



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

**“MODELO DE GESTIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE
PRODUCTOS PERECEDEROS EN EL HOTEL MARQUEZ DE RIO
DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, 2013”.**

TESIS DE GRADO

Previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Gestión Gastronómica

MAYCOL FABIÁN HINOJOSA MARCHÁN

RIOBAMBA – ECUADOR

2013

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

Lcda. Jessica Robalino V.

DIRECTORA DE TESIS

CERTIFICADO

Los miembros de tesis, certifican que la investigación titulada “Modelo de Gestión para la Adquisición de Productos Perecederos en el Hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba, 2013”; de responsabilidad del señor Maycol Fabián Hinojosa Marchán, ha sido revisada y se autoriza su publicación.

Lcda. Jessica Robalino V.

DIRECTORA DE TESIS

Ing. Franklin Proaño M.

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba, 15 de julio del 2013

AGRADECIMIENTO

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de Salud Pública y en especial a la Escuela de Gastronomía, por capacitarme para ser un excelente profesional en la vida y sobresalir en el ámbito gastronómico.

A la Lcda. Jessica Robalino Directora de Tesis, Ing. Franklin Proaño Miembro de Tesis, por guiarme en la elaboración de la presente.

Un especial agradecimiento al Señor Diego Serón, Gerente – Propietario del hotel Marquez de Rio por permitirme realizar en primer lugar mis practicas pre profesionales y a continuación mi tesis de grado de mencionado Hotel.

A mis profesores por sus conocimientos impartidos a lo largo de mi carrera estudiantil.

DEDICATORIA

PARA TI: MADRECITA

Hoy 19 de Abril del 2013 dedico esta Tesis de Grado al ser más maravilloso del mundo "Mi Madre" por todo el amor y admiración que tengo para ti.

Madre quiero que sepas que en el presente trabajo he puesto todo mi esfuerzo y dedicación para ser un gran profesional y que así te sientas orgullosa de mí.

RESUMEN

El objetivo de la investigación es desarrollar un modelo de gestión para la adquisición de productos perecederos en el Hotel Marquez de Riode la ciudad de Riobamba, 2013. El presente estudio se desarrolló tomando en cuenta las características de una investigación de tipo descriptivo no experimental de corte transversal. Se receptó la información aplicando encuestas al Gerente, administrador y personas encargadas del proceso de adquisición de productos perecederos. Luego de la tabulación, análisis, e interpretación de datos, se obtuvo resultados con los cuales se determinó la aplicación de un modelo de gestión de adquisición de productos perecederos mediante un manual de procedimientos. El objetivo principal del manual es proporcionar métodos y herramientas necesarias para la adquisición de productos perecederos mediante la selección de proveedores potenciales y así tomar la mejor decisión en cuanto a producto, precio, calidad; con el fin de mejorar el margen de utilidad. El manual de procedimientos tiene la finalidad de aportar con información importante y necesaria para que el personal administrativo conozca sobre las generalidades que debe tomar en cuenta para la correcta selección de proveedores y adquisición de productos perecederos. La información proporcionada en este manual, a su vez, permitirá capacitar a futuros trabajadores que se desempeñen como Administradores, encargados del área de compras y recepción. Este manual está dirigido al Gerente, administrador y personas encargadas del proceso de adquisición de productos perecederos.

ABSTRACT

The purpose of this investigation is to develop a management model for perishable goods acquisition at Marquez de Rio Hotel in the city of Riobamba, 2013. The current study was developed taking into account investigative characteristics of a cross-sectional non-experimental descriptive type. All information was compiled by collecting the survey responses of the following personnel: the hotel manager, the administrator, and the attendants in charge of the acquisition process for perishable goods. After data tabulation, analysis and interpretation, the obtained results determined the management model application for perishable products acquisition through the use of a procedure handbook. The handbook's main objective is to provide needed methods and tools for perishable products acquisition by potential suppliers; thus, making the best decision concerning product, price, and quality with the purpose of improving profit margin. The handbook procedure gives important information needed by the administrative personnel, so that they know the generalities which should be taken into consideration for the right selection and acquisition of perishable goods and suppliers. The provided information in this handbook will facilitate training of future employees who will become administrators in charge of the areas of purchasing and reception. Therefore, the handbook is intended for the manager, administrator and attendants in charge of the acquisition process for perishable products.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

I.INTRODUCCIÓN.....	1
II.OBJETIVOS.....	2
A. GENERAL.....	2
B. ESPECÍFICOS.....	2
III. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL.....	3
3.1. GESTIÓN.....	3
3.1.1. Tipos de gestión.....	3
3.1.1.1. Gestión Social.....	3
3.1.1.2. Gestión de Proyecto.....	3
3.1.1.3. Gestión de Conocimiento.....	4
3.1.1.4. Gestión Gerencial.....	4
3.1.1.5. Gestión Financiera.....	4
3.1.1.6. Gestión Pública.....	4
4.2. ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS.....	4
4.3. PRODUCTO PERECEDERO.....	5
4.3.1. Características organolépticas de los productos percederos.....	6
4.3.2. Como evaluar el sabor y la textura.....	8

4.3.3. Propiedades organolépticas.....	9
4.3.3.1. El gusto.....	9
4.3.3.2. Olor.....	10
4.3.3.3. Color.....	10
4.3.3.4. Textura.....	11
4.4. LOS PROVEEDORES.....	11
4.4.1. El proveedor.....	11
4.4.2. Tipos de proveedores.....	12
4.4.2.1. Proveedor interno.....	12
4.4.2.2. Proveedor externo.....	12
4.4.2.3. Proveedor de bienes.....	13
4.4.2.4. Proveedor de servicios.....	13
4.4.2.5. Proveedor de recursos.....	14
4.5 SELECCIÓN DEL PROVEEDOR.....	14
4.5.1. Control de los riesgos.....	17
4.5.2. Evaluación de las ofertas.....	18
4.5.3. Los factores de selección.....	19
4.5.4. Selección del proveedor.....	20

4.5.5. Contacto del proveedor.....	21
4.5.6. Buenas relaciones con los proveedores.....	22
4.6. MÉTODO DE COMPRAS.....	22
4.6.1. Solicitud de compras.....	22
4.7. TIPOS DE COMPRA.....	23
4.7.1. Compras autorizadas.....	23
4.7.2. Compras no autorizadas.....	23
4.7.3. Compras centralizadas.....	24
4.8. PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA.....	24
4.8.1. Proceso para realizar compras.....	25
4.8.1.1. Planificar anticipadamente el menú.....	25
4.8.1.2. Prestar atención a ofertas o listas de precios.....	25
4.8.1.3. Repasar la despensa de su cocina.....	25
4.8.1.4. Confeccionar una lista.....	25
4.9. TÉCNICAS DE COMPRAS.....	25
4.10. RESPONSABILIDAD DE LA PERSONA ENCARGADA DE COMPRA.....	26
IV. METODOLOGÍA.....	28

A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	28
B.	VARIABLES.....	28
1.	<u>Identificación</u>	28
2.	<u>Operacionalización</u>	28
C.	TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	29
D.	POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO.....	29
E.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	30
V.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	31
VI.	CONCLUSIONES	57
VII.	RECOMENDACIONES	58
VIII.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	59
IX.	ANEXOS	62
9.1	Encuesta	63
X.	PROPUESTA	65
10.1.	MANUAL DE PROCEDIMIENTOS	65
10.2.	JUSTIFICACIÓN	65
10.3.	OBJETIVOS	66
A.	OBJETIVO GENERAL.....	66
B.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	66
10.4.	ALCANCE	67
10.5.	PARTICIPANTES	67
	MANUAL	68

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N 1: Compra de productos perecederos

TABLA N° 2: Entrega de productos en el establecimiento

TABLA N° 3: Proveedores de lácteos y huevos

TABLA N° 4: Proveedores para carnes, mariscos y charcutería

TABLA N° 5: Proveedores para frutas y verduras

TABLA N° 6: Lista de productos que necesita

TABLA N° 7: Comparación de precios entre proveedores

TABLA N° 8: Facilidad de pago

TABLA N° 9: Condiciones organolépticas del producto

TABLA N° 10: Peso adecuado de los productos

TABLA N° 11: Contrato con los proveedores

TABLA N° 12: Costo acorde al mercado

TABLA N° 13: Descuento de acuerdo al volumen de compra

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: Compra de productos perecederos

GRÁFICO N° 2: Entrega de productos en el establecimiento

GRÁFICO N° 3: Proveedores de lácteos y huevos

GRÁFICO N° 4: Proveedores para carnes, mariscos y charcutería

GRÁFICO N° 5: Proveedores para frutas y verduras

GRÁFICO N° 6: Lista de productos que necesita

GRÁFICO N° 7: Comparación de precios entre proveedores

GRÁFICO N° 8: Facilidad de pago

GRÁFICO N° 9: Condiciones organolépticas del producto

GRÁFICO N° 10: Peso adecuado de los productos

GRÁFICO N° 11: Contrato con los proveedores

GRÁFICO N° 12: Costo acorde al mercado

GRÁFICO N° 13: Descuento de acuerdo al volumen de compra

I. INTRODUCCIÓN

El trabajo de investigación denominado “Modelo de gestión para la adquisición de productos perecederos en el Hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba, 2013.” tiene como objetivo general desarrollar un modelo de gestión para la adquisición de productos perecederos de dicho restaurante cuyo modelo de investigación es de tipo descriptivo no experimental de corte transversal.

Se realizó un diagnóstico del proceso de adquisición de productos perecederos del Hotel. Se trabajó del total de la población con el método del censo debido a la toma reducida de la muestra encuestando así al gerente, administrador, encargados de recepción de alimentos, y ala recepcionista que suman un total de 6 personas.

Se realiza una propuesta, “Adquisición de productos perecederos del hotel Marquez de Rio” en el que se establece la gestión y los procesos para adquirir productos perecederos con el fin de contar con varios proveedores potenciales para la adquisición de los productos perecederos y así tomar la mejor decisión en cuanto a proveedor, producto, precio y así mejorar el margen de utilidad.

II. OBJETIVOS

A. GENERAL

- Desarrollar un modelo de gestión para la adquisición de productos perecederos en el Hotel Marquez de Riode la ciudad de Riobamba.

B. ESPECÍFICOS

- Analizar la situación actual de adquisición de productos perecederos en el Hotel Marquez de Riode la ciudad de Riobamba.
- Establecer los procesos de gestión para la selección de proveedores y adquisición de productos perecederos.
- Proporcionar la aplicación de un modelo de gestión de adquisición de productos perecederos mediante un manual de procedimientos.

III. MARCO TEÓRICO

4.1. Gestión

La Gestión es una guía para orientar la acción, previsión, visualización y empleo de los recursos y esfuerzos a los fines que se desean alcanzar, la secuencia de actividades que habrán de realizarse para lograr objetivos y el tiempo requerido para efectuar cada una de sus partes y todos aquellos eventos involucrados en su consecución. (1)

4.1.1. Tipos de gestión

4.1.1.1. Gestión Social

Es un proceso completo de acciones y toma de decisiones, que incluye desde el abordaje, estudio y comprensión de un problema, hasta el diseño y la puesta en práctica de propuestas.

4.1.1.2. Gestión de Proyecto

Es la disciplina que se encarga de organizar y de administran los recursos de manera tal que se pueda concretan todo el trabajo requerido por un proyecto dentro del tiempo y del presupuesto definido.

4.1.1.3. Gestión de Conocimiento

Se trata de un concepto aplicado en las organizaciones, que se refiere a la transferencia del conocimiento y de la experiencia existente entre sus miembros. De esta manera, ese acervo de conocimiento puede ser utilizado como un recurso disponible para todos los miembros de la organización.

4.1.1.4. Gestión Gerencial

Es el conjunto de actividades orientadas a la producción de bienes (productos) o la prestación de servicios (actividades especializadas), dentro de organizaciones.

4.1.1.5. Gestión Financiera

Se enfoca en la obtención y uso eficiente de los recursos financieros.

4.1.1.6. Gestión Pública

No más que modalidad menos eficiente de la gestión empresarial.

4.2. ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS

La adquisición de productos es uno de los actos más comúnmente repetidos a lo largo del día en la economía de mercado.

Es mediante la compra o adquisición de un producto, normalmente sujeta al pago de un precio, que los consumidores entramos en contacto con los empresarios y profesionales que nos los facilitan a cambio del precio pactado. El lugar de encuentro de los que adquirimos productos y de los que nos los venden es el mercado, un lugar donde idealmente deberíamos acudir con plena información sobre el producto que mejor cubre nuestras necesidades.

Sin embargo, cuando la oferta de bienes y servicios supera con creces a su demanda, además de abrirse la competencia entre los ofertantes, que es cierto que nos abre el abanico de la elección, se abre una brecha en la información de que disponemos para elegir y quedamos expuestos a la publicidad y todo tipo de técnicas comerciales que dificultan nuestra elección racional.

4.3. PRODUCTO PERECEDERO

Se conoce como alimentos perecederos a aquellos que inician su descomposición de manera rápida y sencilla. Este deterioro está determinado por factores como la temperatura, la presión o la humedad.

Las carnes, las verduras, las frutas y los lácteos son algunos de los alimentos perecederos, que deben conservarse en frío y consumirse antes de determinada fecha (la fecha de caducidad o fecha de vencimiento) para evitar que se descompongan y se echen a perder.

Las bacterias y los hongos están entre los microorganismos capaces de destruir los alimentos perecederos. Estos alimentos frescos cuentan con enzimas que favorecen la degradación y que alteran el sabor y la textura, entre otras características.

Para conservar los alimentos perecederos, la mejor opción es utilizar heladeras (también conocidas como frigoríficos o refrigeradores) o congeladores que ofrecen un entorno con bajas temperaturas.

