UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN AGUSTÍN

FACULTAD DE CIENCIAS HISTÓRICO SOCIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE TURISMO Y HOTELERÍA

"ANÁLISIS DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA DEL RESTAURANTE AJÍ 555 REAL THAI CUISINE DEL DISTRITO DE SAN BORJA EN LA CIUDAD DE LIMA, 2018"

TESIS PRESENTADA POR LA BACHILLER

RUTH ZENAIDA CARTAJENA CHAHUARA

Para optar el título profesional de

LICENCIADA EN TURISMO Y HOTELERÍA

AREQUIPA – PERÚ

2019

DEDICATORIA:

El presente trabajo de investigación va dedicado a Elvira y Antonio; mis amados padres,
a Lis, Christian y Luis Miguel; mis queridos hermanos,
al más nuevo y pequeño integrante de la familia, Christopher; mi adorado sobrino,
y a todos aquellos que me brindaron su apoyo y consideración
para el logro de esta meta.

AGRADECIMIENTO:

Quiero agradecer a Dios porque siempre está conmigo en las buenas y malas.

Gracias a mis padres, por su apoyo incondicional en mi formación académica.

Gracias a mis hermanos por todas las tristezas y alegrías que compartimos.

Gracias a mi querida amiga, Sheila, por permitir que fluya esa conexión especial que hay entre nosotras y, por haber formado parte de mi vida universitaria.

Gracias a todas aquellas personas a los que no hago mención en este pequeño espacio que, sin embargo, son una parte importante en mi vida, los aprecio mucho.

Gracias a mi asesor y profesores por sus enseñanzas.

Y finalmente, un eterno agradecimiento a mi querida universidad, por abrirme sus puertas, por prepararme para un futuro con mejores oportunidades y por formarme como persona de bien para la sociedad.

RESÚMEN

Hoy en día uno de los aspectos fundamentales que deben desarrollar las empresas a nivel administrativo y empresarial es la logística, pues cumple un papel fundamental en el funcionamiento de la empresa, al ocuparse del movimiento y almacenamiento de las materias primas desde que se obtienen de los proveedores hasta su entrega al cliente final por medio del servicio prestado.

La gestión logística como concepto, es el conjunto de actividades que busca, a través de sus trabajadores, mejorar la productividad y la competitividad de su organización, por ello la presente tesis tiene como objetivo general analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima, a través de un análisis no experimental de tipo descriptivo.

Se ha realizado el perfil competitivo del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine y utilizando los datos de las encuestas realizadas a los jefes y trabajadores donde se ha determinado los factores que se presentan en las diversas operaciones de gestión como es la gestión de compras, almacenes, inventario y distribución.

La metodología aplicada en el presente trabajo de investigación utilizó un enfoque cuantitativo pues, utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar las preguntas formuladas en la investigación y probar si se aceptó o rechazo la hipótesis, realizando el conteo y uso estadístico para el establecimiento de patrones de comportamiento de los jefes de área y trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine aplicando la encuesta respectiva siendo el trabajo de tipo descriptivo y no experimental.

Palabras clave: Gestión logística, gestión de compras, gestión de almacenes, gestión de inventarios, gestión de distribución.

ABSTRACT

Nowadays one of the fundamental aspects that companies must develop at an administrative and business level is logistics, since it plays a fundamental role in the operation of the company, when dealing with the movement and storage of raw materials since they are obtained from suppliers until their delivery to the final customer through the service provided.

Logistics management as a concept, is the activity that seeks, through its workers, improve productivity and competitiveness of your organization, so this thesis has as a general objective to analyze the logistics management of the restaurant Ají 555 Real Thai Cuisine of the district of San Borja in the city of Lima, through a non-experimental descriptive analysis.

The competitive profile of the restaurant Ají 555 Real Thai Cuisine has been made and using the data from the surveys made to the bosses and workers, the factors that are presented in the various management operations such as purchasing management, warehouses, inventory have been determined and distribution.

The methodology applied in the present research work used a quantitative approach because it uses the collection and analysis of data to answer the questions asked in the research and test whether the hypothesis was accepted or rejected, making the count and statistical use for the establishment of patterns of behavior of the heads of area and workers of Ají 555 Real Thai Cuisine restaurant, applying the respective survey being the work of a descriptive and non-experimental type.

Keywords: Logistics management, purchasing management, warehouse management, inventory management, distribution management.

LISTA DE CONTENIDO

1.9.1 Enfoque de la investigación.....13

1.9.2 Tipo de investigación.....13

1.9.3 Diseño de investigación.....13

1.9.4 Ubicación espacial y temporal.....14

1.9.5 Población y muestra.....14

1.10 INSTRUMENTOS.....17

1.10.1. Planteamiento operacional.....17

1.10.3 Descripción de los instrumentos.....17

El instrumento que corresponde a la encuesta; es el cuestionario, tomando en cuenta que puede ser de tres tipos:.....18

1.10. 5 Detalle de datos recabados.....20

2.5.5 Proceso de la gestión de compras.....28

Según Mercado (2003) y Carreño (2014) consideran que el proceso de compra consiste en los siguientes procesos:.....28

C. Pedido de mercancía en restauración.....29

Pedido de mercancía.....172

LISTA DE TABLAS

1

3

4

5

6

7

8

9

1

3

4

5

7

8

0

1
2
3
4
5
6
7
8
9
0
1
2
3
4
5
6
7
8
0
1
2
3
4
5
6
2
3

4
5
6
07
0
1
2
3
4
5
6
8
0
1
2
3
4
5
6
9
0
2
3
6
6
9
5

6

8

9

0

3

4

2

3

3

4

5

LISTA DE FIGURAS

2

5

6

7

3

4

5

7

8

0

1

3

4

5

6

7

8

0

1

2

3

4

5

6

7

8

0

1

2

4

5

6

7

8

0

1

2

3

5

...97

8

99

0

1

3

4

5

6

7

09

0

1

2

3

4

5

6

8

0

1

2

3

4

5

6

28

0

1

2

3

6

7

58

59

0

INTRODUCCIÓN

Dentro de los diferentes procesos que se desarrollan en la empresa, uno de los que cobra importancia es la gestión logística, pues es considerada una de las principales herramientas para que una empresa sea altamente competitiva.

El presente trabajo de investigación desarrolla diferentes indicadores que permiten analizar las diversas operaciones del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine, con base en la información sobre gestión de compras, almacenes, inventario y distribución.

La presente investigación analizó cómo es la gestión logística de la empresa con el fin de determinar las diferentes operaciones que se realizan dentro de ella, recopilando información a través de preguntas realizadas al personal que labora en el restaurante como son jefes de área y trabajadores.

Una de las pruebas importantes que se realiza en la investigación es la que tiene que ver con la determinación de la media estadística para cada uno de los indicadores establecidos, esta prueba permitirá definir de acuerdo a la escala de medición respectiva, si los diversos indicadores se presentan siempre o nunca en la gestión logística de la empresa.

Esta investigación es importante debido a que permitirá analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 real thai Cousine, para identificar los diversos indicadores desarrollados en la metodología respectiva, comprobando su hipótesis, consiguiendo así resultados fiables de acuerdo a las pruebas derivadas del trabajo de campo.

La presente investigación está estructurada de la siguiente manera:

En el **Capítulo I** se determina el método de investigación, metodología necesaria para realizar el presente trabajo, permitiendo conocer la estructura del estudio el mismo que está compuesto por nuestro enunciado, el planteamiento del problema, la justificación, el objetivo general junto con sus objetivos específicos, hipótesis, aspecto metodológico, planteamiento operacional, matriz de consistencia y la instrumentación que se precisa para seguir los lineamientos que precisa esta investigación.

En el **Capítulo II desarrollaremos** la teoría y conceptos que comprenden el marco teórico de la investigación, donde se desarrolla los aportes necesarios sobre la gestión logística en el restaurante Ají 555 real thai Cousine.

En el **Capítulo III** se realiza la construcción de tablas y figuras provenientes del trabajo de campo realizado por nuestras encuestas aplicadas a los jefes de áreas y trabajadores del restaurante Ají 555.

En el **Capítulo IV** se desarrollará los detalles sobre la implementación de una propuesta de capacitación a través del programa estratégico de las 5S's para la mejora del área de almacén del restaurante Ají 555 Real Thai Cousine.

Para finalizar la presente investigación se presentan las conclusiones, recomendaciones y la bibliografía correspondiente junto con los anexos que respaldan el desarrollo del presente trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

MARCO METODOLÓGICO

1.1. ENUNCIADO

"Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima, 2018".

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En la actualidad, debido a la globalización, los mercados se han vuelto más exigentes y, sus exigencias son cada vez más difíciles de cumplir. Así mismo, las empresas nacionales tienen que competir con empresas de todo el mundo, que operan con un gran nivel de eficiencia, por ello, la competencia se hace cada vez más ardua y solo las empresas que logran importantes diferencias contra sus competidores aspiran a aumentar su participación en el mercado o simplemente a sobrevivir en él.

Es desde este punto que se hace mención a la gestión logística, pues, las empresas son cada vez más conscientes de que una buena administración representa una oportunidad estratégica para ser competitivos en el mercado. Sin embargo, es importante también que reconozcan la importancia de implementar y/o mejorar la gestión logística de sus empresas con el fin de elevar su competitividad.

Es cierto que las empresas y los individuos han llevado a cabo actividades de logística durante muchos años. Se han ocupado continuamente de las actividades de abastecimiento, almacenamiento, inventario y distribución. Sin embargo, Ballou (2004) sostiene que la novedad de este campo estriba en el concepto de dirección coordinada de las actividades relacionadas, en vez de la práctica histórica de manejarlas de manera separada, además del concepto de que la logística añade valor a los productos o servicios esenciales para la satisfacción del cliente y para las ventas.

De tal manera, la logística empresarial es todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar al consumidor el mejor servicio a un costo adecuado. Ballou (2004). Por otro lado, se entiende por logística al conjunto de conocimientos, acciones y medios destinados a prever y proveer los recursos necesarios que posibiliten realizar una actividad principal en tiempo, forma y al costo más oportuno en un marco de productividad y calidad. Gambino (2011).

Así mismo, para el Council of logistics management (CLM), Consejo de Administración Logística: La logística es el proceso de planear, implementar y controlar el flujo y almacenamiento eficiente y a un costo efectivo de las materias primas, inventario en proceso, de producto terminado e información relacionada, desde los puntos de origen hasta los de consumo; con el propósito de satisfacer las necesidades de los clientes.

Así entonces, la logística cumple un rol importante en las empresas que se dedican al rubro del servicio, centrando la investigación en empresas como es el caso, Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine. Teniendo como uno de los objetivos el mejoramiento máximo del servicio, ya que es la clave del éxito de los mismos. La logística, ya no es un término nuevo para las empresas gastronómicas, sin embargo, muy pocos apuestan por esta diferenciación que podría ayudarlos a tener una mejor rentabilidad.

La condición del mercado en la industria del servicio de la ciudad de Lima ocasiona una elevada competencia en el rubro de los restaurantes, por lo que las empresas buscan mejorar la calidad de servicio que ofrecen. Sin embargo, muy pocos toman en cuenta que una buena gestión logística en sus empresas puede ayudarlos no solo a reducir sus costos sino también a ser más competitivos en el mercado e incluso incrementar su rentabilidad.

Diagnostico

La logística no es un concepto nuevo en el mundo gastronómico, como ya lo señalamos. Anteriormente, era solamente tener el producto justo, en el sitio justo y a un bajo costo. Sin embargo, estas actividades sencillas se han redefinido y constituyen toda una cadena de procesos que permiten un mejor desempeño. Entre los procesos más importantes esta la gestión de compras, gestión de almacenamiento, gestión de inventarios, gestión de distribución.

Cabe resaltar que, desafortunadamente, en muchos casos no se le brinda la importancia que merece, ya que muchos empresarios desconocen la cadena de procesos logísticos a seguir para una adecuada gestión logística, es por eso que existen deficiencias en los restaurantes, afectando al área de servicio al cliente, costos de la empresa, calidad de producto, entre otros factores como, por ejemplo;

- El no realizarse una gestión de compras adecuada, debido a que no se compra la cantidad de productos o materiales necesarios lo que ocasiona que, o se sobre pase la cantidad de productos que se requiere y, que estén mucho tiempo en

stock o, en ocasiones sobra productos perecibles esto genera perdida para el restaurante ya que estos productos tienen que ser desechados y, se tenga que hacer un gasto adicional para comprar más materia prima.

- Otro problema que se pudo observar es en la gestión de almacenamiento, ya que no existe una persona capacitada que se encargue del almacén, alguien que se encargue de la recepción de insumos y distribución de la misma, lo que genera desconocimiento de los productos existentes en el almacén.
- En la gestión de inventarios no cuentan con un sistema de inventarios, ni se hace un adecuado uso del Kardex, lo que genera que no haya control de los productos que ingresan ni de los productos que salen lo que también genera pérdidas.
- En la gestión de distribución, el servicio al cliente, debido a todo lo mencionado anteriormente el producto que se le entrega al cliente, si bien, es de calidad, tienen un precio muy alto, y muchas veces no se les hace entrega del producto a tiempo.

Por ello en la presente investigación se pretende analizar cómo es el proceso de la gestión logística en cada una de las dimensiones expuestas, ya que, de no solucionar posibles falencias, el desarrollo de las actividades diarias se verá afectadas trayendo consigo diversos problemas por la inadecuada gestión logística en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

Así, por lo anteriormente expuesto, se formulan las siguientes preguntas de investigación:

1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Problema general

¿Cómo es la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?

Problemas específicos

- ¿Cómo es la gestión de compras del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?
- ¿Cómo es la gestión de almacenes del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?
- ¿Cómo es la gestión de inventario del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?
- ¿Cómo es de la gestión de distribución del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?

1.4. OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distritode San Borja en la ciudad de Lima.

Objetivos específicos

- Determinar la gestión de compras del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.
- Describir la gestión de almacenes del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.
- Precisar la gestión de inventario del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.
- Determinar la gestión de distribución del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

1.5. JUSTIFICACIÓN

A nivel académico

El presente trabajo de investigación es importante pues aplicará los conceptos y teoría relacionada a la gestión logística para analizar cómo se desarrolla y aplica esta variable en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

Así mismo, es importante pues beneficiará a los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería, pues brindará la información necesaria para establecer nuevos proyectos de investigación que analicen la gestión logística en el rubro respectivo en que se desenvuelvan, ya que se realizará de manera práctica, haciendo uso de un lenguaje claro y sencillo con la finalidad de que todos los estudiantes y empresarios puedan comprender sobre la importancia de la gestión logística.

A nivel económico

La presente investigación es importante pues se enfocará en estudiar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima, obteniendo información sobre el control de sus procesos, repercutiendo directamente en beneficios económicos para la empresa.

A nivel empresarial

La presente investigación es importante porque aportará elementos vigentes sobre la gestión logística, mediante un lenguaje sencillo, pero de significado relevante contribuyendo a un mejor desarrollo de la gestión logística de las empresas de restaurantes. En este sentido los beneficiarios directos serán los empresarios de restaurantes que deseen mejorar su gestión logística.

1.6. HIPÓTESIS

Hipótesis general

- Dado que existe diferentes procesos de gestión, es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión logística.

Hipótesis específicas

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de compras.
- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de almacenes.
- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de inventario.
- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de distribución

1.7 Operacionalización de variables

Tabla 1 Variables: Dimensiones e Indicadores

VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADOR	FUENTE	TÉCNICA	INSTRUMENTO
GESTIÓN LOGÍSTICA	**GESTIÓN DE COMPRAS**	• Selección de proveedores. • Requisición y análisis de cotizaciones. • Pedido de mercancía. • Emisión de la orden de compra al proveedor. • Seguimiento y control de compras. • Registra y archiva la documentación.	Jefes de área y trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Boja en la ciudad de Lima.	Encuestas estructuradas	Cuestionario
	GESTIÓN DE ALMACÉN	• Recepción de mercancía • Control de almacenamiento • Conservación y mantenimiento del producto. • Control de stock			
	GESTIÓN DE INVENTARIO	• Análisis de inventario. • Análisis de stock.			
	GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN	• Entrega del producto. • Importancia del servicio al cliente.			

Elaboración propia

1.8 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Tabla 2 Matriz de consistencia

Enunciado	Problema	Objetivos	Hipótesis	Muestra	Diseño
Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.	**Problema general** ¿Cómo es la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?	**Objetivo general** Analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018.	**Hipótesis general** Dado que existen diferentes procesos de gestión, es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión logística.	Jefes de área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Boja en la ciudad de Lima.	**Método**: No experimental
	Problemas específicos ¿Cómo es la Gestión de compras del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?	**Objetivos específicos** Determinar la Gestión compras del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.	**Hipótesis Especificas** Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de compras.		**Nivel de investigación**: Descriptivo

	¿Cómo es la Gestión de almacenes del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?	Describir la Gestión de Almacenes del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.	Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de almacenes.	Trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Boja en la ciudad de Lima.
	¿Cómo es la Gestión de inventario del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?	Explicar la Gestión de Inventario del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.	Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de inventario.	
	¿Cómo es de la Gestión de distribución (Servicio al cliente) del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima?	Determinar la Gestión de Distribución (servicio al cliente) del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.	Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de distribución.	

Elaboración propia

1.9 ASPECTO METODOLÓGICO

1.9.1 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque cuantitativo.

Hernandez, Fernandez, y Baptista (2007) nos comenta que la investigación con enfoque cuantitativo cuenta con datos conseguidos por medio de mediciones, representados a través de cantidades o números y finalmente pasan por un proceso de análisis estadísticos con determinados métodos.

1.9.2 Tipo de investigación

Es descriptivo, ya que según (Hernandez, Fernandez, y Baptista, 2007) *"Este tipo de estudio usualmente describe situaciones y eventos, es decir cómo es y cómo se comportan determinados fenómenos."* (pág. 60). Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis.

El presente estudio analiza la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

1.9.3 Diseño de investigación

De acuerdo a la recolección de información

Este trabajo es una investigación de tipo transversal, pues el estudio se realiza en un momento específico; es decir los datos fueron recolectados en un momento determinado y tiempo específico.

De acuerdo al carácter

Es una investigación de tipo no experimental, porque las variables independientes de análisis no se pueden manipular y carecen de control al momento de estudio; es decir no han sido manipuladas por el investigador, sino que ya están presentes.

La investigación no experimental es la que se realiza sin manipular deliberadamente variables; lo que se hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos. (Hernández, Fernández y Baptista, 2003).

1.9.4 Ubicación espacial y temporal

Ubicación espacial: La investigación se realizó en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

Ubicación Temporal: El desarrollo de la presente investigación se realizó entre los meses de noviembre del año 2018 a junio del año 2019.

1.9.5 Población y muestra

a. Población

Para el presente proyecto de investigación se identifican dos poblaciones de estudio:

Primer caso: El primer grupo de estudio está conformado por los jefes de cada área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima. Es un equipo de trabajo de 7 integrantes en total.

Segundo caso: El segundo grupo está conformado por los trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima. Es un equipo de trabajo de 18 integrantes en total.

b. Unidades de Análisis

La unidad de análisis comprende a los elementos que serán medidos; dichos elementos pueden ser organizaciones, comunidades, situaciones, eventos, entre otros.

Hurtado (2000) resalta que las unidades de estudio se deben definir con precisión de manera que a través de ellas se puedan dar una respuesta completa y correcta y no parcial a la interrogante de la investigación. Es así como la unidad de estudio de la presente investigación está constituida por todos los trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

Debido a que la población de estudio es reducida se ha visto por conveniente que la muestra para esta investigación sea la misma cantidad que la población. Es

decir, la unidad de análisis está constituida por el 100% de la población. Como lo refiere [CITATION Mar11 \l 10250], ante el escaso número de sujetos, no será necesario extraer una muestra, se trabajará con el 100% de la población. De modo que se trabajó con la colaboración de todos los trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima. De esta manera, se tomó las siguientes:

Se trabajó con todos los jefes de área del restaurante, los cuales conforman una población de siete (07) personas que mencionamos a continuación:

Tabla 3. Jefes de área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine:

N°	NOMBRE	PUESTO DE TRABAJO
1	Antonio Paredes Lavado	Gerente
2	Lic. Julio Rondón	Administrador
3	Chani Wongboonsi	Chef
4	Yerson Melchor	Jefe de cocina
5	Luis Miguel Delgado	Jefe de Bar
6	Juan German Hernández	Jefe de Salón
7	Miguel Ángel Estrada	Jefe de almacén

Elaboración propia

Se trabajó con todos los integrantes que pertenecen al área operativa del restaurante, los cuales conforman una población de dieciocho (18) personas que mencionamos a continuación:

Tabla 4 Trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

N°	NOMBRE	PUESTO DE TRABAJO
1	Radamel Llanos	Cocinero
2	Nerio Azocar	Cocinero
3	Lee Méndez	Cocinero
4	Sebastián Ayvar	Postres
5	Óscar Ordoñez	Steward
6	Arayma Gonzales	Cocinera (Para el personal)
7	Hans Elera	Ayudante de bar
8	Nancy Tucto	Asistente Gastronómico
9	Oriana Carrillo	Asistente Gastronómico
10	Camila Torres	Food runner (Corredora)
11	Benji Palomino	Food runner (Corredor)
12	Yessenia Pueller	Cajera
13	Angie León	Anfitriona
14	Fernando Meza	Compras/ayudante de almacén
15	Jorge Andrés Pinto	Publicidad y MKT
16	Paulo Huancollo	Seguridad/Portero
17	Carlos Estrada	Mantenimiento
18	Jackie Vaccaro	Limpieza Gral.

Elaboración propia

Los mencionados colaboradores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine fueron de gran ayuda ya que proporcionaron valiosa información en el llenado de las encuestas y brindaron la información necesaria para el desarrollo de esta investigación.

1.10 INSTRUMENTOS

1.10.1. Planteamiento operacional

La recolección de información se basa en instrumentos estructurados, para este caso se utilizará la encuesta. Este instrumento se aplicó a los jefes de área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine**,** así como a los trabajadores del área operativa.

1.10.2 Técnica

Para la recolección de datos del presente proyecto de investigación se empleó la siguiente técnica:

Encuesta: (Mayntz et al., 1976) citado por [CITATION Elesf \l 10250] Describen a la encuesta como la búsqueda sistemática de información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales.

Para este caso de estudio, se recopilaron datos a través de dos encuestas estructuradas:

- **Encuesta A:** Dirigido a los jefes de área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.
- **Encuesta B:** Dirigido a los trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

1.10.3 Descripción de los instrumentos

El instrumento que corresponde a la encuesta; es el cuestionario, tomando en cuenta que puede ser de tres tipos:

- Cuestionario de preguntas abiertas: da la libertad de responder al encuestado.
- Cuestionario de preguntas cerradas: se establecen previamente las opciones de respuesta.
- Cuestionario mixto: combina preguntas abiertas y cerradas.

Para esta investigación se empleó un cuestionario con preguntas cerradas. Se aplican preguntas que miden actitudes del individuo hacia un determinado hecho, presentado en escala de Likert con las siguientes alternativas:

1 = Nunca
2 = Pocas veces
3 = Algunas veces
4 = Muchas veces
5 = Siempre

A continuación, se describen ambos instrumentos:

- **ENCUESTA A:** En la primera parte de la encuesta se formulan preguntas generales, información sobre el entrevistado. La segunda parte está compuesta por la variable de la investigación y las cuatro dimensiones que ayudan a analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018, utilizando sus respectivos indicadores, los cuales son:
  - Gestión de compras.
  - Gestión de almacén.
  - Gestión de inventario.
  - Gestión de distribución.

- **ENCUESTA B:** En la primera parte de la encuesta se formulan preguntas generales, información sobre el entrevistado. La segunda parte está compuesta por la variable de la investigación y las cuatro dimensiones que ayudan a analizar la gestión logística del

restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018, utilizando sus respectivos indicadores, los cuales son:

- Gestión de compras.
- Gestión de almacén.
- Gestión de inventario.
- Gestión de distribución.

Validación del instrumento

El tipo de validación usado para este caso es de contenido, el cuestionario fue validado por tres expertos relacionados al tema, quienes evaluaron el instrumento.

- Lic. Ernesto Aragón Marmadillo, Jefe del departamento de logística del hotel El Corregidor.
- Lic. Orlando Maque, Catedrático en hotelería de la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa.
- Ing. Edgar Flores Hinojosa, Sub Gerente de la Gerencia Regional de Turismo de Arequipa – GERCETUR

1.10.4 Procedimiento

La investigación que se presenta en esta tesis se llevó a cabo de acuerdo a los siguientes pasos:

a) Efectuar un análisis inicial de la situación actual del área de investigación, es este caso el Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja.
b) Elaborar el diseño del instrumento para analizar la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la Ciudad de Lima.
c) Efectuar la revisión del instrumento con diferentes expertos en el área.
d) Realizar las modificaciones y correcciones de errores que puedan surgir en el desarrollo de la investigación.

e) Buscar a las fuentes para comenzar el proceso de la recolección de datos.
f) Por medio de coordinaciones previas con el equipo de administración del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la Ciudad de Lima, de donde se pudo obtener información de los colaboradores tanto como de jefes de área.
g) Se realizó el procesamiento de datos mediante el SPSS.
h) Posterior al procesamiento de datos se mostró los resultados mediante tabulaciones y figuras.
i) Finalmente se realizó el análisis de datos e interpretación de resultados de la encuesta.
j) Se obtuvo las conclusiones.

1.10. 5 Detalle de datos recabados

- Una vez obtenidos los datos a través del instrumento aplicado se procederá a analizarlos, y conseguir respuestas y teorías para las preguntas de investigación.
- Se procederá a codificar: Identificando temas, ideas y esquemas dentro de los datos.
- Se procederá a analizar las estadísticas.
- Se obtendrán respuestas y se procesara la información.
- Se creará una base de datos.
- Se elaborarán las tablas y las figuras.
- Se interpretará la información.
- Se obtendrán las conclusiones y se elaborarán los resultados.

CAPÍTULO II

MARCO

TEÓRICO

2.1 ANTECEDENTES

Según Miranda (2016) en su tesis de investigación “La gestión logística del restaurante Camino Real S.A.C en el distrito de San Sebastián” presentado ante la Universidad Andina del Cusco, Perú; explica que, una adecuada gestión de la logística juega un papel muy importante, ya sea para las empresas que exportan o para las que producen para el mercado doméstico, sin importar si son pequeñas o grandes. En base a esa idea se cuestiona ¿Cómo es la gestión logística en el restaurante Camino Real S.A.C.? Teniendo como objetivo describir la gestión logística en el restaurante Camino Real S.A.C.

La metodología; mediante la utilización de encuestas se realizó la recolección de datos de la gestión logística en el restaurante Camino Real S.A.C. Dicha investigación se aplicó a los trabajadores de la empresa. Se determina como conclusión que la gestión logística del restaurante Camino Real S.A.C en el distrito de San Sebastián 2016 es regular, teniendo un 82.1%, ya que los trabajadores del restaurante consideran que existe una regular gestión de compras, una regular gestión de almacenamiento, una regular gestión de inventarios y una buena gestión de transporte, solo un 17.9% considera como buena la gestión logística.

Según González (2014) en lo que refiere a la gestión logística desarrollo como parte de su investigación la tesis titulada “Estudio de la cadena de abastecimiento del restaurante El Antojo Manabita, para generar la optimización de recursos, ubicado en la ciudad de Quito, periodo 2013-2014” presentado ante la Universidad Internacional Sek, Quito - Ecuador; el

cual tiene como objetivo entender los procesos involucrados en la cadena de abastecimiento del restaurante El Antojo Manabita.

Esta investigación es de tipo descriptiva del restaurante El Antojo Manabita, ya que se describe a detalle las características y procesos de la cadena de abastecimiento de la empresa. Esta investigación conlleva a realizar un estudio de campo, documental y proyecto de desarrollo. El método de estudio que utiliza es inductivo deductivo ya que el estudio va desde conocimientos particulares de la empresa a conocimientos generales. La población estudiada en este proyecto es el restaurante El Antojo Manabita. Se concluye que, al momento de analizar los problemas del restaurante El Antojo Manabita se pudo observar que, la administración departamental no permitía reconocer los puntos críticos de la empresa. Es por ello que, al estudiar la cadena de valor, basándose en el libro de Luis Aníbal Mora, se pudo reconocer los principales macro procesos: Gestión de compras y abastecimiento, Gestión moderna de inventarios, Gestión logística en bodegas y Gestión del transporte para de esta manera proponer un modelo de acuerdo a las exigencias y necesidades del restaurante El Antojo Manabita.

Según Cano, Orue, Martínez, Mayett, López (2015). En su artículo de investigación "Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México" presentado ante Universidad Nacional Autónoma de México y, ante la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla - México - . En este articulo los autores sostienen que la gestión logística por sí misma tiene una gran importancia para todas las empresas sin importar el rubro al que se dedique ni el tamaño de la misma. Sin embargo, consideran que la gestión logística para la Pyme debe ser distinto al de la gran empresa, debido su estructura informal y a la carencia de conocimientos técnicos. Es por ello que en esta investigación los autores proponen un modelo de gestión logística para Pyme en México que pueda facilitar la administración integral de las cuatro áreas identificadas como las más importantes para este tipo de empresas: Gestión de inventarios, Gestión de almacenamiento, Gestión de producción y Gestión de distribución.

La metodología; la información se recolectó mediante la utilización de encuestas aplicadas a 33 pequeñas y medianas empresas del sector textil en el estado de Tlaxcala en México. Se eligió el sector textil porque es el más grande, el que aporta más PIB. Se utilizó

una escala de Likert de 5 alternativas, la cual va desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo.

Se determina como conclusión que por la simplicidad de este modelo de gestión logística es factible que las Pymes lo adopten como referencia para mejorar el desempeño logístico de sus empresas, así como mejorar su competitividad y enfrentar los retos de mercados nacionales e internacionales.

2.2 GESTIÓN LOGÍSTICA

La gestión logística es definida por varios autores de diferente manera; algunas muy simples y otras mucho más complejas. Sin embargo, por su importancia en la investigación en curso se profundizará en los siguientes conceptos:

Según el (Consejo de gestión logística o CLM, por sus siglas en Inglés de EE.UU. citado en Ballou, 2004). La logística es la parte del proceso de la cadena de suministros que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes. De acuerdo a este concepto Ballou (2004) determina que esta es una definición excelente, ya que transmite la idea de que los flujos del producto tienen que ser manejados desde el punto donde se encuentran como materia prima hasta el punto donde finalmente son descartados. En ésta, la logística también se ocupa del flujo de los servicios, así como de los bienes físicos. Así mismo, sugiere que la logística es un proceso, es decir, incluye todas las actividades que tienen un impacto en hacer que los bienes y servicios estén disponibles para los clientes cuándo y dónde deseen adquirirlos.

En la misma línea, Ballou (1999) en su libro logística empresarial, sostiene que la gestión logística es *"todo movimiento y almacenamiento que facilite el flujo de productos desde el punto de compra de los materiales hasta el punto de consumo, así como los flujos de información que se ponen en marcha, con el fin de dar los niveles adecuados de servicio al consumidor a un costo razonable"* (p.7). Es decir, la logística es un conjunto de procesos o movimientos que se lleva a cabo, para la elaboración de un determinado producto, desde que es materia prima hasta que el producto sea distribuido. Lo cual tiene como finalidad que, el producto sea elaborado con insumos de calidad y sea entregado a un precio razonable.

Anaya (2007) plantea que la gestión logística es un conjunto de operaciones, que permiten poner a disposición de la empresa, en tiempo oportuno y en la cantidad y calidad deseada; todos los artículos y productos necesarios para su funcionamiento al menor costo posible.

Para Lamb, Hair y McDaniel (2002) sostienen que la logística *"es el proceso de administrar estratégicamente el flujo y almacenamiento eficiente de las materias primas, de las existencias en proceso y de los bienes terminados del punto de origen al de consumo."* (p.383).

Tomando en cuenta los conceptos de los autores antes citados, podemos decir que la logística es un conjunto de actividades que, empieza con la gestión de abastecimiento y/o compras y termina con la entrega del producto y/o servicio final, y tiene como principal objetivo satisfacer los requerimientos y/o necesidades de los clientes en el momento demandado con el producto y/o servicio solicitado y a un costo razonable sin descuidar la calidad del producto.

2.3 IMPORTANCIA DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA

Según Ballou (2004) la logística no es otra cosa sino crear valor. Por ello cobra importancia por ser un factor que ayuda a crear valor para la empresa, es decir, crea valor para los proveedores, clientes y accionistas y/o empresarios. El valor creado por la logística se expresa en tiempo y lugar fundamentalmente. Los productos y servicios sólo cobran valor cuando están en posesión del cliente cuando y donde ellos deseen consumirlos.

2.4 FUNCIONES DE LA GESTIÓN LOGISTICA

2.5 GESTION DE COMPRAS

Salvador (2003) nos comenta que la gestión de compras es, básicamente, adquirir bienes y servicios de calidad y precio adecuado, en el momento adecuado y del proveedor más apropiado. Dentro del concepto de empresa moderna las compras se deben manejar por un departamento especializado que debe formar parte de la propia organización de la empresa.

Morales (2008) sostiene que una correcta gestión de compras asegura que la empresa tenga los mejores proveedores para que de esa manera pueda abastecerse de los mejores productos y servicios. Así mismo asegura que la gestión de compras a menudo gasta más dinero que cualquier otra área de la empresa, así que manejar correctamente las compras es una buena oportunidad para reducir los costos y aumentar los márgenes de beneficio.

Es decir, manejar el área y/o departamento de compras con prudencia permite que la empresa tenga no solamente productos de calidad al mejor precio y en el momento requerido, por contar con los proveedores correctos; sino también ayuda a que los márgenes de ganancia de la empresa aumenten. Reduciendo gastos innecesarios.

2.5.1 Importancia de las compras

Para Ballou (2004) el proceso de compras tiene gran importancia en las empresas, debido a que, los componentes y suministros obtenidos adquiridos representan 40 a 60% del valor de ventas de un producto final. Esto quiere decir que la reducción de costo, aun en reducidas cantidades, puede tener gran impacto en las utilidades que mejoras similares en otras áreas de costo-ventas de la organización. Esto se conoce como el principio de apalancamiento.

2.5.2 Objetivos de la gestión de compras:

Mercado (2003) señala que para que se realice una gestión de compras efectiva es necesaria una coordinación permanente entre los departamentos comerciales o de operaciones y el de compras. Además, indica que la gestión de compras comprende de objetivos específicos como:

- Mantener la continuidad de abastecimiento.
- Hacerlo con la inversión mínima en existencia.
- Evitar duplicidades, desperdicios e inutilización de los materiales o productos.
- Mantener los niveles de calidad de los materiales o productos, basándose en lo adecuado los mismos de para el uso a que se destinan.
- Adquirir materiales o productos al precio más bajo posible compatible con la calidad y el servicio requeridos.
- Mantener la posición competitiva de la empresa y conservar el nivel de sus beneficios en lo que a costos de material se refiere.

2.5.3 Función de la gestión de compras:

Según Mercado (2003) la gestión de compras cumple las siguientes funciones

- Estudio de fuentes de suministro (análisis del mercado).
- Selección de proveedores.
- Control de las especificaciones de calidad requeridas, incluyendo empaquetado, presentación, etc. (gestión de la calidad de la compra).
- La gestión de precios, para conseguir compras lo más razonables posibles.
- La gestión de plazos y condiciones de entregas, para conseguir máxima fiabilidad, flexibilidad y reducción de los tiempos de entrega.
- El seguimiento y control de todas las operaciones realizadas en todos los acuerdos y condiciones establecidos por el proveedor.
- La venta de los productos sobrantes y obsoletos, para evitar pérdidas económicas.

2.5.4 Principios básicos de la gestión de compras en restauración

Gallego (2012) indica que los principios básicos para una adecuada gestión de compras son los siguientes puntos:

- Disponer de una información, lo más amplia posible, sobre proveedores y sus ofertas/productos.
- Llevar un verdadero “control” de los proveedores denominados habituales.
- Conocer las especificaciones de calidad que queremos exigir a las materias primas o productos que vayamos a comprar.

- Tener una información muy clara y precisa sobre la oferta que tenemos y a quien la dirigimos.
- Acudir a los mercados, tiendas especializadas, almacenes o similares para efectuar aquellas compras que deban ser vistas con anterioridad.
- Todas las mercancías que entren en el establecimiento deben ser verificadas en cantidad y calidad y siempre existirá el control y el "visto bueno" de la persona a cargo.
- Los precios deben ser negociados, así como las formas de pago, siempre que sea posible.

2.5.5 Proceso de la gestión de compras

Según Mercado (2003) y Carreño (2014) consideran que el proceso de compra consiste en los siguientes procesos:

A. Selección de proveedores

Mercado (2003) afirma que los proveedores son todas aquellas personas o empresas que proporcionan a la empresa los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria. Por otro lado, Cuevas (2014) indica que es importante buscar proveedores que ofrezcan la calidad y la cantidad que se necesita para operar, en el momento más adecuado. Es por ello que, muchas veces se necesita contar con más de un proveedor para una misma mercancía, de esa manera la empresa no se ve en aprietos.

Criterios para la selección del proveedor

Cuevas (2014) indica que, el primer paso para controlar los costos y evitar fugas, es contratar al proveedor adecuado. A quién comprarle suena muy sencillo, en realidad no lo es.

Principales atributos que debemos buscar en los proveedores:

a) Que sean honestos.
b) Que sean responsables.

c) Que tengan suficiente variedad que permita escoger la mejor opción y no sólo limitarse a una sola en cuanto a empaque y marca se refiere.
d) Que cumplan con los requisitos mínimos de calidad del restaurante.
e) Que cumplan con las especificaciones de empaque, presentación, caducidad y cantidad que requiere el restaurante.
f) Que tengan la suficiente capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere, aun incluyendo temporadas altas y días de alto consumo.
g) Que tengan la capacidad de financiamiento requerida.
h) Que no permitan que sus empleados cometan actos o actividades que atentes contra sus clientes.
i) Que sean constantes
j) Que, las empresas a las que provee sus productos, sean importantes para ellos.

Dentro de los diez aspectos que se describieron, podemos considerar como fundamentales los que incluyen los incisos b, d, f y j; un proveedor que no cumpla por lo menos con estos cuatro atributos deberá ser descartado. Los demás aspectos podrán ser suplidos con control o adaptación, pero entre más puntos antes indicados se cumplan evidentemente los resultados serán mejores.

B. Requisición y análisis de cotizaciones

Mercado (2003) afirma que, el proceso de la requisición y análisis de cotización son fases importantes en la gestión de compras. Hace referencia al análisis de las cotizaciones (proformas) que los posibles proveedores envían a la empresa para luego efectuar el pedido al proveedor que la empresa crea conveniente. Habiendo analizado el precio, calidad, forma de pago, plazo de pago y otros aspectos. Con esa información se procesa la orden de compra, para proceder a la recepción de materiales, realizando un control de calidad a los productos o mercancías recibidas; en el caso que estos no cumplan con las condiciones establecidas en la orden de compra se realizara la devolución o rechazo. Una vez aceptado el pedido se procede al pago del mismo.

C. Pedido de mercancía en restauración

Según Cuevas (2014). La mayor parte del sobre-costo en los restaurantes se origina al comprar de más o menos. En el primer caso, al haber un excedente de materias primas y considerando que la gran mayoría son perecederos habrá una gran cantidad de mermas, la rotación bajará y en consecuencia también la calidad, situación que sin duda afectará la imagen y prestigio del restaurante. Y en el segundo caso, al comprar de menos, siempre habrá escasez, se recurrirá a compras "de imprevisto" (que también originan sobre-costos) y se negaran productos al cliente, lo que a su vez afectará también la imagen del restaurante.

El encontrar ese punto óptimo no es nada sencillo, y para ello debemos considerar:

a) La capacidad de almacenamiento.
b) La caducidad de las materias primas.
c) La posibilidad de los proveedores de surtir exactamente las cantidades requeridas por mínimas que sean.
d) El grado de confiabilidad de los proveedores.
e) Los costos de almacenamientos (Por espacio, refrigeración, congelación, costos financieros y mermas).
f) Los costos por pedido (Dado a que el flete sea por nuestra cuenta).
g) Los riesgos o seguros por transportar.

D. Emisión de la Orden de Compra al Proveedor

Según Mercado (2003). La orden de compra es un documento importante que es emitido por el departamento de compras al proveedor que haya sido seleccionado. En ese documento se establece una relación contractual entre el proveedor y la empresa (cliente). El proveedor, está en la obligación de cumplir con las condiciones estipuladas en este documento, como el de suministrar los productos solicitados por la empresa.

- **La información que debe contener toda orden de compra es la siguiente:**
    a) Fecha de emisión.
    b) Número de la orden de compra.
    c) Nombre y dirección de la empresa que recibe la orden.
    d) Descripción del artículo, código, norma.
    e) Cantidad que solicita y unidades.

f) Instrucciones sobre entrega.
g) Cronograma de facturación y condiciones de pago.
h) Precios.
i) Algunas cláusulas adicionales pertinentes.
j) Firmas y autorizaciones correspondientes.

E. Seguimiento y control de compra

Mercado (2003) nos comenta que para una gestión de compra exitosa no basta con emitir la orden de compra. Para garantizar la continuidad de las operaciones debemos asegurarnos de que la compra de los productos, materia prima, etc., sean recepcionados el día acordado, caso contrario se debe poner en marcha el plan de contingencia para evitar el desabastecimiento.

El seguimiento se puede realizar con una simple llamada telefónica o un informe por escrito, solicitando el grado de avance de la producción. En caso de que el pedido sea grande, se requería una visita a las instalaciones del proveedor para cerciorarse que todo va en orden. Por último, se debe realizar una evaluación al cliente interno sobre la satisfacción que tienen sobre el producto comprado como en las posibilidades de mejora.

F. Registra y archiva la documentación.

Por último, pero no por ello menos importante, sigue la liquidación de facturas que nos hace llegar el proveedor por todos los productos entregados, que consiste en la comprobación y aprobación de las mismas. De haber diferencias después de comparar la factura con la orden de compra y el informe de recepción debe ser comunicado al proveedor para su correspondiente ajuste o corrección.

2.6 GESTION DE ALMACÉN

Pérez y Civera (2012) afirman que: *"Los almacenes son centros reguladores de flujo de existencias que están estructurados y planificados para llevar a cabo funciones de almacenaje, como: recepción, custodia, conservación, control y expedición de mercancías y productos"* (p. 81). Por otro lado, Anaya (2008) sugiere que el almacén debe responder fundamentalmente a los requerimientos de un espacio debidamente dimensionado, para una

ubicación y manipulación eficiente de materiales y mercancías, de tal manera que se consiga una máxima utilización del volumen disponible con unos costes operacionales mínimos.

