

**.UBA** económicas  
*Diplomaturas*

# DIPLOMATURA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS



MOD	CARÁCTER	DENOMINACIÓN DEL MÓDULO	CLASES VIRTUALES	ENCUENTRO PRESENCIAL	REQUIERE PARA APROBACIÓN
1	OBLIGATORIO	MASTERCLASS: "INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS"	1 CLASE	No requiere	ASISTENCIA VIRTUAL
2	OBLIGATORIO	PLAN DE NEGOCIOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
3	OBLIGATORIO	DISEÑO, LEGISLACIÓN Y HABILITACIÓN DE LOCALES GASTRONÓMICOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
4	OBLIGATORIO	COSTOS Y ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS	4 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
5	OBLIGATORIO	ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +PRACTICA PRESENCIAL+ ENTREGABLE
6	OBLIGATORIO (1 ELECTIVA)	MARKETING DIGITAL EN GASTRONOMÍA	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
		RECLUTAMIENTO GASTRONÓMICO Y ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN			
7	OBLIGATORIO (1 ELECTIVA)	EVENTOS, CEREMONIAL Y PROTOCOLO	2 CLASES	1	ASISTENCIA VIRTUAL +ENCUENTRO PRESENCIAL+ ENTREGABLE
		FRANQUICIAS GASTRONÓMICAS			
8	OBLIGATORIO	MASTERCLASS "ACTUALIDAD Y DESAFÍOS EN GASTRONOMÍA"	1 CLASE	No requiere	ASISTENCIA VIRTUAL
			DURACION 4 MESES		

# Módulos y Contenidos

## MÓDULO 1: MASTERCLASS “INTRODUCCIÓN A LOS MODELOS DE NEGOCIOS GASTRONÓMICOS”

- Tipos y modelos de negocios gastronómicos. Formatos tradicionales e innovadores.
- Desarrollos posibles dentro de la gastronomía comercial. Modelos de negocios competitivos.
- Principios básicos de calidad en gastronomía. Diferenciadores claves.

## MÓDULO 2: PLAN DE NEGOCIOS

- El plan de negocios. Elementos a tener en cuenta en el Business Plan.
- Construcción de plan de negocios en gastronomía: desarrollo de idea y plan competitivo.
- Plan de negocios y desarrollo emprendedor.
- Métodos para la formulación de un plan de negocios. Procesos y proyecciones claves.
- Práctica 1 a 4: Análisis de caso. Herramientas para documentar plan de negocios. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

## MÓDULO 3: DISEÑO, LEGISLACIÓN Y HABILITACIÓN DE LOCALES GASTRONÓMICOS

- Condiciones y requisitos de habilitación de locales gastronómicos. Normativas generales y específicas en el diseño y habilitación de un restaurante.
- Tipos de equipamientos de almacenamiento y mantenimiento gastronómico.
- La importancia del flujograma de procesos, personas y funcionalidad de sectores.
- Documentación obligatoria del personal.
- Inspecciones: Buenas prácticas de mantenimiento preventivo y registro de la documentación solicitada.
- Práctica 1 a 4: Análisis de caso de apertura de local gastronómico. Creación de check list de inspección. Estrategias de seguimiento y controles.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

## MÓDULO 4: COSTOS Y ESTRATEGIAS DE FIJACIÓN DE PRECIOS

- Costos. Elementos del costo. Métodos.
- La relación costo-volumen-utilidades.
- Cálculo de Costos de Alimentos & Bebidas. Ingredientes complejos para costos. Desperdicios. Costo de porciones. Costo en la gestión de compras y abastecimiento. Costo de ventas.
- Carta y Menú. Consideraciones básicas para el armado de menú.
- Estrategia de Fijación de precios. Optimización de precios.
- Neurociencia al servicio de la fijación de precios. Valoración de la marca, producto y clientes.
- Prácticas 1 a 4: Análisis de caso. Cálculo de precio de menú. Aplicación de herramientas de costos y fijación de precios. Práctica en software de gestión.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

## MÓDULO 5: ADMINISTRACIÓN GASTRONÓMICA

- Controles básicos del negocio gastronómico.
- Mejores prácticas de contabilidad en restaurantes.
- El sistema de información y control: Menú, recetario, escandallo, compras, ventas, stocks, costo-ventas.
- Indicadores de compras. Funciones.
- Índice de ventas. Monitoreo. Su combinación con el indicador de compras. Importancia de evaluar la eficiencia de los gastos.
- Retorno de Inversión (ROI). Utilidad.
- La administración de personal gastronómico. Legislación general y específica.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Lectura e interpretación de indicadores. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

## MÓDULO 8: MASTERCLASS DE CIERRE “ACTUALIDAD Y DESAFÍOS EN GASTRONOMÍA”

Cierre de la Diplomatura a cargo de un experto del sector donde se podrá abordar algunas de las siguientes temáticas de actualidad gastronómica, tales como:

- Cambios en los servicios de restauración.
- Producción ética y sostenible.
- Turismo gastronómico.
- Emprendedores gastronómicos, pequeños negocios y start-ups.

