Gastropreneurs

Matriz de Resultados de Aprendizaje

WP2- Plan de estudios específico de formación en emprendimiento gastronómico

Co-funded by the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones expresadas son responsabilidad exclusiva de sus autores y no reflejan necesariamente las de la Agencia Erasmus+ Francia/Formación Educativa. Ni la Unión Europea ni la entidad financiadora se hacen responsables de las mismas.

Proyecto Nº 2024-2-FR02-KA220-YOU-000294275

Introducción

Este documento se ha diseñado en el marco de GASTROPRENEURS, un proyecto Erasmus+ implementado entre mayo de 2025 y agosto de 2027 en cuatro países de la Unión Europea: Francia, Italia, España y Turquía. El proyecto GASTROPRENEURS tiene como objetivo apoyar a jóvenes con formación en emprendimiento gastronómico, adoptando un enfoque de «slow food» basado en la sostenibilidad, para combatir la despoblación rural y urbana, prevenir la migración juvenil a las grandes ciudades y apoyar la revitalización rural. Asimismo, busca fortalecer las capacidades de los centros juveniles y sus trabajadores mediante programas de formación innovadores, digitales y motivadores, y mejorar las habilidades emprendedoras de los jóvenes. La matriz de resultados de aprendizaje forma parte del Paquete de Trabajo 2,, específicamente del Currículo de Formación Empresarial del proyecto.

En este contexto, se ha desarrollado la Matriz de Resultados de Aprendizaje de Gastropreneurs para servir de referencia a trabajadores juveniles, instituciones públicas, ONG y fundaciones, ofreciéndoles una visión general del currículo de capacitación que se desarrollará en el Paquete de Trabajo 3: Contenido de la Capacitación en Gastropreneurismo. Esta matriz incluye las 10 unidades de aprendizaje que se desarrollarán y los resultados de aprendizaje correspondientes. Estos resultados se definieron a través del trabajo preliminar de la alianza de Gastropreneurs, realizado mediante un análisis de cada país, y se recogen en el informe final, que incluye recomendaciones e implicaciones para el currículo de capacitación en Gastropreneurismo. El plan de estudios de formación está diseñado de acuerdo con el nivel 5 del EQF y los resultados de aprendizaje (RA) se describen en términos de conocimientos, habilidades y autonomía y responsabilidad que los trabajadores juveniles y los formadores deben desarrollar para brindar una mejor educación a los jóvenes en materia de emprendimiento gastronómico.

Descriptores del nivel EQF y de los Resultados de Aprendizaje (RA)

NIVEL EQF	CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
5	Conocimientos exhaustivos, especializados, fácticos y teóricos dentro de un campo de trabajo o estudio, y conciencia de los límites de esos conocimientos.	Un amplio abanico de habilidades cognitivas y prácticas necesarias para desarrollar soluciones creativas a problemas abstractos.	Gestión y supervisión del ejercicio en contextos de actividades laborales o de estudio donde existen cambios impredecibles; revisión y desarrollo del desempeño propio y ajeno.

Introducción al emprendimiento gastronómico

Unidad de aprendizaje **1**

Duración: **4 horas**

Conceptos principales:

- Panorama del sector gastronómico
- Mentalidad emprendedora
- Características de los emprendedores gastronómicos y principales desafíos a los que se enfrentan.
- Tendencias y oportunidades del sector (incluido el agroturismo y el turismo gastronómico)
- Ecosistema alimentario a nivel local y global

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Ofrecer a los alumnos una visión general del sector gastronómico y su ecosistema.
- Introducir el concepto de emprendimiento en la gastronomía y la mentalidad necesaria para tener éxito.
- Familiarizar a los alumnos con las principales tendencias, oportunidades y desafíos que dan forma al emprendimiento gastronómico actual.

1. Introducción al emprendimiento gastronómico

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Describir las principales características y la estructura del sector gastronómico, incluyendo sus componentes y actores involucrados.	Analizar los datos del sector para identificar oportunidades emergentes para el emprendimiento gastronómico.	Reflexionar sobre tu potencial emprendedor e identificar áreas de autodesarrollo en el emprendimiento gastronómico.
Explicar las principales tendencias, oportunidades y desafíos que afectan al emprendimiento gastronómico a nivel local y global.	Aplicar el pensamiento crítico para comparar diferentes enfoques empresariales dentro del campo de la gastronomía.	Evaluar escenarios empresariales hipotéticos y proponer estrategias adecuadas de forma independiente.
Demostrar comprensión de la mentalidad emprendedora y de los rasgos que definen a los emprendedores gastronómicos exitosos.	Utilizar marcos conceptuales para mapear el ecosistema gastronómico y sus interconexiones.	Tomar la iniciativa en las discusiones o ejercicios grupales, demostrando responsabilidad por tus contribuciones y los resultados del aprendizaje colaborativo.