Otra posibilidad es incluir aditivos químicos como sales o ácidos en los alimentos para evitar el desarrollo de microorganismos. De esta forma, los alimentos logran conservar sus propiedades nutricionales más tiempo. (3)

4.3.1. Características organolépticas de los productos perecederos

Las propiedades organolépticas de los alimentos, materias primas alimentarias, tienen un efecto determinante sobre su consumo y éxito comercial. De aquí la necesidad de estudiar, definir y evaluarlas correctamente.

Existe una corriente claramente favorable hacia los alimentos que conservan sus propiedades sensoriales más puras.

a. Características de la carne

Características aceptables

- Color: Rojo brillante sin manchas.
- Olor: Característico, agradable.
- Textura: Firme al tacto.

Características inaceptables

- Color: Verdoso o café oscuro, descolorida en el tejido elástico, presencia de manchas, color café, verde y púrpura son signos de ataque microbiano.
- Olor: Rancio, desagradable, presencia de impurezas.

b. Características del Pollo

Características aceptables

- Color: Característico, homogéneo, blanco uniforme, sin manchas o pigmentos extraños.
- Olor: Característico agradable
- Textura: Firme al contacto, libre de presencia de sustancias viscosas

Características inaceptables

- Color: Verdosa o amarillada; presencia de manchas.
- Textura: Blanda y pegajosa.
- Olor: Anormal, desagradable, presencia de impurezas.

c. Características de las Hortalizas y verduras.

Características aceptables

- Color: Natural, brillante y sin manchas.
- Olor: Característico y agradable.
- Textura: Suave y firme al tacto.

Características inaceptables

- Presencia de deterioro irrumpido por insectos o larvas, tierra o materiales extraños.
- Olor: Desagradable.

d. Características de Lácteos

- Color: Característico, homogéneo
- Olor: Característico, agradable
- Textura: Lisa, bordes limpios.

No es aceptable la presencia de mohos o partículas extrañas, goteos de algún tipo de olor desagradable, rancio o fermentado.

4.3.2. Como evaluar el sabor y la textura

Como es lógica la evaluación de estas propiedades, es realizada mediante paneles de prueba específicamente entrenados para la determinación y apreciación de sabores y aspecto de determinados productos. Los paneles son difíciles de constituir y de mantener, la tendencia actual es de sustituir o por lo menos complementar los paneles por métodos no sensoriales, como puede ser en el caso del olor por cromatografía de gases y descripción sensorial sistemática por expertos. Los métodos actuales en química del sabor son limitados, y tecnológicamente no demasiado avanzados.

La evaluación por paneles como hemos expresado anteriormente debe estar dirigida al sujeto concreto.

4.3.3. Propiedades organolépticas

- Gusto - Sabor
- Olor
- Color - Aspecto
- Textura

4.3.3.1. El gusto

Como se ha indicado anteriormente la percepción del gusto se efectúa en las papilas gustativas situadas en la lengua y en el paladar.

Las sustancias no tienen en general un sabor único: lo que se percibe suele ser una sensación compleja originada por uno o más de los gustos básicos: ácido, salado, dulce y amargo.

Los productos que presentan gustos ácidos, salados y dulces permiten -en general- establecer reglas asociadas a las funciones químicas o a la estructura química del producto. Los gustos salinos provienen en general de sales inorgánicas; los gustos dulces pueden predecirse a partir de la estructura química; los gustos ácidos están definidos por funciones carboxílicas en producto orgánicos y en el gusto característico de los ácidos inorgánicos.

El gusto amargo no obedece a reglas y en general suelen presentarse gustos amargos en estructuras químicas muy dispares. Sin embargo, en aminoácidos y péptidos de bajo peso molecular existen reglas bastante bien documentadas para predecir el gusto. Como curiosidad señalaremos que el gusto amargo en bajas concentraciones sirve para resaltar o mejorar el sabor de los alimentos y en ciertos casos como medida de la calidad.

4.3.3.2. Olor

La percepción del olor de los productos está situada en las fosas nasales. Se emplean varias técnicas para evaluar olores. Además de las técnicas instrumentales que emplean cromatografías de gases y detectores de masas, las técnicas manuales implican el conocimiento de cómo los receptores perciben los olores. El gusto es menos dependiente de la intensidad, el olor es función de

la interacción con los receptores olfativos y esta puede variar en intensidad (concentración), temperatura (más volátiles) y tiempo de exposición y en algunos casos la presencia de aditivos que aumentan la sensibilidad de los receptores

4.3.3.3. Color

De las propiedades organolépticas es la que más fácilmente puede ser estandarizada su evaluación.

Existen escalas de colores bien definidas que permiten comparar el color de soluciones líquidas y sólidos, y espectrofotómetros especializados en la determinación del color.

No obstante se debe describir el color de los productos ya que hay matizaciones que sólo el ojo humano es capaz de hacer.

Tanto en líquidos como en sólidos pueden presentarse interferencias en la percepción del color: transparencia, opalescencia en líquidos, tamaño de partícula, brillo, opacidad en sólidos.

4.3.3.4. Textura

La textura en sólidos en polvo y la apariencia en líquidos nos sirven para describir conjuntamente varias propiedades físicas. La textura de los sólidos está influida por el tamaño de partícula, la higroscopicidad del producto, el molturado, la plasticidad, etc.

4.4. LOS PROVEEDORES

4.4.1. El proveedor

En sentido general, un proveedor es la persona que tiene a su cargo proveer o abastecer de todo lo necesario. Según esta definición, como podemos suponer, cuando hablamos del proveedor de un restaurante nos referimos a la persona o grupo a quien se le compra todo lo que sean productos alimenticios, por lo que será un elemento de referencia imprescindible en el tema de las compras. Es necesario tener en cuenta que un proveedor puede ser muy eficiente en un principio, pero con el tiempo podría cambiar sus condiciones o la calidad de los productos que entrega. En ese caso sería conveniente desestimarlos.

4.4.2. Tipos de proveedores

Hay varios tipos de proveedores que denominaremos de forma distinta en función de sus diversas características.

- Elegidos obligados desestimados – fabricantes
- Habituales -- productores
- Ocasionales – ganaderos
- Potenciales -- mayoristas
- Detallistas
- Cooperativista

4.4.2.1. Proveedor interno

Un proveedor está clasificado como interno si las mercancías que se están entregando ya han sido introducidas previamente en la gestión de stocks (es decir, si el proveedor que suministra las mercancías es un centro). El sistema trata el movimiento de mercancías en forma de pedido de traslado o de entrega.

4.4.2.2. Proveedor externo

El escenario más común es el de un proveedor externo que tiene un surtido particular de mercancías en oferta en condiciones de set. Cuando se ofrecen condiciones diferentes para algunas partes del surtido, el surtido puede dividirse en surtidos parciales. Las mercancías de un proveedor externo las pide un centro mediante un pedido de compras.

4.4.2.3. Proveedor de bienes

Empresa o persona física, cuya actividad se refiere a la comercialización o fabricación de algún producto, los cuales tienen un valor monetario en el mercado, así mismo los proveedores de bienes tienen como característica principal de satisfacer una necesidad tangible del mercado. Ejemplo de proveedores de bienes: Empresas dedicadas a la venta de mercancías varias como; muebles, artículos de oficina, mercancía para la reventa de cualquier tipo, empresas dedicadas a la extracción, transformación y fabricación de objetos cuya finalidad sea la comercialización. y los proveedores de la comercialización.

4.4.2.4. Proveedor de servicios

Empresa o persona física, cuya actividad busca responder las necesidades del cliente, que por su característica principal de servicio es intangible, es decir que no se puede tocar, pero así mismo el servicio está apoyado por bienes tangibles para lograr dicha actividad. Ejemplo de proveedores de servicios: Compañías telefónicas, de internet, transporte de mercancías y personal, servicios públicos y para estatales como luz, agua, así como servicios de entretenimiento, televisión, mantenimiento y otros. Es de vital importancia para las empresas establecer relaciones comerciales con este tipo de proveedores ya que una adecuada selección de estos, significara un beneficio en el funcionamiento y operación de la empresa.

4.4.2.5. Proveedor de recursos

Empresa o persona física, cuya finalidad es satisfacer las necesidades de la empresa de recursos del tipo económico. Como los son créditos, capital para la empresa, socios, etc. Ejemplos de proveedores de recursos: Bancos, financieras, prestamistas, gobierno, socios capitalistas.

4.5. SELECCIÓN DEL PROVEEDOR

En primera instancia, a nivel operativo, hay tres elementos que deben conjugarse en el momento de selección: calidad, precio y entrega. Con respecto a la calidad, el comprador debe asegurarse que el producto que está recibiendo provenga de procesos productivos en los que se cumpla con normas del Ministerio de Salud,

que regula las Condiciones Básicas de Higiene en la Fabricación de Alimentos – Buenas Prácticas de Manufactura.

Están obligados a cumplir con este decreto todos los establecimientos destinados a la fabricación, procesamiento, envase, almacenamiento y expendio de alimentos. Existe otra certificación en el medio que es la HACCP, Análisis de Peligros y Control de Puntos Críticos, un sistema de aseguramiento de la calidad sanitaria o inocuidad.

Para asegurar este cumplimiento, el comprador no sólo debe limitarse a solicitar los certificados obtenidos por el proveedor, sino realizar inspecciones a sus plantas, que deben quedar plasmadas en un formulario integral de evaluación elaborado por el comprador. Esta evaluación dará como resultado la aprobación del proveedor, su rechazo o su aprobación temporal, que permitirá trazar planes de mejoramiento de locaciones, procesos, etc., de modo que una vez corregidas las desviaciones en un tiempo fijado por las dos partes, el proveedor quede aprobado.

Dentro de los elementos a evaluar en cuanto a calidad, pueden mencionarse el personal manipulador de alimentos, los requisitos higiénicos de fabricación, el aseguramiento de control de calidad, saneamiento y almacenamiento, la certificación ISO y HACCP.

En cuanto a fabricación, se deben tener en cuenta aspectos como edificaciones, equipos instalados, capacidad instalada, velocidad de respuesta, flexibilidad en cambios de producción, mantenimiento y estandarización de procesos.

Como segundo elemento está el precio o, en general, las condiciones comerciales. El comprador debe asegurar que el precio cobrado por el proveedor sea justo. ¿Pero qué es un precio justo? ¿Cómo se sabe cuál es el precio? En este sentido, los compradores deben hacer investigación de mercado de los precios, llevar históricos de la variación de éstos y estar informados de los elementos que pueden afectar esta variable, como condiciones climáticas, movimientos micro y macroeconómicos de la industria, y aumento o disminución de exportaciones del producto, con el fin de entender dichas variaciones y saber si el precio cobrado por el proveedor está de acuerdo al mercado y a los movimientos mencionados.

Dentro de los elementos a evaluar en lo que respecta a las condiciones comerciales pueden mencionarse: precios competitivos, plazos de pago, descuentos por volumen, descuentos financieros por pronto pago, descuentos por entregas centralizadas, asistencia técnica y servicio al cliente, atención de quejas y reclamos y política de devoluciones.

El tercer elemento es la logística de entrega del proveedor. El comprador debe asegurar que el proveedor se ajuste a las necesidades del establecimiento, y que éstas se basen en capacidades de almacenamiento y durabilidad de los productos. No obstante, hay que tener mucho cuidado que este ajuste no se lleve al extremo de que el proveedor atienda las faltas de planeación del cliente, que lo llevará a tener una logística no planeada y costosa, y que al final, dichos sobrecostos terminarán siendo pagados por el cliente final.

Dentro de los elementos a evaluar en lo que respecta a la entrega pueden mencionarse en cuanto a capacidades de despacho las siguientes: condiciones de flota de distribución, cobertura, tiempos frecuencia y oportunidades de entrega, y flexibilidad en cambios de distribución.

4.5.1. Control de los riesgos

Los tres elementos mencionados son sólo la primera etapa del proceso de selección y evaluación. El comprador institucional debe ir un poco más allá de esta parte transaccional y evaluar también al proveedor a nivel general en su gestión empresarial.

Por un lado, el proveedor debe estar alineado con las metas y estrategias de la empresa compradora. Un ejemplo de esto es que nuestra empresa tenga unas metas de crecimiento definidas para años venideros. El comprador debe asegurarse de que el proveedor tenga como mínimo las mismas metas de crecimiento, ya que si su proyección está por debajo de la del comprador, en un momento dado no va a tener suficiente producto para abastecer y el comprador tendrá que conseguir otro u otros proveedores que le satisfagan la totalidad de su demanda.

Otro elemento importante que nunca es tenido en cuenta es al ambiente laboral del proveedor. Empleados insatisfechos procesan productos de mala calidad, implementan malas logísticas y en casos extremos, estos empleados, tratando de hacerle un mal al proveedor, boicotean la producción dañando

intencionalmente los productos y terminan haciéndole un daño al comprador y al consumidor final.

Finalmente, es importante conocer los estados financieros del proveedor. Empresas sanas económicamente le dan seguridad al comprador, de que se trata de un abastecimiento seguro y de buena calidad. Empresas con dificultades financieras, en su afán de reducir costos, pueden poner en riesgo la calidad de sus productos, pueden incumplirle en los pagos a sus propios proveedores generando suspensión en despachos de sus materias primas, lo que a su vez genera paros en producción y suspensión del abastecimiento de sus propios productos terminados. Empresas con altos endeudamientos presentan condiciones de pago de sus clientes muy restrictivas, por la necesidad de altos flujos de caja. Como puede observarse, el conocimiento claro de las condiciones financieras de nuestros proveedores nos da un panorama mucho más claro de cómo será el comportamiento del abastecimiento de nuestras materias primas.

