GUÍA DOCENTE
2026 - 2027

FICHA TÉCNICA DE LA ASIGNATURA

Datos de la asignatura	
Nombre completo	Compra e Identificación de Producto
Código	E000015470
Título	Graduado o Graduada en Gastronomía e Innovación Culinaria por la Universidad Pontificia Comillas [GGIC 23]
Impartido en	Grado en Gastronomía e Innovación Culinaria [Cuarto Curso]
Nivel	Reglada Grado Europeo
Cuatrimestre	Semestral
Créditos	3,0 ECTS
Carácter	Optativa (Grado)
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)
Responsable	Adrián Pérez Castañer
Horario de tutorías	A determinar por el profesor
Descriptor	La asignatura aborda los procesos de compra, aprovisionamiento e identificación de productos en empresas de restauración y gastronomía. Analiza los procedimientos de suministro, selección, recepción, almacenamiento y organización de materias primas, diferenciando alimentos y bebidas perecederos y no perecederos. Desarrolla competencias para la búsqueda, selección y evaluación de proveedores, la negociación de condiciones de compra y la valoración de la calidad, el precio y los servicios asociados. Estudia los factores que influyen en la elección de productos, como el origen, la proximidad, las certificaciones, las marcas, los formatos y la sostenibilidad de los embalajes. Asimismo, profundiza en la gestión de inventarios, el control documental, la logística de abastecimiento y las relaciones entre proveedores y establecimientos de restauración para garantizar una gestión eficiente de los recursos.

Datos del profesorado	
Profesor	
Nombre	Adrián Pérez Castañer
Departamento / Área	Madrid Culinary Campus (MACC)
Correo electrónico	apcastaner@comillas.edu

DATOS ESPECÍFICOS DE LA ASIGNATURA

Contextualización de la asignatura

Aportación al perfil profesional de la titulación

La asignatura Compras e Identificación del Producto proporciona una visión integral de la cadena de suministro en el ámbito de alimentos y bebidas dentro de las empresas de hospitalidad.

Capacita al estudiante para analizar el ecosistema de compras, definir estrategias de aprovisionamiento y tomar decisiones que garanticen un suministro estable, consistente y eficiente. Asimismo, desarrolla competencias para evaluar el impacto de las decisiones de compra sobre la calidad, la rentabilidad y la sostenibilidad del negocio, fortaleciendo la capacidad de coordinación con las diferentes áreas

operativas y la gestión estratégica de los costes de producto.

Prerrequisitos

Matemáticas elementales, uso de Excel.

Competencias - Objetivos

Competencias

GENERALES

CG01	Capacidad para el pensamiento analítico y sistémico aplicado en el ámbito de la gastronomía.	
	RA1	Describe, relaciona e interpreta situaciones y planteamientos sencillos
	RA2	Selecciona los elementos más significativos y sus relaciones en textos complejos
	RA3	Identifica las carencias de información y establece relaciones con elementos externos a la situación planteada.
CG02	Capacidad de aplicar los conocimientos a la gestión gastronómica	
	RA1	Determina el alcance y la utilidad práctica de las nociones teóricas.
	RA2	Identifica correctamente los conocimientos aplicables a cada situación.
	RA3	Relaciona los conocimientos con las distintas aplicaciones profesionales o prácticas.
	RA4	Resuelve casos prácticos que presentan una situación profesional real.
CG05	Capacidad de pensar y gestionar estratégicamente en el contexto de la gastronomía.	
	RA1	Reflexiona sobre las mejores estrategias aplicables a cada situación.
	RA2	Gestiona situaciones diversas de manera dinámica, e identifica los conocimientos y destrezas aplicables en cada caso.
CG07	Capacidad crítica y autocrítica en el ámbito de la gastronomía	
	RA1	Analiza su propio comportamiento buscando la mejora de sus actuaciones
	RA2	Se muestra abierto a la crítica externa sobre sus actuaciones
CG08	Capacidad de adaptación al entorno y a nuevas situaciones generadas en el ámbito de la gastronomía.	

