

# Cultur ur *Gastronomy*

## Resumen de la METODOLOGÍA Y CURRÍCULO



# Metodología



La gastronomía tradicional ha sido reconocida por la UNESCO como parte del “patrimonio vivo”, el llamado patrimonio cultural inmaterial.

Además, el Parlamento Europeo sensibiliza sobre la gastronomía europea a través de la educación pidiendo a los Estados miembros que incluyan, en la educación escolar y desde la primera infancia, el estudio y la experiencia sensorial de los alimentos, la salud nutricional y los hábitos alimentarios, incluidos los aspectos históricos, geográficos, culturales y experienciales, con el fin de mejorar la salud y el bienestar de la población, la calidad de los alimentos y el respeto al medio ambiente.

En este contexto, cabe mencionar que el turismo gastronómico es una de las principales tendencias turísticas y una forma de contribuir al desarrollo local sostenible. La Organización Mundial del Turismo (OMT) lo define como «una actividad turística caracterizada por la experiencia del visitante relacionada con la comida y los productos, así como con las actividades conexas durante el viaje. Además de experiencias culinarias auténticas, tradicionales o innovadoras, el turismo gastronómico también puede incluir otras actividades relacionadas, como visitar a productores locales, participar en festivales gastronómicos y asistir a clases de cocina» (Organización Mundial del Turismo, 2019).



Los principales grupos destinatarios de este proyecto son:

- pequeños productores familiares de alimentos y bebidas locales, con el fin de mejorar sus productos y desarrollar ofertas de productos en el ámbito del turismo gastronómico;
- prestadores de servicios turísticos que puedan diversificar y mejorar su oferta a través del turismo gastronómico y la narración de los productos y sus contextos culturales;
- empresarios agrícolas de nuevo ingreso o con menos de 3 años de actividad, que buscan consolidar el desarrollo de su negocio a través de estrategias de negocio innovadoras;
- artesanos del sector agroalimentario que buscan consolidar su abastecimiento local en etapas iniciales y sus salidas en etapas posteriores;
- nuevos empresarios activos en el sector del turismo rural, que buscan integrarse en polos de competencia local;
- empresarios y trabajadores del sector de la hostelería, restauración y del comercio de productos regionales que puedan potenciar su actividad y aportar valor añadido;
- jóvenes que quieran mejorar sus cualificaciones e integrarse en el mercado laboral.

Para comprender las necesidades de los destinatarios, se administró un cuestionario en línea a través de la plataforma Google Forms y se recogieron 109 respuestas. Las preguntas se referían a:

- preferencias en el proceso de enseñanza/aprendizaje: por ejemplo, qué temas relacionados con la gastronomía y el turismo resultaron más interesantes para los destinatarios, qué esperaban de un formador en el proceso de aprendizaje en línea o cuál era la forma de evaluación preferida;
- la plataforma de aprendizaje en línea: por ejemplo, se les preguntó qué tan importante era la navegación o el diseño de la plataforma, pero también la disponibilidad para participar en términos de horas por semana.

El análisis de las respuestas reveló varias ideas clave que se utilizaron para diseñar la estructura y el contenido del programa de capacitación.

En particular, los participantes expresaron interés en los siguientes temas y formatos:

Respecto a las preferencias de enseñanza y aprendizaje, los participantes identificaron como temas más interesantes relacionados con la gastronomía y el turismo:

El turismo gastronómico como oportunidad de negocio,  
marketing en turismo gastronómico,

- Maridaje de comida y vino local,
- el uso de las TIC y el marketing digital en el sector turístico,

Técnicas de comunicación y cooperación.

- Entre otros temas sugeridos estuvieron: la promoción a través de las redes sociales, las técnicas de cocina tradicional, la narración local y la creación de redes y paquetes turísticos efectivos.

El método de evaluación preferido fue una prueba en línea realizada desde casa o el lugar de trabajo, sin supervisión.

En cuanto a la plataforma de aprendizaje en línea, las características más importantes destacadas por los encuestados fueron:

- usabilidad y funcionalidad general,
- conexiones entre pares con otros organismos de formación o gestión del turismo y la gastronomía,
- y la función de repositorio de mejores prácticas.

