



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

MEJORAS EN LA GESTIÓN DE COMPRAS DEL RESTAURANTE EL CHEPENANO

Juan Palacios-Santa Cruz

Piura, diciembre de 2018

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Palacios, J. (2018). *Mejoras en la gestión de compras del restaurante el Chepenano* (Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el título de Licenciado en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](#)

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Mejoras en la gestión de compras del restaurante el
Chepenano**

**Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título de
Licenciado en Administración de Empresas**

Juan Carlos Palacios Santa Cruz

Revisor: Dr. Alvaro Tresierra Tanaka

Piura, diciembre 2018

Dedicado a mis familiares, directamente a mis padres y hermana, quienes son aquellas personas que nunca han dejado de apoyarme en toda acción que yo haga, y a Dios quien guía mi camino diariamente.

Prefacio

El presente curso es dictado para egresados en administración de empresas, quienes deben contar con una mínima experiencia laboral de dos años; pues aquí se preparan para que alcancen a vincular la teoría aprendida con las acciones realizadas en su rutina laboral, refrescando conceptos ya dados durante sus estudios y así puedan ser tomados en práctica en el día a día del trabajo que se realiza; para así obtener el título de licenciado en administración de empresas. En este caso concretamente el Trabajo de Suficiencia Profesional – TSP logra que el egresado enlace las teorías de una gestión de compras con las actividades reales que ocurren en la empresa, siendo necesarias para que se consiga mejorar la satisfacción al cliente, trayendo consigo un beneficio directo con los ingresos y mejora de calidad en general.

Con el curso se logra comprobar que la gestión de compras es un paso muy importante en la cadena completa de todos los procesos para que el cliente logre estar satisfecho.

Resumen

El objetivo del presente trabajo de suficiencia profesional es lograr entrelazar lo teórico con la experiencia laboral que se tiene, en este caso en concreto se refiere a una empresa familiar con 28 años de experiencia en el mercado, donde a pesar de los buenos resultados de beneficios que se tenían se detectó que los clientes no siempre se encontraban satisfechos debido a demoras extras al hacer pedidos de platos a la carta, las cuales tenían mucha relación con la falta inmediata de ciertos insumos y productos. Ante esta problemática se logre realizar unas “Mejoras en la gestión de compras del restaurante el Chepenano”.

En el primer capítulo se realiza una descripción de la empresa, teniendo en cuenta aquí, la historia, la actividad, la misión, la visión y el organigrama. A continuación, se manifiesta la descripción del puesto desempeñado, en este caso asistente administrativo, detallando las funciones que se realiza y a su vez los aprendizajes obtenidos durante la experiencia laboral, con esta información se define el problema que se había generado y la propuesta con la solución que se brinda.

El segundo capítulo abarca el marco teórico del cual se debe aplicar a la experiencia, usando diferentes teorías relacionadas con la gestión de compras para lograr explicar la importancia que esta tiene en todo el proceso que se sigue para que el restaurante logre satisfacer a sus clientes. Se empezará con definiciones simples; las cuales son citadas; tales como las de gestión de un restaurante, la importancia de las compras en toda empresa, la estimación de demanda para hacer compras y el proceso que se sigue. En la segunda parte del capítulo dos se muestran los procedimientos que se utilizaron en el proceso de la gestión de las compras del restaurante específicamente.

En el último capítulo, se discute sobre cómo a partir de la teoría se logra poner en práctica, permitiendo a su vez tomar decisiones que logren alcanzar los objetivos de la empresa, tales como la de mejorar constantemente el servicio de atención al cliente, permitiendo este siempre logre salir satisfecho.

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo 1 Aspectos generales	3
1.1. Descripción de la empresa	3
1.1.1. Ubicación	3
1.1.2. Actividad	3
1.1.3. Misión.....	4
1.1.4. Visión	4
1.1.5. Organigrama.....	4
1.2. Descripción general de experiencia profesional	5
1.2.1. Actividad profesional desempeñada.....	5
1.2.2. Propósito del puesto	5
1.2.3. Producto o proceso objeto del informe.....	6
1.2.4. Resultados concretos logrados	6
Capítulo 2 Fundamentación	9
2.1. Teoría y práctica en el desempeño profesional	9
2.1.1. Marco teórico	9
2.1.2. Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos	11
Capítulo 3 Aportes y desarrollo de experiencias	15
3.1. Aportes y desarrollo de experiencias	15

