



UNIVERSIDAD DE PLAYA ANCHA
FACULTAD DE INGENIERIA
DEPARTAMENTO DE INDUSTRIAS Y ECONOMIA
CARRERA DE INGENIERIA CIVIL INDUSTRIAL

**Estudio de clasificación de proveedores el Caso: Cooperativa Aldea
Matriz. Quinta región, Limache, Chile.**

Proyecto de Título 2 para optar al Título de Ingeniero Civil Industrial y

Grado Académico Licenciado en Ciencias de la Ingeniería

Gastón Andrés Díaz Soto

Dr. Pablo Saravia

Dr. Luis Espinoza

Valparaíso, Chile

2019

ÍNDICE

.....	1
RESUMEN	4
ABSTRACT	5
CAPÍTULO I: ANTECEDENTE DEL PROYECTO.....	9
1. Planteamiento del Problema.....	9
1.1 Sistema Agroindustrial.....	9
1.2 Los Agrosistemas	10
1.3 Agroecología	15
1.4 Economía Social y Solidaria	19
1.5 Las Cooperativas.....	21
1.5.1 Aldea Matriz	24
CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	26
2.1 Objetivos.....	26
2.2 Planificación	27
CAPITULO 3: MARCO TEORICO.....	29
CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA.....	38
4. Técnicas y herramientas de investigación	38
4.1 Recopilación de la información	38
4.2 Instrumentos de recolección de datos.....	38
5. Metodología Relación mutuamente beneficiosas con el proveedor.....	40
6. Métodos de selección de proveedores	42
7. Métodos de precalificación o aproximación	43
CAPITULO 5: DESARROLLO.....	44

8. Metodología de Cooperativa Aldea Matriz.....	44
8.1 Definición de criterios de selección de productos y proveedores	44
8.2 Definición Colectiva Criterios de Selección de la Cooperativa Aldea Matriz	46
8.4 Comparativa de Aspectos y Criterios.....	59
CONCLUSION	65
BIBLIOGRAFIA	67
WEBGRAFIA DE APOYO	69

RESUMEN

Este estudio busco mostrar los diferentes métodos para la elección de proveedores dentro de una Cooperativa Aldea Matriz ubicada en la región de Valparaíso, específicamente la ciudad de Limache.

La selección de un proveedor es uno de los pasos dentro de una organización más importantes ya que con lleva múltiples decisiones a la hora de elegir, las cuales podrían ser distancia, precio, accesibilidad, etc. Se estudió distintas metodologías e identificaremos cuál de todas es más conveniente para la Cooperativa Aldea Matriz.

Se partirá con la definición de la economía solidaria, sus referentes, alcances y resaltar brevemente las diferencias con la economía tradicional del libre mercado o convencional.

Finalmente se problematiza una de las herramientas que tiene la economía solidaria, las cooperativas. Una de estas es la Cooperativa de consumo Aldea Matriz, analizando su historia, procesos y principalmente la relación que tiene con sus proveedores y la manera de clasificarlos y generar una selección. En muchos casos elegir de manera adecuada a un proveedor genera un vínculo estratégico.

ABSTRACT

This study sought to show the different methods for choosing providers within a Cooperative Aldea Matriz located in the Valparaíso region, specifically the city of Limache. The selection of a supplier is one of the most important steps in an organization since it has multiple decisions when choosing, which could be distance, price, accessibility, etc. Different methodologies were studied and we will identify which one is most convenient for the Aldea Matriz Cooperative. It will start with the definition of the solidarity economy, its references, scope and briefly highlight the differences with the traditional free market or conventional economy.

Finally, one of the tools of the solidarity economy, cooperatives, is problematized. One of these is the Aldea Matriz consumer cooperative, analyzing its history, processes and mainly the relationship it has with its suppliers and the way to classify them and generate a selection. In many cases, choosing a supplier appropriately creates a strategic link.