## MÓDULO 6 Y 7 ELECTIVOS

### MARKETING DIGITAL EN GASTRONOMÍA

- El Marketing Digital en Gastronomía o Gastromarketing. Objetivos.
- Herramientas de marketing y publicidad digital. Redes y plataformas sociales. Ecosistemas y parámetros de mediciones.
- La digitalización del negocio.
- Plan de Marketing digital. Definición de público objetivo / target primario y secundario. Propuesta de valor de la marca. Branding. Creación del menú y concepto.
- El Customer Journey y la experiencia del cliente.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Propuesta de acciones de marketing.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

### RECLUTAMIENTO GASTRONÓMICO y ESTRATEGIAS DE RETENCIÓN

- Proceso de contratación de personal. Pasos elementales.
- Cómo realizar un proceso de reclutamiento en gastronomía. Construcción del perfil del puesto.
- La entrevista, preselección y selección.
- La Gestión de base de datos de candidaturas.
- Capacitación: Onboarding para los nuevos miembros.
- Estrategias para evitar la rotación del personal. Fidelización del talento.
- Práctica 1 y 2: Análisis de caso. Ejercitaciones prácticas. Elaboración de una requisición de personal y de Plan de Retención.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

### EVENTOS, CEREMONIAL Y PROTOCOLO

- Eventos. Tipos de eventos, clasificación y características.
- Planificación y logística de eventos.
- Concepto de protocolo, ceremonial y etiqueta en los eventos.
- Ceremonial. Aspectos Normativos. Características del ceremonial actual.
- El protocolo como herramienta de comunicación. Principios y ámbitos de aplicación del protocolo.
- Tipos de etiqueta. Reglas básicas.
- Prácticas 1 y 2: Análisis de caso. Protocolo y Ceremonial en el servicio gastronómico. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

### FRANQUICIAS GASTRONÓMICAS

- Franquicia. Concepto. Elementos. Características. Legislación.
- Modelos de Franquicias. Ventajas y desventajas.
- Emprender una franquicia. Aspectos a tener en cuenta.
- Manuales de implementación de marca.
- La gestión de ingredientes de inventario en franquicias gastronómicas.
- Prácticas 1 y 2: Análisis de caso de funcionamiento de franquicia gastronómica. Ejercitaciones prácticas.

El módulo requiere adicionalmente 1 encuentro presencial obligatorio en AHRCC

# **INFORMES E INSCRIPCIONES**

## **CRONOGRAMA PRIMER CUATRIMESTRE 2025 - INICIO 10/3**

### **REQUISITOS DE INGRESO**

**Idóneos, Profesionales y/o Técnicos de cualquier especialidad y personas con necesidad de perfeccionarse con los contenidos de la presente propuesta.**

### **DICTADO**

**Las clases sincrónicas virtuales se dictarán días miércoles, utilizando la herramienta de videoconferencias Teams de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires.**

**Asimismo el estudiante deberá cumplir con 1 encuentro presencial por módulo, en la sede de AHRCC.**

**Podrá haber encuentros virtuales o presenciales en otros días de la semana, en función de los feriados previstos por calendario nacional.**

### **OBJETIVOS**

- Analizar los distintos tipos de negocios gastronómicos y los modelos competitivos actuales.**
- Desarrollar criterios de planeamiento y diseño gastronómico, teniendo en cuenta la diversidad de elementos normativos que intervienen en el proceso de apertura como mantenimiento de un establecimiento.**
- Adquirir criterios para la administración gastronómica y la ejecución de controles básicos para lograr operaciones rentables.**
- Generar propuestas innovadoras en la creación y promoción de nuevos emprendimientos gastronómicos teniendo en cuenta las problemáticas, las tendencias y los desafíos del mercado actual.**

### **CERTIFICADO UBA**

#### **Diplomatura en Administración de Negocios Gastronómicos**

\* Certificado expedido por la Secretaría de Extensión universitaria, bienestar estudiantil y desarrollo sustentable de la Facultad de Cs Económicas, de la Universidad de Buenos Aires, y con el aval de la Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Cafés de la Ciudad de Bs As.

\* Se entiende por Diplomaturas los cursos extracurriculares que brindan una posibilidad de capacitación y aprendizaje, no solo a los integrantes de una comunidad educativa sino también a la sociedad en su conjunto. Las diplomaturas en ningún caso constituyen carreras de pregrado, grado o posgrado, ni otorgan títulos o diplomas, sí en cambio certificados de asistencia y aprobación.