Conclusiones	17
Recomendaciones	19
Referencias Bibliográficas	21
Anexos	23
Anexo 1: Carta del restaurante.....	25

Lista de Tablas

Tabla 1.	Semana de compras intermedias del mes.....	13
Tabla 2.	Semana de compras inicial o final de cada mes.....	13

Introducción

El presente trabajo trata principalmente de la aplicación de toda la teoría aprendida durante la carrera y en el transcurso del curso hacia la experiencia laboral, es decir, con respecto al día a día en el trabajo, pues inicia con detallar como es la empresa en la que se trabaja actualmente, para así tener información general de cómo y dónde ésta se desempeña y la actividad económica que se realiza, también detalla que funciones se cumplen dentro de la labor de asistente administrativo; y es a partir de toda esa información que se puede obtener una idea global de la problemática que se ha generado.

Ya en el segundo capítulo se hace total referencia a un marco teórico, el cual es de suma importancia, ya que a través de las definiciones se puede hacer un estudio y análisis de cómo hacer que el problema tenga una solución, partiendo de teorías para poder aplicarlas en las labores que se cumplen, permitiendo se logren dar soluciones a los diferentes problemas que uno encuentra siempre en el trabajo. Aquí se detalla cómo es que se llevó a cabo el plan de acción para solucionar el inconveniente.

Finalmente en el tercer capítulo se logra enfatizar en los aportes y como es que la experiencia que se tiene se ha ido desarrollando.

Capítulo 1

Aspectos generales

1.1. Descripción de la empresa

La organización abrió por primera vez en los años 90, contando con una trayectoria actual de 28 años en el servicio de la venta de almuerzos criollos. Considerada como una MYPE por clasificación de SUNAT (2018), ya que es una empresa familiar desde sus inicios hasta la actualidad y cuenta con 3 colaboradores adicionales.

En relación a los clientes, actualmente son aquellas personas profesionalmente activas que vienen de otros lados, es decir no son propiamente de Chulucanas, vélgase el caso de mencionar a agentes vendedores, contralores, trabajadores de los diferentes ministerios que llegan a realizar sus labores.

Localmente considerada como una de las mejores opciones para ir a pasar un momento grato a la hora de almorzar; contando con un local extra el cual se está mejorando para así poder atender una mayor demanda. Información brindada por el administrador general J. Palacios (2018)

1.1.1. Ubicación

El restaurante se encuentra localizado en la ciudad de Chulucanas, provincia de Morropón, en Jr. Libertad #632 – Chulucanas

1.1.2. Actividad

Local comercial perteneciente al sector de servicios, cuya actividad empresarial se define con la venta de comida a la carta y menú, contando con platos tales como: Estofados de Pava, de gallina y de pato, siendo los ya mencionado principales, ya que la lista completa se detallará en los anexos.

1.1.3. Misión

Para el caso de la misión y visión, actualmente no se encuentra establecida, pero el investigador en base a su experiencia y conocimiento que tiene ha decidido establecerla de la siguiente manera: “Que la clientela disfrute de una experiencia agradable logrando satisfacer todas sus expectativas, ofreciendo un servicio de calidad; teniendo como factor principal la limpieza para que esta genere un ambiente encantador”. Juan C. Palacios (2018).

1.1.4. Visión

Como se menciona anteriormente, está establecida recientemente y se define de la siguiente manera: “Ser reconocido como el mejor restaurante de la zona, caracterizándose por el sabor y calidad de los platos ofrecidos”. Juan C. Palacios (2018)

1.1.5. Organigrama

Tampoco cuenta con un organigrama establecido, siendo necesario que el autor logre definir uno, optando por un organigrama lineal:

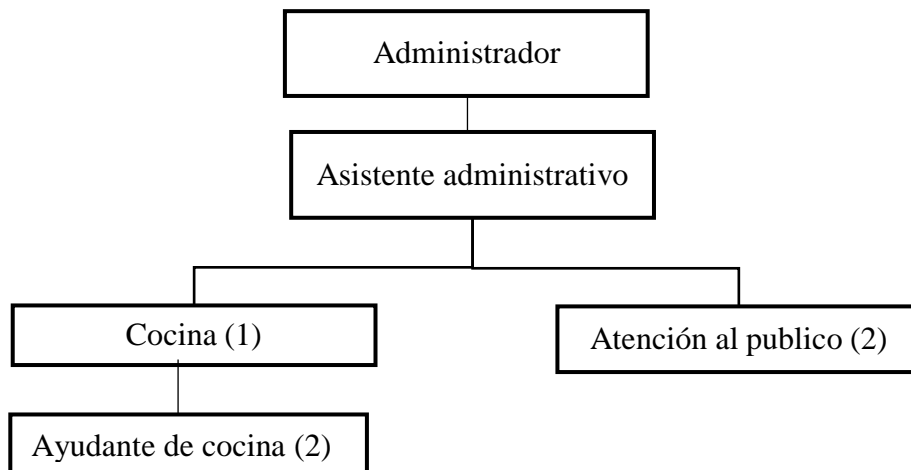


Figura 1. Organigrama
Fuente: Elaboración propia (2018)

1.2. Descripción general de experiencia profesional

Actualmente se cuenta con el cargo de asistente administrativo de todo el restaurante, se ha venido colaborando en el restaurante durante varios años, haciendo posible el conocer detalladamente todas las funciones que se ejercen dentro de este negocio, pudiendo aplicar mejor los conocimientos adquiridos durante su formación profesional, brindando soluciones a algunos problemas continuos que generaban demora, afectando directamente el servicio al cliente.

Con esta experiencia se pudo aportar ideas a los dueños, quienes son los que toman las decisiones finales, para que estos decidan en que otras cosas pueden invertir, debido a que cuando iniciaron, no existía tanta competencia como la hay actualmente, siendo necesario ir cambiando cosas para adaptarnos al medio variable en el cual se desenvuelve.

1.2.1. Actividad profesional desempeñada

Durante el actual desempeño de asistente administrativo en el restaurant, se ejecutaron diferentes funciones, tales como:

- Funciones generales:
 - Dar información del día a día de los sucesos del restaurante.
 - Rendir las cuentas diarias, tanto de ingresos como egresos.
 - Realizar los pagos a proveedores y colaboradores.
 - Monitorear las diferentes funciones de los colaboradores.
 - Encargarse de la contabilidad del negocio.
- Funciones específicas:
 - Estimar la demanda semanal (se hace semanalmente, debido a que, por datos históricos estos no se pueden pronosticar en otro intervalo)
 - Hacer una lista de las compras que se realizarán en la respectiva semana.
 - Gestionar los requerimientos de limpieza, mantenimiento y demás utensilios necesarios para las labores del día a día.

1.2.2. Propósito del puesto

Durante el periodo de trabajo se logró aprender desde lo más básico (ya que se logró adquirir experiencias en el núcleo operativo que viene a ser la cocina) hasta

lo propiamente administrativo, como participar en la toma de decisiones para hacer cambios que permitan una mejora constante.

Cabe recalcar que inicialmente por la poca experiencia no era viable que las ideas sean tomadas en cuenta en su totalidad, ya que el restaurante haciendo sus labores como a lo largo de los años se realizaban lograba obtener resultados positivos en las ganancias, y no podían poner en riesgo esta utilidad. Pero con el paso del tiempo se logró se tengan en cuenta las opiniones consiguiendo la confianza y permitiendo se logren implementarlas al negocio.

1.2.3. Producto o proceso objeto del informe

De acuerdo a la experiencia del asistente administrativo, se pudo identificar que la falta de insumos generaba un gran desorden a la hora de la preparación de platos de fondo y más aún en los platos que se pedían para preparar en el instante, provocando directamente la insatisfacción de clientes. Asimismo, ocasionaba un gasto adicional por realizar compras de momento en una bodega y no directamente con los mayoristas.

Para ello se basó en la experiencia y así estimar ventas semanales, logrando tener los requerimientos de ingredientes e insumos necesarios para la cocina en el inicio de semana, permitiendo así que se cuenten con todos ellos en tiempos efectivos; igualmente se adaptó un pequeño espacio para poder almacenar los diferentes productos logrando se tengan a la mano en todo momento, ahorrando costos y tiempos.

1.2.4. Resultados concretos logrados

Partiendo de lo mencionado anteriormente se logró programar compras semanales, puesto que la estimación no era igual para ninguna semana ya que por experiencia en las ventas se tiene conocimiento de los meses de mayor afluencia y dentro de estos meses, las semanas que tienen picos más altos de venta.

