

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**“CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE
PROVEEDORES INTERNACIONALES EN
EMPRESAS IMPORTADORAS DE LIMA 2023”**

Tesis para optar el título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autoras:

Fatima Ines Noya Arellano
Pamela Adriana Gamboa Ramon

Asesor:

Mg. César Eduardo Lavado Bocanegra
<https://orcid.org/0000-0002-2931-6485>
Lima - Perú

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	VICTOR HUGO HARO HIDALGO	09862514
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	JOSE WILFREDO SANCHEZ PORRAS	43420255
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	ROBERTO PABLO BARRAZA LINO	40622423
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

INFORME DE SIMILITUD

“CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE PROVEEDORES INTERNACIONALES EN EMPRESAS IMPORTADORAS DE LIMA 2023”

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	3%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	2%
4	repositorio.unal.edu.co Fuente de Internet	1%
5	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
7	repositorio.uss.edu.pe Fuente de Internet	<1%
8	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	<1%

DEDICATORIA

Fátima Noya: El presente trabajo está dedicado a mi hijo, quien ha sido mi motivación desde el día en que supe que venía en camino. A mi mamá y hermanos, quienes me apoyan e impulsan día a día a lograr mis objetivos personales y profesionales. Y a Pamela, quien ha sido un gran referente como estudiante y persona durante el desarrollo de la carrera, además de convertirse en parte de mi familia por la gran amistad que formamos.

Pamela Gamboa: La presente tesis está dedicada a mi mayor bendición, mi hijo Jayden, quien me acompañó en mi vientre durante el proceso de investigación y fue mi mayor motivación. A mi pareja Hebert, por su constante aliento para no desistir en los momentos más cruciales. A mis padres, Yajaira y Julio quienes me han apoyado hasta el último momento para culminar mi carrera y convertirme en una profesional. Y a Fátima por ser más que mi compañera de tesis, por ser una gran amiga que ha participado en mi vida desde que iniciamos este camino profesional y nuestra amistad prevalecerá por muchos años más.

AGRADECIMIENTO

Damos gracias principalmente a Dios por ser nuestro guía en nuestros momentos más frustrantes, a nuestra familia por ser nuestro soporte diario y brindarnos el aliento que necesitábamos para culminar esta investigación y especialmente al Mg. César Lavado, nuestro asesor, quien nos orientó y ayudó en el desarrollo de esta tesis.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
INFORME DE SIMILITUD	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
ÍNDICE DE TABLAS	8
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	12
1.1. Realidad problemática	12
1.2. Marco Teórico	15
1.2.1. Antecedentes Internacionales	17
1.3. Bases Teóricas	19
1.3.1. Proveedores.....	19
1.3.2. Importación	26
1.4. Formulación del problema	27
1.4.1. Problema General.....	27
1.4.2. Problema Específico	27
1.5. Objetivos	28
1.5.1. Objetivo General	28
1.5.2. Objetivos Específicos.....	28
1.6. Justificación	28
1.6.1. Justificación Teórica	28
1.6.2. Justificación Práctica.....	29
1.7. Hipótesis	29
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	30

2.1	Tipo de Investigación	30
2.2	Población y Muestra	31
2.2.1	Población	31
2.2.2	Muestra	31
2.2.3	Criterio de inclusión y de exclusión de la muestra	32
2.3	Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos	33
2.3.1	Técnicas	33
2.3.2	Instrumento	33
2.3.3	Validez del Instrumento	33
2.4	Procedimiento	34
2.5	Aspectos Éticos	35
CAPÍTULO III: RESULTADOS		36
3.1	Costo de adquisición	38
3.2	Servicio de entrega	40
3.3	Servicio post venta	43
3.4	Relaciones comerciales	46
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES		49
4.1.	Discusión	49
4.2.	Conclusiones	55
REFERENCIAS		57
ANEXOS		65

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: Datos demográficos de los colaboradores entrevistados	36
TABLA 2: Características de la investigación	40

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1: Gráfico de orden por mayor mención de los criterios para la selección de proveedores	24
FIGURA 2: Características de la investigación	39
FIGURA 3: Costo de Adquisición	41
FIGURA 4: Servicio de entrega	43
FIGURA 5: Servicio post venta	46
FIGURA 6: Relaciones comerciales	48

RESUMEN

En la actualidad, las empresas cuentan con diversos procesos propios para seleccionar proveedores, sin embargo, no existe un modelo que les permita guiarse sobre los criterios que deben tomarse en cuenta para mitigar riesgos. Por ello, la presente tesis tiene como objetivo describir los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023. La investigación es de tipo básica, enfoque cualitativo, nivel descriptivo y diseño fenomenológico. La muestra está constituida por quince colaboradores que laboran en diversas empresas importadoras, los cuales tienen conocimientos sobre el proceso de selección de proveedores gracias a los cargos que tienen dentro de estas organizaciones. Para conocer más sobre su experiencia, se utilizó la técnica de entrevista a profundidad la cual fue aplicada con una guía de entrevista semiestructurada que estuvo conformada por quince preguntas que contenían el detalle de los indicadores divididos en cuatro subcategorías, la cual, fue validada por un juicio de expertos conformado por Magísteres de la Universidad Privada del Norte. Concluyendo que los criterios básicos que se deben considerar al momento de seleccionar un proveedor internacional son: precio, calidad, entrega, capacidad de producción, flexibilidad operativa, servicio al cliente, riesgo, medio ambiente, relaciones públicas y administración. Los mismos que garantizan una correcta gestión de los proveedores con la finalidad de mitigar cualquier tipo de contingencia que se pueda presentar en la relación comercial.

PALABRAS CLAVES: Selección proveedores internacionales, criterios, importación.

ABSTRACT

Currently, companies have several processes of their own to select suppliers, however, there is no model that allows them to be guided by the criteria that must be taken into account to mitigate risks. Therefore, this thesis aims to describe the criteria for the selection of international suppliers by importing companies from Lima 2023. The research is of basic type, qualitative approach, descriptive level and phenomenological design. The sample consists of fifteen employees who work in various importing companies who have knowledge about the supplier selection process thanks to the positions they have within these organizations. To learn more about his experience, the in-depth interview technique was used, which was applied with a semi-structured interview guide which consisted of fifteen questions that contained the detail of the indicators divided into four subcategories, which, was validated by an expert judgment made up of Masters from the Universidad Privada del Norte. Concluding that the basic criteria that should be considered when selecting an international supplier are: price, quality, delivery, production capacity, operational flexibility, customer service, risk, environment, public relations and administration. The same ones that guarantee a correct management of suppliers in order to mitigate any type of contingency that may arise in the commercial relationship

KEYWORDS: Selection of international suppliers, criteria, import.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

Desde años muy remotos se ha tenido en claro la existencia de las compras como un eslabón importante en la fabricación de algún producto. Es así como Babbage (1832) reconoció la importancia de tener a un hombre de materiales como la persona encargada de la selección, compra y supervisión de los productos requeridos para realizar una actividad. Con el paso del tiempo, se han presentado muchos cambios relacionados al mundo del abastecimiento, de acuerdo con la página Achilles (2021), las modificaciones más significativas están relacionadas a la cadena de suministro y el avance tecnológico.

Gracias a este último, se ha podido realizar más investigaciones profundas con respecto al abastecimiento y sus dimensiones, con el propósito de brindar más información a las personas que interactúen en dicha área. El avance en la tecnología ha permitido que los compradores obtengan una amplia variedad de información para analizar e identificar sus necesidades y tengan mayor involucramiento durante el proceso de decisión de compra tal como lo menciona Leal y Quero (2011); donde los clientes al momento de adquirir algún bien o servicio priorizan características como la calidad de estos, así como su impacto en la responsabilidad social y el medio ambiente. Los autores Kotler y Armstrong (2008), indican que el desarrollo de una compra empieza con identificar la necesidad, seguido de buscar información al respecto, así como analizar las diversas alternativas, decidir por realizar una compra y finalmente analizar el comportamiento posterior a la misma.

El Fondo Monetario Internacional (2018) afirma que la globalización impulsa el avance tecnológico y este es utilizado para incrementar la productividad y la innovación. Se debe tener en cuenta que, de acuerdo con James H. Mittelman (1996), la globalización está

ligada a los procesos multinacionales que posibilita que los factores culturales, políticos, económicos e ideológicos de una nación, se involucre con otro.

Gracias a ello y a diversos tratados internacionales, la idea de adquirir productos de otros países es cada vez más factible promoviendo así el aumento en el comercio internacional. Según Daniels (2007), los negocios internacionales son intercambios comerciales que se conceden entre dos países o más, los cuales pueden vincularse a los bienes, servicios, inversiones o el transporte. Este proceso permite a los países economizar costos y centralizar esfuerzos en procesos específicos durante la producción de sus bienes desarrollando una operativa más eficiente. Dentro del comercio internacional también se incluyen normas y reglamentos que regulan las transacciones, las cuales son inspeccionadas por los distintos gobiernos. Cavusgil et al. (2015) comprende a los negocios internacionales, con el siguiente concepto:

“...Desempeño de las actividades comerciales y de inversión de empresas a través de las fronteras nacionales. Las empresas organizan, abastecen, fabrican, comercializan y realizan otras actividades de valor añadido a escala internacional. Buscan clientes extranjeros y el compromiso se lleva a cabo principalmente en empresas individuales, gobiernos y agencias internacionales que también participan en transacciones comerciales internacionales.” (p. 23)

Por otro lado, la segunda modificación está relacionada a la cadena de suministro que se comprende desde el abastecedor hasta la venta de los productos (Ellram y Cooper, 2014). En la actualidad, cada empresa maneja una cadena de suministro adaptada a los requerimientos de esta; sin embargo, uno de los actores importantes son los proveedores, ya que son aquellos que brindan la oportunidad de satisfacer las necesidades y demandas de los

compradores, lo que genera un impacto directo en el rendimiento y en el manejo de una compañía. De acuerdo con Ramírez (2022) afirma que los abastecedores son una extensión de las empresas en sentido reverso, por lo que son considerados como socios claves y estratégicos.

Teniendo en consideración el avance tecnológico, la apertura a nuevos mercados y el mejoramiento continuo de las cadenas de suministro, se ha propagado el acceso a una variedad de abastecedores; para ello, los compradores deben definir cuáles son los criterios para la selección del proveedor idóneo que cumpla con sus perspectivas. Según Álvarez y Ramos (2021) confirman que el punto de éxito durante el procedimiento de compras esta fundamentalmente ligada a la selección de proveedores. Por ello, es elemental contar con un sistema multicriterio para su desarrollo.

En 1966 Gary W. Dickson fue el pionero en realizar un estudio sobre los criterios que deben ser considerados al seleccionar proveedores, concluyendo que son 23; destacando principalmente la calidad del servicio, la entrega a tiempo y la reputación de la empresa. Unos años más tarde, Weber, Current y Benton (1991) publicaron una revisión sistemática de 74 artículos científicos donde la calidad y fiabilidad de entrega, son los criterios más significativos al momento debe seleccionar un proveedor. En la década del 2000, Chen y Li (2005) analizaron la importancia que varios autores asignaban a los diferentes criterios durante el proceso de selección, definiendo que la calidad era el primer criterio para realizar la decisión. Con el paso de los años, son muchos los autores que han analizado los criterios en base a otros referentes, cada uno de ellos, ha creado su propia lista de factores importantes a considerar para la elección de un proveedor, buscando garantizar una relación comercial de trabajo óptima que beneficie a ambas partes.

Efectuar una correcta selección de proveedores posibilita afianzar los procesos relacionados a la producción del bien, tener una distribución óptima, validar el almacenamiento y facilitar la comercialización (Alzate, 2015). Si se trabaja con proveedores sujetos a las diversas políticas del importador y confiables, se pueden optimizar tiempos y de esta forma, disminuir costos. Sin embargo, cuando no se efectúa una buena elección existen diversos desafíos o inconvenientes que pueden presentarse durante la relación comercial impactando negativamente en la calidad, costos o plazo de entrega establecido, así como sufrir de fraudes y/o estafas.

Usualmente las empresas cuentan con diversos procesos para la selección de los proveedores con los que elige trabajar por lo que, cada empresa toma decisiones en base a sus experiencias; sin embargo, en el país donde se realiza la presente investigación no hay evidencia de que haya un modelo a seguir para la selección de los abastecedores internacionales, simplemente se realiza una revisión ajustada a los requerimientos y políticas de las mismas, situación que genera en muchos casos y a largo plazo, problemas financieros o logísticos. Hasta la fecha de presentación de esta investigación solo se encontraron papers relacionadas a la variable de estudio de manera local; por lo tanto, la presente tesis se enfoca en analizar los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.

1.2. Marco Teórico

Ahora, se detallan como antecedentes, diversas investigaciones tanto nacionales como internacionales relacionadas a la selección de proveedores internacionales:

1.2.1 Antecedentes Nacionales

Barrantes y Peña (2018) mediante su tesis “Modelo de inteligencia comercial para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico para empresas veterinarias de la

ciudad de Trujillo, 2018”, determinaron que son cinco etapas las que conforman el modelo de inteligencia comercial, estas inician con la planeación, seguido del análisis de los requerimientos, así como la consolidación de información e identificación de los diversos criterios. Este último proceso se basa en seis criterios para seleccionar al proveedor: costo, calidad del bien, el servicio, la confiabilidad, la administración, la organización, y el efecto de la tecnología; teniendo como resultado la aprobación del sector de estudio. Esta investigación es de tipo documental con el objetivo de determinar un modelo el cual facilite la búsqueda y selección de abastecedores internacionales para la toma de decisiones.

Perez (2019) realizó una investigación cualitativa titulada “Gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L, del departamento de Lambayeque 2018/2019” con la finalidad de determinar la manera en la que la selección de proveedores optimiza el proceso de motocicletas importadas desde el mercado chino en la empresa. La población y muestra están constituidas por el representante legal de la empresa, la documentación de las importaciones realizadas durante 2018 y diversos especialistas en los rubros de logística e importaciones para consolidar la investigación, de quienes se obtuvo información a través de una guía de análisis documental así como una guía de entrevista; lo que permitió, concluir que las estrategias enfocadas en la búsqueda, los criterios de selección, el registro y la evaluación de los proveedores permiten el desarrollo y la optimización en las negociaciones con los proveedores. Asimismo, se menciona que el precio, calidad, garantías, plazo de entregas, formas de pago, prestigio de empresa son algunos de los criterios que una empresa debe considerar al momento de seleccionar proveedores.