Fundamentos del patrimonio culinario, la cultura y la sostenibilidad

Unidad de aprendizaje **2**

Duración: 7 horas

Conceptos principales:

- Patrimonio culinario y diversidad regional
- Terroir y gastronomía local
- Productos de temporada y locales
- gastronomía sostenible
- prácticas alimentarias éticas
- Principios de Slow Food
- impacto ambiental

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Proporcionar a los alumnos una comprensión del patrimonio culinario y la diversidad cultural en la gastronomía.
- Familiarizar a los alumnos con los principios de la gastronomía sostenible y ética.
- Para concienciar sobre el impacto ambiental y social de las elecciones y prácticas alimentarias.

2. Fundamentos del patrimonio culinario, la cultura y la sostenibilidad

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Describir la importancia cultural del patrimonio culinario y la diversidad regional en la gastronomía.	Analizar ejemplos de terruño y gastronomía local para identificar influencias culturales y ambientales.	Promover prácticas sostenibles y éticas en el ámbito gastronómico.
Explicar los principios de la gastronomía sostenible y ética, incluyendo los valores del movimiento Slow Food.	Aplicar los principios de sostenibilidad al evaluar el origen de los productos, las opciones del menú o las prácticas alimentarias.	Asumir la responsabilidad de integrar los valores del patrimonio y la sostenibilidad en las actividades de trabajo en grupo o de los proyectos.
Demostrar conocimiento del impacto ambiental de las diferentes prácticas de producción y consumo de alimentos.	Comparar y contrastar diferentes enfoques de la ética alimentaria en distintas regiones o tradiciones.	Reflexionar sobre tus elecciones alimentarias personales y propone acciones para reducir el impacto ambiental.

Normas de seguridad, higiene y calidad alimentaria

Unidad de aprendizaje **3**

Duración: 8 horas

Conceptos principales:

- higiene personal y alimentaria
- prácticas de saneamiento
- Principios HACCP
- ISO y leyes alimentarias
- Evaluación y control de la calidad de los alimentos
- Auditorías de seguridad, trazabilidad y cumplimiento
- Registro de datos y mejora continua

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Desarrollar la comprensión de los alumnos sobre los principios de seguridad alimentaria, higiene y gestión de la calidad en la gastronomía sostenible.
- Familiarizar a los alumnos con el sistema HACCP, las normas ISO, la normativa alimentaria de la UE y los requisitos de etiquetado de alérgenos.
- Capacitar a los alumnos para aplicar procesos de control de calidad que garanticen prácticas gastronómicas seguras y sostenibles.

3. Normas de seguridad, higiene y calidad alimentaria

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Describa los principios del sistema HACCP, las normas ISO y las regulaciones de seguridad alimentaria relevantes para la gastronomía, incluyendo la gestión de alérgenos y los requisitos de etiquetado.	Aplicar los principios del APPCC para identificar y controlar los riesgos en la preparación y manipulación de alimentos.	Asuma la responsabilidad de garantizar prácticas seguras en la preparación y el servicio de alimentos.
Explique la importancia de la higiene, el saneamiento y el cumplimiento de las normas para mantener la calidad de los alimentos y la seguridad del consumidor.	Realizar tareas básicas de evaluación y control de la calidad de los alimentos de acuerdo con las normas establecidas.	Demuestre responsabilidad implementando y supervisando los procedimientos de higiene y seguridad.
Identificar los procesos clave involucrados en la evaluación, auditoría y trazabilidad de la calidad de los alimentos.	Mantenga registros precisos para demostrar el cumplimiento de las leyes y regulaciones alimentarias.	Supervisar o guiar a otros en el mantenimiento de los estándares de calidad y cumplimiento en entornos gastronómicos.

