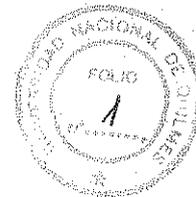


# UNIVERSIDAD NACIONAL DE QUILMES



## Departamento de Ciencias Sociales

CARRERA: LICENCIATURA EN ADMINISTRACION HOTELERA

ASIGNATURA: GESTION DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

AREA: Hotelería

NÚCLEO AL QUE PERTENECE: Ciclo Superior de la licenciatura en Administración Hotelera.  
Núcleo de Cursos Básico Obligatorios.

CICLO LECTIVO: 2005

CARGA HORARIA SEMANAL: 4 HORAS

CREDITOS. 8

TIPO DE ASIGNATURA: TEORICO – PRACTICA

PROFESORES: MARÍA J. BACIGALUPO  
HÉCTOR ALBERTO LEON

---

### OBJETIVOS:

Lograr que el alumno conozca el entorno de la empresa gastronómico, dentro y fuera del ámbito hotelero. Con estos conceptos aprenda a desarrollar técnicas para la administración de empresas gastronómicas en todas sus formatos, y así entender el negocio y la empresa. Que también desarrolle una visión gerencial. Al terminar el ciclo lectivo de esta asignatura, el alumno estará capacitado para planificar las distintas áreas del negocio, sea este una unidad dentro de la empresa hotelera, así como el negocio independiente.



## PROGRAMA DE ESTUDIO - ALUMNOS REGULARES

### Modulo N°1: El Mercado Gastronómico

- Evolución de la gastronomía en la Argentina
- Introducción al escenario macroeconómico gastronómico.
- Análisis del mercado de los consumidores. Regiones y zonas de consumidores.. Tipo de consumidores. Consumidores Latinos, EU y USA. Bases de segmentación para la determinación de clientes.

*TP - Ejercitación: Diseñar un encuesta para determinar el tipo de clientes objetivo, respecto al tipo de negocio elegido.*

Lectura obligatoria:

Bacigalupo, Maria Julia – El mercado gastronómico – (en centro de fotocopiado)

### Modulo N°2: El concepto del negocio gastronómico: Consideraciones estratégicas

- El menú estratégico, como eje del negocio: El rol del menú
- El menú como herramienta de gestión: ingeniería de menú, planeamiento, operaciones, administración y comunicación.
- El menú y el tipo de negocio. Características del negocio.
- Competencia directa e indirecta.
- Grupos gastronómicos, asociativismo y estrategia de marcas. Franquicias.
- Tipologías de emprendimiento. Negocio de commodity vs. Negocio de especialidades. Estrategias: generales y funcionales. La calidad como estrategia de valor agregado.
- Planificación de la Unidad de Negocios. Otros planes: marketing, ventas, producción.

*TP- Elaborar un menú acorde al tipo de cliente objetivo – Proponer platos de comidas y explicar el porque de los platos elegidos – Exposición oral grupal.*

Lectura obligatoria: “ Como iniciar y Administrar un Restaurante”, Cáp. 1,2,3 y 4 –

Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y la gestión gastronómica” Ed. Chefinc 1998

Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y la planificación” Ed. Chefinc 1998



### Modulo N°3: Planeamiento y diseño de las estructuras gastronómicas

- Ubicación, locación. Accesibilidad.
- Estructura formal de la empresa. Sistema Restaurante vs. Catering. Estilos de servicio.
- Objetivos de la investigación y el desarrollo de nuevos platos; estrategia de producción.
- Las recetas: POE, importancia, funciones y formatos. Determinación de las necesidades para la producción.
- Diseño de la estructura física del emprendimiento. Diseño de planta. Participación relativa para una mayor eficiencia: Servicio, Producción y Compras
- Instalaciones apropiadas. Equipamientos y Herramientas necesarias.
- Plaza de venta: ubicación de las plazas y rotación. Herramientas necesarias. Producción: equipamientos necesarios. Inversión necesaria.

