

Diplomado Turismo Gastronómico: Dirección de Empresas, Rutas y Destinos Inteligentes

Responsable: **Mtra. Ma. Carmen Morfín**

mariac.morfin@udlap.mx o al (222) 229-20-00 Ext. 2059, Departamento de Turismo.

Coordinación General: **Mtra. Claudia Guillén Hernández**

udlap.consultores@udlap.mx o al 229-20-00 Ext. 5009/2716, Educación Continua y Capacitación.

Elaborado y Coordinado por: **Dr. Antonio Montecinos Torres**

dir.cegaho@cegaho.com.mx o al WhatsApp: +52 1 55 37076725.

Índice

| | |
|---|---|
| 1. Justificación: | 2 |
| 2. Dirigido a: | 2 |
| 3. Objetivo general: | 2 |
| 4. Objetivos específicos: | 2 |
| 5. Metodología | 3 |
| 6. Contenidos: | 3 |
| 6.1. Módulo 1: Restaurantes y Empresas Gastroturísticas 4.0: Dirección, | 3 |
| Competitividad e Inteligencia | 3 |
| 6.2. Módulo 2: Experiencias Gastroturísticas: Animación y Procesos Productivos..... | 4 |
| 6.3. Módulo 3: Servicio al Cliente en Restaurantes: Tendencias y Ventas..... | 5 |
| con Nuevas Tecnologías..... | 5 |
| 6.4. Módulo 4: Turismo y Gastronomía: Inteligencia Comercial de Mercados,..... | 5 |
| 6.5. Módulo 5: Restaurantes 4.0; Marketing y Ventas Digitales | 6 |
| 6.6. Módulo 6: Rutas y Productos Gastronómicos y Turísticos Sostenibles: Integración | 6 |
| de la Empresa..... | 6 |
| 6.7. Módulo 7: Empresa y Destinos Gastroturísticos Inteligentes: Planificación y Estrategias. | |
| de Regeneración. | 7 |
| 7. Coordinador y Profesores del Diplomado. | 7 |
| 8. Costos de inversión | 9 |

1. Justificación:

La gastronomía es el segundo motivo de desplazamiento turístico en América Latina y el tercero a nivel mundial, según la Red de Gastronomía de la Organización Mundial de Turismo (OMT 2016). En países como Tailandia, el turismo gastronómico representa el 30% de visitantes internacionales. En el caso de México, la Secretaría de Turismo Federal (SECTUR) estima que en promedio el 30% del gasto turístico se realiza en gastronomía. Estados del país que ofrecen una gran variedad de alimentos, bebidas, atractivos con patrimonio cultural gastronómico, pueden incrementar visitantes, estadía e ingresos al mejorar la competitividad de la empresa gastronómica y turística o gastroturística, diversificando productos, servicios e integrándose a tours, circuitos y rutas gastroturísticas que lo posicionen como destino gastronómico y turístico sostenible e inteligente.

Los dispositivos móviles como los teléfonos celulares, *PDA*s, *tablets*... han desarrollado clientes inteligentes con movilidad e hiperconectados que utilizan la multimedia para investigar, co-crear de manera personalizada su itinerario, producir, controlar y consumir sus propias experiencias (*Prosumer*) antes, durante y después del viaje a través de las tecnologías de información y comunicaciones (TIC). Por ello es vital para los prestadores de servicios gastroturísticos su profesionalización, así como la evolución y transformación digital de las empresas que dirigen para que desarrollen y ofrezcan factores diferenciadores tales como un servicio al cliente de clase mundial, estrategias de sostenibilidad, digitalización con tecnologías innovadoras, inteligencia exponencial con un pensamiento estratégico disruptivo basado en experiencias y el conocimiento científico que incremente la **competitividad turística empresarial** en la 4ª revolución industrial o era de la transformación digital, minimice intermediarismo e incremente ventas directas al cliente.