INTRODUCCIÓN

Para sobrellevar los mayores desafíos del mundo de hoy es necesario transformar el modelo de desarrollo que ha imperado en las últimas décadas hacia uno que contemple una relación más equilibrada y menos depredadora o extractivista con la naturaleza y con las personas. Erradicar la pobreza y alcanzar el hambre cero, mientras se garantiza un crecimiento inclusivo y una gestión sostenible de los recursos naturales del planeta y esto con una dificultad adicional – todo esto en el contexto del cambio climático – solo será posible si nos comprometemos a un mundo futuro sostenible y con esto a su vez un cambio en la conciencia del hombre. Esto exige una transición a sistemas alimentarios y agrícolas sostenibles que garanticen la soberanía alimentaria y la nutrición para todos, proporcionen la equidad social y económica, y conserven la biodiversidad y los servicios ecosistémicos de los cuales depende la agricultura. Los sistemas alimentarios y agrícolas de hoy han logrado suministrar grandes cantidades de alimentos a los mercados globales, pero aún no pueden proporcionar desarrollo sostenible para todos. Los altos insumos externos y los sistemas agrícolas de recursos intensivos han contribuido a la deforestación, la escasez de agua, la pérdida de biodiversidad, el agotamiento de los suelos y elevados niveles de emisiones de gases de efecto invernadero (Graziano da Silva, 2018).

Dicho esto la agroecología ofrece un enfoque único para satisfacer las necesidades de generaciones futuras sin que nadie quede atrás. La agroecología, junto con agricultores familiares, incluidos los pequeños agricultores, pueblos indígenas, pescadores, agricultores de montaña y pastores, busca transformar los sistemas alimentarios y agrícolas abordando las raíces de los problemas y aportando soluciones holísticas y de largo plazo basadas en la co-creación de conocimientos, el intercambio y la innovación, incluida la combinación de conocimientos locales, tradicionales, indígenas y prácticos con una ciencia multidisciplinaria (Graziano da Silva, 2018).

En un contexto de una expansión económica y con posibles consecuencias en la sociedad rural, la búsqueda de un sistema económico diferente a generado que pequeños productoras y productores familiares, desarrollen nuevas estrategias con el propósito de un desarrollo a escala humana.

“Ante el fracaso del modelo neoliberal es necesario buscar nuevas formas de organización socio económica y caminar hacia la construcción de un nuevo modelo de desarrollo más equitativo y más cuidadoso del medio ambiente. En ese marco, la agricultura familiar es valorizada como una forma de producción más equitativa socialmente y ecológicamente más cuidadosa que la agricultura empresarial (o capitalista), teniendo un rol estratégico para el desarrollo rural sostenible” (Figari, et al, 2008:98) dicho esto en el marco del estudio de un cooperativa basado en los principios de la Economía Solidaria, que se define como un espacio de comercialización construido para el intercambio directo entre productores y consumidores agroecológicos y no agroecológicos y que es gestionada por ambas partes.

Dentro de este contexto, las cooperativas son un eje fundamental para el consumo y producción de productos agroecológicos. Ellas buscan un beneficio para todos los integrantes de esta, y pueden ser formadas por productores, vendedores o consumidores con el fin de producir, comprar o vender, o dar servicios varios y de tal forma que resulte ventajoso.

Se caracteriza a este tipo de organización -ya sea en entidades de producción, consumo, servicios y financieros-, por generar una asociación de personas que se unen en forma voluntaria para satisfacer una necesidad en común, estas necesidades pueden ser variadas: económicas, sociales y culturales (COOPERA - Asociación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito,2015).

Unas de las elecciones más difíciles y cuestionadas en todo tipo de organizaciones económicas es la selección de proveedores, debido a que es necesaria la adquisición de bienes, materias primas y servicios las que son parte fundamental del sistema de procesos y económico. Para esta elección la clave es la importancia que se da a cada criterio a utilizar para seleccionarlos ya que se debe tomar en cuenta que tipo de impacto tendrán los productos o servicios que ofrecen, y si este tendrá un efecto positivo con la productividad, calidad y competitividad de la organización misma.

