



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS
RECTORADO

SAN LUIS, 24 de mayo de 2022

VISTO:

El EXP-USL: 7859/2020, mediante el cual se solicita la protocolización del Curso de Posgrado: DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO E IDENTIDAD LOCAL; y

CONSIDERANDO:

Que por RR N° 1465/2020 se protocolizó el dictado del mencionado Curso en el ámbito de la Facultad de Turismo y Urbanismo del 9 al 30 de abril 2021, con un crédito horario de 40 horas presenciales y bajo la coordinación de la Dra. Daniela Teresita GIROLIMETTO y el Mgter. Carlos Ariel BARRETO.

Que la Comisión Asesora de Posgrado de la Facultad de Turismo y Urbanismo recomienda protocolizar nuevamente el dictado del curso de referencia.

Que mediante Actuación N° 1965/2022 el coordinador del curso, Mgter. Carlos Ariel BARRETO eleva la solicitud de protocolización de un nuevo dictado.

Que el Consejo de Posgrado de la Universidad Nacional de San Luis en su reunión del 12 de abril de 2022, analizó la propuesta y observa que el programa del curso, bibliografía, metodología de evaluación y docentes a cargo, constituyen una propuesta de formación de posgrado de calidad en su campo específico de estudio.

Que, por lo expuesto, el Consejo de Posgrado aprueba la propuesta como Curso de Posgrado, según lo establecido en Ordenanza CS N° 35/2016.

Que la RCS N° 400/2020 contiene las decisiones y propuestas de funcionamiento de las actividades de posgrado en el marco de la situación sanitaria vigente COVID – 19, y que esta actividad se enmarca en las acciones orientadas a continuar y sostener el dictado de las actividades previstas en cronogramas de estudiantes y propuestas.

Que, por lo expuesto, el Consejo de Posgrado aprueba la propuesta como Curso de Posgrado, según lo establecido en Ordenanza CS N° 35/2016.

Que corresponde su protocolización.

Por ello, y en uso de sus atribuciones:

EL RECTOR DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS
RECTORADO

RESUELVE:

ARTÍCULO 1º.- Protocolizar el dictado del Curso de Posgrado: DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO E IDENTIDAD LOCAL, del 6 al 27 de mayo de 2022 en el ámbito de la Facultad de Turismo y Urbanismo con un crédito horario de CUARENTA (40) horas presenciales.

ARTÍCULO 2º.- Protocolizar el cuerpo docente constituido por: Responsable Esp. Maria Julia BACIGALUPO, DU N° 16844058, de la Universidad Nacional de Quilmes.

ARTÍCULO 3º.- Aprobar el programa del Curso de referencia, de acuerdo al ANEXO de la presente disposición.

ARTÍCULO 4º.- Comuníquese, Publíquese en el Digesto Administrativo de la Universidad Nacional de San Luis, insértese en el Libro de Resoluciones, y archívese.

MSS

Documento firmado digitalmente según Ordenanza Rectoral N° 15/2021 por: Rector MORIÑIGO, Víctor Aníbal – Secretaria de Posgrado REYES, Nora Susana



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS
RECTORADO



ANEXO

IDENTIFICACIÓN DEL CURSO

UNIDAD ACADÉMICA RESPONSABLE: Facultad de Turismo y Urbanismo

DENOMINACIÓN DEL CURSO: DESARROLLO DEL TURISMO GASTRONÓMICO
E IDENTIDAD LOCAL

CATEGORIZACIÓN: Capacitación

FECHA DE DICTADO DEL CURSO: del 6 al 27 de mayo de 2022

MODALIDAD DE DICTADO: Presencial

CRÉDITO HORARIO TOTAL: 40 horas (30 hs. teóricas y 10 hs. de prácticas de aula)

COORDINADORES: Dra. Daniela Teresita GIROLIMETTO, DU N° 17068328 y Mgtr.
Carlos Ariel BARRETO, DU N° 18606776

EQUIPO DOCENTE

RESPONSABLE: Esp. Maria Julia BACIGALUPO

PROGRAMA ANALÍTICO

FUNDAMENTACIÓN:

La gastronomía en la Argentina es un sector que se ha desarrollado ampliamente, en los últimos años. Nuestra cocina tradicional y contemporánea se ha adaptado para dar respuesta a las necesidades y deseos de las personas que visitan nuestro país respecto de las comidas elaboradas. El auge del turismo ha posibilitado el desarrollo de nuevos emprendimientos que sientan modelos de producción y gestión más innovadores proponiendo al mercado nuevas opciones y elevando los estándares de la elaboración de comidas y necesidades de servicio más ajustados a estos mercados. Aun siendo esta una oportunidad, se observa que las ofertas gastronómicas actuales, se orientan a ofrecer alimentos sin un concepto y principalmente con escaso aprovechamiento de la oferta local lo que provoca una caída del valor y de la cultura frente a este nuevo segmento de la demanda, muchas veces aumentando los costos de operación. Es importante transformar los viejos emprendimientos a propuestas más adaptadas a los clientes, así como la apertura de nuevos negocios bien planificados que puedan consolidarse en el tiempo.



