

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.217>

Procesos operacionales en el manejo de proveedores, su aplicación en empresas comerciales e industriales, Ecuador-2022

Operational Processes in Supplier Management of Suppliers, Their Application in Commercial and Industrial Companies, Ecuador 2022

Gina del Pilar Rendon Guerra

Universidad Técnica Estatal de Quevedo
grendon@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/000-0002-7197-4764>
Quevedo- Ecuador

Odila Lucinda Mena Hidalgo

Directora Distrital del Distrito 22D01- Joya de los Sachas-Educación
odila.mena@educación.gob.ec
<https://orcid.org/0000-0003-4044-4135>
Joya de los Sachas – Ecuador

Ruth Elizabeth Racines Macias

Universidad técnica Estatal de Quevedo
eracines@uteq.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-5424-2943>

Artículo recibido: día 7 de diciembre de 2022. Aceptado para publicación: 17 de diciembre de 2022.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .



Como citar: Rendon Guerra, G. del P., Mena Hidalgo, O. L., & Racines Macias, R. E. (2022). Procesos operacionales en el manejo de proveedores, su aplicación en empresas comerciales e industriales, Ecuador-2022. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 1746-1760. DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.217>

Resumen

Para alcanzar la estabilidad de las empresas en el mercado, se debe contar con proveedores establecidos que cumplan parámetros de calidad, se establezcan acuerdos económicos con las empresas negociadoras, de acuerdo a las políticas establecidas entre las dos partes, dentro de este rango existen otros factores que deben ser analizados, como la gestión del control, procesos de abastecimiento, selección del proveedor, evaluación de riesgo, negociación contractual, inducción de nuevos productos y gestión de rendimiento y monitoreo/mitigación de riesgos. El presente trabajo está enfocado a demostrar cual es la base de las relaciones comerciales, de las empresas, utilizando valores categóricos en función a 5 ítems, que reúnen los porcentajes finales del estudio que se le hace a los proveedores en las empresas comerciales Mundo Office, Ferretería Yamaha y Natural Shop, incluyendo para el análisis una empresa industrial; Agropesa, en donde se investiga la importancia que se le da a los factores de calidad, condiciones económicas y políticas de la empresa para las relaciones contractuales con los proveedores. La metodología se enfocó en la revisión literaria de los principales factores que inciden en la selección de proveedores, se exploró áreas específicas en empresas del área de Quevedo-Ecuador, aplicando el método categórico donde se definieron una lista las variables o factores, asignado una calificación de rendimiento para cada atributo. De esta investigación se determina que, a pesar de las variables estudiadas entre las empresas comerciales y la empresa industrial, las variables influyentes no pueden competir con el grado de confianza, pero se establece necesario en la selección de proveedores aplicar calificaciones objetivas para tomar decisiones.

Palabras clave: procesos, proveedores, empresas, calidad

Abstract

To achieve the stability of the companies in the market, there must be established suppliers that meet quality parameters, economic agreements are established with the negotiating companies according to the policies established between the two parties, within this range there are other factors that must be analyzed, such as control management, supply processes, supplier selection, risk assessment, contract negotiation, onboarding and performance management, and risk monitoring/ mitigation. The present Works is focused on demonstrating, of commercial relationships, of companies, using categorical values based on 5 items, which meet the final percentages of the study that is made to suppliers in the Mundo Office commercial companies, Yamaha hardware and the Natural Shop, including for the analysis an industrial company; Agropesa, where the importance given to quality factors, economic conditions and company policies for contractual relations with suppliers is investigated. The methodology focused on the literary review of the main factor that affect the selection of suppliers, specific areas were explored in companies in the Quevedo-Ecuador area, applying the categorical method where a list of variables or factors was defined assigned a rating performance for each attribute. From this research it is determined that, despite the variables studied between the commercial companies and the industrial company, the influential variables cannot compete with the degree of trust, but it is necessary in the selection of suppliers to apply objective qualifications to make decisions.

Keywords: suppliers, quality, economic conditions and company policies

INTRODUCCIÓN

Toda organización debe asegurarse que los productos y servicios suministrados a la organización sean óptimos, esto se logra cuando se reconoce que el producto o servicio presentan características de calidad, una calidad que generalmente se debe a procesos operacionales que siguen un esquema estructural, bajo normativas estándar establecidas dentro de un proceso.