2. Dirigido a:

Restaurantes, establecimientos de alimentos y bebidas en hoteles, cafeterías, bares, centros de convenciones, museos y complejos turísticos; Consultores, investigadores, profesores, estudiantes de últimos semestres o en posgrados. Toda empresa y profesional del sector privado y público relacionado en la planificación, administración, gestión, control y comercialización de empresas, atractivos, actividades, tours, circuitos, rutas y destinos gastronómicos y turísticos.

3. Objetivo general:

Desarrollar habilidades y competencias en el emprendedor y empresariado gastronómico y turístico a efectos de fortalecer la competitividad de su negocio, optimizar la rentabilidad y coadyuvar al crecimiento y desarrollo sostenible del destino como producto gastroturístico, integrándose en tours, circuitos y/o rutas sostenibles e inteligentes.

4. Objetivos específicos:

El egresado del Diplomado de Turismo Gastronómico estará en capacidad de:

1. Implementar estrategias en la empresa gastroturística que impacten en su competitividad.
2. Reconocer y priorizar segmentos de mercados turísticos y gastronómicos emergentes.
3. Identificar y priorizar las oportunidades del negocio gastroturístico más rentables.
4. Diagnosticar el perfil de servicio de la empresa gastroturística e implementar mejoras conducentes a optimizar la experiencia del cliente con valor añadido.

5. Aplicar los principios de la animación y desarrollo de procesos productivos alternativos en el diseño de propuestas con responsabilidad social.
6. Optimizar la estrategia digital empresarial en el ambiente del Marketing 4.0.
7. Integrarse efectivamente en rutas gastronómicas y otros productos gastronómicos y turísticos como tours, corredores, itinerarios y circuitos en el ámbito urbano y rural.
8. Identificar las claves de éxito de los destinos gastronómicos y turísticos, las estrategias de gobernanza y regeneración para coadyuvar a su desarrollo y sostenibilidad inteligente.

5. Metodología

El Diplomado se ha diseñado basado en una estructura de siete módulos intensivos para totalizar 105 horas académicas. Cada módulo tiene una duración de 15 horas en dos días. El participante que cumpla satisfactoriamente con los requisitos de cada uno recibirá un Diploma por parte de la UDLAP.

El Diplomado contempla la posibilidad de realizar los módulos de forma independiente, en cuyo caso el participante recibe un reconocimiento si cumple satisfactoriamente con los requisitos exigidos.

Los módulos son los siguientes:

1. Restaurantes y Empresas Gastroturísticas 4.0: Dirección, Competitividad e Inteligencia.

Junio 21 y 22

2. Experiencias Gastroturísticas: Animación y Procesos Productivos Alternativos.

Julio 19 y 20

3. Servicio al Cliente en Restaurantes, Tendencias y Ventas con Nuevas Tecnologías.

Agosto 16 y 17

4. Turismo y Gastronomía: Inteligencia Comercial de Mercados, Planeación e Innovación.

Septiembre 27 y 28

5. Restaurantes 4.0; Marketing, Estrategias y Ventas Digitales.

Octubre 18 y 19

6. Rutas y Productos Gastroturísticos Sostenibles: Integración de la Empresa.

Noviembre 22 y 23

7. Empresa y Destinos Gastroturísticos Inteligentes y Estrategias de Regeneración.

Diciembre 13 y 14

Horarios: Día 1 de 8:30 a 18:30. Día 2 de 8:30 a 13:30.