Sanchez (2022) elaboró una investigación titulada “Proceso de selección de proveedores y la Gestión logística en una cooperativa de ahorro y crédito, Trujillo 2022”, en donde buscó establecer la relación entre proceso de selección de proveedores y la gestión

logística de la empresa. Dicha investigación fue de nivel descriptivo y enfoque cuantitativo. Asimismo, la población y muestra la conforman los colaboradores del área logística de esta empresa que son 7, quienes fueron entrevistados a través de cuestionarios, lo que permitió concluir que, de acuerdo con el instrumento utilizado que existe una confiabilidad del 95%, lo que asevera la hipótesis de investigación, considerando que los criterios para la selección de proveedores son principalmente la calidad, el precio y el servicio.

Basurco y León (2018) realizaron una investigación sobre la “Relación entre la homologación de proveedores internacionales y el nivel del servicio al cliente en una empresa importadora en el Perú en el año 2016. Caso Rash Perú S.A.C.”, donde se tuvo como objetivo comprobar la existencia del vínculo entre homologación de proveedores internacionales y el nivel dentro de una empresa importadora. En dicha investigación se comprobó que muchas empresas solo evalúan a sus proveedores por el precio, tiempos de entrega y calidad; sin embargo, no tienen en cuenta otros criterios, lo que impacta negativamente a sus clientes ya que afectan ciertos factores que están relacionados con el servicio brindado al cliente y la rentabilidad que se genera en la empresa.

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Lozano (2007) en su tesis titulada “Selección y evaluación de proveedores: Caso aplicado en una empresa de la Industria automotriz en Francia” busca identificar un método para la selección de proveedores que no dependa de la subjetividad de los colaboradores si no, que se mejoren los procesos de abastecimiento. Para ello, se utilizó un modelo específico para simplificar el sistema de evaluación actual de la empresa. En esta investigación se detalló que los criterios más utilizados son costo, calidad, entrega y flexibilidad.

Barreneche (2010) elaboró una investigación cuantitativa titulada “Metodología para la selección y evaluación de Proveedores en una empresa” donde buscó elaborar una

metodología enfocada en la evaluación y selección de nuevos proveedores en una empresa, la cual concluyó en la realización de la metodología desarrollando una base de datos para la evaluación mediante el uso de matrices sugiriendo que existen 3 criterios obligatorios a tomar en cuenta: productividad, calidad y servicio. De igual forma, mencionan que existen criterios que pueden ser considerados como opcionales: financieros, legales, organizacionales, ambientales, logísticos y termino de pago.

Calero y Tena (2021) realizó una investigación titulada “Evaluación y selección de proveedores internacionales empresa caso de estudio” con la finalidad de profundizar sobre los proveedores internacionales que existen en la grifería de lujo. Para ello, realizaron la investigación mixta donde se realizó un análisis de los factores elementales y las fuerzas externas relacionadas con importación aplicando una tabla de calificación por cada empresa priorizando 7 criterios elementales para la selección de cada uno: los incoterms relacionados, los medios de pago existentes, evaluar sus fabricantes, validar el envío de los catálogos, los precios brindados, las cantidades mínimas a manejar durante la relación comercial y una calificación basada en el trato que se tuvo al contactarlos evaluando su página web, el tiempo de respuesta del proveedor y los diversos comentarios dentro de su web.

Mortara y Tabone (2020) realizaron un trabajo de investigación titulado “Selección de Proveedores bajo una estrategia de abastecimiento múltiple en una empresa Metalmecánica”, el cual tuvo como objetivo diseñar una metodología para la selección de proveedores múltiple que consta en la combinación del proceso analítico por jerarquías, dependiendo del área de trabajo, y la programación por metas. Se tuvo en cuenta los cinco criterios: servicio, calidad, flexibilidad, precio y entrega; los cuales se relacionan a los diversos objetivos estratégicos en la empresa y a las prioridades brindadas por el área de producción.

1.3. Bases Teóricas

1.3.1. Proveedores

El proveedor es la empresa que suministra con algún producto o servicio a otra compañía. Así como lo indica Martínez y Milla (2012), “Los proveedores son las personas o empresas que abastecen al establecimiento de todos los productos para el correcto desarrollo de la actividad”, por lo que es importante contar con una relación estable y segura con la finalidad de tener una gestión de compras exitosa. Al proveedor se le considerara como una extensión del proceso de producción (Besterfield, 2003).

Importancia de proveedores

Los proveedores son uno de los eslabones con mayor importancia en la cadena de abastecimiento de cualquier empresa, especialmente si es una organización que elabora productos finales. En este tipo de empresa, es trascendental escoger proveedor acorde al modelo de negocio para lograr el éxito. Tal como lo indica Torres (2015):

“Se destaca así, la selección y evaluación de proveedores como factores claves en la consecución eficaz y eficiente...como determinantes de una gestión empresarial competitiva”

Es por este motivo que, las organizaciones le colocan énfasis al proceso de selección de proveedores buscando crear una relación de confianza con los mismos para asegurar su cumplimiento evaluando diversos criterios como calidad o precios además de diversas competencias. Según Gómez (2015) existen tres competencias que cualquier proveedor debe contar:

- Competencia de entrega: Acoplarse a los requerimientos de la operación
- Competencia de transformación: Entregar servicios mejorados
- Competencia de relaciones: Alinearse con los valores y metas de la empresa

Proveedores Internacionales

A consecuencia de los diversos tratados y acuerdos comerciales existentes entre países, hoy es cada vez más factible interactuar directamente con proveedores en el exterior sea a través de una tienda física en el país del cliente o el suministro de productos mediante herramientas tecnológicas como el comercio electrónico. Sin embargo, esto conlleva un tratamiento más complejo, no sólo por la cultura, idiomas o leyes; si no también, por la evaluación de diversos criterios como las prácticas comerciales o gestión de la calidad.

Tipos de Proveedores

Los proveedores pueden ser catalogados en relación a los intereses de la empresa y al cumplimiento de sus necesidades, además se debe tomar en cuenta su objetivo social lo cual ayudará a identificar los aspectos fundamentales de la gestión de compras. Heredia (2013: 143) agrupa a los proveedores en tres clasificaciones: Proveedores de insumos o materia prima, proveedores de servicios y proveedores de otros servicios generales.

Selección de proveedores

Se puede interpretar que esta etapa, es la agrupación de acciones que realizan las empresas con el objetivo de adquirir los bienes o servicios requeridos, en tiempos y cubrir sus necesidades; lo cual, es fundamental debido a que se busca entregar un producto de calidad y a su vez, cumplir con las expectativas de los clientes.

Sarache, Castrillón y Ortiz (2009) indican que la selección de proveedores se debe basar en las políticas de ambas empresas para cofabricar y mejorar en capacidad, sin impactar de forma negativa en la calidad, servicio, precio o las condiciones de pago.

Importancia de Selección de Proveedores

Tabar y Charkhgard (2012) describieron la importancia de seleccionar correctamente a los proveedores señalando a estos últimos como principales responsables sobre el éxito o fracaso de una empresa. Asimismo, Ensslin, et al. (2012) indicó que mediante la selección de proveedores se compara a los proveedores en ámbitos de sus cualidades, así como de su situación real. Esto último con la finalidad de tomar decisiones óptimas que beneficien un trabajo simultáneo con sus proveedores.

Criterios para la Selección de Proveedores

En 1966, Gary W. Dickson realizó un estudio en empresas de cuatro sectores diferentes donde concluyó que es importante analizar 23 criterios antes de tomar la fundamental decisión al seleccionar proveedores. Estos criterios son:

1. Calidad
2. Entrega
3. Historial de rendimiento
4. Políticas de garantías y reclamaciones
5. Instalaciones y capacidad de producción
6. Precio
7. Capacidad técnica
8. Situación financiera
9. Cumplimiento Procesal
10. Sistema de comunicación
11. Reputación y posición en la industria
12. Deseo de Negocios
13. Gestión y Organización

14. Controles operativos
15. Servicio de reparación
16. Actitud
17. Impresión
18. Capacidad de embalaje
19. Registro de Relaciones Laborales
20. Localización geográfica
21. Cantidad de negocios pasados
22. Ayudas de entrenamiento
23. Acuerdos recíprocos

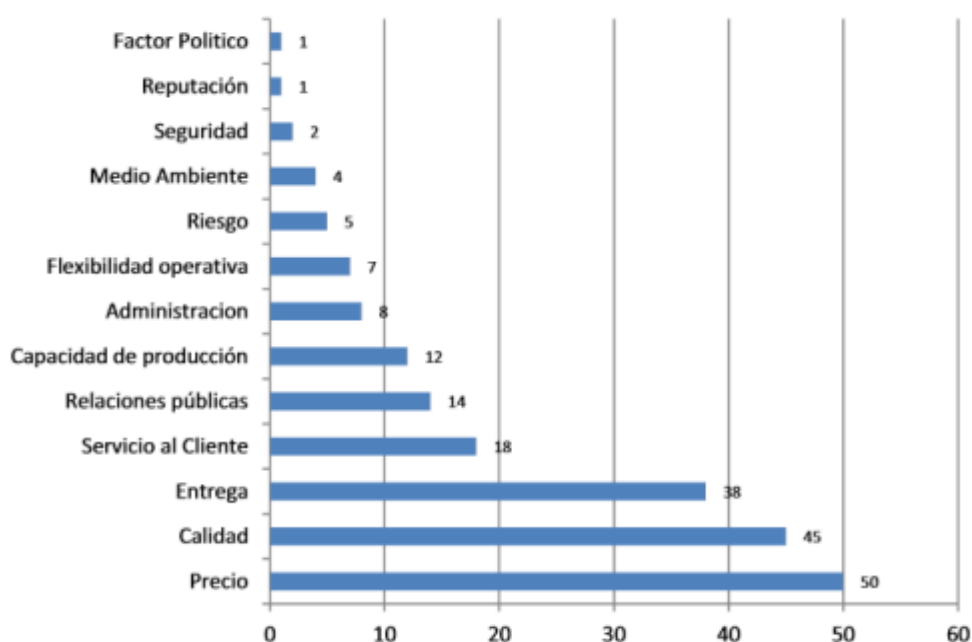
Es necesario comentar que el orden designado por Dickson va acorde con el estudio que él realizó en esas fechas. Hoy en día, este orden se puede modificar a juicio del comprador y las necesidades que presente.

Durante años posteriores y a consecuencia de esta primera investigación, diversos autores realizaron distintos análisis sobre la puntuación de cada criterio con la finalidad de sintetizar y encontrar el más importante. Como es el caso de Weber, Current y Benton (1991) quienes publicaron una revisión sistemática de 74 artículos científicos donde concuerdan que los criterios más importantes son la calidad y fiabilidad de entrega. Al igual que Chen y Li (2005) que analizaron la importancia de varios autores concluyendo que la calidad era el primer criterio para realizar la decisión. A comparación de Goffin y Lemke (2006) quienes describieron que la buena relación con un proveedor es el pilar para la reducción de costos, mejorar la calidad del bien y desarrollar el producto o Huang y Keskar (2007) que sustentaron como prioridad aquellos criterios que correspondían a priorizar los objetivos de una organización, así como su estrategia y así analizar su estado situacional dentro del mercado y la competencia dentro del mismo.

Terrazas, A. et al (2012) efectuaron un análisis de 89 artículos de diversos autores en el año 2012, los cuales estudiaron los atributos considerados al seleccionar proveedores en diferentes rubros lo que ha permitido ordenar los criterios por mayor mención, los cuales serán considerados para la presente investigación. Este informe, presenta un gráfico de resumen mostrando la cantidad de veces en que estos autores se refieren a los criterios.

Figura 1

Gráfico de orden por mayor mención de los criterios para la selección de proveedores



Fuente: Terrazas, A. et al (2012)

El presente trabajo de investigación buscará conocer aquellos criterios que tengan a partir de 4 menciones en adelante centrándonos en los primeros 10:

- **Precio:** Cruz (1999) en su libro “Principios Generales de Compras” define el precio como uno de los factores con mayor relevancia al adquirir materias primas. Por lo que, el área de compras debe buscar siempre los mejores precios sin afectar la calidad de los insumos. (p.52).

- **Calidad:** Lewis (1999) indica que la calidad del producto va a estar asociada siempre con su uso final. Por ello, menciona que la mejor calidad será la que se adapte a los requerimientos de cada producto.
- **Entrega:** Cortés (s.f.) indica que el tiempo de entrega es el que se genera desde la creación de un pedido, la elaboración y la entrega del mismo.
- **Servicio al Cliente:** Servicio al Cliente: La atención al cliente son las actividades vinculadas a impactar en el nivel de satisfacción. Es decir, cumplir con las expectativas del cliente sobre el producto o servicio (Turban et al. 2002).
- **Relaciones públicas:** “...Las actividades de toda industria, unión corporación, profesión gobierno u otra organización cualquiera, para la creación y mantenimiento de unas relaciones sanas y productivas, con ciertos sectores determinados de públicos, tales como: clientes, empleados o accionistas, y con el público en general, a fin de adaptarse al medio de éstos y justificar su existencia ante la sociedad...” (Moreano 2002)
- **Capacidad de producción:** Recientemente Escobar (2018) aseveró que se denomina capacidad de producción a la máxima elaboración en un período y teniendo en cuenta la calidad requerida por los clientes.
- **Administración:** “La Administración es el conjunto sistemático de reglas para lograr la máxima eficiencia en las formas de estructurar y manejar un organismo social”. (Reyes; 1988). Además, es la técnica de combinación de las cosas y los colaboradores que pertenecen a una determinada empresa.
- **Flexibilidad operativa:** Palacio y Álvarez (2004) señalan que este criterio está relacionado a la adaptación de cambios en cantidad, funciones, estructura o en ocasiones, costos, en donde se busca facilitar adaptaciones rápidas.

- **Riesgo:** Pérez (2011) considera al riesgo como un evento negativo que impacta al desarrollo de la actividad o proyecto en gestión, lo que genera pérdidas ya que implica retrasos en la planificación del proyecto y el posible incremento de los costos.