Cuando una empresa maneja un esquema de procesos, está monitoreando la gestión de riesgos que se tiene con los proveedores, esto es velar por el cumplimiento contractual, que servirán para mantener las relaciones comerciales con la cadena de suministro

La gestión de proveedores es el acto de encontrar, obtener y gestionar recursos vitales para las operaciones de una organización, a través de proveedores. Esto incluye una evaluación de los puntos fuertes y las capacidades de los proveedores en todo el ciclo de vida de un proveedor en una organización en relación con la estrategia empresarial global. (Frascaroli, Benjamín, 2019)

En la gestión de proveedores debe existir una relación comercial entre el comprador y su proveedor, de bienes o servicios, esta conexión facilita a la organización el desarrollo de sus operaciones, la misma que debe estar establecida en marco de proceso legal definida por la empresa y aceptada por el proveedor, en este contexto se desarrollan estrategias que vienen a formar parte de este proceso.

Este proceso requiere de controles, establecidos en cada una de sus etapas para corregir incumplimientos, que además servirán para que el proveedor, conozca las medidas básicas que requiere la entrega de su producto, un proceso facilitará conocer la parametrización de la documentación, gestión de incidencias, alertas de incumplimiento, caducidad del producto, y gestión de pagos

Existen empresas que cuentan con procesos de control de proveedores, estableciendo su propia normativa que va en relación con la naturaleza de formación como organización, que los impulsa la necesidad de llevar un control

Una gestión de control de proveedores debe estar inmersa en la ISO 9001 (Sistemas de gestión de calidad), en su punto 4.7.1: porque el impacto potencial de los procesos, productos y servicios suministrados externamente en la capacidad de la organización debe cumplir regularmente los requisitos del cliente y las formas legales y reglamentarios aplicables. (Escuela Europea de Excelencia, 2020)

La norma establece la importancia del control a proveedores, para darle seguimiento al producto adquirido o servicio subcontratado sobre todo si este incide directamente en la calidad del producto o servicio que se está procesando¹.

El presente artículo presenta los factores de análisis en un proceso de selección de proveedores, con estudios realizados en diferentes empresas de la zona de Quevedo, para llegar al objetivo principal de la investigación:

Demostrar cual es la base de las relaciones comerciales, de las empresas y los proveedores

¹ Norma ISO 9001, p. 2015. Gestión de Proveedores

Marco conceptual

El rol que asumen los proveedores es fundamental en la búsqueda de nuevos modelos logísticos que aumenten la competitividad en las empresas. (Granillo, Macias Rafael, & Isidro, 2020). Dentro de este marco, los sistemas de gestión se han convertido en una herramienta importante para optimizar la gestión de las organizaciones (Nunez, Cordero, López, & Daniel,, 2020) Esto implica enfocarse en cada una de las etapas y componentes de la selección de proveedores, que pueden incluir actividades tales como identificar la estrategia competitiva, formular criterios e indicadores para seleccionar proveedores, desarrollar métodos de selección de proveedores, seleccionar proveedores candidatos, selección final de proveedores, formulación de programas de desarrollo de proveedores, evaluación el desempeño de proveedores, entre otras. (Cano & Ayala, 2020) La Gestión de Procesos coexiste con la administración funcional, asignando "propietarios" a los procesos clave, haciendo posible una gestión interfuncional generadora de valor para el cliente y que, por tanto, procura su satisfacción. Determina qué procesos necesitan ser mejorados o rediseñados, establece prioridades y provee de un contexto para iniciar y mantener planes de mejora que permitan alcanzar objetivos establecidos. (Barreneche, 2010)

Análisis del contexto y particularidades de la cadena de abastecimiento

Desde la perspectiva del comprador, las primeras etapas de la gestión de relaciones con el proveedor son: Selección del proveedor, evaluación de riesgo, negociación contractual, onboarding y gestión de rendimiento y monitoreo/mitigación de riesgos

Selección del proveedor. - debe tener como criterio principal, la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de cofabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago. Así mismo, implica una decisión que, en algunos casos, puede resultar bastante difícil, debido a la naturaleza y a la diversidad de los productos y servicios que se adquieren y de las variaciones cualitativas y cuantitativas en el comportamiento de la demanda. (Sarache, Castrillón, & Ortiz, 2009)