Desde el punto de vista económico la unión inherente a las cooperativas, permitieron que se redujeran los costos por transacción, aprovechar las economías de escala y un mejoramiento de los atributos en la negociación. Esto permite que pequeñas unidades se inserten en mercado más competitivos o eficientes.

Limache es considerada una ciudad lunar o satélite del Gran Valparaíso que es donde se concentra la mayor cantidad de población, instituciones educacionales, de trabajo y turismo de la Región, por esa razón se busca el crecimiento y el desarrollo de la provincia para ofrecer a sus habitantes una mejor calidad de vida dentro de ésta, donde se pueda obtener trabajo, educación, entretenimiento y salud.

Dentro de esta provincia, se encuentra la cooperativa Aldea Matriz la cual fue fundada en el año 2017 por tres mujeres. Ellas soñaban con un lugar grato y en el cual compartir valores y experiencias de vida, específicamente en temas vinculados con consumo alimentario y no alimentario. En este trabajo veremos sus procedimientos de Compra – Venta y específicamente la relación con los proveedores. Es en este punto donde vamos a estudiar su forma de relacionar con ellos y la forma de seleccionar los proveedores, abarcando por sobre todo los productores de productos agroecológicos.

El proceso de selección de proveedores es una de las decisiones más importantes en todo tipo de negocio ya sea una transnacional como una cooperativa esto es para mantener una competencia estable, especialmente en la actualidad, donde el mercado está generando cambios continuamente.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTE DEL PROYECTO

1. Planteamiento del Problema

1.1 Sistema Agroindustrial

El sector Agroindustrial es definido como un subconjunto del sector manufacturero que procesa materias primas y productos intermedios tales como agrícolas, forestales y pesqueros. De este modo, el sector agroindustrial incluye fabricantes de alimentos, bebidas y tabacos, así como también textiles y prendas de vestir, muebles y productos de madera, papel y además de caucho. A su vez, la agroindustria forma parte del concepto más amplio de agronegocio, que incluye proveedores de insumos para los sectores agrícola, pesquero y forestal, además de distribuidores de alimentos y de productos no alimentarios procedentes de la agroindustria (FAO, 2013).

Los métodos alimentarios y agrícolas hoy en día han logrado proveer grandes volúmenes de alimentos a los mercados mundiales, sin embargo, los sistemas agrícolas convencionales generan un alto consumo de recursos naturales lo que está provocando una deforestación masiva, un desgaste del suelo, carencia y contaminación de las aguas, pérdida de agrobiodiversidad, y niveles elevados de emisiones de gases de efecto invernadero. La característica clave que define al sector agroindustrial es la naturaleza perecedera de las materias primas que emplea, la oferta y calidad de las cuales pueden variar significativamente con el tiempo. Dadas las condiciones de incertidumbre de la oferta de materias primas, puede resultar difícil planificar los procesos de transformación y producción y lograr economías de escala, especialmente cuando hay parámetros de calidad muy específicos (por ejemplo, enlatado de frutas y hortalizas). De esta manera, la agroindustria tienen una motivación para participar en la producción primaria (como en los sistemas de plantación) o para desarrollar relaciones de abastecimiento a largo plazo con los productores, con el objetivo de mejorar la

eficiencia en la producción, garantizar una oferta fiable, promover la adopción de variedades que se adapten mejor a las operaciones de procesamiento, etc. (FAO 2013 Agroindustria por el desarrollo).

1.2 Los Agrosistemas

Lo básico de la ecología es el concepto de ecosistema, definido como sistema funcional de relaciones complementarias entre los organismos vivos y su ambiente, esto en un tiempo y espacio que parece mantener un estado estable de equilibrio, pero a la vez dinámico (Gliessman, 2002).