Con estas compras programadas, no sólo se ahorró en costos directos, sino que a su vez y lo más importante es que el servicio mejoró, debido a que el tiempo de preparación de los platos de fondo y el nivel de respuesta de un pedido no se retrasaba al faltar algún insumo.

Un valor indicativo de que fue de beneficio para la empresa es la rentabilidad, puesto que con la satisfacción de los clientes se pudo aumentar la demanda que ya se estaba perdiendo por las dificultades mencionadas anteriormente; y que a pesar de la dificultad económica que se dio por causa de las lluvias durante El Fenómeno del Niño costero, se tuvo liquidez para poder realizar modificaciones dentro del restaurante y la compra de una congeladora.

Capítulo 2

Fundamentación

2.1. Teoría y práctica en el desempeño profesional

En relación con ciertos criterios necesarios para ahondar más en gestión de compras, se necesita ir entrelazando diferentes ideas a fin de ir focalizándonos en la misma, logrando permitir tener una mejor visión teórica y de cómo llevarla a la práctica.

2.1.1. Marco teórico

Dentro del término general de gestión de compras encontramos una serie de definiciones haciendo hincapié en algunas de las cuales ésta abarca:

La gestión de un restaurante, según Morales y Pérez (2007, 2012; tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 10) es la actividad de dirección coordinada, la cual está directamente relacionada con la oferta y servicio de alimentos y bebidas en restaurantes, cumpliendo siempre los requisitos que exige esta actividad, con el objetivo de satisfacer necesidades y expectativas de sus clientes.

El éxito de un restaurante dedicado a ofrecer servicios de comidas y bebidas, depende siempre que este cuente con materias primas o productos de calidad para lograr garantizar desde el principio lo que va a consumir el cliente (Gallego, 2002; tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 11).

Para Agueda (1997, tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 12) en las organizaciones, sus compras son la conclusión de un proceso cuyo objetivo principal es la satisfacción de las diferentes necesidades o la resolución de problemas que se presenten, a través de la selección, adquisición y utilización de productos o servicio. En las organizaciones este proceso se fundamenta en el comportamiento humano, puesto que son estos quienes detectan las necesidades, se

proponen satisfacerlas, buscan posibles soluciones, determinan los productos adecuados y los usan.

Parada (2009, tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 13), proporciona la siguiente definición de demanda: "Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca".

Dentro de los modelos de previsión de demanda; tenemos: Pronóstico, que es un proceso de estimación de un acontecimiento futuro, sobre la base de datos del pasado, básicamente puros hechos ya sucedidos que se saben por experiencia en donde estos se combinan sistemáticamente en forma predeterminada para hacer la estimación. Everett et al; Torres, Daduna y Mederos (1991, 2007; tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 14). También existe un modelo de predicción o previsión, pero de los cuales no serán definidos, ya que no se asemeja a la forma de estimación propia del restaurante.

La función de compras y aprovisionamientos representa la fase inicial del flujo de adquisiciones en la empresa; pues con ellas se logra garantizar el abastecimiento de materiales, equipos, productos y servicios que se requieren, todo ello siempre en las mejores condiciones posibles, ya sea de cantidad, calidad, tiempo y precio. Santos Norton, et al (2004; como se citó en Díaz, 2016, pág. 18-19).

En el proceso de compras intervienen diferentes actividades que van desde la selección del proveedor, control de los pedidos y las entregas de mercancías, la factura y otros documentos, hasta el cierre del ciclo con el pago de la compraventa a los proveedores, quedando entonces el necesario registro del desempeño de éstos, a fin de poder realizar una evaluación de los mismos. Torres y Mederos; Hidalgo (2003, 2015; tal como se citó en Díaz, 2016, pág. 12).

Con las definiciones de todos los diferentes autores mencionados, el autor puede dar una definición secuencial de todo lo que se abarca en una gestión de compra directamente relacionado al restaurante; dentro de los objetivos de un restaurante está el de satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, dentro de lo propio están los servicios de comidas y bebidas, teniendo relación directa que se cuenten con materias primas y productos de calidad, para lo cual es

necesario realizar bien la función de las compras, ya que a partir de aquí se garantiza los abastecimientos de materiales, equipos productos y servicios que se requieren, usando como base de estimación de la demanda al pronóstico semanal, ya que la experiencia lo define así. Dentro de la gestión de compras, tenemos una secuencia que inicia con lo anteriormente mencionado sobre la demanda, para luego seleccionar a los proveedores, luego se controlarán los pedidos y entregas, finalmente se almacenarán según el tipo de compra que se haga.