Evaluación de riesgo.- El desempeño de los proveedores en diversas situaciones del mercado, es el fundamento para desarrollar estrategias, acciones y medidas de mitigación preventivas, no con intenciones restrictivas que limitan su participación en el mercado, sino con el proposito de reducir la materialización de ciertos riesgos, o bien superarlos con éxito, de aquí la importancia de conocer la conducta y las características asociadas al riesgo intrínseco de los proveedores en el mercado, es decir, que entienda cómo responden a los desafíos, exigencias, competencia, capacidad financiera, mejoramiento tecnológico; cómo trabajan y cuál es su motivación comercial. (Charris & Llamas, 2019)

Existen múltiples evidencias que ayudan a identificar riesgos asociados a ciertas características: desempeño histórico, circunstancias concretas de los potenciales contratistas, entre otros, que permiten deducir un proceder proclive a incurrir en fallas o incumplimientos, es decir, con cierto grado de riesgo contractual. (Charris & Llamas, 2019)

Negociación contractual. – Se debe establecer un plan de homologación de proveedores y especificaciones de compra, tomando en consideración los siguientes aspectos: Requisitos de homologación superiores a los mínimos exigidos: descripción de las especificaciones de compra (Según el producto que se adquiera); procedimiento de comprobación del grado de cumplimiento de las especificaciones solicitadas; procedimiento de actuación en caso de incumplimiento de las especificaciones. El objetivo de la gestión es tener la disponibilidad del producto cuando se necesite, con la calidad que se exija, con la cantidad necesaria, y al menor coste posible. Por ello debemos distinguir las variables del tiempo, calidad, cantidad y coste como elementos primordiales de esta función. (ISGEG , 2016)

Gestión de rendimiento y monitoreo/mitigación de riesgos

Una Gestión de rendimiento esta implícita en muchos riesgos que se presentan cuando se está inmerso en una cadena de suministro, la gestión no solo involucra procesos de los productos en una cadena de distribución, su rendimiento será el éxito que se consiga tras resultados de estrategias aplicadas en riesgos; como:

- Paradas de planta porque algún proveedor no pudo cumplir con el pedido de materia prima o empaque debido a averías en su planta o incumplimiento del suministro por parte de uno o varios de sus proveedores, lo cual se traduce en un incremento continuo de los costos de producción mientras se mantenga la maquinaria y mano de obra detenidas.
- Paradas de planta por falta de inventario debido a que las mercancías están detenidas en las carreteras del país por protestas, o terrorismo, generando incremento de costos.
- Pérdida de mercancías en accidentes de tránsito a causa de imprudencia de los conductores directos o subcontratados, o falta de mantenimiento en los vehículos propios o de terceros.
- Problemas legales por productos contaminados o de mala calidad que han afectado la integridad de consumidores finales, esto debido a mala manipulación en las instalaciones de los distribuidores, detallistas o transportadores, o debido a la utilización de materiales o equipos defectuosos entregados por el proveedor Problemas legales debido a responsabilidad directa o indirecta en la contaminación ambiental o afectación a una comunidad por mala disposición 14 de residuos durante las operaciones, transporte o después del consumo o utilización del consumidor final. (Valencia, 2015)

Gestión de procesos de abastecimiento

La gestión de la cadena de abastecimiento es una actividad interdisciplinaria que vincula varias áreas de la empresa, desde compras hasta el servicio postventa, pasando por el abastecimiento de materias primas, la producción, el manejo de inventarios, distribución de productos, transporte y gestión de información (Díaz, 2017)

La función de aprovisionamiento exige procesos logísticos más eficientes y se constituye en una verdadera fuente de ventaja competitiva. Su estrategia debe ir alineada con la estrategia empresarial y con los objetivos generales de competitividad; por lo tanto, las metas de aprovisionamiento se deben fijar en función de un conjunto amplio de criterios como el costo, la calidad, la disponibilidad, los plazos de entrega y el servicio. (Sarache, Castrillón, & Ortiz, 2009)

Estas nuevas exigencias implican una necesidad de transformación de los procesos y de mejora miento de las relaciones con los proveedores, proyectando alianzas de largo plazo. Se empieza a comprar productos más complejos que constituyen una parte importante del producto final, trasladando las exigencias de los clientes a los proveedores. (Parra, Nino, & Mónica, Reflexiones en torno a la logística de aprovisionamiento: Antecedentes y tendencias, 2021)