Es importante resaltar que los elementos mencionados para la selección y evaluación del proveedor son cambiantes, por lo que es necesario que sean evaluados periódicamente. De este punto en adelante, una vez el proveedor empiece a abastecernos, debe montarse un proceso de evaluación del desempeño de la operación día a día, en el que deben medirse elementos como cumplimiento en horarios, calidad y condiciones de transporte, pero esta evaluación, ya es harina de otro costal.

4.5.2. Evaluación de las ofertas

Para desarrollar una buena política de compras es necesario analizar, valorar y comparar las ofertas solicitadas una vez que las hayamos recibido.

La petición de ofertas y presupuestos se puede enviar para adquirir un producto de comprar habitual o un nuevo producto.

No obstante, en ambos casos es importante evaluar factores como la calidad del producto, el precio, los descuentos, el plazo de entrega, los gastos de transporte, el embalaje, la forma de pago y otros parámetros como la reputación del proveedor, el servicio que ofrece en caso de reposición, el servicio postventa.

Los pasos a seguir para evaluar y comparar la información recibida son los siguientes:

- **Preseleccionar las ofertas recibidas.** Para sintetizar el trabajo eliminaremos la oferta del proveedor que no se ajusta a nuestras condiciones principales.
- **Completar una ficha para cada proveedor.** La ficha debe contener los datos de identificación de la empresa, los productos que puede suministrar y las condiciones comerciales que ofrece.
- **Elaborar un cuadro comparativo de ofertas.** Este cuadro resumen debe reflejar información sobre aspectos principales como el precio o la calidad.

4.5.3. Los factores de selección

Los elementos de selección que se valoran en las ofertas se agrupan en factores económicos, de calidad y de servicio.

- **Los factores económicos** son precio unitario, descuentos comerciales y rappels; gastos de transporte, embalaje, carga y descarga, etc.
- **Los factores de calidad** son evaluables cuando la prioridad principal es la calidad del producto, haciendo un estudio sobre las muestras recibidas, las características técnicas, las pruebas de funcionamiento, etc.
- **Los factores de servicio** comprenden otros aspectos comerciales relacionados directa o indirectamente con el artículo, como el plazo de entrega, el servicio postventa, asistencia técnica y atención al cliente, período de garantía, prestigio del proveedor, aceptación del producto en el mercado.

4.5.4. Selección del proveedor

El análisis y valoración de ofertas indican el proveedor o proveedores que más se ajustan a nuestras condiciones. Pero, a veces, este estudio es insuficiente para tomar una decisión y solicitar el pedido.

El proceso de valoración de ofertas permite hacer una preselección entre los proveedores que transmiten a través de su oferta una imagen de empresa garante, con solidez financiera y productos de calidad. No obstante, debemos asegurarnos de que lo avalado en la oferta es cierto.

Los factores del producto y el proveedor están relacionados con:

- Las características técnicas y la facilidad de uso.
- La formación ofrecida por el suministrador y el tiempo requerido para ello.

- La flexibilidad del proveedor para adaptarse a las necesidades del cliente.
- La confianza y entendimiento entre comprador y vendedor, que aseguran la comodidad en el suministro del pedido.

Los factores de la empresa compradora se relacionan con el tipo de comprar, el riesgo percibido y el tiempo disponible. Estos factores derivan directamente de la organización del proceso de compra.

Una vez elegido el proveedor o proveedores, debemos enviar una carta o mensaje a cada uno de los proveedores que nos han enviado sus ofertas.

A los proveedores no seleccionados pondremos la causa, y al proveedor seleccionado por qué le hemos seleccionado.

4.5.5. Contacto del proveedor

En el momento de solicitar una información se debe tener a mano la información necesaria.

La efectividad de la operación es conocer cuál es el canal que vamos a utilizar:

Revistas

Folletos

Impresos de proveedores

Lista de precios

Registro de proveedores

4.5.6. Buenas relaciones con los proveedores.

Un proveedor digno de confianza es de gran ventaja para el establecimiento, obtener su lealtad es gran ventaja, agilizando el procedimiento de compras con calidad.

4.6. MÉTODO DE COMPRAS

4.6.1. Solicitud de compras

Ante la necesidad de uno o varios productos es necesario empezar con una solicitud de compras, elaborada por el jefe de sección o jefe de almacén según la situación expuesta en la operación. Este documento es interno y su flujo está entre el solicitante, jefe de compras, y la gerencia que determina y autoriza la cantidad aprobada.

Cuando se elabora una solicitud de compra es necesario conocer la fecha de la última compra, precio, proveedor, tiempo que duro la compra y cuál fue su rentabilidad, su existencia, cantidad y fecha requerida, unidad, cantidad descripción del artículo y uso.

Esta solicitud es firmada por el jefe de sección, jefe de almacén y V.B de la gerencia consta de un original, se queda en la sección que solicito y una copia a oficina de compras.

Una vez aprobada por la gerencia, el departamento de compra se apresta a elaborar tres cotizaciones por producto, solicitando información sobre: valor unitario, descuento, transporte, y condiciones de pago.

Después de efectuar la cotización y aprobada las condiciones y garantías por parte del proveedor el departamento de compras debe realizar inmediatamente la orden de compras o de servicio. Teniendo en cuenta toda la información obtenida en las cotizaciones.

4.7. TIPOS DE COMPRA

4.7.1. Compras autorizadas

Usadas para mercancías de stock, su monto es alto y necesitan estudio para su ejecución debe almacenarse.

4.7.2. Compras no autorizadas

Usadas para mercancías perecederas, de fácil descomposición y de uso inmediato.

Las cantidades que se compren todos los días se deben de planear cuidadosamente según la estimación de la venta y no con el fin de mantener lleno el almacén del establecimiento. El inventario debe revisarse cuidadosamente para asegurarse de no bajar al mínimo, por ejemplo la leche, huevos, queso, yogur etc.

4.7.3. Compras centralizadas

Son aquellas ejecutadas por una oficina que se relacionan con todas las dependencias de la empresa que se contacta con los proveedores para llevar a cabo una misión logística.

El objetivo del departamento de compras es asegurar la calidad y suministrar los alimentos en fechas necesarias, teniendo en cuenta el precio aceptable con las garantías posibles.

4.8. PROCESO DE DECISIÓN DE COMPRA

Reconocimiento de una necesidad: aquí el propietario del establecimiento dará a conocer las necesidades en cuanto a los productos que desee.

Elección del nivel de participación: el esfuerzo que el consumidor está dispuesto a realizar para satisfacer la necesidad.

Identificación y evaluación de alternativas: después de identificar todas las alternativas posibles el consumidor evaluará sus opciones para tomar una decisión, dependiendo de las ventajas y desventajas que tenga entre uno y otro.

Decisiones de compra y decisiones relacionadas con ella: las decisiones que se tome serán de mucha importancia ya que estas incidirán en la satisfacción de los clientes.

4.8.1. Proceso para realizar compras

El primer paso es la planificación de los alimentos que queremos comprar. Para ello, sugerimos los siguientes pasos:

4.8.1.1. Planificar anticipadamente el menú (diario o semanal, dependiendo de qué manera realicemos la compra), tratando de incorporar una gran variedad de alimentos y de respetar las raciones de la pirámide.

4.8.1.2. Prestar atención a ofertas o listas de precios de alimentos que podemos encontrar en los periódicos o revistas. Compare precios y calidad, no elija sólo por marcas.

4.8.1.3. Repasar la despensa de su cocina, para no comprar algo que todavía tengamos en suficiente cantidad.

4.8.1.4. Confeccionar una lista con los alimentos a comprar, con tres columnas: alimentos frescos, no perecederos y congelados; de esta forma le daremos un orden a la compra, y evitaremos pérdidas de calidad de los productos.

4.9. TÉCNICAS DE COMPRAS

Para adquirir los productos de manera eficaz, hay varias formas de comprar, cada una con unos rasgos diferentes. La elección de un método u otra está en función de los siguientes puntos:

Las características del establecimiento

Las peculiaridades de los productos

Los tipos de proveedores

Deberá escoger el método que más le convenga en función de las características de su establecimiento. No es lo mismo un restaurante de carretera que un restaurante vegetariano emplazado en una ciudad.

También se puede emplear a la hora de comprar varios métodos a la vez, puesto que es posible que cada tipo de producto tenga un método más adecuado. Por ejemplo, la relación de compra que se establece para el suministrador de pescado fresco no puede ser, lógicamente, la misma que la que se establece para el distribuidor del agua embotellada.

4.10. RESPONSABILIDAD DE LA PERSONA ENCARGADA DE COMPRA

Es recibir solicitudes de compras para luego poner a funcionar toda la logística con objetivo de conseguir los productos de buena calidad, cantidad con un precio competitivo del mercado donde se desarrolle su actividad.

Deben tener todas las alternativas para suplir emergencias en caso de no contar con transporte ó sencillamente un pedido de emergencia conocer donde conseguirlo en el tiempo exacto con efectividad y eficacia:

Deberá recibir las solicitudes de compra/ lista de mercado

Deberá elaborar las cotizaciones.

Deberá elaborar las órdenes de compra.

Escogerá los proveedores.

Negociará con los proveedores.

Entrevistará a los proveedores.

Analizará las ofertas y comparará precios competitivos.

Conseguirá toda clase de licencias e importaciones.

Llevará el seguimiento a las órdenes de compra.

IV. METODOLOGÍA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORIZACIÓN

La presente investigación se llevó a cabo en el Hotel Marquez de Rio, de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo. Tuvo una duración de seis meses.

B. VARIABLES

1. Identificación

- Proceso de adquisición de productos perecederos

2. Operacionalización

VARIABLE	CATEGORÍA ESCALA	INDICADOR
Procedimiento de adquisición de productos perecederos	- Proveedores por producto perecedero.	Carnes Frutas Verduras Lácteos
	- Cotización de precios a proveedores.	Alto Bajo
	- Características organolépticas del producto.	Olor Textura Color Sabor
	- Características de entrega del producto.	En el establecimiento Adquisición local del proveedor

C. TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación es de tipo descriptivo no experimental de corte transversal.

D. POBLACIÓN, MUESTRA O GRUPOS DE ESTUDIO

El trabajo de investigación se realizó al Gerente, Administrador y personas encargadas del proceso de adquisición de productos perecederos del hotel Marquez de Rio de la ciudad de Riobamba que suman un total de 6 personas.

PERSONAL	NÚMERO DE PERSONAS
Gerente	1
Administrador	1
Recepcionista	1
Chef	1
Encargado de Recepción de alimentos	2
TOTAL	6

Se trabajará del total de la población con el método del censo debido a la toma reducida de la muestra.

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

Los procedimientos que se utilizaron fueron en base a las siguientes etapas:

- a. Se diseñó un cuestionario para establecer la situación real de adquisición de productos perecederos.
- b. Se analizó los resultados obtenidos.
- c. Se determinó la necesidad de estructurar procesos para la selección de proveedores.
- d. Se determinó modelos de gestión idóneos para la selección de proveedores.
- e. Se diseñó el modelo según el precio, producto y condiciones de entrega

V. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

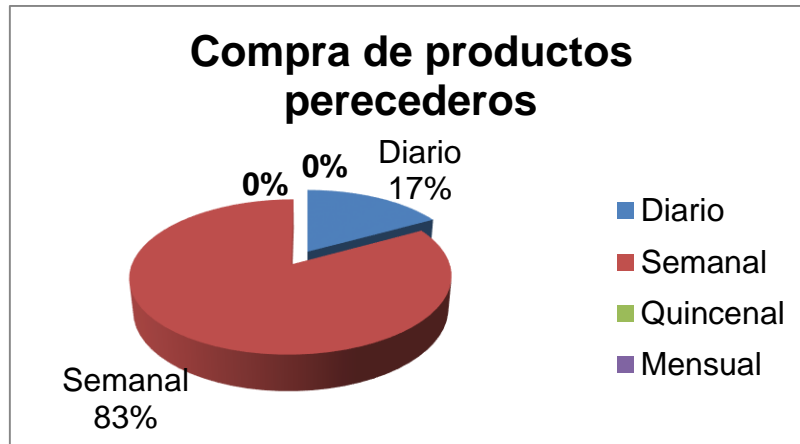
Pregunta 1: ¿Con qué frecuencia se realiza la compra de productos perecederos para el restaurante?

TABLA # 01

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Diario	1	17 %
Semanal	5	83 %
Quincenal	0	0 %
Mensual	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 01



Análisis

En establecimientos de alimentos y bebidas, como hoteles, cafeterías, restaurantes, el proceso de gestión de compras es muy importante, esencial y efectivo para que se tenga un plato servido de calidad y que a su vez sea rentable.

En hoteles pequeños, muchas de las veces no realizan este proceso tan importante ya que piensan que se trata solo de comprar, pero en realidad depende de un compromiso duradero y juicioso para que no existan errores y así se obtenga el producto de calidad a bajo costo.

La gestión de compras no es un proceso muy complicado y debido a su importancia es necesario contar con un modelo generalizado en donde contenga una lista de proveedores para obtener beneficios como realizar una comparación de precios, calidad, marca y condiciones de entrega entre un proveedor y otro.

En el caso del hotel Márquez de Río, el 83% de los encuestados indica que las compras de los productos perecederos se las realiza una vez por semana, mientras que el 17% responde que lo hacen a diario.

Según los resultados, se afirma que las compras de los productos perecederos se realizan semanalmente lo que quiere decir que el establecimiento debe contar con un espacio amplio en la bodega y equipos de refrigeración adecuados debido a que dichos productos se deterioran fácilmente. En el caso de que el establecimiento no cuente con este espacio y el volumen de ventas sea alto, es necesario realizar las compras a diario o adquirir los equipos necesarios y definir un espacio amplio.