2.6.1 Las principales funciones y actividades que se realiza en el almacén:

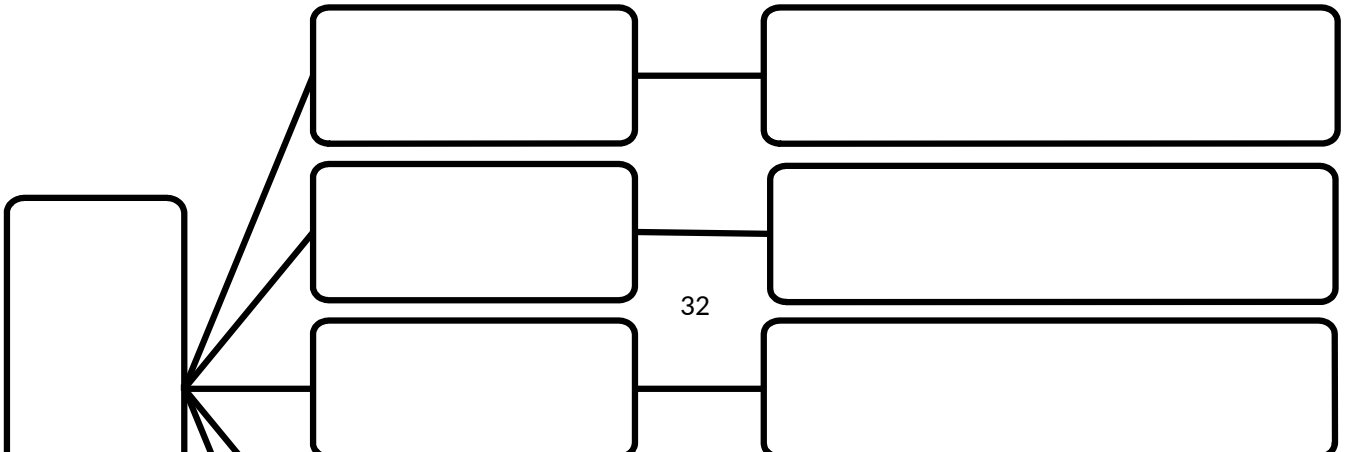
Para Pérez y Civera (2012) estas son las principales funciones y actividades que se debe realizar en el almacén.

- Recepción de mercancía: Consiste en dar la entrada a los productos o ingredientes enviados por los proveedores.
- Almacenamiento: Es ubicar la mercancía en la zona más idónea del almacén, con el fin de poder acceder a ella y localizarla fácilmente.
- Conservación y mantenimiento: Trata de conservar la mercancía en perfecto estado, durante el tiempo que permanece almacenada.
- Gestión y control de existencias: Consiste en determinar la cantidad que hay que almacenar de cada producto y calcular la frecuencia y cantidad que se solicitara en cada pedido.
- Expedición de mercancías: Comienza cuando se recibe el pedido del cliente y el proceso consiste en seleccionar la mercancía y el embalaje y elegir el medio de transporte.

2.6.2 Tipos de almacén:

Según Pérez y Civera (2012). Para clasificar los almacenes se debe apoyar en las características comunes que permiten su agrupamiento, en función de:

- El grado de protección que ofrecen contra agentes atmosféricos.
- La actividad empresarial y las características de las mercancías almacenadas.
- La función logística de distribución o lugar de distribución.
- El grado de mecanización que ofrecen las instalaciones.
- La titularidad o propiedad del local destinado al almacén.



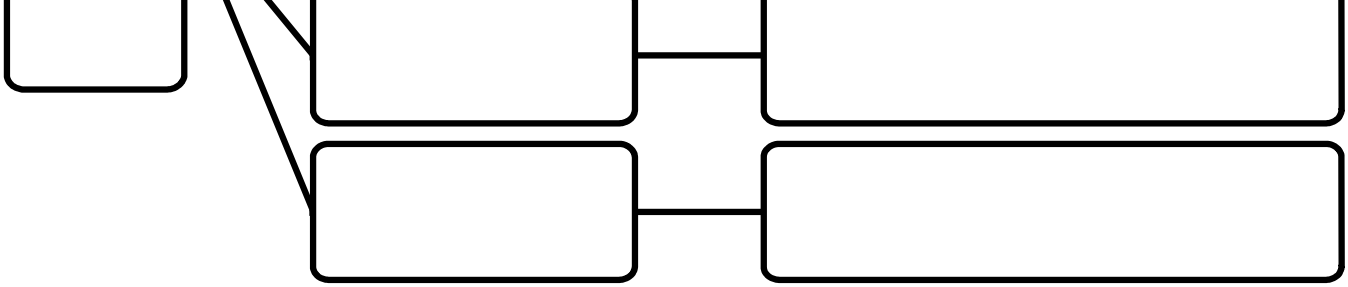


Figura 1. Tipos de almacén

Fuente: Pérez y Civera (2012)

2.6.3 Ciclo de almacenamiento

Según Carreño (2014) el ciclo de almacenamiento es de la siguiente manera:

A. Recepción de mercancía

Básicamente consiste en la descarga de los materiales, productos, materia prima, etc. de la unidad de transporte y su colocación en las zonas de recepción, también llamadas canales de recepción. Éste ciclo concluye con la recepción de los productos que son colocados en la zona de almacenamiento.

- **Objetivos de la recepción de mercancías:**
  Pérez y Civera (2012) mencionan los siguientes objetivos de una adecuada gestión de recepción.

a) **Control cualitativo y cuantitativo:** Asegurar que las materias primas recibidas se corresponden con las pedidas y coinciden con la cantidad, peso, calidad, temperatura y precio que figuran en el vale del pedido. En esta operación se detectarán los posibles errores de una remesa y el cumplimiento de los requisitos de seguridad alimentaria por parte de los proveedores.
b) **Devolución**: Permitir la devolución del género que no cumpla los estándares mínimos marcados por la empresa, así como su sustitución por otro que sí los cumpla.
c) **Clasificación**: Seleccionar y ordenar los productos por categorías.
d) **Almacenamiento**: Realizar su almacenamiento de forma rápida y adecuada.

B. Control de Almacenamiento

Este ciclo toma lugar cuando los materiales han sido colocados en una ubicación de almacenamiento y concluye cuando se inicia la preparación de pedidos. Esta actividad está orientada a guardar y preservar los materiales, cuidadosamente de manera que puedan entregarse en condiciones óptimas. El almacén es un área que debe mantener comunicación permanente con las funciones de aprovisionamiento y producción.

Manejo de materiales en el almacén; para organizar adecuadamente el manejo de materiales es preciso establecer lo siguiente:

- **Definición de las unidades de manipulación del almacén:** Al momento de definir las unidades logísticas de manipulación de un almacén es preciso identificar los estándares existentes al respecto. Unidades de manipulación más conocidas son: Pallets americano (1 x 12m), Euro pallets (0,8 x 1,2), Roll contenedores, cajas, Bandejas, Bidones, Sacos, Etc.
- **Principios para la localización de mercadería dentro del almacén**: Consiste en decidir la distribución física de los productos dentro de los almacenes con el objetivo de:
    a) Minimizar los costos de manipulación de mercaderías.
    b) Minimizar las distancias totales recorridas en los almacenes.
    c) Maximizar la utilización de espacios.
    d) Reducir las posibilidades de accidentes o siniestros.
- **Reglas para el flujo de salida:** Las consideraciones para la elección de la regla de salida están determinadas por la fecha de caducidad o expiración de los productos, la rapidez de la obsolescencia de los mismos y las necesidades comerciales. Es muy importante considerar que las reglas para el flujo de salida tienen relación directa con la gestión del ciclo de almacenamiento y la elección del sistema de almacenamiento a utilizar.
- **Existen tres métodos para el flujo de productos en un almacén.**
    a) FIFO (first in, first out): Prioriza en la salida el producto que entro primero, también llamado PEPS (primero en entrar, primero en salir).

b) LIFO (last in, last out): Prioriza en la salida el producto que llego ultimo también llamado UEPS (último en entrar, último en salir).
c) FEFO (first expiratión, first out): Prioriza en la salida del producto que tiene una fecha de expiración próxima.

- **Despacho**

  Consiste en la entrega de los materiales que guarda el almacén a los transportistas, a cambio de una orden, vale de salida o nota de entrega, lo que constituye el comprobante de la entrega efectuada.

- **El almacenista**

Cuevas (2014) sugiere que, para tener un mejor control y manejo adecuado del almacén, es necesario que la empresa cuenta con un buen almacenista.

Cualidades de un buen almacenista:

- Que sea un apersona responsable, ordenado y, sobre todo, honesto.
- Por lo general se pide que tenga experiencia para este puesto, sin embargo, eso puede dejar de ser necesario si se da una buena capacitación a la nueva persona que ocupará el puesto. Puesto que la persona con experiencia puede incurrir en fraude.
- Por lo general se pide que sean del sexo masculino (debido a que hay que cargar algunos objetos pesados), sin embargo, es recomendable una persona del sexo femenino pues es más ordenada, organizada y paciente.
- El almacén puede ser llevado por cualquier persona, sólo basta con tener criterio y seguir las políticas y los límites de los máximos y mínimos.

C. Conservación y mantenimiento del producto

Cuevas (2014) indica que para una adecuada conservación y mantenimiento del producto se debe acomodar y ordenar de manera adecuada y conveniente para evitar desperdicio de productos y hasta evitar accidentes de todo tipo dentro del almacén.

- **Acomodo del almacén**

El acomodar adecuadamente la mercancía en el almacén permite:

a) Encontrar los productos más fácil y rápidamente.
b) Evitar mermas
c) Evitar robos y fugas.
d) Facilitar su acomodo.
e) La rotación natural de los productos.
f) Mejorar su conservación.
g) Contribuir a la eficiencia en los tiempos y movimientos del almacenista.
h) Mejorar el control.
i) Mejorar el suministro a los diferentes departamentos.

- **Para ello se recomienda:**

a) Utilizar anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén.
b) Identificar las áreas más frescas y ventiladas del lugar con la finalidad de colocar ahí las frutas y verduras que no requieran refrigeración, e incluso vinos de mesa.
c) Utilizar cámaras frigoríficas o congeladoras industriales para mantener los carnes, pescados u otros.
d) Identificar las áreas de más difícil acceso para el personal para acomodar ahí los productos de mayor costo, como, por ejemplo: vinos, licores, especias y ciertos utensilios. Deberán permanecer preferentemente bajo llaves.
e) Colocar los productos más pesados en las partes inferiores de los anaqueles.
f) En caso de utilizar el suelo para colocar mercancías, se recomienda utilizar tarimas que permitan la limpieza de las áreas, además de que esto disminuye el contacto con el polvo y la humedad.
g) Acomodar la mercancía en forma de “I” con la finalidad de que se permita siempre tomar los productos que fueron comprados con anterioridad.
h) Etiquetar los productos que tienen caducidad para evitar que permanezcan demasiado tiempo en el almacén y que se ponga en riesgo su calidad.
i) Fumigar frecuentemente todo el restaurante, en especial las áreas de cocina y almacén.
j) Acomodar la mercancía en el mismo orden en que se registran en el Kárdex.

D. Control de stock

Cuevas (2014) nos comenta que, el control de stock, consiste en la verificación física de los productos, la cual debe realizarse durante todo el siglo de almacenamiento, desde la recepción hasta el despacho. Los aspectos a verificar en el control de stocks son:

- El tipo de producto.
- Cantidad (unidad del peso, volumen, etc.).
- El estado de conservación.

2.7 GESTION DE INVENTARIOS

Pérez y Civera (2012) definen la gestión de inventario como: *"un informe o relación detallada de los materiales, productos, mercancías, artículos, etc., que posee la empresa almacenados y clasificados según categorías"* (p. 29). Es decir, es contar con información detallada y conteada de los bienes o productos con los que la empresa cuenta para conocer la situación exacta de la empresa.

2.7.1 Objetivo de la gestión de inventarios:

Según (Pérez y Civera, 2012) El objetivo del inventario es conocer la situación exacta de los materiales, comprobar si coinciden las unidades físicas y las contables, localizar materiales obsoletos o deteriorados, concretar las necesidades de espacio e instalaciones, etc.

La empresa, desde el punto de vista contable, tiene que hacer un inventario al menos una vez al año y, en todo caso, coincidiendo con la fecha de cierre del ejercicio, pues el inventario sirve de base para confeccionar el balance final y la cuenta de perdida y ganancias, y para calcular el resultado del periodo.

2.7.2 Clasificación de inventarios

Según Pérez y Civera (2012) el personal encargado de la gestión de almacén, generalmente, utiliza dos tipos de inventarios:

a) **Inventario permanente:** o “inventario contable”, es el que hace para llevar un control constante de las entradas y salidas de cada uno de los artículos. Los registros contables se anotan en las fichas de control de existencias.

b) **Inventario periódico:** o “inventario extra contable”, consiste en hacer un recuento físico de las existencias, para conocer las cantidades de stock al final de un periodo y valorar dichas existencias a precio de coste o de mercado. Los inventarios extra contables, según cuando se realicen, puede ser:

- **Inventario final:** Consiste en hacer un recuento de las existencias al final del ejercicio económico**.**
- **Inventario rotativo:** Consiste en realizar el recuento de manera continua, así los artículos de algunas secciones se recuentan varias veces durante el año.

2.7.3 Análisis de inventario

Para Pérez y Civera (2012) el análisis de inventario es la estimación de la demanda de un producto, esta estimación de la demanda sale de un estudio de mercado realizado por los especialistas de la empresa en donde se realiza un estudio particular del tipo de producto y de la cantidad que se requiere por producto.

Métodos de análisis de inventarios:

a) Métodos cualitativos

Las técnicas cualitativas son de carácter subjetivo y se basan en estimaciones, opiniones, juicios e intuiciones para generar estimados cuantitativos acerca del futuro. La naturaleza no científica de los métodos los hace difíciles de estandarizar y de validar su precisión. Sin embargo, estos métodos pueden ser los únicos disponibles cuando se intenta predecir el éxito de nuevos productos, cambios en la política gubernamental o el impacto de una nueva tecnología. Son métodos más bien adecuados para pronósticos de mediano a largo plazo.

b) Métodos de proyección histórica o análisis de series de tiempo

Este método se basa en la idea de que se pueden usar los datos relacionados con la demanda del pasado para realizar pronósticos. Cuando se dispone de una cantidad razonable de información histórica y las variaciones de tendencia y estacionales en las

series de tiempo son estables y bien definidas, la proyección de esta información al futuro puede ser una forma efectiva de pronóstico para el corto plazo.

c) Métodos causales

La premisa básica sobre la que se construyen los métodos causales para pronósticos es que el nivel de la variable pronosticada se deriva del nivel de otras variables relacionadas. Por ejemplo, si se sabe que el servicio al cliente tiene un efecto positivo sobre las ventas, entonces al conocer el nivel proporcionado del servicio al cliente podrá proyectarse el nivel de las ventas. Podríamos decir que el servicio "causa" las ventas. En la medida que puedan describirse adecuadas relaciones de causa y efecto, los modelos causales pueden ser bastante buenos para anticipar cambios mayores en las series de tiempo y para pronosticar de manera precisa sobre un periodo de mediano a largo.

Los modelos causales vienen en una variedad de formas: estadísticos, en el caso de los modelos de regresión y econométricos; y descriptivos, como en el caso de los modelos de entrada-salida, ciclo de vida y simulación por computadora.

2.7.4 Análisis de stock

Pérez y Civera (2012) definen los stocks como *"Stocks o existencia de una empresa al conjunto de materiales y artículos que se almacenan, tanto aquellos que son necesarios para el proceso productivo, como los destinados a la venta"* (p. 14).

Así mismo consideran la importancia de mantener un cierto nivel de existencias de los géneros. Para lo cual definen dos factores básicos:

a) Disponer se suficiente stock para cubrir la demanda.
b) Minimizar los costes de posesión o almacenamiento y hacer frente a posibles imprevistos como un aumento de clientes sobre la cifra prevista con antelación o un desabastecimiento por parte de los proveedores.

- **Objetivos de la gestión de stocks**
  a) Reducir al mínimo posible los niveles de existencias.

b) Asegurar el suministro de producto (materia prima, producto terminado) en el momento adecuado al área de producción o al cliente.

- **Clasificación de los stocks**
  a) **Comportamiento cíclico del stock:** Debido a la reposición que se realiza cada determinado tiempo para mantener el stock entre su límite máximo y mínimo.
  b) **Stock mínimo:** Cantidad mínima de mercancías necesarias para poder servir los pedidos de los clientes y no quedar desabastecidos.
  c) **Stock máximo**: Cantidad máxima de cada producto que es conveniente almacenar para mantener un servicio de atención al cliente de total calidad al menor coste posible.
  d) **Stock de seguridad:** Cantidad determinada de productos para que la empresa no quede desabastecida en un momento dado. Por tanto, es la cantidad de producto que hay que tener almacenada como garantía de mantenimiento del stock mínimo en la peor de las situaciones previstas.

- **Métodos para el registro de la empresa**
  a) **Kardex**: Para (Carreño, 2014) el Kardex es un documento físico o electrónico que registra las transacciones de ingresos y salidas de un almacén. Se consideran ingresos a las entradas de producción, transferencias entre almacenes y/o devoluciones de los clientes, entre otros. Son salidas las ventas, transferencias, las devoluciones de proveedores, etc.
  b) **Bincard**: Para (Ateoleo, 2011) es una tarjeta de registro y control físico que permite controlar las entradas, salidas o saldo de los materiales que transcurren en el almacén, pero solo a nivel de cantidades. Se colocan en los anaqueles o andamios a los materiales sujetos a control.

2.8 GESTION DE DISTRIBUCION

Castellano (2009) define a la gestión de distribución como el conjunto de operaciones necesarias para el desplazamiento de productos desde el lugar de producción hasta el consumidor final, bajo los principales conceptos de la logística como óptima calidad, costo razonable y entrega justo a tiempo en el lugar requerido.

2.8.1 Objetivos de la gestión de distribución

- Dar un mejor servicio al mercado (Clientes directos).
- Tener la menor cantidad de inventario posible en el sistema (Desde la planta hasta los clientes).
- Siempre tener los productos que el mercado final requiere (En el lugar y momento requerido por el punto de venta).
- No perder ninguna venta al consumidor final.

2.8.2 Importancia del servicio al cliente en la logística

Ballou (2004). Señala que los ejecutivos de logística pueden verse tentados a relegar el servicio al cliente como una responsabilidad del departamento de marketing o de ventas. Sin embargo, hemos observado que los compradores reconocen como importante el servicio al cliente en cuanto a logística, y con frecuencia lo clasifican por encima del precio del producto, la calidad del producto y de otros elementos relacionados con marketing, finanzas y producción. El punto clave es si éste representa alguna diferencia para la empresa vendedora en alguna forma que pueda afectar su rentabilidad. La manera en que el servicio afecta las ventas y la lealtad de los clientes son temas que se deben analizar.

2.8.3 Funciones del servicio:

Para Ballou (2004) las principales funciones de la gestión de distribución saber y reconocer que el cliente espera satisfacer con el servicio brindado son, por un lado, la calidad de producto; y por el otro, la oportunidad de entrega.

1. **Calidad de producto:** Esta función está conformada a su vez por lo que denominamos calidad de diseño y calidad de concordancia, siendo esta última a la que nos referimos. Es el factor que en la actualidad tiene, dentro de los diferentes segmentos de requerimiento del cliente, un límite inferior cada vez más exigente. Denominamos límite inferior a la proporción de producto entregado que cumple con la especificación desarrollada por la función de diseño. En las redes de valor de productos que afectan a la seguridad de las personas (Como por ejemplo en el caso de los alimentos), este resulta un factor de alta prioridad. Los efectos de insatisfacción por mala calidad de producto son, en general, un gran gasto en términos de pérdidas de cliente y de resarcimiento.

2. **Oportunidad de entrega:** Es la conjunción de tres funciones: plazo, cantidad de producto y lugar.

3. **Plazo de entrega**: Dependiendo de la red de valor que se esté considerando y de la ubicación relativa del nodo bajo análisis, se presenta diferentes valores admisibles. Por ejemplo, en el caso de los productos de consumo masivo, el cliente final requiere disponibilidad, no admite esperar.
4. **Cantidad**: Frente a la histórica situación de la obligación de entregar cantidades mínimas, generalmente superiores a las necesidades del cliente, en la actualidad los requerimientos son de lotes de entrega menores, con la tendencia a que el lote cubra un día u horas. Esto implica una frecuencia superior de entregas con los consiguientes requerimientos de coordinación, análisis de utilización de medios, requerimiento de instalaciones y replanteo de equipamiento utilizado.

5. **Lugar de entrega:** Desde un extremo de imponer la entrega en la puerta de salida o en el mostrador hasta el requerimiento de entregar en el puesto de trabajo o en el hogar del comprador, nos estamos acercando a esta última opción a pasos acelerados. Esto también implica una fuerte incidencia en las cantidades a movilizar, en su presentación y en los medios utilizados. También se potencia este efecto por la tendencia a la reducción de los intermediarios con la injerencia directa del fabricante en el gerenciamiento logístico.

2.9 MARCO REFERENCIAL

Información General

Nombre o Razón Social

- Real Thai Trade E.I.R.L.

Nombre Comercial

- Ají 555 Real Thai Cuisine.

Ubicación / Dirección

- El restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine está ubicado en el distrito de San Borja en la Av. San Luis 2879 ciudad de Lima.

Representante Legal

- Sr. Antonio Paredes Lavado

Teléfono

- (01) 6771571

Página Web

- **http://aji555.com/**

E – mail

- Reservas@ají555.com

a) Breve descripción de histórica

El restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine tiene más de 6 años en el mercado. Desde entonces se dedicaron a difundir la cultura tailandesa a través de su gastronomía, impulsando una cocina real y exótica. La idea nació de una situación anecdótica. “Al visitar un restaurante tailandés en Lima, fue donde nos dimos cuenta que la comida estaba buena, pero era fusión” cuenta Chani, chef del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine. Eso se debe a que es difícil de conseguir los ingredientes e insumos tailandeses, sin ellos el sabor no es el mismo.

Es así que Chani, quien además es de nacionalidad tailandesa, decide iniciar una propuesta diferente para el paladar peruano, así como para paladares extranjeros.

Misión

Brindar a nuestros clientes alimentos de calidad; en un ambiente agradable, desarrollados por un equipo humano competente, preparado y comprometido en proporcionar un excelente servicio.

Visión

Posicionarnos en el mercado como el mejor restaurante de comida tailandesa. En el que nuestro compromiso principal es brindar una experiencia excepcional a nuestros clientes.

b) Origen del nombre

El nombre del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine es producto del significado de palabras individuales y que en conjunto le dan sentido a ésta.

La comida tailandesa se caracteriza por tener cinco sabores en un solo plato. El salado, dulce, amargo, agrio y picante. Sin embargo, el que más resalta en todos los platos tailandeses es el sabor picante. Por ello, el ají es uno de los ingredientes más utilizados en la cocina

tailandesa. A ello se debe el uso del término AJÍ en el nombre del restaurante. Además, el ají cuenta con un compuesto químico llamado capsaicina, que se encuentra en unas glándulas muy pequeñas en la placenta del ají. La capcaisina hace que el cuerpo libere la hormona de la felicidad: endorfinas. Así mismo, los numerales, 555, utilizados en el nombre se debe a que en el idioma Tailandés el cinco fonéticamente hace referencia a una carcajada es así que suena como: “Ja”. Entonces, el significado que los creadores le dieron es que: Al comer la comida tailandesa, picante como se caracteriza, los clientes puedan desarrollar la “nombre de la hormona” que haga que el cliente esté feliz, contento, alegre y pueda carcajear, literalmente. Real Thai hace referencia a una cocina tailandesa auténtica y real.

Valores

- Respeto, puntualidad, honestidad, empatía, tolerancia

c) Infraestructura

El restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine cuenta con un salón principal y una terraza en el que se atiende a los comensales. Así mismo, cuenta con un salón VIP, el salón Thai, es un espacio privado para reuniones especiales. Cuenta con una barra y cocina completamente equipada.

También cuenta con un bio-huerto orgánico, cultivamos hortalizas, hierbas y raíces que nos ayudan a mantener las mismas recetas de los platos tradicionales como en Tailandia.

Figura 2 Salón principal

Fuente Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine

Figura 3 Salón VIP

Fuente Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine

Figura 4 Terraza

Fuente Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine

Figura 5 Terraza

Fuente Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Como dice Encinas (1993), los datos en sí mismos tienen limitada importancia, es necesario “hacerlos hablar”, en ello consiste, en esencia, el análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

Después de revisar la teoría respectiva que abarca los conceptos de las variables como es el proceso de la gestión de compras, gestión de almacenamiento, gestión de inventario y gestión de distribución, se procederá a analizar los resultados de la investigación.

Una vez recogida, registrada y organizada la información de las encuestas a los 25 trabajadores de las distintas áreas del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine, se procederá al análisis e interpretación de resultados.

El análisis consiste básicamente en dar respuesta a los objetivos o hipótesis planteadas a partir de las mediciones efectuadas de los datos resultantes. Para plantear el análisis es conveniente plantear un plan de análisis donde se suele detallar de manera flexible como vamos a proceder a analizar los datos, qué orden vamos a seguir y qué tipo de pruebas o técnicas de análisis aplicaremos sobre los datos.

El presente trabajo de recolección de información se inició desde el mes de octubre del año 2018 al mes de mayo del 2019.

RESULTADOS DE ENCUESTAS A JEFES DE ÁREA

Tabla 5. Género de los encuestados

	f	%	% válido	% acumulado
Masculino	4	57,1	57,1	57,1
Femenino	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

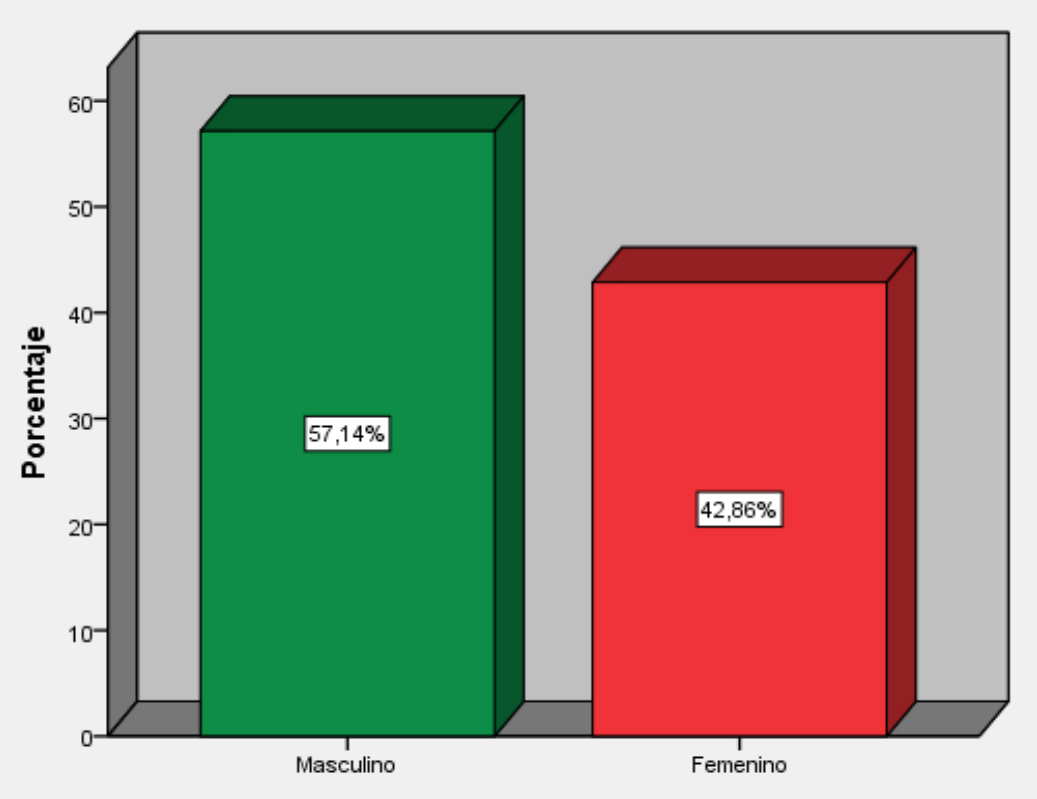


Figura 6. Género

Elaboración propia

Interpretación

En la anterior figura se puede apreciar que el 57,1% del total de encuestados es del género masculino, mientras que el 42,9% es del género femenino. Esto indica que hay un porcentaje mayor de mano de obra masculino trabajando en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

Tabla 6. ¿Qué edad tiene?

	f	%	% válido	% acumulado
18 - 27	1	14,3	14,3	14,3
28 - 37	3	42,9	42,9	57,1
38 - 47	2	28,6	28,6	85,7
Más de 48 años	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

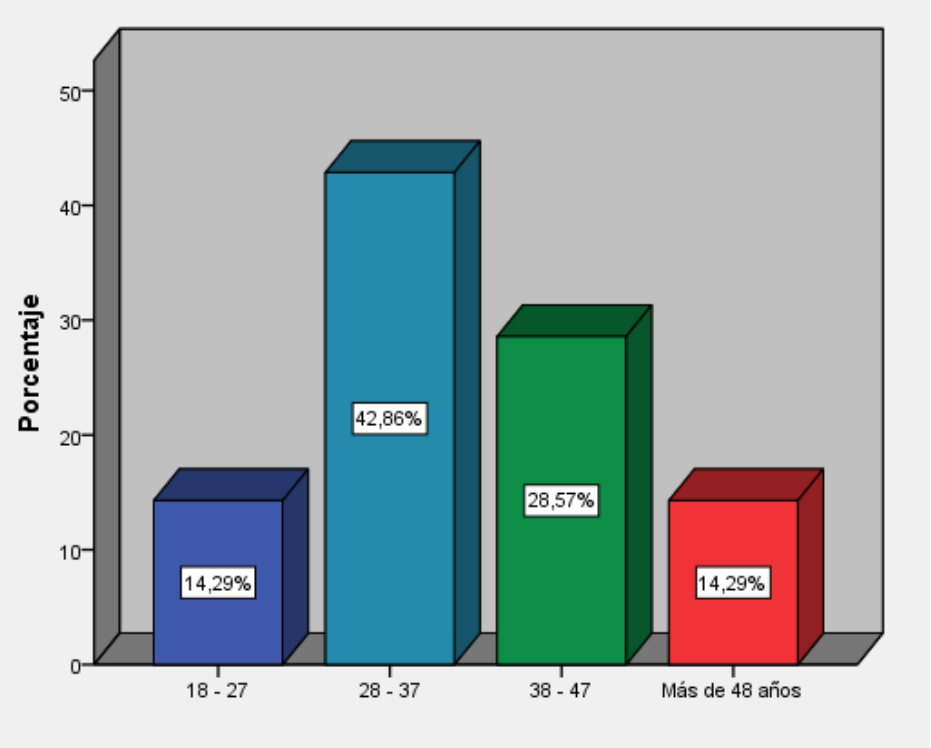


Figura 7. ¿Qué edad tiene?

Elaboración propia

Interpretación

En la anterior figura se puede observar que el 42,9% de encuestados tiene entre 28 a 37 años, el 28, 6% tiene entre 38 y 47 años de edad, mientras que el 14,3% tiene más de 48 años de edad. Por tanto, el área administrativa está conformada en su mayoría por personas de rangos de entre 28 y 47 años de edad de lo que se deduce que, tienen madurez y experiencia laboral suficiente para desempeñarse adecuadamente en sus puestos.

Tabla 7. Grado de instrucción académica

	f	%	% válido	% acumulado

Técnico	3	42,9	42,9	42,9
Universitario	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

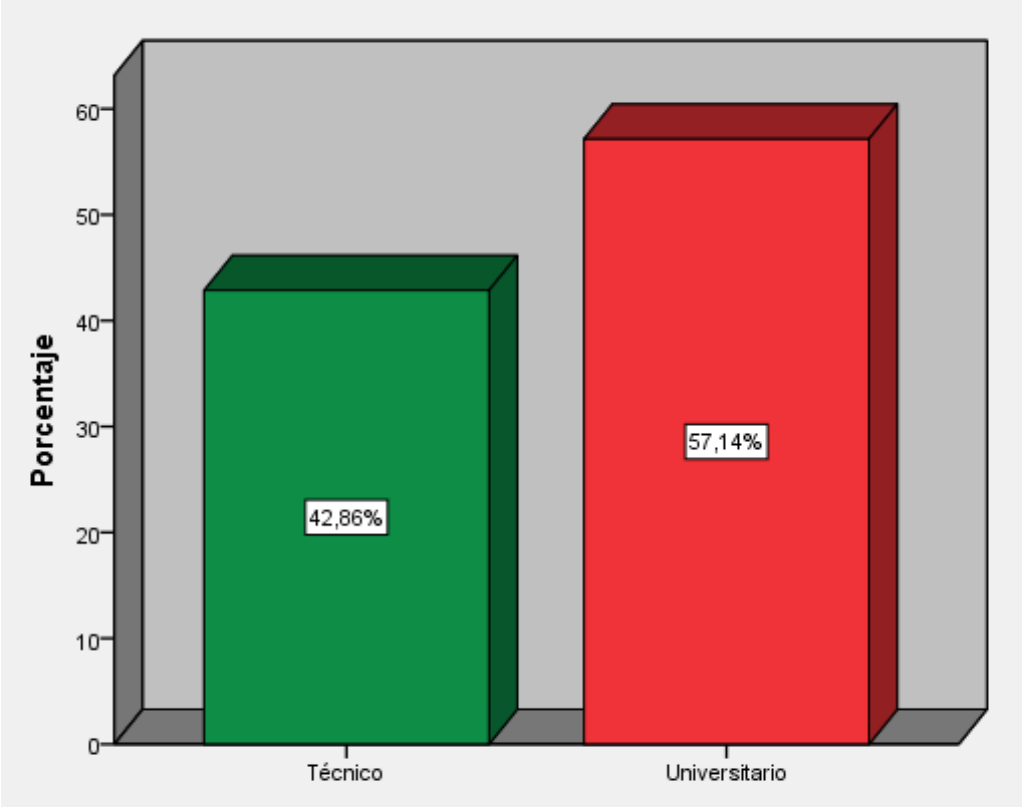


Figura 8. Grado de instrucción académica

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% de los encuestados son de carrera universitaria, mientras 42,86% son carrera técnica. Por tanto, se deduce que los jefes de área tienen preparación académica adecuada, cuentan con conocimientos previos para desempeñarse en sus cargos satisfactoriamente.

Tabla 8. ¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3

Muchas veces	3	42,9	42,9	57,1
Siempre	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

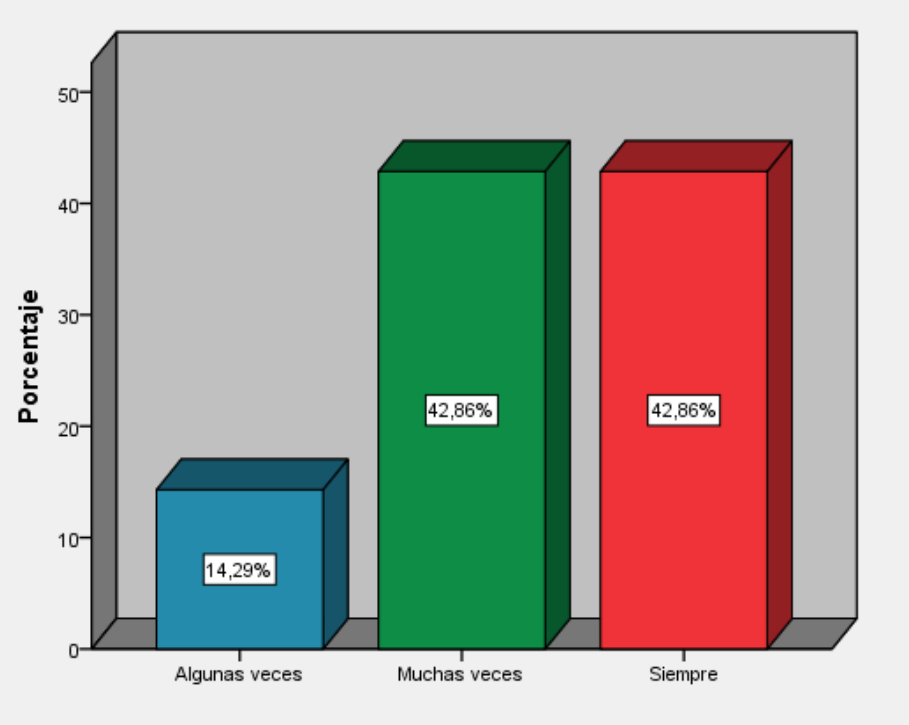


Figura 9. ¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior, se puede apreciar que el 42,86% siempre considera que sus proveedores son honestos y responsables, mientras que el 42,86% dijo que muchas veces y solo el 14,29% dijo que algunas veces.

Se observa que los jefes de área muchas veces confían en el trabajo honrado y responsable que realizan sus proveedores. Aunque, algunas veces han experimentado u observado irregularidades por parte de los proveedores. Por ejemplo, los proveedores llegan tarde.

Tabla 9. ¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3
Muchas veces	5	71,4	71,4	85,7

Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

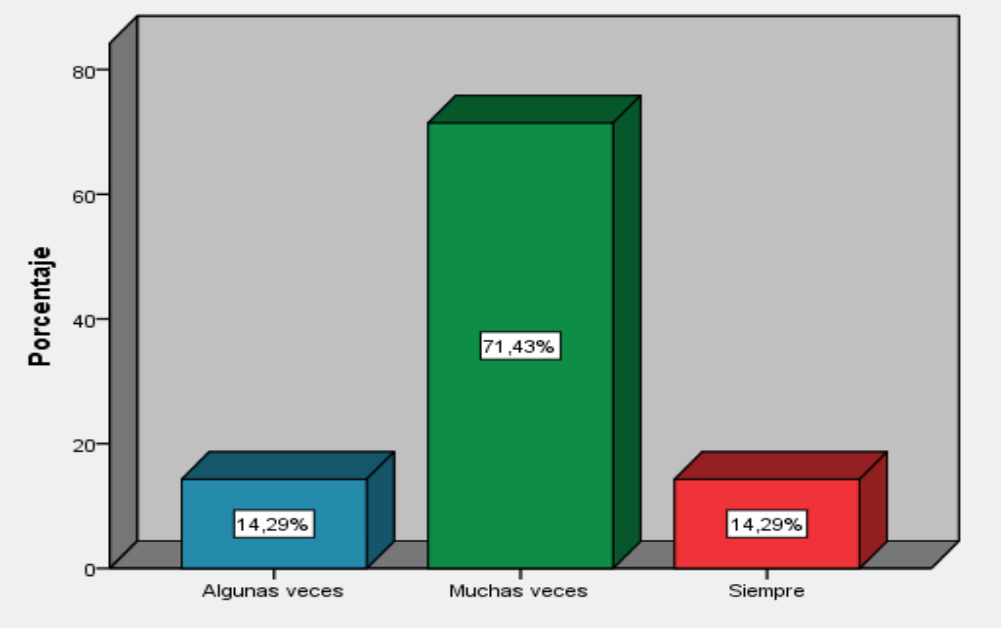


Figura 10. ¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?

Elaboración propia

Interpretación

Se observa en la figura anterior que el 71.43% considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere, mientras un 14,29% dio como respuesta siempre y solo 14,29% dijo que algunas veces.

De acuerdo a la figura los jefes de área consideran que muchas veces los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización, aunque algunas veces han tenido inconvenientes anteriormente con la entrega de productos que la empresa requería. Por ejemplo, no tienen productos o insumos en stock.

Tabla 10. ¿Considera Ud. que la empresa, como cliente, es importante para sus proveedores?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Algunas veces	2	28,6	28,6	28,6
Muchas veces	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

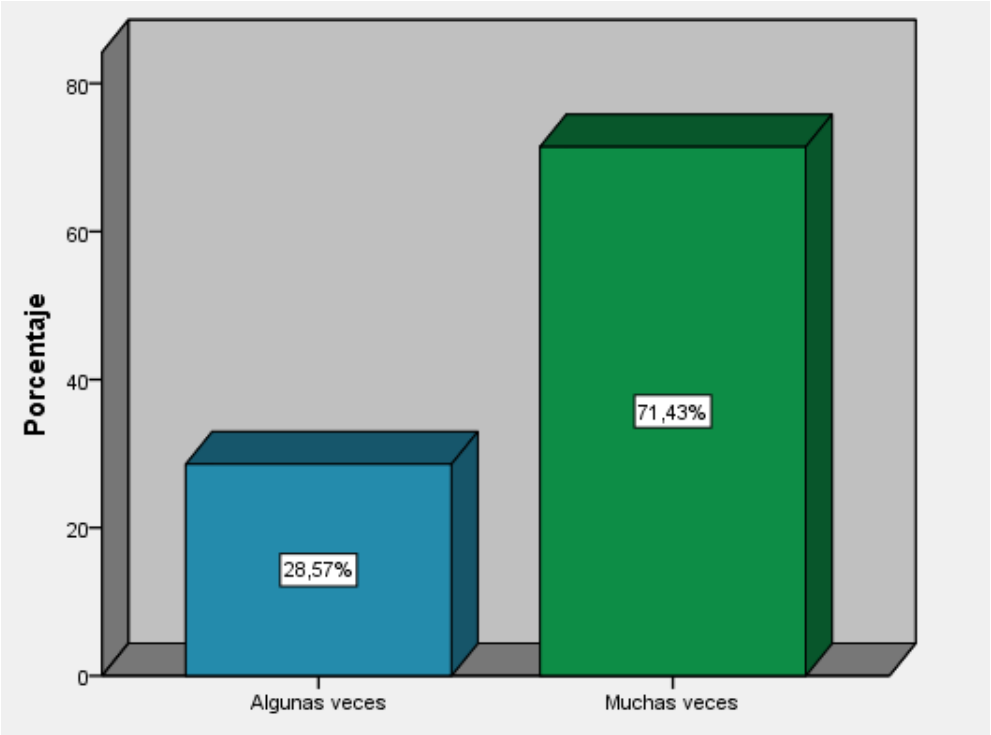


Figura 11. ¿Considera Ud. que, como cliente, es importante para sus proveedores?

Elaboración propia

Interpretación

Se observa en la figura anterior un 71,43%, considera que son importantes, como clientes, para sus proveedores, mientras un 28,57%, dijo que algunas veces lo considera importante.

De acuerdo a la figura, los jefes de área muchas veces consideran que son importantes para sus clientes, aunque algunas veces no haya sido el caso. Por ejemplo, hubo una emergencia con un requerimiento o pedido y, como no son importantes, el pedido no ha llegado o, al menos, no llegó en el momento indicado.

Tabla 11. ¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	3	42,9	42,9	42,9
Muchas veces	2	28,6	28,6	71,4
Siempre	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

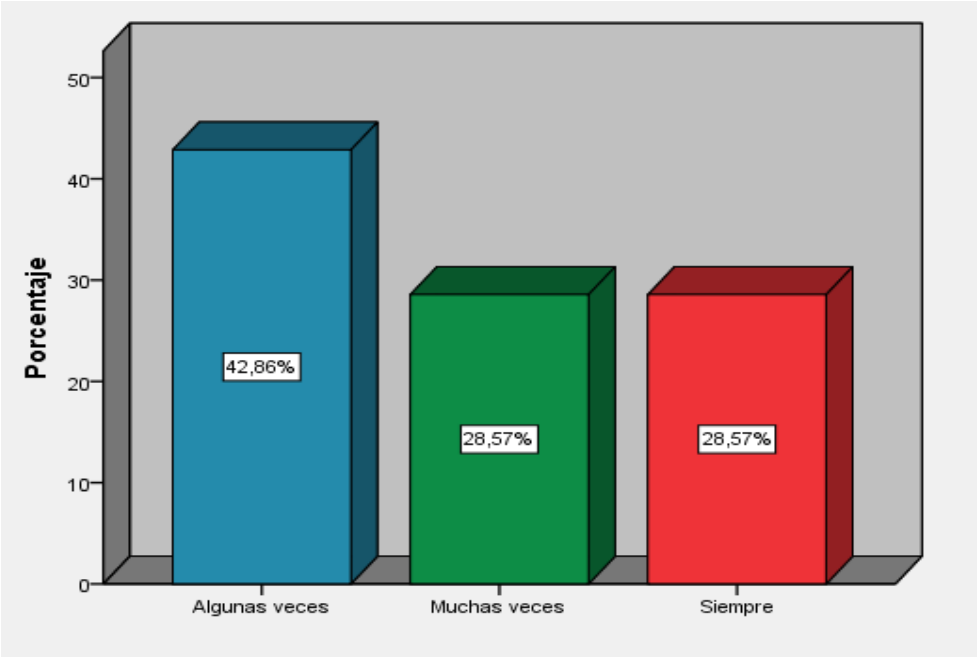


Figura 12. ¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?