Por lo tanto, debemos tratar a la gestión de la cadena de abastecimiento, no como un proceso funcional u operativo de la empresa, sino como un modelo de gestión y planeación dentro de la organización que puede conllevar a ventajas competitivas y marcar la diferencia en el mercado. La importancia de la gestión de la cadena de abastecimiento viene de la mano de la mejora en la logística de la empresa, en pro de mejorar el servicio al cliente, optimizando los procesos tales como:

- Mejora de las líneas de producción.
- Eficiencia en la producción y uso de materiales, alcanzando altos niveles de manufactura.
- Mantenimiento de niveles óptimos de inventarios, aumentando la rotación de estos.
- Aprovechamiento de los sistemas de información. (Díaz, 2017)

Relación proveedores

Las organizaciones no pueden construir y sostener una ventaja competitiva sin entender y administrar a sus proveedores. Se debe conocer a detalle, de donde vienen los productos, que contienen, como afectan el ambiente y cuáles son las condiciones de las personas asociadas con su extracción, transformación, traslado y custodia (Campo & Jesus, 2019). Las alianzas estratégicas entre clientes y proveedores tienen el potencial de maximizar el valor para cada organización y para el desempeño de la cadena de suministro en su conjunto, para lo cual es vital el desarrollar una cultura organizacional basada en la filosofía Ganar-Ganar y ser consideradas en los planes estratégicos. Los proveedores son coprotagonistas no sólo de la calidad, sino también de los costos, la innovación y del tiempo, estos deben responder conjuntamente de una forma rápida y flexible a las necesidades de un mercado cambiante y a las exigencias de los clientes. (Corazon, 2020)

La relación es similar a la existente entre un distribuidor y un fabricante, con una diferencia significativa: mientras que en la relación minorista-distribuidor las órdenes son motivadas por una demanda incierta del consumidor, las órdenes de componentes pueden ser determinadas de manera precisa una vez el fabricante ha decidido su programa de producción y son dependientes de este. (Parra, Nino, & Suarez, 2022)

Abastecimiento

El abastecimiento se sustenta en la relación con los proveedores interdependiente, sustentadas en bases transparentes para establecer conexiones comerciales sanas. Esta relación sana y saludable con los proveedores empieza desde la identificación de los proveedores, su calificación, contratación, evaluación y desarrollo o término de la relación, en proceso de gestión de proveedores

Identificación de proveedores, determinado el requerimiento por parte de los solicitantes internos, identifica en el mercado a aquellas empresas productoras, en un número mínimo de 5 y máximo de 10, considerando los costos de precio del producto y transporte, así como la calidad y especificaciones internas del producto. Este listado permanecerá en la base de datos del departamento de compras y actualizado según los comportamientos del mercado.

Calificación, esta es parte de la identificación, características necesarias para el listado, donde se establece las características de calidad, costo, oportunidad de entrega, servicio, administración de riesgos, innovación y sostenibilidad. Para ello existe un proceso de solicitud de información en donde se pide a los proveedores datos sobre quiénes son, de qué tamaño son, cuáles son sus políticas y procedimientos, así como sus capacidades financieras, comerciales y operativas. (Mendoza, 2020)

Negociación y contratación, considerados los proveedores más adecuados que satisfacen los requerimientos y se ajustan a las políticas de la empresa. Entonces se procede a la negociación y eventual contratación. Se emite una solicitud de propuesta, en la que se pregunta a los proveedores cómo abastecerían las necesidades de productos de la organización. El posible proveedor emite una solicitud de cotización, considerando precios y formas de pagos. Los indicadores claves en este proceso de gestión son los contratos claros de confidencialidad, de suministro de mercancía y de nivel de servicios. (Mendoza, 2020)

Evaluación y clasificación de los proveedores, contando con la solicitud de propuesta de por lo menos 5 empresas, se define al proveedor, y se da inicio a la fase de desarrollo, es decir, que empiece a abastecer el producto. Se le define los términos de los KPIs establecidos, para evaluaciones mensuales, trimestrales, semestrales o anuales dependiendo del grado de importancia del producto que provee a tu empresa. Esta evaluación clasifica a los proveedores en diversas categorías:

Tabla 1

Clasificación de proveedores según las diversas categorías

Apalancados	Cuellos de Botella	Estratégicos
Productos de bajo impacto, proveen alto volumen y es fácil sustituirlos con otros proveedores	Tienen bajo impacto, pero se pueden sustituir fácilmente	Son de alto impacto en los procesos y no pueden sustituirse fácilmente

Desarrollo de la relación con proveedores o terminación, definido al proveedor en función al cumplimiento de los KPIs. U otros requerimientos preestablecidos en los contratos, se comienza la relación partnership para asegurar el abastecimiento (Garcia d. l., 2020).

