



Universidad Nacional de Luján  
Departamento de Tecnología

LUJÁN, 02 DE DICIEMBRE DE 2020

VISTO: La presentación efectuada por la docente María Laura RISIGLIONE, mediante la cual propone la realización de la Actividad Extracurricular: "Curso extracurricular: Investigación, Desarrollo e Innovación de Productos Alimenticios", y

CONSIDERANDO:

Que dicha actividad pretende acercar a los participantes al proceso de investigación, desarrollo e innovación, la importancia de comprender al consumidor y los aspectos regulatorios a observar, en el trayecto desde la generación de la idea a la comercialización de productos alimenticios.

Que la presentación cumple con los requisitos establecidos en las Disposiciones CDD-T N° 227/12 y CDD-T N° 228/12, Reglamento y Formato para la presentación de actividades extracurriculares, respectivamente.

Que tomó intervención la Secretaría Académica del Departamento.

Que la Comisión Asesora Permanente de Actividades Extracurriculares y de Posgrado ha emitido dictamen favorable.

Que la presente disposición se encuadra en la vía excepcional admitida en relación a la forma del acto por el Artículo 8° de la Ley de Procedimiento Administrativo, al emitirse en el marco de la declaración mundial de Pandemia y Emergencia Sanitaria Nacional ampliada por el Coronavirus Covid-19, y en vigencia del Distanciamiento Social Preventivo y Obligatorio, Decreto del Poder Ejecutivo Nacional N° 875/20.

Que la competencia para la emisión de la presente está determinada en el Capítulo VII, Artículo 64 del Estatuto de la Universidad, Resolución A.U. N° 006/00.

Que el Cuerpo trató y aprobó el tema en su sesión ordinaria del día 27 de noviembre de 2020.

Por ello,

EL CONSEJO DIRECTIVO DEL DEPARTAMENTO DE TECNOLOGÍA  
D I S P O N E:

ARTÍCULO 1°.- APROBAR la realización de la Actividad Extracurricular: "Curso extracurricular: Investigación, Desarrollo e Innovación de Productos Alimenticios" bajo la responsabilidad de la docente María Laura RISIGLIONE, que como Anexo forma parte de la presente disposición.-

///

///

-2-

ARTÍCULO 2°.- DETERMINAR que la actividad NO será arancelada para estudiantes de la UNLu. Docentes de la UNLu: \$ 1.500. Participantes externos (incluidos los graduados y otros profesionales): \$ 2.000.-

ARTÍCULO 3°.- Se entregarán certificados de asistencia y/o aprobación, según corresponda.

ARTICULO 4°.- Regístrese, comuníquese al Centro de Asistencia Técnica CATEC, y cumplido, archívese.-

DISPOSICIÓN DISPCD-TLUJ:0000082-20



.....  
Graciela E. ZÚÑEZ  
Secretaria Consejo Directivo  
Departamento de Tecnología



.....  
Dra. Elena B. CRAIG  
Presidente Consejo Directivo  
Departamento de Tecnología

Actividad Extracurricular:  
"Curso extracurricular: Investigación, Desarrollo e Innovación  
de Productos Alimenticios"

ORGANIZACIÓN:

DOCENTE RESPONSABLE: RISIGLIONE, María Laura

DOCENTE CO-RESPONSABLE: PEREZ, Juan Andrés

DISERTANTES: QUIÑOY, Florencia  
SERRANO, Andrea Carolina

FUNDAMENTOS

Según Mera (2018), durante los últimos 10 años, y con una tendencia en alza, se observa que los mercados se encuentran cada vez más segmentados y con consumidores más instruidos para la adquisición de productos y tecnología en general. Consecuentemente, Manzola (2013) indica que resulta ser una tendencia que se vislumbra y derrama en la industria del consumo masivo, con consumidores demandantes no solamente de un producto, sino, además, de una serie de complementos asociados a la inocuidad, la calidad, la salud y la sustentabilidad. En consecuencia, las empresas deben centrar sus esfuerzos en las áreas de investigación, desarrollo e innovación (I&D&i) para la ampliación de su portfollio, con la finalidad de obtener productos novedosos y con cualidades diferenciales para cada uno de los rubros en los que compete en el mercado.