Elaboración propia

Interpretación De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que referente a que los proveedores son empresas formalmente constituidas un 42,86% dijo que algunas veces, mientras que un 28,57% dijo que siempre y solo un 28,57% dijo que muchas veces.

Se observa que la mayoría de jefes de área consideran que sus proveedores son empresas formalmente constituidas solo algunas veces. Lo que genera que, los proveedores incumplan con los requerimientos del restaurante. Además, la materia prima obtenida de las empresas informales no está en buenas condiciones y, definitivamente ese factor no ayuda a llevar un control adecuado de los costos. Aunque, un menor porcentaje indica que muchas veces son empresas formalmente constituidas.

Tabla 12. Al momento de realizar las cotizaciones ¿Analiza las diferentes opciones de precio y calidad?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Muchas veces	1	14,3	14,3	14,3
Siempre	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

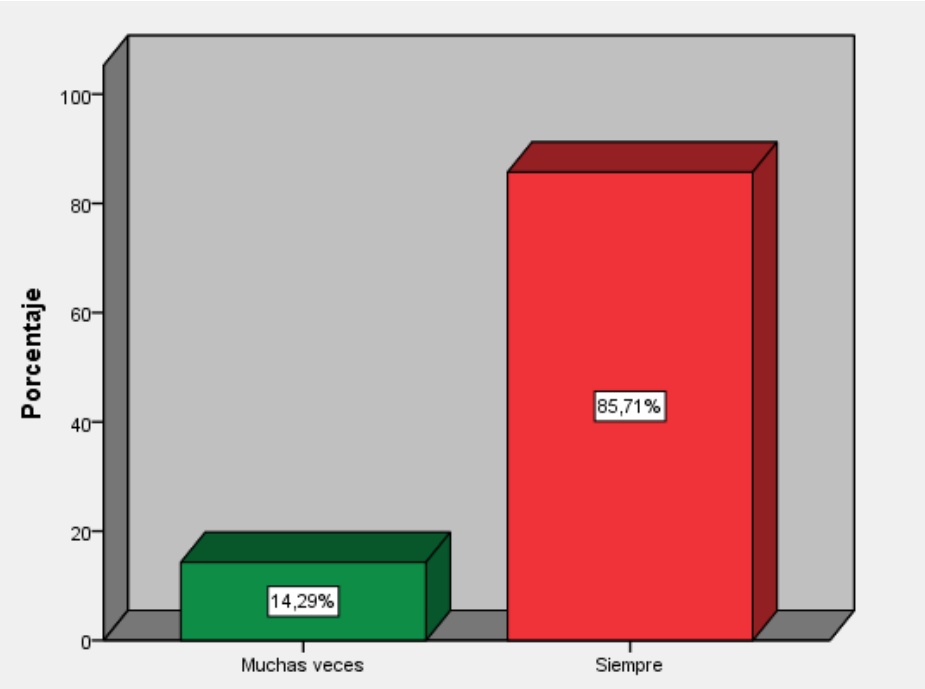


Figura 13. Al momento de realizar las cotizaciones ¿Analiza las diferentes opciones de precio y calidad?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que, al momento de realizar las cotizaciones un 85,71% de jefes de área siempre analiza las diferentes opciones de calidad y precio mientras que un y 14,29% muchas veces lo analiza.

Podemos decir que los jefes de área muchas veces o siempre toman en cuenta la relación de precio y calidad de los productos antes de seleccionar a sus proveedores. A esto se debe el hecho de preparar los productos de la empresa con insumos de calidad y a un buen precio.

Tabla 13. Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3
Muchas veces	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

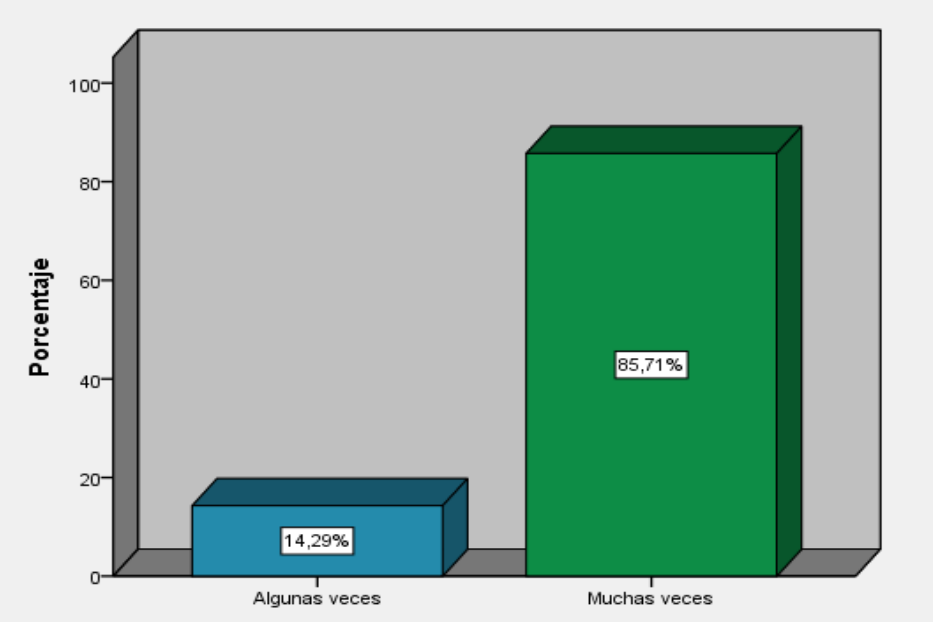


Figura 14. Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que un 85,71% al momento de realizar sus cotizaciones muchas veces toman en cuenta la forma y plazo de pago, mientras un 14,29% algunas veces toma en cuenta el plazo de pago.

Podemos observar que los jefes de área muchas veces toman en cuenta la forma y plazo de pago. Es decir, por ejemplo, a los proveedores de abarrotes se les cancela en un plazo mensual y a través de una transacción interbancaria o en cash. Además, ese dinero que no se cancela al instante se utiliza para cubrir otros gastos, para la materia prima que ingresa a diario, por ejemplo. Aunque, un porcentaje menor indica que solo algunas veces es así.

Tabla 14. ¿Analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	6	85,7	85,7	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

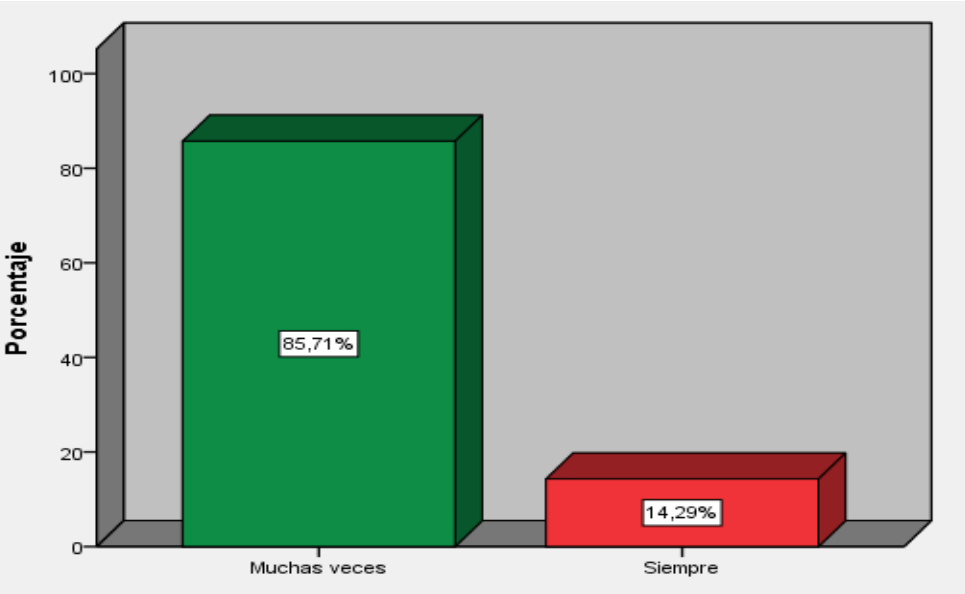


Figura 15. ¿Analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior un 85,71% analiza muchas veces los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía mientras que un 14,29% siempre analiza estos datos.

Se puede observar en la figura que los jefes de área muchas veces o siempre hacen un análisis de los datos estadísticos de precios anteriores para realizar su pedido de mercancía. Por lo que, hacen pedidos con conocimiento de precios previos de un determinado producto. Así mismo, se puede observar que muchas veces o siempre analizan las estadísticas de consumo para que realicen el pedido de mercancía lo que permite que hagan pedidos exactos.

Tabla 15. ¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	5	71,4	71,4	71,4
Muchas veces	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

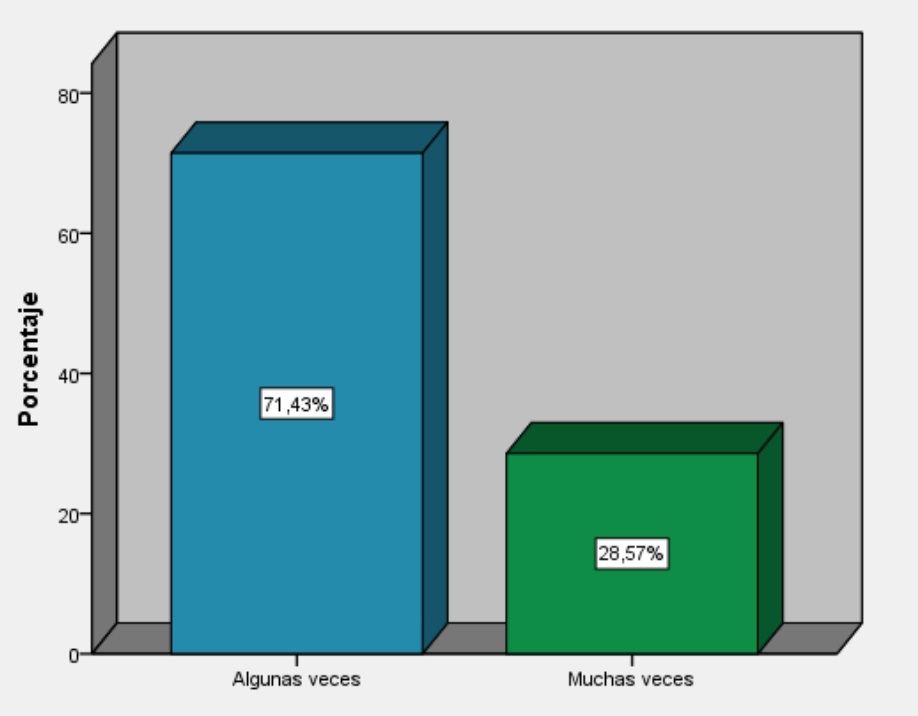


Figura 16. ¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede observar que el 71,43% de los encuestados algunas veces considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía mientras que el 28,57% muchas veces lo considera.

En esta figura se puede decir que, los jefes de área, solo algunas veces consideran la capacidad de almacenamiento del almacén de la empresa, lo que ocasiona que hayan pedidos de más de algunos productos y, debido a que no hay espacio suficiente en el almacén, optan por almacenarlo en otro lugar poco adecuado, lo que incluso ocasiona la pérdida total del producto. Aunque un porcentaje menor indica que muchas veces se considera este factor.

Tabla 16. ¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	2	28,6	28,6	28,6
Pocas veces	4	57,1	57,1	85,7
Algunas veces	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

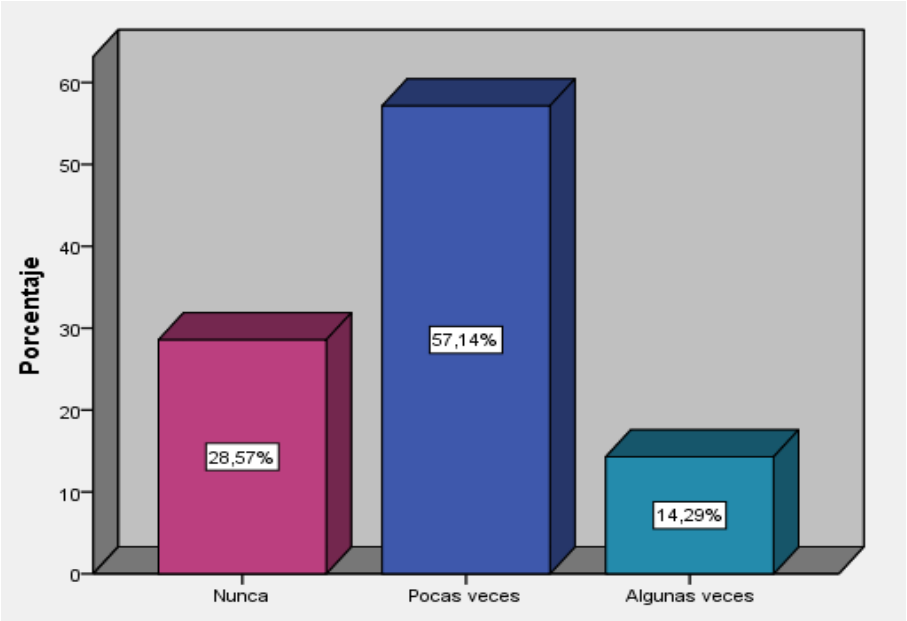


Figura 17. ¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% pocas veces considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado, mientras que el 28,57% nunca considera estas órdenes y solo el 14,29% algunas veces considera la emisión de órdenes de pago.

Se aprecia en la figura que los jefes de área pocas veces o nunca emiten las órdenes de compra en el momento indicado. Esto ocasiona que los productos no lleguen en el momento que se requiere. Aunque, también se debe a que los jefes de área no prestan suficiente atención a la emisión de las órdenes de compra o consideran que carece de importancia. Un menor porcentaje indica que algunas veces lo hacen. Esto solo en productos específicos.

Tabla 17. ¿Las órdenes de compra que emite van valorizados?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	6	85,7	85,7	85,7
Pocas veces	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

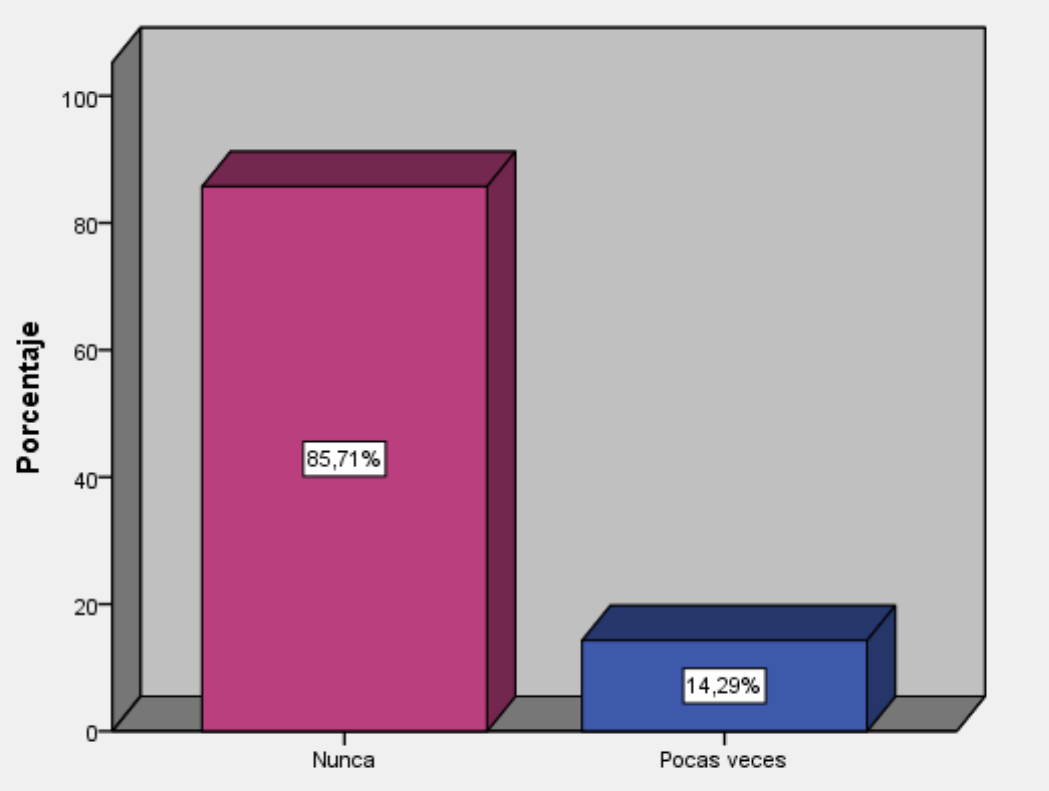


Figura 18. ¿Las órdenes de compra que emite van valorizadas?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que el 85,71% considera que nunca las órdenes de compra que emite van valorizadas, mientras el 14,29% considera pocas veces esta valoración.

Se aprecia en la figura que los jefes de área nunca o pocas veces emiten ordenes de compra valorizadas. Se debe a que no tienen suficiente conocimiento sobre la importancia de esta herramienta, además esto ocasiona inconvenientes con el proveedor.

Tabla 18. ¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	5	71,4	71,4	71,4
Siempre	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

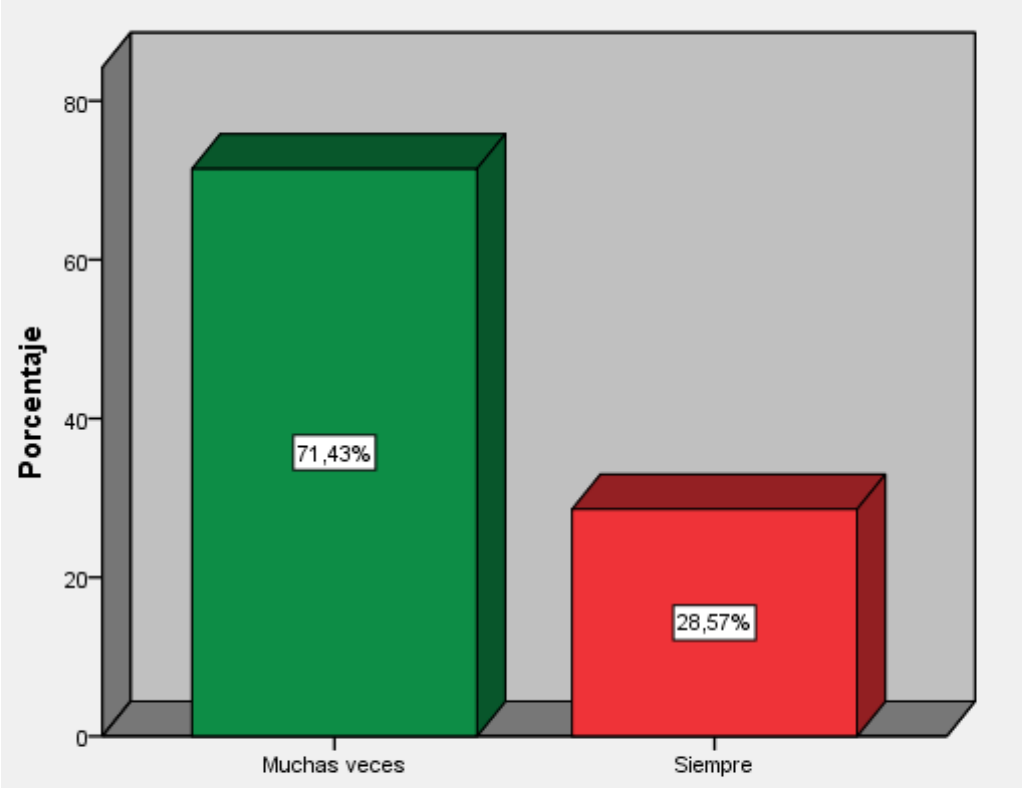


Figura 19. ¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 71,43% del total de encuestados considera que muchas veces los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado, mientras que el 28,57% dijo que siempre.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre, los productos, son entregados en el día acordado. Se debe a que los proveedores tienen un nivel de compromiso con la empresa.

Tabla 19 ¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	2	28,6	28,6	28,6
Muchas veces	4	57,1	57,1	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

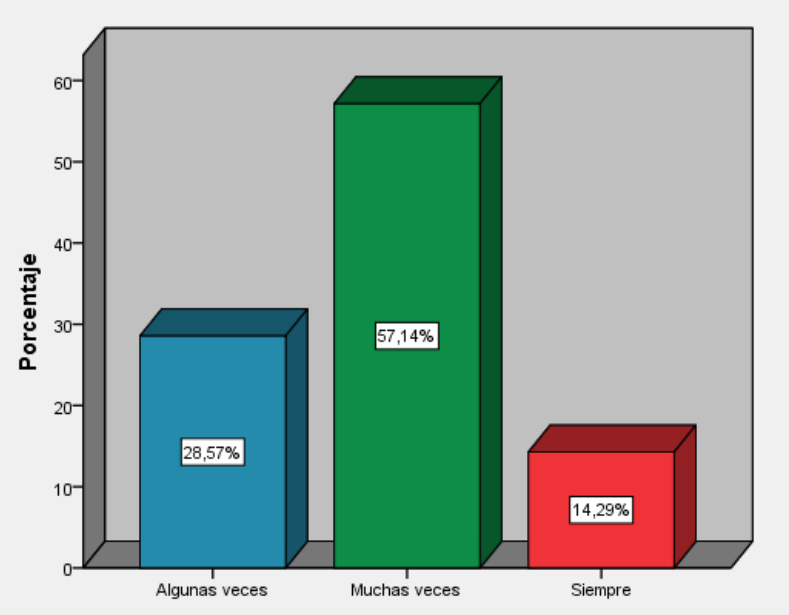


Figura 20. ¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que el 57,14% muchas veces se realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos, mientras que el 28,57% algunas veces y solo el 14,29% dijo que siempre.

Se observa en la figura que los jefes de área muchas veces o siempre realizan seguimiento a los productos o servicios requeridos. Por lo que las entregas son en el momento indicado. Aunque, un porcentaje indica que solo algunas veces se realiza el seguimiento, se debe a que se han presentado inconvenientes con los productos.

Tabla 20. ¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	4	57,1	57,1	57,1
Muchas veces	2	28,6	28,6	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

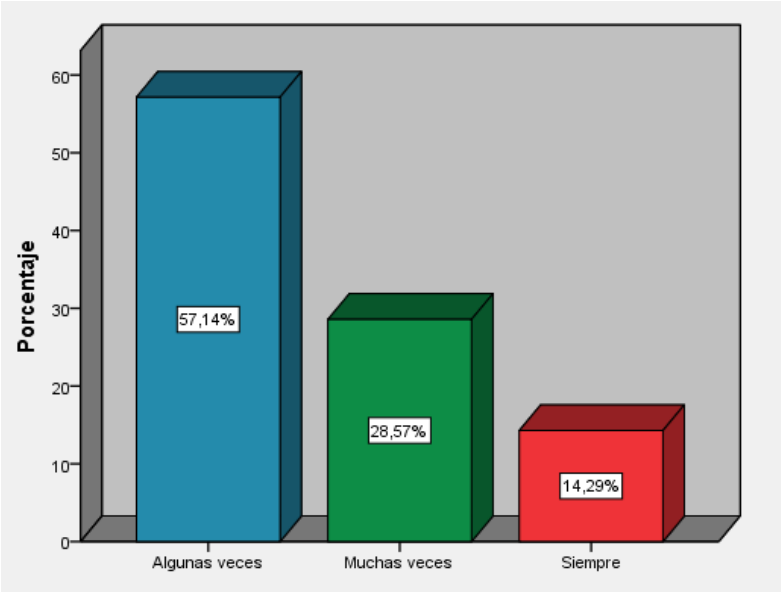


Figura 21**.** ¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que el 57,14% dijo que algunas veces se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes) mientras que el 28,57% dijo que muchas veces y solo el 14,29% que siempre. Podemos decir que los jefes de área solo algunas veces realizan la comprobación y aceptación de productos adquiridos. Esto ocasiona que no haya un control adecuado del ingreso de productos, tampoco existe control adecuado de los precios. Aunque otro porcentaje indica que muchas veces o siempre lo hacen, pero con productos específicos solamente.

Tabla 21. ¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	4	57,1	57,1	57,1
Siempre	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

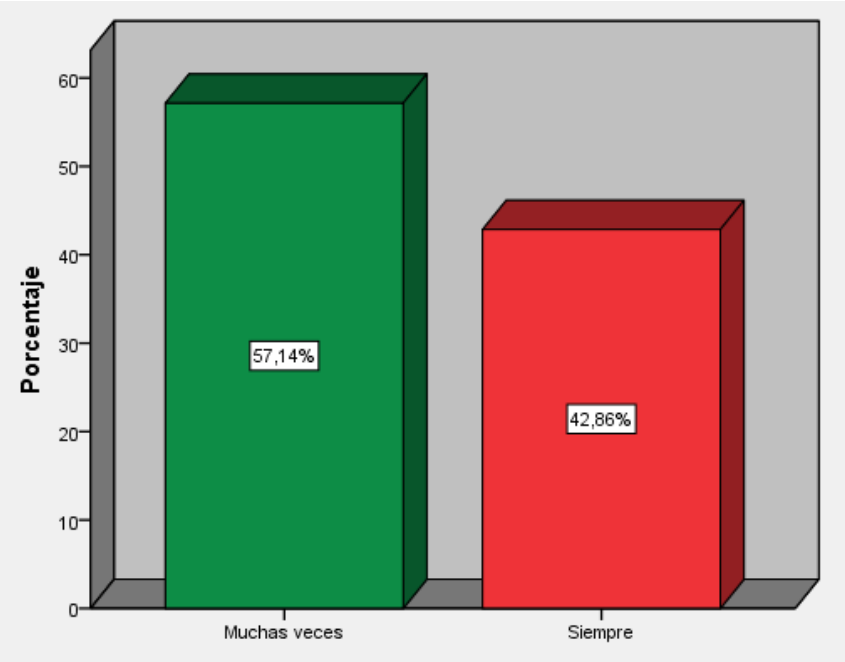


Figura 22. ¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% dijo que muchas veces los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa, mientras que el 42,86% dijo que siempre.

Podemos observar en la figura que, los productos, muchas veces o siempre cumplen con los requerimientos de la empresa. Esto permite que, con materia prima de calidad, también se produzcan productos de calidad.

Tabla 22. ¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	6	85,7	85,7	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

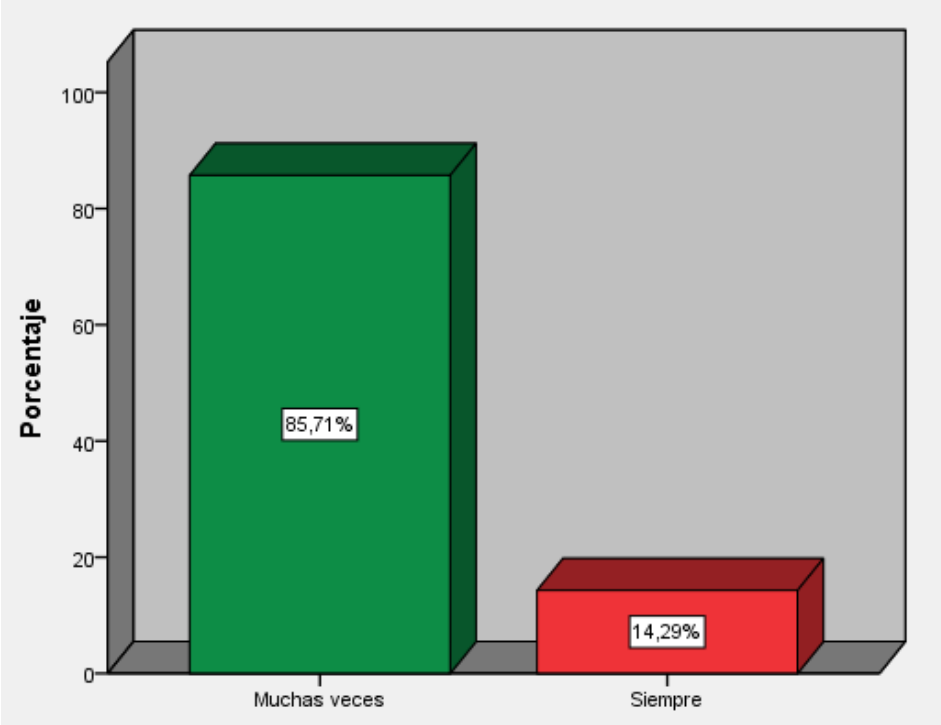


Figura 23. ¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 85,71% muchas veces considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa, mientras que el 14,29% del total de encuestados dijo que siempre.

En la figura se puede decir que, muchas veces o siempre se realiza una recepción adecuada de los productos. Es decir, que se reciben productos con los pesos y medidas correctas, productos en buen estado y no hay faltantes.

Tabla 23. ¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento y producción?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	2	28,6	28,6	28,6
Algunas veces	4	57,1	57,1	85,7
Muchas veces	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

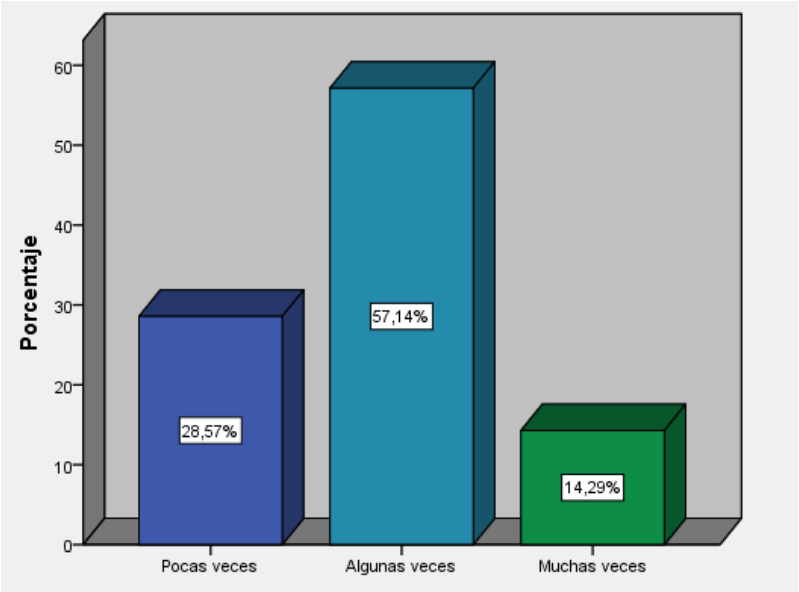


Figura 24. ¿Considera que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior se aprecia que el 57,14% algunas veces considera que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción, mientras que el 28,57% considera pocas veces esta coordinación y solo el 14,29% dijo que muchas veces. Podemos deducir de la figura que solo algunas o pocas veces existe coordinación entre las funciones de aprovisionamiento y producción. La coordinación entre el área de aprovisionamiento y producción del restaurante no es buena, debido a que existe desorden y falta de control de los productos del almacén. Aunque, un porcentaje mínimo indica que muchas veces si existe tal coordinación.

Tabla 24. ¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Pocas veces	1	14,3	14,3	14,3
Algunas veces	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

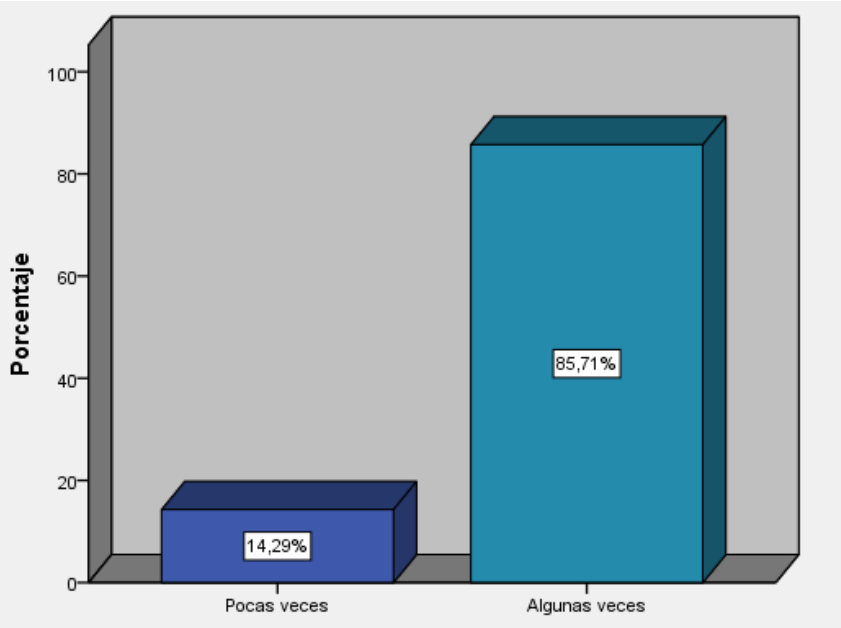


Figura 25. ¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 85,71% dijo que algunas veces considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente, mientras que el 14,29% dijo que pocas veces se da esta distribución.

Podemos observar en la figura que solo algunas o pocas, la distribución del almacén, ayuda a una correcta utilización del espacio y a minimizar posibles accidentes. Lo que ocasiona que algunos productos se dañen debido a la mala distribución. Así mismo, un colaborador sufrió un accidente leve en el almacén.

Tabla 25. Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros).

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	3	42,9	42,9	42,9
Algunas veces	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

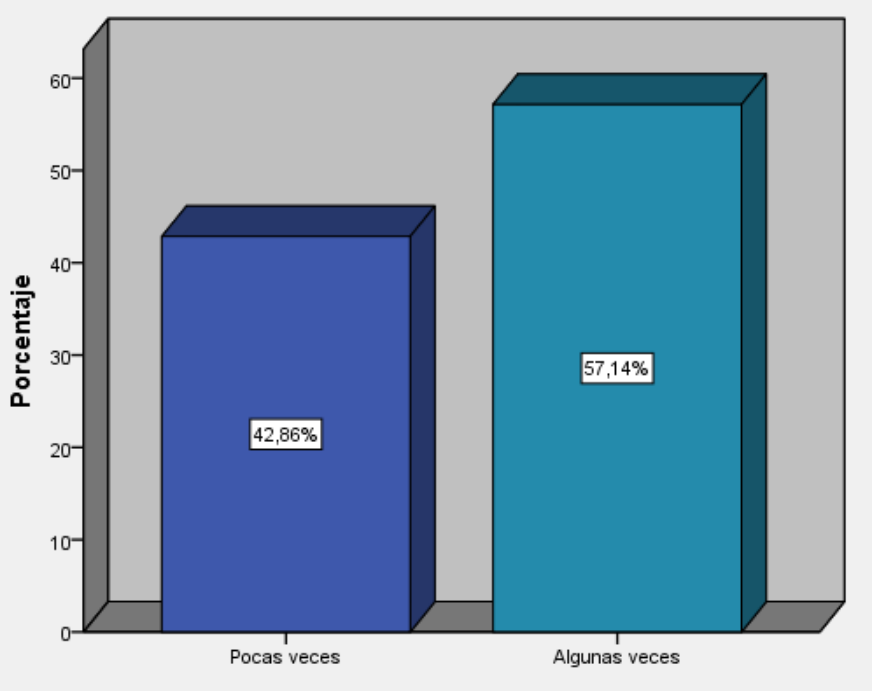


Figura 26. Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 57,14% al momento de distribuir los productos al área de producción algunas veces utiliza las reglas de flujo de salida (PEPS, UEPS u Otros), mientras que el 57,14% lo utiliza pocas veces.

En la figura se puede decir que solo algunas o pocas veces se utiliza las reglas de flujo de salida. Esto se debe a que no hay suficiente conocimiento sobre este aspecto y, tampoco se le da la importancia necesaria.

Tabla 26. ¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	5	71,4	71,4	71,4
Siempre	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

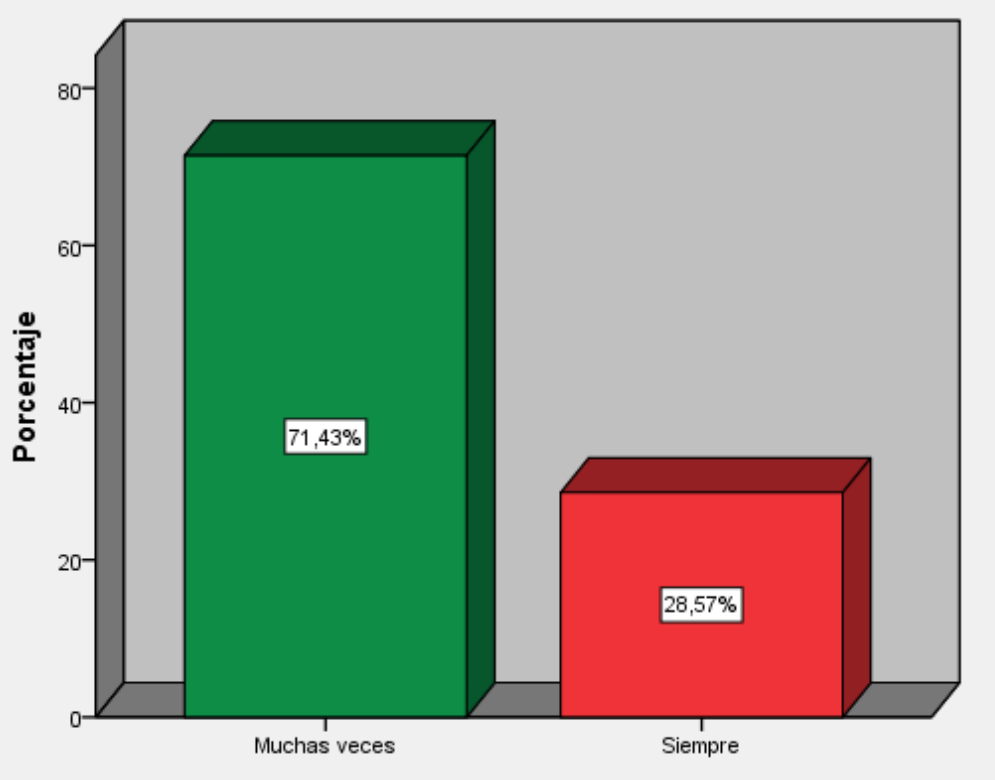


Figura 27. ¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 71,43% de jefes de área muchas veces considera el almacenista de su empresa como honesto, ordenado y responsable, mientras que el 28,57% siempre lo considera así.

Se observa en la figura que los jefes de área muchas veces o siempre confían en el trabajo del almacenista. Por lo general, cumple horadamente con funciones específicas.

Tabla 27. ¿Los productos del almacén están correctamente organizados?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	4	57,1	57,1	57,1
Muchas veces	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

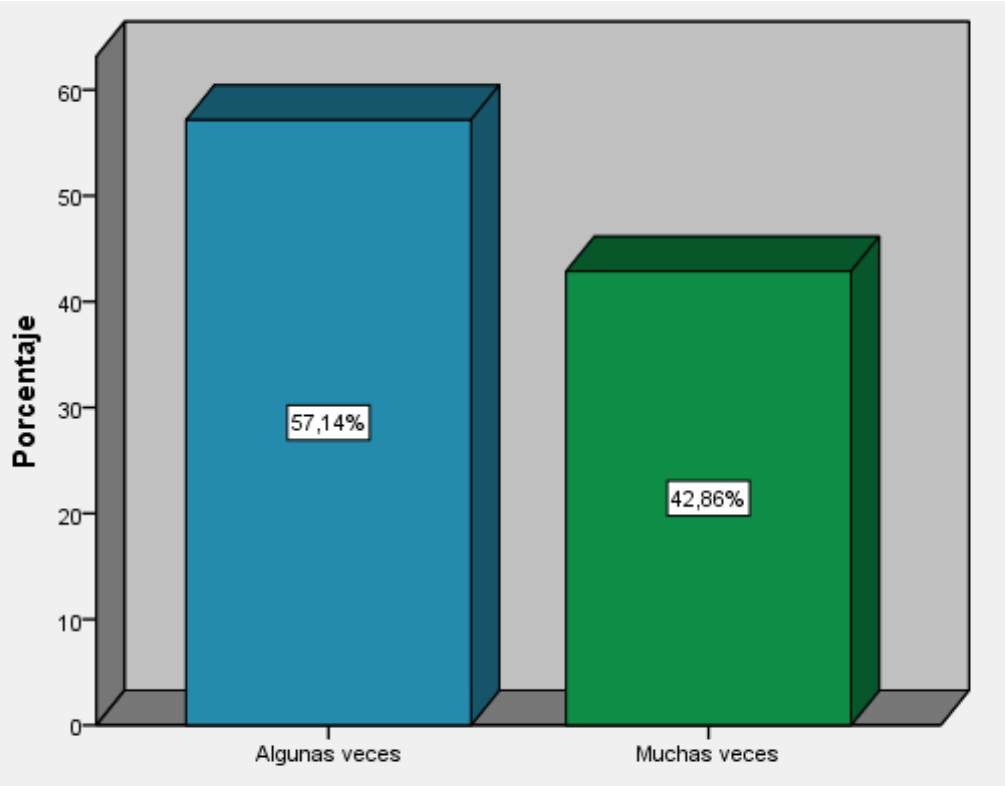


Figura 28. ¿Los productos del almacén están correctamente organizados?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% algunas veces considera que los productos del almacén están correctamente organizados, mientras que el 42,86% muchas veces lo considera ordenado.

En la figura se observa que, el almacén, solo algunas veces esta correctamente organizado. Por lo que los productos no están en lugares que deberían esta o existe contaminación de productos. Sin embargo, otro porcentaje indica que muchas veces si están correctamente organizados, aunque, esto ocurre solo en algunas oportunidades.