6. Contenidos:

6.1. Módulo 1: Restaurantes y Empresas Gastroturísticas 4.0: Dirección, Competitividad e Inteligencia

- 1) Empresas gastronómicas 4.0.: Transformación digital, sostenibilidad e inteligencia
- 2) Mega tendencias y retos en alimentos, bebidas, servicios y productos gastronómicos
- 3) Restaurantes y empresas gastroturísticas disruptivas e inteligentes
- 4) Crecimiento del turismo gastronómico *Smart*: Mercados, tipologías y tribus virtuales

- 5) Asia y América: Conceptos gastronómicos y mercados emergentes
- 6) Competitividad gastronómica y turística: Herramientas de autodiagnóstico
- 7) Menús, servicios y productos: Innovación, comunicación e interpretación
- 8) Claves de reducción de gastos: Minimizar pérdida y desperdicio alimentario
- 9) Servicio y ventas al cliente: Proceso integral de 360 grados, físico y virtual

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Identificar las características de los restaurantes y empresas gastroturísticas disruptivas e inteligentes, la importancia del turismo gastronómico, sus mega tendencias y retos
- b. Conocer las diferencias entre un restaurante y una empresa gastroturística.
- c. Conocer y apreciar ejemplos de conceptos gastronómicos emergentes en Asia y América.
- d. Aplicar una herramienta de diagnóstico de competitividad gastronómica y turística.
- e. Reconocer las diferencias entre comunicar e interpretar menús, productos y servicios.
- f. Identificar y evaluar la aplicación de buenas prácticas de sostenibilidad, servicio, ventas y valor añadido al cliente y herramientas digitales de comunicación, interpretación y ventas.
- g. Aplicar estrategias para reducir costos y gastos al evitar pérdida y desperdicio alimentario

6.2. Módulo 2: Experiencias Gastroturísticas: Animación y Procesos Productivos Alternativos

- 1) Animación sociocultural como metodología de un turismo responsable y colaborativo
- 2) Guía para el viajero y turista responsable (social y ecológicamente)
- 3) Alfabetización socio ecológica del turista en el destino
- 4) Participación colaborativa a través del turismo alternativo con procesos productivos
- 5) Animación gastronómica lúdica e inteligente: Diseño de experiencias e inspiraciones
- 6) Desarrollo de productos endémicos y/o nativos, control y modelos de calidad de ejecución
- 7) Productos de inicio artesanal, con miras a desarrollar marcas locales.

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Adentrarse y visualizar a la “Animación turística” como metodología de acciones colaborativas, de respeto y responsables
- b. Conocer y hacer suyo, cada punto que integra el decálogo del turista responsable de la OMT
- c. Vislumbrar y aplicar el término de alfabetización socioecológica del turista en el destino
- d. Conocer y reflexionar sobre los casos de experiencia práctica, de procesos productivos
- e. Experimentar la animación recreativa, lúdica e inteligente, para llevar a cabo experiencias e inspiraciones
- f. Explicar el desarrollo de productos endémicos y/o nativos con el toque reales de situaciones de las comunidades
- g. Comprender el arranque de resultados, en procesos de productos con los lugareños, para que se desarrolle un producto artesanal.

6.3. Módulo 3: Servicio al Cliente en Restaurantes: Tendencias y Ventas con Nuevas Tecnologías.

- 1) Servicio físico y digital: La propina y reputación de marca en redes sociales
- 2) ¿Quiénes son nuestros comensales? Gestión emocional y psicología de servicio
- 3) Tendencias en servicio de bebidas, vinos y alimentos frente al comensal
- 4) Alfabeto y/o proceso rentable de servicio al cliente en el restaurante
- 5) Etiqueta, protocolo, toma de comanda y valor añadido
- 6) Técnicas de servicio al cliente en las diversas empresas gastroturísticas
- 7) Transformación del profesional del servicio: Competencias y habilidades digitales
- 8) Liderazgo y equipos de alto rendimiento: Inteligencia y tipos de liderazgo
- 9) Tecnología e Innovación en el servicio de 360 grados: Antes, durante y después