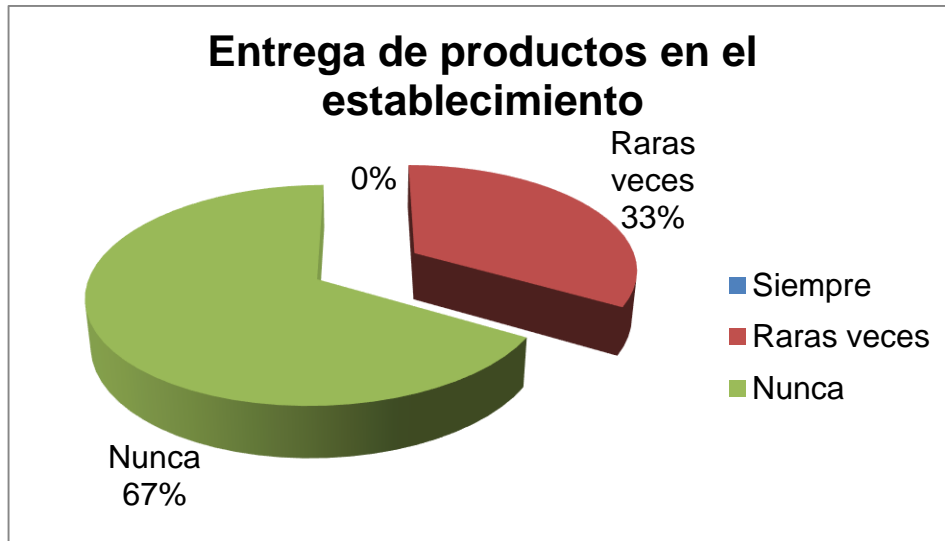
Pregunta 2: ¿Cuenta con proveedores que le entreguen los productos perecederos en el establecimiento?

TABLA # 02

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	0	0 %
Raras veces	2	33 %
Nunca	4	67 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 02



Análisis

Un proveedor es la persona que tiene a su cargo proveer o abastecer de todo lo necesario para las preparaciones de los menús. Al contar con proveedores que le entreguen el producto en el establecimiento se obtendrá un beneficio en cuanto al ahorro en transporte.

Muchas de las veces los establecimientos de alimentos y bebidas no cuentan con proveedores que les entreguen los productos en sus locales y esto genera un gasto adicional en transporte, tiempo de las personas que se encargan de realizar las compras.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 67% de la muestra encuestada indica que no cuentan con proveedores que les entreguen los productos en el hotel, mientras que el 33 % responde que lo hacen raras veces.

Estos resultados no favorecen al hotel, debido a que la gran mayoría afirma que los productos no son entregados en el establecimiento, y esto nos dice que se está produciendo un gasto en transporte ya que al realizar las compras los dueños están gastando combustible, neumáticos, y todo lo que tiene que ver en cuanto a su propio vehículo, mientras que si contaran con proveedores que les entreguen los productos en su propio establecimiento tendrían un ahorro y esto se vería en el margen de la utilidad deseada.

A su vez, por este motivo se da una pérdida de tiempo de las personas encargadas de realizar la compra pudiendo aprovecharlo para hacer sus actividades.

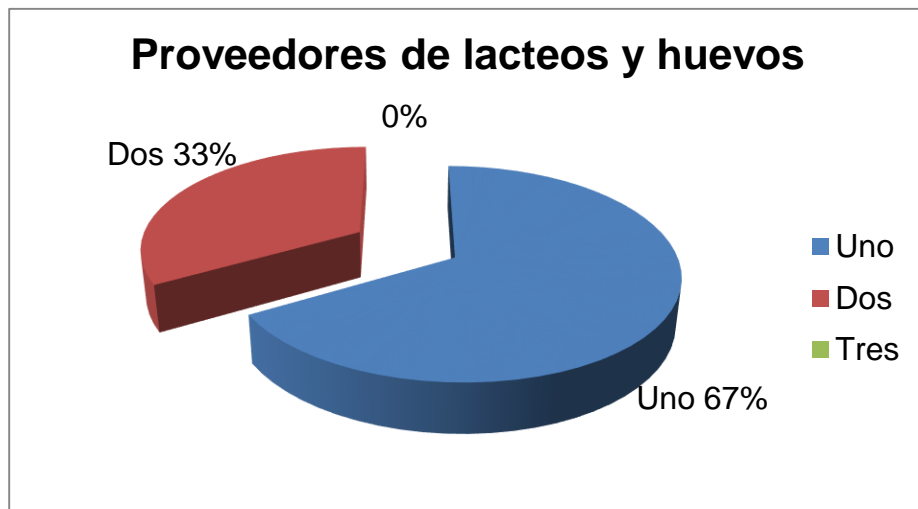
Pregunta 3: ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de lácteos y huevos?

TABLA # 03

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Uno	4	67%
Dos	2	33 %
Tres	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 03



Análisis

La adquisición de lácteos y huevos para establecimientos de alimentos y bebidas es muy importante ya que con estos productos podemos realizar diversas preparaciones es por esto que este proceso se lo debe realizar de la manera más seria posible.

En cuanto a la compra de los huevos, ni el tamaño ni el color de la cáscara alteran sus valores nutritivos, así como tampoco lo hacen las manchas eventuales de sangre que puedan tener en su interior, ni el color más o menos intenso de la yema. También hay que verificar el interior de las hueveras para comprobar si los huevos, que deberían ser de categorías A, están limpios y no contienen grietas, es importante que el huevo sea fresco.

Para los lácteos es importante las temperaturas frías impiden que la mayoría de las bacterias nocivas se multipliquen. Por lo tanto, para prevenir el desarrollo de bacterias, mantenga la leche y los productos lácteos refrigerados a 40° F (4° C)

y controle las fechas de vencimiento de los productos. Asegúrese de que todos los productos lácteos que consuma estén hechos con leche pasteurizada.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 67% de la muestra encuestada indica que no cuentan con un proveedor para lácteos y huevos, mientras que el 33 % responde que tienen dos proveedores.

Esto no es lo adecuado ya que se debería tener más de un proveedor para así poder comparar entre uno y otro en cuanto a los parámetros indicados anteriormente como el precio, calidad y condiciones de entrega.

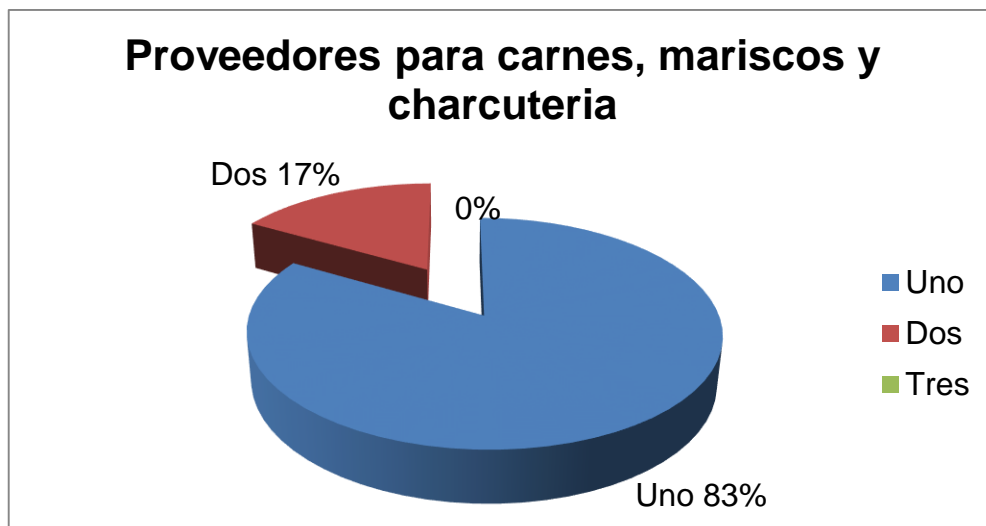
Pregunta 4: ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de carnes, mariscos y charcutería?

TABLA # 04

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Uno	5	83%
Dos	1	17 %
Tres	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 04



Análisis

Una de las adquisiciones más importantes y de mayor cuidado en establecimientos de alimentos y bebidas es la de carnes, mariscos y charcutería, debido a que estos productos son muy costosos en comparación de otros que pertenecen al mismo grupo de los alimentos perecederos, así mismo si no se mantienen en temperaturas adecuadas y correcto almacenamiento, estos productos pueden dañarse y causar desperdicios y pérdidas para el establecimiento.

Para adquirir este tipo de productos, debido a sus condiciones de calidad y costo es importante contar con dos o más cotizaciones de proveedores que le permita realizar una comparación de precios y condiciones de calidad para adquirir la mejor opción que cumpla con las condiciones requeridas por el establecimiento.

En el caso del hotel Márquez de Río el 83% de la muestra encuestada indica que no cuentan con un proveedor para carnes, mariscos y charcutería, mientras que el 17 % responde que tienen dos proveedores.

Estos resultados nos indican que el establecimiento no cuenta con cotizaciones suficientes en cuanto a calidad de producto y precio para luego de un análisis comparativo adquirir la mejor opción.

Al tener un solo proveedor de productos, la empresa se limita a adquirir únicamente lo que dicho proveedor le ofrece.

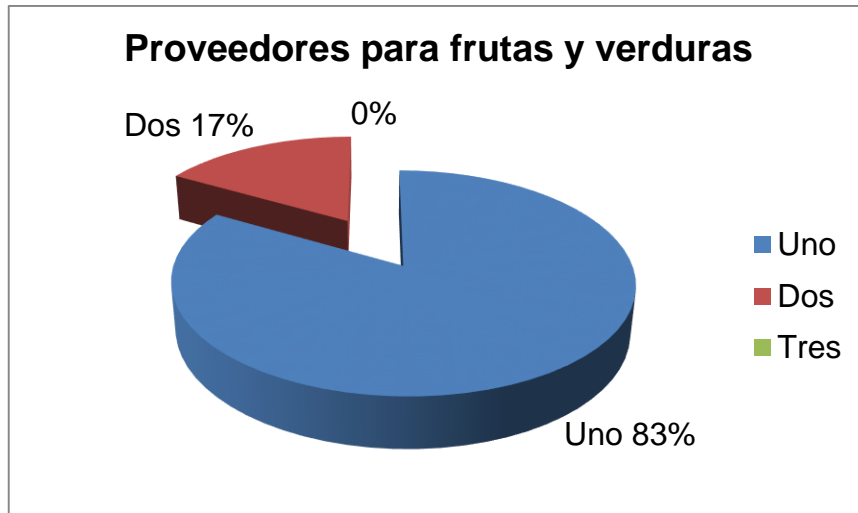
Pregunta 5: ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de frutas y verduras?

TABLA # 05

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Uno	5	83 %
Dos	1	17 %
Tres	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRÁFICO # 05



Análisis

La adquisición de frutas y verduras es tan importante como los anteriores productos, es por eso que para esto se tiene que manejar información como seleccionar frutas y verduras de apariencia fresca y en buenas condiciones.

Es necesario, así mismo, contar con más de un proveedor para realizar el análisis comparativo y adquirir los mejores productos al mejor precio.

En el caso del Hotel Márquez de Rio, el 83% de la muestra encuestada indica que no cuentan con un proveedor para frutas y verduras, mientras que el 17% responde que tienen dos proveedores.

De la misma manera, el establecimiento cuenta con un solo proveedor de este grupo de alimentos, lo que significa que no posee información suficiente para conocer si los productos que adquiere son los que más conviene a la empresa.

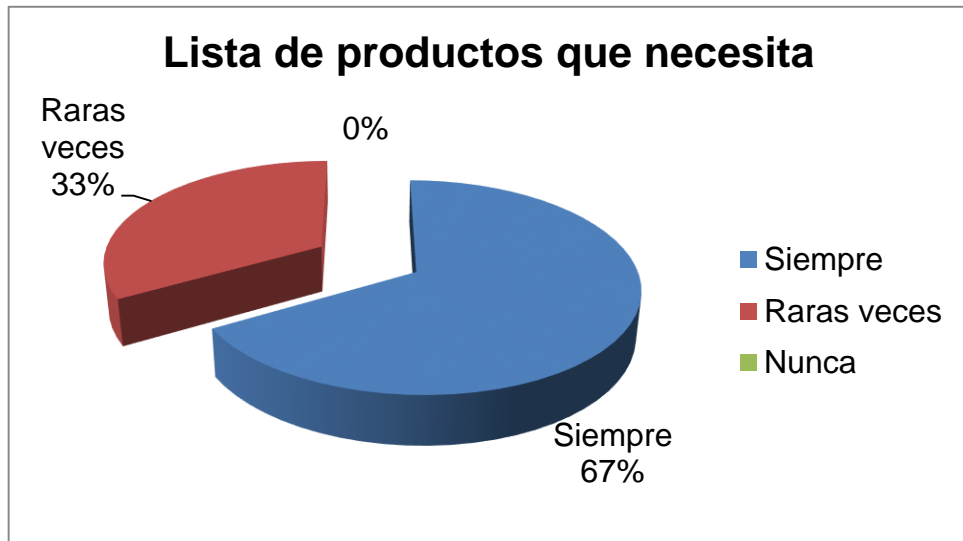
Pregunta 6: ¿Realiza una lista de los productos perecederos que necesita adquirir?

TABLA # 06

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	4	67 %
Raras veces	2	33 %
Nunca	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 06



Análisis

Para realizar una lista de los productos perecederos que necesita adquirir se debe tener en cuenta aspectos como cantidad, peso, fecha de entrega, entre otros.

Es importante que el personal de bodega lleve un adecuado control de inventario que le permita adquirir productos que realmente sean requeridos y de esta manera evitar faltantes o a su vez sobrantes y por ende desperdicios.