*TP – En función del menú desarrollado, determinar necesidades de equipamiento y herramientas, para una posterior valuación de inversión inicial. Dibujar un planta de un restaurante. Ubicar el equipamiento necesario dentro de la planta.*

Lectura obligatoria: “ Como iniciar y Administrar un Restaurante”, Cáp.5,6,7 y 8  
Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y la planificación” Ed. Chefinc 1998

### Modulo N°4: Gerenciando las operaciones

- Planificación de la operaciones: cocina, compras y salón
- El menú escrito: tipos de menú, psicología del menú, letras, colores, formas.
- Diseño de los precios de venta: Ventas y su planificación.
- Las recetas estandarizada: Costo de alimentos: cálculos e interpretación . Los costos de alimentos como estrategia de gestión. Formularios para la estandarización. La receta escrita y el patrimonio del negocio. Desperdicios, merma y vida útil.
- Flujo de los alimentos: Compras, recepción y almacenamiento: Planificación. Documentación: inventario, control de desperdicios, orden de compra, equipamientos necesarios.
- Política de proveedores. Forma de selección. Plazos de pagos. Pedidos y entregas.
- Los recursos humanos: Determinación del personal necesario, cantidad y calidad. Costo de Mano de Obra fija y variable. Reclutamiento y selección de personal. Perfiles. Cultura organizacional. Trabajo en equipo. Capacitación. Servicio. Liderazgo, Motivación e Incentivos, distintos tipos.
- Costos operacionales: locacion, canon, mantenimiento, reposición de herramientas.
- Promoción, publicidad y merchandising aplicados al negocio gastronómico.

*TP – De los platos de menú desarrollados, armar un menú ejecutivo, con los costos de alimentos desarrollado – Determinar la cantidad de personal cocina necesario y sus costos. Entrega individual con nota de concepto.*

Lectura obligatoria: “ Como iniciar y Administrar un Restaurante”, Cáp. 9, 10, 11 y 12  
Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y la planificación” Ed. Chefinc 1998  
Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y los precios de venta” Ed. Chefinc 1998



## Modulo N°5: Control de Operaciones

- Monitoreando la satisfacción del cliente. Diseño de cupón para la toma de datos.
- Determinación de índices para las operaciones: Interpretación.
- Recetas: Porcentaje de costo de los alimentos, referentes y control de desperdicios.
- Determinación de las recetas y los tiempos de elaboración, respecto al valor agregado y la percepción de valor.
- Análisis de los mix de ventas, cantidades vendidas y márgenes de contribución. Proyecciones de ventas.
- Presupuesto económico y financiero.
- Sistemas informáticos para la toma de datos.

*TP – Determinar los índices de gestión para interpretar la situación de la empresa, y elaborar un diagnóstico para entregarle al propietario.*

Lectura obligatoria: “ Como iniciar y Administrar un Restaurante”, Cáp. 3,4, 9,10,11y12–

Bacigalupo, María Julia – Ingeniería de Menú – Texto sin editar – Año 2004

### METODOLOGÍA DE ENSEÑANZA:

Exposiciones teóricas del programa por parte del profesor, complementadas con transparencias, videos, y asesoramiento sobre los trabajos prácticos a desarrollarse durante la cursada por el alumno, en carácter investigativo de la asignatura. Búsqueda de información en bibliografía en la biblioteca. Investigaciones de mercado.

### EVALUACION

1. 75% de asistencia a clase
2. Aprobación de dos instancias de evaluación oral con nota no inferior a 4 (cuatro) puntos.
3. Aprobación de otros trabajos prácticos determinados por la cátedra que constituyen una nota conceptual, que sera utilizada por el profesor para el ajuste de la nota final.

El alumno deberá realizar un trabajo general donde consten los trabajos prácticos realizados durante la cursada, en formato de proyecto para la apertura de un negocio gastronomico. Este proyecto será evaluado en dos instancias: una preentrega con defensa oral individual en la mitad de la cursada y otra como entrega final individual, evaluada con el mismo formato. El promedio de estas dos evaluaciones y su exposición oral conformarán la nota final.

### BIBLIOGRAFÍA OBLIGATORIA:

Brian Cooper, Brian Floody, Gina Mc. Neill “Como iniciar y administrar un restaurante”, , ED. NORMA 2002

Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y la planificación” Ed. Chefine 1998

Azulay G; Bacigalupo, MJ; Picton, M.T “ El mercado, el menú y los precios de venta” Ed. Chefine 1998



**BIBLIOGRAFÍA DE CONSULTA:**

Administración de alimentos y bebidas, Jack Ninemeier, Instituto educacional de la Asociación AmericanA de Hoteles y Moteles, 1990

Administración de Restaurante, Felipe Gallego, Ed. Paraminfo.

El Hotelero, Mauricio Bermúdez, Ed. Universidad de la Sabana.

El Restaurante como Empresa, Carlos Duron García, Ed. Trillas.

Food & Beverage Management, Ed. Davis & Lockwood, 1994

  
Prof. MARIA ELISA COUSTE  
Directora  
Centro de Administración Hotelera  
Universidad Nacional de Colombia