Tabla 28. ¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Muchas veces	6	85,7	85,7	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

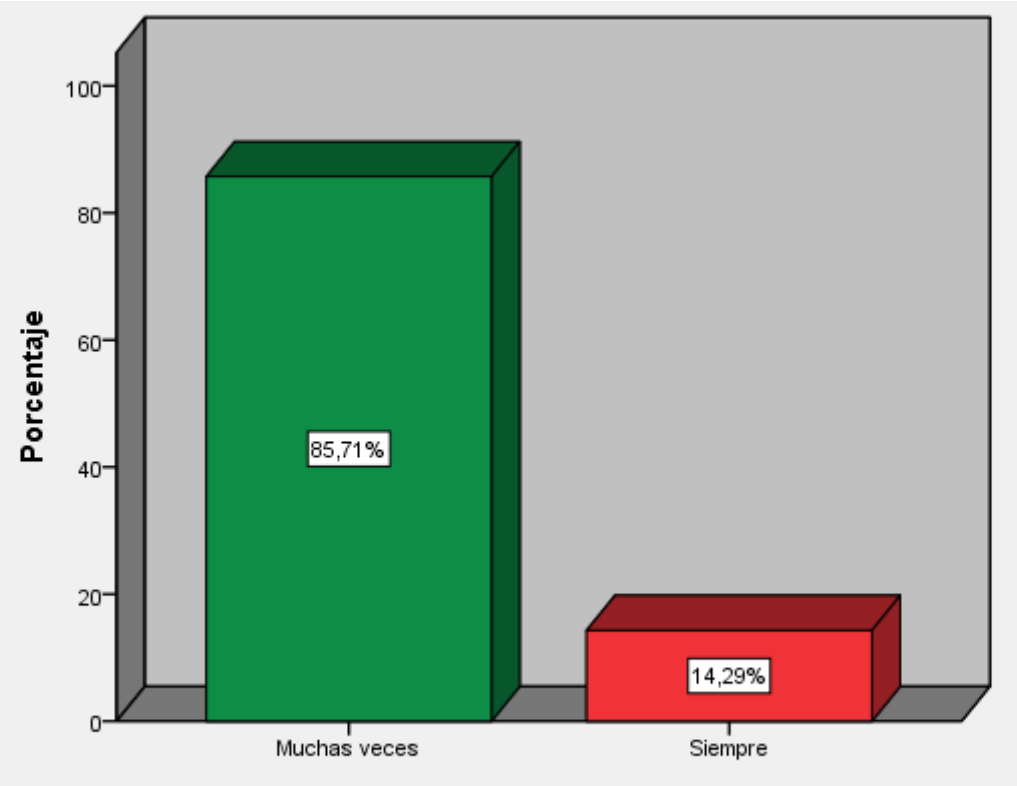


Figura 29. ¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede observar que el 85,71% de los encuestados muchas veces utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén, mientras que el 14,29% dijo que siempre se utiliza los anaqueles.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre, la empresa, cuenta con suficientes anaqueles como para organizar de manera adecuada el almacén.

Tabla 29. ¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	2	28,6	28,6	28,6
Muchas veces	5	71,4	71,4	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

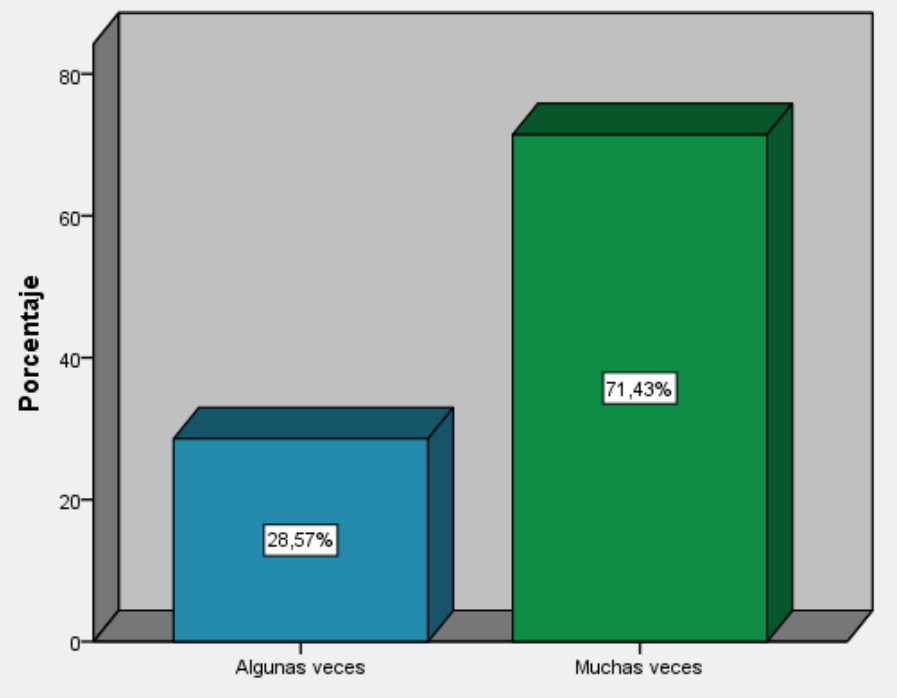


Figura 30. ¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 71,43% muchas veces identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración, mientras que el 28,57% dijo que algunas veces.

De acuerdo a la figura muchas veces se identifican las áreas más frescas y ventiladas del almacén. En estos lugares se colocan productos que no necesitan ser refrigerados, pero si necesitan de lugares frescos. Los productos se mantienen en buen estado. Aunque, algunas veces, estas áreas no se identifican correctamente y ocasiona pérdidas.

Tabla 30. ¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	4	57,1	57,1	57,1
Siempre	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

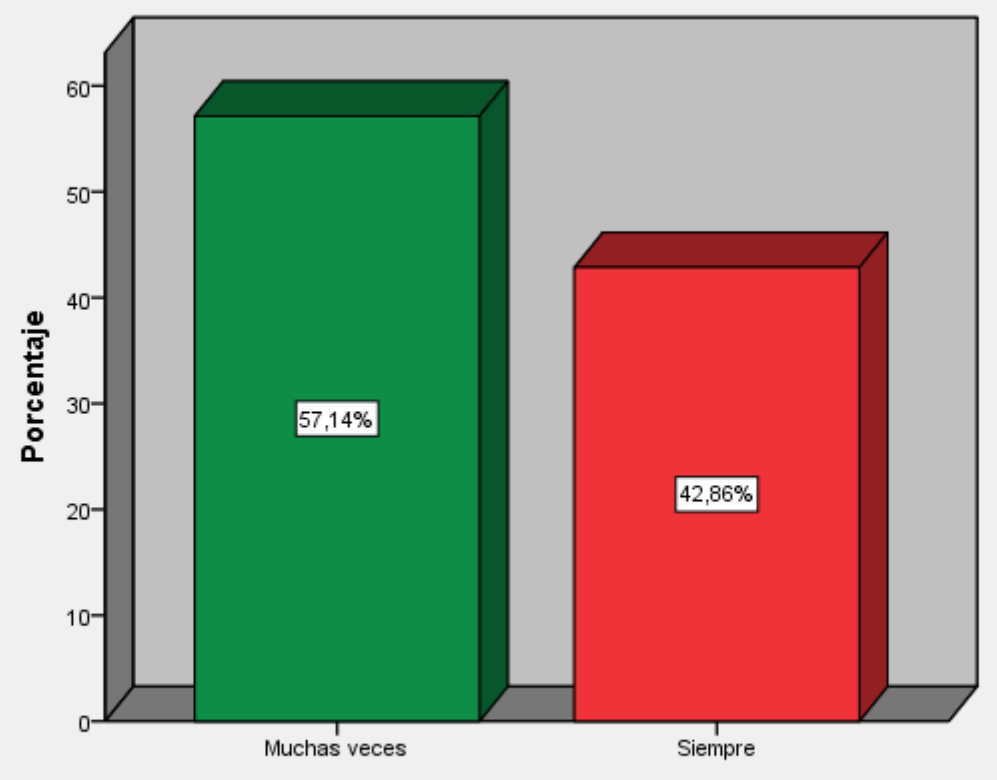


Figura 31. ¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura el 57,14% muchas veces utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados, mientras que el 42,86% los utiliza siempre.

En la figura se puede observar que muchas veces o siempre se utiliza las cámaras frigoríficas de esa manera se mantiene en buen estado los productos.

Tabla 31. ¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	3	42,9	42,9	42,9
Algunas veces	2	28,6	28,6	71,4
Muchas veces	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

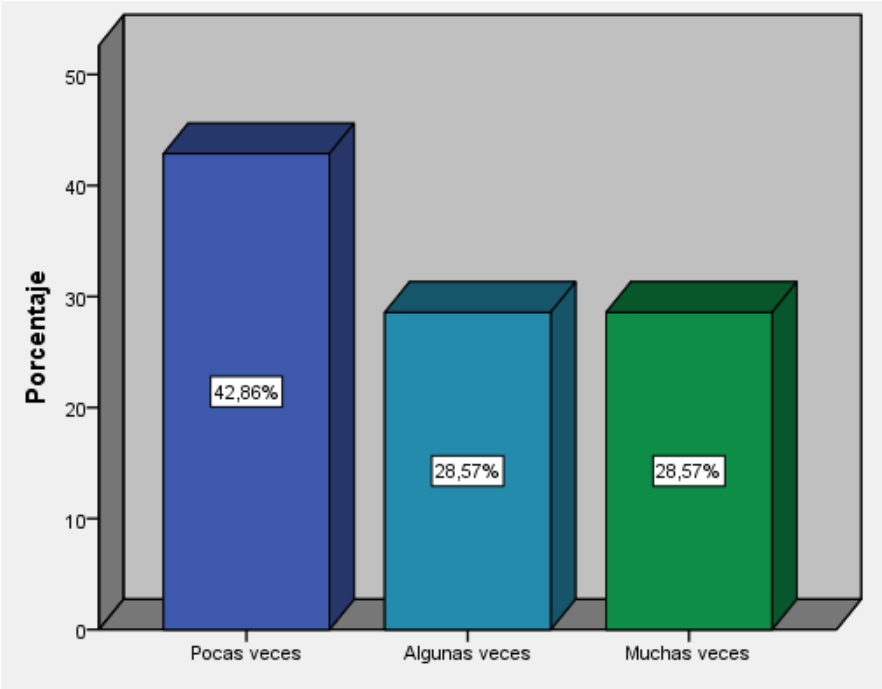


Figura 32. ¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 42,86% de los encuestados pocas veces etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad, mientras que el 28,57% dijo que algunas veces y solo el 28,57% dijo que muchas veces.

En la figura se puede observar que pocas o solo algunas veces se etiqueta de manera correcta los productos, se debe a que no existe un procedimiento adecuado para etiquetar correctamente los productos. Aunque, un porcentaje menor indica que muchas veces si se etiqueta los productos, pero solo en algunos productos.

Tabla 32. ¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	4	57,1	57,1	57,1
Siempre	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

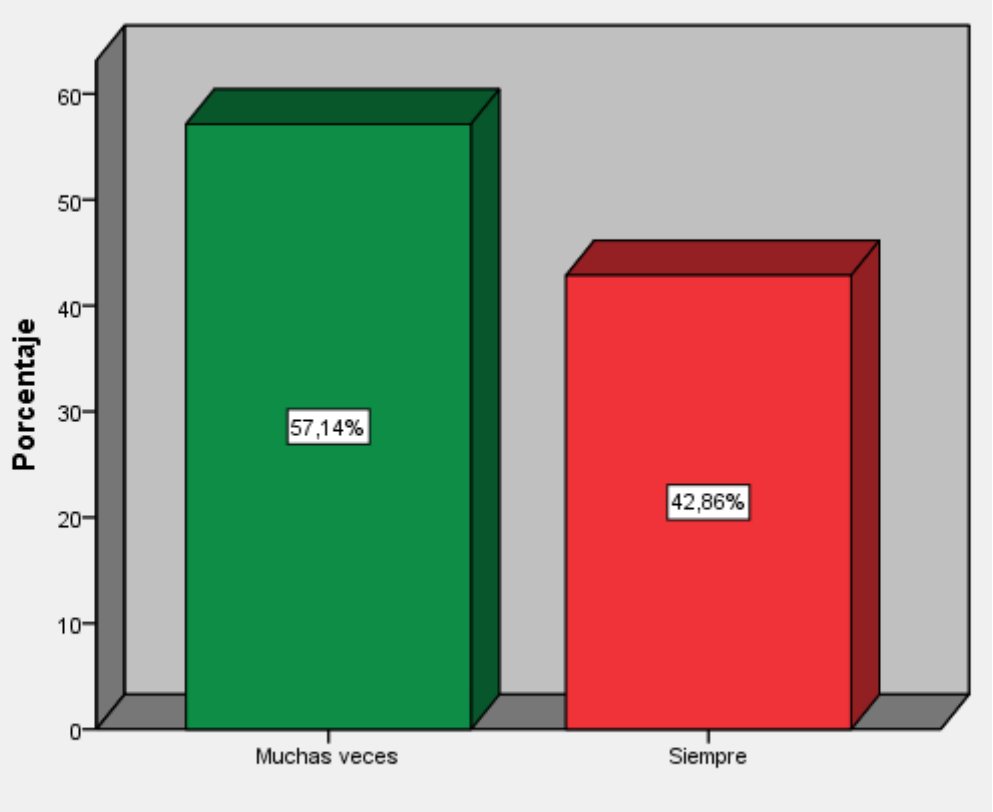


Figura 33. ¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% dijo que muchas veces la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios, mientras que el 42,86% dijo que siempre.

Tabla 33. ¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	2	28,6	28,6	28,6
Muchas veces	4	57,1	57,1	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

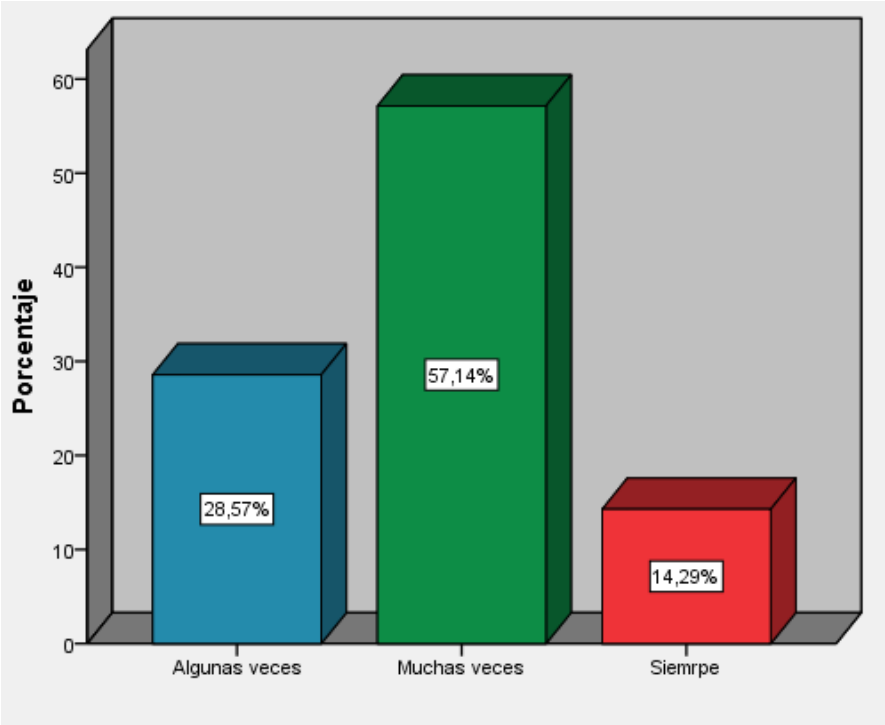


Figura 34. ¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 57,14% muchas veces verifica los saldos de inventario de la empresa, mientras que el 28,57% dijo que algunas y solo el 14,29% dijo que siempre los verifica.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre se verifica los saldos de inventario de los productos. De manera que, de acuerdo a ello, se tiene conocimiento de lo que se tiene y de lo que falta. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces se hace la verificación de inventario. Lo que ocasiona pérdidas para la empresa.

Tabla 34. ¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	1	14,3	14,3	14,3
Pocas veces	3	42,9	42,9	57,1
Algunas veces	2	28,6	28,6	85,7
Muchas veces	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

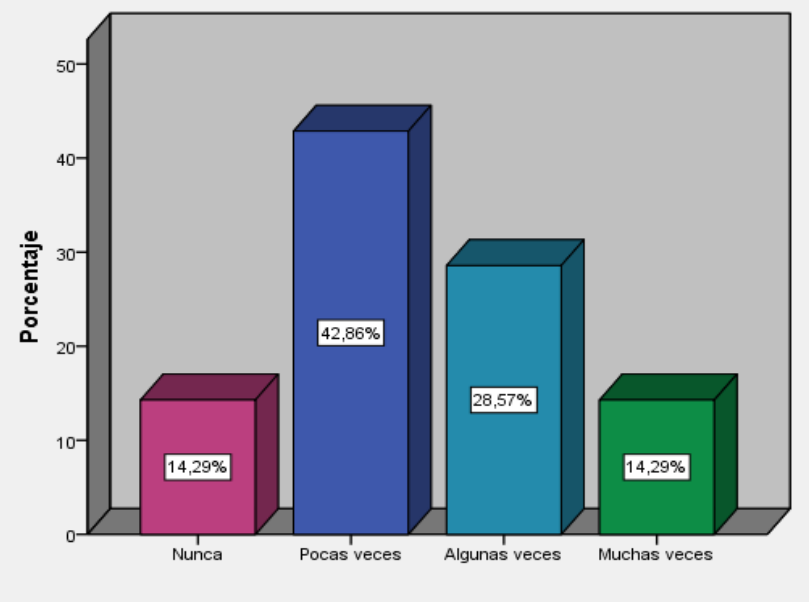


Figura 35. ¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 42,86% dijo que pocas veces realiza el inventario de almacén de manera continua de los productos del almacén, mientras que el 28,57% dijo que algunas veces y solo el 14,29% dijo que nunca los realiza.

Se puede observar en la figura que pocas veces o nunca se realiza el recuento de inventario. Esto ocasiona que no haya un buen control del almacén. Aunque, otro porcentaje indica que algunas o muchas veces si se realiza dicha actividad. Sin embargo, solo lo hacen solo con productos específicos.

Tabla 35. ¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	1	14,3	14,3	14,3
Algunas veces	5	71,4	71,4	85,7
Muchas veces	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

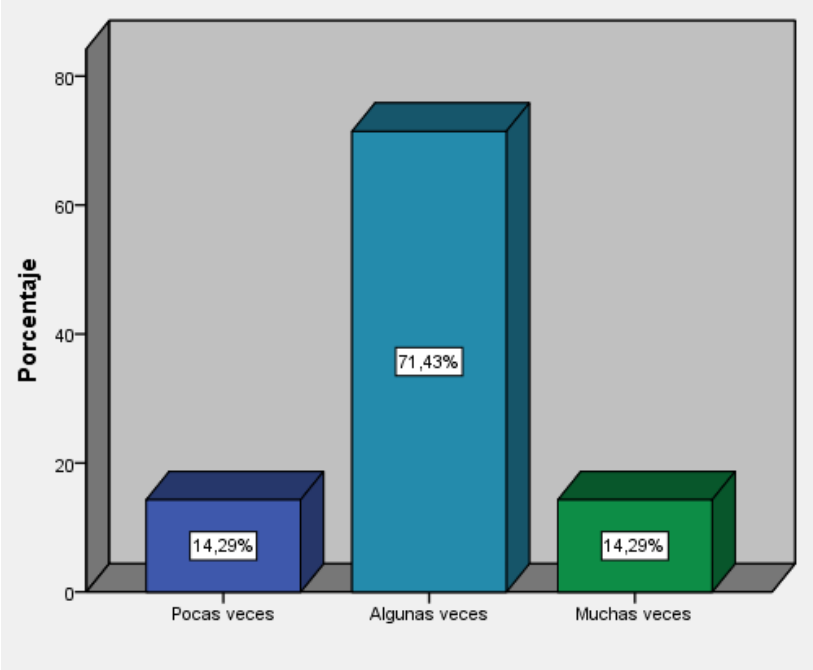


Figura 36. ¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 71,43% dijo que algunas veces utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario (Método histórico, cualitativo u otros), mientras que el 14,29% dijo que muchas veces y solo el 14,29% dijo que pocas veces utiliza algún método.

En la figura se observa que solo algunas veces o pocas veces se utiliza métodos para pronosticar el inventario. No se tiene suficiente conocimiento sobre los diferentes métodos para realizar esta actividad. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se utiliza el método histórico. Es de mucha ayuda, a pesar de usarlo de manera empírica.

Tabla 36. ¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3
Muchas veces	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

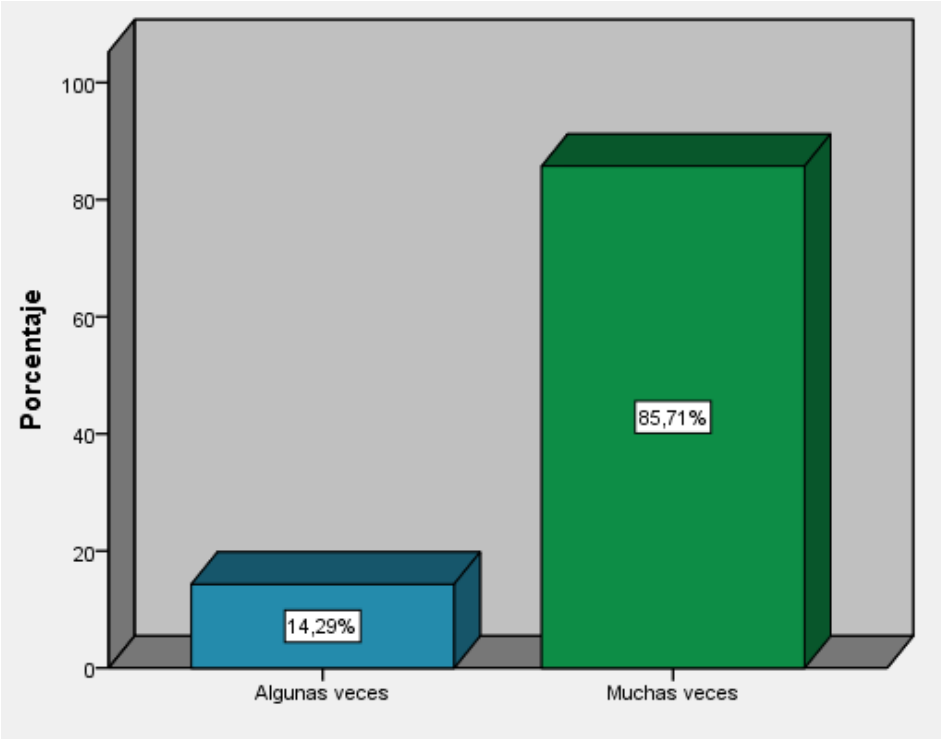


Figura 37. ¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 85,71% muchas veces considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras, mientras que el 14,29% dijo que algunas veces ayudan a su pronóstico.

Se observa en la figura que muchas veces los inventarios ayudan a pronosticar la compra. Esto permite que no haya pedidos o compras de más ni menos. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces ayuda a pronosticar la compras, debido a que no se maneja un control adecuado en el almacén.

Tabla 37. ¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3
Muchas veces	5	71,4	71,4	85,7
Siempre	1	14,3	14,3	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

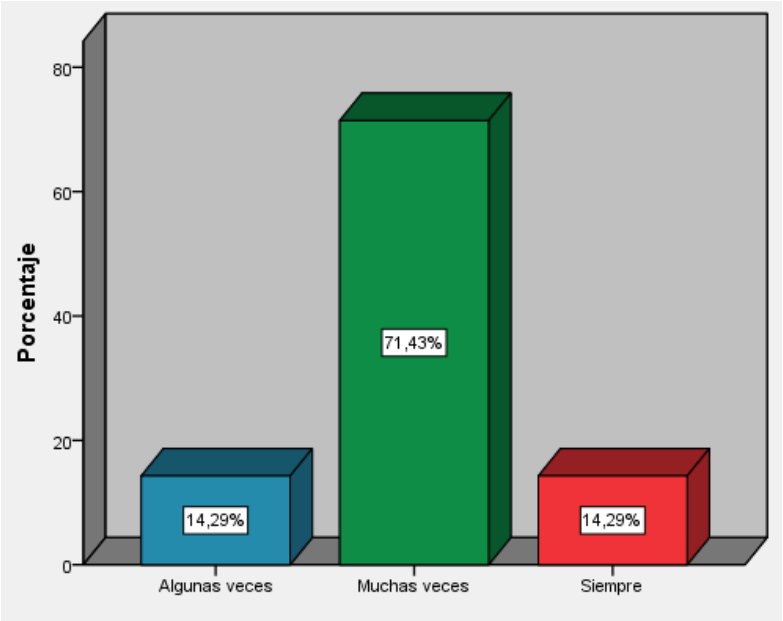


Figura 38. ¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 71,43% muchas veces considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda, mientras que el 14,29% dijo que siempre y solo el 14,29% dijo que algunas veces.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre se cuenta con stock suficiente. El almacén cuenta con variedad de productos. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces se cuenta con stock suficiente. Debido a que en ocasiones en pleno proceso de preparación del producto ha faltado insumos.

Tabla 38. ¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	1	14,3	14,3	14,3
Algunas veces	4	57,1	57,1	71,4
Muchas veces	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

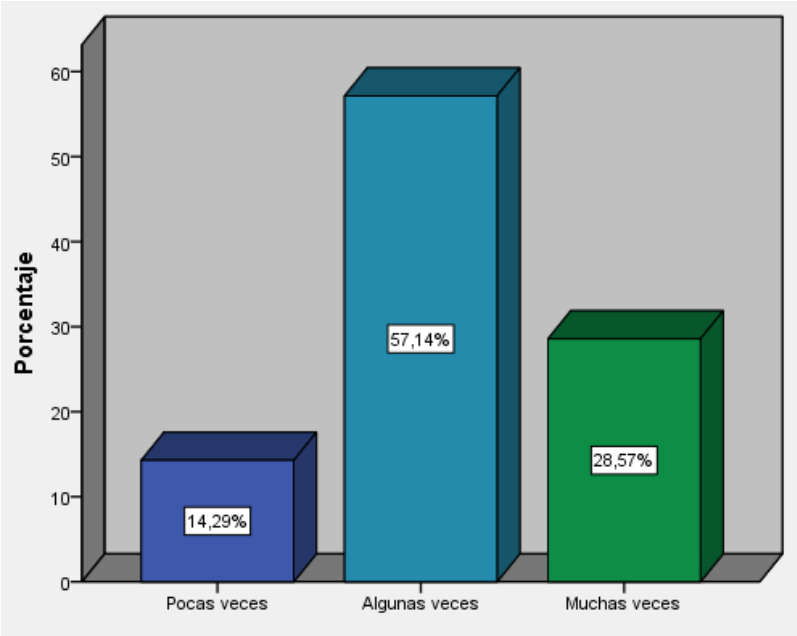


Figura 39. ¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 57,14% algunas veces considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias, mientras que el 28,57% dijo que muchas veces lo considera y solo 14,29% lo considera pocas veces.

Se observa en la figura que, la empresa, solo algunas veces o pocas veces reduce el nivel de existencias. Es decir, muchas veces hay insumos, productos e incluso servicios extras que no se requieren en ese momento. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se reduce el nivel de existencia, pero solo en productos específicos.

Tabla 39. Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	4	57,1	57,1	57,1
Muchas veces	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

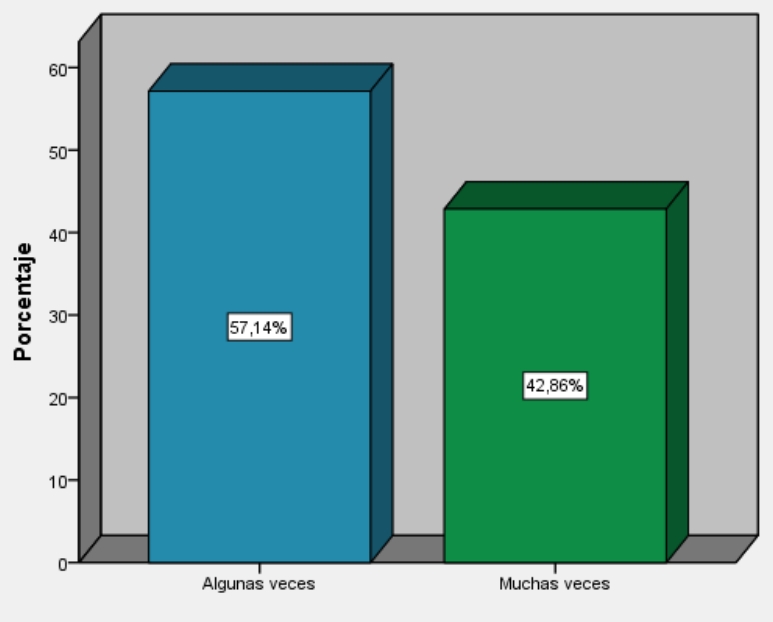


Figura 40. Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% de los encuestados algunas veces utiliza el método de stock máximo y stock mínimo para prever la disponibilidad de stock, mientras que el 42,86% dijo que muchas veces.

Se puede observar que solo algunas veces se utiliza el stock máximo o mínimo, debido a que no se tiene suficiente conocimiento acerca de la utilización de estos métodos. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se utiliza este método. Es importante utilizar este método para evitar el exceso de productos generando mermas o la falta de productos en algunos casos.

Tabla 40. ¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	42,9	42,9	42,9
Pocas veces	4	57,1	57,1	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

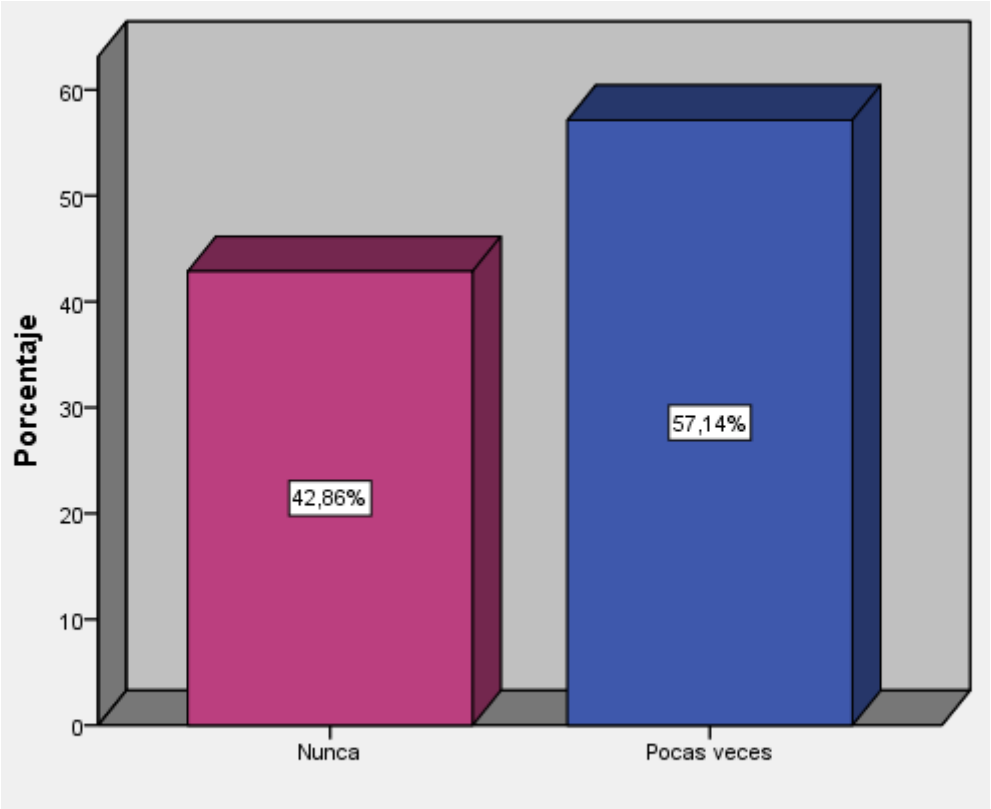


Figura 41. ¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 57,14% pocas veces hace uso de la tarjeta del Kardex en su empresa, mientras que el 42,86% nunca hacen uso de él.

Se observa en la figura que pocas veces o nunca se utiliza el Kardex. A ello se debe que no haya un buen control de los productos del almacén. Así mismo, no existe conocimiento sobre la utilización de esta herramienta y no se le da la importancia necesaria.

Tabla 41. ¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?

	f	%	% válido	% acumulado
Siempre	7	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia

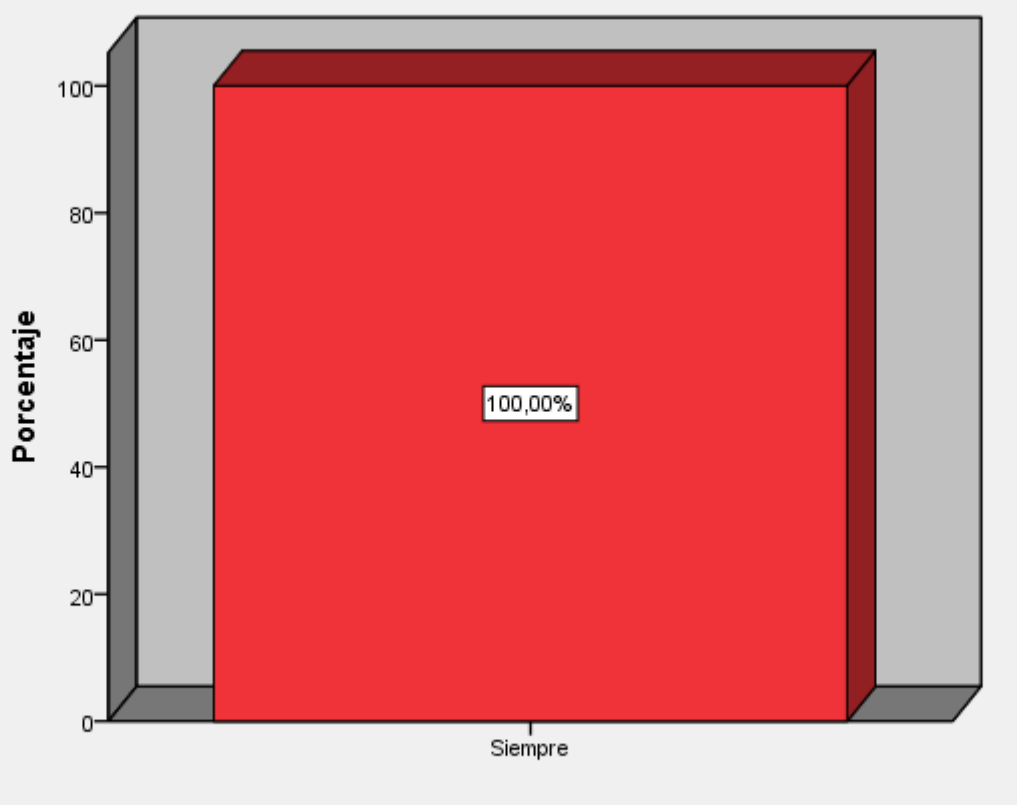


Figura 42. ¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 100% siempre entregan los productos en el momento y lugar indicado.

Se observa en la figura que siempre se entrega el producto en el momento y lugar indicado. Existe un tiempo determinado para preparar el producto, para luego ser entregado en ese tiempo estimado. La entrega se realiza en el restaurante.

Tabla 42. ¿Entrega el producto al cliente a un costo adecuado?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	1	14,3	14,3	14,3
Muchas veces	4	57,1	57,1	71,4
Siempre	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

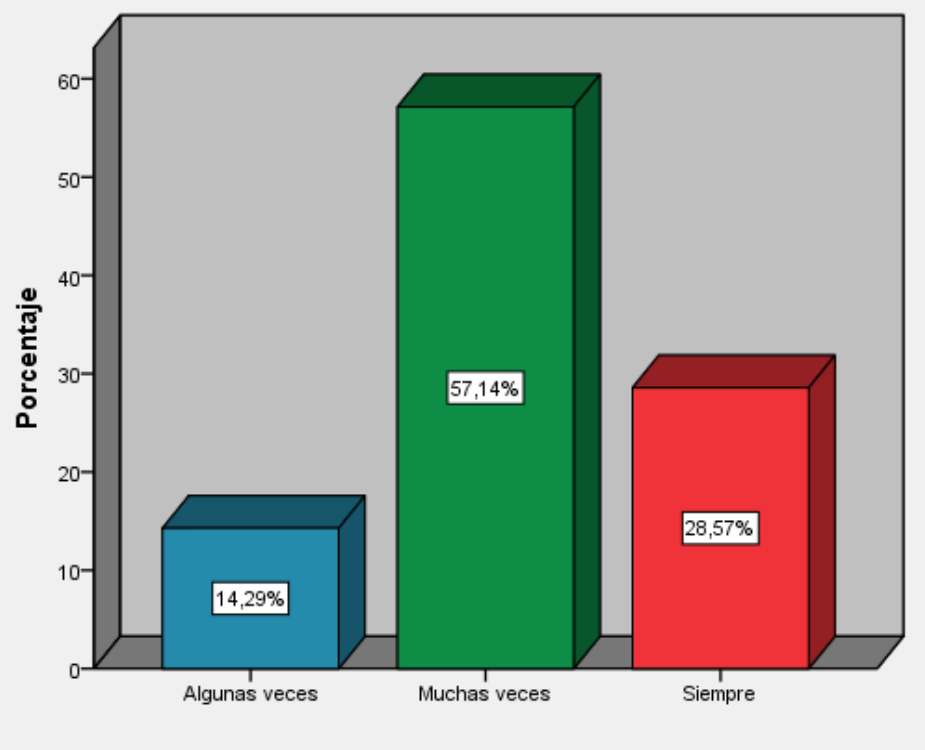


Figura 43. ¿Entrega el producto al cliente a un costo adecuado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 57,14% muchas veces entregan el producto al cliente a un costo adecuado, mientras que el 28,57% dijo que siempre y solo el 14,29% dijo que algunas veces.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre se entrega el producto a un costo adecuado. Aunque, algunas veces no es así, debido a que los precios de la carta muchas veces son muy elevados.

Tabla 43. ¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?

	f	%	% válido	% acumulado
Siempre	7	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia

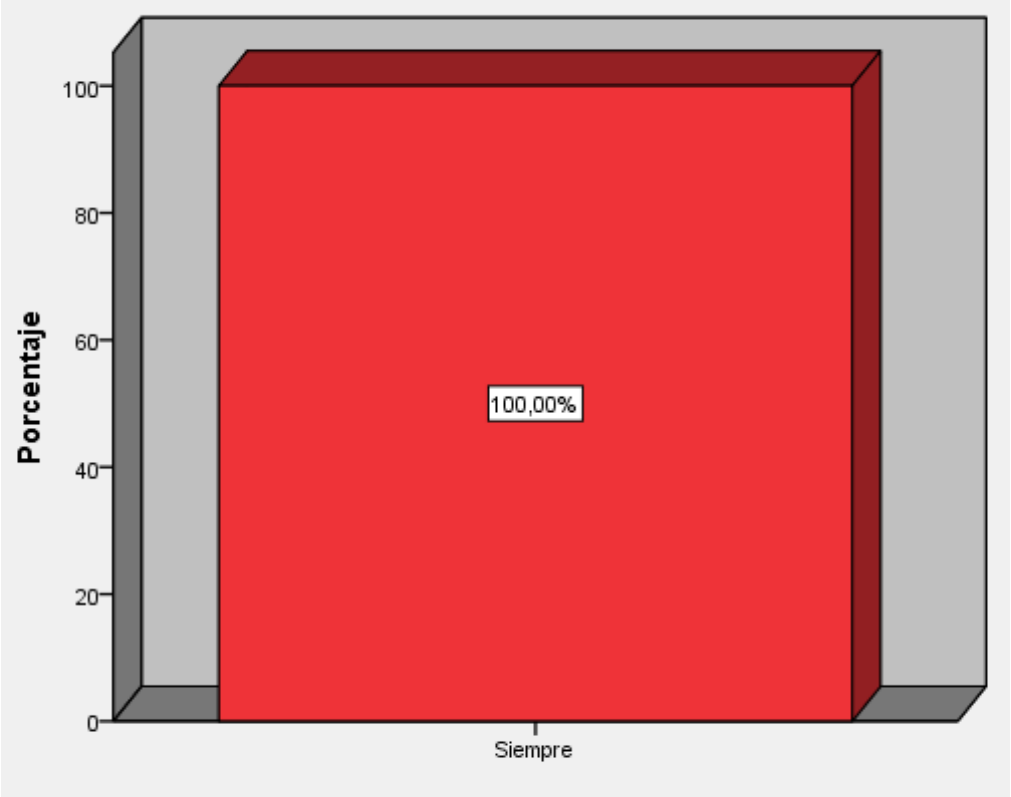


Figura 44. ¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se puede apreciar que el 100% entrega el producto al cliente en óptimas condiciones.

Se observa en la figura que, el producto, siempre se entrega en buenas condiciones, por lo que, se presta especial interés en la entrega del producto.

Tabla 44. ¿Brinda productos de calidad a sus clientes?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	1	14,3	14,3	14,3
Siempre	6	85,7	85,7	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

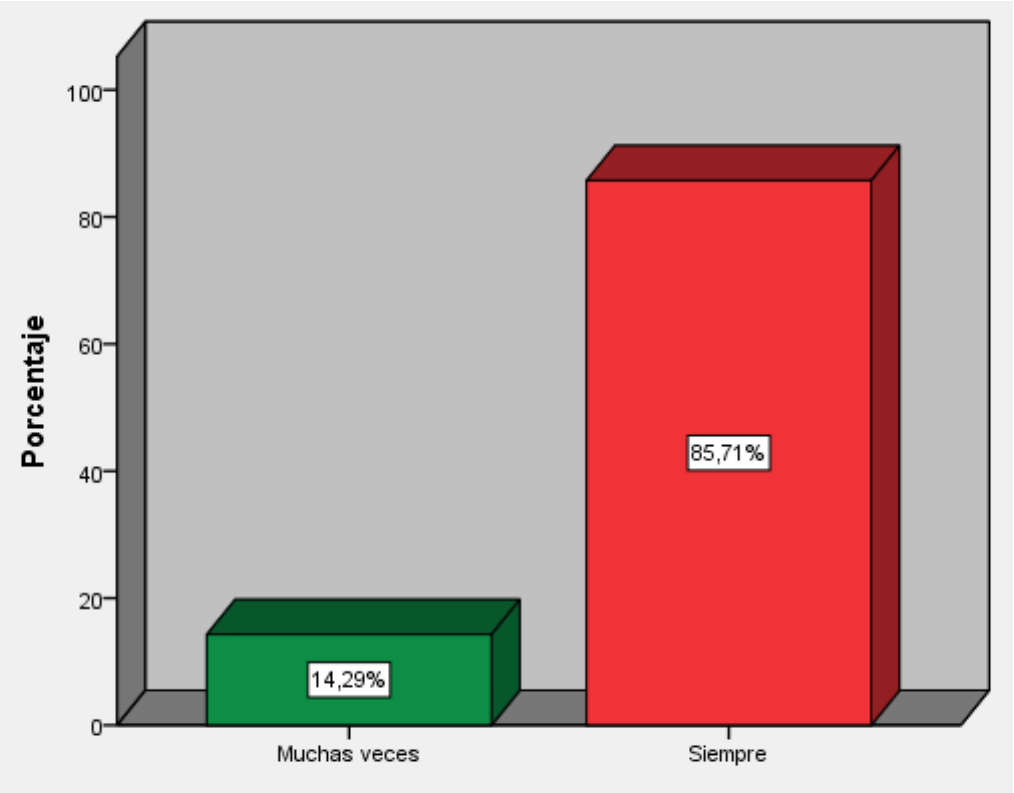


Figura 45. ¿Brinda productos de calidad a sus clientes?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 85,71% dijo que siempre brinda productos de calidad a sus clientes, mientras que el 14,29% dijo que muchas veces lo hace.

Se observa en la figura que, los productos, siempre o muchas veces son de calidad. Es muy importante la selección de los proveedores para contar con insumos de calidad.