- **Medio ambiente:** Para Machota y Martínez (1996), este factor ha evolucionado significativamente, buscando siempre el desarrollo sostenible. La responsabilidad ambiental ha provocado modificaciones en los objetivos de las empresas sin afectar su estabilidad ni rentabilidad de las mismas.

En base a este último análisis, se agruparán 10 criterios mostrados en el gráfico anterior, en 4 subcategorías haciendo referencia a la investigación titulada “Cambio de concepto de Compras a Cadena de Suministro” de Nogales, R. (2007):

- **Costo de adquisición:** involucra al precio de venta junto con otros costos que aseguran la entrega del producto, los materiales y/o los servicios. Los descuentos negociados se deducirán para determinar el costo de adquisición. Orihuela (2015).

- **Servicio de entrega:** Se evalúa el cumplimiento de los términos de **entrega, calidad, seguridad, capacidad de producción y la flexibilidad operativa**. De acuerdo con Flores (2004) comienza con los conceptos de estrategia y para brindar un servicio con características que los diferencie de la competencia. Este criterio involucra temas como la ubicación, facilidades, con el objetivo de proveer el servicio que garantizar la calidad.

- **Servicio de postventa:** en este punto se realiza el monitoreo del producto por parte del proveedor, así como el **servicio al cliente**. Tal como lo indica Cancer (2005) el concepto de post venta implica diversas facetas como: asistencia técnica, gestión de la garantía, formación técnica de la red de distribuidores, cuidando la imagen de la marca y priorizando la experiencia del cliente desde la confección del producto hasta el feedback del cliente.

- **Relaciones comerciales:** Se fundan en las relaciones establecidas por el tiempo como **las relaciones públicas, reputación de la empresa, el factor político y el medio ambiente**. De acuerdo con Vázquez et al. (2000) lo ideal es visualizar la relación con cada cliente de manera global y no como series independientes, lo que impactará en los ingresos y en las relaciones a largo plazo.

- **Técnica para la Selección de Proveedores**

Sarache, Hoyos y Burbano (2004) realizaron una investigación en donde se desarrolló una técnica de multicriterio para distinguir a los proveedores eficientes. Con apoyo de este procedimiento se puede simplificar la toma de decisiones haciendo procesos más eficientes. Para ello, se establecen 4 pasos:

- Primero: Definir los criterios para la evaluación.
- Segundo: Establecer la importancia de los criterios.
- Tercero: Evaluar a los proveedores.
- Cuarto: Calificar a los proveedores y evaluar su desempeño.

1.3.2. Importación

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR 2013) indica que la importación es el ingreso legal de mercancías que provienen del exterior del país, los fines son comercial, de consumo, o entre otros permitidos por la legislación peruana.

Tipos de importaciones

De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013) clasifica a las importaciones en dos tipos:

Importación Directa

Son las empresas que están enfocadas en realizar importaciones diferentes productos y posteriormente se distribuyan en el mercado. En este tipo de importación, la empresa compradora es la responsable de cumplir con sus obligaciones financieras.

Importación Indirecta

Son las empresas que participan como intermediarios en el proceso de importación de otra compañía y es la responsable de cumplir con las obligaciones financieras.

Modalidades de importación

La Ley General de Aduanas aprobada por el Decreto Legislativo N° 10532 considera las siguientes modalidades de importación: de consumo, reimportación en el mismo estado y admisión temporal para reexportación en el mismo estado.

Importador

El importador es la persona o empresa quien realiza la acción de solicitar el acceso de mercancías de un país extranjero a su país de origen con el objetivo de comercializarlo, los cuales pueden ser movilizadas de forma aérea, marítima o terrestre; sin embargo, se debe cumplir con las medidas establecidas por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2017).

1.4. Formulación del problema

1.4.1. Problema General

- ¿Cómo se determinan los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?

1.4.2. Problema Específico

- ¿Cómo se determinan los criterios de costo de adquisición para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?

- ¿Cómo se determinan los criterios del servicio de entrega para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de lima 2023?
- ¿Cómo se determinan los criterios del servicio post venta para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de lima 2023?
- ¿Cómo se determinan los criterios de las relaciones comerciales para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de lima 2023?

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

- Describir los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Describir los criterios del costo de adquisición para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.
- Describir los criterios servicio de entrega para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.
- Describir los criterios del servicio post venta para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.
- Describir los criterios de las relaciones comerciales para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.

1.6. Justificación

1.6.1. Justificación Teórica

La presente investigación se ha realizado el objetivo de describir los criterios para la selección de proveedores en empresas importadoras de Lima 2023. Este trabajo tiene como

base las siguientes investigaciones, “Atributos considerados al seleccionar proveedores” realizada por Terrazas, A. et al (2012) en donde se detalla de manera concisa los 13 criterios para seleccionar proveedores en orden de mención según 89 artículos: **precio, calidad, entrega, servicio al cliente, relaciones públicas, capacidad de producción, administración, flexibilidad operativa, riesgo, medio ambiente, seguridad, reputación y factor político** y “Cambio de concepto de Compras a Cadena de Suministro” realizado por Nogales (2007) quien agrupa los criterios en cuatro subcategorías: **costo de adquisición, servicio de entrega, servicio de post venta y relaciones comerciales**. Adicionalmente se tendrá en consideración los antecedentes obtenidos en la presente investigación.

1.6.2. Justificación Práctica

Con el desarrollo de esta investigación se pretende describir los criterios que tienen las 13 empresas entrevistadas para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023. Esto permitirá a los interesados tener información sobre empresas reales guiándose de los procesos que tienen para realizar sus compras, obteniendo un modelo de referencia para el análisis de otras empresas que no tengan un proceso o modelo base, debido a que es de suma importancia el estudio previo de los criterios para tomar la decisión final de trabajar con algún proveedor y de esta manera ayudarlos a prevenir cualquier consecuencia negativa que pueda afectar su negocio.

1.7. Hipótesis

La presente tesis no contiene hipótesis, debido a que es de tipo cualitativo con alcance descriptivo. Tal como lo indica Ñaupas et al. (2018) quien menciona que en este tipo de investigación no se busca comprobar una hipótesis ni ofrecer explicaciones por su naturaleza debido a que su finalidad es interpretar hechos o eventos que se estudien a comparación de una investigación cuantitativa (p.244).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1 Tipo de Investigación

Para centrarnos en los alcances de la presente tesis, es necesario tener un conocimiento previo sobre la existencia de diferentes tipos de investigación, los cuales son cualitativos, cuantitativos y mixtos. De acuerdo con (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010) direccionan la investigación hacia cuatro alcances: descriptivos, exploratorios, explicativos y correlacionales.

En relación con lo anteriormente mencionado, se debe reconocer que la presente investigación tiene un enfoque cualitativo de acuerdo con lo indicado por Pita y Pértugas (2002), quienes mencionan que este tipo de investigación comienza con registros narrativos sobre los fenómenos estudiados a través de técnicas como la observación o las entrevistas a profundidad, las cuales, se orientan a los resultados.

Asimismo, el estudio tiene nivel descriptivo debido a que se busca detallar la categoría de estudio reuniendo información obtenida de las herramientas utilizadas. Según Arias (2012) “la investigación descriptiva consiste en la caracterización de un hecho, fenómeno, individuo o grupo, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos se refiere” (p. 24). El tipo de investigación es básica debido a que no resuelve ningún problema ni ayuda a resolverlo de inmediato ya que, sirve de base teórica para otros tipos de estudios. (Arias, 2020).

El diseño de la investigación es fenomenológico debido a que se va a interpretar las percepciones de los entrevistados. Según Hernández et al. (2014) el objetivo principal del diseño fenomenológico consiste en comprender e interpretar las vivencias de las personas

con los distintos fenómenos que suceden alrededor, así como también explorar los elementos comunes de esas experiencias.

2.2 Población y Muestra

2.2.1 Población

La población la constituyen la totalidad del fenómeno estudiado, en la cual, se analiza la característica en común que mantengan para dar origen a la investigación (Hernández, Fernández, y Baptista, 2010). La población de la presente investigación la conforman todas las empresas importadoras de Lima 2023 de las cuales se consideran como unidad de análisis del estudio distintos gerentes, jefes, analistas involucrados con áreas de comercio exterior, negocios internacionales o logística en empresas importadoras de Lima 2023. En el informe de ADEX (2023) las empresas importadoras del Perú a cierre del mes de febrero del 2023 fueron 15367 donde las Mipymes representaron el 97.6% del total de importadoras.

2.2.2 Muestra

El presente trabajo se llevará a cabo con un muestreo no probabilístico por conveniencia, es decir, la muestra se va a seleccionar respecto al interés del investigador ya que con ello se permite elegir de forma arbitraria la cantidad de participantes existentes en el estudio. Para seleccionar la muestra por conveniencia del presente estudio, se han descrito los criterios de inclusión en el punto 2.2.3.1, donde se ha seleccionado 13 empresas de las cuales se han considerado a 15 personas como unidades de análisis de las diversas empresas importadoras. Los cargos que conforman la muestra son: 2 gerentes de negocios internacionales, 2 gerentes generales, 3 jefes de importaciones y 8 analistas de compras. Cabe mencionar que dicho tipo de muestreo no reconoce la probabilidad; por el contrario, se centra en las causas relacionadas o los motivos que contengan las características del estudio o el propósito del investigador (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

2.2.3 Criterio de inclusión y de exclusión de la muestra

2.2.3.1 Criterios de Inclusión

Para la presente tesis se incluyó a pequeñas y medianas empresas importadoras que hayan realizado una importación en el presente año.

Asimismo, se consideró a colaboradores de distintas empresas importadoras, quienes forman parte de la toma de decisiones del área de comercio exterior y logística.

- Gerentes generales.
- Gerentes de negocios internacionales.
- Jefes de importaciones.
- Analistas de compras.

2.2.3.2 Criterios de Exclusión

- Colaboradores que pertenezcan a distintas áreas a la de interés. Por ejemplo, recursos humanos, marketing, entre otras.
- Colaboradores que no cuenten con experiencia sobre el estudio de la presente tesis.

Tabla 1

Datos demográficos de los colaboradores entrevistados

Código	Cantidad de entrevistados	Área laboral
GG	2 colaboradores	Gerente general
GNI	2 colaboradores	Gerente de negocios internacionales
JI	3 colaboradores	Jefe de importaciones
AC	8 colaboradores	Analista de compras

Fuente: Elaboración Propia

2.3 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1 Técnicas

Según Hernández (2010) “Las técnicas de recolección de datos son las distintas formas de obtener información”. Para la variable de selección de proveedores se hará uso de la investigación cualitativa y la técnica de recolección de datos es la entrevista a profundidad según sus dimensiones con la finalidad de recabar la información esencial para dar respuesta a las interrogantes planteadas dentro de la metodología cualitativa, se entiende que la entrevista a profundidad son encuentros directos entre el investigador y el entrevistado. Asimismo, tienen como finalidad conocer la opinión y la perspectiva que un sujeto tiene respecto de su vida de acuerdo con sus experiencias o situaciones vividas (Campoy y Gomes, 2016).

2.3.2 Instrumento

El instrumento utilizado en la presente tesis fue la guía de entrevista; la cual, Ñaupas et al. (2018) hace referencia sobre esta herramienta como apoyo a la técnica presentada con anterioridad, la cual es conformada por la pregunta derivada de las subcategorías de la investigación, semiestructurada (describir) y mencionar número de preguntas. **Anexo 3**

2.3.3 Validez del Instrumento

Plaza et al. (2017) indica que la veracidad de una investigación de tipo cualitativo contiene confirmación para ser utilizado. En esta tesis se empleó la entrevista semiestructurada, la cual fue validada a través del juicio de expertos los cuales fueron los magísteres: Jimmy Herrera, Gustavo Barrantes y Dany Requejo. Los mismos que brindaron su aprobación y calificaron cada pregunta; tal como se puede observar en **Anexo 5**.

2.4 Procedimiento

2.4.1 Procedimiento de recolección de datos

El proceso de una entrevista, citando a Ñaupas et al. (2018), se desarrolla en 3 etapas. Al principio, se acuerda la fecha para elaborar la entrevista con el personal elegido para la misma indicando el motivo de la reunión. Posterior a ello, el entrevistado realiza ciertas preguntas fijas las cuales serán registradas acordando la confiabilidad pertinente. Por último, se interpretan estas respuestas obtenidas.

El procedimiento para recolectar los datos fue el siguiente:

- Se estableció vínculo telefónico con los 15 colaboradores para confirmar su participación en la presente investigación y posterior a ello, se coordinó el horario y fecha para la entrevista.
- Se realizó la entrevista aplicando el instrumento de guía semiestructurada a los colaboradores vía zoom, donde el moderador realizó las preguntas establecidas con anterioridad y se permitió formular nuevas preguntas buscando profundizar las categorías de estudio.
- Las entrevistas fueron grabadas respetando los parámetros éticos; posterior a ello, se anotaron las respuestas que serán procesadas para el análisis de datos.

2.4.2 Procedimiento de análisis de recolección de datos

Para el análisis de la entrevista empleada, se utilizó como herramienta la aplicación Transkriptor para realizar la transcripción textual de cada uno de los comentarios de los colaboradores; posterior a ello, se codificaron los resultados para finalmente contrastar la información obtenida con los antecedentes mencionados, lo que permitió elaborar diagramas para la interpretación de las respuestas.

2.5 Aspectos Éticos

La presente tesis fue elaborada sin realizar ninguna modificación o alteración a la información obtenida de la variable con el propósito de obtener resultados verídicos, además, se obtuvo el consentimiento de los entrevistados con total transparencia. En la presente investigación se validan las normas establecidas por la Universidad con la finalidad de evitar cualquier tipo de plagio. Por otra parte, el objetivo de esta investigación es contribuir en información a la sociedad académica y que pueda servir como antecedente en futuros trabajos; debido a que se emplea técnicas e instrumentos para la validación de la misma.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

En este capítulo se busca brindar respuesta a la interrogante de investigación: ¿Cómo se determinan los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023? Exhibiéndose los resultados por cada indicador acorde a los objetivos planteados con la finalidad de reunir la información y elaborar diagramas de resúmenes con las respuestas obtenidas por los entrevistados; por ello, se realizaron las entrevistas a diversos colaboradores considerando los criterios de inclusión.