Al momento de realizar las compras para un establecimiento de alimentos y bebidas se tiene que realizar una lista de los productos que sean eminentemente necesarios para no salirse del presupuesto establecido para este fin.

Así mismo, al contar con una lista de compras de los productos perecederos se puede llevar un control de precios.

Un aspecto muy importante, también es la capacidad de almacenamiento que cuenta la bodega y para los productos perecederos y a su vez el volumen de venta que el establecimiento presente.

En el caso del hotel Márquez de Río el 67% de la muestra encuestada indica que se realiza una lista de los productos antes de realizar la compra, mientras que el 33 % responde que no.

Según los resultados, la mayoría de los encuestados afirman que se realiza la lista de compras de los productos perecederos, sin embargo es necesario tomar en cuenta los aspectos antes mencionados para evitar problemas al momento de adquirir los productos.

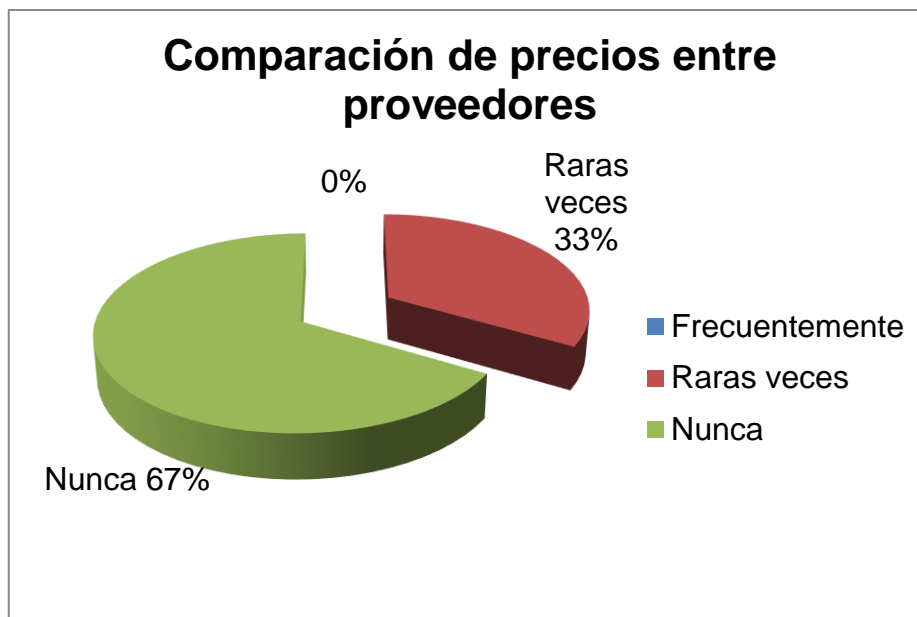
Pregunta 7: ¿Ha realizado una comparación de precios entre proveedores?

TABLA # 07

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Frecuentemente	0	0 %
Raras veces	2	33 %
Nunca	4	67 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 07



Análisis

Al analizar y valorar ofertas de un proveedor y otro se consideran condiciones como calidad, peso, condiciones de entrega y además precio.

En establecimientos de alimentos y bebidas como son hoteles, restaurantes, cafeterías y demás sean estos grandes o pequeños es necesario tener una lista de proveedores y más aún realizar una comparación de precios entre estos para así tener beneficios que se verán reflejados en la utilidad.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 67% de la muestra encuestada indica que no se realiza una comparación de precios entre proveedores, mientras que el 33% responde que raras veces se lo hace.

Estos resultados indican que se puede estar perdiendo al momento de realizar la adquisición de productos perecederos ya que no se realiza una comparación de precios entre los proveedores y se está manejando un solo precio.

Es de suma importancia para la adquisición de productos perecederos obtener cotizaciones para realizar una comparación de precios entre proveedores, para obtener productos de la misma o mejor calidad a menor precio.

Este documento puede incluir datos como identificación de la empresa, los productos que puede suministrar, las condiciones comerciales que ofrece, cumplimiento en horarios y flexibilidad en cambios de distribución.

Pregunta 8: ¿Qué facilidad de pago tiene con sus proveedores?

TABLA # 08

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Contado	4	67 %
Crédito	2	33 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 08



Análisis

Un proveedor digno de confianza es de gran ventaja para el establecimiento, obtener su lealtad es de suma importancia ya que permite agilizar los procesos de compras obteniendo productos de calidad a los mejores precios. Así mismo permitirá realizar convenios o acuerdos de pagos a plazos sin incrementar su precio.

La facilidad de pago que ofrece el proveedor ayudara a que el establecimiento aproveche el presupuesto recupere dinero invertido en el proceso de producción y pueda pagar por la materia prima sin afectar inmediatamente al departamento financiero.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 67% de la muestra encuestada indica que no se realiza el pago a los proveedores en efectivo, mientras que el 33% responde que lo hace a crédito.

Estos resultados dan a conocer que en el hotel la mayor parte del tiempo se realiza los pagos al momento.

En establecimientos pequeños es muy difícil contar con crédito para adquirir productos debido a que el volumen de compra no es en grandes cantidades, sin embargo si el establecimiento necesita adquirir crédito con sus proveedores debe pautar condiciones, las mismas que se las debería cumplir sin excepción para obtener la confianza de sus proveedores y de esta manera lograr condiciones de pago a plazos convenientes manteniendo la calidad de productos y precios bajos.

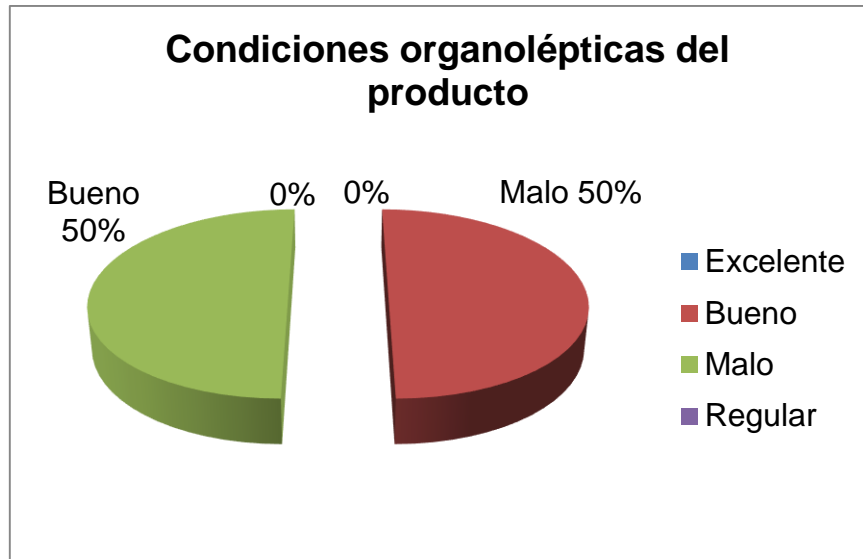
Pregunta 9: ¿Cuáles son las condiciones de entrega en cuanto a las características organolépticas de los productos perecederos?

TABLA # 09

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Excelente	0	0 %
Bueno	3	50 %
Malo	3	50 %
Regular	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 09



Análisis

Las propiedades organolépticas de los alimentos, materias primas alimentarias, tienen un efecto determinante sobre su consumo y éxito comercial. De aquí la necesidad de estudiar, definir y evaluarlas correctamente.

Existe una corriente claramente favorable hacia los alimentos que conservan sus propiedades sensoriales más puras.

Lo más importante en la adquisición de productos perecederos son las condiciones organolépticas en las que se recibe la materia prima, es por eso que se debe tener la suficiente información acerca de las características organolépticas adecuadas de todos los productos como son: color, olor, sabor, textura.

En establecimientos de alimentos y bebidas el personal debe estar capacitado para recibir la materia prima acorde a las características organolépticas antes mencionadas.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 50% de la muestra encuestada indica que las características organolépticas en las que se recibe la mercadería son buenas, mientras que el otro 50% responde que son malas.

Con estos resultados se puede evidenciar que los productos perecederos que llegan al hotel no son los mejores y esto afecta mucho al establecimiento, ya que para preparar platos de calidad se necesita materia prima excelente, es por eso que es muy importante revisar las condiciones organolépticas como el olor, color, sabor y textura de los productos que se recibe.

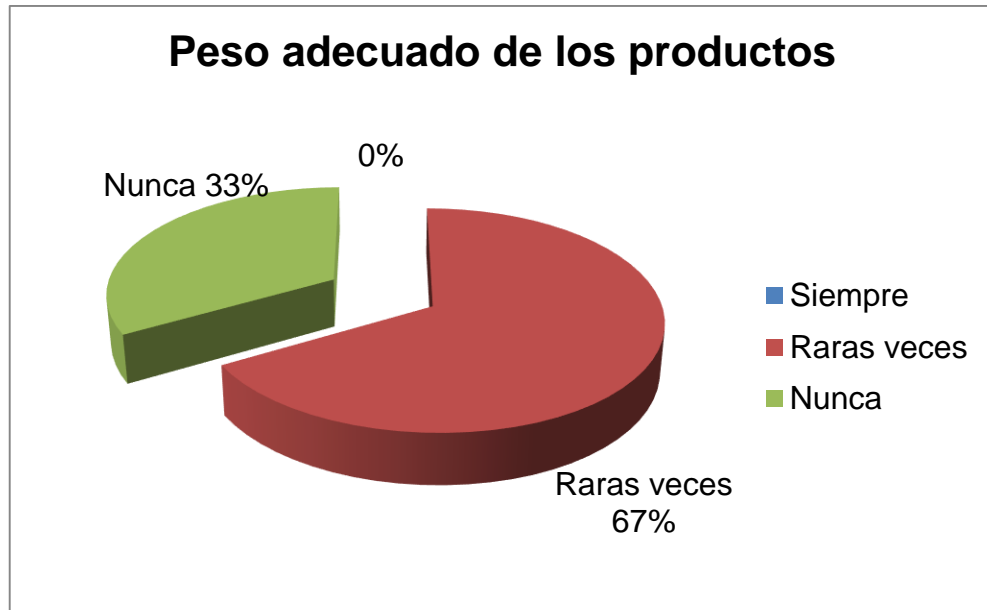
Pregunta 10: ¿Las condiciones de entrega de los productos perecederos en cuanto al peso son las adecuadas?

TABLA # 10

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	0	0 %
Raras veces	4	67 %
Nunca	2	33 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 10



Análisis

En los establecimientos de alimentos y bebidas es de suma importancia controlar el peso de los productos perecederos que se adquieren ya que muchas de las veces el precio no va acorde al peso y esto significa una pérdida para el establecimiento.

Uno de los equipos indispensables en este tipo de establecimientos es una balanza, para que al momento de recibir la materia prima se pueda verificar su peso y pagar un precio justo, así no existirá pérdidas y esto será de gran beneficio al momento de obtener la utilidad deseada.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 67% de la muestra encuestada indica que raras veces el peso de los productos perecederos son los adecuados, mientras que el otro 33% responde que la materia prima adquirida nunca cumple con un peso apropiado.

Esto indica que no se está adquiriendo correctamente productos perecederos en cuanto a condiciones de peso.

Uno de los aspectos más importantes en el proceso de recepción de alimentos es, precisamente, verificar que cada uno de los productos cumpla con el peso requerido por la empresa. De esta manera la empresa evita ser estafado y no pagará más de lo que recibe.

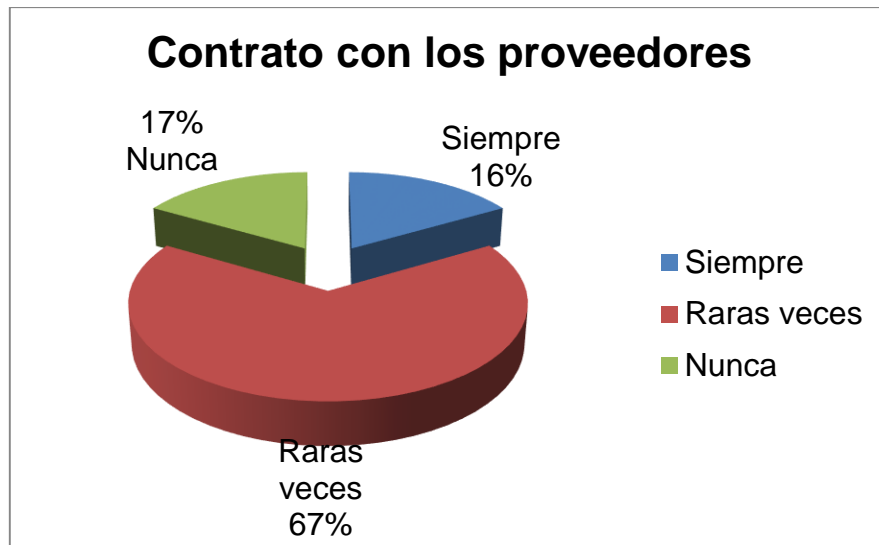
Pregunta 11: ¿Realiza usted un convenio con los proveedores de productos perecederos?

TABLA # 11

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	1	17 %
Raras veces	4	66 %
Nunca	1	17 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 11



Análisis

El convenio entre una empresa de alimentos y bebidas y sus proveedores es parte fundamental de la gestión para adquirir productos bajo condiciones que beneficien tanto al proveedor como a la empresa. Sin un convenio donde se especifique normas de entrega, políticas de la empresa en cuanto a recepción de alimentos, fechas y tiempos de entrega, calidad de producto, precios de acuerdo al mercado, etc.