	RA1	Mantiene el dinamismo y el control en situaciones de presión de tiempo, desacuerdo, oposición o adversidad.
	RA2	Aplica conocimientos y formas de actuación contrastadas en situaciones conocidas a otras que son nuevas o inesperadas.
CG09	Capacidad de toma de decisiones y resolución de problemas aplicadas en el ámbito gastronómico	
	RA1	Identifica y define adecuadamente el problema y sus posibles causas.
	RA2	Plantea posibles soluciones pertinentes y diseña un plan de acción para su aplicación.
	RA1	Dispone de la capacidad para tomar decisiones de una forma autónoma.
CG10	Capacidad de trabajo en equipo en el ámbito gastronómico.	
	RA1	Participa de forma activa en el trabajo de grupo compartiendo información, conocimientos y experiencias.
	RA2	Se orienta a la consecución de acuerdos y objetivos comunes
CG11	Capacidad creativa, innovadora y de emprendimiento en gastronomía	
	RA1	Elabora trabajos adoptando enfoques originales.
	RA2	Resuelve casos prácticos aportando soluciones nuevas y diferentes ante problemas y situaciones habituales en la práctica profesional.
CG12	Habilidad para planificar y gestionar el tiempo en la actividad gastronómica.	
	RA1	Planifica su trabajo personal de una manera viable y sistemática.
	RA2	Se integra y participa en el desarrollo organizado de un trabajo en grupo.
CG13	Capacidad para diseñar y gestionar proyectos en el ámbito gastronómico.	
	RA1	Planifica un proyecto complejo recogiendo información del entorno.
CG14	Compromiso ético aplicado a la gestión gastronómica.	
	RA1	Adecua su actuación a los valores propios del humanismo y la justicia.
	RA2	Procura defender los derechos humanos y los valores de la ética medioambiental ante sus compañeros
CG15	Capacidad de comunicación oral y escrita en el entorno gastronómico	

	RA1	Expresa sus ideas de forma estructurada, inteligible y convincente.
	RA2	Escribe con corrección.
	RA3	Elabora, cuida y consolida un estilo personal de comunicación, tanto oral como escrita, y valora la creatividad en estos ámbitos
ESPECÍFICAS		
CE10	Diseñar y planificar la elaboración de menús, oferta gastronómica y eventos adaptados a las expectativas del cliente y el entorno.	
	RA1	Aprender a planificar, diseñar y realizar un evento, teniendo en cuenta diversos ámbitos: comunicación, comercialización, gestión y control de gastos, así como los condicionantes legales, institucionales, sociales y culturales que influyen en su planificación.
	RA2	Dominar los distintos tipos de protocolos, conjunto de reglas, formales, de cortesía, sociales o establecidas por costumbres que rigen los distintos actos, ceremonias y otros eventos.
CE12	Comprender las características distintivas de la organización de una empresa del sector de la restauración, de la hotelería y/o de la alimentación.	
	RA1	1 Aunar los conocimientos previos relacionados con la creación y puesta en marcha de un modelo de negocio vinculado al sector de la restauración.
	RA2	Poder auditar a una empresa en funcionamiento e implementar los diversos manuales de operación y de control para optimizar su funcionamiento.
	RA3	Entender las diversas tipologías de estructuras de organización, gestión y funcionamiento en el sector hotelero y los diferentes modelos existentes relacionados con la gastronomía y el alojamiento.
	RA4	Gestionar y desarrollar proyectos de investigación, siguiendo todas las etapas del mismo, haciendo hincapié en la protección de la propiedad intelectual, los modelos de cooperación empresarial, la búsqueda de financiación y la generación de bases de datos.
CE17	Conocer y analizar las tendencias actuales y la conceptualización de las propuestas en el ámbito gastronómico.	
	RA1	Conocer las estructuras en el sector turístico y tendencias relacionadas con la gastronomía, experiencias entorno al turismo gastronómico, así como ser capaces de identificar, analizar e implementar dichas estructuras.
	RA2	Conocer los factores claves en el diseño de negocios relacionado con la gastronomía. La importancia de los detalles que transmiten personalidad y dan sentido a la conceptualización de la empresa: arquitectura, interiorismo, mobiliario, vajillas, vestimenta, etc.
	RA3	Saber llevar a cabo la creación y el desarrollo de un proyecto, anudando los diversos puntos claves para su conceptualización y definición: Oferta, producto, servicio, ubicación, gestión, líneas de venta, target, etc.