Se muestran los resultados obtenidos de las interrogantes realizadas a 15 colaboradores que trabajan en diversas empresas importadoras quienes tienen conocimiento sobre el proceso de selección de proveedores internacionales, representado a través de diagramas por subcategoría sintetizando las respuestas brindadas. Las preguntas formuladas se determinaron con el objetivo general de la investigación: Describir los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.

Figura 2

Características de la investigación



Fuente: Elaboración propia, 2023.

Tabla 2
Características de la investigación

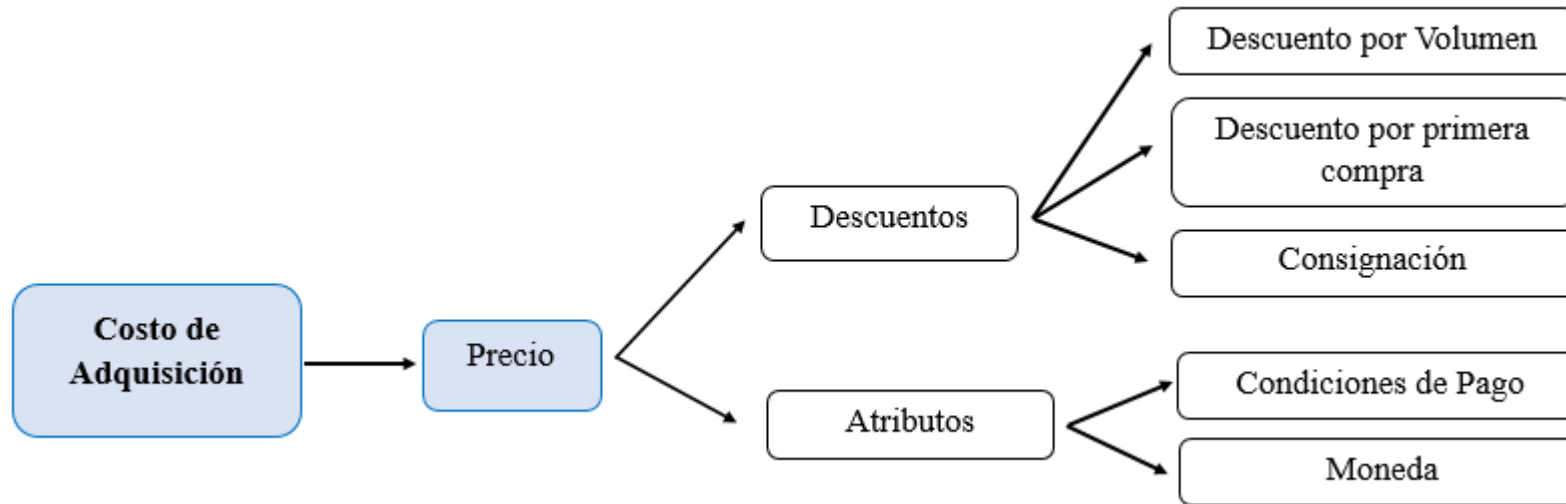
Selección de proveedores	Indicadores
Costo de Adquisición	Precio
Servicio de entrega	Calidad
	Entrega
	Capacidad de producción
	Flexibilidad operativa
Servicio Post Venta	Servicio al cliente
	Riesgo
Relaciones Comerciales	Medio ambiente
	Relaciones Públicas
	Administración

Fuente: *Elaboración propia, 2023*

3.1 Costo de adquisición

Figura 3

Costo de Adquisición como subcategoría de la selección de proveedores internacionales en diversas empresas importadoras de Lima 2023.



Fuente: Entrevista a colaboradores de diversas empresas importadoras.

Elaboración: Propia.

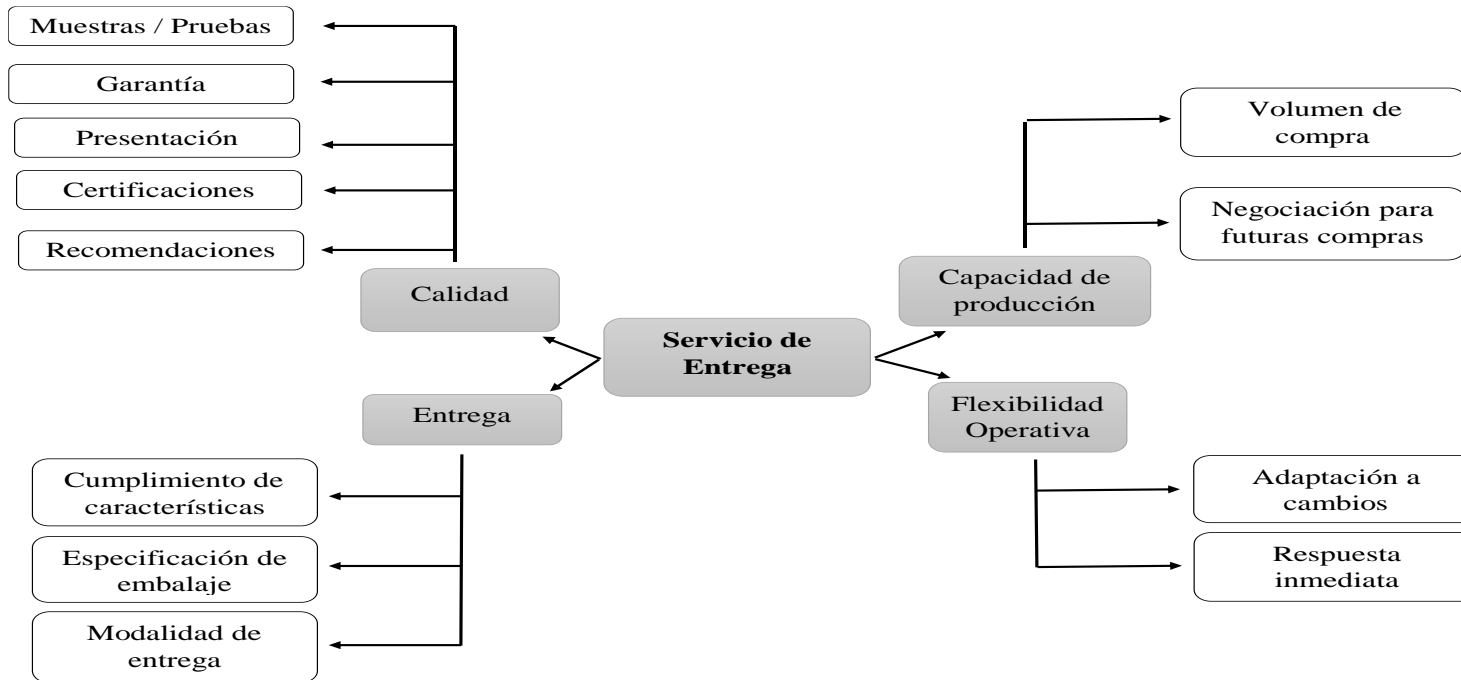
La figura N° 3 contiene la conclusión obtenida de las preguntas realizadas en el desarrollo de la entrevista de acuerdo con el objetivo “Determinar el criterio del costo de adquisición en empresas importadoras de Lima 2023”.

En esta parte se busca identificar la valoración del indicador del precio. En primer lugar, las empresas consideran que este criterio es uno de los más importantes al momento de seleccionar un proveedor. En base a ello, uno de los ítems que más valoran las mismas son los descuentos que les pueden ofrecen al momento de la compra, casi en la totalidad de entrevistados concordaron que solicitan que se brinde un buen precio, algún descuento de acuerdo al volumen de la compra a realizar o descuentos para futuras compras en base a las proyecciones contempladas; en otros casos, si fuese primera vez que trabajan con este proveedor, piden descuentos por ser primera compra e incluso, algunos de ellos trabajan a través de consignaciones en donde el proveedor deja cierta cantidad del producto a comprar sin facturarlos hasta que la empresa haya realizado el consumo total o parcial; posterior a ello, recién se genera la factura de compra con las condiciones de pago establecidas.

En cuanto a los atributos del precio, las empresas importadoras eligen trabajar principalmente con proveedores que les brinden facilidad de pago como ser clientes de crédito de 15; 30; 45 y hasta 60 días; esto les permite a las empresas contar con mayor tiempo para agrupar la liquidez y cumplir con sus obligaciones financieras. Adicionalmente, los compradores consideran de importancia acordar la moneda en la que se realizara el pacto comercial ya que este factor es establecido en las políticas de las diversas empresas.

3.2 Servicio de entrega

Figura 4



Servicio de entrega como subcategora de la seleccin de proveedores internacionales en diversas empresas importadoras de Lima 2023.

Fuente: Entrevista a colaboradores de diversas empresas importadoras.

Elaboracin: Propia

La figura N° 4 contiene la conclusión obtenida de las preguntas realizadas en el desarrollo de la entrevista de acuerdo con el objetivo “Determinar el servicio de entrega en empresas importadoras de Lima 2023”.

En esta parte se busca identificar la valoración de los indicadores: calidad, entrega, capacidad y flexibilidad operativa. Con respecto a la calidad, la mayor parte de las empresas entrevistadas solicitan que, previo a iniciar una relación comercial, se presenten certificaciones y documentación de las entidades necesarias dependiendo el tipo de producto y/o servicio con el cual trabajarán con la finalidad de evidenciar que se cumpla con el reglamento acorde, además, suelen pedir recomendaciones a clientes o empresas relacionadas para garantizar que el historial de este proveedor sea óptimo y así poder mitigar cualquier tipo de riesgo. Por otro lado, si se tratase de un producto, suelen pedir, previo envío de algún lote, evidencias de la calidad del producto a través de fotos, videos, muestras o pruebas para validar que los acabados y las especificaciones que se mencionan al momento de la venta sean cumplidas y certeras. Paralelo a ello, solicitan siempre que se brinde la total garantía y libertad para una devolución en caso de presentar alguna falla de fábrica cuidando. Paralelo a ello, la empresa valora la presentación que tiene el cliente para con el producto para evitar cualquier tipo de inconveniente que pueda malograr su relación comercial.

Otro indicador que se evaluó es la entrega, donde las empresas, de acuerdo con las entrevistas realizadas, valoran que se cumplan con las características pactadas, tanto en el producto como en la especificación del envase o embalaje que son brindadas al momento de la negociación, así como la modalidad de entrega de acuerdo al tipo de producto a importar y la presentación final del mismo para ellos poder comercializarlo a su cliente final.

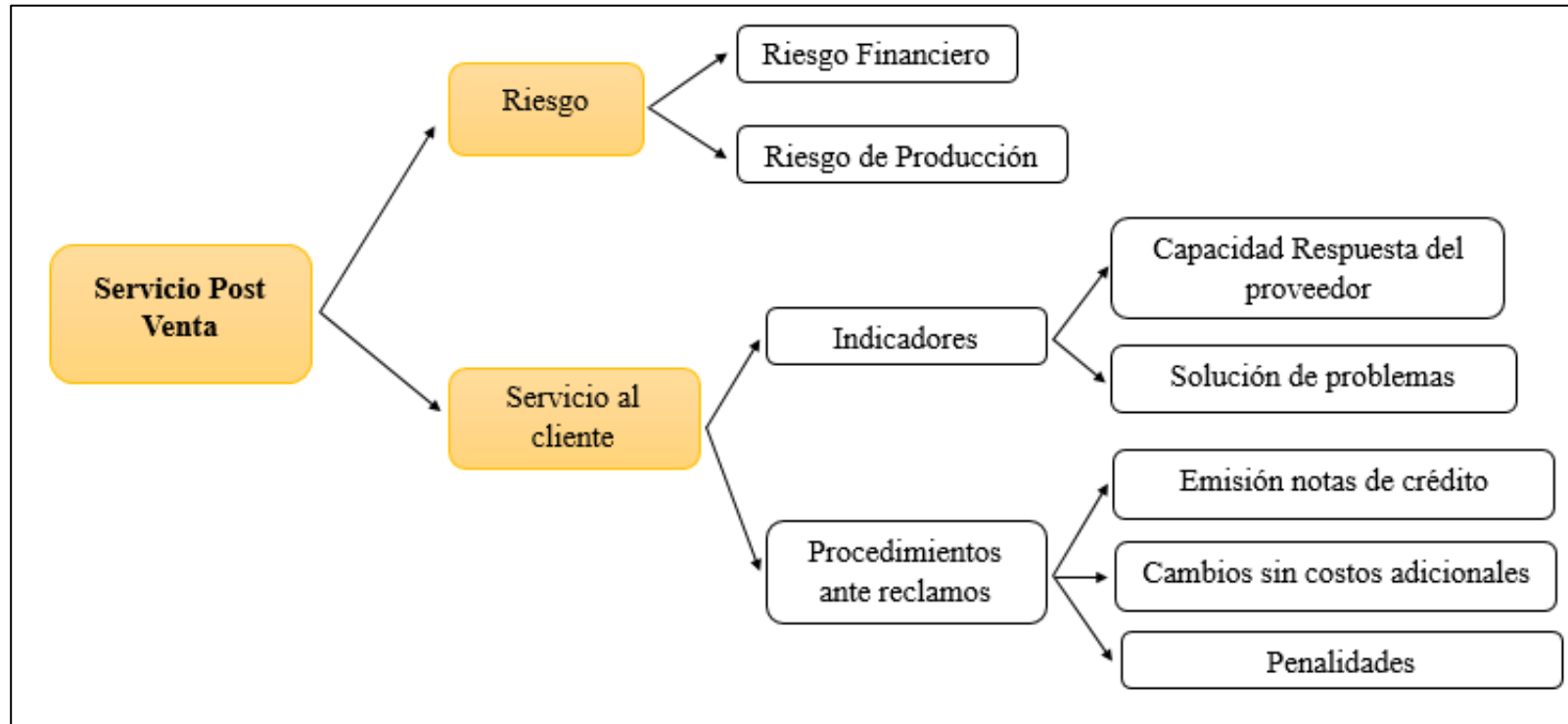
En cuanto a la flexibilidad operativa uno de los ítems que las empresas suelen tomar en cuenta al seleccionar a los proveedores con los cuales buscan entablar una relación comercial, es el tiempo de respuesta que se brinda ante alguna modificación o imprevisto que pueda surgir con el pedido, además, solicitan que se adapten rápidamente a cualquier cambio que se presente en el pedido y brinden esa facilidad de negociación para mantener el vínculo.