Modelos de negocio, planificación y fundamentos legales

Unidad de aprendizaje **4**

Duración: **8 horas**

Conceptos principales:

- Modelos de negocio gastronómicos (restaurantes, catering, comida callejera, servicios digitales)
- proceso de planificación empresarial
- Investigación y análisis de mercado
- Lienzo del modelo de negocio
- Formularios legales y registro
- Impuestos y cumplimiento

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Introducir a los alumnos en el desarrollo y la planificación de modelos de negocio en gastronomía.
- Proporcionar conocimientos sobre los marcos legales y regulatorios para el establecimiento de empresas relacionadas con la alimentación.
- Capacitar a los alumnos para diseñar planes de negocio gastronómicos viables que cumplan con los requisitos legales y de mercado.

4. Modelos de negocio, planificación y fundamentos legales

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explicar los diferentes tipos de modelos de negocio gastronómicos y sus aplicaciones.	Desarrollar un modelo de negocio básico para una empresa gastronómica utilizando herramientas como el Lienzo de Modelo de Negocio. .	Asumir la responsabilidad de crear y presentar un plan de negocios estructurado.
Describir los pasos principales en la planificación empresarial, incluyendo el análisis de mercado y la evaluación de viabilidad.	Realizar un estudio de mercado para identificar oportunidades y desafíos para un negocio gastronómico.	Tomar decisiones informadas sobre las estructuras legales y organizativas para un emprendimiento gastronómico.
Demostrar comprensión de las formas legales, el registro, los impuestos y los requisitos de cumplimiento para los emprendimientos gastronómicos.	Aplicar el conocimiento de los requisitos legales para preparar la documentación esencial para el registro o cumplimiento normativo de la empresa.	Demostrar responsabilidad asegurándose de que las ideas de negocio se ajusten a las normas éticas y regulatorias.

Creación de conceptos, innovación culinaria y desarrollo de productos

Unidad de aprendizaje **5**

Duración: 12 horas

Conceptos principales:

- Métodos creativos en gastronomía
- Diseño de diferentes conceptos gastronómicos
- Tendencias e innovación del sector (agroturismo y turismo culinario)
- Diseño y desarrollo de menús en relación con los diferentes conceptos gastronómicos
- Desarrollo y prueba de recetas
- La innovación alimentaria también tiene en cuenta la sostenibilidad y el enfoque Slow Food.
- Tendencias dietéticas (veganas, sin gluten, alimentos funcionales)

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Introducir a los alumnos en métodos creativos para el desarrollo de conceptos y productos gastronómicos.
- Proporcionar conocimientos sobre las innovaciones alimentarias actuales y las tendencias dietéticas.
- Capacitar a los alumnos para diseñar conceptos, menús y productos alimentarios que se ajusten a las necesidades y valores del mercado.

5. Creación de conceptos, innovación culinaria y desarrollo de productos

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explicar los principios de la creación de conceptos y el desarrollo de productos en gastronomía.	Generar ideas innovadoras para conceptos alimentarios utilizando métodos y herramientas creativas.	Tomar la iniciativa en el desarrollo de conceptos gastronómicos originales y presentarlos a otros.
Identificar las tendencias actuales en innovación alimentaria y las necesidades dietéticas que influyen en el desarrollo de productos.	Desarrollar y probar recetas o platos del menú que respondan a tendencias dietéticas específicas o preferencias de los clientes.	Demostrar responsabilidad al adaptar los procesos de desarrollo de productos a las diversas necesidades de los consumidores y a las consideraciones éticas.
Describir los pasos que implica el diseño de menús y conceptos gastronómicos para diferentes contextos.	Evaluar la viabilidad y la adecuación al mercado de nuevos productos o conceptos gastronómicos.	Colaborar con los compañeros para perfeccionar conceptos, demostrando liderazgo en la toma de decisiones y responsabilidad por los resultados.

Gestión financiera y control de recursos

Unidad de aprendizaje **6**

Duración: 8 horas

Conceptos principales:

- Métodos de presupuestación
- Análisis y control de costes
- Estrategias de precios
- Conceptos básicos de contabilidad
- Fuentes de financiación y financiamiento
- Relaciones con proveedores y gestión de recursos

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Proporcionar a los alumnos los conocimientos financieros necesarios para gestionar un negocio gastronómico.
- Familiarizar a los alumnos con los principios de presupuestación, fijación de precios y contabilidad.
- Capacitar a los alumnos para gestionar los recursos financieros y las relaciones con los proveedores de manera eficaz y responsable.