Tabla 45. ¿Responde a las exigencias de su demanda?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	4	57,1	57,1	57,1
Siempre	3	42,9	42,9	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

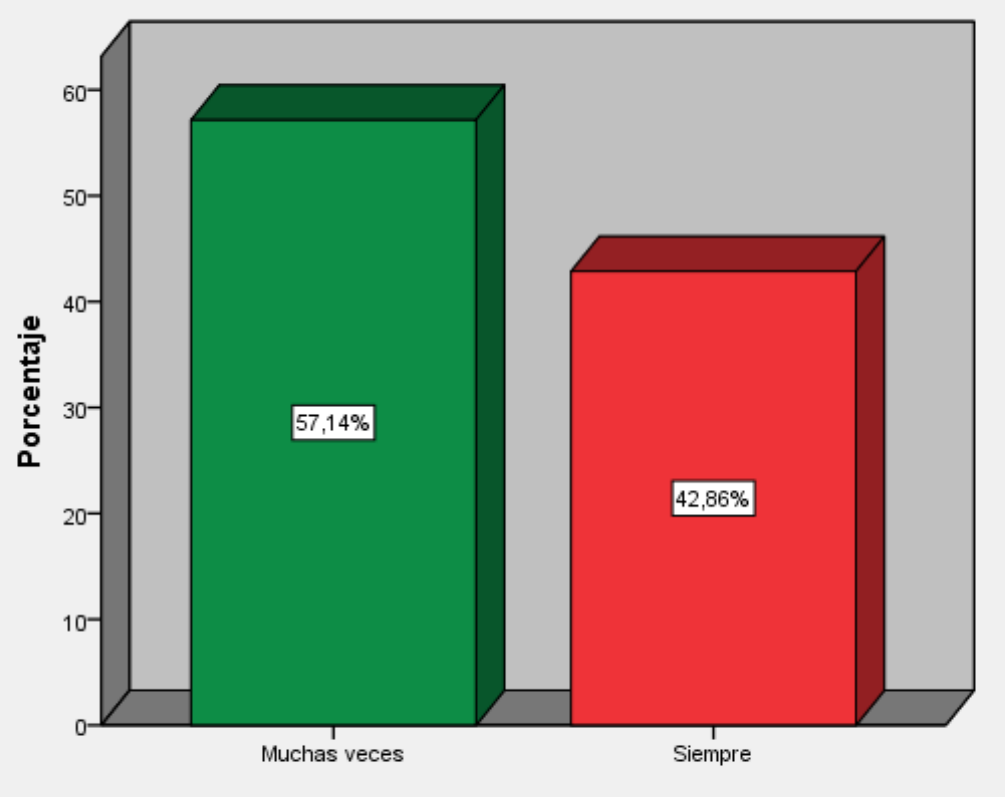


Figura 46. ¿Responde a las exigencias de su demanda?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 57,14% muchas veces responde a las exigencias de su demanda, mientras que el 42,86% dijo que siempre lo hace.

Se observa en la figura que, muchas veces o siempre se responde a las exigencias de la demanda. Los comensales son exigentes no solo con el producto, sino también con el servicio y con el precio.

Tabla 46. ¿Considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	5	71,4	71,4	71,4
Siempre	2	28,6	28,6	100,0
Total	7	100,0	100,0	

Elaboración propia

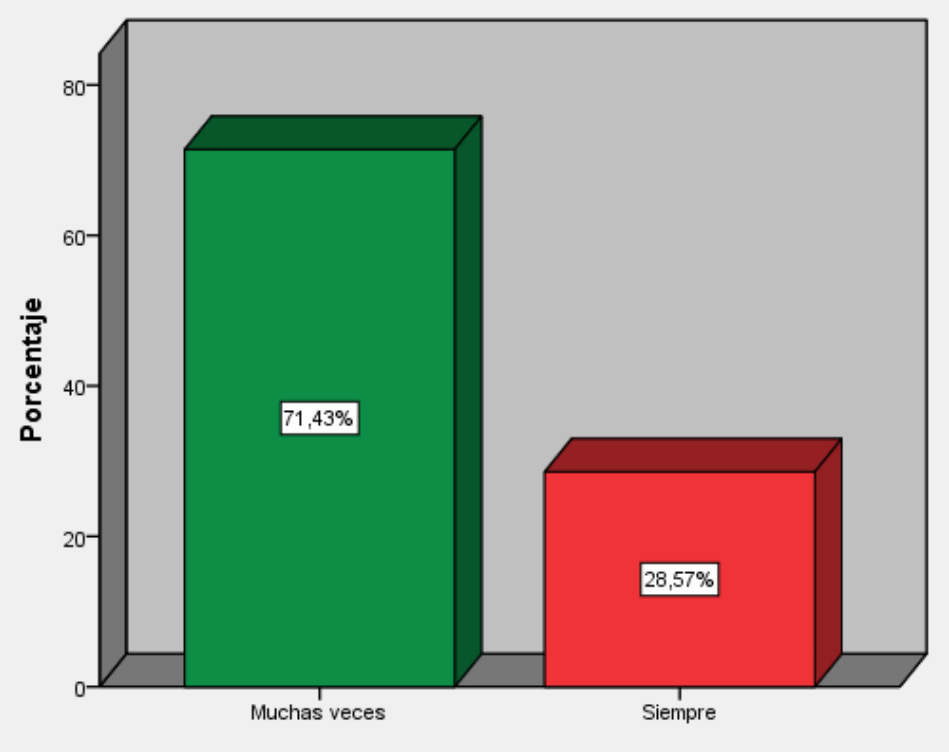


Figura 47. ¿Considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 71,43% considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio, mientras que el 28,57% dijo que siempre se siente satisfecha.

Se observa en la figura que, muchas veces o siempre se responde a las exigencias de la demanda. Los comensales se van felices y contentos no solo por el producto, sino también por el servicio.

RESULTADOS DE ENCUESTAS A TRABAJADORES

Tabla 47. Género de los encuestados

	f	%	% válido	% acumulado
Masculino	13	72,2	72,2	72,2
Femenino	5	27,8	27,8	100,0

Total	18	100,0	100,0

Elaboración propia

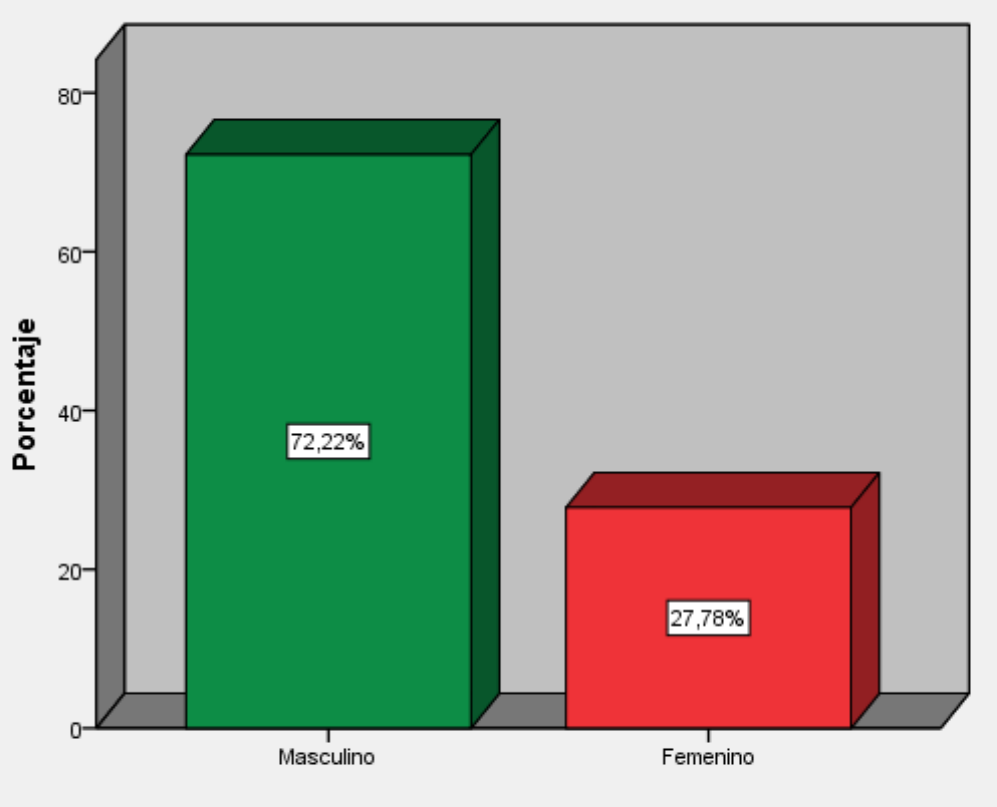


Figura 48. Género

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 72,22% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 27,78% son de género femenino. Esto indica que hay un porcentaje mayor de mano de obra masculino trabajando en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

Tabla 48. ¿Qué edad tiene?

	f	%	% válido	% acumulado
18 - 27	14	77,8	77,8	77,8
28 - 37	1	5,6	5,6	83,3
38 - 47	1	5,6	5,6	88,9
Más de 48	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

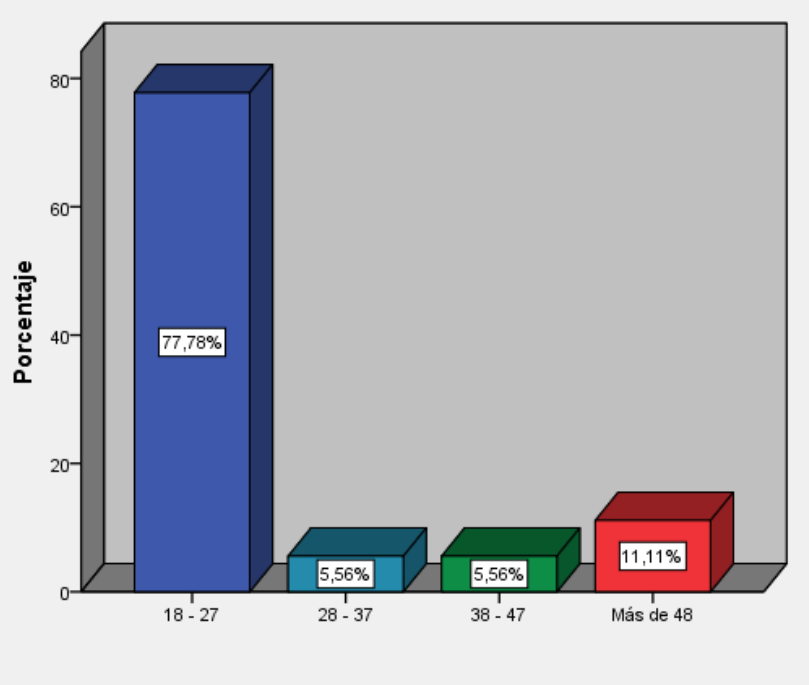


Figura 49. ¿Qué edad tiene?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 77,78% tiene entre 18 y 27años de edad, el 11,11% tiene más de 48 años de edad, el 5,56% tiene entre 38 y 47 años de edad y solo 5,56% de 38 a 47 años de edad. Por tanto, podemos decir que el área operativa está conformada en su mayoría por personas de rangos de entre 18 y 27 años de edad de lo que se deduce que, son jóvenes trabajando con entusiasmo, con ganas y con talento; lo cual hace que la empresa funcione de la mejor manera.

Tabla 49. Grado de instrucción académica

	f	%	% válido	% acumulado
Secundaria completa	5	27,8	27,8	27,8
Secundaria incompleta	2	11,1	11,1	38,9
Técnico	8	44,4	44,4	83,3
Universitario	3	16,7	16,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

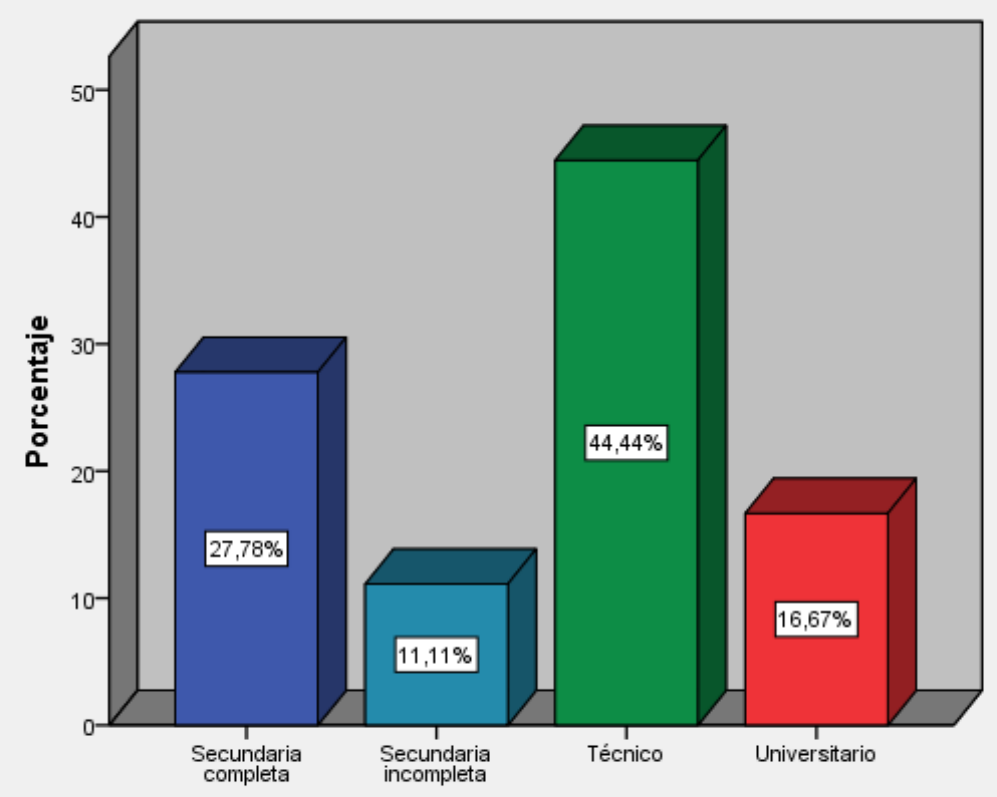


Figura 50. Grado de instrucción académica

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la gráfica anterior se aprecia que el 44,44% son de grado de instrucción académica técnica mientras que el 16,67% son universitarios, el 27,78% posee secundaria completa y solo el 11,11% tiene secundaria incompleta. Por tanto, podemos decir que los trabajadores tienen conocimientos previos, algunos adquiridos en sus centros de estudio como institutos o universidades, acerca de cómo desempeñarse en su puesto de trabajo.

Tabla 50. ¿Cree que los son honestos y responsables?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	3	16,7	16,7	16,7
Muchas veces	8	44,4	44,4	61,1
Siempre	7	38,9	38,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

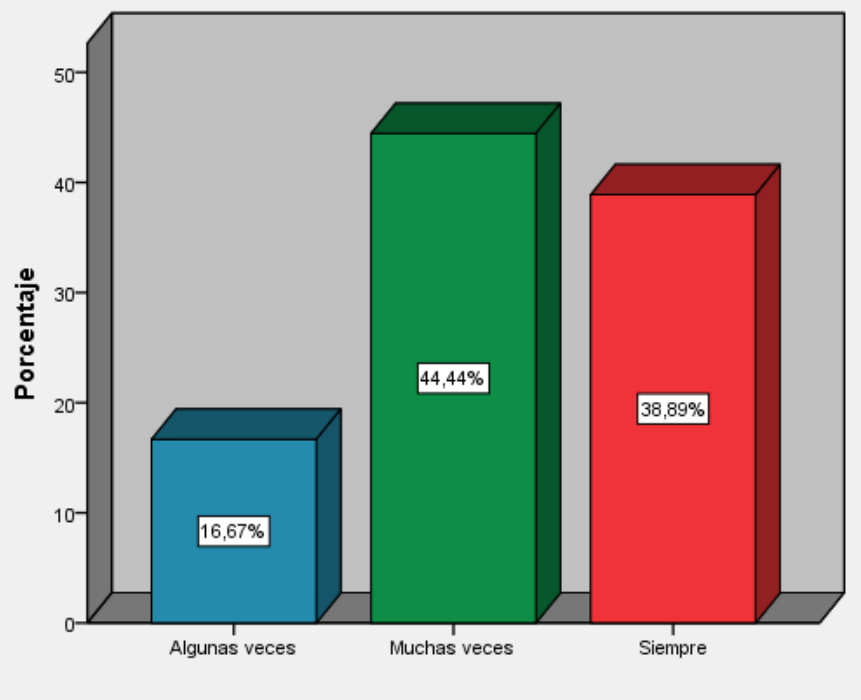


Figura 51. ¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 44,44% muchas veces cree que los proveedores son honestos y responsables, mientras que el 38,89% dijo que siempre lo son y solo el 16,67% dijo que algunas veces lo considera honesto y responsable. Se observa que los trabajadores muchas veces confían en el trabajo honrado y responsable que realizan los proveedores. Aunque, algunas veces han experimentado u observado irregularidades por parte de los proveedores. Por ejemplo, los proveedores llegan tarde.

Tabla 51. ¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	8	44,4	44,4	44,4
Muchas veces	10	55,6	55,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

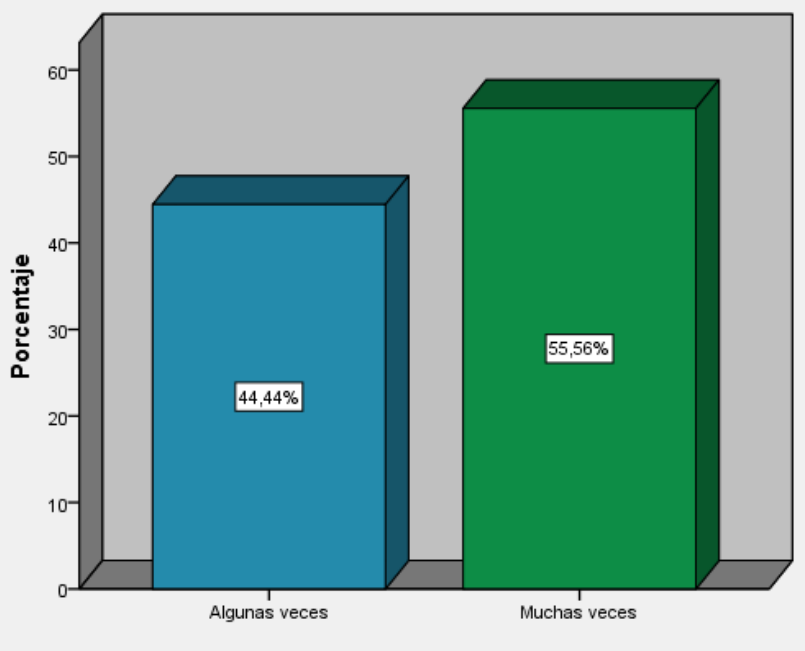


Figura 52. ¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?

Elaboración propia

Interpretación

Se observa en la figura el 55,56% muchas veces cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere, mientras que el 44,44% dijo que solo algunas veces.

De acuerdo a la figura los trabajadores creen que muchas veces los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización, aunque algunas veces han tenido inconvenientes anteriormente con la entrega de productos que la empresa requería. Por ejemplo, no tienen productos o insumos en stock.

Tabla 52. ¿Cree Ud. que, la empresa, como cliente es importante para los proveedores?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	10	55,6	55,6	55,6
Muchas veces	7	38,9	38,9	94,4
Siempre	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

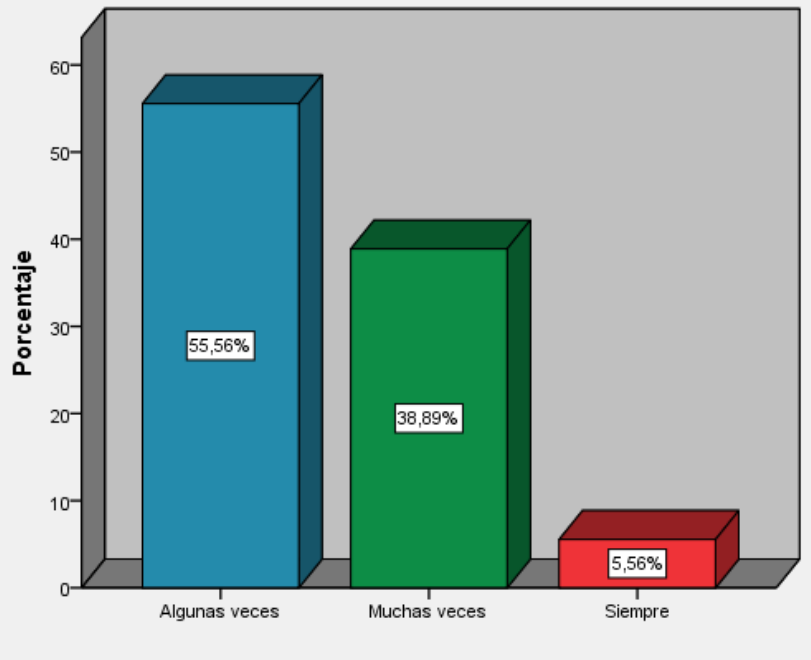


Figura 53. ¿Cree Ud. que, la empresa, como cliente es importante para los proveedores?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 55,56% considera que algunas veces la empresa, como cliente es importante para los proveedores, mientras que el 38,89% dijo que muchas veces y solo 5,56% dijo que siempre. De acuerdo a la figura, la mayoría de los trabajadores creen que, algunas veces, la empresa es importante para sus proveedores. Por ejemplo, cuando tienen una emergencia con un requerimiento o pedido, el pedido no llega, al menos, no llega en el momento indicado.

Tabla 53. ¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	8	44,4	44,4	44,4
Muchas veces	6	33,3	33,3	77,8
Siempre	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

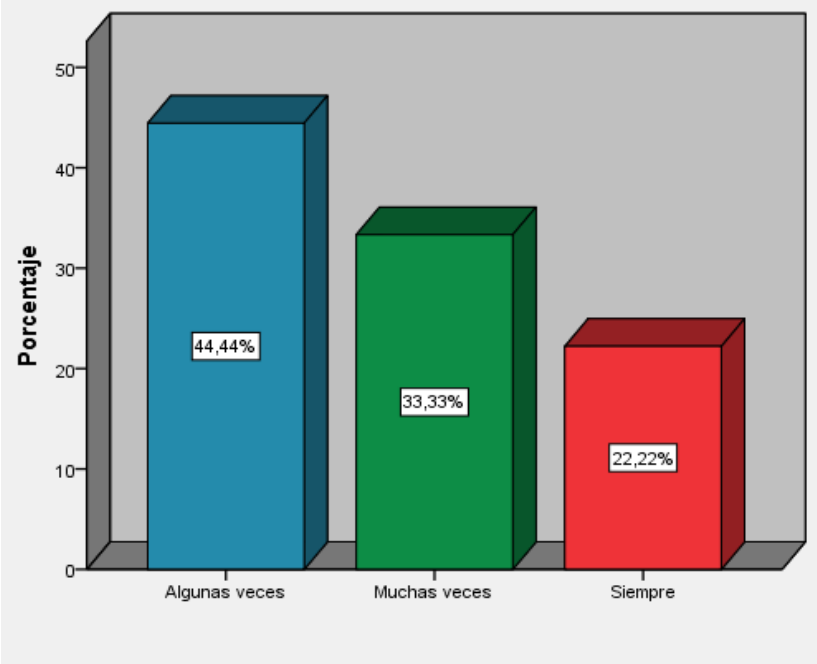


Figura 54. ¿Cree que los

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 44,44% de los encuestados algunas veces cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas, mientras que el 33,33% dijo que muchas veces y solo el 22,22% dijo que siempre.

Se observa que la mayoría de trabajadores consideran que sus proveedores son empresas formalmente constituidas solo algunas veces. Lo que genera que, los proveedores incumplan con los requerimientos del restaurante. Además, la materia prima obtenida de las empresas informales no está en buenas condiciones y, definitivamente ese factor no ayuda a llevar un control adecuado de los costos. Aunque, un menor porcentaje indica que muchas veces son empresas formalmente constituidas.

Tabla 54. Al momento de realizar las cotizaciones ¿Cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	1	5,6	5,6	5,6
Muchas veces	9	50,0	50,0	55,6
Siempre	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

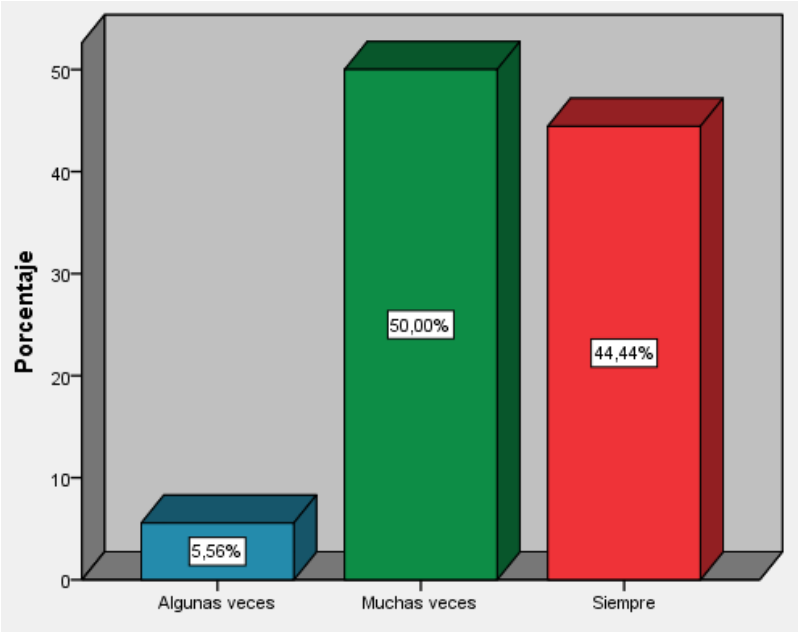


Figura 55. Al momento de realizar las cotizaciones ¿Cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 50,00% al momento de realizar las cotizaciones, muchas veces cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio, mientras que el 44,44% dijo que siempre y solo 5,56% dijo algunas veces.

Podemos decir que los trabajadores creen que muchas veces o siempre toman en cuenta la relación de precio y calidad de los productos antes de seleccionar a sus proveedores. A esto se debe el hecho de preparar los productos de la empresa con insumos de calidad y a un buen precio. Aunque algunas veces no sea el caso.

Tabla 55. Al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	11	61,1	61,1	61,1
Muchas veces	7	38,9	38,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

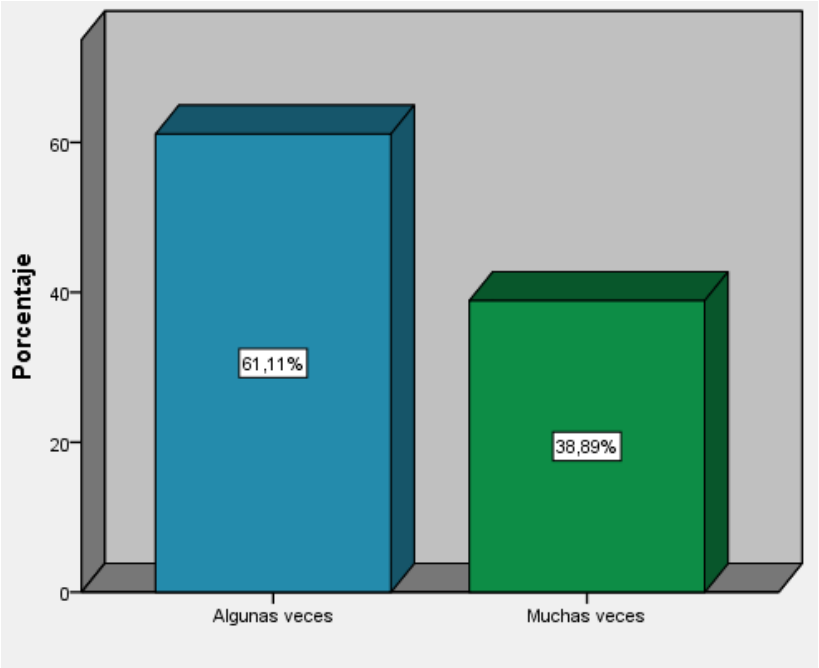


Figura 56. ¿Al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se aprecia que el 61,11% dijo que algunas veces al momento de realizar las cotizaciones se toma en cuenta la forma y plazo de pago, mientras que el 38,89% muchas veces toma en cuenta esta forma de pago.

Podemos observar que la mayoría de los trabajadores solo algunas veces creen que se toma en cuenta la forma y plazo de pago. Lo que quiere decir que han observado que en algunas oportunidades se ha realizado la cancelación inmediata a un determinado proveedor, pero luego ya no hay dinero para comprar productos que ingresan a diario, por ejemplo. Aunque, un porcentaje menor indica que muchas veces toman en cuenta el plazo y forma de pago.

Tabla 56 ¿Cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	6	33,3	33,3	33,3
Muchas veces	10	55,6	55,6	88,9
Siempre	2	11,1	11,1	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

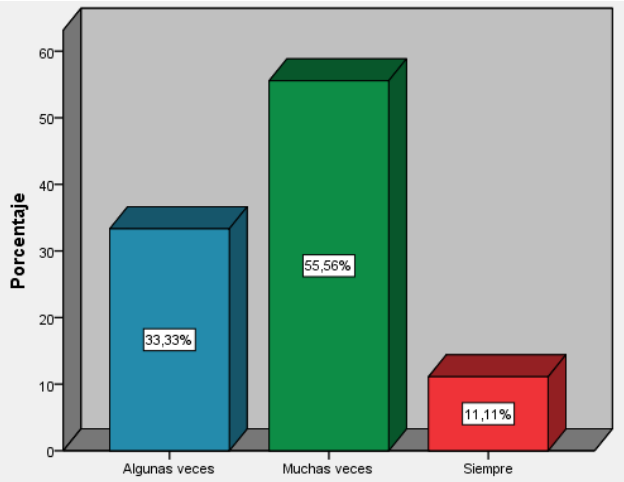


Figura 57. ¿Cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?

Elaboración propia

Interpretación De acuerdo a la figura el 55,56% muchas veces cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía, mientras que el 33,33% dijo que algunas veces y solo el 11,11% dijo que siempre analiza estos datos.

Se puede observar en la figura que los trabajadores muchas veces o siempre creen que se hace un análisis de los datos estadísticos de precios anteriores para realizar el pedido de mercancía. Por lo que, se hace pedidos con conocimiento de precios previos de un determinado producto. Así mismo, se puede observar que muchas veces o siempre creen que se analiza las estadísticas de consumo para que se realice el pedido de mercancía lo que permite que hagan pedidos exactos. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces se analizan estos factores. Esto porque han observado que hay productos de más en el almacén o que, algunas veces, faltan insumos para preparar en producto.

Tabla 57. ¿Cree que se toma en cuenta la capacidad del almacén para el pedido de mercancía?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	13	72,2	72,2	72,2
Muchas veces	5	27,8	27,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

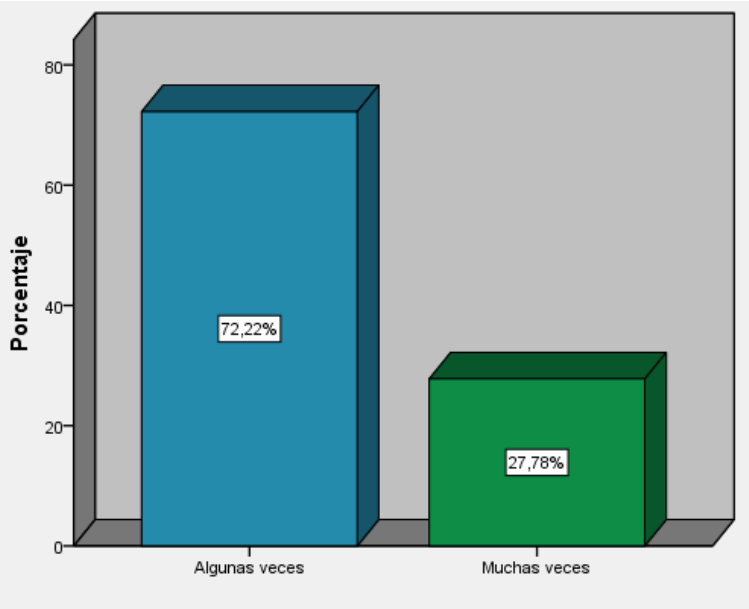


Figura 58. ¿Cree que se toma en cuenta la capacidad del almacén para el pedido de mercancía?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior se observa que el 72,22% algunas veces cree que se toma en cuenta la capacidad del almacén para el pedido de mercancía, mientras que el 27,78% dijo que muchas veces se toma en cuenta esta capacidad.

De esta figura se puede deducir que los trabajadores creen que solo algunas veces se toma en cuenta la capacidad de almacenamiento del almacén de la empresa, lo que ocasiona que hayan pedidos de más de algunos productos y, debido a que no hay espacio suficiente en el almacén, optan por almacenarlo en otro lugar poco adecuado, lo que incluso ocasiona la pérdida total del producto. Aunque un porcentaje menor indica que muchas veces se considera este factor.

Tabla 58. ¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	16,7	16,7	16,7
Pocas veces	7	38,9	38,9	55,6
Algunas veces	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

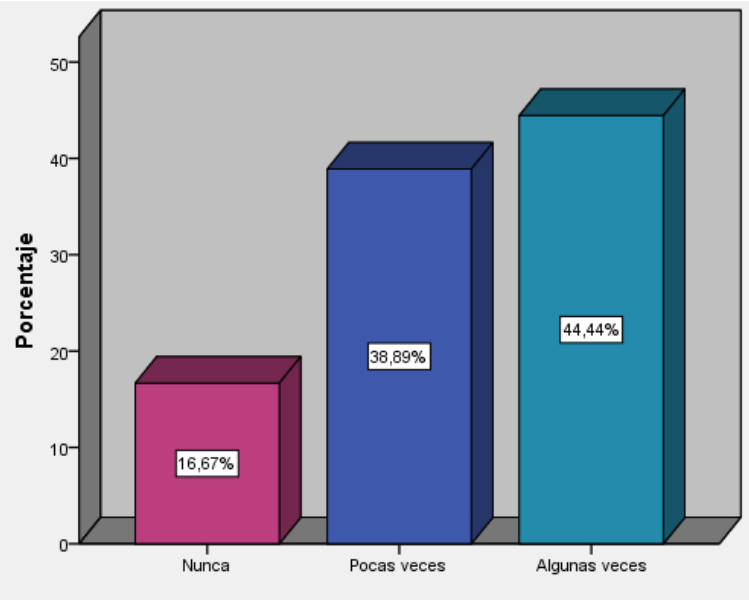


Figura 59. ¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 44,44% dijo que algunas veces cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado, mientras el 38,89% dijo que pocas veces y solo el 16,67% dijo que nunca. Se aprecia en la figura que los trabajadores creen que solo algunas veces o pocas veces se emiten las órdenes de compra en el momento indicado. Esto ocasiona que los productos no lleguen en el momento que se requiere. Aunque, también se debe a que la empresa no presta suficiente atención a la emisión de las órdenes de compra o considera que carece de importancia. Un menor porcentaje indica que algunas veces lo hacen. Esto solo en productos específicos.

Tabla 59. ¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	13	72,2	72,2	72,2
Pocas veces	5	27,8	27,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

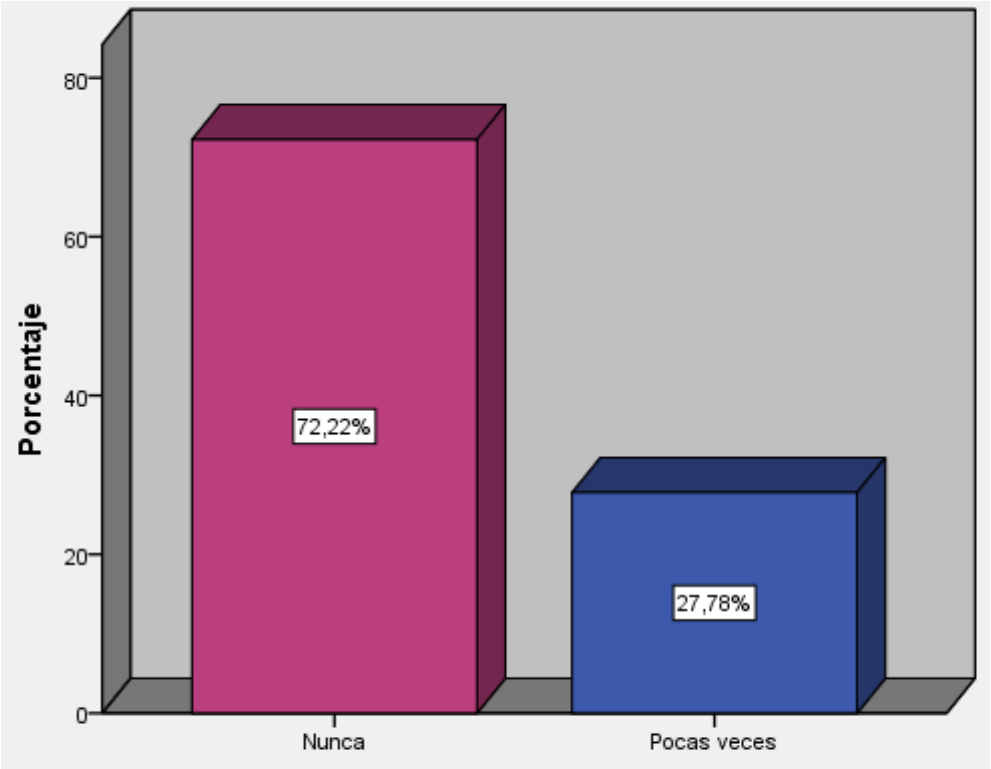


Figura 60. ¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 72,22% nunca cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas, mientras el 27,78% dijo que pocas veces lo están.

Se aprecia en la figura que los trabajadores creen que nunca o pocas veces se emiten órdenes de compra valorizadas. Se debe a que se tiene suficiente conocimiento sobre la importancia de esta herramienta, además esto ocasiona inconvenientes con el proveedor.

Tabla 60. ¿Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	2	11,1	11,1	11,1
Muchas veces	9	50,0	50,0	61,1
Siempre	7	38,9	38,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

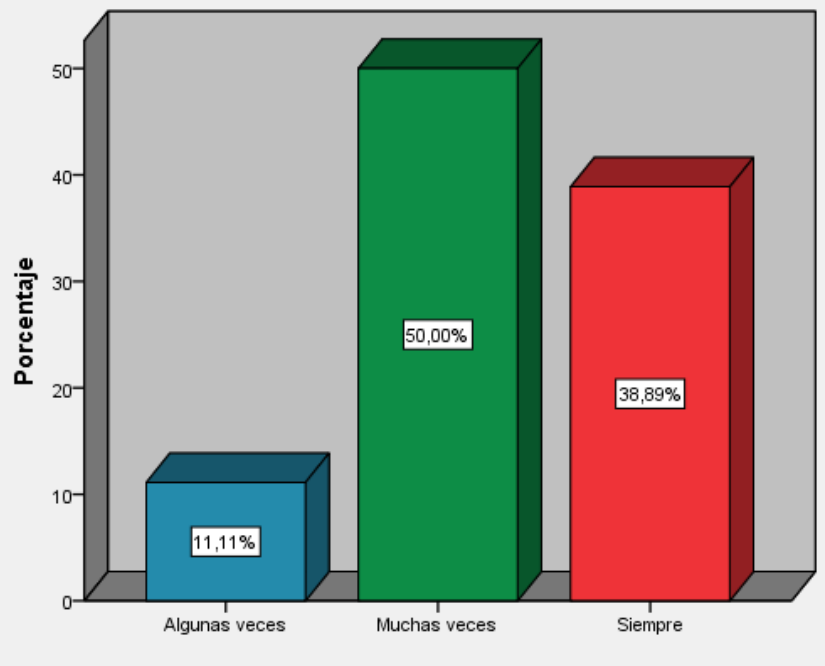


Figura 61. ¿Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50,00% muchas veces cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado, mientras el 38,89% dijo que siempre y solo el 11,11% dijo que algunas veces.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre, los productos, son entregados en el día acordado. Se debe a que los proveedores tienen un nivel de compromiso con la empresa. Aunque, algunas veces se presentan inconvenientes en la entrega del producto.

Tabla 61. ¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?

	F	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	5	27,8	27,8	27,8
Muchas veces	12	66,7	66,7	94,4
Siempre	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

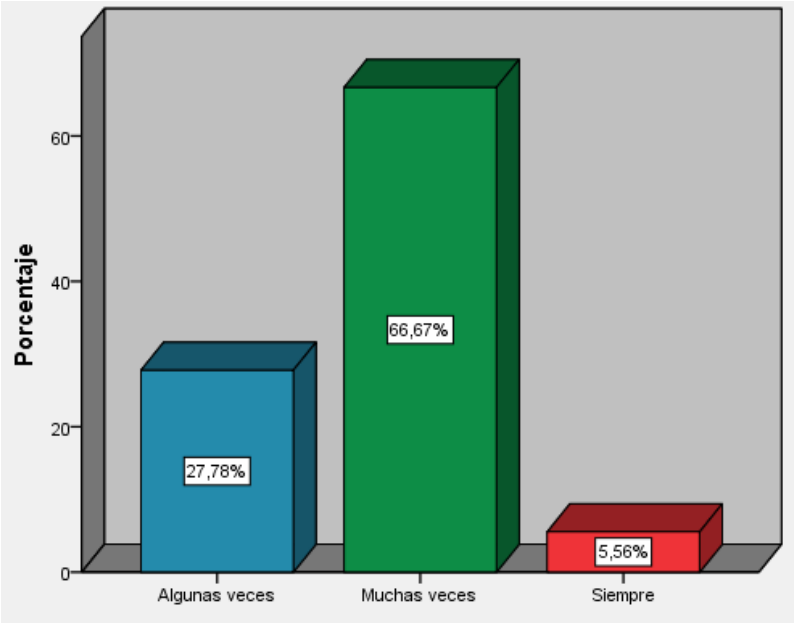


Figura 62. ¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 66,67% muchas veces cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos, mientras el 27,78% dijo que algunas veces y solo el 5,56% dijo que siempre.

Se observa en la figura que los trabajadores creen que muchas veces o siempre se realiza seguimiento a los productos o servicios requeridos. Por lo que las entregas son en el momento indicado. Aunque, un porcentaje indica que solo algunas veces se realiza el seguimiento, se debe a que se han presentado inconvenientes con los productos.

Tabla 62. ¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	3	16,7	16,7	16,7
Algunas veces	10	55,6	55,6	72,2
Muchas veces	5	27,8	27,8	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

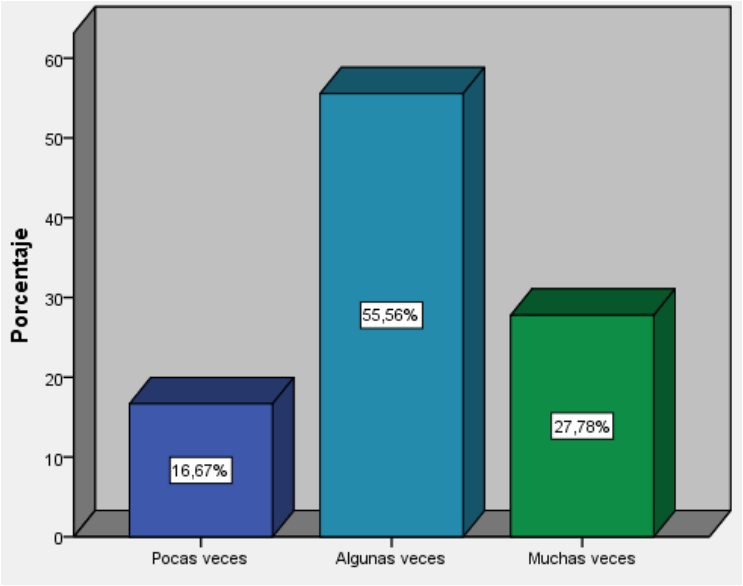


Figura 63. ¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% algunas veces cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos (Con las facturas u otros comprobantes), mientras el 27,78% dijo que muchas veces y solo el 16,67% dijo que pocas veces se realiza esta comprobación. En esta figura podemos decir que los trabajadores creen que solo algunas veces o pocas veces se realiza la comprobación y aceptación de productos adquiridos. Esto ocasiona que no haya un control adecuado del ingreso de productos, tampoco existe control adecuado de los precios. Aunque otro porcentaje indica que muchas veces se realiza, pero con productos específicos solamente.