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Examinar los comentarios positivos y negativos que publican los clientes en las redes sociales y evaluar sus consecuencias en la reputación de la marca empresarial
- b. Identificar el perfil del comensal actual y futuro de la empresa gastroturística
- c. Conocer los principios de la gestión emocional y la psicología de servicio
- d. Conocer las tendencias en servicio de bebidas, vinos y alimentos frente al comensal
- e. Analizar el alfabeto de servicio al cliente y evaluar aspectos de mejora y ventas
- f. Comprender los principios del liderazgo y gestión de equipos de alto rendimiento
- g. Interpretar las características del servicio de inicio a fin en 360 grados

6.4. Módulo 4: Turismo y Gastronomía: Inteligencia Comercial de Mercados, Planeación e Innovación.

- 1) Nuevo ambiente de negocios en turismo y gastronomía
- 2) Requisitos empresariales para la competitividad: Inteligencia Comercial, Innovación y Planeación.
- 3) Diseño del modelo de negocio con escenarios futuros
- 4) Propuesta de valor
- 5) Herramientas del *Design Thinking* para la innovación
- 6) Análisis de mercados turísticos; segmentación y oportunidades de negocio.
- 7) Planeación; del plan estratégico al plan de ventas

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Identificar los elementos que caracterizan ambientes hipercompetitivos
- b. Aplicar conceptos de Inteligencia comercial, innovación y planeación a sus negocios
- c. Diseñar propuestas de valor innovadoras mediante herramientas de *design thinking*
- d. Identificar oportunidades de negocio a partir del análisis de la segmentación de mercados
- e. Integrar los diferentes conceptos en un proceso de planeación estratégica y de ventas.

6.5. Módulo 5: Restaurantes 4.0; Marketing y Ventas Digitales

- 1) El Marketing relacional y experiencial para empresas gastroturísticas 4.0
- 2) Evolución del marketing de servicios: Interactivo, socialmente responsable y omnicanal
- 3) Demandas y canales de comunicación generacionales: *Millennials, Z, X, Baby Boomers...*
- 4) La marca empresarial en el ámbito digital: Posicionamiento, comunicación e interpretación
- 5) Venta directa al cliente: Plataformas digitales, apps, redes sociales, *influencers*, etc.
- 6) *Small data* e inteligencia en venta relacional, experiencias e inspiraciones
- 7) Plan y objetivos del marketing digital estratégico competitivo y rentable

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Reconocer las características principales de la transformación, comunicación y evolución digital del marketing 4.0, en función de las demandas generacionales del mercado
- b. Interpretar el posicionamiento de la marca de la empresa en el ámbito digital, según los comentarios de los clientes acerca de los productos y servicios recibidos
- c. Analizar la inteligencia en venta relacional, experiencias e inspiraciones con *small data*
- d. Diseñar el plan de marketing digital estratégico, minimizando el intermediarismo comercial, priorizando plataformas, redes sociales y multimedia de venta directa al cliente

6.6. Módulo 6: Rutas y Productos Gastronómicos y Turísticos Sostenibles: Integración de la Empresa

- 1) Incremento de visitantes, estadía e ingresos por jerarquía de inventario y productos
- 2) Integración de empresas gastroturísticas a productos gastronómicos y turísticos
- 3) Patrimonio cultural gastronómico de México y de Puebla.
- 4) La gastronomía como catalizador para el desarrollo de la empresa y la comunidad receptora
- 5) Mercados gastronómicos prioritarios: Agroturismo, urbano industrial, enogastronómico, etc.
- 6) Diseño, gestión y operación de actividades, atractivos, tours, circuitos y rutas
- 7) Pueblos mágicos con sabor: Diversificación del producto turístico en México y Puebla
- 8) Turismo gastronómico sostenible: Sistema de seguridad alimentaria regional sostenible
- 9) Casos de éxito: Atractivos, rutas y productos gastronómicos en México y el mundo

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Crear actividades y atractivos para los mercados gastronómicos prioritarios detectados, con los recursos existentes de la empresa para diversificar sus productos, servicios e incrementar su rentabilidad
- b. Entender la importancia cuantitativa y cualitativa de integrarse a tours, circuitos y rutas gastroturísticas que pueden incrementar visitantes, estadía con pernocta e ingresos
- c. Identificar el inventario del patrimonio cultural gastronómico y las motivaciones principales del desplazamiento del turismo gastronómico internacional y nacional en México y Puebla