ESPECÍFICAS DE OPTATIVIDAD		
CEOMCG05	Identificar, enumerar y determinar los procesos para el desarrollo de un proyecto de investigación.	
	RA1	Especifica los pasos necesarios para el desarrollo de una investigación.
	RA2	Detalla los parámetros para planificar cada proceso dentro del proyecto.
CEOMCG06	Capacidad de generar y conceptualizar una oferta basada en una visión analítica de las tendencias, estilos y movimientos gastronómicos actuales.	
	RA1	Conoce y analiza las distintas tendencias y modelos de éxito, así como los estilos y movimientos gastronómicos del momento.
	RA2	Capacidad de generar una oferta fundamentada en el estudio de mercado
CEOMGG06	Identificar, valorar y seleccionar las materias primas en base a la calidad de las mismas y, a las necesidades de compra y actuaciones de negociación, el abastecimiento y la logística.	
	RA1	Discernir las tipologías de materias primas preferentes para servicios de gastronomía incluidos grandes colectivos.
	RA2	Dominar y aplicar estrategias usadas en procesos de negociación para la compra de producto, estudiando ofertas y comparativas.
	RA3	Planificar y programar las operaciones de abastecimiento, logística, compra y suministro.
	RA4	Integrar en la compañía la gestión y control de inventarios y el aprovisionamiento, controlando documentos y stocks, entrada y revisión de materias, almacenaje y costes de gestión.
CEOMGG07	Saber gestionar el abastecimiento, la logística y los procesos de producción en el ámbito organizacional de una empresa dentro del sector gastronómico, mediante la implementación los diferentes elementos de un sistema de planificación.	
	RA1	Conocer y analizar los factores determinantes que intervienen en la gestión de la oferta de alimentación y bebidas de una empresa vinculada a la gastronomía.
	RA2	Control y seguimiento de la propuesta utilizando las herramientas adecuadas para ello.
	RA3	Describir los elementos que participan en la prestación de servicios y la configuración de la oferta.
	RA4	Analizar las oportunidades de mercado, seleccionando, planificando y ejecutando la operativa en función de estas.

BLOQUES TEMÁTICOS Y CONTENIDOS

Contenidos – Bloques Temáticos

BLOQUE I – Delimitación y ecosistema de las compras

Tema 1: Introducción a las compras

1. Fundamentos de las compras
2. El ecosistema de compras
3. Los actores del mercado

Tema 2: Identificación de ingredientes bajo criterios de rentabilidad

1. Identificación y caracterización del ingrediente
2. Variables económicas del ingrediente

BLOQUE II – El proceso de la cadena de suministro

Tema 3: Aprovisionamiento: planificación, previsión y seguimiento del stock

1. Delimitación del proceso de aprovisionamiento
2. Análisis y diseño de la estrategia de aprovisionamiento

Tema 4: Comprar: búsqueda, negociación, selección y homologación

1. La compra como función estratégica
2. Búsqueda, identificación y evaluación de los proveedores
3. Negociación, selección y formalización de la relación comercial

Tema 5: Abastecimiento y Almacenaje: flujo operativo y logística interna

1. El abastecimiento como sistema operativo
2. Planificación y ejecución del abastecimiento
3. Recepción, control y gestión de pedidos
4. Almacenaje y conservación

BLOQUE III – Evolución y optimización del sistema de compras

Tema 6: Estructuras organizativas: Centrales de compras y operadores logísticos

1. Diseño en la cadena de suministro
2. Modelos de centralización y distribución
3. Implicaciones estratégicas, económicas y operativas

Tema 7: Optimización y auditoría del ecosistema de compras

1. ¿Qué significa optimizar una cadena de suministros?
2. Auditoría y análisis del ecosistema de compras
3. Estrategias de optimización y mejora continua

METODOLOGÍA DOCENTE

Aspectos metodológicos generales de la asignatura

Metodología Presencial: Actividades

Clases expositivas y participativas Exposición de los conceptos fundamentales combinada con preguntas, debate y análisis de situaciones reales del sector.	CG01, CG05, CG12, CG13
Aprendizaje basado en proyectos, casos y retos (individual y colaborativo) Resolución de casos reales, elaboración de ejercicios prácticos y desarrollo progresivo de un proyecto aplicado de compras. Se alternan actividades individuales y en equipo para favorecer el análisis, la aplicación práctica y la toma de decisiones en contextos gastronómicos reales.	CG01, CG05, CG09, CG12, CG13
Tutorización y acompañamiento personalizado Espacios periódicos de seguimiento individual o grupal orientados a resolver dudas, orientar el desarrollo de los proyectos, proporcionar retroalimentación y adaptar el aprendizaje a las necesidades e intereses del alumnado, aprovechando el reducido tamaño del grupo.	CE12

Metodología No presencial: Actividades

Estudio personal y documentación Estudio individual de los contenidos, revisión de bibliografía y recursos proporcionados, búsqueda y análisis de información del sector, y preparación de las sesiones presenciales para favorecer un aprendizaje continuo y reflexivo.	CE12
Desarrollo de trabajos y proyectos Elaboración de actividades individuales y grupales orientadas a aplicar los conocimientos adquiridos, resolver problemas reales y desarrollar progresivamente el proyecto de la asignatura mediante el trabajo colaborativo y la gestión autónoma del tiempo.	CG01, CG02, CG05, CG09, CG12, CG13