Tabla 63. ¿Cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	14	77,8	77,8	77,8
Siempre	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

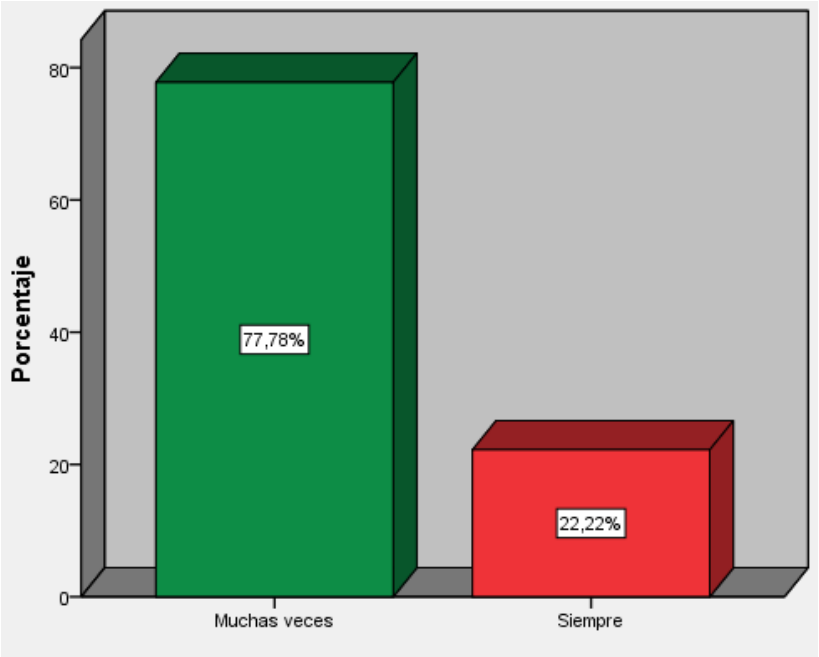


Figura 64. ¿Cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 77,78% muchas veces cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos y necesidades de la empresa, mientras que el 22,22% dijo que siempre se cumplen.

Podemos observar en la figura que, los productos, muchas veces o siempre cumplen con los requerimientos de la empresa. Esto permite que, con materia prima de calidad, también se produzcan productos de calidad.

Tabla 64. ¿Cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	6	33,3	33,3	33,3
Muchas veces	12	66,7	66,7	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

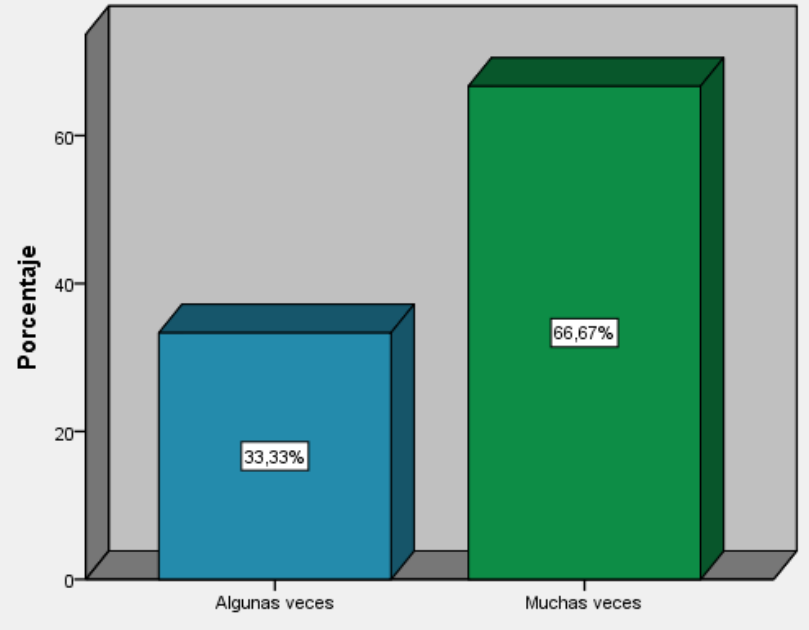


Figura 65. ¿Cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior se aprecia que el 66,67% muchas veces cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa, mientras que el 33,33% dijo que algunas veces es adecuada.

De la figura se puede decir que, muchas veces se realiza una recepción adecuada de los productos. Es decir, que se reciben productos con los pesos y medidas correctas, productos en buen estado y no hay faltantes. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces se recepciona adecuadamente los productos lo que quiere decir que hay irregularidades en puntos ciertos puntos.

Tabla 65. ¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	3	16,7	16,7	16,7
Algunas veces	14	77,8	77,8	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

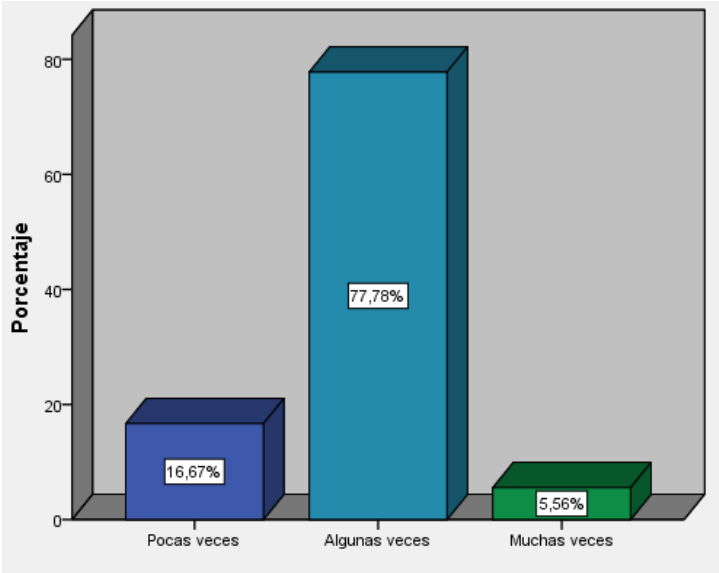


Figura 66. ¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la figura anterior el 77,78% algunas veces cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción, mientras que el 16,67% pocas veces lo coordina y solo el 5,56% muchas veces lo coordina.

Podemos deducir de la figura que solo algunas o pocas veces existe coordinación entre las funciones de aprovisionamiento y producción. La coordinación entre el área de aprovisionamiento y producción del restaurante no es buena, debido a que existe desorden y falta de control de los productos del almacén. Aunque, un porcentaje mínimo indica que muchas veces si existe tal coordinación.

Tabla 66. ¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	10	55,6	55,6	55,6
Algunas veces	7	38,9	38,9	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

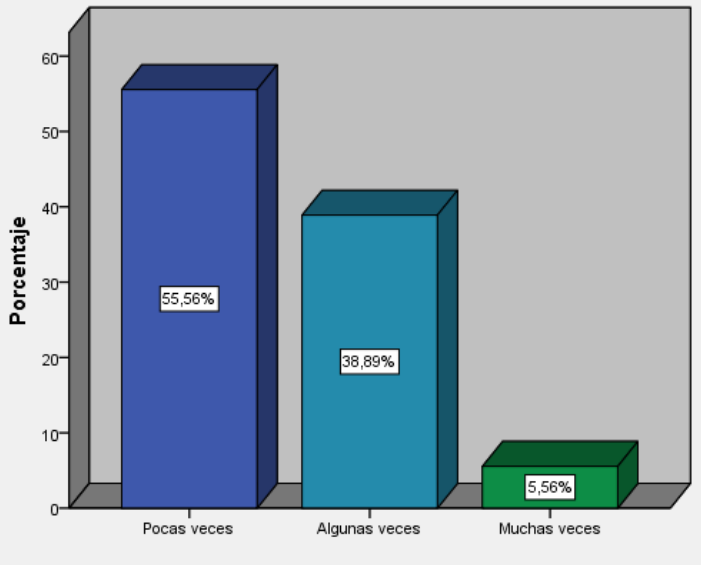


Figura 67. ¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% pocas veces cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente, mientras que el 38,89% dijo que algunas veces, y solo el 5,56% dijo que muchas veces.

Podemos observar en la figura que solo algunas o pocas, la distribución del almacén, ayuda a una correcta utilización del espacio y a minimizar posibles accidentes. Lo que ocasiona que algunos productos se dañen debido a la mala distribución. Así mismo, un colaborador sufrió un accidente leve en el almacén. Aunque, un porcentaje mínimo indica que muchas veces si hay una adecuada distribución del almacén.

Tabla 67. Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros).

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	1	5,6	5,6	5,6
Pocas veces	3	16,7	16,7	22,2
Algunas veces	13	72,2	72,2	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

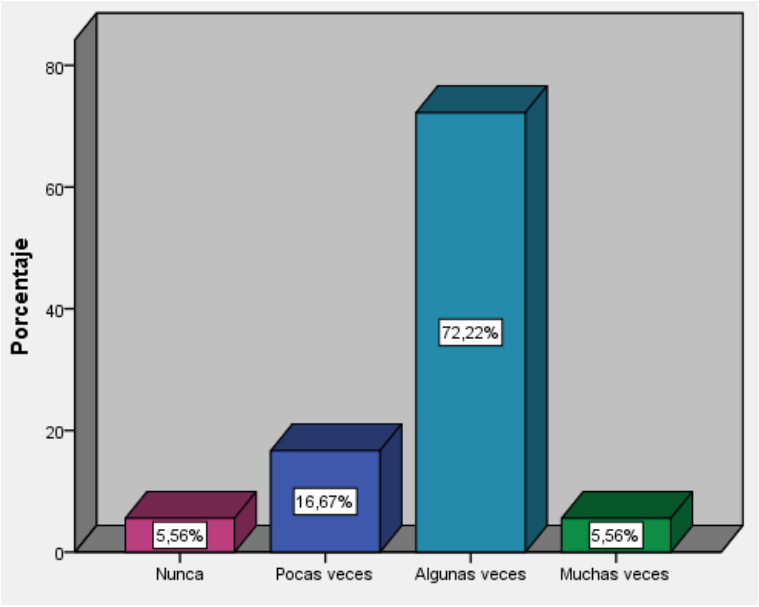


Figura 68. Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 72,22% dijo que algunas veces cree que al momento de distribuir los productos al área de producción se utiliza las reglas de flujo de salida (PEPS, UEPS u Otros) mientras que el 16,67% lo utiliza pocas veces, el 5,56% lo hace muchas veces y solo el 5.56% nunca lo utiliza. En la figura se puede decir que solo algunas o pocas veces e incluso nunca se utiliza las reglas de flujo de salida. Esto se debe a que no hay suficiente conocimiento sobre este aspecto y, tampoco se le da la importancia necesaria.

Tabla 68. ¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	9	50,0	50,0	50,0
Siempre	9	50,0	50,0	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

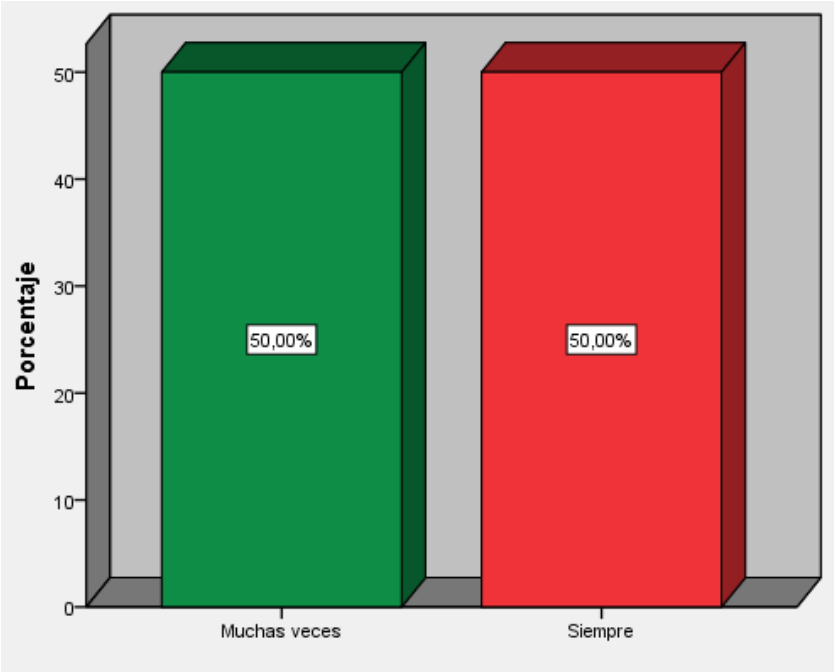


Figura 69. ¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50,00% de los encuestados muchas veces cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado y responsable, mientras que el otro 50,00% dijo que siempre.

Se observa en la figura que los jefes de área muchas veces o siempre confían en el trabajo del almacenista. Por lo general, cumple horadamente con funciones específicas.

Tabla 69. ¿Los productos del almacén están correctamente organizados?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	8	44,4	44,4	44,4
Muchas veces	10	55,6	55,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

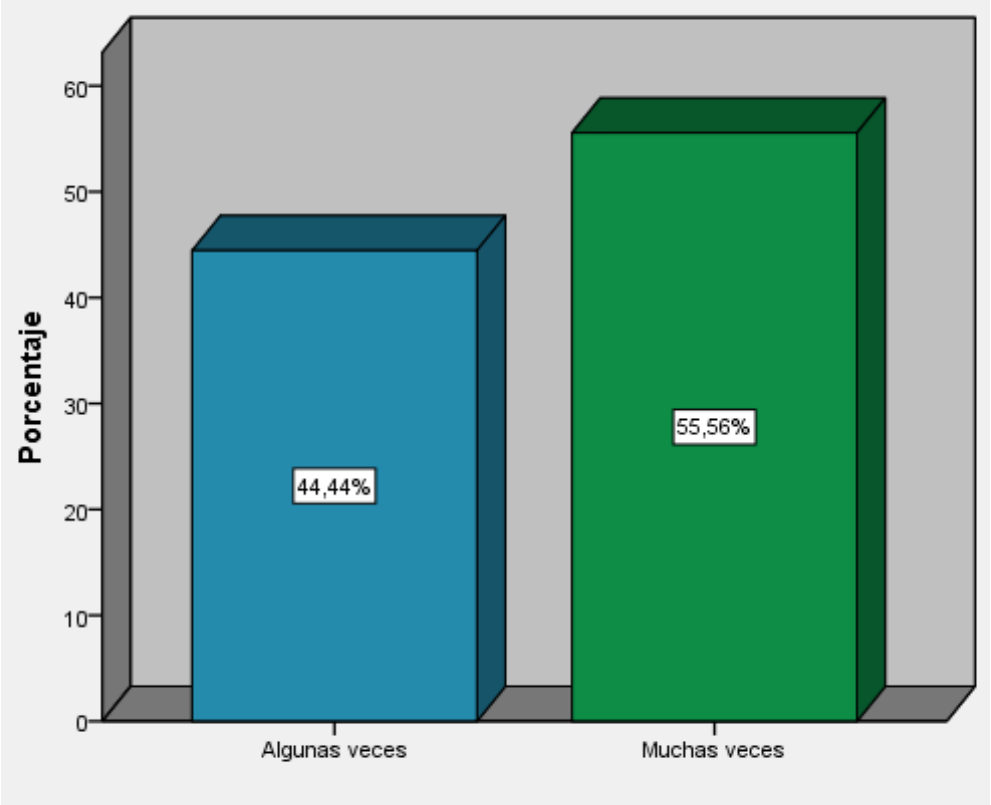


Figura 70. ¿Los productos del almacén están correctamente organizados?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% de los encuestados muchas veces considera que los productos del almacén están correctamente organizados, mientras que el 44,44% dijo que algunas veces lo está.

De la figura se observa que, el almacén, muchas veces esta correctamente organizado. Por lo que es fácil localizar los productos y saber cuánto se tiene. Aunque, algunas veces no están correctamente organizados, ya que, los productos no están en lugares que deberían estar e incluso existe contaminación de productos.

Tabla 70. ¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	10	55,6	55,6	55,6
Siempre	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

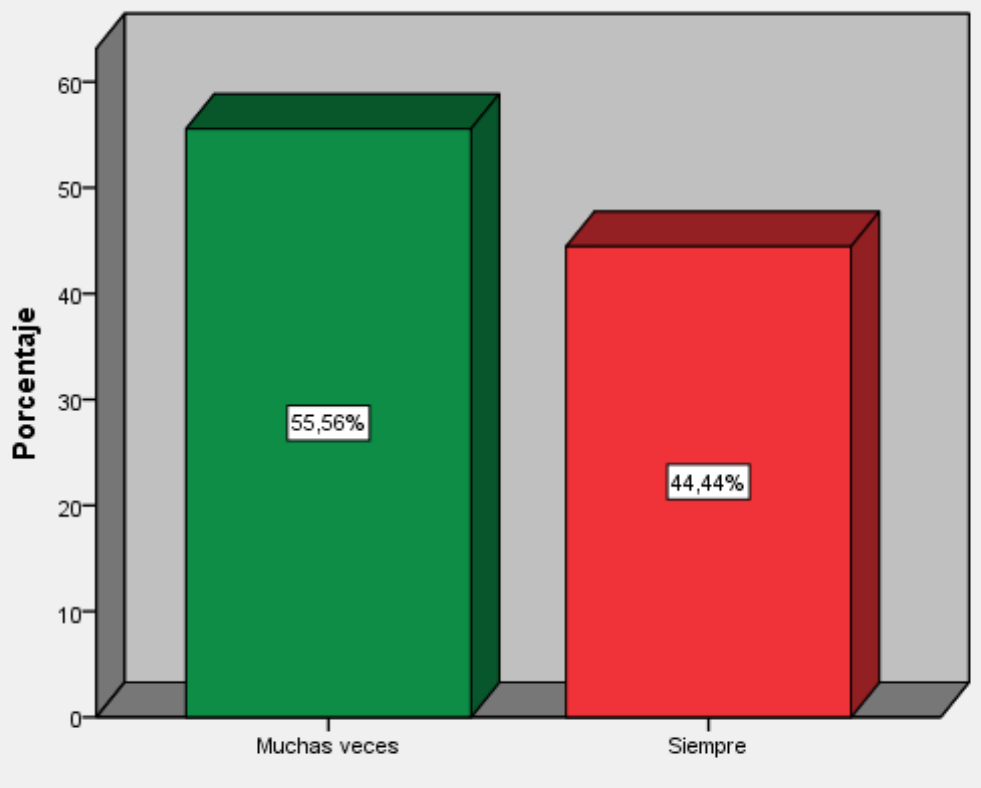


Figura 71**.** ¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% considera muchas veces que se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén, mientras que el 44,44% siempre considera su utilización.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre, la empresa, cuenta con suficientes anaqueles como para organizar de manera adecuada el almacén.

Tabla 71. ¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	1	5,6	5,6	5,6
Algunas veces	13	72,2	72,2	77,8
Muchas veces	4	22,2	22,2	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

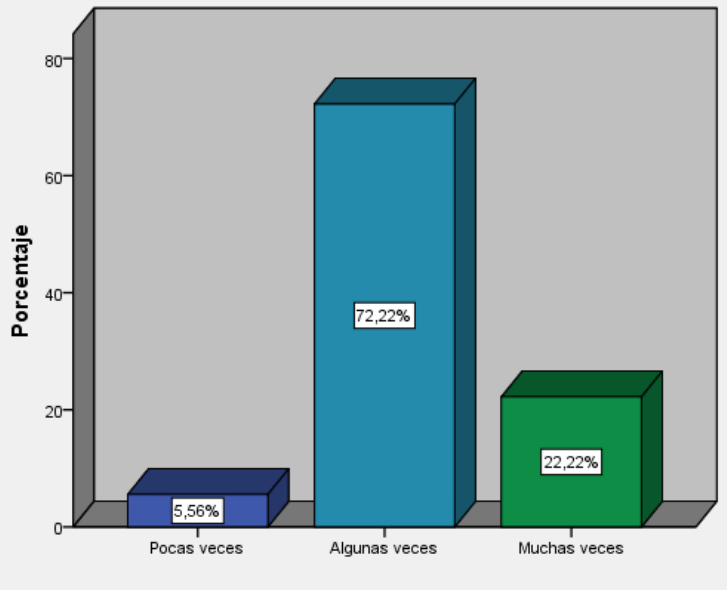


Figura 72. ¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 72,22% algunas veces se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración, mientras que el 22,22% muchas veces lo hace y solo el 5,56% lo hace pocas veces.

De acuerdo a la figura alguna o pocas veces se identifican las áreas más frescas y ventiladas del almacén. Esto ocasiona que los productos que necesitan ser almacenados en áreas frescas se malogren. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces se identifica las áreas frescas y ventiladas, esto solo para productos específicos.

Tabla 72. ¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	11	61,1	61,1	61,1
Siempre	7	38,9	38,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

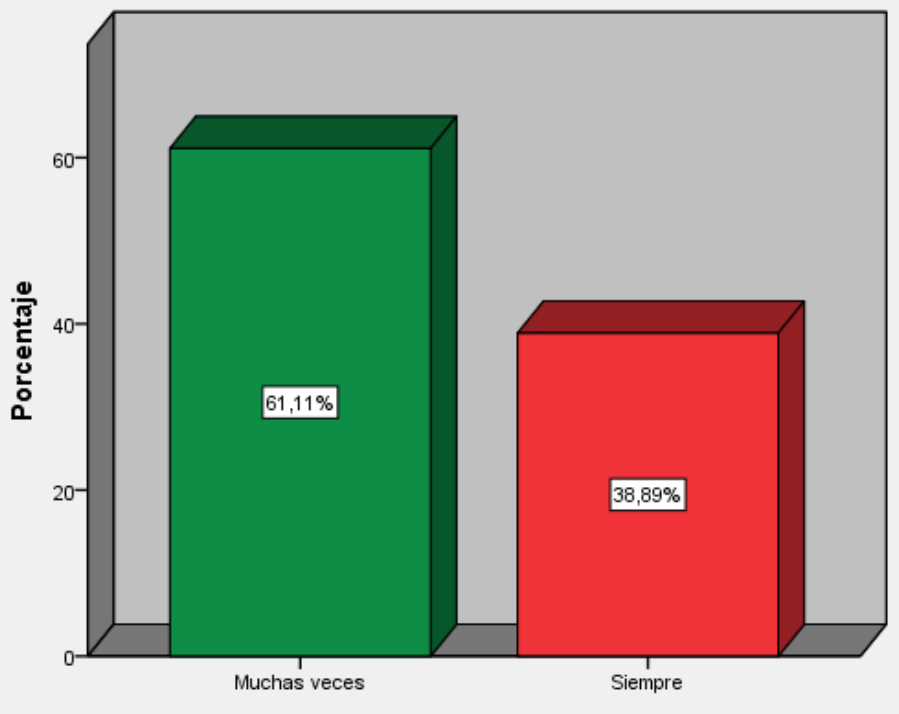


Figura 73. ¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 61,11% de los encuestados considera que muchas veces se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados, mientras que el 38,89% siempre considera su utilización.

De la figura se puede observar que muchas veces o siempre se utiliza las cámaras frigoríficas de esa manera se mantiene en buen estado los productos.

Tabla 73. ¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	9	50,0	50,0	50,0
Algunas veces	8	44,4	44,4	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

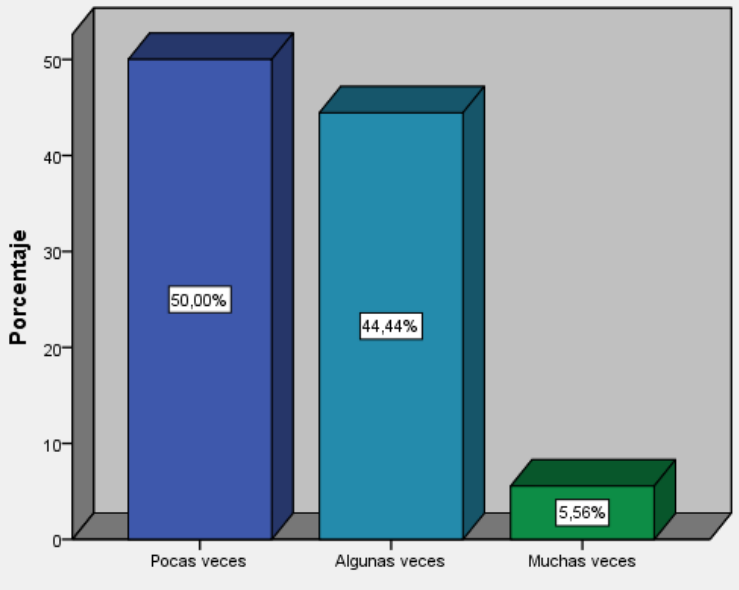


Figura 74. ¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50,00% de los encuestados considera que pocas veces se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad, mientras que el 44,44% dijo que algunas veces y solo el 5,56% dijo que muchas veces.

En la figura se puede observar que pocas o solo algunas veces se etiqueta de manera correcta los productos, se debe a que no existe un procedimiento adecuado para etiquetar correctamente los productos. Aunque, un porcentaje menor indica que muchas veces si se etiqueta los productos, pero solo en algunos productos.

Tabla 74. ¿Cree que la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	4	22,2	22,2	22,2
Muchas veces	13	72,2	72,2	94,4
Siempre	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

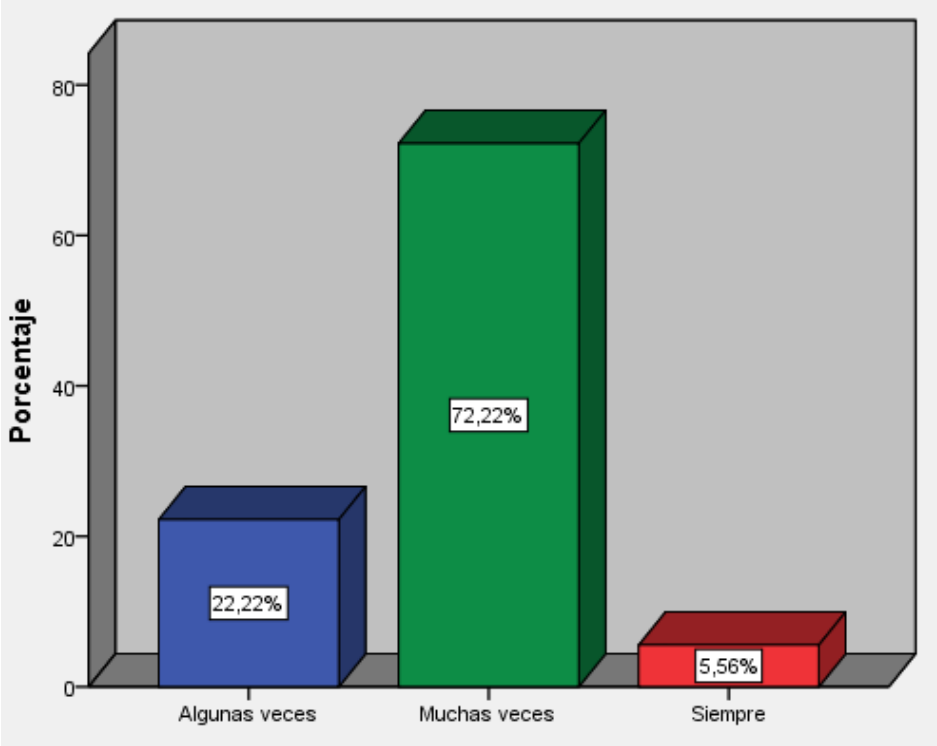


Figura 75. ¿Cree que la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 72,22% de los encuestados cree que muchas veces la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios, mientras que el 22,22% dijo que algunas veces y solo el 5,56% dijo que siempre.

Tabla 75. ¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	12	66,7	66,7	66,7
Muchas veces	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

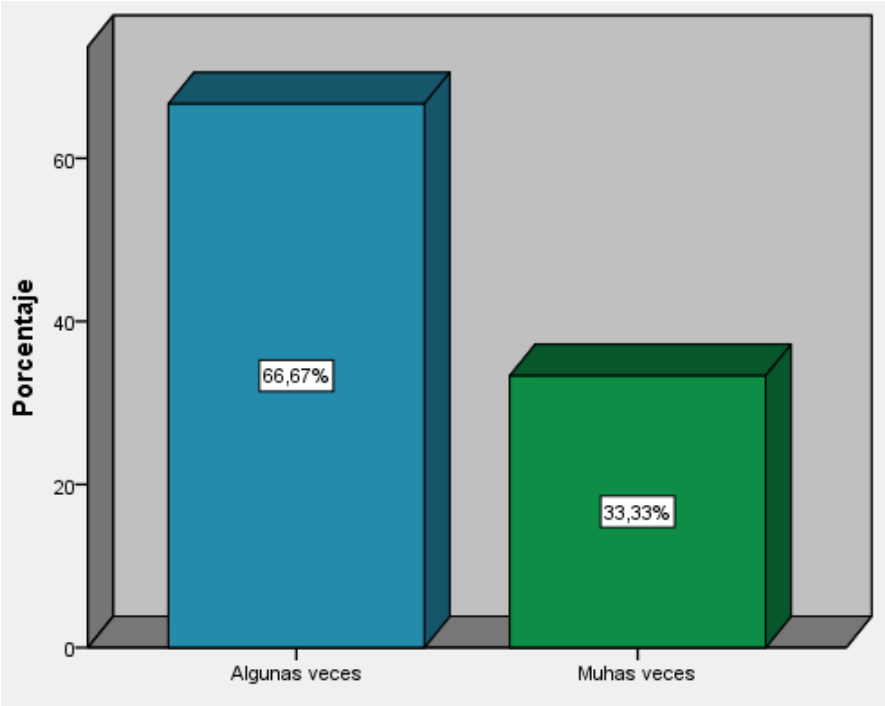


Figura 76. ¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 66,67% dijo que algunas veces cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa, mientras que el 33,33% dijo que muchas veces se hace esta verificación.

Se observa en la figura que pocas veces se verifica los saldos de inventario de los productos. Lo que ocasiona pérdidas para la empresa. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces se hace la verificación de inventario. De manera que, de acuerdo a ello, se tiene conocimiento de lo que se tiene y de lo que falta.

Tabla 76. ¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	3	16,7	16,7	16,7
Pocas veces	9	50,0	50,0	66,7
Algunas veces	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

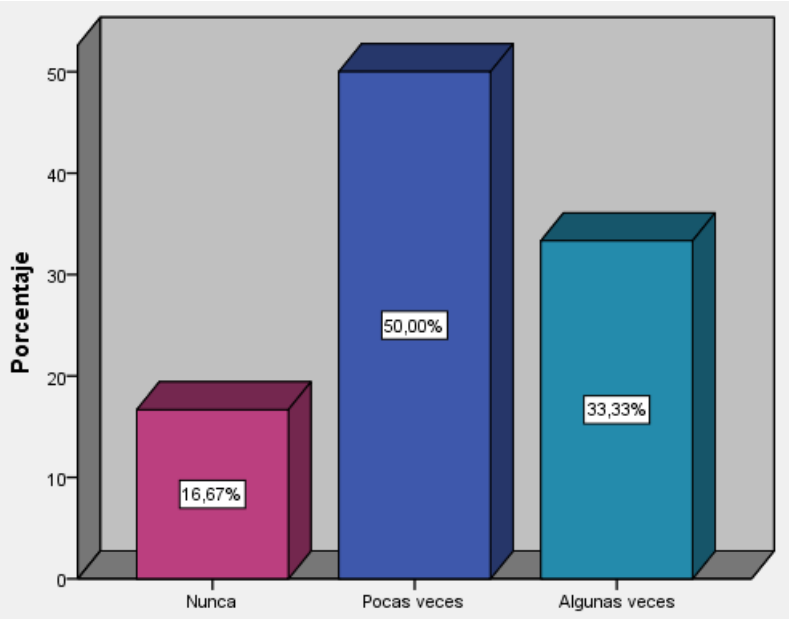


Figura 77. ¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén. Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50,00% considera que pocas veces se realiza el inventario del almacén de forma periódica, mientras que el 33,33% dijo que algunas veces y solo 16,67% dijo que nunca.

Se puede observar en la figura que pocas veces o nunca se realiza el recuento de inventario. Esto ocasiona que no haya un buen control del almacén. Aunque, otro porcentaje indica que algunas veces si se realiza dicha actividad. Sin embargo, solo lo hacen solo con productos específicos.

Tabla 77. ¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros).

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	17	94,4	94,4	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

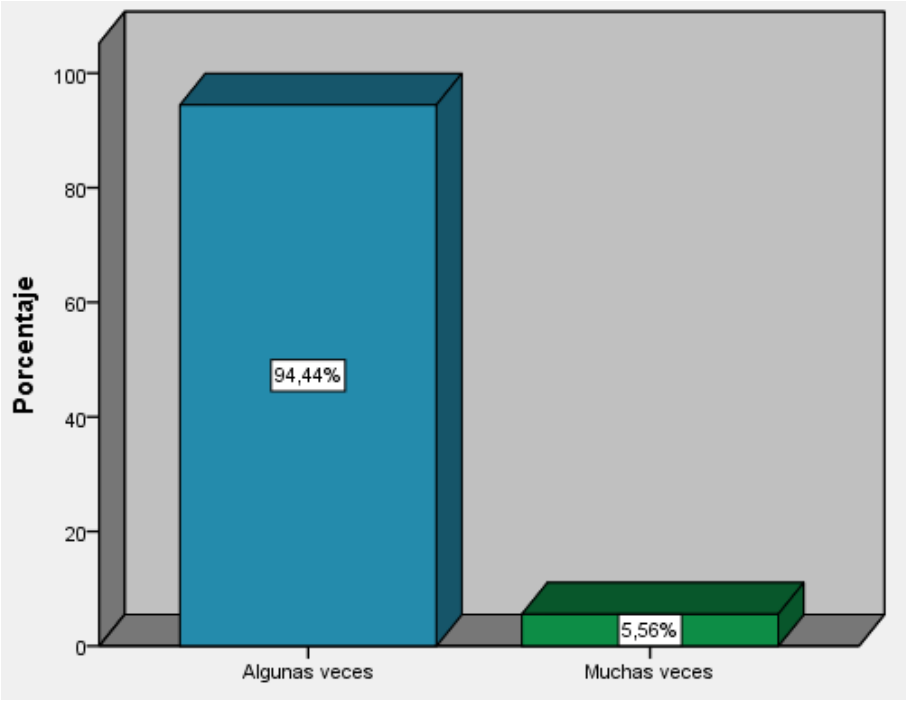


Figura 78. ¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros).

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 94,44% dijo que algunas veces cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario (Método histórico, cualitativo u otros), mientras que el 5,56% dijo que algunas veces se utiliza algún método.

En la figura se observa que solo algunas veces se utiliza métodos para pronosticar el inventario. No se tiene suficiente conocimiento sobre los diferentes métodos para realizar esta actividad. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se utiliza el método histórico. Es de mucha ayuda, a pesar de usarlo de manera empírica.

Tabla 78. ¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	17	94,4	94,4	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

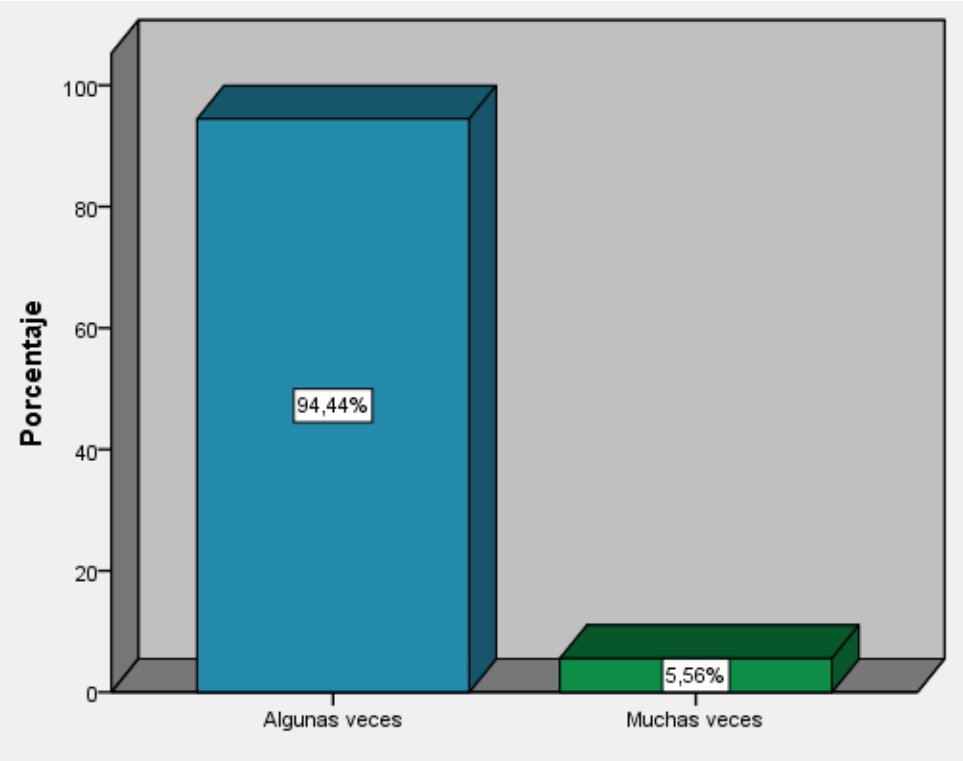


Figura 79. ¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 94,44% cree que algunas veces los inventarios ayudan a pronosticar las compras, mientras que el 5,56% dijo que muchas veces si ayudan a este pronóstico.

Se observa en la figura que solo algunas veces los inventarios ayudan a pronosticar la compra, debido a que no se maneja un control adecuado en el almacén. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces ayuda a pronosticar la compras, esto permite que no haya pedidos o compras de más ni menos.

Tabla 79. ¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	2	11,1	11,1	11,1
Muchas veces	8	44,4	44,4	55,6
Siempre	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

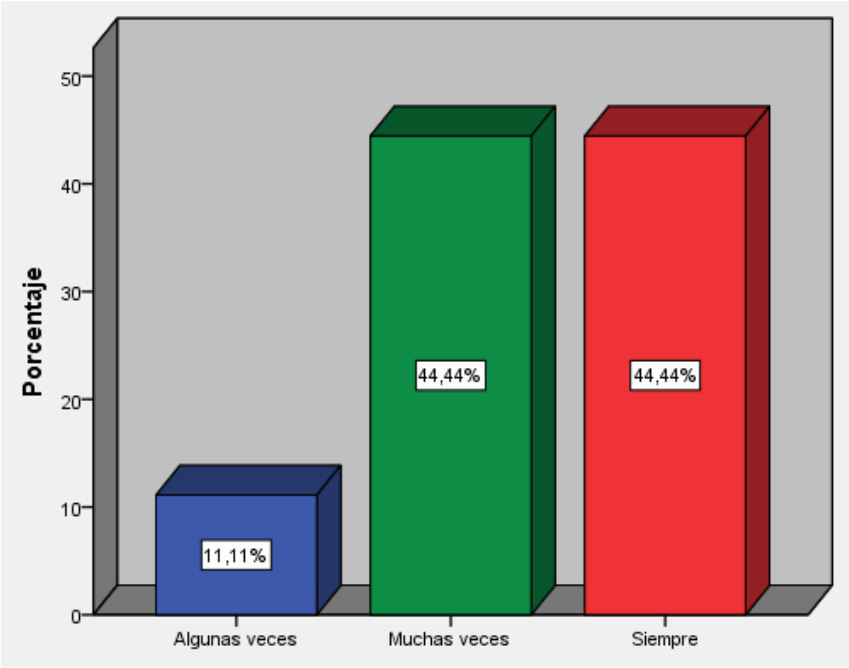


Figura 80**.** ¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?

Elaboración propia

Interpretación De acuerdo con el figura anterior se aprecia que el 44,44% siempre cree que la empresa permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda, mientras que el otro 44,44% dijo que muchas veces y solo el 11,11% dijo que algunas veces.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre se cuenta con stock suficiente. El almacén cuenta con variedad de productos. Aunque, otro porcentaje indica que solo algunas veces se cuenta con stock suficiente. Debido a que en ocasiones en pleno proceso de preparación del producto ha faltado insumos.

Tabla 80. ¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?

	f	%	% válido	% acumulado
Pocas veces	2	11,1	11,1	11,1
Algunas veces	15	83,3	83,3	94,4
Muchas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

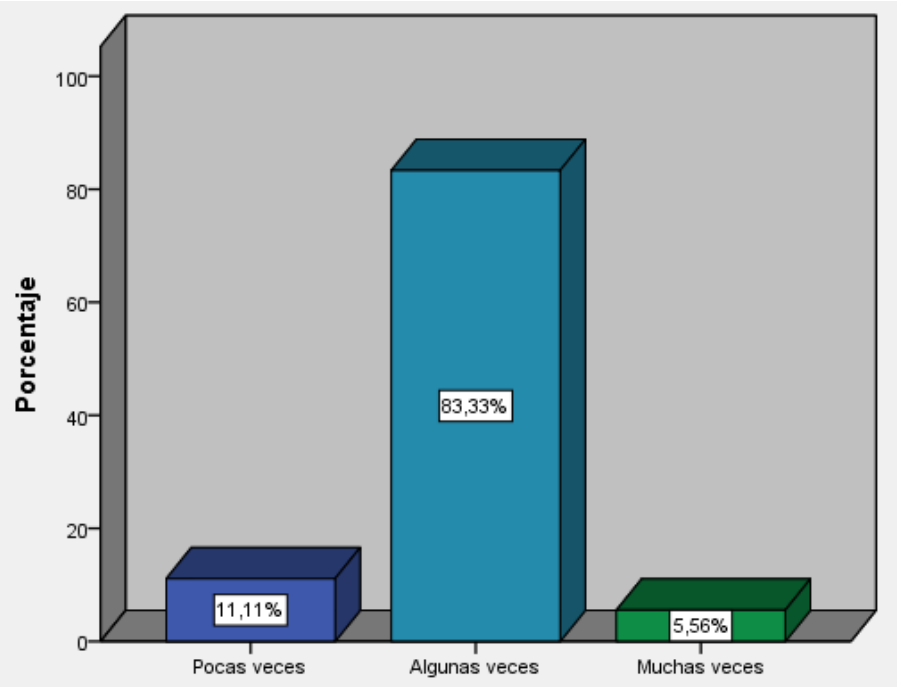


Figura 81. ¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior se aprecia que el 83,33% algunas veces considera que, la empresa reduce al mínimo posible los niveles de existencias, mientras que el 11,11% dijo que pocas veces y solo 5,56% dijo que muchas veces.

Se observa en la figura que, la empresa, solo algunas veces o pocas veces reduce el nivel de existencias. Es decir, muchas veces hay insumos, productos e incluso servicios extras que no se requieren en ese momento. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se reduce el nivel de existencia, pero solo en productos específicos.