2.1.2. Descripción de las acciones, metodologías y procedimientos

Teniendo claras las definiciones mencionadas, las cuales se relacionan directo con el restaurante, el investigador hará una descripción de las acciones que se realizaron para hacer las mejoras en la gestión. Como se menciona inicialmente las compras anteriormente las realizaban de una forma reactiva, es decir que compraban algunas materias primas y luego otras eran realizadas tras recibir algún pedido, siendo consideradas de último momento.

El proceso inicia con el tipo de compra que se realizará, puesto que dentro de todas estas, logramos tener grupos tales como: materias primas **perecibles**, materias primas **no perecibles**, **bebidas gasificadas y no gasificadas**, y **productos de uso directo** como menaje y vasos. Una vez definida que tipo de compra es, y sabiendo por el tipo y con la experiencia la estimación de la demanda, pasaremos a detallar como es que se realizan las mismas:

- Partiremos con aquellas que día a día se utilizan como son las materias primas perecibles, ya que se sabe que están tiene un corto tiempo de durabilidad, como es el caso de verduras, carnes de pollo, de res, de pescado y en algunos casos las frutas. En el caso de verduras se compran el mismo día para contar con la frescura necesaria y así brindar calidad al cliente, las carnes tienen un tiempo vida útil de tres a cuatro días haciéndose necesaria la compra sea dos veces por semana, además de que en la ciudad de Chulucanas la carne de res es comprada los martes y viernes, días en que el camal distrital hace matanza de reses, en el caso del pollo y de pescado no hay problema pues es diario la venta de estos.
- En el caso de los menajes y vasos, estos se realizan actualmente cada seis meses, siendo por desgaste o quiños de uso la mayor razón de cambio de los

mencionados, y pues no sólo se compran para reemplazar los dañados sino que se tienen una reserva para poder contar con ellos en caso de alguna recepción que implique la necesidad de una cantidad mayor a la usada diariamente. Teniendo en cuenta que antes de esta gestión, al atender una recepción era un caos poder atender a otros comensales.

- En cuestión a las bebidas, tenemos gaseosas, cervezas y aguas minerales, para este tipo se hace directamente con los distribuidores de Backus y de Coca Cola una vez a la semana, anteriormente se hacían compras a distribuidores locales, generando así que el stock no logre satisfacer las demandas haciendo los clientes sientan molestias, actualmente se hacen los pedidos los días viernes con ambas empresas, y están siempre se hacen teniendo en cuenta que logre quedar un stock de reserva por si la demanda estimada es menor a la real.
- Para el caso de productos perecibles, tenemos un mayorista en el mercado central, un mayorista de arroz y proveedor directo de Alicorp; el primero se realiza en el mismo tiempo de las compras de verduras, puesto que se encuentra en el mismo sitio o en oportunidades que se envía la compra a domicilio; el mayorista de arroz nos brinda 2 sacos quincenales y en semanas de mayor venta estimada envía hasta 3 sacos, el proveedor directo de Alicorp tiene una visita semanal directa al restaurante, siendo este el día jueves en donde la compra es realizada en base a la estimación semanal. Aquí también tenemos en cuenta al proveedor de gas, donde la empresa trabaja con un distribuidor local que nos brindan balones de 35 kg cada 20 días y de 10 kg cada 12 días, ya que se cuenta con una cocina industrial y otra de hornillas pequeñas.

Con la descripción por el tipo de compra realizada mostraremos una tabla para entender mejor la semana de compras, cabe resaltar la información, que por experiencia las semanas que comprenden los intermedios del mes tienen más ventas que las semanas iniciales y finales de cada mes, teniendo por información que es en estas fechas los días en que suelen enviar a lo que inicialmente definimos como nuestro mayor porcentaje de clientes.