6. Gestión financiera y control de recursos

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explicar conceptos financieros clave, incluyendo presupuestos, control de costes y estrategias de precios en gastronomía.	Elaborar un presupuesto y un plan financiero sencillos para un negocio de gastronomía.	Asumir la responsabilidad de supervisar y evaluar el desempeño financiero de un emprendimiento gastronómico.
Describir los principios básicos de contabilidad y su aplicación a las empresas gastronómicas.	Aplicar métodos de análisis de costos para establecer precios adecuados para productos o servicios.	Tomar decisiones financieras independientes basadas en el análisis y la planificación.
Identificar diferentes fuentes de financiación y su idoneidad para diversos modelos de negocio.	Gestionar las relaciones con los proveedores y los recursos para optimizar la eficiencia financiera.	Demostrar responsabilidad en la gestión de fondos, costos y acuerdos con proveedores de manera ética y transparente.

Estrategias de marketing y comunicación digital

Unidad de aprendizaje **7**

Duración: **8 horas**

Conceptos principales:

- Marca y narración de historias
- Marketing en redes sociales
- herramientas de marketing digital
- sistemas de pedidos en línea
- Estrategias de interacción con el cliente
- Gestión de la reputación (online y offline)
- Segmentación y promoción del mercado

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Introducir a los alumnos en estrategias de marketing relevantes para el emprendimiento gastronómico.
- Proporcionar conocimientos sobre las herramientas de comunicación digital y su papel en la interacción con el cliente.
- Capacitar a los alumnos para diseñar e implementar estrategias de marketing eficaces que generen valor y confianza en la marca.

7. Estrategias de marketing y comunicación digital

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explicar los principios de la creación de marca, la narración de historias y su importancia en el marketing gastronómico.	Desarrollar una estrategia de marketing básica para un negocio gastronómico, integrando herramientas digitales y offline.	Asumir la responsabilidad de planificar y ejecutar las actividades de marketing de un proyecto gastronómico.
Describir el papel de las herramientas y plataformas de comunicación digital en la promoción de proyectos gastronómicos.	Aplicar técnicas de narración y creación de marca para crear contenido promocional atractivo.	Supervisar y evaluar la eficacia de las estrategias de comunicación y adaptarlas según sea necesario.
Identificar estrategias para gestionar las relaciones con los clientes y la reputación, tanto online como offline.	Utilizar plataformas digitales (por ejemplo, redes sociales, pedidos en línea) para interactuar eficazmente con los clientes.	Demostrar responsabilidad en la promoción de mensajes basados en valores alineados con una gastronomía sostenible y ética.

Operaciones, adquisiciones y sostenibilidad en la práctica

Unidad de aprendizaje 8

Duración: 7 horas

Conceptos principales:

- Procesos de adquisición
- Control de existencias e inventario (niveles de reposición, previsión, FIFO/FEFO)
- Estrategias de abastecimiento local
- Prevención del desperdicio de alimentos (porcentaje del costo de los alimentos, porcentaje de desperdicio, rotación de existencias)
- eficiencia energética e hídrica
- Enfoques de cero residuos
- Cadenas de suministro sostenibles

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Proporcionar a los alumnos conocimientos operativos necesarios para gestionar prácticas gastronómicas sostenibles.
- Familiarizar a los alumnos con las compras, la gestión de existencias y las relaciones con los proveedores.
- Capacitar a los alumnos para integrar la sostenibilidad en las operaciones diarias de sus emprendimientos gastronómicos.

8. Operaciones, Adquisiciones y Sostenibilidad en la Práctica

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explique los principios de aprovisionamiento, control de existencias y gestión de proveedores en gastronomía.	Aplicar métodos de control de inventario para mejorar la eficiencia y minimizar las pérdidas.	Asumir la responsabilidad de implementar prácticas operativas sostenibles en contextos gastronómicos, asegurando que la rotación y el almacenamiento de existencias cumplan con los estándares de seguridad (FEFO/FIFO).
Describir métodos para reducir el desperdicio y optimizar el uso de energía y agua en las operaciones alimentarias.	Diseñar procesos operativos que reduzcan los residuos y promuevan la sostenibilidad.	Supervisar y revisar la eficiencia operativa, realizando ajustes para mejorar la sostenibilidad.
Identificar prácticas sostenibles en la cadena de suministro y su relevancia para el emprendimiento gastronómico.	Evaluar las opciones de proveedores en función de criterios de sostenibilidad, coste y calidad.	Demostrar responsabilidad para garantizar que las adquisiciones y la gestión de recursos se ajusten a los valores éticos y ambientales.