El último paso es terminar una relación. Esto no tiene que ser necesariamente porque el proveedor fue malo, sino también porque las necesidades de tu empresa cambiaron. El procedimiento para terminar con un proveedor debe estar establecido en los literales del contrato no se puede simplemente dejar de comprarle o bajar el volumen de mercancía. (Mendoza, 2020)

Fundamentos de la gestión de abastecimiento. Los procesos de globalización o la apertura a mercados mundiales en los cuales están encaminados todos los países, gracias a los acuerdos comerciales se abren posibilidad de obtener materias primas en el extranjero, para que sean transformadas a nivel local y tengan la opción de ser comercializadas en mercados internacionales. Además, las marcas, están integrando mayores niveles de diferenciación de los productos y servicios, por la mayor exigencia de los clientes sumergiéndose en una alta competitividad, esto ha creado una oferta de productos y servicios que motiva a los clientes buscar el factor diferenciador de cada producto, al igual o menor precio que los productos tradicionales.

El desarrollo de sistemas tecnológicos facilita ubicar las marcas en diferentes países, como el caso de la marca ecuatoriana Inalecsa, que entrega su portafolio a más de 10 países en el mundo, entre ellos: España, Estados Unidos, Perú, Italia, Suiza, Alemania, Australia, entre otros. (Camara de comercio de Quito, 2021). Esto es el resultado de una buena comunicación en la gestión de la cadena de suministro que es capaz de ubicar y mantener a la empresa en mercados internacionales. Una gestión de abastecimiento se fundamenta en sistemas de información logística, para el flujo de la información. Cuando se utilizan sistemas de información logística, los flujos de información se convierten en datos importantes crucial para la toma de decisiones, las empresas logran ser más productivas y competitivas ya que al manejar información de forma eficiente y precisa se puede gestionar correctamente la cadena de suministro, minimizar los errores, ahorrar tiempo y dinero, optimizar entregas y aumentar la calidad del servicio al cliente

La certificación internacional de procesos de calidad (normativa ISO, exigido mundialmente como requisito inicial por muchos clientes) ha estandarizado los sistemas de calidad, dando confianza al consumidor • La movilidad de los factores de producción y de capital alrededor de todo el mundo, la movilidad del conocimiento y las tecnologías. • La posibilidad de allegarse recursos desde fuentes antes desconocidas o inaccesibles. Cuando se habla de recursos se refiere a todas sus variantes: financieros (presencia de intermediarios financieros extranjeros), consultores y educativos, bancos de información, proveedores especializados (agentes logísticos y transportistas, por ejemplo), entre otros. • El cambio de la producción masiva a la producción flexible (personalización masiva de la producción). Creciente posibilidad de caracterizar productos y servicios según las necesidades de los clientes. (Díaz, 2017)

Implementación de un buen sistema de selección de proveedores

No todos los sectores organizacionales cuentan con un acertado sistema de selección de proveedores. Estudios realizados en la ciudad de Quevedo-Ecuador, demuestran la necesidad de implementar, un sistema de selección que garantice la calidad del producto, bajo condiciones económicas que facilite abastecer a los mercados, dentro de un marco legal que busca un equilibrio de logística entre las dos empresas negociadoras

La evaluación tiene como objeto calificar a un grupo de proveedores, y así seleccionar aquellos que cumplen los estándares de calidad, y descartar aquellos que son declarados "no aptos". La Organización debe evaluar y seleccionar a los proveedores en función de su capacidad para suministrar productos de acuerdo con los requisitos de la organización.

El Propósito de esta investigación es establecer los factores de análisis para demostrar la base de las relaciones comerciales de las empresas y los proveedores, tomando como estudio 4 empresas del área.