Tabla 1. Semana de compras intermedias del mes

SEMANAS INTERMEDIAS DEL MES						
Tipo de compra	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
No perecibles	Verduras, frutas, pollo y pescado	Verduras, frutas, res, pescado y pollo	Verduras, frutas, res, pescado y pollo	Verduras, frutas, res, pescado y pollo	Verduras, res, pescado y pollo	Verduras, pescado y pollo
Perecibles				Alicorp mayor cantidad		
Menajes y vasos	Cada 6 meses aprox.					
Bebidas	Gas				Coca Cola y Backus	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Tabla 2. Semana de compras inicial o final de cada mes

SEMANA INICIAL O FINAL DE CADA MES						
Tipo de compra	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
No perecibles	Verduras, frutas y pescado	Verduras, res y pollo	Verduras, frutas y pescado	Verduras, pollo y frutas	Verduras, res y pescado	Verduras y pollo
Perecibles				Alicorp - poca cantidad		
Menajes y vasos	Cada 6 meses aprox.					
Bebidas	Gas				Coca Cola y Backus	

Fuente: Elaboración propia (2018)

Capítulo 3

Aportes y desarrollo de experiencias

3.1. Aportes y desarrollo de experiencias

A partir de las definiciones dadas en el capítulo anterior, se detecta que para garantizar en una empresa la satisfacción de los clientes, en este caso un restaurante, lo fundamental es tener una gestión de logística; muy aparte de la atención al público; pues ello nos garantizará brindar calidad de inicio a fin. Es por ello que se logra tener otra perspectiva en base a las funciones que se realizan dentro del restaurante, gracias a los conocimientos que el investigador obtuvo durante su carrera es que se puede lograr aplicar a la realidad.

A partir de estos aportes se puede realizar una estrategia en relación a las compras que se realizan, ya sea de materias primas y/o insumos, o de también artículos necesarios para que la empresa logre desarrollar sus funciones, en este caso tenemos a menaje, vasos, también las bebidas gasificadas con las que se trabajará. Inicialmente la falta de experiencia en este sector no permitía se logre hacer caso a las opiniones que se brindaba; pero con insistencia y también demostración de resultados a corto tiempo se logró permitir que se tenga más decisión directa en relación a las compras.

Para que la teoría que es llevada a la práctica tenga éxito, requiere que quien la lleva debe tener muy en cuenta la experiencia, puesto que como en toda compra, siempre existen mermas y éstas deben ser siempre las menores posibles, y en caso del sector del servicio de comidas, hay insumos que sólo duran un día y por ello el comprar en exceso no sería un ahorro por comprar en cantidad, sino un desperdicio y a su vez generar un gasto.

La decisión que se requería, viendo al nivel que se encuentra, sería el corporativo puesto que al ser una empresa familiar, toda decisión depende de la dueña de la organización, ya que esta decisión haría que se requiera mayor inversión inicial por

semana, ya que los proveedores en este caso mayormente cobran al mismo día de la entrega.

El aporte que se obtiene directamente de la gestión de compras, es el de mejorar la calidad del servicio que se brinda y el de disminuir costos generados en compras sin una organización previa.

Los cambios que se hicieron al cómo hacer las compras se desarrollaron unos años atrás, en donde luego de que el investigador culmine sus estudios profesionales y ya pueda estar a tiempo completo en el restaurante, se planteó recurrir a tener en cronogramas semanales las compras; inicialmente no del todo como se dan actualmente, pero sirvió para que la dueña se logre convencer esta gestión era de mucho beneficio.

Con el paso del tiempo, y con ayuda de los demás colaboradores es que se logra implementar ya las compras con cronograma, generando así como mencionamos anteriormente que sea de beneficio directo para la empresa, pues actualmente se siguen realizando de esa manera. Claro está que el investigador siempre busca mejorarla, y actualmente el interés es enfocado en lograr conseguir mayor clientes para así tener mayores ganancias.