RESUMEN HORAS DE TRABAJO DEL ALUMNO

HORAS PRESENCIALES	
AF1. Clases participativas y expositivas	AF4. Trabajos individuales / grupales
20.00	10.00
HORAS NO PRESENCIALES	
AF4. Trabajos individuales / grupales	AF2. Estudio personal y documentación
25.00	25.00
CRÉDITOS ECTS: 3,0 (80,00 horas)	

EVALUACIÓN Y CRITERIOS DE CALIFICACIÓN

El uso de IA para crear trabajos completos o partes relevantes, sin citar la fuente o la herramienta o sin estar permitido expresamente en la descripción del trabajo, será considerado plagio y regulado conforme al Reglamento General de la Universidad.

Actividades de evaluación	Criterios de evaluación	Peso
SE01. Examen oral o escrito	-	50 %
SE03. Evaluación de trabajos individuales/grupales	-	20 %
SE06. Participación activa del alumno	-	20 %
SE04. Evaluación de exposiciones individuales/ grupales	-	10 %

Calificaciones

La calificación final de la asignatura será numérica entre 0 y 10 puntos de acuerdo con la siguiente escala: 0-4'9 suspenso; 5-6'9 aprobado; 7-8'9 notable; 9-10 sobresaliente.

La fórmula derivada de la ponderación que aparece en el apartado anterior está sometida, sin embargo, a las siguientes normas:
- En caso de suspender la convocatoria ordinaria, el alumno tiene derecho a una convocatoria extraordinaria en junio. La calificación final será la correspondiente a aplicar la siguiente fórmula: CF = 0,5xEF + 0,5xEC, donde CF es "calificación final"; EF es la nota del examen final en convocatoria extraordinaria y EC es la evaluación continua.
- A partir de la tercera convocatoria de examen, la nota obtenida será la mejor nota entre la nota del examen final (siempre que sea de un mínimo de 5) y la obtenida considerando la evaluación continua en caso de que el alumno la haya cursado.

Las actividades docentes son de asistencia obligatoria para todos los alumnos. Cada inasistencia no justificada penalizará un 5% sobre la nota final. A partir de la falta no justificada, el alumno deberá presentarse en la prueba extraordinaria.

USO DE CHATGPT U OTRA IAG

El uso indebido de ChatGPT u otra IAG será considerado como falta grave, según el Reglamento General de la Universidad, art. 168.2.e: "realización de acciones tendentes a falsear o defraudar los sistemas de evaluación del rendimiento académico". Las consecuencias de ello serán "la expulsión temporal de hasta tres meses o la prohibición de examinarse en la siguiente convocatoria a la imposición de la sanción, en una o en varias asignaturas de las que se encuentre matriculado el alumno, [...] aparte de suponer la calificación de suspenso (0) en la respectiva asignatura, [...] [y] la prohibición de examinarse de esa asignatura en la siguiente convocatoria". En concreto, en esta asignatura el profesor podrá permitir el uso de IAG para actividades concretas de la asignatura, estando el alumno obligado a lo siguiente:
Que el alumno indique de forma explícita y clara para qué ha usado IAG (ChatGPT). Todo contenido creado con IA generativa deberáestar

etiquetado como tal. Todo contenido que emplea IA generativa y es adaptado deberá estar etiquetado como tal, al igual que se citan autores.

Que incluya como material adicional (anexos) el prompt completo (preguntas y respuestas) de su conversación con IAG (ChatGPT) paragenerar la tarea.

En caso de no cumplir las obligaciones anteriores, el uso de IAG por parte del alumno se considerará un uso indebido a los efectos anteriormente señalado

BIBLIOGRAFÍA Y RECURSOS

Bibliografía Básica

elBullifoundation (2026) Plan Genhesis. Plan de empresa para la restauración gastronómica

Bibliografía Complementaria

Donella Meadows. Pensar en sistemas. Un manual de iniciación. Capitán Swing

Lafley A G. Jugar para ganar. Arpa Y Alfil

Páginas web

Moodlerooms de la asignatura.

https://elbullifoundation.com/proyecto/madrid-culinary-campus/

https://elbullifoundation.com/proyecto/caixabank-lab-campus/

https://metodologiasapiens.com/