En este proceso, cobra un rol fundamental la interdisciplinaridad: el área de I&D&i se debe vincular transversalmente con las diferentes áreas operativas y decisorias de la empresa, a los fines de alcanzar el éxito en el desarrollo que, en definitiva, consiste en lograr un producto alimenticio que entienda y atienda a las particularidades del público objetivo, satisfaciendo sus necesidades y expectativas. Resulta ineludible que el área de I&D&i trabaje articuladamente con el área de Marketing (MKT), un área particular que tracciona el proceso de investigación de mercado y realiza diferentes estudios sobre las necesidades y preferencias de los consumidores. Al respecto de la factibilidad de los proyectos, también es necesario la intervención del área productiva y de ingeniería, a fin de que las ideas y proyectos, puedan ser efectivamente traducidos en una producción industrial de bienes. Asimismo, áreas como Finanzas, deberán intervenir para evaluar la viabilidad de dichos proyectos.

El ejercicio profesional de técnicos universitarios, licenciados o ingenieros vinculados a los alimentos, que se encuentren trabajando en relación de dependencia o como asesor en el área de I&D&i de una empresa, requiere de un conjunto de competencias (conocimientos, habilidades y actitudes) que son adquiridas mediante la formación curricular y extracurricular durante el desarrollo de la carrera de Ingeniería en Alimentos, y complementadas con el ejercicio de la profesión en el campo disciplinar (Los contenidos mencionados anteriormente son abordados, con menor profundidad, en la asignatura Organización Industrial (Cód. 40944, Disp. PCDT 84-18) del plan de

estudios de la carrera de Ingeniería en Alimentos vigente en la UNLu (Res. HCS 1159-15).

No obstante, en pos de complementar el desarrollo de las actividades áulicas de la mencionada carrera, la presente actividad extracurricular pretende acercar a los participantes de otras carreras afines, que puedan tomar intervención en el proceso de investigación, desarrollo e innovación de productos alimenticios.

#### OBJETIVOS

Acercar a los participantes al proceso de investigación, desarrollo e innovación, la importancia de comprender al consumidor y los aspectos regulatorios a observar, en el trayecto desde la generación de la idea a la comercialización de productos alimenticios.

#### DESTINATARIOS

- Estudiantes avanzados, graduados y docentes de la carrera de Ingeniería en Alimentos, Tecnicatura Universitaria en Industrias Lácteas y/o Inspección de Alimentos de la UNLu.
- Estudiantes avanzados, docentes y graduados de carreras afines.
- Profesionales de la industria de los alimentos, que acrediten experiencia en el campo disciplinar.

#### DURACIÓN Y LUGAR DE REALIZACIÓN

Se propone su realización en el primer cuatrimestre del año 2021, sujeto a las medidas implementadas en materia sanitaria.

El curso se desarrollará de manera presencial, los días viernes de 18 a 21hs y los días sábados de 9.30 a 12.30hs, en un total de 4 encuentros (12hs totales).

#### PROGRAMA DE ACTIVIDADES:

UNIDAD 1: Investigación de Mercados y Tendencias en consumo de alimentos Concepto. Importancia, beneficios, inversión y riesgo asociado. La comprensión del comportamiento del consumidor. Investigación de mercado. Análisis de tendencias. Experiencias compartidas de otros profesionales y/o casos reales.

UNIDAD 2: Investigación, Desarrollo e Innovación en el entorno organizacional I&D&i como proceso transversal. La importancia de la interdisciplinariedad. La influencia de la cultura organizacional en la innovación. I&D&i en pymes y en multinacionales: diferencias y similitudes. El desarrollo en entornos económicos adversos. Experiencias compartidas de otros profesionales y/o casos reales.

UNIDAD 3: Investigación, el Desarrollo y la Innovación Generación de ideas. Planificación (Stage-Gate). Diseño de fórmula, proceso, envase y embalaje. Traducción de conceptos en especificaciones técnicas del prototipo. Desarrollo de proveedores y fasones. Determinación de vida útil. Revisión de aspectos regulatorios e inscripción legal. Escalado (laboratorio, piloto, industrial). Validación. El desarrollo de producto: metodología, ciclo de vida, etapas, características y modelos. Costos en las distintas etapas. Estrategia de producto. Estructura de producto. Tipos. Fuerzas impulsoras del desarrollo. Rediseño de productos. Optimización de procesos. Experiencias compartidas de otros profesionales y/o casos reales.

UNIDAD 4: Marketing Agroalimentario. Proceso de lanzamiento de nuevos productos. Consumer technical insights. Estrategia de Marketing. Segmentación. Marca/Isologo. Publicidad. Experiencias compartidas de otros profesionales y/o casos reales.

UNIDAD 5: Marco normativo y nuevas exigencias Reparos legales: propiedad intelectual. Gestión de marcas. Gestión del diseño y desarrollo desde la norma ISO 9001. Lineamientos de la norma ISO 22.000. Tecnologías emergentes. Análisis de casos reales (éxito y fracaso). Experiencias compartidas de otros profesionales y/o casos reales. Discusión y conclusiones finales.