Participación comunitaria e interacción con el cliente en la gastronomía

Unidad de aprendizaje **9**

Duración: **7 horas**

Conceptos principales:

- Experiencias gastronómicas participativas
- Relaciones con los clientes
- Narración y educación
- Experiencias inclusivas y accesibles
- Asociaciones locales
- Retroalimentación y mejora continua
- Turismo y desarrollo local

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Familiarizar a los alumnos con estrategias para involucrar a las comunidades y a los clientes en la gastronomía más allá del entorno del restaurante.
- Capacitar a los estudiantes para diseñar experiencias participativas que fortalezcan los lazos comunitarios.
- Desarrollar la capacidad de generar lealtad y alianzas a través de valores compartidos y la cocreación.

9. Participación comunitaria e interacción con el cliente en la gastronomía

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Explicar las etapas de la interacción con el cliente y su aplicación en el emprendimiento gastronómico.	Diseñar experiencias gastronómicas interactivas que atraigan a clientes y comunidades.	Tomar la iniciativa en el desarrollo de procesos de co-creación con clientes y comunidades.
Describir diferentes formas de experiencias participativas (por ejemplo, talleres, catas, eventos comunitarios).	Aplicar métodos para recopilar y utilizar la retroalimentación para mejorar las iniciativas gastronómicas.	Demostrar responsabilidad en la promoción de experiencias gastronómicas inclusivas y basadas en valores.
Identificar el papel de los valores y las alianzas locales en la construcción de lealtad a largo plazo e impacto en la comunidad.	Crear y gestionar alianzas con agentes locales (por ejemplo, productores, grupos culturales, organizaciones turísticas).	Demostrar responsabilidad en el mantenimiento de las relaciones comunitarias y el apoyo al desarrollo local a través de la gastronomía.

Liderazgo, trabajo en equipo y emprendimiento responsable

Unidad de aprendizaje **10**

Duración: **6 horas**

Conceptos principales:

- Estilos de liderazgo en gastronomía
- Reclutamiento de personal y capacitación del personal
- Comunicación intercultural
- Motivación y colaboración en equipo
- Estrategias de resolución de conflictos
- prácticas empresariales inclusivas
- Responsabilidad social y comunitaria

Objetivo(s) de aprendizaje:

- Proporcionar a los alumnos conocimientos sobre liderazgo, trabajo en equipo y prácticas de recursos humanos en gastronomía.
- Capacitar a los alumnos para aplicar habilidades de comunicación y resolución de conflictos en equipos diversos.
- Fomentar enfoques responsables, inclusivos y orientados a la comunidad en el ámbito del emprendimiento.

10. Liderazgo, trabajo en equipo y emprendimiento responsable

Al finalizar esta unidad de aprendizaje, el alumno será capaz de:

CONOCIMIENTO	HABILIDADES	AUTONOMÍA Y RESPONSABILIDAD
Describir los estilos de liderazgo clave y su relevancia en el emprendimiento gastronómico.	Aplicar técnicas de liderazgo y trabajo en equipo para gestionar grupos en proyectos gastronómicos.	Tomar la iniciativa para liderar equipos y motivar a otros en entornos gastronómicos.
Explicar los principios de reclutamiento de recursos humanos, desarrollo de personal y comunicación intercultural.	Utilizar estrategias de comunicación y resolución de conflictos para fomentar una colaboración eficaz.	Demostrar responsabilidad en la toma de decisiones éticas en materia de recursos humanos y en las prácticas de equipo inclusivas.
Identificar el papel del emprendimiento inclusivo y responsable en los proyectos gastronómicos orientados a la comunidad.	Diseñar iniciativas inclusivas que promuevan la diversidad y la responsabilidad social en la gastronomía.	Demostrar responsabilidad en el desarrollo de proyectos empresariales que equilibren los objetivos comerciales con el impacto social y comunitario.


Gastropreneurs
Empowering Youth Entrepreneurship
on Gastronomy