Además, los participantes expresaron una clara preferencia por el acceso gratuito a todos los módulos durante toda la duración del programa, con preguntas de prueba o ejercicios al final de cada módulo.

En términos de disponibilidad, la mayoría de los encuestados afirmaron que podrían dedicar alrededor de 5 horas por semana, y el formato preferido fueron lecciones en línea cortas, a su propio ritmo, con una duración de entre 30 minutos y 1 hora.

Esta retroalimentación fue esencial para adaptar el programa de capacitación y la plataforma digital a las necesidades reales de sus usuarios objetivo.



También se pidió a los encuestados que identificaran las dificultades que estaban experimentando en sus negocios y muchos informaron dificultades relacionadas con el acceso a fondos, aspectos financieros, burocracia, cooperación y redes.

Además, cuando se les preguntó si necesitaban capacitación, la mayoría de los encuestados respondió positivamente, especialmente en marketing, promoción de productos, digitalización y finanzas, algunos también respondieron que tienen problemas relacionados con la modernización de la gastronomía y las técnicas agrícolas modernas.

A partir de los resultados se ha estructurado un curso de aprendizaje en línea y semiautónomo de 80 horas de enseñanza de nivel 3 del MEC o superior.

La evaluación es una prueba en línea en casa y/o en el trabajo sin supervisión, logrando el 80% de respuestas correctas en la prueba final dará como resultado un certificado de nivel EFQ 3.

Cada tema se desarrolla a través de:

Testimonio de un productor o proveedor turístico,

- Contenidos teóricos,
- Mejores prácticas,
- Actividades,
- Materiales adicionales para una exploración más profunda del tema,
- Cuestionario para poner a prueba los conocimientos.

Por tanto, el currículo final en términos de objetivos y resultados de aprendizaje quedó estructurado de la siguiente manera en las páginas siguientes.



# PLAN DE ESTUDIOS

| Módulos  | Objetivos de la lección  | Resultados del aprendizaje   | Duración de la lección* |
|--|--|--|-------------------------|
| Módulo 1 Estrategia de la granja a la mesa                       | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Comprender los principales objetivos de la estrategia De la Granja a la Mesa<br>- Identificar las oportunidades que ofrece a los pequeños productores<br>- Aprenda a implementar prácticas de producción y comercialización sostenibles de acuerdo con los principios de la política De la Granja a la Mesa | El alumno podrá:<br>- Ser consciente de los problemas ambientales y sociales asociados a la agricultura a nivel de la UE y la capacidad de incorporar prácticas responsables.<br>- Ser capaz de establecer y mantener relaciones con otros productores locales, mercados, restaurantes y organizaciones de apoyo para fortalecer la comunidad agrícola local.  | 8 horas                 |
| Módulo 2 Análisis entre atractivos turísticos globales y locales | Conseguir que el alumno sea capaz de:- Analizar las preferencias turísticas y valorar la autenticidad  | El alumno será capaz de<br>- Analizar e identificar los distintos factores de atracción entre el turismo global (internacional) y local (regional o nacional).<br>- Diferenciar segmentos de mercado según las expectativas y preferencias de los públicos objetivos<br>- Reconocer y responder a las diferentes motivaciones de los turistas locales e internacionales<br>- Apreciar el reconocimiento del patrimonio mundial | 8 horas                 |
| Módulo 3 El turismo gastronómico como oportunidad de negocio     | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Identificar y desarrollar productos turísticos gastronómicos singulares<br>- Incorporar la cultura y el patrimonio local al viaje culinario.<br>- Crear ofertas de turismo gastronómico innovadoras, sostenibles y centradas en el cliente.   | El alumno podrá:<br>- Diseñar ofertas de turismo gastronómico que combinen las tradiciones culinarias locales con las necesidades del turismo moderno.<br>- Integrar la cultura local, la historia y las tradiciones culinarias en la experiencia turística para hacerla más auténtica y atractiva.<br>- Crear experiencias memorables que resuenen con las necesidades de los turistas.                                       | 6 horas                 |