Al manejar un convenio con los proveedores no habrá lugar para futuros reclamos de ninguna de las dos partes y se dará cumplimiento a todo lo establecido en dicho documento.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 16% de la muestra encuestada indica que siempre se realiza un convenio con el proveedor, mientras que el 67% dice

que raras veces se lo realiza, así mismo, el 16% responde que nunca se efectúa este documento.

Los resultados indican que el establecimiento no maneja adecuadamente un sistema de convenio con sus proveedores, siendo un documento que certifique las condiciones establecidas entre las dos partes y permita que los proveedores entreguen siempre la materia prima bajo dichas condiciones, forma de pago y tiempo de servicio que brinde al establecimiento.

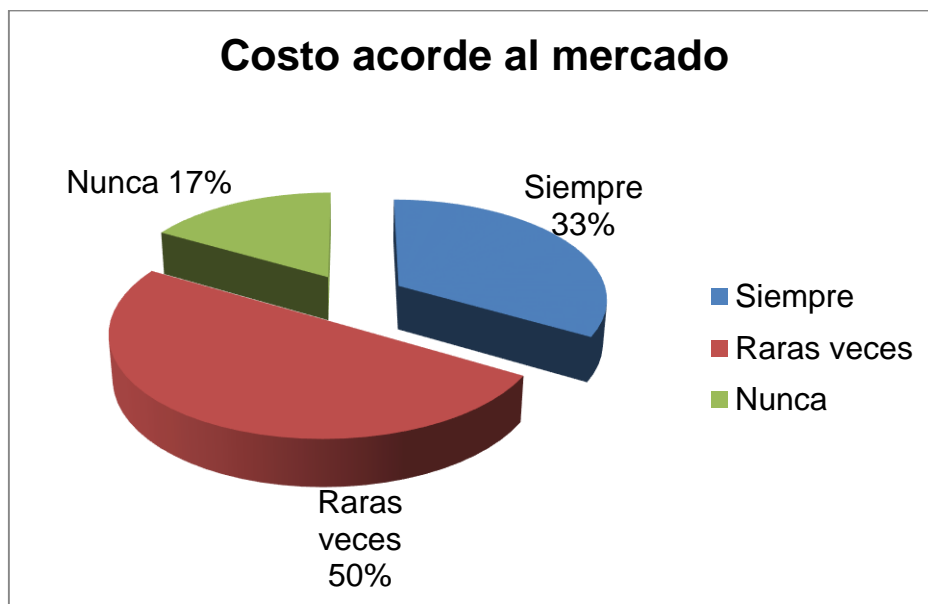
Pregunta 12: ¿Verifica que el costo de sus productos perecederos está acorde a los precios del mercado?

TABLA # 12

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	2	33 %
Raras veces	3	50 %
Nunca	1	17 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 12



Análisis

Toda empresa de alimentos y bebidas debe contar con información sobre precios de productos que desea adquirir en comparación de la oferta del proveedor y los precios del mercado, llevar históricos de la variación de éstos y estar informados de los elementos que pueden afectar esta variable, como condiciones climáticas, movimientos micro y macroeconómicos de la industria, y aumento o disminución de exportaciones del producto, con el fin de entender dichas variaciones y saber si el precio cobrado por el proveedor es razonable de acuerdo a este comportamiento en la adquisición sobre todo en el caso de alimentos perecederos.

En el caso del hotel Márquez de Río el 33% de la muestra encuestada indica que siempre se verifica los costos de los productos de acuerdo al mercado,

mientras que el 50% dice que raras veces se realiza esta investigación, y el restante 17% responde que nunca se hace esta verificación de costos.

Los resultados obtenidos indican que existe una comparación de costos con el mercado pero no es la adecuada ya que para realizar esta comparación se debe tener información como aumento o disminución de exportaciones, movimientos de la industria entre otras cosas. Para así, los proveedores no aumenten el precio de los productos sin razón y falta de control.

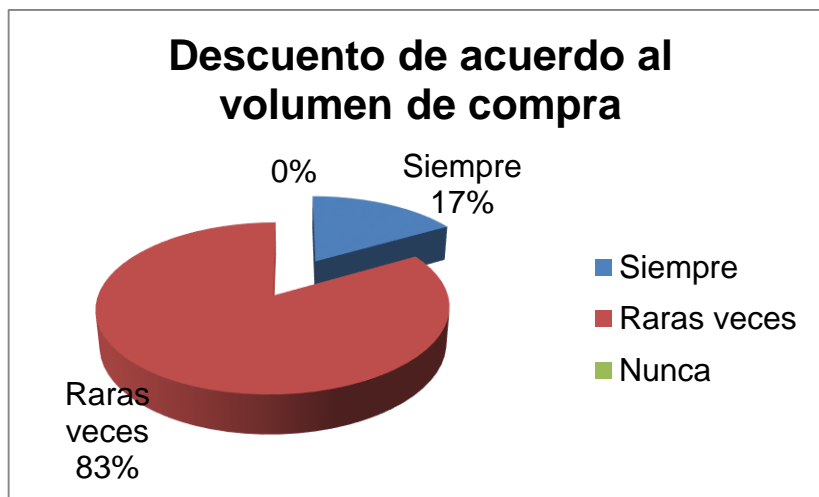
Pregunta 13: ¿Tiene usted un descuento por parte del proveedor de acuerdo al volumen de compra?

TABLA # 13

DETALLE	# PERSONAS	PORCENTAJE
Siempre	1	17 %
Raras veces	5	83 %
Nunca	0	0 %
TOTAL	6	100%

Fuente: Encuesta al personal del Hotel.
Elaborado por: Maycol Hinojosa

GRAFICO # 13



Análisis

En los establecimientos de alimentos y bebidas los descuentos son de mucha utilidad ya que permiten un ahorro al momento de adquirir los productos y esto se ve reflejado en la utilidad.

Es por eso que es muy importante que los proveedores ofrezcan un descuento de acuerdo al volumen de compra, esto quiere decir que si las compras son grandes se debe tener un mayor descuento.

Las empresas que cuentan con varios proveedores manejan este tipo de sistema en el que cada proveedor ofrezca los mismos productos de calidad pero con una variación mínima o máxima en cuanto a precios.

En el caso del hotel Márquez de Rio el 83% de la muestra encuestada indica que raras veces obtienen un descuento de parte del proveedor por el volumen de compra, mientras que el 17% dice que nunca tienen un descuento.

Es decisión de la empresa, escoger por el mejor postor, ya que, entre otros aspectos, una mínima cifra hace la diferencia entre proveedores, los cuales

deben a su vez ofrecer precios acorde al mercado e inclusive precios más bajos dependiendo del volumen de compra que realice el establecimiento.

Hay que tomar en cuenta, a su vez que si la empresa requiere de productos con especificaciones estrictas como tamaño unificado, color, textura, etc. es probable que el precio no sea igual al mercado sino un poco más costoso debido al esfuerzo que realiza el proveedor para cumplir con esas especificaciones.

VI. CONCLUSIONES

Una vez realizado el proceso de investigación al personal del Hotel Marquez de Rio se concluye que:

- El personal desconoce los procedimientos adecuados para la adquisición de productos perecederos.
- Los productos perecederos, especialmente lomo, pollo, charcutería son los alimentos que necesitan de un mayor control al momento de su adquisición ya que son los más costosos y se los compra continuamente.
- No se aplican procedimientos estandarizados para la adquisición de productos perecederos con cotizaciones, convenios e información de

proveedores por lo que no pueden realizar una comparación de oferta de precios y condiciones de entrega de producto

- El personal encargado de realizar las compras no verifica permanentemente que los costos de la materia prima estén acorde a los del mercado y tampoco piden a sus proveedores les den un descuento de acuerdo al volumen de compra que se realice para el establecimiento.

VII. RECOMENDACIONES

- Es importante que exista una lista de proveedores para poder realizar una comparación de precios, calidad, marca y condiciones de entrega entre un proveedor y otro. Al realizar una comparación de precios se puede escoger el producto de acuerdo al precio más favorable.
- Se recomienda realizar una lista de los productos necesarios y evitar la sobre compra, desperdicios o hasta robo, esto ayudará a utilizar correctamente el presupuesto designado para este fin.

- Se recomienda utilizar el modelo propuesto: Gestión de adquisición para productos perecederos con el fin de reducir el costo en materia prima y aumentar favorablemente la utilidad del establecimiento.

VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. **Domínguez, M. García, C. Arias, J.** Recomendaciones para la Conservación y transporte de alimentos perecederos. México: Trillas. 2009.
2. **Pérez, N. Civera, J.J.** Procesos de pre elaboración y conservación en Cocina. Madrid: Síntesis. 2011.
3. **Esesarte Gómez, E.** Higiene en alimentos y bebidas. México: Trillas. 2007.
4. **Morfin, M. Herrera, C.** Administración de comedor y bar. México: Trillas.

5. **Pérez Oreja, N.** Pre elaboración y conservación de alimentos: Ciclo formativo. Madrid: Síntesis. 2002

6. **Fox, B. A. Cameron, A. G.** Ciencia de los alimentos, nutrición y salud. Mexica: Limusa. 1997

7. **Martínez Monzó, J.** Gastronomía y nutrición. Madrid: Síntes. 2011

8. **GESTION (CONCEPTO)**
<http://definicion.de/gestion>
2012-01-20 (1)

9. PRODUCTOS (ADQUISICIÓN)

<http://definicion.de/adquisicion>

2012-02-15(2)

10. PRODUCTO PERECEDERO (CONCEPTO)

<http://definicion.de/perecedero>

2012-02-22 (3)

11. COMPRA (PROCESO)

<http://www.slideshare.net/jc>

2012-04-18(6)

12. PROVEEDOR (SELECCIÓN)

<http://www.revistalabarra.com.co/>

2012-05-14(5)

13. CALIDAD (CONCEPTO)

<http://calidadtotalbasico.galeon.com/index.html>

2012-05-18(7)

14. COMPRAS (GESTION)

<http://www.slideshare.net/calidadyalimentum>

2012-06-03 (8)

15. PROVEEDORES (TIPOS)

[http://definicion.de/wikipedia.org/wiki/tipos de proveedores](http://definicion.de/wikipedia.org/wiki/tipos_de_proveedores)

2012-03-14 (4)

ANEXOS

IX. ENCUESTA

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA
ENCUESTA

Objetivo: Desarrollar un modelo de gestión para la adquisición de productos perecederos en el Hotel "MARQUEZ DE RIO "de la ciudad de Riobamba.

Subraye una sola respuesta, según corresponda:

1. ¿Con qué frecuencia se realiza la compra de productos perecederos para el restaurante?

Diario Semanal Quincenal Mensual

2. ¿Cuenta con proveedores que le entreguen los productos perecederos en el establecimiento?

Siempre Raras veces Nunca

3. ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de lácteos y huevos?

Uno Dos Tres

4. ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de carnes, mariscos y charcutería?

Uno Dos Tres

5. ¿Cuántos proveedores posee para la adquisición de frutas y verduras?

Uno Dos Tres

6. ¿Realiza una lista de los productos perecederos que necesita adquirir?

Siempre Raras veces Nunca

7. ¿Ha realizado una comparación de precios entre proveedores?

Frecuentemente Raras veces Nunca

8. ¿Qué facilidad de pago tiene con sus proveedores?

Contado Crédito

9. ¿Cuáles son las condiciones de entrega en cuanto a las características organolépticas de los productos perecederos?

Excelente Bueno Malo Regular

10. ¿Las condiciones de entrega de los productos perecederos en cuanto al peso son los adecuados?

Siempre

Raras veces

Nunca

11. ¿Realiza usted un convenio con los proveedores de productos perecederos?

Siempre

Raras veces

Nunca

12. ¿Verifica que el costo de sus productos perecederos está acorde a los precios del mercado?

Siempre

Raras veces

Nunca

13. ¿Tiene usted un descuento por parte del proveedor de acuerdo al volumen de compra?

Siempre

Raras veces

Nunca

X. PROPUESTA

10.1. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS

10.2. JUSTIFICACIÓN

El Hotel Marquez de Rio por ser un establecimiento pequeño, no daba importancia a la gestión de adquisición de productos perecederos, sin embargo, en la actualidad requiere adquirir dichos productos que cumplan con las

características organolépticas de calidad, a los mejores precios en comparación del mercado, a través de la selección de proveedores. De esta manera reducir el costo sin afectar la calidad y mejorar la utilidad.

La finalidad del presente manual es contribuir con información importante como parte del proceso de capacitación al personal que trabaja actualmente y a su vez, permitirá capacitar a futuros trabajadores que se desempeñen en dicha área.

Esta información incluirá temas necesarios para que puedan conocer los estándares y procedimientos con el fin de efectuar la gestión de adquisición de productos perecederos por medio de proveedores debidamente seleccionados, los mismos que deberán cumplir con normas establecidas por la empresa.

Para que la gestión de adquisición de productos perecederos sea exitosa, depende del cumplimiento de los procesos especificados en el presente manual, cuyo contenido es una guía de procedimientos para el personal que se encuentra involucrado en el departamento de compras del Hotel Marquez de Rio.

OBJETIVOS

A. OBJETIVO GENERAL

Proporcionar métodos y herramientas necesarias para la adquisición de productos perecederos mediante la selección de proveedores potenciales.

B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar procesos para la selección de proveedores de productos perecederos.
- Estandarizar procesos de adquisición de productos perecederos de acuerdo a calidad, precio y condiciones de entrega.
- Aportar con información importante y necesaria para que el personal administrativo conozca sobre las generalidades que debe tomar en cuenta para la correcta selección de proveedores y adquisición de productos perecederos.

10.3. ALCANCE

Este manual está dirigido específicamente al Hotel Marquez de Rio, el contenido y aplicación del mismo se basa de acuerdo al funcionamiento y necesidad del establecimiento.

