectáculos temáticos.
- Técnicas expresivas básicas del animador: lenguaje corporal, uso del espacio, voz, ritmo, improvisación.
- Propuestas creativas y alternativas: escape rooms, juegos de pistas, actividades digitales, rutas temáticas, fiestas tematizadas, animación itinerante, etc.

#### 5. Realización del seguimiento y evaluación de los programas y actividades de animación turística:

- Análisis del proceso de evaluación.
- Determinación de técnicas, indicadores, criterios e instrumentos de evaluación.
- Elaboración y cumplimentación de registros de seguimiento.
- Procesos de mejora continua: análisis de errores, propuestas viables, trabajo colaborativo.
- Utilización de tecnologías de la información y la comunicación para la gestión de la documentación asociada al proceso de seguimiento y evaluación de las actividades de animación turística.
- Importancia del seguimiento y la evaluación de los programas y actividades de animación turística.



## **Módulo optativo: Recepción y servicio de atención al cliente**

**Código: HT46**

**Ciclo Formativo: GS Guía, Información y Asistencias Turísticas**

---

### **Resultados de aprendizaje y criterios de evaluación:**

1. Valorar la organización y funciones más frecuentes del departamento de recepción, justificando estructuras organizativas adecuadas a distintas tipologías de establecimientos.

- a) Describir los objetivos, funciones y tareas propias del departamento de recepción.
- b) Explicar diferentes formas de organización, considerando el tipo de cliente a quien puede ir dirigida la actividad del establecimiento.
- c) Ubicar sobre un gráfico los elementos materiales de un departamento de recepción, en función de diferentes tipos y características de alojamientos, justificando su distribución según criterios de ergonomía y fluidez del trabajo.
- d) Explicar las relaciones interdepartamentales motivadas habitualmente por los procesos que se generan en un establecimiento de alojamiento.
- e) Justificar los criterios que marcan las prioridades en la organización del trabajo en el departamento.
- f) Explicar las principales instalaciones complementarias y auxiliares, y energéticas propias de un alojamiento tipo.

2. Identificar los procesos de trabajo habituales en el departamento de recepción y justificar los procedimientos idóneos para la correcta prestación y control de los servicios que le son inherentes.

- a) Distinguir los procedimientos aplicables a las fases de entrada, estancia y salida de un cliente en un establecimiento de hospedaje, y argumentar las operaciones habituales que se desarrollan en cada una de ellas.
- b) Explicar los servicios que presta recepción durante la estancia de los clientes, valorando la importancia que tiene este departamento en cuanto a la optimización de recursos y a la posibilidad de fidelizar a los mismos.
- c) Interpretar la situación de ocupación de distintos establecimientos a partir del estado de sus reservas, analizando los datos estadísticos de ejercicios económicos anteriores.
- d) Valorar la importancia de actuar con rapidez y precisión en todos los procesos de creación y prestación de servicios, desde el punto de vista de la percepción de la calidad por parte de los clientes.
- e) Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de aprovisionamiento y distribución de materiales con un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

3. Analizar procedimientos de gestión de información propios de departamentos de recepción, manejando las aplicaciones informáticas específicas y justificando su versatilidad para diferentes tipologías de establecimientos dedicados al alojamiento.





a) Identificar y establecer las relaciones entre los equipos de oficina, de telecomunicaciones y audiovisuales, las principales aplicaciones informáticas, y la documentación y terminología propias de un departamento de recepción, en función de la categoría y tipo de establecimiento.

b) Describir los circuitos internos y externos de la información y documentación generadas como consecuencia de las operaciones realizadas en el departamento.

c) Describir los métodos de obtención, archivo y difusión de la información propia de un departamento de recepción, justificando el grado de confidencialidad adecuado.

d) En un supuesto práctico de gestión de la documentación que se utiliza en el departamento de recepción, y a partir de la proporcionada por un establecimiento de una tipología previamente determinada:

- Verificar la legalidad e idoneidad de los diferentes documentos.
- Identificar la documentación exigible a los clientes del establecimiento de acuerdo con la normativa aplicable.
- Seleccionar el documento apropiado para cada operación.
- Explicar los diversos conceptos/partes que componen el documento.
- Formalizar y diseñar documentación específica.
- Elaborar informes para la tramitación y gestión de reclamaciones.

e) Introducir y registrar datos en aplicaciones informáticas específicas, atendiendo a criterios de seguridad, confidencialidad e integridad.

f) En un supuesto práctico, real o simulado, de trabajo y mediante el uso de diversas aplicaciones informáticas, introducir y verificar los datos necesarios para obtener:

- Plannings de reservas.
- Previsiones de ocupación.
- Listados de control de estado de las habitaciones.
- Resúmenes de producción de los departamentos.
- Estado de las cuentas de clientes.
- Otros datos de interés relacionados con la gestión de la información.