# PLAN DE ESTUDIOS

| Módulos   | Objetivos de la lección  | Resultados del aprendizaje   | Duración de la lección* |
|---|--|--|-------------------------|
| Módulo 4<br>Motivaciones psicológicas e innovación en el turismo gastronómico | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Analizar las motivaciones turísticas en las experiencias gastronómicas<br>- Aplicar enfoques innovadores en el turismo gastronómico | El alumno podrá:<br>- Desarrollar estrategias para influir en las decisiones turísticas<br>- Crear ofertas gastronómicas más atractivas y exitosas   | 7 horas                 |
| Módulo 5 Marketing  | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Comprender los fundamentos del marketing.   | El alumno podrá:<br>- Desarrollar una perspectiva crítica integrada que permita optimizar las inversiones (costos/esfuerzos) en marketing.<br>- Analizar estrategias de marketing<br>- Diseñar e implementar herramientas de marketing   | 9 horas                 |
| Módulo 6 Plan de negocios   | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Comprender los principios, herramientas y pasos fundamentales involucrados en la elaboración de un plan de negocios.                | El alumno podrá:<br>- Planificar estratégicamente (establecer objetivos claros, diseñar una hoja de ruta detallada, considerando los recursos y las limitaciones del mercado)<br>- Analizar el aspecto financiero<br>- Organizar y gestionar proyectos<br>- Adaptarse y resolver problemas | 10 horas                |
| Módulo 7 TIC aplicadas al turismo gastronómico y marketing digital            | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Utilice campañas de marketing digital para promocionar productos y obtener visibilidad.   | El alumno será capaz de<br>- Establecer las bases para una campaña de marketing digital<br>- Comprender las ventajas de utilizar Google Ads y anuncios en redes sociales   | 12 horas                |



# PLAN DE ESTUDIOS

| Módulos  | Objetivos de la lección  | Resultados del aprendizaje  | Duración de la lección* |
|--|--|---|-------------------------|
| Módulo 8 Proceso de calidad y etiquetado   | Conseguir que el alumno pueda:<br>-Comprender cómo ofrecer y garantizar la calidad de su oferta turística gastronómica así como conocer los distintos sellos y programas de certificación.   | El alumno podrá:<br>- Implementar prácticas adecuadas de seguridad alimentaria<br>- Comprender mejor las diferentes formas de garantizar la calidad en el turismo gastronómico.<br>- Identificar, diferenciar y aplicar sellos de calidad, sostenibilidad y certificación relevantes en el turismo gastronómico.<br>- Incorporar prácticas sostenibles en las ofertas de turismo gastronómico | 10 horas                |
| Módulo 9 Cadena corta de suministro de alimentos para promover la alimentación local | Conseguir que el alumno sea capaz de:<br>- Familiarizarse más con la diversidad de las cadenas cortas de suministro de alimentos<br>-Comprender el valor sostenible (económico, social y ecológico) de las Cadenas Cortas de Suministro de Alimentos | El alumno podrá:<br>- Analizar los beneficios y limitaciones para los productores de diferentes modelos de SFSC<br>- Desarrollar una cadena de suministro corta adaptada a un negocio o grupo de negocios específico<br>- Vincular el SFSC con el turismo (mercados locales, restaurantes, etc.)  | 8 horas                 |
| Módulo 10 Hospitalidad y prestación de servicios al turista                          | Conseguir que el alumno sea capaz de<br>-Familiarizar a los estudiantes con los componentes esenciales para elevar la hospitalidad en el turismo gastronómico.   | El alumno podrá:<br>- Identificar la capacidad turística existente vinculada con la producción/patrimonio cultural<br>- Desarrollar actividades sustentables en la finca/negocio/ofreciendo una experiencia de vida.<br>- Mejorar la actitud hacia los visitantes (locales y extranjeros)   | 8 horas                 |

\*La duración de la lección incluye la lectura de la lección, las actividades, el cuestionario y los recursos complementarios.

Número de proyecto 2022-1-FR01-KA220-VET-  
000086243



# Cultour Gastronomy



Encuentre más en [CultourGastronomy.eu](https://CultourGastronomy.eu) o en  
nuestras cuentas de Facebook e Instagram.



Co-funded by  
the European Union

Financiado por la Unión Europea. Las opiniones y puntos de vista expresados son, sin embargo, responsabilidad exclusiva del/de los autor(es) y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA se hacen responsables de ellas.