- d. Integración de la empresa a tours, circuitos y rutas gastroturísticas sostenibles e inteligentes, coadyuvando al desarrollo de la cadena de valor agrícola, alimentaria, gastronómica y turística del Estado de Puebla y México

6.7. Módulo 7: Empresa y Destinos Gastroturísticos Inteligentes: Planificación y Estrategias de Regeneración.

- 1) Modelo interactivo de planificación gastronómica y turística sostenible.
- 2) Regeneración y transformación de empresas, atractivos, rutas y productos gastronómicos
- 3) Objetivos del Desarrollo Sostenible (ODS), su aplicación en la gastronomía turística.
- 4) *Smart city and destinations*: Desarrollo local sostenible e inteligente
- 5) Claves en el desarrollo de destinos gastronómicos y turísticos sostenibles e inteligentes
- 6) Marcas y submarcas gastronómicas y turísticas: Metodología, diseño y posicionamiento
- 7) Gobernanza y política pública para coadyuvar al desarrollo de las comunidades. Integración de *stakeholders* y *clusters* con empresas gastronómicas y turísticas.
- 8) Diseñando el futuro de la empresa gastroturística. Aplicación de la metodología de escenarios futuros.

Objetivos específicos:

Al finalizar el módulo, el participante podrá:

- a. Interpretar el modelo interactivo de planificación gastronómica y turística sostenible
- b. Escoger las mejores prácticas de regeneración y transformación empresarial para incrementar su competitividad en destinos gastroturísticos inteligentes
- c. Entender la importancia de los objetivos del desarrollo sostenible de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la planificación de la empresa gastroturística dentro de una *Smart city* y un destino gastronómico y turístico sostenible e inteligente
- d. Entender la importancia y beneficios para las empresas gastroturísticas de una buena gobernanza y política pública gastronómica y turística prioritaria
- e. Aplicar en el plan estratégico de la empresa la metodología de escenarios futuros.

7. Coordinador y Profesores del Diplomado.

Coordinador y Profesor del Diplomado: Dr. Antonio Montecinos Torres

Doctor en Turismo por Universidad Antonio de Nebrija en Madrid. Representante en la Red de Gastronomía de la Organización Mundial de Turismo OMT. Miembro del Registro CONACYT como evaluador del sector turismo. Posgrados en *Advanced Marketing for Hotels and Food and Beverage Management* en la Universidad de Cornell, Ithaca, New York. Licenciado en Administración Turística por la Universidad Anáhuac, México. Ha realizado trabajos de investigación, consultoría gastronómica y turística y participado en la capacitación, innovación, consolidación y creación de negocios, atractivos, circuitos, rutas, productos gastronómicos integrados sostenibles e inteligentes, e impartido capacitación a establecimientos de turismo, hospedaje, restauración y hostelería en más de 40 países. Profesor con más de 15 años de experiencia nacional e internacional.

Ha ocupado diversos puestos en la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería, Gastronomía y Turismo CONPEHT. Autor del libro **Turismo Gastronómico Sostenible: Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos**, ganador del premio excelencias turísticas 2017. Actualmente es director del Centro Empresarial Gastronómico Hotelero CEGAHO.

Profesores:

Mtra. Ma. del Carmen Morfín

Maestra en Ciencias con especialidad en Administración de Hoteles, Restaurantes e Instituciones por Texas Tech University, MBA con especialidad en Administración Internacional por la Universidad de las Américas Puebla y Licenciada en Administración Turística por la Universidad Cuauhtémoc Puebla. A lo largo de su trayectoria ha sido ampliamente reconocida por sus aportaciones en el rubro del turismo, cuenta con múltiples libros de texto del tema.