MÉTODOLÓGIA

Dado el carácter cualitativo (Cano A. J., 2020) y exploratorio de este trabajo, la metodología se enfocó en la revisión literaria de los principales factores que inciden en la selección de proveedores, se exploró áreas específicas en empresas del área de Quevedo, aplicando el método categórico donde se definieron una lista las variables o factores, asignado una calificación de rendimiento para cada atributo y término categórico en tres empresas comerciales del sector de Quevedo una empresa industrial para realizar comparación de los factores en análisis.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los valores categóricos están en función a 5 ítems, que reúnen los porcentajes finales del estudio que se le hace a los proveedores en las empresas comerciales Mundo Office, Ferretería Yamaha y Natural Shop, incluyendo para el análisis una empresa industrial; Agropesa, en donde se investiga la importancia que se le da a los factores de calidad, condiciones económicas y políticas de la empresa para las relaciones contractuales con los proveedores

Tabla 2

Análisis de las empresas comerciales

Calidad	Librería Mundo Oficce	Comercial Ferretería Yamaha	Comercial Natural shop
Calidad del producto	9	9	9
Características técnicas	8	8	8
Garantía	8	8	5
Personal técnico	8	8	5
Asistencia Técnica y servicio postventa	7	7	5
TOTAL	40	40	32
Condiciones Económicas			
Precio	9	9	8
Formas de Pago	8	8	7
Presentaciones del producto	9	9	8
Recargos	7	7	7
Descuentos	8	8	7
TOTAL	41	41	37
Políticas de la empresa proveedora			
Condiciones para terminar el contrato	9	8	8
Plazos de entrega	7	7	9
Métodos de abastecimiento	8	8	8
Devoluciones	8	8	7
Ofertas	8	8	7
TOTAL	40	39	39

Para el análisis de la gestión de proveedores en las empresas comerciales se utilizaron indicadores del 1 al 10, que valoran el porcentaje de gestión que realiza la empresa comercial, de lo que se puede determinar que la calidad, condiciones económicas y políticas de la empresa proveedora no llegan a un porcentaje de 100%, dado que a pesar de existir normativas contempladas en la ISO 9001 (Sistemas de gestión de calidad), todavía hay que modificar las costumbres de interacción en el proceso de compra, normar la irregularidad en los procesos llevados a cabo con cada proveedor debido a una práctica no estandarizada, está claro que existe dependencia de una persona específica para llevar a cabo las funciones referentes al abastecimiento y la imposibilidad en la evaluación de las funciones ejercidas por la persona encargada de dirigir el proceso de abastecimiento. (Upiachihua & Acevedo, 2019)

El Factor de calidad en las empresas comerciales Mundo Office, Ferretería Yamaha y Natural Shop mantiene una variable que va de entre 30 a 40 %, (óptimo 50%), debido a la existencia de un sistema de economía de mercado en donde las empresas eligen a sus clientes según sus preferencias y disponibilidades del medio ambiente. Este es un factor de análisis en entra en la cadena de suministro, donde los proveedores determinan las economías de los mercados para el abastecimiento de los productos.

Tabla 3

Análisis comparativo de la empresa comercial con la empresa Industrial

Calidad	Librería Mundo Oficce	Comercial Ferretería Yamaha	Comercial Natural shop	Empresa Industrial Agropesa
Calidad del producto	9	9	9	10
Características técnicas	8	8	8	10
Garantía	8	8	5	10
Personal técnico	8	8	5	10
Asistencia Técnica y servicio postventa	7	7	5	9
TOTAL	40	40	32	49
Condiciones Económicas				
Precio	9	9	8	9
Formas de Pago	8	8	7	8
Presentaciones del producto	9	9	8	9
Recargos	7	7	7	7
Descuentos	8	8	7	1
TOTAL	41	41	37	34
Políticas de la empresa proveedora				
Condiciones para terminar el contrato	9	8	8	10

Plazos de entrega	7	7	9	10
Métodos de abastecimiento	8	8	8	10
Devoluciones	8	8	7	10
Ofertas	8	8	7	1
TOTAL	40	39	39	41

La situación económica del cliente define la calidad del producto que desea adquirir, es así que la calidad en los bienes que ofertan es importante, pero desde el grado de necesidad que experimente. Para la investigación fue necesario definir el mercado, no solo para definir sus proveedores sino para conocer quiénes son sus consumidores.