Finalmente, en relación con la capacidad de producción es importante tener en claro cuál es el nivel de compromiso del proveedor con otras órdenes de compra o contratos ya que, en base a su respuesta, los clientes podrán definir el volumen de su compra y las proyecciones a futuras negociaciones considerando el cumplimiento del pedido en cantidad, calidad y tiempos de entrega o en todo caso, buscar solventar futuros pedidos a través de otros proveedores.

3.3 Servicio post venta

Figura 5

Servicio post venta como subcategoría de la selección de proveedores internacionales en diversas empresas importadoras de Lima 2023



Fuente: Entrevista a colaboradores de diversas empresas importadoras.

Elaboración: Propia

La figura N° 5 contiene la conclusión obtenida de las preguntas realizadas en el desarrollo de la entrevista de acuerdo con el objetivo “Determinar el servicio post venta en empresas importadoras de Lima 2023”.

En esta subcategoría, se busca recabar información vinculada a la experiencia de los entrevistados sobre los indicadores de riesgo y servicio al cliente como criterios al seleccionar proveedores internacionales. Con respecto al riesgo, los colaboradores concordaron que el mayor riesgo que cuidan es el financiero puesto que existe desconfianza principalmente en las primeras operaciones, para lo cual buscan prevenir a través de garantías o estipulando cláusulas especiales en los contratos y así poder salvaguardar cualquier pérdida en la empresa. Por otro lado, otro riesgo al cual están constantemente expuestos es al de producción, por la posibilidad de incumplimiento de pedido o entregas parciales no acordadas; este punto puede ser influenciado debido al compromiso en la capacidad de producción del proveedor; es por ello, que es muy importante analizar el riesgo antes de seleccionar al proveedor.

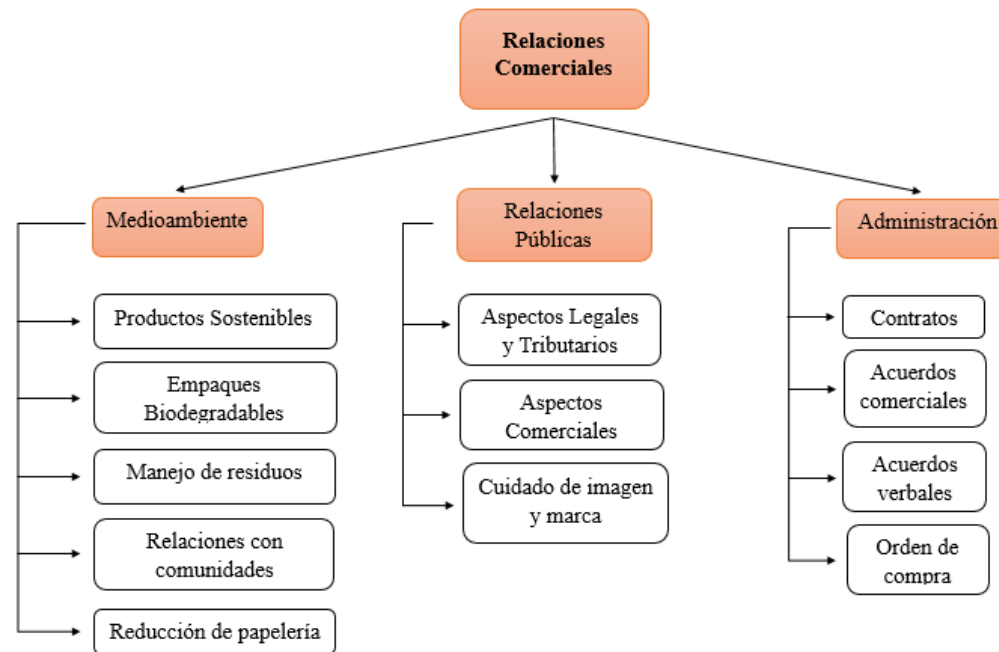
Por otro lado, respecto al ítem del servicio al cliente los colaboradores mencionaron que valoran como indicador de una correcta comunicación, la capacidad de la respuesta del proveedor, que sea oportuna, a tiempo y de forma asertiva para mantener la relación comercial vigente. Además, priorizan que sus proveedores tengan una alta determinación para la solución de problemas y así sacar adelante el negocio sin afectarse ellos ni a las empresas. Paralelo a ello, se pudo conocer los procedimientos que se realizan ante cualquier reclamo por parte de las empresas a los proveedores donde los más comunes son las penalidades aplicadas de acuerdo al contrato establecido en la negociación, que se permitan cambios sin costos adicionales que haga incurrir en gastos a la empresa o en ocasiones,

regularizar cualquier error en próximos pedidos emitiendo notas de crédito para economizar tiempo y dinero.

3.4 Relaciones comerciales

Figura 6

Relaciones comerciales como subcategoría de la selección de proveedores internacionales en diversas empresas importadoras de Lima 2023



Fuente: Entrevista a colaboradores de diversas empresas importadoras.

Elaboración: Propia

La figura N° 6 contiene la conclusión obtenida de las preguntas realizadas en el desarrollo de la entrevista de acuerdo con el objetivo “Determinar las relaciones comerciales en empresas importadoras de Lima 2023”

En esta parte se busca identificar la valoración de los indicadores: Medio ambiente, relaciones públicas y administración. De acuerdo con los comentarios de los entrevistados, el medio ambiente es un factor que en los últimos años ha sido de controversia debido a las diferentes culturas que se comparten en los negocios internacionales. Algunos entrevistados comentaron que por parte de sus empresas importadoras no se enfocan mucho en este punto debido a que no se encuentra establecido en las políticas de la empresa; sin embargo, si es considerado por parte de su proveedor ya que forman parte de las leyes que ellos deben cumplir como la gestión de los residuos y la deducción de papelería. En otros casos, es muy importante que los insumos importados sean sostenibles y que los empaques o presentación de sus productos sean biodegradables para prevalecer la protección del medio ambiente y mantener la imagen de la marca como eco amigable. Adicionalmente en algunos rubros, era fundamental que sus proveedores cuenten con una buena relación con la comunidad donde sus fábricas se encuentren establecidas ya que ello garantizaba el compromiso de la empresa para con ellos.

Con respecto a las relaciones publicas la mayoría de los entrevistados precisan que los aspectos legales y tributarios de sus proveedores son unos de los primeros filtros que se toman en cuenta para su selección; seguido de la validación de sus aspectos comerciales como sus principales clientes y la valoración de estos. Así como también la revisión previa del historial de la marca.

La administración de estas relaciones comerciales está ligada a la formalidad de los documentos que las empresas detallan en sus políticas. La gran parte de los entrevistados

indica que la mejor opción es formalizar la compra mediante un contrato o acuerdo comercial, otra parte comenta que dentro de su proceso de compra se trabaja con una orden de compra y los que realizan importaciones más pequeñas, optan por un acuerdo verbal o escrito que es, en su caso, mucho más rápido para la negociación.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

4.1. Discusión

El motivo principal para realizar esta investigación fue describir los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023, a partir de la descripción de las subcategorías del estudio: costo de adquisición, servicio de entrega, servicio post venta y relaciones comerciales; para ello, se recabaron los datos de 15 colaboradores que cumplen con las características de inclusión detalladas líneas arriba, los cuales se agrupan en las siguientes áreas de trabajo:

- Gerentes generales.
- Gerentes de negocios internacionales.
- Jefes de importaciones.
- Analistas de compras.

Posterior al análisis realizado de los resultados de esta tesis, se comienza con la sección de discusión con la finalidad de validar y reforzar la interpretación sobre los resultados obtenidos, para, finalmente, concluir con el análisis.

La tesis de Barrantes y Peña (2018), tuvo como finalidad el determinar un prototipo sobre inteligencia comercial para seleccionar proveedores chinos especializados en material quirúrgico en empresas veterinarias de Trujillo, 2018; en el cual se estableció que son cinco las etapas que conforman el modelo de inteligencia comercial. Los autores afirman que una de las etapas más relevantes es la selección de proveedores internacionales, ya que los abastecedores son un factor clave para la operación de la empresa de estudio, donde se tuvo en cuenta que los principales factores para lograrlo son el costo, localidad de producto, el servicio, la confiabilidad, la administración organización, y la tecnología. Al igual que la tesis de Pérez (2019), la cual tuvo como finalidad conocer la forma en que la gestión de

proveedores logra mejorar el proceso de importación de motocicletas desde el mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L, menciona que el precio, la calidad, las garantías, el plazo de entrega, la forma de pago y el prestigio de una empresa son algunos de los criterios que cualquier organización debe considerar al momento de seleccionar trabajar con un proveedor. Dicha información concuerda parcialmente con la presente investigación ya que; los resultados generados de la muestra detallada, confirman que los criterios más considerados en la selección de un proveedor son los mencionados en los antecedentes citados previamente, además de criterios como la localidad del producto, tecnología y organización, los cuales pueden ser considerados en empresas de otros rubros que no fueron incluidos en la muestra.

En la tesis de Sánchez (2022), la cual tuvo como intención entablar el vínculo entre el proceso para seleccionar proveedores y la logística dentro de la Cooperativa de Ahorro y Crédito, se refiere sobre los criterios para la selección de proveedores que son principalmente la calidad de los productos, el precio establecido y el servicio brindado por la empresa, además, existen siete indicadores adicionales entre los cuales se encuentran las especificaciones técnicas del bien o servicio, el control de la misma, las formas de pago establecidas, el servicio posterior a la venta, la asistencia técnica que el producto requiera, la disponibilidad del mismo y la entrega a tiempo. Asimismo, Basurco y León (2018) en su tesis “Relación entre la homologación de proveedores internacionales y el nivel del servicio al cliente en una empresa importadora en el Perú en el año 2016. Caso Rash Perú S.A.C.”, se buscó probar la relación entre la homologación de proveedores internacionales y el servicio al cliente; teniendo en cuenta que para homologar a un proveedor hay que evaluar, principalmente, los criterios para su selección. En la investigación se hace mención que son cuatro los criterios fundamentales que se deben medir, como la calidad del producto, el plazo de entrega, la innovación tecnológica y la calidad de servicio; adicionalmente se consideran

algunos criterios ligados al proveedor como su reputación, su flexibilidad operativa, el precio, el servicio al cliente, entre otros. Los resultados de la presente tesis concuerdan con la información detallada por los autores mencionados anteriormente, ya que los entrevistados, en base a su experiencia y actividades laborales indican que los criterios mencionados son de suma importancia para seleccionar a un proveedor; debido a que, se busca mitigar cualquier tipo de riesgo que se pueda presentar en la relación comercial.

En relación con el párrafo anterior, Mortara y Tabone (2020) en su tesis “Selección de Proveedores bajo una estrategia de abastecimiento múltiple en una empresa Metalmecánica”, analizaron cinco criterios que iban acorde a los objetivos de la compañía de estudio: servicio, calidad, flexibilidad, precio y entrega. Los autores indicaron que era fundamental analizar estos criterios en el proceso de selección de proveedores; debido a que, les permite tomar una mejor decisión y obtener la combinación precisa de compras a cada proveedor teniendo en cuenta las características y necesidades de cada compañía. Esta información es compartida por Lozano (2007), quién en su tesis titulada “Selección y evaluación de proveedores: Caso aplicado en una empresa de la Industria automotriz en Francia” detalló que los criterios más importantes a evaluar son la calidad, el precio, la puntualidad que tienen las empresas en las entregas, la adaptación del bien a las necesidades, la calidad del servicio y apoyo posterior a la venta. Estos criterios van de la mano con la información obtenida, en donde se concuerda la importancia de los mismos para la selección de los proveedores y los beneficios que se obtienen como consecuencia a la toma de decisiones.

De igual forma que Calero y Tena (2021) en su tesis “Evaluación y selección de proveedores internacionales empresa caso de estudio”, quienes tuvieron el propósito de evaluar y seleccionar proveedores internacionales para el sector de grifería de lujo dentro de una empresa constructora con la finalidad de evaluar la factibilidad logística, técnica, legal

y financiera en una relación comercial, concluyeron que existen siete criterios por evaluar en cada proveedor: Incoterms brindados en las ventas internacionales, diversos medios de pago a negociar, evaluar si son fabricantes, solicitar catálogos, negociar los precios así como las cantidades mínimas sobre un pedido, y una evaluación del trato que se obtuvo al momento de contactarlos, la elaboración de su página web y sus comentarios así como el tiempo de respuesta que tiene este proveedor en cada transacción. Lo cual, concuerda con la información obtenida pese a que no se cuenta con los mismos nombres de indicadores, al momento de realizar las entrevistas con los encuestados concordaron en concepto con lo mencionado por las tesis precedentes.

Finalmente, en la tesis realizada por Barreneche (2010) la cual tuvo la finalidad de elaborar una metodología enfocada en la selección y evaluación de nuevos abastecedores dentro de una empresa, se concluye que existen tres criterios obligatorios a tomar en cuenta: productividad, calidad y servicio. De igual forma, mencionan que existen criterios que pueden ser considerados como opcionales: financieros, legales, organizacionales, ambientales, logísticos y término de pago. Lo mencionado, tiene similitud en ciertos indicadores a excepción de los organizacionales y logísticos que de acuerdo a lo indicado por los colaboradores entrevistados no son criterios que se tomen en cuenta. Sin embargo, pueden ser considerados en futuras investigaciones que estén dirigidas a una empresa en específico.

Limitaciones

Durante el desarrollo la presente tesis, se realizó una entrevista a 15 colaboradores de las diversas empresas importadoras, con la finalidad de analizar los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023; sin embargo, se tuvieron las siguientes limitaciones:

- No contar con una empresa en donde realizar la investigación planteada, lo que generó hacer una investigación amplia dirigida a varias empresas.
- Escasa información de la variable de estudio.
- La muestra inicial era de 22 colaboradores; sin embargo, por factores personales y laborales, se tuvo que cancelar 7 entrevistas.
- Retrasos con respecto a los horarios de las entrevistas, puesto que, existieron diversas cancelaciones y/o reprogramaciones de horario por parte de los colaboradores ya que, al laborar en diversas empresas, manejan distintos horarios de disponibilidad.

Pese a las limitaciones presentadas, se logró realizar las entrevistas a la muestra descrita y comparar los resultados con las bases teóricas investigadas.