Conclusiones

- Con respecto a las definiciones dadas por diferentes autores, podemos concluir que para tratar de explicar que es la gestión de compras se debe tener en cuenta varios aspectos, respectivamente con el giro del negocio que se tiene. Permitiendo tener claro que se debe hacer para ir a la par con los objetivos de la empresa.
- A pesar de la experiencia que los dueños tienen en el mercado, es necesario que una mente fresca venga y reorganice algunos puntos estratégicos, puesto que el entorno es muy cambiante actualmente, en comparación a décadas atrás, siendo necesario los constantes cambios, los cuales deben ser mejorados constantemente. Dentro de esta aceptación de nuevas ideas, lo difícil es hacer que hacer labores de otra manera no es perjudicial, sino más bien añade mucho a cumplir con la visión que se tiene.
- El curso permite darse cuenta que en toda labor que se realice en un trabajo, las personas siempre aplican las teorías aprendidas, no necesariamente estructuradas formalmente pero si de forma indirecta y secuencial.
- Como conclusión general, podemos comprobar que la teoría aplicada requiere también de la experiencia para que se logre aprovechar al máximo y así garantizar las funciones que se realicen tengan eficiencia, específicamente en relación a las compras se comprueba con resultados claros, tanto por parte de los clientes como en las ganancias, que si es fundamental realizar esta gestión; y a su vez se debe mejorar constantemente para lograr llegar a los objetivos y visión que se plantea la empresa.

Recomendaciones

- En relación a la gestión, se recomienda a los dueños siempre mantengan en práctica el proceso de compras que se implementó y a la vez informarse continuamente acerca de los diferentes productos, para saber que se puede tener o no en stock y así evitar al máximo las mermas; aquí también haremos hincapié a buscar siempre diversos proveedores y así optar por el mejor.
- En relación al restaurante es de que en base a la información en la estimación y por experiencia, se sabe que se pierden clientes potenciales por no contar con facturas y tampoco con un sistema de pago POS.

Referencias Bibliográficas

Káterin Díaz (2016) *Diseño de un Sistema de Gestión de Compra para el Restaurante “Mesón de la Plaza”*. Trabajo de diploma para obtener el Título de Licenciatura en Turismo, Universidad central “Marta Abreu” de las villas, Santa Clara, Cuba.

SUNAT. (Sin fecha). *Características de las micro y pequeñas empresas*. Recuperado en diciembre de 2018. <http://www.sunat.gob.pe/orientacion/mypes/caracteristicas-microPequenaEmpresa.html>

Anexos

Anexo 1: Carta del restaurante



RESTAURANT "EL CHEPENANO"

ENTRADAS: S/.

- PAPA A LA HUANCAÍNA 2.50
- SOPA DE RES..... 6.00
- ENSALADA DE PALTA..... 4.00
- ENSALADA MIXTA 3.00
- TAMALES VERDES..... 2.00

PLATOS PREPARADOS S/.

- ESTOFADO DE GALLINA..... 15.00
- ESTOFADO DE PATO..... 15.00
- CABRITO..... 13.00
- ESTOFADO DE PAVA..... 16.00
- ARROZ CON PATO..... 15.00
- LENGUA GUISADA..... 12.00
- ESTOFADO DE RES..... 12.00
- POLLO AL HORNO 12.00
- PICANTE DE GALLINA 9.00

PESCADOS: S/.

- CEVICHE DE FILETE 20.00 – 25.00 – 30.00
- CEVICHE DE CABALLA 15.00 – 20.00
- FILETE DE PESCADO..... 15.00
- CACHEMAS FRITAS..... 12.00
- CHICHARRON DE PESCADO..... 20.00 – 25.00
- SUDADO DE PESCADO..... 20.00

PLATOS POR PREPARAR:**S/.**

- **BISTEC APANADO (lomo fino)**16.00
- **BISTEC (lomo fino)**.....16.00
- **POLLO A LA PLANCHA**.....14.00
- **MILANESA DE POLLO**14.00
- **LOMITO SALTADO DE RES (lomo fino)**16.00
- **LOMITO SALTADO DE POLLO**14.00
- **LOMO A LO POBRE**19.00

BEBIDAS CALIENTES:**S/.**

- **TE**.....1.50
- **CAFÉ/LECHE**2.50
- **ANÍS**1.50
- **MANZANILLA**1.50

BEBIDAS FRÍAS:**S/.**

- **JARRA DE REFRESCO**7.00
- **VASO DE REFRESCO**1.50
- **GASEOSA 1 LITRO**6.00
- **GASEOSA PERSONAL**2.00
- **AGUA MINERAL ½Lt**2.00
- **CERVEZA CRISTAL**6.00
- **CERVEZA CUZQUEÑA(DORADA-NEGRA-TRIGO)**.....7.00
- **GASEOSA GORDITA**3.50
- **POWERADE O SPORADE**3.00
- **GUARANÁ ½ Lt**.....2.00
- **GASEOSA ZERO O LIGTH**.....3.00