Tabla 81. Cree que, para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	12	66,7	66,7	66,7
Muchas veces	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

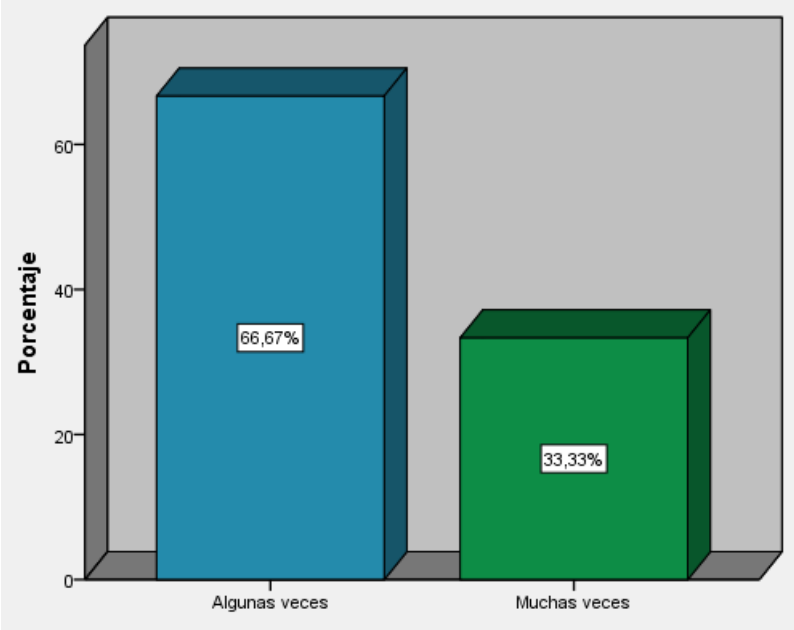


Figura 82. Cree que para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior se observa que el 66,67% algunas veces cree que para prever la disponibilidad de stock se utiliza el método de stock máximo y stock mínimo, mientras que el 33,33% considera que muchas veces se utiliza este método.

Se puede observar que solo algunas veces se utiliza el stock máximo o mínimo, debido a que no se tiene suficiente conocimiento acerca de la utilización de estos métodos. Aunque, otro porcentaje indica que muchas veces si se utiliza este método. Es importante utilizar este método para evitar el exceso de productos generando mermas o la falta de productos en algunos casos.

Tabla 82. ¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Nunca	9	50,0	50,0	50,0
Pocas veces	8	44,4	44,4	94,4
Algunas veces	1	5,6	5,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

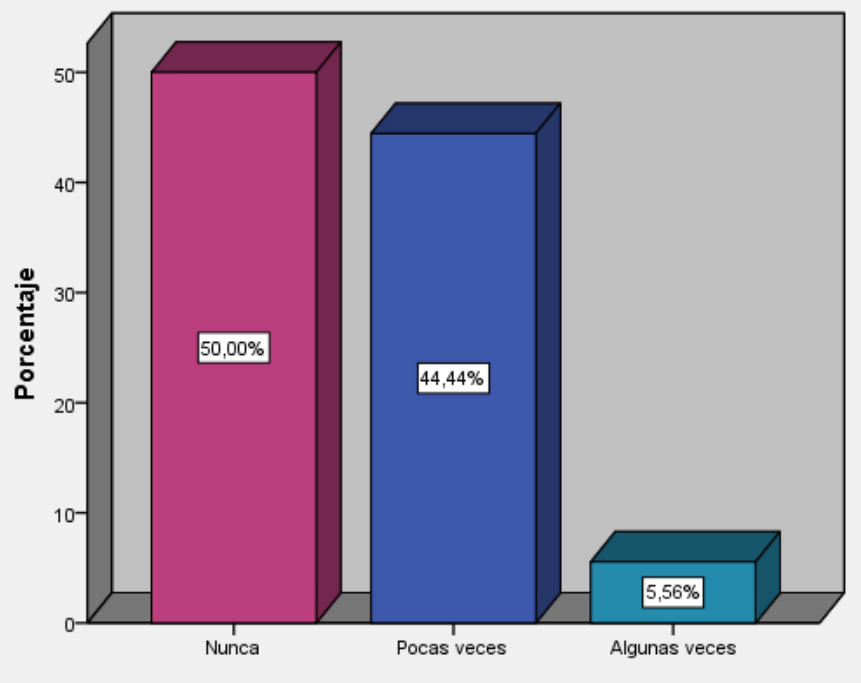


Figura 83. ¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50,00% nunca hace uso de la tarjeta del Kardex en la empresa, mientras que el 44,44% considera pocas veces se hace uso y solo el 5,56% algunas veces hace uso de él.

Se observa en la figura que pocas veces o nunca se utiliza el Kardex. A ello se debe que no haya un buen control de los productos del almacén. Así mismo, no existe conocimiento sobre la utilización de esta herramienta y no se le da la importancia necesaria. Aunque, otro porcentaje indica que algunas veces si se utiliza, pero no se hace de manera adecuada.

Tabla 83. ¿Cree que se entrega el producto al cliente en el momento y lugar indicado?

	f	%	% válido	% acumulado
Siempre	18	100,0	100,0	100,0

Elaboración propia

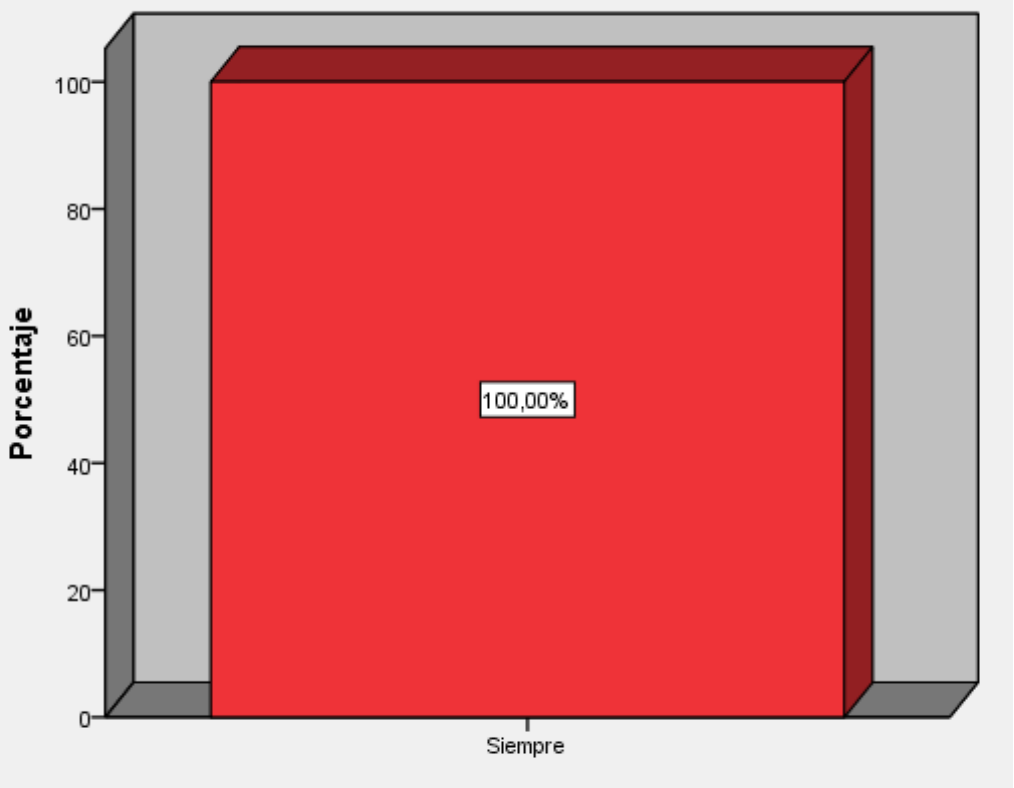


Figura 84. ¿Cree que se entrega el producto al cliente en el momento y lugar indicado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 100% de los encuestados cree que se entrega el producto al cliente en el momento y lugar indicado.

Se observa en la figura que siempre se entrega el producto en el momento y lugar indicado. Existe un tiempo determinado para preparar el producto, para luego ser entregado en ese tiempo estimado. La entrega se realiza en el restaurante.

Tabla 84. ¿Cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado?

	f	%	% válido	% acumulado
Algunas veces	3	16,7	16,7	16,7
Muchas veces	9	50,0	50,0	66,7
Siempre	6	33,3	33,3	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

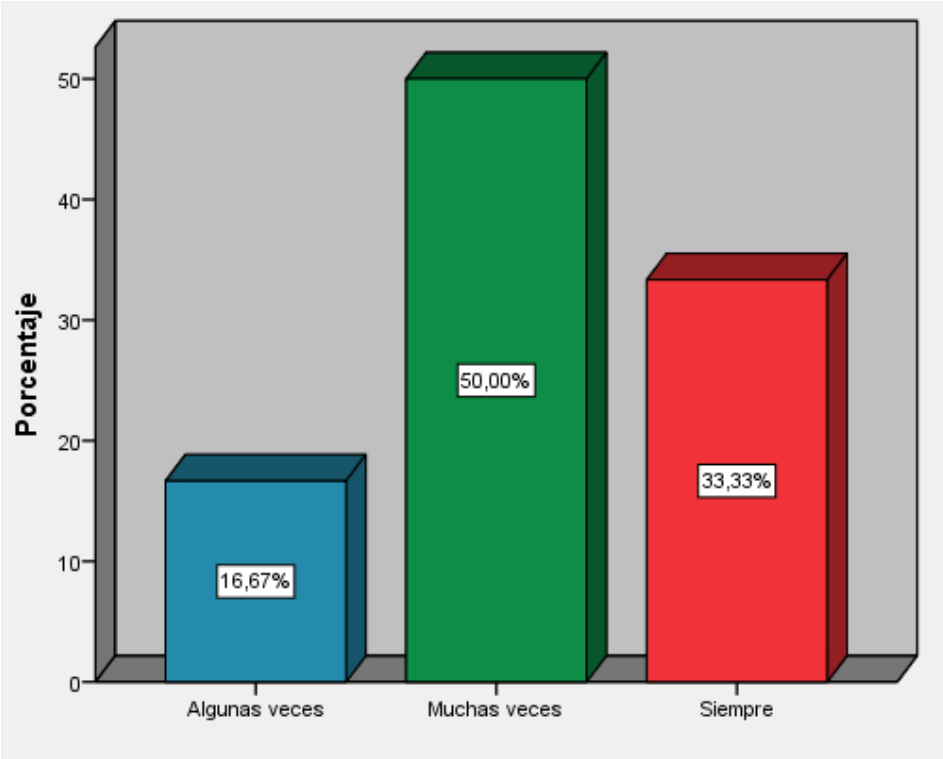


Figura 85**.** ¿Cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 50% de los encuestados muchas veces cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado, mientras que el 33,33% considera que siempre y solo 16,67% considera que solo algunas veces.

Se observa en la figura que muchas veces o siempre se entrega el producto a un costo adecuado. Aunque, algunas veces no es así, debido a que los precios de la carta muchas veces son muy elevados.

Tabla 85. ¿Cree que se entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	2	11,1	11,1	11,1
Siempre	16	88,9	88,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

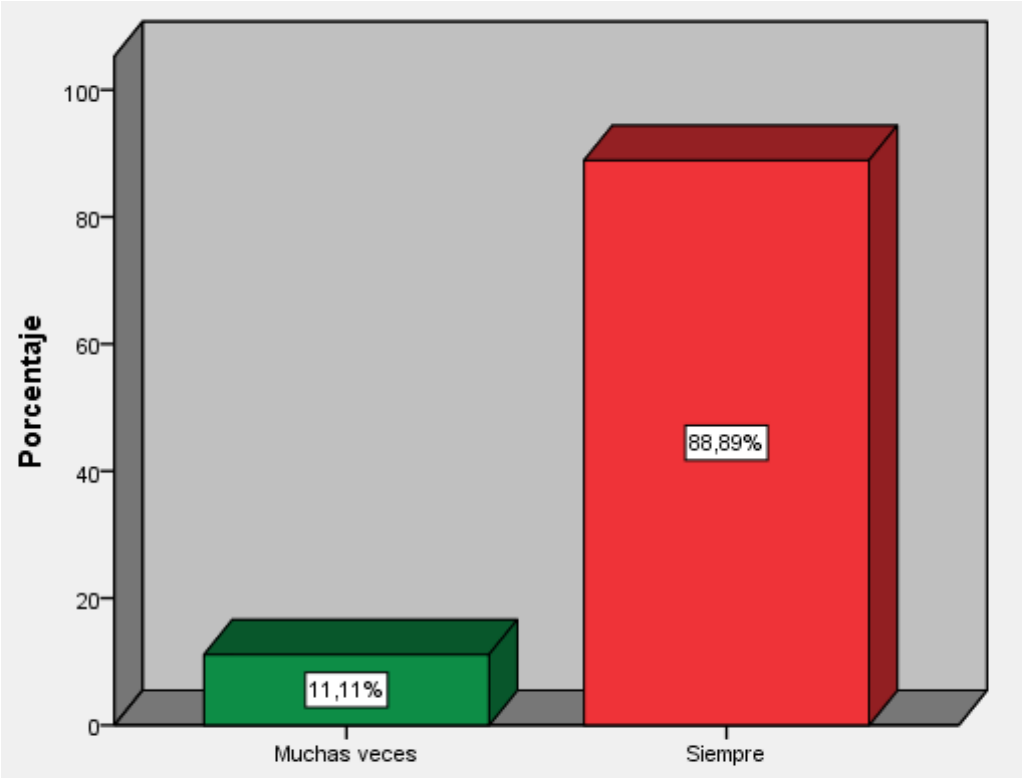


Figura 86**.** ¿Cree que se entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 88,89% de los encuestados considera que siempre se entrega el producto al cliente en óptimas condiciones, mientras que el 11,11% considera que muchas veces se hace entrega con óptimas condiciones.

Se observa en la figura que, el producto, siempre o muchas veces se entrega en buenas condiciones, por lo que, se presta especial interés en la entrega del producto.

Tabla 86. ¿Cree que se brinda productos de calidad a los clientes?

	f	**%**	**% válido**	**% acumulado**
Muchas veces	2	11,1	11,1	11,1
Siempre	16	88,9	88,9	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

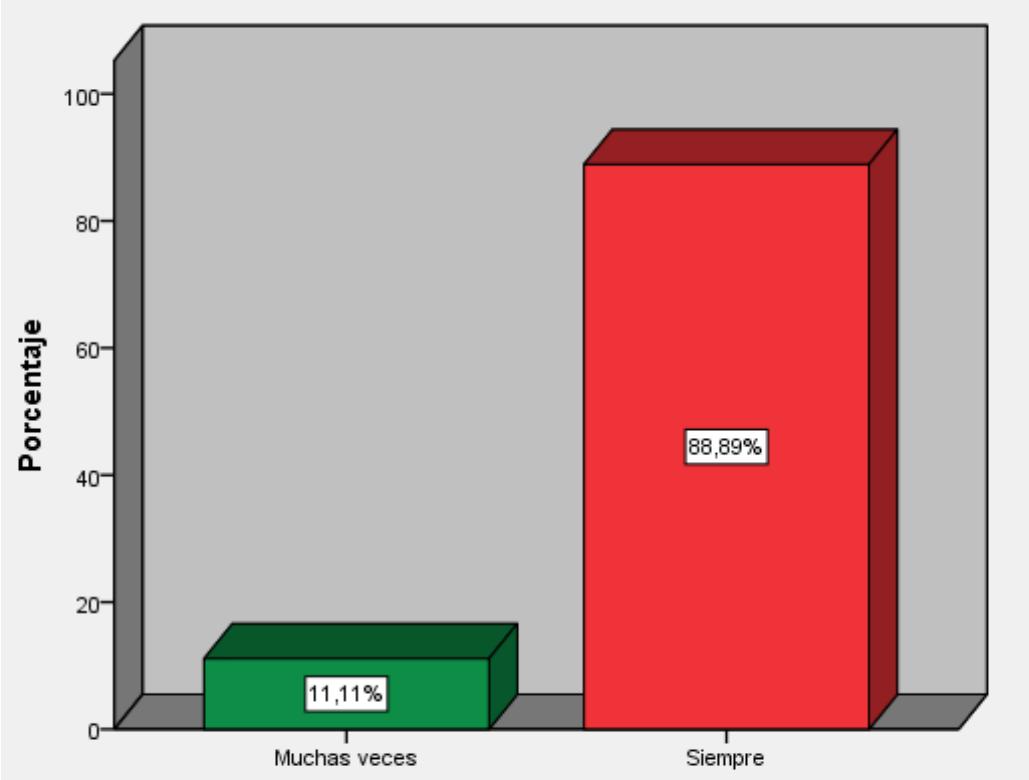


Figura 87. ¿Cree que se brinda productos de calidad a los clientes?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 88,89% siempre cree que se brinda productos de calidad a los clientes, mientras que el 11,11% muchas veces considera que se brinda con calidad los productos.

Se observa en la figura que, los productos, siempre o muchas veces son de calidad. Es muy importante la selección de los proveedores para contar con insumos de calidad.

Tabla 87. ¿Cree que se responde a las exigencias de la demanda de la empresa?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	8	44,4	44,4	44,4
Siempre	10	55,6	55,6	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

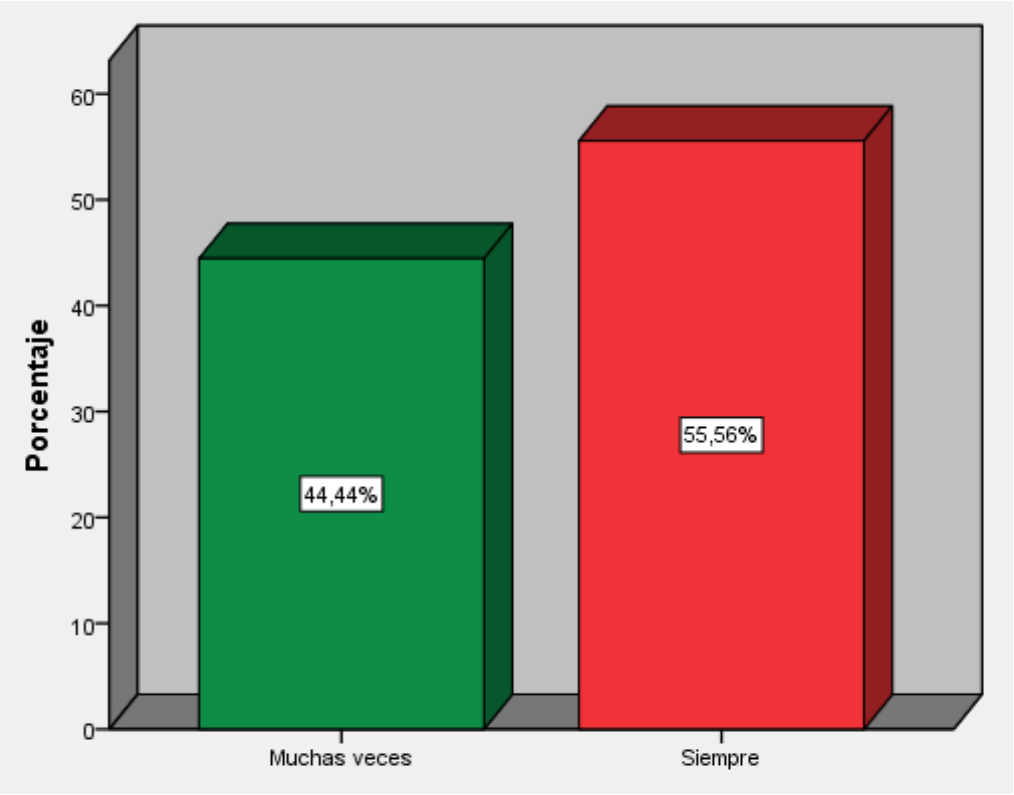


Figura 88. ¿Cree que se responde a las exigencias de la demanda de la empresa?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% de los encuestados siempre cree que se responde a las exigencias de la demanda de la empresa, mientras que el 44,44% considera que muchas veces se responde a estas exigencias.

Se observa en la figura que, muchas veces o siempre se responde a las exigencias de la demanda. Los comensales son exigentes no solo con el producto, sino también con el servicio y con el precio.

Tabla 88. ¿Cree que la demanda de la empresa se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?

	f	%	% válido	% acumulado
Muchas veces	10	55,6	55,6	55,6
Siempre	8	44,4	44,4	100,0
Total	18	100,0	100,0	

Elaboración propia

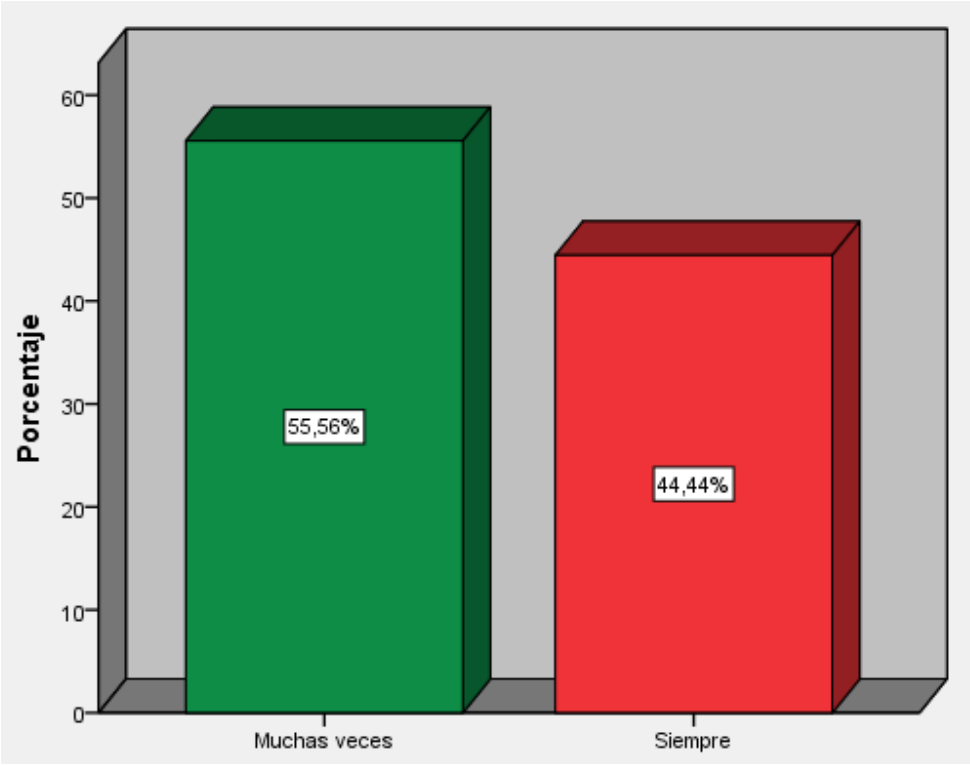


Figura 89. ¿Cree que la demanda de la empresa se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo con la figura anterior el 55,56% muchas veces cree que la demanda de la empresa se siente satisfecha después de haber recibido su servicio, mientras que el 44,44% siempre considera satisfecha esta demanda.

Se observa en la figura que, muchas veces o siempre se responde a las exigencias de la demanda. Los comensales se van felices y satisfechos no solo por el producto, sino también por el servicio.

3.2 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según lo hallado en el estudio de investigación sobre gestión logística, se analizó la gestión logística en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine y se comprobó mediante las respuestas de los jefes de área y trabajadores y, de acuerdo a la escala de valoración respectiva, que los diferentes procesos de gestión se presentan muchas veces en las actividades de trabajo del restaurante.

Como limitante inicial de la investigación, fue la insuficiente información que relacionara a detalle la variable gestión empresarial con los procesos que normalmente se desarrollan en el rubro de restaurantes con el fin de obtener un análisis más profundo en cuanto a gestión de compras, de almacén, de inventario y de distribución orientada al servicio al cliente.

Posteriormente con la revisión de la teoría respectiva, se analizaron las encuestas a jefes de área y trabajadores para la obtención de información que fue aplicada y corroborada en el capítulo de resultados con la prueba de la media estadística.

En este punto se procedió a la corroboración de las hipótesis para cada objetivo planteado la cual de acuerdo a la valoración de la escala respectiva dio una calificación de "muchas veces" para las dimensiones de gestión de compras, gestión de almacén y gestión de distribución con una media promedio de 3,50, mientras que para la dimensión gestión de inventario la escala promedio fue de "algunas veces" con una media promedio de 3,00.

Con la información resultante de la aplicación de las encuestas, surgen nuevas hipótesis de estudio como, por ejemplo; La gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine tiene no tiene una gestión adecuada en todos sus procesos de gestión, esto puede deberse posiblemente a que entre los resultados obtenidos uno de los que hay considerar es la ausencia del uso de la tarjeta del Kardex en la empresa y la realización mínima de inventarios con periodicidad de los productos de almacén.

Por último, la gestión logística debe ser considerada de vital importancia para el buen desarrollo administrativo y eficiente dentro del restaurante, ya que de no hacerlo, las operaciones diarias de gestión se verán afectadas por una mala práctica de la variable de estudio, por lo cual se espera que al obtener esta información de fuentes primarias como son los jefes de área y trabajadores, se pueda acceder a una mejora organizacional, replanteando los aspectos que precisas atención, en especial los analizados en la corroboración de hipótesis en lo referente a gestión de inventarios para poder lograr una mejora no solo a nivel empresarial y competitivo, sino a nivel económico que satisfaga y se vea reflejado en mejoras para la empresa y su personal.

3.3 CORROBORACIÓN DE HIPÓTESIS

a) Escala de calificación - equivalencia

En la presente corroboración se procede a analizar la hipótesis respectiva con la escala de calificación, determinando si la gestión logística es adecuada en el restaurante Ají 555 Real Thai Cousine.

Tabla 89. Escala de calificación - equivalencia

Escala	Calificación	Equivalencia
Siempre	5	Muy Adecuada
Muchas veces	4	Adecuada
Algunas veces	3	Regular
Pocas veces	2	Inadecuada
Nunca	1	Muy Inadecuada

Elaboración propia

b) Prueba de media estadística

Tabla 90. Media estadística Jefes de área

N°	**ITEMS**	**Moda**	**Media**
1.	Género	1,00	1,42
2.	¿Qué edad tiene?	2,00	2,42
3.	Grado de instrucción académica	5,00	4,57
4.	¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?	1,00	4,00
5.	¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?	4,00	4,28
6.	¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?	4,00	4,00
7.	¿Considera Ud. que, como cliente, es importante para sus proveedores?	4,00	3,71
8.	¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?	3,00	3,85
9.	Al momento de realizar las cotizaciones ¿Analiza las diferentes opciones de calidad y precio?	5,00	4,85
10.	Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?	4,00	3,85
11.	¿Analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?	4,00	4,14
12.	¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?	3,00	3,28
13.	¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?	2,00	1,85
14.	¿Las órdenes de compra que emite van valorizadas?	1,00	1,14

15.	¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?	4,00	4,28
16.	¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?	4,00	3,85
17.	¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).	3,00	3,57
18.	¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?	4,00	4,42
19.	¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?	4,00	4,14
20.	¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento y producción?	3,00	2,85
21.	¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?	3,00	2,85
22.	Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)	3,00	2,57
23.	¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?	4,00	4,28
24.	¿Los productos del almacén están correctamente organizados?	3,00	3,42
25.	¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?	4,00	4,14
26.	¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración	4,00	3,71
27.	¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?	4,00	4,42
28.	¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?	2,00	2,85
29.	¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?	4,00	4,42
30.	¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?	4,00	3,85
31.	¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.	2,00	2,42
32.	¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)	3,00	3,00
33.	¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?	4,00	3,85
34.	¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?	4,00	4,00
35.	¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de	3,00	3,14

	existencias?		
36.	Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?	3,00	3,42
37.	¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?	2,00	1,57
38.	¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?	5,00	5,00
39.	¿Entrega el producto al cliente a un costo adecuado?	4,00	4,14
40.	¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?	5,00	5,00
41.	¿Brinda productos de calidad a sus clientes?	5,00	4,85
42.	¿Responde a las exigencias de su demanda?	4,00	4,42
43.	¿Considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?	4,00	4,28
	TOTAL	**4,00**	**3,63**

Elaboración propia

Interpretación

De acuerdo a la valoración de la media estadística se pudo determinar que la variable gestión logística para los jefes de área tiene una media total de **3,63** para las encuestas realizadas lo cual indica que la gestión logística se presenta muchas veces en sus diferentes indicadores.

Tabla 91. Media estadística trabajadores

N°	**ITEMS**	**Moda**	**Media**
	Género	1,00	1,27
	¿Qué edad tiene?	1,00	1,50
	Grado de instrucción académica	4,00	3,50
	¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?	5,00	5,72
	¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?	4,00	4,22
	¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?	4,00	3,55
	¿Cree Ud. que, la empresa, como cliente es importante para los proveedores?	3,00	3,50
	¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas?	4,00	3,77
	Al momento de realizar las cotizaciones ¿Cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio?	4,00	4,38
	¿Cree que al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?	3,00	3,38

	¿Cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?	4,00	3,77
	¿Cree que se toma en cuenta la capacidad del almacén para el pedido de mercancía?	3,00	3,27
	¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?	3,00	2,27
	¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?	1,00	1,27
	¿Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?	4,00	4,27
	¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?	4,00	3,77
	¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).	3,00	3,11
	¿Cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?	4,00	4,22
	¿Cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa?	4,00	3,66
	¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?	3,00	2,88
	¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?	2,00	2,50
	Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)	3,00	2,77
	¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?	4,00	4,50
	¿Los productos del almacén están correctamente organizados?	4,00	3,55
	¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?	4,00	4,44
	¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.	3,00	3,16
	¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?	4,00	4,38
	¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?	2,00	2,55
	¿Cree que la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?	4,00	3,83
	¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?	3,00	3,33
	¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del	2,00	2,16

	almacén.		
	¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros).	3,00	3,05
	¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?	3,00	3,05
	¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?	4,00	4,33
	¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?	3,00	2,94
	Cree que para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?	3,00	3,33
	¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?	1,00	1,55
	¿Cree que se entrega el producto al cliente en el momento y lugar indicado?	5,00	5,00
	¿Cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado?	4,00	4,16
	¿Cree que se entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?	5,00	4,88
	¿Cree que se brinda productos de calidad a los clientes?	5,00	4,88
	¿Cree que se responde a las exigencias de la demanda de la empresa?	5,00	4,55
	¿Cree que la demanda de la empresa se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?	4,00	4,44
	TOTAL	**4,00**	**3,50**

Elaboración propia

De acuerdo a la valoración de la media estadística se pudo determinar que la variable gestión logística para los trabajadores tiene una media total de **3,50** para las encuestas realizadas lo cual indica que la gestión logística se presenta muchas veces en sus diferentes indicadores.

c) Relación de las hipótesis planteadas con la media estadística respectiva

Hipótesis general alterna

- Dado que existe diferentes procesos de gestión, es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión logística.

Hipótesis general nula

- Dado que existe diferentes procesos de gestión, es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tenga una adecuada gestión logística.

Interpretación

De acuerdo a la valoración de la media estadística se pudo determinar que la variable gestión logística tiene una total media estadística jefes de área **3,63** y una total media estadística trabajadores **3,50** lo cual indica que la gestión logística se presenta muchas veces en sus diferentes indicadores en el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine teniendo una adecuada gestión logística por lo cual se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula.

Primera hipótesis específica alterna

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de compras.

Primera hipótesis específica nula

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tenga una adecuada gestión de compras.

Tabla 92. Jefes de área – Gestión de Compras

Item	Moda	Media
¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?	4,00	4,28
¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o	4,00	4,00

comercialización y distribución que se requiere?		
¿Considera Ud. que, como cliente, es importante para sus proveedores?	4,00	3,71
¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?	3,00	3,85
Al momento de realizar las cotizaciones ¿Analiza las diferentes opciones de calidad y precio?	5,00	4,85
Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?	4,00	3,85
¿Analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?	4,00	4,14
¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?	3,00	3,28
¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?	2,00	1,85
¿Las órdenes de compra que emite van valorizadas?	1,00	1,14
¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?	4,00	4,28
¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?	4,00	3,85
¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).	3,00	3,57
TOTAL	**4,00**	**3,59**

Elaboración propia

Tabla 93. Trabajadores – Gestión de Compras

Item	Moda	Media
¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?	4,00	4,22
¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?	4,00	3,55
¿Cree Ud. que, la empresa, como cliente es importante para los proveedores?	3,00	3,50
¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente	4,00	3,77

constituidas?		
Al momento de realizar las cotizaciones ¿Cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio?	4,00	4,38
¿Cree que al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?	3,00	3,38
¿Cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?	4,00	3,77
¿Cree que se toma en cuenta la capacidad del almacén para el pedido de mercancía?	3,00	3,27
¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?	3,00	2,27
¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?	1,00	1,27
¿Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?	4,00	4,27
¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?	4,00	3,77
¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).	3,00	3,11
TOTAL	**4,00**	**3,43**

Elaboración propia

Interpretación

En lo que refiere a la gestión de compras, se puede observar que los jefes de área consideran que muchas veces se presenta con una media total de **3,59,** mientras que los trabajadores tienen una media total de **3,43%** lo cual, según la escala de equivalencia, es considerado adecuado, por lo cual se acepta la hipótesis alterna que dice que es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de compras, rechazando la hipótesis nula**.**

Segunda hipótesis específica alterna

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de almacenes.

Segunda hipótesis específica nula

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tenga una adecuada gestión de almacenes.

Tabla 94. Jefes de área – Gestión de Almacén

Item	Moda	Media
¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?	4,00	4,42
¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?	4,00	4,14
¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento y producción?	3,00	2,85
¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?	3,00	2,85
Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)	3,00	2,57
¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?	4,00	4,28
¿Los productos del almacén están correctamente organizados?	3,00	3,42
¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?	4,00	4,14
¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración	4,00	3,71
¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?	4,00	4,42
¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?	2,00	2,85
¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?	4,00	4,42
¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?	4,00	3,85
TOTAL	**4,00**	**3,69**

Elaboración propia

Tabla 95. Trabajadores - Gestión de Almacén

Item	Moda	Media
¿Cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?	4,00	4,22
¿Cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa?	4,00	3,66
¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y	3,00	2,88

producción?		
¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?	2,00	2,50
Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)	3,00	2,77
¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?	4,00	4,50
¿Los productos del almacén están correctamente organizados?	4,00	3,55
¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?	4,00	4,44
¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.	3,00	3,16
¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?	4,00	4,38
¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?	2,00	2,55
¿Cree que la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?	4,00	3,83
¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?	3,00	3,33
TOTAL	**4,00**	**3,52**

Elaboración propia

Interpretación

En lo que refiere a la gestión de almacén, se puede observar que los jefes de área consideran que muchas veces se presenta con una media total de **3,99,** mientras que los trabajadores tienen una media total de **3,52%,** para gestión de almacén, lo cual, según la escala de equivalencia es considerado adecuado, por lo cual se acepta la hipótesis alterna que dice que es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de almacén, rechazando la hipótesis nula**.**

Tercera hipótesis específica alterna

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tiene una adecuada gestión de inventario.

Tercera hipótesis específica nula

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tiene una adecuada gestión de inventario.

Tabla 96. Jefes de Área - Gestión de Inventario

Item	Moda	Media
¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.	2,00	2,42
¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)	3,00	3,00
¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?	4,00	3,85
¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?	4,00	4,00
¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?	3,00	3,14
Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?	3,00	3,42
¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?	2,00	1,57
TOTAL	**3.00**	**3,06**

Elaboración propia

Tabla 97. Trabajadores - Gestión de Inventario

Item	Moda	Media
¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.	2,00	2,16
¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros).	3,00	3,05
¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?	3,00	3,05
¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para	4,00	4,33

cubrir la demanda?		
¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?	3,00	2,94
Cree que para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?	3,00	3,33
¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?	1,00	1,55
TOTAL	**3,00**	**2,92**

Elaboración propia

Interpretación

En lo que refiere a la gestión de inventario, se puede observar que los jefes de área consideran que algunas veces se presenta con una media total de **3,06,** mientras que los trabajadores tienen una media total de **2,92%,** para gestión de inventario, lo cual, según la escala de equivalencia es considerado regular, por lo cual se acepta la hipótesis nula que dice que es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tenga una adecuada gestión de inventario, rechazando la hipótesis alterna**.**

Cuarta hipótesis específica alterna

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tiene una adecuada gestión de distribución

Cuarta hipótesis específica nula

- Es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima no tiene una adecuada gestión de distribución

Tabla 98. Jefes de área - Gestión de Distribución

Item	Moda	Media
¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?	5,00	5,00
¿Entrega el producto al cliente a un costo adecuado?	4,00	4,14
¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?	5,00	5,00
¿Brinda productos de calidad a sus clientes?	5,00	4,85
¿Responde a las exigencias de su demanda?	4,00	4,42
¿Considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?	4,00	4,28
TOTAL	**4,00**	**4,62**

Elaboración propia

Tabla 99. Trabajadores - Gestión de Distribución

Item	Moda	Media
¿Cree que se entrega el producto al cliente en el momento y lugar indicado?	5,00	5,00
¿Cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado?	4,00	4,16
¿Cree que se entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?	5,00	4,88
¿Cree que se brinda productos de calidad a los clientes?	5,00	4,88
¿Cree que se responde a las exigencias de la demanda de la empresa?	5,00	4,55
¿Cree que la demanda de la empresa se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?	4,00	4,44
TOTAL	**5,00**	**4,65**

Elaboración propia

Interpretación

En lo que refiere a la gestión de distribución, se puede observar que los jefes de área consideran que muchas veces se presenta con una media total de **4,62,** mientras que los trabajadores tienen una media total de **4,65%,** para gestión de distribución, lo cual, según la escala de equivalencia es considerado adecuado, por lo cual se acepta la hipótesis alterna que dice que es probable que el restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima tenga una adecuada gestión de distribución, rechazando la hipótesis nula**.**

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

CAPACITACIÓN A TRAVÉS DEL PROGRAMA ESTRATÉGICO DE LAS 5S´s PARA LA MEJORA DEL ÁREA DE ALMACEN DEL RESTAURANTE AJI 555 REAL THAI COUSINE

4.1 Introducción

Las organizaciones dedicadas al rubro de restaurantes tienen que estar preparadas para adaptarse al cambio y las demandas del medio donde se desenvuelvan, para poder conseguir y materializar el éxito organizativo, por esto se considera importante que evolucionen los métodos que mejoren sus procesos; de ahí que se hace necesario desarrollar e implantar diferentes estrategias que permitan lograr y conseguir los objetivos planteados de su gestión.

Para que un almacén funcione de manera adecuada es necesario que tenga un control sobre todo lo que se ingresa y despacha; esto se refiere, entre otras actividades, a mantener las ubicaciones físicas bien definidas, dentro de la gestión de los almacenes existe una parte fundamental que es el almacenaje y manejo de materias primas, siendo éste una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de la empresa con objetivos bien definidos de resguardo, control y suministro.

Para que un almacén funcione de manera adecuada es necesario que tenga un control sobre todo lo que se ingresa y despacha; esto se refiere, entre otras actividades, a mantener las ubicaciones físicas bien definidas, qué clase de materia prima se podrá almacenar en cada una, así como también conocer su capacidad y cualquier otra característica necesaria. Dentro de la gestión de los almacenes existe una parte fundamental que es el almacenaje y manejo de materias primas, siendo éste una unidad de servicio en la estructura orgánica y funcional de la empresa con objetivos bien definidos de resguardo, control y suministro.

4.2 Antecedente

Dado los resultados hallados en la presente investigación se hace necesario establecer los lineamientos correspondientes a la mejora de la gestión de almacén por medio del proceso de las 5 “S” la cual repercutirá directamente en la mejora de la gestión logística referida al área del almacén.

4.3 Justificación

La presente propuesta servirá para orientar a todo el personal, tanto jefes de área como trabajadores del área de almacén dando las pautas para entender, implementar y mantener un sistema de orden y limpieza en el restaurante a partir del cual se puedan sentar las bases de la mejora continua y de unas mejores condiciones de calidad, seguridad y medio ambiente adecuado de la organización.

4.4 Diagnóstico de la situación actual del restaurante en el área de almacén

A continuación, se justifica la elaboración del presente trabajo de acuerdo a lo hallado en los resultados de la investigación:

Escala	Calificación	Equivalencia
Siempre	5	Muy Adecuada
Muchas veces	4	Adecuada
Algunas veces	3	Regular
Pocas veces	2	Inadecuada
Nunca	1	Muy Inadecuada

Tabla 100. Promedio de ítems – media estadística

ITEM	Media
¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento y producción?	2,85
¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?	2,85
Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida?	2,57
¿Los productos del almacén están correctamente organizados?	3,42
¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración	3,71
¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?	2,85

Según las apreciaciones tanto de jefes de área y trabajadores del restaurante, se toma como referencia la coincidencia de baja valoración para los ítems descritos en el cuadro de media estadística anterior, como se puede apreciar, se encontraron diversos ítems con

correspondencia regular, centrándonos en la gestión de almacenes como un punto a mejorar en el restaurante Aji 555 Real Thai Cousine.

4.5 Objetivo

- Establecer rutinas para mantener el orden, organización y limpieza de los recursos del restaurante orientadas hacia la eficiencia del trabajo, calidad y seguridad del trabajador y jefes de área para proporcionarle un ambiente adecuado que facilite la realización oportuna de las diversas actividades de la jornada laboral.
- Optimizar el manejo del área de almacén por medio de la estrategia de las 5 “S´s”
- Capacitar a los trabajadores en la aplicación correcta del programa de las 5 S´s

4.6 Metodología de organización estrategica 5S´s

Las 5S´s es una metodología práctica para el establecimiento y mantenimiento del lugar de trabajo bien organizado, ordenado y limpio, con el fin de mejorar las condiciones de seguridad, calidad en el trabajo y en la vida diaria de la empresa la cual la compone los siguientes elementos.

Tabla 101 Significado de las 5S´s

1	SEIRI	CLASIFICAR
2	SEITON	ORGANIZAR
3	SEISO	LIMPIEZA
4	SEIKETSU	ESTANDARIZACION
5	SHITSUKE	DISCIPLINA

Elaboración propia

Esta nueva herramienta se puede aplicar en cualquier tipo de organización, en este caso al ser el restaurante una empresa de servicios, es necesaria para iniciar el camino hacia la mejora continua.

El movimiento “5S”, originado en Japón, es una herramienta que desarrolla una nueva manera de realizar las tareas en una organización.

Se denominan 5S porque representan acciones que son principios expresados con cinco palabras japonesas que comienzan por S. Cada palabra tiene un significado importante para la creación de un lugar limpio y seguro donde trabajar.

Actividades básicas para el desarrollo de la propuesta

Se hace necesaria la participación activa del personal que labora en el área de almacén, así como los jefes de área involucrados en almacén, para que tomen las acciones pertinentes a fin de desarrollar la presente metodología, siendo los siguientes:

- Compromiso de la alta dirección.
- Participación total de la administración.
- Participación de los trabajadores.
- Equipos de control de los procesos a realizar (capacitadores).
- Aseguramiento de la calidad.
- Planes de calidad a corto plazo y estrategias de calidad a largo plazo.
- Sistema de Reconocimientos.

4.7 Descripción del programa de capacitación las 5S´s por módulos

El presente programa de capacitación estará dividido en 5 módulos, cada uno con su respectiva acción a realizar para el adecuado manejo de las actividades en el área de almacén:

a) **MODULO 01 - 1ra S – SEIRI (Clasificar):** Clasificar elementos en necesarios e innecesarios. Remover de las áreas de trabajo como es el almacén los materiales que no son necesarios para la actividad, lo cual contribuye a incrementar la efectividad de la labor y tareas de almacén.