10.4. PARTICIPANTES

- Chef Ejecutivo

- Ayudantes de cocina
- Recepcionista
- Encargados de las compras

MANUAL

GESTIÓN PARA LA ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS PERECEDEROS

1. INTRODUCCIÓN

La información que se detalla en el siguiente manual se basa de acuerdo a la necesidad y operación específica del Hotel Marquez de Rio.

En dicho manual consta información necesaria para el cumplimiento adecuado de la gestión de adquisición de productos perecederos mediante la selección de proveedores.

Así mismo se propone tareas específicas dirigidas al Chef Ejecutivo, Ayudantes de cocina, Recepcionista y Encargados de las compras, con el fin de realizar de manera adecuada la adquisición de los productos perecederos.

En el manual se establece procesos y herramientas necesarias para la correcta adquisición de alimentos perecederos, así como también la debida gestión para seleccionar los mejores proveedores los mismos que oferten productos de calidad a los mejores precios.

2. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Aglutinante: sustancia usualmente líquida, que se usa para disolver o desleír las sustancias que componen los pigmentos, por ejemplo, agua en la acuarela y acrílico, aceite de linaza para el óleo, clara de huevo para el fresco.

Adulteración: alteración de la calidad o pureza de algo por la adición de una sustancia extraña

Adquisición: acto o hecho en virtud del cual una persona obtiene el dominio o propiedades de un bien o servicio o algún derecho real sobre éstos.

Comprar: del latín vulgar **comperare** o latín **comparare** donde **com:** colectivamente, mutuamente; **parare:** preparar u obtener

Compras: 1. es el sector de la empresa que tiene como objetivo mantener el proceso productivo de la misma, adquiriendo las materias primas y productos de la mejor calidad y con las mejores condiciones de precio. 2. Procedimiento complejo, detallado, para obtener los mejores productos disponibles para el uso propuesto, con el dinero que se tiene para gastar, esta debe ser organizada y reglamentada para que produzca los beneficios esperados.

Demanda: es la cantidad de bienes y servicios que un comprador puede adquirir o desea hacerlo en un periodo de tiempo dado y a diferentes precios.

Estandarizar: es el proceso de elaborar, aplicar y mejorar las normas que se aplican a distintas actividades científicas, industriales o económicas con el fin de ordenarlas y mejorarlas.

Gestión: Del latín *gestio*, el concepto de gestión hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

Gestión de compras: actividades y acciones destinadas a la adquisición conforme de bienes y/o contratación de servicios a través de la definición de

directrices encaminadas al cumplimiento o mejoramiento de las condiciones de calidad, precio, y tiempos de entrega.

Kárdex: es un documento que nos sirve para llevar el control de inventarios sea de productos o materiales dentro de una compañía.

Mercado: entorno en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Oferta: es la cantidad de bienes y servicios o factores que un vendedor puede ofrecer y desea hacerlo.

Proceso: es un conjunto de actividades o eventos (coordinados u organizados) que se realizan o suceden (alternativa o simultáneamente) bajo ciertas circunstancias con un fin determinado.

Producto perecedero: se conoce como alimentos perecederos a aquellos que inician su descomposición de manera rápida y sencilla. Este deterioro está determinado por factores como la temperatura, la presión o la humedad.

Propiedades organolépticas: son todas aquellas descripciones de las características físicas que tiene la materia en general, según las pueden percibir los sentidos, por ejemplo su sabor, textura, olor, color.

Proveedor: toda persona natural o jurídica de carácter público o privado que desarrolle actividades en la cadena de distribución, producción y consumo.

Registro: es anotar o consignar un cierto dato en un documento o papel.

Reporte de flujo: es un estado contable básico que informa sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes, distribuidas en tres categorías: actividades operativas, de inversión y de financiamiento.

Técnica: es un procedimiento o conjunto de reglas, normas o protocolos que tiene como objetivo obtener un resultado determinado, ya sea en el campo de las ciencias, de la tecnología, del arte, del deporte, de la educación o en cualquier otra actividad.

3. PROCESOS

3.1. DEPARTAMENTO DE COMPRAS



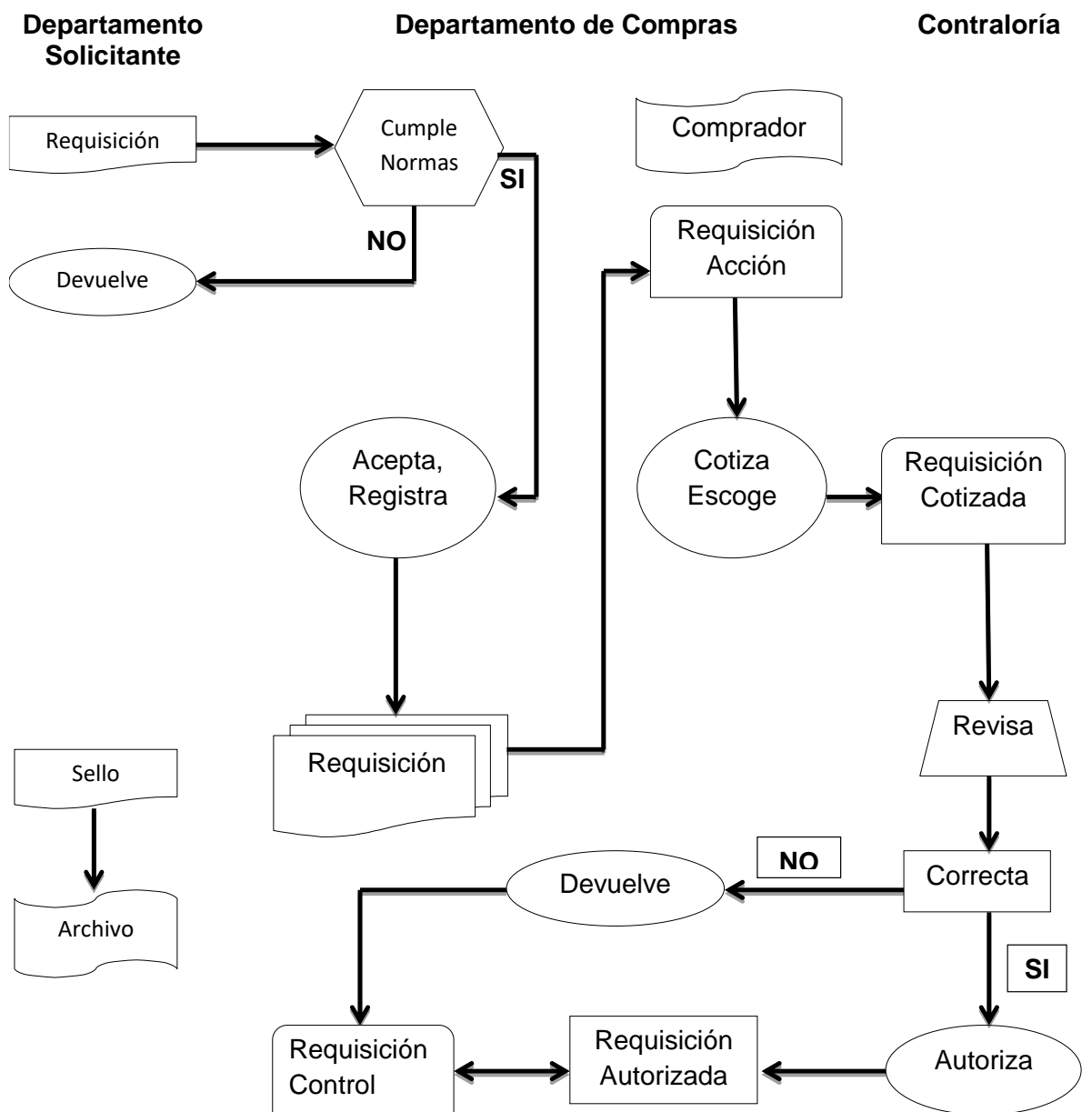
Es el encargado de realizar las adquisiciones necesarias en el momento debido, con la cantidad y calidad requerida y a un precio adecuado.

El departamento de compras esta normalmente sujeto a un mecanismo en la adquisición de productos, el cual consiste en lo siguiente:

1. Comprar los materiales para los propósitos buscados
2. Tener los materiales disponibles en el tiempo que son requeridos.
3. Procurar materiales al precio más bajo posible, compatible con la calidad y el servicio requerido.
4. Controlar que la calidad de los materiales sea la requerida.
5. Proveerse de más de una fuente, en previsión de cualquier emergencia que impida la entrega de un proveedor.
6. Anticipar alteraciones en precios, por diferencias en las cotizaciones monetarias, inflación o escases.
7. Hacer el seguimiento del flujo de las órdenes de compras coladas.
8. La apertura de un cárdex con la clasificación de los artículos.

El personal de este departamento deberá estar familiarizado con las características de calidad de los alimentos, condiciones de mercado: en términos de precio y disponibilidad.

3.1.1. PROCESO DE COMPRAS



Elaborado por: Maycol Hinojosa

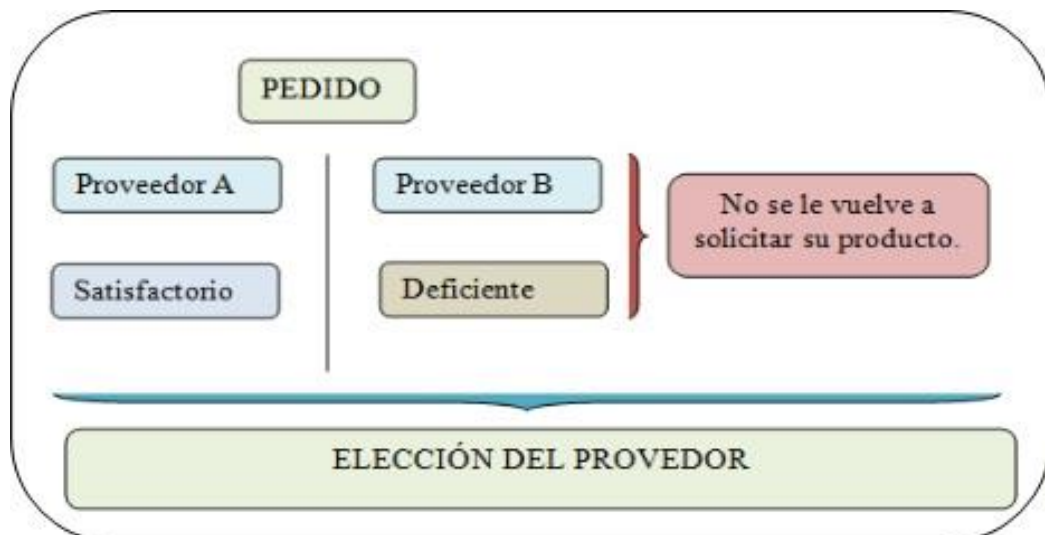
3.2. PROVEEDORES



Fuente: <http://t2.gstatic.com/images?q=tbm>

Los proveedores o suministradores son firmas o personas que proporcionan los recursos (equipos, combustibles, materiales, etc.) que otras organizaciones necesitan para producir sus productos y servicios.

3.2.1. SELECCIÓN DEL PROVEEDOR



Fuente: <http://www.google.es/url?sa=i&rct=j&q=seleccion%20de%20proveedores>



El departamento de compras obtiene cotizaciones de uno o más proveedores; posteriormente, toma una decisión con base en precio, calidad, servicio racional y atención de fallas.

3.2.2. REGISTRO DE PROVEEDORES



Para el registro interno de proveedores es indispensable que se proporcione por escrito la siguiente información:

- Descripción de los artículos
- Precios

- Tipo de descuento que se otorgará
- Condiciones de pago
- Sistema de devoluciones

3.2.3. NEGOCIACIÓN DE LAS CONDICIONES



Durante la negociación, además de ajustar los precios, también se establecen acuerdos sobre los descuentos, condiciones de pago, el plazo de entrega, las condiciones del transporte, horarios, etc.

Se enlista las condiciones óptimas que el proveedor debe cumplir para distribuir los diferentes productos perecederos:

- a. Estabilidad en las entregas, según fechas y horarios pactados.**



Cumplir con la entrega de mercancía en la fecha y horarios indicados de acuerdo con las cantidades y las referencias solicitadas en la orden de compra.

El recibo de las mercancías se hará a través de un calendario convenido con el proveedor.

b. Entregar el total de la mercancía solicitada



La documentación muestra la legalidad y cumplimiento de lo establecido por el proveedor, es por eso que se hace necesario exigir el registro que refleja cantidades exactas del producto.

c. Concordancia de los productos en peso de acuerdo con la compra.



Hay que estudiar los productos de cada suministrador para evaluar pérdidas de peso según su formato comercial, ya que bajo adulteraciones pueden experimentarse fugas importantes después del proceso de descongelación.

d. Condiciones en la que es transportada la mercancía para las entregas, y estado técnico de la transportación.



Para los alimentos perecederos, no todos los vehículos son apropiados, el transporte de estos debe mantener la temperatura establecida para conservar el alimento en condiciones inocuas y aptas para su consumo:

1. Vehículo isoterma



Vehículo cuya caja está construida con paredes aislantes, incluidos las puertas, el suelo y el techo, que limita el intercambio de calor entre el interior y el exterior.

2. Vehículo frigorífico



Vehículo que incorpora un dispositivo de producción de frío, y permite, con una temperatura media exterior de 30°C, reducir la temperatura del interior de la caja vacía y de mantenerla de forma permanente entre 12 °C y -20 °C.

e. Los descuentos



Cuando los fabricantes ofertan sus productos a un precio fijo, el comerciante trata de reducir el importe de la compra a través de los descuentos.

Hay varios tipos de descuentos:

- **Descuentos comerciales**



Es un porcentaje que se aplica sobre la lista de precios del proveedor.