Los emprendimientos gastronómicos, -entre ellos, el restaurante-, son empresas que, como muchas, requiere de mucho conocimiento para el logro de los objetivos que se proponen. Tiene ciertas características muy identitarias que hace de este negocio, por momentos, complejo de gestionar. Aquellas personas que abrieron un local de comidas. Saben que el éxito depende de mil y un detalles y que cada equivocación afecta la marcha del negocio. Comprenden que la acumulación de esos errores puede provocar el fin del emprendimiento. Cada año se cierra la misma cantidad de restaurantes que se inaugura, Esto se debe, en gran parte, a una mala planificación del negocio.

A su vez, es un sector que se caracteriza por ser fuertemente empleador de capital humano. Los emprendimientos gastronómicos necesitan personas capacitadas en múltiples temas, entre las que está la planificación y administración de los negocios gastronómicos.

En este marco de situación actual, el objetivo del curso es que los participantes conozcan sobre la cultura productiva y culinaria del territorio a la vez de sentar las bases mínimas para el desarrollo de un emprendimiento orientado al turismo. Logrando estas premisas se nutre el entramado socio productivo, -desde el pequeño emprendedor agropecuario como proveedor del sistema gastronómico, hasta los establecimientos de elaboración de comidas comprendiendo y resignificando el concepto de gastronomía sostenible, garantizando su perdurabilidad en el tiempo, concepción que indefectiblemente integra a las personas -trabajadores locales- y despierta una oferta consistente al turismo local que deleite y alimente con sus productos y asimismo provean servicios que garanticen experiencias atractivas.

OBJETIVOS

- Proporcionar una visión general sobre las características biorregionales del país, sus producciones, alimentos y bebidas.
- Identificar alimentos y bebidas argentinas por región y sus características culturales y las posibles formas de conceptualizar sus recorridos para el armado de rutas.
- Articular las estrategias de oferta de menús orientados a la inclusión de alimentos producidos por microemprendedores, poniendo énfasis en el desarrollo de la cadena alimentaria local.
- Planificar un emprendimiento gastronómico en función de un concepto regional determinando la estrategia general y operativa a seguir.
- Reconocer las características de los clientes y sus preferencias, así como conocer los distintos formatos que puede tomar un negocio gastronómico y adecuarse a sus preferencias
- Diseñar el espacio gastronómico adecuado en localización y tamaño para dar respuesta al lo planificado, identificar y presupuestar las necesidades para su puesta en marcha.
- Conocer la base de la calidad para desarrollar emprendimientos gastronómicos que sean seguros e inocuos en la venta de los alimentos y las bebidas.



- Entender menús, comidas elaboradas y bebidas para interpretar los procesos y armar las fichas técnicas para el cálculo de los costos de producción,
- Organizar las áreas, determinando las tareas que se deben cumplir en cada área de trabajo, para determinar necesidades y costos de personal.
- Elaborar indicadores e interpretar los resultados para analizar la gestión

CONTENIDOS MÍNIMOS:

Alimentos y Gastronomía de Argentina: El turismo como sector económico, Panorama turístico mundial. Gastronomía regional: Bio-regiones, características. Pequeños productores y artesanías alimentarias. Características del entorno y producciones locales. Vinculación del turismo y gastronomía: Identidad local y las comidas de las regiones. Recorridos temáticos: Rutas alimentarias. Sustentabilidad del producto gastronómico. Patrimonio gastronómico. Concepto y puesta en valor. El turismo y la gastronomía. El restaurante y la planificación, La gastronomía como factor social y cultural de desarrollo. El menú y las estrategias. Características del menú y dimensión del negocio. Gastronomía: la estructura y la calidad. Gastronomía y la gestión, El presupuesto económico. El plan de negocios. Indicadores de gestión

PROGRAMA DETALLADO:

Unidad I: Alimentos y Gastronomía de Argentina El turismo como sector económico. Panorama turístico mundial. Gastronomía regional: Biorregiones, características Alimentos y enología argentinos: Pequeños productores y artesanías alimentarias Vinculación del turismo y gastronomía: Identidad y las comidas de las regiones Recorridos temáticos: Rutas alimentarias Sustentabilidad del producto gastronómico Patrimonio gastronómico, Concepto y puesta en valor. El turismo y la gastronomía: El caso de la provincia de Salta

Unidad 2: El restaurante y la planificación El negocio en la gastronomía. La gastronomía como factor social y cultural de desarrollo Emprendimientos gastronómicos, Tipos de gastronomía. El menú y las estrategias. El planeamiento. Análisis del entorno. Análisis del ambiente extremo: ubicación, situación social, el cliente y la competencia. Identificar clientes y sus preferencias. Tendencias en el consumo de alimentos.

Unidad 3: El restaurante: la estructura y la calidad Estructura del restaurante. El local: tamaño y superficie. Planta modelo del restaurante (layout). Instalaciones generales. El código alimentario argentino. Principios básicos de seguridad e higiene. Seguridad laboral. POES, MIP, BPHP y BPM. Certificaciones, reglamentaciones.

Unidad 4: El restaurante y la inversión. El presupuesto económico. El plan de negocios. Ventas y proyecciones de venta. La plaza de venta. Dinámica del salón. Costos del restaurante. Organización de la producción: La receta estándar. El costo de la materia prima. Las compras: especificaciones, almacenamiento, rendimiento y desperdicios. El personal: Atributos de un gerente o encargado del local. Liderazgo y motivación. Organización del personal. La descripción de trabajo para personal de producción, de servicio y de



administración. El equipo de trabajo. Buenas Prácticas de Higiene Personal y laboral. Armado de cuadro de resultados. Rentabilidad bruta y neta. Indicadores de gestión

RESUMEN DE PRÁCTICOS:

Talleres, debate, trabajo de análisis de textos, lecturas, dramatizaciones, trabajos de investigación.

Se pondrá énfasis en el desarrollo de un trabajo de práctica, donde el alumno deberá modelar un emprendimiento gastronómico como servicio para el turismo gastronómico de su localidad.

Lugar de desarrollo: áulico, con recursos bibliográficos, casos de estudio y NTIC. Las actividades prácticas estarán supervisadas por el docente a cargo del curso, ya sea en el ámbito áulico o mediante el uso de las NTIC'S.

La aprobación está signada con una calificación mínima de 6 -seis- puntos, máxima 10 -diez- puntos.

SISTEMA DE EVALUACIÓN:

Evaluación parcial individual por módulos a través de actividades prácticas y comprensión de conceptos y técnicas, Evaluación final: Presentación de un trabajo integrador bajo el formato de Estudio de Caso.

La evaluación final individual estará supervisada por el docente a cargo del curso, ya sea en el ámbito áulico o mediante el uso de las NTIC'S. Todos los proyectos deberán estar presentados en formato digital y con las siguientes formalidades: letra Arial 12, interlineado 1.50 y párrafos justificados.

Además, se deberá cumplir con un 80% de asistencia a clases, la entrega de las actividades prácticas y el trabajo integrador.

La calificación asignada será: mínima de 6 -seis- puntos, máxima 10 -diez- puntos.

BIBLIOGRAFÍA

BACIGALUPO, M. J; DAMON PICHAT, P.F. (2014); Planificación Gastronómica, Universidad Virtual de Quilmes, Bernal (Capítulo 1, "La gastronomía en la argentina", pp 17- 42.)

BACIGALUPO, MARIA JULIA (2016): "Relevamiento de los principales antecedentes de la Gastronomía de Salta en las diferentes épocas y regiones, desde el Incario a la actualidad", Programa de desarrollo turístico sustentable de la provincia de Salta, BIDI Ministerio de Cultura , Turismo y Deporte de Salta.

BACIGALUPO, MARIA JULIA; DAMON PICHAT, PABLO F. (2014): Planificación Gastronómica, Capítulo 3, "Estructura del restaurante", pp 99- 140 Universidad Virtual de Quilmes.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS
RECTORADO



BARRERA, E; BRINGAS ALVARADO, O (2008); La ruta de los alimentos: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos

GINOCCHIO BALCAZAR, L (2012) Pequeña agricultura y gastronomía. Edit. APEGALima

KOPPMANN, M; DEGROSSI, M.C; FURMAN, R (2015): Caza bacterias en la cocina, ED. Siglo XXI REMBADO, MABEL, (2013); Carpeta de Trabajo, Higiene, Control y Manipulación de Alimentos, Universidad Virtual de Quilmes, Bernal.