Todo ecosistema es, pues, un conjunto en el que los organismos, los flujos energéticos y los flujos bioquímicos se hallan en equilibrio inestable, es decir, son entidades capaces de automantenerse, autorregularse y autorepararse independientemente de los hombres y de las sociedades y bajo principios naturales (Toledo, 1985).

Podemos distinguir dos tipos de intervención humana en los ecosistemas: Sociedades de cazadores-recolectores, donde los recursos naturales son obtenidos y transformados sin provocar cambios sustanciales en la estructura, dinámica y arquitectura de los ecosistemas naturales (Guha y Gadgil, 1993). La segunda, es aquella que se produce cuando los sistemas naturales son parciales o totalmente reemplazados por conjuntos de especies animales o vegetales en proceso de domesticación. La agricultura, ganadería, la silvicultura, etc. Serían los ejemplos más claros de esta segunda forma de intervención.

La globalización alimentaria ha producido constantes problemáticas a escala planetaria. Desde un punto de vista medioambiental el modelo no es sustentable principalmente por la alta demanda de insumos químicos, la demanda de energía asociado a cadenas de transportes de productos donde el mayor impacto es el de la huella de carbono, procesamiento y empaquetado. En todo este proceso es posible identificar una serie de huellas:

La huella de carbono es la totalidad de gases de efecto invernadero (GEI) emitidos por efecto directo o indirecto de un individuo, organización, evento o producto. Su impacto ambiental es medido llevando a cabo un inventario de las emisiones de GEI siguiendo normativas internacionales reconocidas, tales como ISO 14064-1, PAS 2050 o GHG Protocolo entre otras. La huella de carbono se mide en masa de CO₂ equivalente.

La huella ecológica; fue definida por Wackernagel y Rees en su libro “Nuestra Huella Ecológica: reduciendo el impacto humano sobre la Tierra”, en 1996 reduciendo el impacto humano sobre la Tierra, como “una medida de la carga impuesta por una población dada a la naturaleza”. La huella ecológica es una herramienta que nos ayuda a analizar la demanda de naturaleza por parte de la humanidad. La Huella Ecológica de una población determinada es el área biológicamente productiva necesaria para producir los recursos que consume y absorber los desechos que genera dicha población. Dado que los habitantes de cualquier sociedad utilizan recursos procedentes de todo el mundo, la Huella Ecológica suma y estima el tamaño de las diversas áreas utilizadas, sin importar el lugar en que se encuentren.

La huella Hídrica; se dio a conocer en 2002 por Arjen Hoekstra del Instituto de Educación del Agua de la UNESCO. A día de hoy se define como: “el volumen total de agua dulce que se utiliza para producir bienes y servicios de un individuo, de una comunidad o de una empresa”. La Huella hídrica o Huella de agua es un indicador que incluye el consumo de agua directo e indirecto de un consumidor o productor, comunidad o empresa y está definida como el volumen total de agua que necesita para producir los productos y servicios consumidos por los mismos.

El uso del agua se mide en volumen de agua consumida (o evaporada) y/o contaminada por unidad de tiempo. La huella de agua es un indicador geográfico explícito, que no solo muestra volúmenes de uso y contaminación de agua, sino también los lugares.

La huella Social; podría entenderse como la marca reconocible y medible que una empresa deja en la sociedad por razón de sus operaciones. La empresa no puede evitar dejar rastro. Sus actividades implican a personas y con sus decisiones crean más o menos empleo, que es en la actualidad lo más esperado de una empresa; pueden poner en riesgo los derechos humanos, los principios y derechos fundamentales en el trabajo; pueden impactar sobre la cultura, etc. En sus prácticas laborales pueden o no gestionar correctamente las condiciones de trabajo y protección social, pueden cuidar con mayor o menor esmero la salud y la seguridad en el puesto de trabajo y pueden realizar una apuesta clara y convencida sobre el desarrollo y formación de las personas. También deja huella, sin ninguna duda, la forma de hacer negocios, la competencia leal, el respeto a la legalidad laboral, fiscal, etc. Si hay un denominador común en las huellas anteriormente citadas es su relación con el “desarrollo”, y su implicación en la “sostenibilidad”, lo que supone que cuando menos es necesario valorar los nuevos paradigmas ecológicos y pero también económicos (Vallejo, 2014).