Implicancias

La investigación que se realizó en esta tesis fue fenomenológica, lo que brinda un aporte a nivel teórico, de la variable de estudio y será de utilidad como antecedentes para futuros proyectos relacionados a la selección de proveedores internacionales dado que no hay evidencia alguna sobre la identificación de los criterios mencionados en Perú. Así mismo, tiene trascendencia práctica debido a que los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas servirán como conocimiento general para las pequeñas, medianas o grandes empresas importadoras que forman parte de la muestra y así puedan adaptar y/o modificar el proceso de selección de proveedores poniéndole mayor énfasis a los criterios detallados en la presente tesis. Asimismo, se debe tener consideración en ampliar el sector de investigación con la finalidad de profundizar el estudio de la variable.

Por otro lado, se debe considerar el realizar una nueva investigación cuantitativa enfocada en la población de una empresa real para ampliar la información descrita en el

presente trabajo ya que se tocarían los puntos más sensibles como los números internos de la misma en donde se discutiría con mayor detalle los objetivos planteados.

4.2. Conclusiones

Producto del análisis realizado de esta investigación, se concluye que existen diez criterios que las empresas importadoras debe considerar al momento de evaluar trabajar con un proveedor internacional. Estos criterios se clasifican en 4 grupos de acuerdo a su naturaleza: costo de adquisición, servicio de entrega, servicio post venta y las relaciones comerciales.

Como primer objetivo específico se tuvo la finalidad de determinar el criterio del costo de adquisición que utilizan las empresas importadoras al momento de seleccionar proveedores, donde se pudo evidenciar que las organizaciones valoran el precio que los proveedores puedan brindar, ligado a los diversos descuentos que les pueden ofrecer, así como el tipo de moneda o las facilidades de pago que puedan obtener durante la negociación.

Como segundo objetivo se buscó determinar el servicio de entrega que utilizan las empresas importadoras al seleccionar proveedores, donde se evidenció que las compañías valoran la calidad de los productos y/o servicios negociados, los métodos y plazos de entrega que se acuerden durante la relación comercial, la capacidad de producción que pueda permitirles una proyección de crecimiento a futuro y la flexibilidad operativa ante cualquier modificación o inconveniente.

En cuanto al tercer objetivo, se buscó determinar el servicio post venta en empresas importadoras al seleccionar proveedores, donde se menciona que existen distintos tipos de riesgos a los cuales podrían verse expuestos al trabajar con una empresa a distancia; sin embargo, valoran que los proveedores les brinden facilidades o cláusulas especiales en la negociación para mitigar ese riesgo. Además, es muy importante el servicio al cliente que estos proveedores les brindan a las empresas a través de la comunicación directa ante

cualquier percance y así poder obtener la confiabilidad por ambas partes de mantener el vínculo comercial.

En relación con el cuarto objetivo, el cual consistía en determinar las relaciones comerciales que tienen en cuenta las empresas importadoras al seleccionar proveedores, se obtuvo que lo más valorado por las empresas son las relaciones públicas de sus proveedores específicamente a través de la revisión de los aspectos legales y tributarios, así como el ítem de administración de estos para establecer acuerdos o contratos para la relación comercial. Por otro lado, son pocas empresas las que consideran un criterio importante la revisión de la contribución al medio ambiente para seleccionar un proveedor, puesto que, de acuerdo con la muestra de la presente investigación, no existe relevancia en ello.

Finalmente, en base a la muestra estudiada, se concluye que los criterios básicos que se deben considerar al momento de seleccionar un proveedor internacional son: precio, calidad, entrega, capacidad de producción, flexibilidad operativa, servicio al cliente, riesgo, medio ambiente, relaciones públicas y administración. Los mismos que garantizan una correcta gestión de los proveedores con la finalidad de mitigar cualquier tipo de contingencia que se pueda presentar en la relación comercial.

REFERENCIAS

Alvarez, V. y Ramos, Y. (2021). *Selección de proveedores, factor de éxito en la gestión de compras del producto restauración*. [Revista Científica Arbitrada de Investigación en Comunicación, Marketing y Empresa, REICOMUNICAR].
<https://reicomunicar.org/index.php/reicomunicar/article/view/25/64>

Alzate, S. (2015). *Selección y certificación de proveedores: un camino hacia el mejoramiento de la gestión de la cadena de suministro*. Medellín, Colombia.: Institución

Arias Odon, F. (2012). *El proyecto investigación: Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.

Babbage, C. (1832). *On the economy of Machinery and Manufactures*. Cambridge University Press.

Barrantes, P. y Peña, K. (2018). *Modelo de inteligencia comercial para la selección de proveedores chinos de material quirúrgico para empresas veterinarias de la ciudad de Trujillo, 2018* [Tesis de Licenciatura, Universidad Privada del Norte].

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/13408/Barrantes%20Ramirez%20Pedro%20Cristian%20-%20Pe%20-%20Pe%20-%20Benites%20Keny%20Jakdiel.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

Barreneche, D. (2010). *Metodología para la selección y evaluación de Proveedores en una empresa*. [Tesis de Ingeniería, Universidad EAFIT].

https://repository.eafit.edu.co/bitstream/handle/10784/425/Daniel_BerrenecheGiraldo_2010.pdf

Basurco, Z. y Leon, R. (2018). *Relación entre la homologación de proveedores internacionales y el nivel del servicio al cliente en una empresa importadora en el Perú en el año 2016. Caso Rash Perú S.A.C.* [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de

Ciencias Aplicadas].

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623536/Basurco_ZA.pdf?sequence=4&isAllowed=y

Besterfield, D. H., Michna, C. B., Besterfield, G. H., & Sacre, M. B. (2003). Total quality management (3rd ed.). New Jersey: Pearson Education.

Calero, D. y Tena, C. (2021). Evaluación y selección de proveedores internacionales empresa caso de estudio. [Tesis de Licenciatura, Universidad ICESI].
https://repository.icesi.edu.co/biblioteca_digital/bitstream/10906/92480/1/TG03401.pdf

Cancer, J. (2005). La Denostada Postventa. Revista ICE.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2573528>.

Campoy, T. & Gomes, E. (2017). 10 técnicas e instrumentos cualitativos de recogida de datos. Manual básico para la realización de tesinas, tesis y trabajos de investigación.

Cavusgil, T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2015). International Business. The new realities. Pearson.

Centro de Investigación de Economía y Negocios Globales (febrero 2023). Reporte de Importaciones. https://www.cien.adexperu.org.pe/wp-content/uploads/2023/03/CIEN_RIM_Febrero_2023-1.pdf

Chen, K. y Li, R. (2005). Suppliers capability and price analysis chart. International Journal of Production Economics, 98 (3), 301-315.

Cortes, D. (s.f). Logística: ¿Qué es el tiempo de entrega?.
<https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-tiempo-de-entrega.html> Dickson, G. W. “An Analysis of Supplier Selection: Systems and Decisions,” Journal of Purchasing, Vol. 2, No. 1, 1966, pp. 5-17.

Cruz Mecinas, L. (1999). Principios Generales de Compras. Compañía Editorial Continental.

Daniels, J.D., & L.H. Radebaugh. 2001, 2013, 2018. International Business: Environments and Operations, 9th ed. Pearson Prentice Hall.

Ellram, L. M. & Cooper, M. C. (2014). Supply Chain Management: It is all about the Journey, Not the Destination. Journal of Supply Chain Management, 50(1), 8-20.

Ensslin, L, Ensslin, S, Rocha, S, Marafon, A. y Medaglia, T. (2013). Modelo multicriterio apoyar decisiones constructivistas en el proceso de evaluación de proveedores. Production. 23(2). pp 402-421. <https://bit.ly/2MXJm4c>

Escobar, J. (2018). Determinación de la capacidad de producción de losetas hidráulicas en la Unidad Empresarial de Base(UEB) Combinado de Hormigón “Eladio Rodríguez Méndez” dela empresa Materiales de la Construcción de Villa Clara. [Tesis para Diplomado, Universidad Central Marta Abreu de las Villas].
<https://1library.co/document/y6e2384z-determinacion-produccion-hidraulicas-empresarial-hormigon-rodriguez-materiales-construccion.html>

Flores, M. (2004). Optimización en la entrega de productos para una cadena de abastecimientos. [Tesis de Ingeniería, Universidad Mayor de San Marcos].
https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/Tesis/Ingenie/flores_tm/flores_tm.pdf

Fondo Monetario Internacional. (9 de abril de 2018). La globalización facilita la difusión transfronteriza de la tecnología y el conocimiento.
<https://www.imf.org/es/Blogs/Articles/2018/04/09/globalization-helps-spread-knowledge-and-technology-across-borders#:~:text=La%20globalizaci%C3%B3n%20impulsa%20el%20avance%20tecnol%C>

3%B3gico&text=Segundo%2C%20intensifica%20la%20competencia%20internacional,y
%20adoptar%20tecnolog%C3%ADas%20del%20exterior

Goffin, K. and Lemke, F. (2006). An exploratory study of "close" supplier-
manufacturer relationships. *Journal of Operations Management*, 24, 189-209.

Gomez, E. (2015). Criterios de Selección de Proveedores de Tecnologías de la
Información y Comunicaciones en el Sector Financiero: Consecuencias de su Aplicación y
Estudio de un Caso Real. [Tesis de Maestría, Universidad Oberta de Catalunya].
<https://openaccess.uoc.edu/bitstream/10609/40361/6/egomezvaTFM0115memoria.pdf>

Heredia, N. (2007). *Gerencia de compras, Lanueva estrategia competitiva*. Bogotá:
Eco Ediciones.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la
Investigación. *ElOsoPanda.com*. Edición, (6), p. 122.

Hernández, R.; Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la
investigación. Mc Graw-Hill.

Huang, S. and Keskar, H. (2007). Comprehensive and configurable metrics for
supplier selection. *International Journal of Production Economics*, 27, 510-523.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de marketing* 8va edición.
Pearson Educación México.

Leal, A. y Quero, M. (2011). *Manual de Marketing y comunicación cultural*.
[https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-
y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=0b40cf6f385ce3edcc43de0c2b9a6e16](https://www.bizkaia.eus/home2/archivos/DPTO4/Temas/producto44manual-de-marketing-y-comunicacion-cultural_web.pdf?hash=0b40cf6f385ce3edcc43de0c2b9a6e16)

Lewis, R. (1993). *Hospitality Management Education: here today, gone tomorrow?*.
Hospitality Research Journal. (2, 45-57)

Lozano, R. (2007). Selección y evaluación de proveedores: Caso aplicado en una empresa de la Industria automotriz en Francia. [Tesis de Maestría, Instituto Tecnológico y de estudios superiores de Monterrey].

https://repositorio.tec.mx/bitstream/handle/11285/568141/DocsTec_5769.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Machota, M. y Martínez, M. (1996), Contabilidad Ambiental: una apuesta de futuro. Revista Suma, 2do trimestre, pp. 6-10.

Martinez, D., y Milla, A. (2005). Elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Madrid, España: Díaz de Santos SA.

Merli, G. (2006). Nueva estrategia de Aprovisionamiento para la fabricación. Madrid España: Díaz de Santos SA.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2013, enero). El ABC del comercio exterior (Guía práctica del importador volumen III).
https://www.acuerdoscomerciales.gob.pe/Documentos/manuales/guia_del_importador_wr.pdf

Mittelman, James H. "The Dynamics of Globalization" En: Globalization: Critical Reflections London: Lynne e Reinner Publishers, pp. 1-19. 1997

Moreano, M. (2002). Rol del público interno en el logro de la imagen de una organización: el caso de la dirección de personal de la Policía Nacional del Perú.

Mortara, V. y Tabone, L. (2020). Selección de Proveedores bajo una estrategia de abastecimiento múltiple en una empresa Metalmecánica. [Tesis de Ingeniería, Universidad Nacional de Mar del Plata]. [file:///C:/Users/PAMELA/Downloads/4809-Textodelarticulo-19083-1-10-20210603%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/PAMELA/Downloads/4809-Textodelarticulo-19083-1-10-20210603%20(2).pdf)

Nogales González, R., (2007). Cambio de concepto de Compras a Cadena de Suministros. Ciencias Holguín, XIII(1), 1-12.

Ñaupas, Valdivia, Palacios y Romero (2018). Metodología de la Investigación Cuantitativa – cualitativa y redacción de la tesis. Editorial Adriana Gutiérrez M. Colombia.

Orihuela, G. T. (2015). Costos - Aplicaciones de PCGE por sectores económicos.

Palacio, J. y Alvarez, C. (2004). "El mercado de trabajo análisis y políticas". Akal Economía actual.

https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_nlinks&ref=2041641&pid=S0186-1042201000020000300025&lng=es

Pérez, O. (2011). Los Riesgos en la Gestión de Proyectos.

<http://semanatecnologica.fordes.co.cu/index.php/st/xi/paper/viewFile/13/41>

Pérez, Y. (2019). Gestión de proveedores para optimizar la importación de motocicletas del mercado chino en la empresa Lima Motor S.R.L., del departamento de Lambayeque, 2018 - 2019 [Tesis de Licenciatura, Universidad Señor de Sipán].

<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/6609/Perez%20Yajahuanca%20Yoselin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pita, S. & Pértegas, S. (2002). Investigación cualitativa y cuantitativa. Cuadernos de atención primaria, 9 (2), 76-78.

Plaza, J., Uriguen, P., & Bejarano, H. (2017). Validez y confiabilidad en la investigación cualitativa. Revista Arjé, 11 (21), 352-357.

<http://arje.bc.uc.edu.ve/arj21/art24.pdf>

Ramirez, A. (2022, 30 mayo). Los proveedores: Un aliado estratégico en la cadena de suministros (2022). Drivin. <https://driv.in/blog/proveedores-cadena-de->

Tabar, A. y Charkhgard, H. (2013). Supplier selection in supply chain management by using ANP and fuzzy TOPSIS. *International Journal of Applied Physics and Mathematics*. https://www.researchgate.net/publication/269799660_Supplier_selection_in_supply_chan_management_by_using_ANP_and_fuzzy_TOPSIS/citation/download

Terrazas, P., García, J., Coronel, N. (2012). Atributos considerados al Seleccionar Proveedores. Congreso Internacional de Investigación.