4. Definir procesos de gestión de cobros y facturación propios del departamento de recepción, identificando los procedimientos y las operaciones que comúnmente se llevan a cabo.

a) Enunciar los diferentes medios de pago legales, justificando ventajas e inconvenientes de cada uno de ellos.

b) Identificar e interpretar la normativa aplicable a los contratos de hospedaje y reserva.

c) Reconocer las variables que influyen en distintas políticas de crédito, valorando los posibles riesgos que conlleva cada una de ellas.



d) En un supuesto práctico de gestión de cobros y facturación caracterizado por un desglose de los servicios prestados en un establecimiento de alojamiento en un período de tiempo concreto:

- Extraer información objetiva de los datos de estancia y servicios consumidos.
- Elaborar informes de gestión y justificar el origen de las desviaciones en los resultados esperados, argumentando las medidas correctoras propuestas.
- Asumir la necesidad de intervenir en los procesos de facturación y cobro, y de control económico de la producción, con un alto sentido de la responsabilidad y honradez personales.

5. Aplicar técnicas y habilidades de comunicación y atención al cliente propias en el ámbito de establecimientos de alojamiento, a fin de satisfacer sus expectativas y materializar futuras estancias. **(FEM)**

- a) Relacionar el uso de las técnicas y habilidades de comunicación con las diferentes situaciones de atención e información más habituales en establecimientos de alojamiento.
- b) Ejemplificar diversas situaciones de solución de conflictos ante la formulación de quejas y reclamaciones habituales en establecimientos de alojamiento.
- c) Describir los procesos de acogida, despedida y atención al cliente, identificando las etapas y los factores clave para conseguir su satisfacción.
- d) Explicar las normas de protocolo que se deben aplicar en establecimientos de alojamiento, en función del tipo de evento que se vaya a desarrollar.
- e) Identificar y describir atributos de distintos productos/servicios turísticos propios del entorno local y explicar el impacto que pueden tener sobre el desarrollo turístico de la zona en cuestión.
- f) Asumir la necesidad de atender a los potenciales clientes con cortesía y elegancia, procurando satisfacer sus hábitos, gustos y necesidades de información, resolviendo con amabilidad y discreción sus quejas, y potenciando la buena imagen de la entidad que presta el servicio.
- g) Valorar la necesaria participación personal en la aplicación de la mejora de la calidad como factor que facilita el logro de mejores resultados y una mayor satisfacción de los usuarios de servicios.

## Contenidos

### 1. El departamento de recepción.

- Objetivos, funciones y tareas propias del departamento.
- Planteamiento de estructura física, organizativa y funcional.
- Descripción de las relaciones de la recepción con otros departamentos del establecimiento de alojamiento.
- Realización de operaciones de registro y entrada de clientes con o sin reserva.



- Uso de las correspondientes aplicaciones informáticas de gestión de recepción.

- Servicios prestados por el departamento: operaciones y procesos.

## 2. Comunicación aplicada al servicio de alojamiento.

- Desarrollo de técnicas de acogida y habilidades sociales aplicadas a la recepción.

- Análisis del proceso de comunicación y sus barreras.

- Asociación de técnicas de comunicación con tipos de demanda más usuales.

- Resolución de problemas de comunicación.

- Análisis de características de la comunicación telefónica y telemática.

- El producto turístico del entorno: análisis y explicación de los recursos, servicios e infraestructuras que tienen que ver con el producto turístico: manejo de planos, mapas y manuales.

- Atención al cliente: interpretación de normas de actuación en función de tipologías de clientes y diferencias culturales.

- Aplicación de técnicas para el tratamiento de diferentes tipos de quejas y reclamaciones.

- Sistema integral de peticiones, quejas, sugerencias y reclamaciones.

## 3. Instalaciones complementarias y auxiliares en establecimientos de alojamiento

- Bar; comedor, cocina; office.

- Instalaciones auxiliares. Salones.

- Guarderías, salas de juego, spa, sala de tv, peluquerías, bingo, casino, entre otros.

## 4. Protocolo en hostelería: atención al cliente y celebración de eventos

- Atención al cliente en los alojamientos turísticos.

- Tipos de clientes.

- Normas de actuación en función de tipologías de clientes y diferencias culturales.

- Comunicación con el cliente.

- Objetos de bienvenida y atención al cliente.

- Situaciones conflictivas durante la estancia del cliente y aplicación de técnicas para el tratamiento de diferentes tipos de quejas, reclamaciones y solicitudes de información.

- Los objetos olvidados y su tratamiento.

- Concepto de protocolo: origen, clases, utilidad y usos sociales.

- Tipos de protocolo: social, institucional y empresarial.

- El protocolo institucional tradicional y la necesidad de un protocolo empresarial.



-Análisis y aplicación de las técnicas de protocolo más habituales y presentación personal: normas reguladoras, precedencias, tratamientos, técnicas de colocación de participantes en presidencias y en actos, anderas, otros.

-Aplicaciones habituales del protocolo en diferentes eventos que tienen lugar en los establecimientos de alojamiento o restauración.

## 6. Técnicas y procesos de facturación y cobro

-Diferenciación de los diversos medios de pago y sus formas de aplicación.

-Análisis de las operaciones de facturación y cobro (contado, crédito, financiado) de servicios a clientes por procedimientos manuales e informatizados. Cierre diario.