Desde un punto de vista institucional, podemos observar como las democracias liberales se enfrentan a un decaimiento en su legitimidad social y política, esto quiere decir, que la ciudadanía considera que los gobiernos no los representan y que por lo tanto no actúan de acuerdo a sus necesidades, sino más bien actúan de acuerdo a los intereses de las grandes corporaciones. Bajo este contexto el capitalismo mundial se encontraría en una fase histórica de gran degradación de la energía material y cultural para satisfacer las necesidades de las personas. La degradación de la energía material está dada por la creciente presión sobre los recursos hídricos, el desfallecimiento de la biodiversidad, el empobrecimiento de

los suelos o la crisis energética que se avecina por el uso excesivo de combustibles fósiles. (Calle, Rivera-Ferre y Soler; 2010).

La degradación cultural en cambio hace referencia a la deslegitimación de valores, recursos simbólicos y prácticas que mencionen lo común o lo colectivo como enfoque para nuestra supervivencia. La organización alimentaria vinculada a la globalización se fundamenta bajo la idea de la Revolución Verde. Sus orígenes se remontan a la década de los 60, considerando a los alimentos y a la agricultura como la solución ideal para paliar el hambre en el mundo. Básicamente, se refiere a la obtención de variedades agrícolas muy productivas, utilizando tecnologías de alto coste y no necesariamente usando nuevas tierras de cultivo, sino que se trata de incrementar el rendimiento por superficie, es decir, obteniendo más producción por cada hectárea cultivada. Todo ello se logra por medio de la aplicación de fertilizantes y pesticidas químicos, productos herbicidas e innovaciones técnicas en la mecanización del riego. Esta Revolución Verde va a depender de las costumbres y reglas culturales, económicas, e incluso políticas, de los pueblos, que definirán quién se beneficia de estos incrementos de la producción. De esta manera, la modernización agraria comienza a imponerse por medio de la mecanización, el uso de agroquímicos y el surgimiento de semillas comerciales, lo que constituiría un proceso de profundización de este modelo tecnológico de la mano de la creciente competencia productivista internacional y la incorporación de nuevas técnicas de manejo de mano de obra intensivas en capital. Elementos que consolidaron un mercado oligopólico alimentario a escala mundial.

Una consecuencia de esta Revolución Verde es que los agricultores y profesionales del cultivo van a necesitar cada vez más fertilizantes y plaguicidas, para conseguir resultados similares, porque la dependencia de los abonos químicos no ayuda al mantenimiento de la fertilidad natural del suelo. Además, los productos plaguicidas van a crear plagas cada vez más resistentes.

Los beneficios que aporta la Revolución Verde son evidentes, pero también sus inconvenientes, como es el caso del daño al medio ambiente, así como la energía necesaria para desarrollar este tipo de agricultura. A modo de ejemplo, para mover

la maquinaria agrícola se precisa combustible, para la fabricación de fertilizantes y pesticidas petróleo, y más combustible para la distribución de alimentos, etc.

También hay algunas ventajas, entre ellas, que ha salvado la vida a muchas personas, que sin estas nuevas técnicas no hubieran sobrevivido, las ventajas que se pudieron estudiar son básicamente del punto de vista económico y claramente en proporcionalidad con las desventajas son mucho menor.

La introducción de variedades mejoradas, el riego y el empleo de plaguicidas y fertilizantes minerales en los cultivos básicos, unido a la inversión en infraestructuras institucionales y la realización de programas de investigación, han incrementado la productividad en el sector agrícola. Una muestra importante de esto es el cultivo del arroz y el trigo en Asia. Una opinión cada vez más extendida es que la Revolución Verde, de la forma en que la hemos ido conociendo en los últimos años, está llegando al final de un ciclo. Las razones que justifican esta afirmación es que no es posible ampliar más la superficie cultivada (entre otras cosas, por la ausencia del agua suficiente), además de que las variedades que cultivo que han sustentado esta Revolución, se encuentran ya al límite de su productividad (Agroptima, 2015).