Torres, M., Santos, O. y Perez, M. (2015). Procedimiento de evaluación de proveedores con herramientas de la teoría de los subconjuntos borrosos. Aplicación a proveedores seleccionados de una empresa comercial. [Tesis de Licenciatura, Universidad de La Habana]. file:///C:/Users/PAMELA/Downloads/69-Article%20Text-70-1-10-20170429%20(1).pdf

Turban, E., King, D., Lee, J., Warkentin, M. and Chung, H.M. (2002) *Electronic Commerce 2002: A Managerial Perspective*. Prentice Hall, Upper Saddle Rive.

Vazquez, R., Díaz, A. y Del Rio, A. (2000). Marketing de relaciones: El proceso de desarrollo de las relaciones comerciales entre comprador y vendedor. [Tesis del Área de Comercialización e Investigación de Mercados, Universidad de Oviedo]. https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/45761/d229_01.pdf?sequence=1

Weber, C.A., Current, J.R. and Benton, W.C. (1991) Vendor Selection Criteria and Methods. *European Journal of Operational Research*, 50, 2-18. <http://dx.doi.org/10.1016/0377-2217>

ANEXOS

Anexo N° 1. Matriz de consistencia.

PROBLEMA	OBJETIVO	CATEGORÍA, SUBCATEGORÍAS E INDICADORES		METODOLOGÍA
General	General	Categorías: Selección de proveedores		Tipo de investigación: Básica
¿Cómo se determinan los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?	Describir los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.	Subcategorías	Indicadores	Enfoque: Cualitativo
		Costo de adquisición	Precio	Nivel: Descriptivo
Específicos	Específicos	Servicio de entrega	Calidad	Diseño: Fenomenológico
			Entrega	
¿Cómo se determinan los criterios de costo de adquisición para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?	Describir los criterios del costo de adquisición para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.	Capacidad de producción	Flexibilidad operativa	
¿Cómo se determinan los criterios del servicio de entrega para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?	Describir los criterios servicio de entrega para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.	Servicio post venta	Servicio al cliente	Muestra: Colaboradores de 13 empresas importadoras de Lima
			Riesgo	
¿Cómo se determinan los criterios del servicio post venta para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?	Describir los criterios del servicio post venta para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.	Relaciones comerciales	Medio Ambiente	Técnica: Entrevista a profundidad
			Relaciones Publicas	
¿Cómo se determinan los criterios de las relaciones comerciales para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023?	Describir los criterios de las relaciones comerciales para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.		Administración	Instrumento: Guía de entrevista semiestructurada

Fuente: Elaboración propia 2023

Anexo N° 2. Matriz de categorización de constructo

MATRIZ DE CATEGORIZACIÓN DE CONSTRUCTO						
CATEGORÍA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORÍAS	DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS	INDICADORES	N° DE PREGUNTA
Selección de proveedores	La selección de proveedores debe tener como criterio principal, la capacidad 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. Sarache, W; Castrillón, O; Ortiz, L. (2009)	La categoría esta compuesto por 4 subcategorías y 13 indicadores, donde se estudiará descriptivamente mediante la entrevista.	Costo de adquisición	Incluye el precio de venta más los otros costos para asegurar la entrega.	Precio	1; 2; 3
			Servicio de entrega	Se evalúa el cumplimiento de los términos de entrega, calidad, seguridad, capacidad de producción y la flexibilidad operativa.	Calidad	4; 5; 6; 7; 8; 9
					Entrega	
					Capacidad de producción	
			Servicio post venta	Servicio de postventa: Se evalúa el seguimiento del producto por parte del proveedor así como el servicio al cliente.	Servicio al cliente	10; 11; 12
					Riesgo	
			Relaciones comerciales	Se basan en las relaciones establecidas por el tiempo, las relaciones públicas, administración y el medio ambiente.	Medio Ambiente	13; 14; 15
Relaciones Publicas						
		Administracion				

Fuente: Elaboración propia 2023

Anexo N° 3. Guía de entrevista semiestructurada.

GUÍA DE ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Buenos días estimado(a) Sr(a) mi nombre es Pamela Gamboa Ramon y junto a mi compañera Fátima Noya Arellano, ambas bachiller en Administración y Negocios Internacionales de la Universidad Privada del Norte, queremos agradecerle por habernos brindado su tiempo para realizar la presente entrevista, la cual tiene como objetivo general analizar los criterios para la selección de proveedores internacionales en empresas importadoras de Lima 2023.

PREGUNTAS SEMIESTRUCTURADAS	
Nº	ITEMS
	COSTO DE ADQUISICION
1	¿Qué tipos de descuentos se negocian al momento de comprar el producto?
2	¿Qué atributos del precio contemplas al analizar un precio de un producto cuando va a seleccionar un proveedor?
3	¿Qué otros criterios vinculados al precio, consideras al momento de seleccionar un proveedor?
SERVICIO DE ENTREGA	
4	¿Qué aspectos de la calidad son considerados al momento de seleccionar proveedores?
5	¿Cómo evalúas la calidad de un proveedor?
6	¿Qué consideraciones tomas en cuenta en la entrega del producto?
7	¿Qué acciones toma su empresa cuando el proveedor no cumple con el tiempo de entrega?
8	¿Qué relevancia tiene la capacidad de producción para la selección de un proveedor?
9	¿Qué características de la flexibilidad operativa considera al momento de seleccionar proveedores?
SERVICIO POST VENTA	
10	¿Qué indicadores utiliza para medir el servicio al cliente?
11	¿Qué procedimiento se realiza ante reclamos?
12	En base a su experiencia ¿Ha tenido que asumir algún riesgo en la selección de proveedores?
RELACIONES COMERCIALES	
13	¿Qué aspectos de la gestión ambiental considera importantes en la selección de proveedores?
14	¿Qué importancia tienen las relaciones públicas del proveedor en el proceso de selección?
15	¿Cómo gestiona la administración de relaciones públicas en la selección de proveedores?

Anexo N° 4. Informacin obtenida de las entrevistas realizadas.

ENTREVISTADOS	ALEXANDRA DAVILA	JULIO BASTANTE	ANDREA HIDALGO	KELLY DIAZ	PAOLO PEREZ
COSTO DE ADQUISICION					
1 ¿Qué tipos de descuentos se negocian al momento de comprar el producto?	DESCUENTO POR VOLUMEN	DESCUENTO POR VOLUMEN	DESCUENTO POR VOLUMEN	DESCUENTO POR VOLUMEN	NEGOCIACION EN PAQUETE
2 ¿Qué atributos del precio contemplas al analizar un precio de un producto cuando va a seleccionar un proveedor?	TC, TIEMPO DE ENTREGA, CREDITO	30% ADELANTO 70% EMBARCADA	CONDICIONES DE PAGO, MONEDA, TC, FACILIDADES LISING	TIEMPO DE ENTREGA Y PRECIO (TC, MONEDA)	MONEDA, CONDICION DE PAGO ITOS, CARTA DE FIANZA
3 ¿Qué otros criterios vinculados al precio, consideras al momento de seleccionar un proveedor?	CALIDAD DEL PRODUCTO	CALIDAD DEL PRODUCTO	CALIDAD DEL PRODUCTO	CALIDAD, TIEMPOS DE ENTREGA, CALIDAD DEL EMBALAJE, ENVIO	SEGUROS DE \$5MM DE RRSS Y PRODUCTO, FIANZA, PENALIDADES, PRESENTACION DE DOCUMENTOS, INSPECCIONES
SERVICIO DE ENTREGA					
4 ¿Qué aspectos de la calidad son considerados al momento de seleccionar proveedores?	DECLARACIONES (FILTROS), MUESTRAS (AROBADOS POR ANALISIS), APROBACION FINAL	CUMPLIR CON LO SOLICITADO	MUESTRAS	PROVEEDOR CONFIABLE (DEPENDE DEL PAIS), CLIENTES, GARATIAS	PLAN DE INSPECCIONES, PRUEBAS
5 ¿Cómo evaluas la calidad de un proveedor?	CERTIFICACIONES (OEA, ISSO)	EVALUA LA MUESTRA	EVALUACION, CERTIFICACIONES (ISSO), CLIENTES	CARTAS DE CLIENTES, CERTIFICACION	CERTIFICACIONES ISSO, DOCUMENTACION
6 ¿Qué consideraciones tomas en cuenta en la entrega del producto?	PRESENTACION	PRESENTACION	PRESENTACION	CUMPLIMNETO DE CARATERISTICAS, EXPERIENCIA EN EXPOS A PERU, PRESENTACIONES	ESPECIFICACION DE EMBALAJE, MODALIDAD DE ENTREGA
7 ¿Qué acciones toma su empresa cuando el proveedor no cumple con el tiempo de entrega?	FACTORES EXTERNOS	CANCELAR LA OC	COMUNICACIN PREVIA, LUEGO PENALIDADES	CONTRATO DE COMPRA VENTA, PENALIDADES	PENALIDADES 0.5% A 10% POR DIA// FIANZA DE FIEL CUMPLIMIENTO
8 ¿Qué relevancia tiene la capacidad de produccion para la seleccin de un proveedor?	MUY RELEVANTE	MEDICION POR CRECIMIENTO	RESPUESTA INMEDIATA ANTE REQUERIMIENTOS	VOLUMEN DE LA COMPRA	CAPACIDAD DE RESPUESTA
9 ¿Qué características de la flexibilidad operativa considera al momento de seleccionar proveedores?	RESPUESTA INMEDIATA	ADAPTACION A CAMBIOS	DISPONIBILIDAD ANTE CAMBIOS	DEPENDE DE LA ORGANIZACIN, TIEMPOS,	CAMBIOS
SERVICIO POST VENTA					
10 ¿Qué indicadores utiliza para medir el servicio al cliente?	RESPUESTA DEL PROVEEDOR, COMUNICACIN,	TIEMPO DE RESPUESTA	TIEMPO DE RESPUESTA, SOLUCION DE PROBLEMAS	CAPACIDAD DE RESPUESTA, STOCK	CAPACIDAD Y TIEMPO DE RESPUESTA, UBICACIN DE OFICINAS
11 ¿Qué procedimiento se realiza ante reclamos?	NC, REEMPLAZO	COMUNICACIN, CAMBIO SIN COSTOS ADICIONALES	COMUNICACIN INMEDIATA	LIGADO A PENALIDADES, % DE MERMAS	CLIENTE SE COMUNICA CON EL PROVEEDOR
12 En base a su experiencia ¿Ha tenido que asumir algun riesgo en la seleccin de proveedores?	RIESGO FINANCIERO DE PROVEEDORES NUEVOS	DESCONFIANZA FINANCIERA EN LA SELECCIN DE PROVEEDORES - AGENTES DE COMPRAS	NUEVOS PROVEEDORES, RIESGOS FINANCIEROS	RIESGO PAIS, RIESGOS FINANCIEROS CON GARANTIA CON CARTAS DE CREDITO, CONTRATOS CON PENALIDADES, CARTA FIANZA	RIESGO FINANCIERO, RIESGOS DE PRODUCCION
RELACIONES COMERCIALES					
13 ¿Qué aspectos de la gestin ambiental considera importantes en la seleccin de proveedores?	PRODUCTOS SOSTENIBLES, EMPAQUES BIODEGRADABLES	NA	MATERIALES RECICLADOS, REUSADOS, HUELLA DE CARBONO	MANEJO DE RESUDIOS, EMPAQUES ECOAMIGABLES, RACISMO, EXPLOTACION	CERTIFICACION, AREA DE AMBIENTAL, RELACION CON COMUNIDADES
14 ¿Qué importancia tienen las relaciones publicas del proveedor en el proceso de seleccin?	LISTAS DE TERRORISMO, CUIDADO DE IMAGEN Y MARCA	AGENTE COMPRAS FILTRA AL PROVEEDOR	TEMAS LEGALES Y TRIBUTARIOS	COMERCIALES Y FINANCIEROS	REVISION DE TEMAS LEGALES, TRIBUTARIAS Y COMERCIALES
15 ¿Cómo gestiona la administracin de relaciones publicas en la seleccin de proveedores?	CONTRATOS, CARTA DE EXCEPCION, ENGACHES POR SERVICIOS	ACUERDOS VERBALES	PACTO VERBAL, CONTRATO FORMAL	CONTRATOS CLAROS, OC CON TERMINOS Y CONDICIONES	CONTRATO MAS TERMINOS Y CONDICIONES, ADM DEL CONTRATO