Esto es diferente en una empresa industrial los productos de consumo requieren 100% de calidad como se lo demuestra en la empresa Agropesa, una empresa dedica a la industrialización de cárnicos. En alimentación: La calidad nutritiva y de composición es la primera que se aprecia ya que aquí se busca en primer término cubrir los requerimientos nutricionales del organismo. Algunas operaciones de transformación del alimento pueden modificar su composición química, sobre todo en los componentes minoritarios, con lo que se alteraría su valor nutricional. El consumidor espera también que el alimento ingerido posea unas determinadas cualidades sensoriales (como olor, color, sabor, textura) de apreciación hedónica. Solo algunas de ellas son activas o experimentables en el momento de la compra (en alimentos frescos no envasados), siendo muy importantes ya que el consumidor asocia conjuntos de cualidades (fundamentalmente los aspectos organolépticos con los nutritivos) basándose en experiencias pasadas e ideas que son complementadas por reacciones emocionales. La apreciación sensorial tiene gran importancia en la evaluación de la calidad por el consumidor y si no alcanza un nivel suficiente se produce un rechazo que las otras características de calidad no pueden compensar. (Prieto, Mouwen, López, & Cedeno, 2008)

CONCLUSIONES

Mucho se ha hablado acerca de normativas estrategias, muy bien establecidas para que los clientes realicen su entrega de proveedores e incluso existen software especializados en logística, pero la realidad de la estabilización de las empresas en el mercado depende de la gestión que realizan los proveedores, este es un proceso operacional en el manejo de tres factores importantes:

Tabla 4

Variables influyentes en la gestión de Proveedores

Calidad	Condiciones Económicas	Políticas de la empresa proveedora
Calidad del producto	Precio	Condiciones para terminar el contrato
Características técnicas	Formas de Pago	Plazos de entrega
Garantía	Presentaciones del producto	Métodos de abastecimiento
Personal técnico	Recargos	Devoluciones
Asistencia Técnica y servicio postventa	Descuentos	Ofertas

El estudio se centró en tres variables, consideradas fundamental, para valorar la gestión de los proveedores en empresas comerciales comparadas a la industrial y el comportamiento, determino que estos factores impactan en factores subjetivos que van más allá del precio y tiempo de entrega, como la confianza mutua, que puede ser influenciada por la calidad, condiciones económicas y políticas de la empresa que además de los productos y servicios, obtiene soporte y servicios posventa. (Dos Santos & Polanco, 2022)

Las relaciones comerciales buscan el crecimiento y beneficio mutuo, la necesidad de conocer al otro, cobra vital importancia, porque se involucran intereses económicos de ambas partes es solo hasta que la confianza entre las partes tiene una base sólida cuando las relaciones comienzan a fortalecerse en el largo plazo (Bautista, 2022)

Tabla 5

Resultados de los análisis de las variables influyentes en la gestión de Proveedores

EMPRESA	CALIDAD	CONDICIONES ECONOMICAS	POLITICAS DE LA EMPRESA
Mundo Office	40%	41%	40%
Ferretería Yamaha	40%	41%	39%
Natural Shop	32%	37%	39%
Agropesa	49%	34%	41%

El promedio de las empresas analizadas mantiene una relación con respecto a las variables estudiadas entre las empresas comerciales y la empresa industrial, lo que demuestra que a pesar que las variables influyentes no pueden competir con el grado de confianza, las autoras determinan que es necesario realizar estudios frecuentes, aplicando estas variables para centrar las relaciones comerciales en criterios operacionales y generar calificaciones objetivas que sean el soporte de toma de decisiones para la selección de nuevos proveedores. Los métodos pueden basarse en preguntas que encuentres respuestas a las variables de la Tabla 4.

REFERENCIAS

Barreneche, G. D. (2010). Metodología para la selección y evaluación de proveedores en una empresa. Medellín: Universidad EAFIT- Medellín.

Bautista, M. C. (2022). Propuesta de una metodología para la selección y evaluación de proveedores prestadores de servicios de mantenimiento a edificaciones en Bogotá. Bogotá, Colombia : POLI Politecnico Grancolombiano.

Camara de comercio de Quito. (2021). Inalecsa llega con Tortolines al mercado Israelí. Quito: Camara de Comercio de Quito.

Campo, & Jesus. (2019, Febrero 14). Spend Matters Mexico y América Latina. Obtenido de Spend Matters Mexico y América Latina: <https://spendmatters.com/latam-cat/colaboracion/>

Cano, A. J. (2020). Oportunidades de Investigación a partir del análisis de revisiones de literatura de selección de Proveedores. Academia Accelerating the world's reserch, 11.

Cano, J. A., & Ayala, C. J. (2020). Oportunidades de investigación a partir del análisis de revisiones de literatura de selección de Proveedores. Education Excellence and Innovation Management through Vision 2020, 11.

Charris, B. J., & Llamas, F. A. (2019). El riesgo inherente al proveedor como criterio preventivo en la contratación pública. Colombia: Revista Derecho del Estado.