En esta misma línea una de las características transcendentales de la globalización agroalimentaria es el nuevo poder estratégico de la distribución comercial alimentaria, el cual supone un desplazamiento y una exclusión creciente de campesinos y agricultores que se ven enfrentados cada vez más a obstáculos a la hora de subsistir. Es debido a esta situación que se vuelve necesario la construcción de nuevos saberes y nuevas prácticas que den lugar a innovaciones sociales en el terreno alimentario y en esta búsqueda aparece la Agroecología como solución a dichos problemas.

1.3 Agroecología

La agroecología surge como respuesta teórica, metodológica y práctica a la crisis ecológica y social que la modernización y la industrialización alimentaria ha generado en los sectores rurales. De esta manera, la agroecología se posiciona como un enfoque alternativo a la ciencia hegemónica para el análisis de los sistemas agroalimentario y para el desarrollo rural. Como práctica, se propone el diseño y manejo sustentable de agroecosistema con criterios ecológicos, incorporando formas de acción social colectiva y propuesta de desarrollos participativos que ayuden a dar respuestas sustentables y globales a la satisfacción de nuestras necesidades básicas. Por otro lado, como enfoque teórico y metodológico constituye una estrategia para el análisis y diseño de formas de manejo participativo de los recursos naturales vinculado a propuestas alternativas de desarrollo local. En síntesis, la agroecología es, simultáneamente, un enfoque científico para el análisis y evaluación de los agroecosistemas y sistemas alimentarios y una propuesta para la praxis técnico-productiva y sociopolítica para el manejo ecológico de los recursos naturales.

Dicho esto la agroecología surgió a finales de los años setenta como respuesta a las primeras manifestaciones de la crisis ecológica en el campo. No obstante, si hemos de ser rigurosos, hemos de hablar con propiedad de redescubrimiento de la agroecología o de la formulación letrada de muchos de los conocimientos que atesoraban las culturas campesinas, de transmisión y conservación oral. De hecho la historia de la agronomía, está salpicada de descubrimientos de saberes y técnicas que habían sido ensayadas por muchas culturas tradicionales.

Por tanto, el conocimiento de que en el pasado de la humanidad, e incluso en las culturas marginadas por la civilización industrial, podían encontrarse muchas experiencias útiles para hacer frente a los retos del presente, constituyo una de las razones de la emergencia, dentro de la ciencia establecida, de un enfoque más integral de los procesos agrarios que llamamos agroecología.

El término nació en los años setenta para estudiar fenómenos como la relación de las malezas y las plagas con las plantas cultivadas y, poco a poco, se ha ido ampliando para aludir una concepción de la actividad agraria más cercana al medio ambiente, más equilibrada socialmente. Reflexiones teóricas y avances científicos desde disciplinas diferentes han contribuido a conformar el actual corpus teórico y metodológico de la agroecología. Aunque Klages (La ecología de cultivos y geografía ecológica en los cultivos 1928) plantea la necesidad de tomar en cuenta los factores físicos y agronómicos que influían en la adaptación de determinadas especies de cultivos. Hasta los años setenta no se planteó una relación estrecha entre agronomía y ecología de cultivos, aunque esta tradición tiene más tiempo, si bien es verdad que centrada en relaciones muy concretas entre uno o varios factores de carácter climático, edáfico, fitotecnico o entomológico, hasta comienzos de la década de los ochenta no comenzaron a introducirse en el análisis los aspectos sociales como variables explicativas relevantes, especialmente cuando se trataba de analizar y diseñar programas de desarrollo rural (Buttel, 1985).