ENTREVISTADOS		NATALI CCAICURI	HEBERT CASAS	FLOR DIAZ	MERCEDES VARGAS	GUILLERMO GARCIA
COSTO DE ADQUISICION						
1	¿Que tipos de descuentos se negocian al momento de comprar el producto?	FOB: DCTO PRODUCTO - CFR: PRODUCTO + FLETE	DSCTO POR VOLUMEN, CONSIGNACION	DSCTO POR VOLUMEN - LICITACIONES - POR PRIMERA COMPRA	DSCTO POR VOLUMEN	DSCTO POR VOLUMEN
2	¿Qué atributos del precio contemplan al analizar un precio de un producto cuando va a seleccionar un proveedor?	CONDICIONES DE PAGO	CALIDAD, CONDICIONES DE PAGO	CREDITO A 60 D - PAGO CON TC	TIPO DE MONEDA (ACCESIBILIDAD DE PAGO)	TIPO DE MONEDA (ACCESIBILIDAD DE PAGO)
3	¿Qué otros criterios vinculados al precio, consideras al momento de seleccionar un proveedor?	TIEMPOS, CALIDAD Y CONFIABILIDAD	CALIDAD, TIEMPO DE ENTREGA	VOLUMEN (CANTIDAD)	CALIDAD DE SERVICIO (CORTESIA POR TEMÁTICA DE VIAJE)	CALIDAD
SERVICIO DE ENTREGA						
4	¿Qué aspectos de la calidad son considerados al momento de seleccionar proveedores?	PRECIO, TIEMPO DE ENTREGA, CALIDAD, CONFIANZA, GARANTIA	ENTREGAS COMPLETAS Y A TIEMPO	REFERENCIAS DEL PRODUCTO, O EL VOZ A VOZ DE SUS CLIENTES	TRASLADO: CÓMO SE PRESENTA EL PROVEEDOR, AUTOS EN BUEN ESTADO (TOURS)	EVIDENCIA DEL PRODUCTO
5	¿Cómo evalúas la calidad de un proveedor?	CERTIFICADOS, INVESTIGACION, MUESTRAS	CRITERIOS DE NIVEL DE SERVICIO, ENTREGAS COMPLETAS, TIEMPOS DE ENTREGA	CERTIFICACIONES ISO - PRODUCTOS CON CERTIFICACIONES	CERTIFICACIONES	RECOMENDACIONES
6	¿Qué consideraciones tomas en cuenta en la entrega del producto?	CUMPLA CON TODAS LAS CARACTERISTICAS	PRODUCTO COMPLETO, CUMPLIMIENTO DE CARACTERISTICA, PLAZO	PRODUCTOS REFRIGERADOS (CADENA DE FRIO) - TIEMPO DE ENTREGA Y CAJAS CORRECTAMENTE ETIQUETADAS	PRESENTACION, CALIDAD, TIEMPOS	ENVIO
7	¿Qué acciones toma su empresa cuando el proveedor no cumple con el tiempo de entrega?	DEPENDE DEL INCOTERM	FEEDBACK, CANCELACION DE OC	ENTREGA 1 CARTA DE SUSTENTO DEL RETRASO PARA AMPLIAR PLAZO -- SI ES DEL ESTADO EL PROVEEDOR ASUME LA PENALIDAD	COORDINACION PARA MOD	CONSENSO Y DCTO PARA LA SIGUIENTE COMPRA
8	¿Qué relevancia tiene la capacidad de producción para la selección de un proveedor?	SI PERO TIENE VARIEDAD DE PROVEEDORES	CAPACIDAD DE RESPUESTA	RELEVANTE - PRODUCTOS SON PERECIBLES LISTADO	NO SE CONSIDERA	CAPACIDAD DE RSPTA
9	¿Qué características de la flexibilidad operativa considera al momento de seleccionar proveedores?	NO REALIZA CAMBIOS	TIEMPO DE RESPUESTAS INMEDIATOS	ANTES DE APROBAR SE PUEDE ADICIONAR O RESTAR - CLAUSULA QUE PERMITE ESTA APROBACION	SON IMPORTANTE (MAX 24HRAS)	SE REGULARIZA EN EL SGT PEDIDO
SERVICIO POST VENTA						
10	¿Qué indicadores utiliza para medir el servicio al cliente?	CALIDAD, TIEMPO DE ENTREGA, TIEMPO DE RESPUESTA	ON TIME, IN FULL	TIEMPO DE ENTREGA	EXPERIENCIA DEL CLIENTE	TIEMPO DE RESPUESTA
11	¿Qué procedimiento se realiza ante reclamos?	COMUNICACIÓN CON EL PROVEEDOR DIDIENDO DEL INFORME	COMUNICACIÓN INNMEIATA		COMUNICACIÓN CON EL PROVEEDOR	EVIDENCIA DEL PRODUCTO
12	En base a su experiencia ¿Ha tenido que asumir algún riesgo en la selección de proveedores?	RIESGO FINANCIEROS	PROVEEDOR NUEVO	APLICAR GARANTIA, REEMPLAZO DE PRODUCTO O EQUIPO	NO SE BRINDA	GARANTIAS
RELACIONES COMERCIALES						
13	¿Qué aspectos de la gestión ambiental considera importantes en la selección de proveedores?	POLITICAS MEDIOAMBIENTALES POR PARTE DE SUS PROVEEDORES	CUMPLIMIENTO DE DISPOSICION DE RESIDUOS	NO ES UN DATO DECISIVO PORQUE EN EL EMPAQUE ES TRASLADADO AL CLIENTE FINAL	REDUCCION DE PAPELERÍA	PACKAGING ORGANICO
14	¿Qué importancia tienen las relaciones públicas del proveedor en el proceso de selección?	REVISAR SU WEB	LEGALES	NO ES UN DATO QUE REVISEN	CALIDAD DEL HOTEL (4 O 5 ESTRELLAS)	LEGALES / COMERCIALES
15	¿Cómo gestiona la administración de relaciones públicas en la selección de proveedores?	CONTRATO ESPECIFICO	OC, CONTRATO	CONTRATOS ANUALES	CONTRATO POR SERVICIO	CONTRATOS Y ACCUERDOS COMERCIALES

ENTREVISTADOS	VANESSA KU	RENZO ARELLANO	BRENDA CORTEZ	EMILIO BROQ	JUAN PABLO CORDOVA
COSTO DE ADQUISICION					
1 ¿Que tipos de descuentos se negocian al momento de comprar el producto?	DESCUENTOS POR VOLUMEN	DESCUENTOS POR VOLUMEN	DESCUENTOS POR VOLUMEN	DESCUENTOS POR VOLUMEN	DESCUENTOS POR VOLUMEN
2 ¿Qué atributos del precio contemplan al analizar un precio de un producto cuando va a seleccionar un proveedor?	PRECIO / CALIDAD	MONEDA	CONDICIONES DE PAGO	MONEDA - CONDICIONES DE PAGO	FORMAS DE PAGO, TIEMPOS DE ENTREGA, PLAZO FORMAS DE PAGO
3 ¿Qué otros criterios vinculados al precio, consideras al momento de seleccionar un proveedor?	GARANTÍA	CALIDAD Y CANTIDAD (PRODUCTOS AL POR MAYOR)	CANTIDAD (PRECIO LIGADO) --- REMATES	CALIDAD	CONFIANZA: CALIDAD Y CANTIDAD. TIEMPO DE PRODUCCIÓN, FICHAS TÉCNICAS ACTUALIZADAS (ISO)
SERVICIO DE ENTREGA					
4 ¿Qué aspectos de la calidad son considerados al momento de seleccionar proveedores?	ACABADO DEL PRODUCTO	TIEMPOS DE ENTREGA, CALIDAD, HISTORIAL	REFERENCIAS DE LA EMPRESA	EMPAQUE (MATERIAL)	PRODUCTOS DE SISTEMAS (TIENEN QUE CUMPLIR CON LOS STANDARES)
5 ¿Cómo evalúas la calidad de un proveedor?	PERFIL DEL PROVEEDOR	RECOMENDACIONES (HISTORIAL)	RECOMENDACIONES	RECOMENDACIONES, EXPERIENCIA PROPIA	CERTIFICADOS DE FÁBRICA, MUESTRAS, CATÁLOGOS
6 ¿Qué consideraciones tomas en cuenta en la entrega del producto?	DETALLES (PRESENTACIÓN) Y EMPAQUE	TIEMPO DE ENTREGA, FACILIDAD DE PAGO	PRESENTACIÓN	PRESENTACIÓN, MODALIDAD DE ENTREGA, TIEMPO	PALETIZADO PARA HACER LA DESCARGA MÁS RÁPIDA
7 ¿Qué acciones toma su empresa cuando el proveedor no cumple con el tiempo de entrega?	ACUERDOS --- SE LLEGA A UN ACUERDO PARA FUTURAS COMPRAS	PENALIDAD EN EL CONTRATO POR EL TIEMPO	PENALIDADES O DESCUENTO EN EL PRÓXIMO CONTENEDOR	PENALIDAD, DSCTO SIGUIENTE PEDIDO	NO APLICAN PENALIDADES NI CANCELACIONES
8 ¿Qué relevancia tiene la capacidad de producción para la selección de un proveedor?	ES UN FACTOR QUE NO SE PRIORIZA PORQUE SE COMPRAN POR CANTIDADES PEQUEÑAS	ES RELEVANTE, 45 DÍAS PARA LA ENTREGA (PUERTO)	MÁS QUE TIEMPO, CALIDAD DEL PRODUCTO	SI, PORQUE SE PIDE CANTIDAD DE CONTENEDORES	QUE NO DEMOREN MÁS DE 30 DÍAS
9 ¿Qué características de la flexibilidad operativa considera al momento de seleccionar proveedores?	CAMBIOS Y ARREGLOS (BRANDEAR LAS PATITAS Y CAJAS DE LOS LENTES)	RENEGOCIAR EL SIGUIENTE LOTE	LA RAPIDEZ	EVITAR PREVIAMENTE LOS CAMBIOS	TRABAJAN CON VARIOS PROVEEDORES
SERVICIO POST VENTA					
10 ¿Qué indicadores utiliza para medir el servicio al cliente?	COMUNICACIÓN LO MÁS INMEDIATA POSIBLE (CORREO, WHATSAPP)	CAPACIDAD DE SOLUCIÓN DE PROBLEMAS (MANTENER LA RELACIÓN COMERCIAL)	TIEMPO DE RESPUESTA (WITCHAT)	CAPACIDAD DE RE NEGOCIAR	PRONTA RESPUESTA DE REQUERIMIENTOS
11 ¿Qué procedimiento se realiza ante reclamos?	COMUNICACIÓN DIRECTA (LENTES SE ROMPEN O DAÑAN) PERO DÁNDOLE SOLUCIÓN AL CLIENTE	WITCHAR (WHATSAPP UNIVERSAL) LIBRE COMUNICACIÓN INSTANTÁNEA	RENEGOCIACIÓN PARA PRÓXIMOS CONTENEDORES	WITCHAT, CORREO, REPRESENTANTE ALLÁ DE LA EMPRESA	ENVIAR EVIDENCIAS DE LAS FALLAS (FOTOS, VIDEOS) Y ABSOLVER LAS DUDAS
12 En base a su experiencia ¿Ha tenido que asumir algún riesgo en la selección de proveedores?	NEGOCIAR CREDITOS POSTERIOR A LA PRIMERA IMPORTACIÓN	TIENEN GARANTÍA, PERO VUELVEN A RENEGOCIAR PARA MANTENER LA RELACIÓN COMERCIAL.	GARANTÍA (LOS JEFES HAN VIAJADO)	APLICAR GARANTÍA	CUANDO TRABAJAS CON NUEVOS PROVEEDORES SE TRABA CON CARTAS DE CRÉDITOS
RELACIONES COMERCIALES					
13 ¿Qué aspectos de la gestión ambiental considera importantes en la selección de proveedores?	PRODUCTOS BIODEGRADABLES (EMPAQUE)	DEJARON DE TRABAJAR CON PRODUCTOS DE PLÁSTICO. EJEMPLO, YA NO IMPORTAN MANCUERNAS DE PVC, SI NO DE HIERRO	NO ES CONSIDERADO	EMPAQUE (PRODUCTOS ECOFRIENDLY)	NO LO EVALÚAN
14 ¿Qué importancia tienen las relaciones públicas del proveedor en el proceso de selección?	NO LO PRIORIZAN (SOLO SE AVERIGUA LO NECESARIO DEL IMPORTADOR)	COMERCIALES Y TRIBUTARIOS POR LA MEZCLA DE CONTENEDORES	ES IMPORTANTE LOS COMERCIALES	SE REALIZA PARA EVITAR RIESGOS	NO LO EVALÚAN
15 ¿Cómo gestiona la administración de relaciones públicas en la selección de proveedores?	ACUERDOS , ORDENES DE COMPRA, APROBACIONES, DEPÓSITO	CONTRATOS (PREVIAMENTE ACUERDOS)	CONTRATOS	CONTRATOS	ACUERDOS DE DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA

Anexo N° 5. Evidencia de Validación de Juicio de Experto

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	Mg. Gustavo Barrantes Morales
Cargo:	Coordinador académico
Institución /Empresa:	Universidad Privada del Norte

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				10	1.00
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

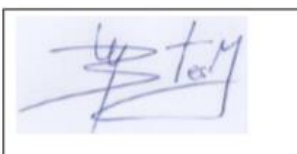
Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 1.00$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.



Firma del validador

Gustavo Barrantes Morales

Lima, 22 de agosto del 2023

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	Mg. Jimmy Omar Herrera Gutiérrez
Cargo:	Docente a tiempo completo
Institución /Empresa:	Universidad Privada del Norte

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.			X	
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.			X	
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL				10	1.00
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

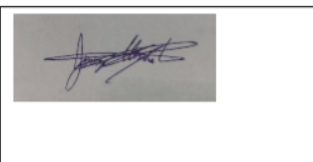
 Coeficiente de
 validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 1.00$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.



Firma del validador

Jimmy Herrera

Lima, 22 de agosto del 2023

PERFIL DEL VALIDADOR	
Nombre y apellidos:	Dany Requejo Granados
Cargo:	Docente a tiempo completo y Jefe Exportaciones Marítimas
Institución /Empresa:	Universidad Privada del Norte y DHL Global Forwarding

Aspectos de validación del instrumento		1	2	3	Sugerencias
Criterio	Indicador	D	R	B	
Pertinencia	Los ítems miden lo previsto en los objetivos de investigación.			X	
Coherencia	Los ítems responden a lo que se debe medir en la variable y sus dimensiones.			X	
Congruencia	Los ítems son congruentes entre sí y con el concepto que miden.			X	
Suficiencia	Los ítems son suficientes en cantidad para medir las variables.		X		
Objetividad	Los ítems miden comportamientos y acciones observables.			X	
Consistencia	Los ítems se han formulado en concordancia a los fundamentos teóricos de las variables.			X	
Organización	Los ítems están secuenciados y distribuidos de acuerdo a dimensiones e indicadores.			X	
Claridad	Los ítems están redactados en un lenguaje entendible para los sujetos a evaluar.		X		
Formato	Los ítems están escritos respetando aspectos técnicos (tamaño de letra, espaciado, nitidez)			X	
Estructura	El instrumento cuenta con instrucciones, consignas y opciones de respuesta bien definidas.			X	
CONTEO TOTAL					
Realizar el conteo de acuerdo a puntuaciones asignadas a cada indicador		C	B	A	TOTAL

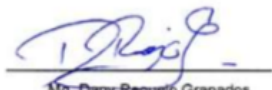
Coefficiente de validez:

$$\frac{A+B+C}{30} = 0.93$$

Intervalos	Resultado
0,00 - 0,49	Validez nula
0,50 - 0,59	Validez muy baja
0,60 - 0,69	Validez baja
0,70 - 0,79	Validez aceptable
0,80 - 0,89	Validez buena
0,90 - 1,00	Validez muy buena

CALIFICACIÓN GLOBAL

Ubicar el coeficiente de validez obtenido en el intervalo respectivo y escriba sobre el espacio el resultado.



Mg. Dany Requejo Granados

Firma del validador

Dany Requejo

Lima, 27 de agosto del 2023

Anexo N° 7. Evidencias de las Entrevistas