Corazon, Y. L. (2020). Alianzas estratégicas con proveedores, para un abastecimiento en las importaciones China-Bolivia. Empresa Unipersonal L.P.N. La Paz-Bolivia: UNIVERSITAS MAJOR PACENSIS DIVI ANDRE AE.

Díaz, C. A. (2017). Gestión de la cadena de abastecimiento. Bogotá: Fondo Editorial Areandino.

Dos Santos, S. T., & Polanco, R. A. (2022). La confianza con proveedores: los supuestos y factores que actúan sobre la confianza y la relación con proveedores: una revisión sistemática de la literatura. Universidad del Rosario Bogotá, Colombia, 21.

Escuela Europea de Excelencia. (2020, junio 23). Nuevas Normas ISO es una iniciativa de Escuela Europea de Excelencia. Obtenido de Nuevas Normas ISO es una iniciativa de Escuela Europea de Excelencia: ueva-iso-9001-2015.com/2020/06/tipos-y-grados-de-control-de-proveedores/

Frascaroli, Benjamín. (2019, Noviembre 15). Webdiox. Obtenido de Webdiox, Departamento de Compras: <https://www.webdioxclm.com/blog/gestion-de-proveedores>

García, d. I. (2020, junio 29). EAE Business Scholl. Obtenido de EAE Business Scholl: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/el-desarrollo-de-proveedores-en-la-gestion-de-compras/>

García, D. S. (2009). Formación de Partneship, Descripción del perfil de los individuos que gestionan la relación. Buenos Aires: Univerisdad de SanAndrés.

García, Fernández Nazario, M. A., & Toranzo, J. L. (2001). Las nuevas relaciones con los proveedores: Las Partnership. Dialnet, 6.

Granillo; Macías Rafael, G., & Isidro, H. (2020). Selección y evaluación de proveedores de logística externa en la cadena de suministro: revisión sistemática. FESIDE, Fundación Emilio Soldevilla para la Investigación y Desarrollo de la Economía de la Empresa, 12.

ISGEG . (2016, Mayo 10). ISGEG . Obtenido de ISGEG : <https://www.isghoreca.education/que-aspectos-tenemos-que-negociar-con-un-proveedor/>

Mendoza, A. (2020). Abastecimiento, las bases de la relación con proveedores. The Logistics World, 1.

Nunez, T. B., Cordero, D. H., López, & D. J. (2020). Sistema de Gestión de competitividad para mypimes proveedoras del sector minero. Revista Técnica de la facultad de Ingeniería, Universidad de Zulia Venezuela, 10.

Parra, P. J., Nino, V. Y., & Mónica, S. S. (2021). Reflexiones en torno a la logística de aprovisionamiento: Antecedentes y tendencias. Revista Ingenieria, 19.

Parra, P. J., Nino, V. Y., & Suarez, S. M. (2022). Reflexiones entorno a la logística de aprovisionamiento: Antecedentes y tendencias. Scielo Volumen 27No. 2, 14.

Plasencia, Soler Juan Antonio. (2007, marzo 22). Gestipolis. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/principios-de-la-gestion-basada-en-procesos/>

Prieto, M., Mouwen, J., López, P. S., & Cedeno, S. A. (2008). Concepto de calidad en la industria Agroalimentaria. Scielo, 5.

Richard, F. B. (2014). La gestión de relación con los proveedores en la cadena de suministro. Sinergia e innovación, 5.

Sarache, C. W., Castrillón, G. Ö., & Ortiz, F. F. (2009). SELECCIÓN DE PROVEEDORS: UNA APROXIMACIÓN AL ESTADO DEL ARTE. Scielo, 15.

Sarache, C. W., Castrillón, G. O., & Ortiz, F. L. (2009). Selección de proveedores: una aproximación al estado de arte. Pontificia Universidad Javeriana, 12.

Upiachihua, D. L., & Acevedo, C. M. (2019). Gestión de cadena de suministro en las empresas de Latinoamerica del los últimos cinco anos: Una revisión de la literatura científica. Universidad Privada Del Norte, 51.

Valencia, M. Ä. (2015). GUÍA PARA LA GESTIÓN DEL RIESGO EN LA CADENA DE SUMINISTRO EN COLOMBIA Y EL ROL DE LOS SEGUROS EN TAL GESTIÓN. Cali- Colombia: Universidad ICESI, Facultad de Ingeniería Industrial.