SCHLUTER, REGINA (2003): Turismo y patrimonio gastronómico, Edit. CIET

BACIGALUPO, MARIA JULIA; DAMON PICHAT, PABLO F. (2014): Planificación Gastronómica, Capítulo 2, "El restaurante, el menú y su planificación", pp 65- 96 Universidad Virtual de Quilmes.

COOPER, S.; FLOODY, B; MC NEILL, G. (2002), Como iniciar y administrar un restaurante, Ed. Norma, Bogotá.

DAVIS, S.; LOCKWOOD, A (1994), Food and Beverage Management, Butterworth Heinemann, Oxford. FEIJOO, J.L. (2009): Alimentos y Bebidas, su gerenciamiento en hoteles y restaurantes, Lectorum Ungerman, Buenos Aires.

MILLER, J. Y PAVESIC, D. (1996): Menu, pricing and strategy, John Wiley & Sons, Nueva York. RENTERIA G. (2012): Manual de Gestión Operativa en Alimentos y Bebidas. Ediciones Elemento

SCHLUTER, R. (DIR.) (2008): "La gastronomía como atractivo turístico y factor de desarrollo. El caso de Tomas Jofre. Parte I: Motivaciones y perfil de los visitantes. En Serie de Estudios sobre Turismo, N°1. Abril. Escuela de Economía y Negocios. Centro de Investigaciones y Estudios Turísticos. Universidad Nacional de San Martín.

SCHLUTER, R.; THIEL ELLUL (2008): "Gastronomía y turismo en Argentina. Polo gastronómico Tomas Jofre. " En PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol.6 , N°2, pp.249-268

COOPER, S; FLOODY, B; MC NEILL, G (2002): Cómo iniciar y administrar un restaurante, Ed. Norma, Bogotá

CARACTERÍSTICAS DEL CURSO

DESTINATARIOS Y REQUISITOS DE INSCRIPCIÓN: Egresados con título universitario de grado de 4 años o más: Podrán cursar profesionales egresados o estudiantes de posgrado de carreras relacionadas con el turismo, desarrollo local, planificación territorial, accesibilidad, hotelería, medio ambiente, entre otras.

CUPO: Mínimo: 10 personas - Máximo: 30 alumnos.



UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS
RECTORADO



PROCESO DE ADMISIÓN: Se considerarán los perfiles de los graduados dando prioridad a graduados de carrera relacionadas con el turismo, la hotelería y gastronomía, docentes de la FTU, docentes de la UNSL y graduados de carreras afines.

LUGAR DE DICTADO: Facultad de Turismo y Urbanismo UNSL, Campus de Barranca Colorada, Av. Libertador San Martín sino, Merlo, San Luis

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES:

Fecha	Tipo de actividad	Docente responsable
Viernes 06/05	Clase Teórica Unidad 1 y 2 Clase Práctica Unidad 1 y 2	Esp. Maria Julia BACIGALUPO
Viernes 13/05	Clase Teórico / Práctica Unidad 3	Esp. Maria Julia BACIGALUPO
Viernes 20/05	Clase Teórica Unidad 4 Clase Práctica Unidad 4	Esp. Maria Julia BACIGALUPO
Viernes 27/05	Clase de integración y fijación de contenidos. Clase evaluativa	Esp. Maria Julia BACIGALUPO

FECHA PREVISTA PARA ELEVAR LA NÓMINA DE ALUMNOS APROBADOS:
Septiembre de 2022.

FINANCIAMIENTO DEL CURSO

COSTOS: Honorarios

FUENTES DE FINANCIAMIENTO: el curso se autofinancia por medio de aranceles.
ARANCEL GENERAL: PESOS CUATRO MIL (\$4000)

BECA AL DOCENTE DE LA UNSL: Se realizará un descuento de 30% por lo que el arancel final será de PESOS DOS MIL OCHOCIENTOS (\$2800)

BECA AL ESTUDIANTE DE LA UNSL: Se realizará un descuento de 30% por lo que el arancel final será de PESOS DOS MIL OCHOCIENTOS (\$2800)

OTRAS BECAS:

BECA AL DOCENTE DE LA FTU: Se realizará un descuento de 50% por lo que el arancel final será de PESOS DOS MIL (\$2000)

Hoja de firmas