Generalmente, el fabricante se lo concede al mayorista que realiza las funciones de almacenaje y

distribución.

- **Descuentos por pronto pago**



Se concede por realizar el pago al contado o dentro de un periodo determinado. El proveedor utiliza estos descuentos para estimular el pronto pago, mientras que para el comprador supone adquirir el producto a un coste más bajo.

- **Descuentos por volumen**



Se conceden por parte del proveedor para que la compra sea de mayor volumen o para que el comprador adquiera mayor número de artículos durante un período de tiempo.

- **Descuentos de temporada**



Se conceden cuando el comprador adquiere los productos con bastante antelación a la temporada de ventas.

- **Descuentos de promociones**



Es una reducción en el precio para que el comprador promocioe los productos del suministrador.



3.3. PROPIEDADES ORGANOLÉPTICAS DE LOS ALIMENTOS



Las propiedades organolépticas son las características de los alimentos que podemos percibir con la ayuda de nuestros sentidos, que nos facilitan el reconocimiento de su calidad.



3.3.1. CARACTERÍSTICAS DE LA CARNE

CARNE	
<p>Es el producto obtenido después de matar a un animal en el matadero y eliminar las vísceras en condiciones de higiene adecuadas tanto del proceso como del animal. El análisis de la carne y los productos cárnicos es una importante actividad en la industria cárnica y en particular dentro del dominio de análisis de alimentos, debido quizás a que es un alimento importante y relativamente caro dentro de la dieta.</p>	
Características Aceptables	Características Inaceptables

			
<ul style="list-style-type: none"> • Color: Rojo brillante sin manchas. • Olor: Característico, agradable. • Textura: Firme al tacto. 		<ul style="list-style-type: none"> • Color: Verdoso o café oscuro, descolorida en el tejido elástico, presencia de manchas, color café, verde y púrpura son signos de ataque microbiano. • Olor: Rancio, desagradable, presencia de impurezas. 	
ALIMENTO	T °	ALMACENAMIENTO	
Carnes rojas y de cerdo	0°C a 2°C	3 a 5 días	
Lomos	0°C a 2°C	1 a 2 días	
Costillas	0°C a 2°C	1 a 2 días	
Carne molida	0°C a 2°C	1 a 2 días	
Jamón	5°C	7 días	
Tocino	2°C	7 días	

3.3.2. CARACTERÍSTICAS DEL POLLO



<h2>POLLO</h2>
<p>Del pollo se consumen diferentes partes de su anatomía, siendo muy apreciadas las manos, la cresta, las alas, las piernas, la pechuga y las menudencias. Las partes de las vísceras suelen generalmente ser descartadas y no se incluyen en la alimentación humana. Los huesos son aprovechados por regla general para la elaboración, junto con diversas</p>

<p>verduras de lo que se denomina caldo de pollo. Se suele preparar al calor, la carne no se ingiere cruda ya que posee salmonella.</p>		
Características Aceptables		Características Inaceptables
		
<ul style="list-style-type: none"> • Color: Característico, homogéneo, blanco uniforme, sin manchas o pigmentos extraños. • Olor: Característico agradable • Textura: Firme al contacto, libre de presencia de sustancias viscosas. 		<ul style="list-style-type: none"> • Color: Verdosa o amoratada; presencia de manchas. • Textura: Blanda y pegajosa. • Olor: Anormal, desagradable, presencia de impurezas.
ALIMENTO	T °	ALMACENAMIENTO
Aves	0°C a 2°C	1 a 2 días
Pollos enteros	0°C a 2°C	1 a 2 días
Aves rellenas	0°C a 2°C	1 a 2 días
Aves cocinadas	0°C a 2°C	1 a 2 días

3.3.3. CARACTERÍSTICAS DEL PESCADO

PESCADO
<p>Los peces son abundantes tanto en agua salada como en agua dulce, pudiéndose encontrar especies desde los arroyos de montaña (por ejemplo el gobio), así como en lo más profundo del océano (por ejemplo anguilas tragonas).</p>

Los alimentos preparados con pescado son una importante fuente de nutrición para los seres humanos.

Características Aceptables		Características Inaceptables	
			
<ul style="list-style-type: none"> • Ojos salientes y brillantes • Agallas rojas y húmedas • Superficie brillante húmeda y firme al tacto 		<ul style="list-style-type: none"> • Ojos aplastados • Agallas moradas • Sin brillo y se hunde al tacto 	
ALIMENTO	T °	ALMACENAMIENTO	
Pescados	0°C	1 a 2 días	
Mariscos	0°C	1 a 2 días	

3.3.4. CARACTERÍSTICAS DE LÁCTEOS

LÁCTEOS
Incluye alimentos como la leche y sus derivados procesados (generalmente fermentados). Las plantas industriales que producen estos alimentos

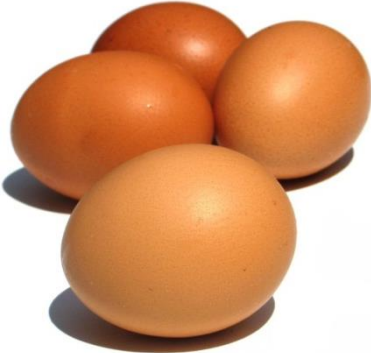

pertenece a la industria láctea y se caracterizan por la manipulación de un producto altamente perecedero, como la leche, que debe vigilarse y analizarse correctamente durante todos los pasos de la cadena de frío hasta su llegada al consumidor.

Características Aceptables		Características Inaceptables
		
<ul style="list-style-type: none"> • Color: Característico, homogéneo • Olor: Característico, agradable • Textura: Lisa, bordes limpios. 		<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de mohos o partículas extrañas • Goteos de algún tipo de olor desagradable • Rancio o fermentado.
ALIMENTO	T°	ALMACENAMIENTO
Leche	3°C a 4°C	2 días
Mantequilla	3°C a 4°C	2 semanas
Quesos duros maduros	3°C a 4°C	6 semanas
Quesos blandos frescos	3°C a 4°C	4 días

3.3.5. CARACTERÍSTICAS DE HUEVOS

HUEVOS



Constituyen un alimento habitual en la alimentación de los humanos. Se presentan protegidos por una cáscara y son ricos en proteínas (principalmente albúmina, que es la clara o parte blanca del huevo) y lípidos. Son un alimento de fácil digestión, componente principal de múltiples platos dulces y salados, y son una parte imprescindible en muchos otros debido a sus propiedades aglutinantes.

Características Aceptables		Características Inaceptables	
			
<ul style="list-style-type: none"> • Superficie lisa • Color característico • Cascara integra • Superficie libre de excrementos 		<ul style="list-style-type: none"> • Superficie con excremento • Cascara rasgada • Color opaco • Con manchas de sangre 	
ALIMENTO	T°	ALMACENAMIENTO	
Huevos	4°C a 7°C	7 a 9 días	
Yemas	4°C	2 días	
Claros	4°C	2 días	
Huevos cocidos	0°C a 2°C	Menos de 24 horas	




3.3.6. CARACTERÍSTICAS DE LAS HORTALIZAS Y VERDURAS.




HORTALIZAS Y VERDURAS





Al igual que las frutas, alimentos reguladores, porque su principal aporte lo constituyen minerales, vitaminas y fibra. Son nutrientes que regulan las reacciones químicas que se producen en el organismo, tienen muy bajo aporte calórico, graso y proteico, en cambio tienen cantidades de vitamina A o C.

Características Aceptables		Características Inaceptables
		
<ul style="list-style-type: none"> • Color: Natural, brillante y sin manchas. • Olor: Característico y agradable. • Textura: Suave y firme al tacto. 		<ul style="list-style-type: none"> • Presencia de deterioro irrupido por insectos o larvas, tierra o materiales extraños. • Olor: Desagradable.
ALIMENTO	T°	ALMACENAMIENTO
Vegetales en general	4°C a 7°C	5 a 7 días

3.3.6.1. CARÁCTERÍSTICAS ORGANOLÉPTICAS PARA LA COMPRA DE VEGETALES

Verduras y Hortalizas	Aceptables	Inaceptables
<p data-bbox="277 309 571 342">Lechuga, espinaca</p> 	<ul data-bbox="719 309 1018 633" style="list-style-type: none"> • De hojas frescas, tiernas e intactas, de color • Verde brillante y uniforme. 	<ul data-bbox="1090 309 1394 712" style="list-style-type: none"> • Las plantas de hojas ásperas, con tallos toscos • Y fibrosos, y color verde tornando a amarillo.
<p data-bbox="277 759 453 792">Berenjenas</p> 	<ul data-bbox="719 759 1018 1084" style="list-style-type: none"> • De color morado oscuro, firmes, pesadas y de • Piel suave y uniforme. 	<ul data-bbox="1090 759 1394 1162" style="list-style-type: none"> • De color poco lustroso, blandas o reseca, • Con defectos en la piel o manchas de color.
<p data-bbox="277 1207 411 1240">Tomates</p> 	<ul data-bbox="719 1207 1018 1386" style="list-style-type: none"> • Maduros, de piel lisa y sin defectos. 	<ul data-bbox="1090 1207 1394 1744" style="list-style-type: none"> • Los tomates demasiado blandos, muy maduros • Con magulladuras, con manchas de sol.

<p>Patatas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Las más firmes y libres de defectos, y que • Estén en buen estado. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con cortes, golpes, con brotes o arrugas, con • Partes verdes.
<p>Zanahorias</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Bien formadas, suaves, de buen color y firmes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con la parte superior de apariencia quemada. • Blandas y con manchas.
<p>Remolacha</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmes, redondas y carnosas, de color rojo oscuro y superficie suave. 	<ul style="list-style-type: none"> • Blandas, alargadas y de piel escamosa.
<p>Pepino</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmes y de color verde oscuro. 	<ul style="list-style-type: none"> • De diámetro muy ancho y de color amarillo • Con extremos marchitos o resecos.

<p>Espárragos</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Con puntas cerradas y compactas, de tallo tierno y redondo, de color verde brillante. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con puntas abiertas o extendidas, con tallos con estrías, y con tierra entre las escamas del tallo.
<p>Alcachofas</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Con hojas gruesas y compactas, y de escamas de apariencia fresca 	<ul style="list-style-type: none"> • Con hojas rotas y blandas en la base, y con partes pardas.
<p>Brócoli</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • Firmes, de flores pequeñas y compactas, con tallo no demasiado grueso o duro. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con flores abiertas, marchitas o de color amarillo, con manchas o partes acuosas.
<p>Judías verdes</p> 	<ul style="list-style-type: none"> • De apariencia y color brillante, con vainas frescas y firmes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Con vainas flojas y blandas.

3.4. ORDEN DE COMPRA

ORDEN DE COMPRA

PROVEEDOR: _____

ORDEN DE COMPRA N°: _____

FECHA DE PEDIDO: _____

FECHA DE ENTREGA: _____

REQUISICIÓN: _____

SOLICITANTE: _____

FECHA DE PAGO: _____

TEL: _____

CANTIDAD	CONCEPTO	PRECIO	IMPORTE

OBSERVACIONES:

SUBTOTAL: _____

IVA: _____

TOTAL: _____

3.5. HOJA DE REQUISICION

No. _____

Entregar a : _____ Fecha: _____

Aprobado por: _____ Cargar a: _____

Artículo	Cantidad	Número	Descripción	Cantidad emitida	Costo unitario	Costo total

Llamado por: _____ Cotizado por: _____ Recibido por: _____ Fecha rec.: _____

3.6. ESPECIFICACIONES ESTÁNDAR DE MATERIA PRIMA

Especificaciones Estándar de Materia Prima								
Grupo de Alimentos: Carne								
Articulo	Peso	Calidad	Especif. de corte	Tolerancia	Color	Forma entrega	T°	Tiempo requerido
Lomo	3 lb	primera	Completamente limpio	Sin hueso ni grasa	Rojo purpura	En tiras	Refrigerada	4 días

3.7. EL PLAZO DE PAGO



Es el tiempo que transcurre desde que se realiza la compra hasta que se cancela la deuda contraída. El comprador, siempre que pueda, negociará la fecha de pago o vencimiento por dos razones: para conocer el día que debe liquidar la deuda y porque los proveedores suelen ofertar descuentos por pago al contado.

Hay varios tipos de plazos de pago:

3.7.1. PAGO A PLAZO ORDINARIO



Es cuando la fecha de pago coincide con la fecha de la factura, que generalmente, suele ser la fecha de entrega de la mercancía.

3.7.2. PAGO CON PLAZO POSFECHADO



Es cuando el vencimiento se fija en una fecha posterior a la de la factura.

3.7.3. PAGO CON PLAZO EXTRA



Consiste en otorgar al comprador unos días extra antes de que se haga efectivo el plazo de crédito.

3.7.4. PAGO A PARTIR DE FIN DE MES

El plazo de crédito se inicia a finales del mes en el cual tuvo lugar la compra, y no a partir de la fecha de la factura.

3.7.5. PAGO CON PLAZO A PARTIR DE RECEPCIÓN DEL PRODUCTO



El plazo de pago se inicia el día que el comprador recibe la mercancía y no con la fecha de la factura.

3.8. LOS GASTOS DE TRANSPORTE



Los gastos de transporte se originan por trasladar la mercancía desde el almacén del vendedor hasta el punto de venta o almacén del comprador.

Respecto a la entrega de la mercancía, las condiciones establecidas por el proveedor pueden ser: entrega en el punto de venta o entrega a domicilio.

Las razones de esta negociación son:

- Los gastos de transporte incrementan el coste del producto.
- El coste del transporte siempre va unido al del seguro.

El proveedor puede conseguir el transporte a menor coste, aprovechando el mismo viaje para la entrega a varios clientes.