   Para la implementación de este primer pilar se siguen los pasos mostrados a continuación:

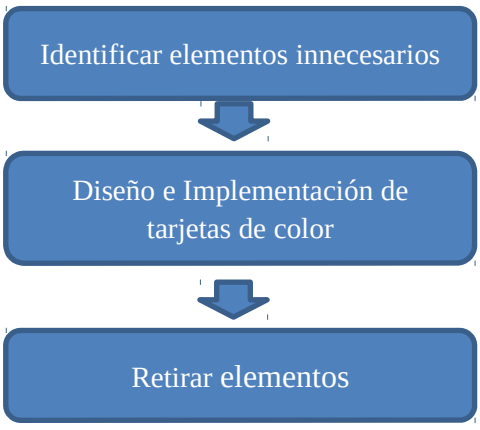


Figura 90. Implementación de las 5S. Clasificación

Elaboración propia

- **Identificar y listar elementos innecesarios.** El primer paso en la implantación del Seiri consiste en la identificación de los elementos innecesarios en el área de producción y se procede a elaborar una lista con dichos elementos. En esta lista se registra el elemento innecesario, su ubicación, cantidad encontrada, frecuencia de uso y acción sugerida para su eliminación.
- **Tarjetas de color.** Este tipo de tarjetas permiten marcar o "denunciar" que en el sitio de trabajo existe algo innecesario y que se debe tomar una acción correctiva. Las tarjetas rojas se deben colocar sobre todos los elementos de poco uso o ningún uso, que deseamos retirar del área de producción.
- **Plan de acción retiro de elementos.** Una vez visualizado y marcados con las tarjetas los productos innecesarios, se debe tomar la decisión de mover el producto a una nueva ubicación o de eliminar el producto.
- **Evaluación**. Luego de la aplicación de cada uno de los pasos anteriores se procede a realizar una evaluación y un informe final sobre las decisiones tomadas.

b) MODULO 02 - 2da S – SEITON (Organizar): Disponer lugares para cada material en el almacén. Ubicar los materiales necesarios, tales como: elementos personales, mercancía, en locaciones donde se identifiquen, facilitando su búsqueda.

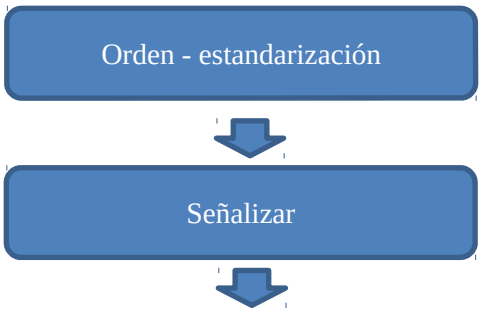


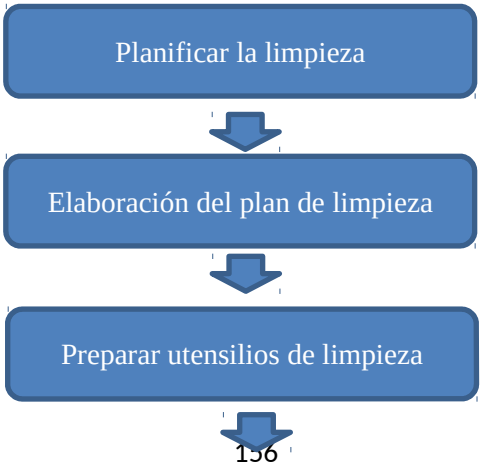
Figura 91. Implementación de las 5S. Organizar
Elaboración propia

- **Orden- estandarización.** Este paso consiste en determinar un orden para cada uno de los elementos necesarios en los puestos de trabajo, teniendo en cuenta la frecuencia de uso (uso frecuente y ocasional) para luego definir un estándar.

- **Señalizar:** Esta técnica consiste en demarcar los espacios referentes a pasillos, tránsito de maquinaria, ubicación de desechos, etc. para ello se hace uso de pinturas en el suelo, de tal manera que sean identificados por todo el personal de la empresa.

- **Evaluación:** Luego de la implementación de las anteriores actividades, se procede a evaluar lo realizado, mediante un análisis de los resultados obtenidos.

c) **MODULO 03 - 3er S – SEISO (Limpiar):** Mantener limpio el área de almacenamiento. Crear en los trabajadores y jefes de área el hábito de preservar el puesto de trabajo, los mecanismos de transporte interno, estanterías y el almacén donde se genera la mayor cantidad de desechos (residuos sólidos y líquidos procedentes de las labores del restaurante), en condiciones óptimas de limpieza y orden.



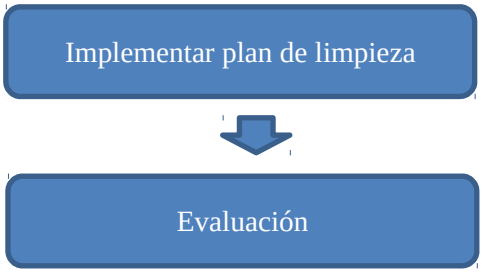


Figura 92**.** Implementación de las 5S. Limpieza

Elaboración propia

- **Planificar la limpieza.** En esta actividad se definen equipos de trabajo para implementar el manual de limpieza, y así el tiempo utilizado sea menor. Es recomendable que la división de los equipos se realice teniendo en cuenta los puestos de trabajo, debido a que cada uno de los trabajadores conoce los focos de suciedad que están en su puesto y removerlos sería mucho más fácil. De igual forma se deberá designar un líder dentro del equipo para que inspeccione el trabajo ejecutado. Esta asignación se debe registrar en un figura en el que se muestre la responsabilidad de cada persona.
- **Elaboración de Manual de Limpieza.** Es necesario que se establezca un plan de limpieza, en donde se determinen las actividades y metodología a utilizar para limpiar las instalaciones de la empresa, que permita así mismo identificar los focos de suciedad y analizar posibles causas.
- Preparar utensilios de limpieza. De acuerdo al plan de limpieza, se determinan los elementos de aseo que serán necesarios para la ejecución del mismo. Aquí se aplica el Seiton a los elementos de limpieza, almacenados en lugares fáciles de encontrar y devolver. El personal debe estar entrenado sobre el empleo y uso de estos elementos desde el punto de vista de la seguridad y conservación de estos.
- **Implementar**. En esta fase se ejecuta el Manual de limpieza elaborado.
- **Evaluar.** Luego de la implementación de las anteriores actividades se procede a realizar la inspección de los sitios de trabajo para evaluar los resultados.

d) MODULO 04 - 4ta S – SEIKETSU (Estandarizar): El Seiketsu o estandarización pretende mantener el estado de limpieza y organización alcanzado con la aplicación de

las primeras tres “S”, el Seiketsu solo se obtiene cuando se trabajan continuamente los tres principios anteriores; implica elaborar estándares de limpieza y de inspección para realizar acciones de autocontrol permanente.

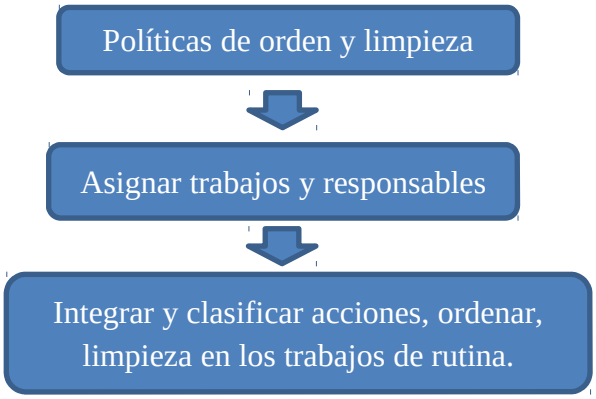


Figura 93. Implementación de las 5S. Estandarizar
Elaboración propia

- **Políticas de Orden y Limpieza.** Definir políticas y normas que permitan el mejoramiento y la evolución de lo alcanzado con la implementación de las S´s anteriores, con el fin de estandarizar.
- **Asignar trabajos y responsables.** En esta actividad se asignan responsabilidades y acciones a cumplir a cada uno de los trabajadores de la empresa, así mismo, se designan líderes para la supervisión de las tareas. En este punto se les facilita a los líderes la siguiente información:
  - Manual de Limpieza
  - Políticas de orden y limpieza
  - Estándares generales
- **Integrar las acciones clasificar, ordenar y limpiar en los trabajos de rutina.** Se debe realizar seguimiento de las actividades con el fin de mantener las condiciones de los puestos de trabajo, este mantenimiento debe ser natural día a día.

e) MODULO 05 - 5ta S – SHITSUKE (Disciplina): Formular estrategias para aplicar y mantener las buenas prácticas. Estandarizar por medio de normas de fácil comprensión para los jefes de área y trabajadores del restaurante, un método que permita detectar situaciones atípicas y actúe de manera rápida para mantener el alcance de los objetivos

planteados, es decir, generar cultura en los trabajadores para que sean proactivos sin necesidad de ser supervisados o controlados.

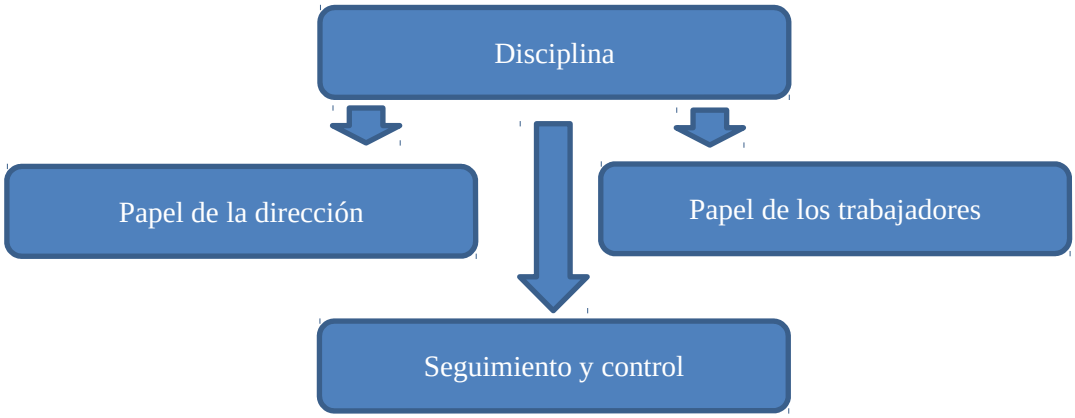


Figura 94. Implementación de las 5S. Disciplina

Elaboración propia

- **Seguimiento y control.** Al culminar con toda la implementación de las 5S se requiere conservar todas las técnicas en óptimas condiciones, esto quiere decir que no se regrese al estado en que se encontraba antes el área. Para alcanzar este nivel de mejora se debe revisar de manera continua los formatos de evaluación para cada técnica implementada.

  Estas verificaciones de la implementación deben realizarse en un periodo no mayor a 2 meses y deberán realizarse con la participación activa de los gerentes y todos los trabajadores del área. No se deberá olvidar tampoco de continuar con las inspecciones y controles visuales diarios que forman parte de las revisiones periódicas para no permitir que ningún tipo de anomalía afecte al funcionamiento de las 5S.

- **El papel de la dirección.** Para crear las condiciones que promueven o favorecen la implantación de la disciplina, los jefes de área y trabajadores tienen las siguientes responsabilidades:
  - Educar al personal sobre los principios y técnicas de las de las 5S.
  - Crear equipos de trabajo y líderes para la implementación en el área de producción.
  - Crear equipos de trabajo y líderes para la implementación en el área de producción.
  - Suministrar los recursos para la implantación de la 5S.
  - Motivar y participar directamente en la promoción de sus actividades.
  - Evaluar el progreso y evolución de la implantación en el área.

- Participar en las auditorías de progreso.
- Demostrar su compromiso y el de la empresa para la implantación de las 5S.
- Enseñar con ejemplos.
- Demostrar su compromiso y el de la empresa para la implantación de las 5S.

- **El papel de trabajadores.** Tanto los trabajadores como los jefes de área tienen las siguientes responsabilidades:
  - Continuar su aprendizaje acerca de la metodología 5S
  - Diseñar y respetar los estándares de conservación del lugar de trabajo
  - Realizar las auditorías de rutina establecidas.
  - Asumir con entusiasmo la implantación de las 5S.

4.8 CRONOGRAMA

A continuación se propone un cronograma de realización del programa de capacitación 5S´s, el cual será implementado para su trabajo en el lapso de 5 semanas, para ello se debe de contar con un organizador de tareas, el cual ayude a que su ejecución sea eficiente y se respete los tiempos acordados para su puesta en marcha, este cronograma deberá ser de conocimiento de todos los participantes del área de almacén, el mismo que será evaluado por administración en coordinación con el encargado directo de almacén durante los días que se realice la capacitación.

Tabla 104. Cronograma para la realización del programa de mejora continua de las 5 S´s

TALLERES	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5
SEIRI (Clasificar)					
Acciones:					
Identificar elementos innecesarios					
Implementar tarjetas de color					
Retirar elementos					
Evaluación					
SEITON (Organizar)					

Acciones: Orden- estandarización Señalizar Evaluación	
SEISO (Limpiar)	
Acciones: Planificar la limpieza Elaboración del plan de limpieza Preparar utensilios de limpieza Implementar plan de limpieza Evaluación	
SEIKETSU (Estandarizar)	
Acciones: Políticas de orden y limpieza Asignar trabajos y responsables Integrar y clasificar acciones, ordenar, Limpieza en los trabajos de rutina.	
SHITSUKE (Disciplina)	
Acciones: Papel de la dirección Papel de los trabajadores Seguimiento y control	

Elaboración propia

Tabla 103. Duración horas / día

	Items	Semana	Días	Horas	Total
1	Taller Clasificar (seiri)	1	5	2	10
2	Taller Organizar (seiton)	2	5	2	10
3	Taller Limpieza (seiso)	3	5	2	10
4	Taller Estandarización (seiketsu)	4	5	2	10
5	Taller Disciplina (shitsuke)	5	5	2	10
					50

Elaboración propia

4.9 CONTROL DEL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA

Este proceso es importante pues ayuda a medir adecuadamente el avance del personal participante como son los jefes de área y los trabajadores del área de almacén, identificando y mejorando el rendimiento durante y después de la propuesta de mejora.

Tabla 104. Control del proceso de implementación de mejora

Acciones	Descripción	Monitoreo
Puesta en marcha	Es el inicio del proceso del plan de capacitación permitiendo desarrollar cada una de las acciones eficazmente, identificando debilidades en el proceso de mejora.	A través de preguntas al final de cada una de las acciones.
Control organizado	En esta etapa se controlará las acciones tomadas en el proceso, detectando posibles problemas y conflictos al momento de la capacitación.	A través de preguntas al final de cada una de las acciones.
Evaluación final	Se analizará el logro del objetivo en las acciones propuestas que se desarrollan.	A través de preguntas al final de cada una de las acciones.

Elaboración propia

4.10 RESULTADOS ESPERADOS

Al término de la presente propuesta se espera conseguir resultados óptimos que ayuden a la mejora del área de almacén del restaurante Aji 555 Real Thai Cousine

Tabla 105. Resultados esperados

MODULO	QUE SE ESPERA CONSEGUIR
Taller SEIRI (Clasificar)	Que la clasificación sea eficaz y esté dentro de las normas establecidas.
Taller SEITON (Organizar)	Que los trabajadores tengan capacidad de organización para el manejo eficiente de su trabajo
Taller SEISO (Limpiar)	Que el personal de atención pueda estar seguro dentro del área de almacén para evitar futuros accidentes.
Taller SEIKETSU (Estandarizar)	Mantener el estado de limpieza y organización alcanzado con la aplicación de las primeras tres “S”
Taller SHITSUKE (Disciplina)	Detectar situaciones atípicas para actuar de manera rápida para mantener el alcance de los objetivos

planteados.

Elaboración propia

4.11 FINANCIAMIENTO:

La presente propuesta de mejora será financiada por el medio de la administración directa del restaurante Ají Thai Cousine.

4.12 RECURSOS NECESARIOS PARA LA CAPACITACIÓN

La presente propuesta de capacitación estará a cargo de capacitadores profesionales que trabajen en gestión de almacenes, los mismos que manejarán con la metodología adecuada las acciones propuestas en los respectivos módulos que tratan esta estrategia como es las 5S´s.

Para la realización de las acciones planteadas se utilizará los siguientes recursos para una mejor labor de los capacitadores:

- Contar con la ayuda logística para efectuar las acciones planteadas en cada módulo
- Disposición de un ambiente adecuado para la capacitación, como por ejemplo el algún comedor disponible dentro de la empresa.
- Didáctica respectiva en lo referente a material para la capacitación como, por ejemplo: Cañón multimedia, Laptop, Vídeos, papelotes, hojas blancas, lápices. etc.

4.13 PRESUPUESTO

El presupuesto asignado a la presente propuesta será el monto a pagar al capacitador en el desarrollo del programa de capacitación respectivo para la gestión de almacenes, los cuales serán asignados para cada semana respectiva mencionada en la tabla 105 Duración horas / día los cuales se detallan a continuación:

Tabla 106. Presupuesto

Recursos necesarios	Costo módulo S/.
Taller Clasificar (seiri)	**800.00**
Taller Organizar (seiton)	**800.00**
Taller Limpieza (seiso)	**800.00**
Taller Estandarización (seiketsu)	**800.00**
Taller Disciplina (shitsuke)	**800.00**
	S/. 4000.00

CONCLUSIONES

PRIMERA, Se analizó la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima y se comprobó que es adecuada, pues de acuerdo a lo manifestado por los jefes de área y trabajadores en las encuestas se comprobó que la gestión logística se presenta muchas veces en sus procesos de gestión.

SEGUNDA, Se determinó la Gestión de compras del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima y se comprobó que es adecuada pues tanto jefes de área como trabajadores analizan las cotizaciones en lo referente a calidad y precio, entregándose los productos y servicios requeridos en la fecha acordada.

TERCERA, Se describió la Gestión de Almacenes del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima y se comprobó que esta es adecuada pues tanto los jefes de área y los trabajadores manifestaron que se mantiene los productos en buenas condiciones al utilizar cámara frigorífica para su conservación, cumpliendo los productos recepcionados con los requerimientos y necesidades de la empresa.

CUARTA, Se precisó la Gestión de Inventario del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima y se comprobó que no es adecuada su gestión de

inventarios por la ausencia de procesos como el uso de kardex y el no haber un recuento continuo de las existencias en almacén.

QUINTA, Se determinó la Gestión de Distribución del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima y se comprobó que esta es adecuada ya que siempre se entrega los productos en el momento y lugar indicado, entregándolo siempre en óptimas condiciones brindando calidad productos de calidad a sus clientes.

RECOMENDACIONES

PRIMERA, Se recomienda al restaurante Aji 555 real Thai Cousine evaluar en su totalidad los diferentes procesos de gestión para tener un mejor control de sus operaciones, logrando así beneficios económicos para la empresa.

SEGUNDA, Se recomienda al restaurante Aji 555 real Thai Cousine tener un mejor control al momento de emitir las órdenes de compra controlando también que al momento de emitirlas sean valorizadas.

TERCERA, Se recomienda al restaurante Aji 555 real Thai Cousine coordinar los procesos que intervienen en las funciones de aprovisionamiento, así como tener un control sobre la distribución física del almacén, ayudando a minimizar la utilización de espacios y la posibilidad de accidentes.

CUARTA, Se recomienda al restaurante Aji 555 real Thai Cousine tener un mejor control en el uso de kardex, así como realizar continuamente inventarios en el restaurante para tener una mejor gestión de inventarios.

QUINTA, Se recomienda al restaurante Aji 555 real Thai Cousine el mejorar el servicio brindado para que siempre sea considerado óptimo satisfaciendo las necesidades de la demanda.

BIBLIOGRAFÍA

- Anaya, T. J. (2007). Logística Integral: la gestión operativa de la empresa 3ra edición. Editorial ESIC. Madrid, España.
- Anaya, T.J. (2008). Almacenes: Analisis, diseño y organización. Editorial ESIC. Madrid. España.
- Ateoleo. (2011). Nuevas Técnicas en Gestión de Stocks. México: Alfaomega grupo editor S.A.C.
- Ballou, R. H. (2004) Logística: Administración de la cadena de Suministros. Quinta edición. Editorial Pearson Educación. México.
- Ballou, R. H. (1999) Logística empresarial: control y planificación. Editorial Diaz de santos. México.
- Carreño, S. A. (2014). Logística de la A a la Z. Perú. Lima: Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú.

- Cano, Orue, Martínez, Mayett, López (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México.
- Castellano, R. A. (2009). Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías. Ediciones Uninorte. Barranquilla, Colombia
- Cuevas, D.F. (2014). Control de costos y gastos en los restaurantes. Limusa. México.
- Dorbessan, J. (2,000). Las 5 “S” Herramienta de Cambio.
- Encinas, A (1993) Como Ser Profesor/a y Querer Seguir Siéndolo. Editorial: Edelsa. España.
- Mora, L. A. (2009). Indicadores de la Gestión Logística. Editorial Ecoediciones. Bogotá, Colombia.
- Gambino, A. A. (2011). "La Logistica Hoy". Barcelona, España.
- Gallego, J.F. (2012). Gestión de alimentos y bebidas para hoteles, bares y restaurantes. Ediciones paraninfo. Madrid – España.
- Gonzáles, M. C. (2014). Estudio de la cadena de abastecimiento del restaurante El Antojo Manabita, para generar la optimización de recursos, ubicado en la ciudad de Quito, periodo 2013-2014. Universidad Internacional Sek, Quito – Ecuador. Creo que lo sacare.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., & Baptista, L. P. (2007). Metodología de la investigación. México: Mc Graw Hill.
- Hernández, Fernández & Baptista (2003). Metodología de la Investigación. México.
- Hurtado, B., (2000). Metodologia de investigacion holística. Tercera edición. Editorial Ciea/sypal. Caracas – Venezuela.
- Lamb, Hair, McDaniel (2002) Marketing. Sexta Edición. Editorial Thompson, México.
- Marielsa, C. (2009). en su tesis titulada. Implementación de las “5 S” como Herramienta de Mejora las Condiciones de Trabajo para Incrementar la Productividad en Almacenes de Materiales y Suministros.
- Martínez, M. (2011). El método de cálculo abierto basado en números (ABN) como alternativa de futuro respecto a los métodos tradicionales cerrados. Cadiz, España.
- Mercado, S. (2003). Compras. Principios y aplicaciones. Cuarta Edición, Limusa, Grupo Noriega Editores, México D.F., México.
- Miranda, J. (2016). La gestión logística del restaurante Camino Real S.A.C en el distrito de San Sebastián. Universidad Andina del Cusco, Perú.

- Mora, G. L. (2007) Indicadores de la Gestión Logística KPI. Los indicadores claves del desempeño Logístico. Colombia.
- Morales, C. F. (2008). Análisis de implementación de políticas de compras socialmente responsables en la cadena de suministro de empresas hoteleras en España. Madrid, España.
- Pérez, N., Civera, J.J. (2012). Operaciones y control de almacén en la industria alimentaria. Editorial Síntesis, España.
- Vara, H. A. (2010). ¿Cómo hacer una tesis en ciencias empresariales? Manual breve para los tesistas de administración, negocios internacionales, recursos humanos y marketing. Lima: Universidad San Martin de Porres.

Webgrafía

- Angulo, E. (s.f.). eumed.net. Obtenido de: http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/mirm/indice.htm
- CSCMP (2008). Council of logistic management. Obtenido de: http://www.clm1.org/
- Lefcovich, M. (2008). En su artículo cinco “S” los cinco pilares de la fábrica visual. Obtenido de: http://www.gestiopolis.com/administracionestrategia/pilares-de-la-fabricacion-en-mejorespracticas.htm.
  Recuperado el 06 de febrero, 2012.
- Mora E. (2001). En su artículo sobre la FILOSOFÍA DE LAS "5S", obtenido de: http://www.leanexpertise.com/tpmonline/articles_on_total_productive_maintenance/leanmfg/filosofiadelas5s.htm.
  Recuperado el 31 de marzo, 2012
- Página web del Restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine, obtenido de: http://aji555.com/

ANEXOS

ANEXO N°1

CUESTIONARIO A JEFES DE ÁREA

“Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018.”

Encuesta A: Aplicada a los jefes de área del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018.

La información que proporcione a través de este instrumento de recolección de información será utilizada de manera confidencial y con fines meramente científico-académicos, los cuales serán procesados y presentados de forma general en una Tesis.

Por favor, lea cada ítem con atención y marque sólo una respuesta. En caso de tener alguna duda pregunte al encuestador. Agradecemos anticipadamente su colaboración.

I. INFORMACION GENERAL:

1. **Género**
   a) Masculino
   b) Femenino
   c) Prefiero no responder
2. **¿Qué edad tiene?**
   a) 18 - 27
   b) 28 – 37
   c) 38 – 47
   d) Más de 48 años
3. **Grado de instrucción académica**
   a) Primaria
   b) Secundaria completa
   c) Secundaria incompleta
   d) Técnico
   e) Universitario
4. **¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?**

   _____

A continuación, marque con una “X” dentro del recuadro, las características que Ud. más valora de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

	GESTIÓN DE COMPRAS	Nunca	Pocas veces	Algunas Veces	Muchas veces	Siempre
	Selección de proveedores	1	2	3	4	5
1	¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?					
2	¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?					
3	¿Considera Ud. que la empresa, como cliente, es importante para sus proveedores?					
4	¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?					
	Requisición y análisis de cotizaciones	1	2	3	4	5
5	Al momento de realizar las cotizaciones ¿Analiza las diferentes opciones de precio y calidad?					
6	Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?					
	Pedido de mercancía	1	2	3	4	5
7	¿Analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?					
8	¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?					
	Emisión de la orden de compra al proveedor	1	2	3	4	5
9	¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?					
10	¿Las órdenes de compra que emite van valorizados?					
	Seguimiento y control de compra	1	2	3	4	5
11	¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?					
12	¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?					
	Registra y archiva la documentación.	1	2	3	4	5
13	¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).					
	GESTIÓN DE ALMACÉN	**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
	Recepción de mercancía	1	2	3	4	5

14	¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?					
15	¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?					
Control de almacenamiento		1	2	3	4	5
16	¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento y producción?					
17	¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?					
18	Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros).					
19	¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?					
Conservación y mantenimiento del producto		1	2	3	4	5
20	¿Los productos del almacén están correctamente organizados?					
21	¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?					
22	¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.					
23	¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?					
24	¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?					
Control de Stock.		1	2	3	4	5
25	¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?					
26	¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?					
GESTIÓN DE INVENTARIO		**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
Pronóstico de inventario		1	2	3	4	5
27	¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.					
28	¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método					

	histórico, cualitativo u otros)					
29	¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?					
Análisis de stock		1	2	3	4	5
30	¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?					
31	¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?					
32	Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?					
33	¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?					
GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN (Servicio al cliente)		**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
Entrega del producto		1	2	3	4	5
34	¿Entrega el producto en el momento y lugar indicado?					
35	¿Entrega el producto al cliente a un costo adecuado?					
36	¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?					
Importancia del servicio al cliente		1	2	3	4	5
37	¿Brinda productos de calidad a sus clientes?					
38	¿Responde a las exigencias de su demanda?					
39	¿Considera que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?					

ANEXO N° 2

CUESTIONARIO A TRABAJADORES

“Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018.”

Encuesta B: Aplicado a los trabajadores del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima 2018.

La información que proporcione a través de este instrumento de recolección de información será utilizada de manera confidencial y con fines meramente científico-académicos, los cuales serán procesados y presentados de forma general en una Tesis.

Por favor, lea cada ítem con atención y marque sólo una respuesta. En caso de tener alguna duda pregunte al encuestador. Agradecemos anticipadamente su colaboración.

II. INFORMACION GENERAL:

1. Genero

a) Masculino
b) Femenino
c) Prefiero no responder

2. ¿Qué edad tiene?

a) 18 - 27
b) 28 – 37
c) 38 – 47
d) Más de 48 años

3. Grado de instrucción académica

a) Primaria
b) Secundaria completa
c) Secundaria incompleta
d) Técnico
e) Universitario

4 ¿Cuál es el cargo que ocupa en la empresa?

_____

III. CUESTIONARIO

A continuación, marque con una “X” dentro del recuadro, las características que Ud. más valora de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine.

	GESTIÓN DE COMPRAS	Nunca	Pocas veces	Algunas Veces	Muchas veces	Siempre
	Selección de proveedores	1	2	3	4	5
1	¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?					
2	¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?					
3	¿Cree Ud. que la empresa, como cliente, es importante para los proveedores?					
4	¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas?					
	Requisición y análisis de cotizaciones	1	2	3	4	5
5	Al momento de realizar las cotizaciones ¿Cree que se analiza las diferentes opciones de calidad y precio?					
6	¿Cree que al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?					
	Pedido de mercancía	1	2	3	4	5

7	¿Cree que se analiza los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?					
8	¿Cree que se toma en cuenta la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?					
	Emisión de la orden de compra al proveedor	1	2	3	4	5
9	¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?					
10	¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?					
	Seguimiento y recepción de compra	1	2	3	4	5
11	¿Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?					
12	¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?					
	Registra y archiva la documentación.	1	2	3	4	5
13	¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).					
	GESTIÓN DE ALMACÉN	**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
	Recepción de mercancía	1	2	3	4	5
14	¿Cree que los productos recepcionados					

	cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?					
15	¿Cree que la recepción de mercancía es la adecuada en la empresa?					
	Control de almacenamiento	1	2	3	4	5
16	¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?					
17	¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?					
18	Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)					
19	¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?					
	Conservación y mantenimiento del producto	1	2	3	4	5
20	¿Los productos del almacén están correctamente organizados?					
21	¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?					
22	¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.					
23	¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?					
24	¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?					
	Control de Stock	1	2	3	4	5

25	¿Cree que la empresa cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?					
26	¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?					
	GESTIÓN DE INVENTARIO	**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
	Pronóstico de inventario	1	2	3	4	5
27	¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.					
28	¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros).					
29	¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?					
	Análisis de stock.	1	2	3	4	5
30	¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?					
31	¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?					
32	Cree que, para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza					

	el método de stock máximo y stock mínimo?					
33	¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?					
	GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN (Servicio al cliente)	**Nunca**	**Pocas veces**	**Algunas Veces**	**Muchas veces**	**Siempre**
	Entrega del producto	1	2	3	4	5
34	¿Cree que se entrega los productos en el momento y lugar indicado?					
35	¿Cree que se entrega el producto al cliente a un costo adecuado?					
36	¿Cree que se entrega el producto en óptimas condiciones?					
	Importancia del servicio al cliente	1	2	3	4	5
37	¿Cree que se brinda productos de calidad a sus clientes?					
38	¿Cree que se responde a las exigencias de su demanda?					
39	¿Cree que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?					

ANEXO N° 3

FICHA DE VALICADIÓN DE JEFES DE ÁREA

FICHA DE VALIDACIÓN A: Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

GESTION LOGISTICA			ESCALA					Relación V -D		Relación D - I		Relación Ind- Item		Pertinencia		Claridad		Relación	
			N	AV	PV	MV	S	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTIÓN DE COMPRAS	**Selección de proveedores.**							Si		Si		Si		Si		Si		Si	
	Ítem	¿Considera que sus proveedores son honestos y responsables?																	
		¿Considera que sus proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?																	
		¿Considera Ud. Que la empresa, como cliente, es importante para sus proveedores?																	
		¿Sus proveedores son empresas formalmente constituidas?																	
	Requisición y análisis de cotizaciones																		
	Ítem	¿Analiza las diferentes opciones de precio y calidad?																	
		Al momento de realizar sus cotizaciones ¿Toma la forma y plazo de pago?																	
	Pedido de mercancia.																		
	Ítem	¿Analizan los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancia?																	
		¿Considera la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?																	
	Emisión de la orden de compra al proveedor																		
		¿Considera que emite las órdenes de compra en el momento indicado?																	
		¿Las órdenes de compra que emite van valorizados?																	
	Seguimiento y control de compra																		
		¿Los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?																	
		¿Realiza el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?																	
	Registra y archiva la documentación.																		

	Ítem	¿Se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).																					
GESTIÓN DE ALMACÉN	**Recepción de mercancía**																						
	Ítem	¿Los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?																					
		¿Considera que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?						Si		Si		Si		Si		Si		Si					
	Control de almacenamiento																						
	Ítem	¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento, producción, distribución?																					
		¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?																					
		Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros).																					
		¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?																					
	Conservación y mantenimiento del producto																						
	Ítem	¿Considera que los productos del almacén están correctamente organizados y conservados?																					
		¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?																					
		¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.																					
		¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?																					
		¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?																					
	Control de Stock.																						
	Ítem	¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?																					
		¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?																					

GESTIÓN DE INVENTARIO	**Pronostico de inventario**																					
	Ítem	¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.						Si	Si	Si	Si	Si	Si									
		¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)																				
		¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?																				
	Análisis de stock.																					
	Ítem	¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?																				
		¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?																				
		Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?																				
		¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?																				
GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN	**Entrega del producto**																					
	Ítem	¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?																				
		¿Entrega el producto al cliente a un costo adeacuado?																				
		¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?																				
	Importancia del servicio al cliente																					
	Ítem	¿Brinda productos de calidad a sus clientes?																				
		¿Responde a las exigencias de su demanda?																				
		¿Considera que su demanda se siente satisfecha despuesde haber recibido su servicio?																				

Recomendaciones: _____

Apellidos y nombres : Aragón Marmanillo Ernesto	**Firma:**
Cargo : Jefe del área de logística en el Hotel El corregidor.	

FICHA DE VALIDACIÓN A: Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

GESTION LOGISTICA			ESCALA	Relación V -D	Relación D - I	Relación Ind- Item	Pertinencia	Claridad	Relaci ón
GESTIÓN DE INVENTARIO	**Pronostico de inventario**								
	Ítem	¿Realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.					X	X	X
		¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)							
		¿Considera que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?							
	Análisis de stock.								
	Ítem	¿Considera que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?					X	X	X
		¿Considera que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?							
		Para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?							
		¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?							
GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN	**Entrega del producto**								
	Ítem	¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?					X	X	X
		¿Entrega el producto al cliente a un costo adeacuado?							
		¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?							
	Importancia del servicio al cliente								
	Ítem	¿Brinda productos de calidad a sus clientes?					X	X	X
		¿Responde a las exigencias de su demanda?							
		¿Considera que su demanda se siente satisfecha despuesde haber recibido su servicio?							

Recomendaciones: _____

Apellidos y nombres : EDGAR A. FLORES HINOSTROZA	**Firma:**
Cargo : SUB-GERENTE DE TURISMO GOBIERNO REGIONAL	

	en su empresa?								
ALMACÉN	**Control de almacenamiento**								
	Ítem	¿Considera que el almacén coordinada con las funciones de aprovisionamiento, producción, distribución?					X	X	X
		¿Considera que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?							
		Al momento de distribuir los productos al área de producción ¿utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros).							
		¿El almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?							
	Conservación y mantenimiento del producto								
	Ítem	¿Considera que los productos del almacén están correctamente organizados y conservados?					X	X	X
		¿Utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?							
		¿Identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.							
		¿Utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?							
		¿Etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?							
	Control de Stock.								
	Ítem	¿Cuenta con un sistema (software) de control de inventarios?					X	X	X
		¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?							

ANEXO N° 4

FICHA DE VALICADIÓN DE TRABAJADORES

FICHA DE VALIDACIÓN B: Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

GESTION LOGISTICA			ESCALA					Relación V -D		Relación D - I		Relación Ind- Item		Pertinencia		Claridad		Relación	
			N	AV	PV	MV	S	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE COMPRAS	**Selección de proveedores.**							Sí		Sí		Sí		Sí		Sí		Sí	
		¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?																	
		¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?																	
		¿Cree que Ud., como cliente, es importante para sus proveedores?																	
		¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas?																	
	Requisición y análisis de cotizaciones																		
		¿Cree que se analiza las diferentes opciones de precio y calidad?																	
		¿Cree que al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?																	
	Pedido de mercancía.																		
	Ítem	¿Cree que se analizan los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancía?																	
	Ítem	¿Cree que se toma en cuenta la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?																	
	Emisión de la orden de compra al proveedor																		
	Item	¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?																	
		¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?																	
	Seguimiento y recepción de compra																		
		¿ Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?																	
		¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?																	

	Registra y archiva la documentación.	
	Ítem	¿Cree que se productos ad comprobante
GES	**Recepción de mercan**	
TIÓN	Ítem	¿Cree que los requerimient
DE		¿Cree que la empresa?
	Almacenamiento	
ALMA	Ítem	¿Cree que el aprovisionam
CÉN		¿Cree que la minimizar: la algún acciden
		Cree que al m producción ¿S (PEPS, UEPS
		¿Cree que el ordenado, resp
	Conservación y mant	
	Ítem	¿Los producto organizados?
		¿Se utiliza ana espacio del al
		¿Se identifica almacén? Con no requieran r
		¿Se utiliza cár mantener los p
		¿Se etiqueta lo evitar poner en
	Control de Stock.	
	Ítem	¿Cree que la e control de inve

FICHA DE VALIDACIÓN B: Análisis de la gestión logística del restaurante Ají 555 Real Thai Cuisine del distrito de San Borja en la ciudad de Lima.

GESTION LOGISTICA			ESCALA					Relación V -D		Relación D - I		Relación Ind- Item		Pertinencia		Claridad		Relación	
			N	AV	PV	MV	S	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
GESTION DE COMPRAS	**Selección de proveedores.**																		
		¿Cree que los proveedores son honestos y responsables?																	
		¿Cree que los proveedores tienen la capacidad de producción y/o comercialización y distribución que se requiere?						X		X		X		X		X		X	
		¿Cree que Ud., como cliente, es importante para sus proveedores?																	
		¿Cree que los proveedores de la empresa son empresas formalmente constituidas?																	
	Requisición y análisis de cotizaciones																		
		¿Cree que se analiza las diferentes opciones de precio y calidad?																	
		¿Cree que al momento de realizar las cotizaciones ¿Toma en cuenta la forma y plazo de pago?																	
	Pedido de mercancia.																		
	Ítem	¿Cree que se analizan los datos estadísticos de precio y consumo para realizar el pedido de mercancia?																	
		¿Cree que se toma en cuenta la capacidad de su almacén para el pedido de mercancía?																	
	Emisión de la orden de compra al proveedor																		
	Item	¿Cree que se emite las órdenes de compra en el momento indicado?																	
		¿Cree que las órdenes de compra que se emiten van valorizadas?																	
	Seguimiento y recepción de compra																		
		¿ Cree que los productos/ servicios requeridos son entregados en el día acordado?																	
		¿Cree que realizan el seguimiento necesario de los productos/servicios requeridos?																	

		¿Cree
		empr
GES	**Pronostico de**	
TIÓN	Ítem	¿Cree
DE		perió
		contir
INVEN		¿Cree
TARIO		pronó
		otros)
		¿Cree
		compr
	Análisis de st	
	Ítem	¿Cree
		suficie
		Cree
		de exi
		Cree
		métod
		¿Hace
GES	**Entrega del p**	
TIÓN	Ítem	¿Cree
		indica
DE		¿Cree
		adecu
		¿Cree
DISTRI	**Importancia d**	
BUCIÓ	Ítem	¿Cree
N		¿Cree
		¿Cree
		haber

Recomendaci

Apellidos y	
Cargo :	

	Registra y archiva la documentación.																		
	Ítem	¿Cree que se realiza una comprobación y aceptación de los productos adquiridos? (Con las facturas u otros comprobantes).																	
GES	**Recepción de mercancia.**																		
TIÓN	Ítem	¿Cree que los productos recepcionados cumplen con los requerimientos/necesidades de la empresa?																	
DE		¿Cree que la recepción de mercadería es la adecuada en su empresa?						X		X		X		X		X		X	
ALMA	**Almacenamiento**																		
CÉN	Ítem	¿Cree que el almacén coordina con las funciones de aprovisionamiento y producción?																	
		¿Cree que la distribución física del almacén, ayuda a minimizar: la utilización de espacios y la posibilidad de algún accidente?																	
		Cree que al momento de distribuir los productos al área de producción ¿Se utiliza las reglas de flujo de salida? (PEPS, UEPS u Otros)																	
		¿Cree que el almacenista de su empresa es honesto, ordenado, responsable?																	
	Conservación y mantenimiento del producto																		
	Ítem	¿Los productos del almacén están correctamente organizados?																	
		¿Se utiliza anaqueles que permitan aprovechar mejor el espacio del almacén?																	
		¿Se identifica las áreas más frescas y ventiladas de su almacén? Con el propósito de colocar ahí productos que no requieran refrigeración.																	
		¿Se utiliza cámara frigorífica o congelador industrial para mantener los productos que requieren ser congelados?																	
		¿Se etiqueta los productos que tienen caducidad para evitar poner en riesgo su calidad?																	
	Control de Stock.																		
	Ítem	¿Cree que la empresa cuenta con un Sistema (software) de control de inventarios?																	

		¿Cree que se verifica los saldos de inventario de la empresa?																				
GESTIÓN DE INVENTARIO	**Pronostico de inventario**																					
	Ítem	¿Cree que se realiza el inventario del almacén periódicamente? Es decir, si realiza un recuento de manera continua de los productos del almacén.						X		X		X		X		X		X				
		¿Cree que se utiliza algún método para proyectar el pronóstico de inventario? (Método histórico, cualitativo u otros)																				
		¿Cree que los inventarios ayudan a pronosticar las compras?																				
	Análisis de stock.																					
	Ítem	¿Cree que, la empresa, permanentemente dispone de suficiente stock para cubrir la demanda?																				
		Cree que, la empresa, reduce al mínimo posible los niveles de existencias?																				
		Cree que para prever la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?																				
		¿Hacen uso de la tarjeta del Kardex en su empresa?																				
GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN	**Entrega del producto**																					
	Ítem	¿Cree que se entrega los productos en el momento y lugar indicado?																				
		¿Cree que se entrega el product al cliente a un costo adecuado?																				
		¿Cree que se entrega el producto en óptimas condiciones?																				
	Importancia del servicio al cliente																					
	Ítem	¿Cree que se brinda productos de calidad a sus clientes?																				
		¿Cree que se responde a las exigencias de su demanda?																				
		¿Cree que su demanda se siente satisfecha después de haber recibido su servicio?																				

Recomendaciones: _____

Apellidos y nombres : EDGAR A. FLORES HINOJOSA	**Firma:**
Cargo : SUB-GERENTE DE TURISMO GOBIERNO REGIONAL	

	Ítem	¿Cuenta con un Sistema (software) de control de inventarios?																			
		¿Verifica los saldos de inventario de la empresa?																			
GESTIÓN DE INVENTARIO	**Pronostico de inventario**																				
	Ítem	¿Considera de sus inventarios lo ayudan a pronosticar su compra?																			
		¿Utiliza algún método para proyectar el pronóstico de su inventario?																			
	Análisis de stock.																				
	Ítem	¿Considera que un software lo ayude a un mejor control de inventario?																			
		Para preveer la disponibilidad de stock, ¿utiliza el método de stock máximo y stock mínimo?																			
		¿Considera que el Kardex lo ayuda a llevar un mejor manejo de su stock?																			
GESTIÓN DE DISTRIBUCIÓN	**Entrega del producto**																				
	Ítem	¿Entrega los productos en el momento y lugar indicado?																			
		¿Entrega el producto al cliente a un costo adeacuado?																			
		¿Entrega el producto al cliente en óptimas condiciones?																			
	Importancia del servicio al cliente																				
	Ítem	¿Brinda productos de calidad a sus clientes?																			
		¿Responde a las exigencias de su demanda?																			
		¿Considera que su demanda se siente satisfecha despuesde haber recibido su servicio?																			

Recomendaciones: _____

Apellidos y nombres : Mague Diaz, Ramón Orlando	**Firma:**
Cargo : Docente Escuela Turismo y Hotelería	