#### BIBLIOGRAFÍA Y REFERENCIAS

- AEKER, David (1994). Gestión del valor de la marca. Ediciones Díaz Santo. Madrid. España. ISBN: 978 847 978 128 6
- BROCKHOFF, Klaus y GARCÍA ETCHEVERRÍA, Gustavo (1987). Políticas de producto. Ediciones ESIC. Madrid. España. ISBN: 978 847 356 045 0
- KELLOGG'S COMPANY MÉXICO (2012). La innovación en el desarrollo de productos. Revista Énfasis Alimentación. Recuperado de <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/64356-la-innovacion-el-desarrolloproductos>. Fecha de consulta: 11/09/2019
- KINNEAR Tomas. K., BERNHARDT Kennet. L. y KRENTLER Kathleen. A. (1995). Principles of Marketing, 4ta ed. Editorial HarperCollins. New York. ISBN: 0673465551
- KOTLER Philip. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control, 9na ed. Englewood Cliffs. New Jersey. ISBN 0132613638
- LERMA KIRCHNER, Alejandro E. (2010). Desarrollo de nuevos productos: una visión integral. Cengage Learning Editores. México. ISBN: 978 607 481 320 3
- MALHOTRA, Naresh K. (2008). Investigación de mercados, 5ta ed. Editorial Pearson. México. ISBN 978 970 26 1512 5
- MANZOLA, Juan Manuel (2013). ¿Producto o consumidor?. Revista Énfasis Alimentación. Recuperado de <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/66999-producto-o-consumidor>. Fecha de consulta: 11/09/2019
- MERA, Orlando Jorge (2018). Investigación, desarrollo e innovación, el desafío. Forbes. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/investigacion-desarrollo-einnovacion-el-desafio/>. Fecha de consulta: 11/09/2019
- MUÑIZ, Rafael (2014). Marketing del siglo XXI. Ediciones CEF. Madrid. España. ISBN: 978 844 542 108 6 Pág.5
- PLAN DE ESTUDIOS DE INGENIERÍA EN ALIMENTOS (Cód. 01.09). Res. HCS 1159-15. Recuperado de <http://resoluciones.unlu.edu.ar/documento.frame.php?cod=68374>. Fecha de consulta 17/09/2019
- PROGRAMA DE ORGANIZACIÓN INDUSTRIAL (Cód. 40944). Disp. PCDT 84-18. Recuperado de <http://www.certificaciones.unlu.edu.ar/sites/www.certificacions.unlu.edu.ar/files/site/Programas/01/40944.pdf>. Fecha de consulta: 17/09/2019
- SETTEMBRINO, Hugo O. (1995). Innovación, productividad y globalización. CEAE. Buenos Aires. Argentina. ISBN: 950 658 033 2

- SCHNARCH, Alejandro (2001). Nuevo producto: creatividad, innovación y marketing. Editorial Mc Graw Hill. Bogotá. ISBN: 978 958 410 199 0
- VITRAC, Jean Pierre. (1995). La estrategia de producto y diseño en el plan de marketing. Ediciones Gestión 2000. Barcelona. España. ISBN: 978 848 088 037 6

#### CERTIFICACIÓN

Se entregaran certificados de asistencia y /o aprobación, según corresponda.

Requisitos de asistencia: asistir al menos a 3 de 4 jornadas.

Requisitos de aprobación: aprobar examen final integrador, con modalidad Multiple choice, en forma virtual asincrónica.

#### RECURSOS NECESARIOS

Aula acorde a la cantidad de inscriptos, equipo de audio y proyección.

Examen Multiple Choice virtual.

Encuesta de satisfacción (a través de la plataforma de Google Forms).

#### CUPOS

Cupo máximo: 50

Cupo mínimo: 15

#### ARANCELES

NO será arancelada para estudiantes de la UNLu.

Docentes de la UNLu: \$ 1.500.

Participantes externos (incluidos los graduados y otros profesionales): \$ 2.000.-

#### INSCRIPCIÓN Y PAGO (según corresponda)

Se realizará a través del Centro de Asistencia Técnica (CATEC)

#### PRESUPUESTO:

No requerido.

Se cubrirán los gastos del Coffee Break con el monto que se recaude de las inscripciones.

Se solicitará al Departamento de Tecnología, la cobertura de los viáticos o la gestión del transporte en vehículo oficial de los disertantes externos, en caso de que sea solicitado por los mismos.



.....  
Graciela E. ZÚÑEZ  
Secretaria Consejo Directivo  
Departamento de Tecnología



.....  
Dra. Elena B. CRAIG  
Presidente Consejo Directivo  
Departamento de Tecnología