En 2012 recibió el Premio Nacional de Educación Turística AMESTUR; en 2015 fue elegida “Mujer en el Turismo” por la misma Asociación. En 2017 la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados (CANIRAC), la nombró Consejera Titular en el Consejo de Vinculación Universitaria CANIRAC Puebla. Invitada especial del Sector Académico, en el Consejo Consultivo en el Instituto de Competitividad Turística ICTur- SECTUR a partir de enero 2019.

Actualmente es Directora Académica del Departamento de Turismo de la Universidad de las Américas UDLAP. Además, es miembro de la Confederación Panamericana de Escuelas de Hotelería y Turismo, donde ocupa la Presidencia internacional para el periodo 2018-2021, miembro del Consejo Nacional para la calidad de la Educación Turística A.C. (CONAET), donde ocupa el puesto de Presidenta del Comité de vigilancia desde 2003, refrendado en Asamblea del 2012, hasta la fecha.

Dr. Guillermo Graglia

Doctor por la Universidad Antonio de Nebrija, España, Maestría en Liderazgo e Innovación de Servicios de Rochester Institute of Technology y Magister en Administración de la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra de República Dominicana. Ha realizado estudios de especialización en Administración Hotelera en Cornell University, Prospectiva Estratégica en la Universidad de Houston e Innovación y *Design Thinking* por Emeritus/Sloan Business School/MIT. Fue Decano de la Facultad de Administración Hotelera, Turismo y Gastronomía en USIL, Lima, Perú.

Especializado en las áreas de Educación, Gestión de servicios, Turismo, Hotelería, Liderazgo y desarrollo humano con experiencia en administración académica universitaria y consultoría y cooperación internacional en Turismo a través del Fondo Argentino de Cooperación Horizontal y el Fondo Europeo para el Desarrollo Cariforum. Docente universitario y conferencista en temas de Turismo, Gestión y Liderazgo, Capacitación y Prospectiva. Investigador registrado en el DINA del Concytec en Perú. Autor del libro *Imaginando futuros*, G.Graglia (2018), Saxo.

Consultor Senior de Graglia Consulting Group. Asesoría especializada en estrategia, prospectiva e investigación en Turismo, para el Sector Público y Privado. www.gragliaconsulting.com

Costos de Inversión

| Precio Regular | Pago en una sola exhibición | Precio Convenio UDLAP | Precio Grupo de 3 personas |
|----------------|-----------------------------|-----------------------|----------------------------|
| \$ 6,500.00 | \$ 5,850.00 | \$ 5,525.00 | \$ 5,200.00 |

***precio por módulo (en total son 7 módulos)**

***Los precios ya incluyen IVA.**

Formas de pago:

VENTANILLA

Banco: Bancomer

No. Convenio CIE 1146971

Referencia. PGPP3

· TRANSFERENCIA DE BANCOMER A BANCOMER:

CLABE:012650004435694975

En concepto indicar: PGPP3

· TRANSFERENCIA DE CUALQUIER OTRO BANCO A BANCOMER:

CLABE CIE Interbancario: 012914002011469712

En concepto indicar: PGPP3

Si requiere factura favor de notificarlo para enviarle el proceso correspondiente.

Acerca de la Universidad:

Las clases se imparten en la Universidad de las Américas Puebla (UDLAP) en el plantel de Cholula, Puebla que ha sido considerada por 4º año consecutivo la mejor Universidad Privada de México según ranking de el periódico el Universal “mejores universidades 2019”.

Mayores informes:

mariaac.morfin@udlap.mx o al (222) 229-20-00 Ext. 2059, Departamento de Turismo.

udlap.consultores@udlap.mx o al 229-20-00 Ext. 5009/2716, Educación Continua y Capacitación.

Datos Coordinador del Diplomado: Dr. Antonio Montecinos

dir.cegaho@cegaho.com.mx o al WhatsApp: +52 1 55 37076725.