Sin ninguna duda los movimientos ambientalistas influyeron en la agroecología dotándola de una perspectiva crítica. El desarrollo del pensamiento ecologista y la nueva ética ambiental proporcionaron los fundamentos éticos y filosóficos a la agroecología que surgió desde el principio con vocación transformadora. Esta dimensión fuertemente aplicada de la agroecología, pese a su origen puramente científico, ha tenido su materialización en los dos significados posibles del término, a los que nos referimos más adelante. Así surgieron llamadas de atención sobre los efectos secundarios de los insecticidas sobre el medio ambiente (Carson, 1964).

De acuerdo con lo anterior, se plantean tres dimensiones de análisis de la agroecología:

- Una dimensión técnico-productiva, que se centra en el diseño sustentable de los agroecosistemas, es decir, se articula como un marco científico que en el dialogo con el conocimiento tradicional campesino e indígena redefine los fundamentos técnicos de la agronomía, la veterinaria y las ciencias forestales.
- Una dimensión socioeconómica, que busca revalorización de recursos y potencialidades locales.
- Una dimensión sociopolítica que implica llevar a cabo procesos participativos fundamentados en redes críticas que se oriente a la construcción de alternativas a la globalización alimentaria. Desde una mirada epistemológica se basa en la construcción del conocimiento que ayuda a co-producir globalmente otros manejos de los recursos naturales mediante enfoques globales, que pongan en dialogo lo local y lo global, es decir, se problematiza desde la particularidad de los elementos que afectan nuestro bienestar, pero prestando atención a una mirada sistémica que interrelaciona el entramado agroalimentario mundial con los manejos de cultivos locales (Calle, Rivera-Ferre y Soler; 2010).

El nuevo cooperativismo agroecológico es una de la respuesta que surge como solución a la creciente desafección alimentaria que se ha experimentado en los países centrales. Esta corriente agrupa aquellas prácticas que conforman nuevas redes que posean una base agroecológica como forma de satisfacer las múltiples necesidades básicas, de manera que sus relaciones entre productores y consumidores se vinculen directamente, en busca de establecer un dialogo para generar un pensar y un hacer colectivo desde la realidad local de los territorios. Los rasgos característicos que identifican estas experiencias cooperativas son tres:

- Organización basada en la proximidad, en donde se destaca su capacidad organizativa mediante asambleas de grupos compuesto entre 5 a 15 personas.
- Priorización de la cercanía en ámbitos de producción e insumos o en el establecimiento de contacto con redes sociales; su intento de relacionarse desde una horizontalidad expresado tanto en sus relaciones internas como externas a la hora de tomar decisiones tanto en aspectos organizativos o metodológico.
- Des-mercantilización en la satisfacción de nuestras necesidades básicas, presente en las formas de adquisición de tierras y problematización de elemento como la cuota para enfrentarse a la desigualdad en la participación de los miembros. De esta manera, el nuevo cooperativismo agroecológico constituye una transformación en profundidad de la forma de entender la política, debido a que la política se presenta como una pugna indiscutible frente a la participación en los asuntos que nos interesan y nos afectan (Calle, Rivera-Ferre y Soler; 2010).

1.4 Economía Social y Solidaria

Al hablar de Cooperativismo estamos hablando de una herramienta de la Economía Social y Solidaria (en adelante ESS), la cual se basa en valores universales que deben regir la sociedad por ejemplo; equidad, justicia, fraternidad económica, solidaridad social y democracia directa, y esto es definido en la carta de la economía solidaria (REAS, 2015). Tradicionalmente la ESS se basa en los siguientes principios:

1.4.1.- Principio de Equidad, todas las personas somos iguales a efectos de derechos y oportunidades, entendiéndose y respetándose la diferencia como una fuente de la diversidad que aporta riqueza a la sociedad.

1.4.2.- Principio de Trabajo; el trabajo es mucho más que un empleo u ocupación. Se trata de un elemento clave que permite el desarrollo de las capacidades de las personas, poniéndolas al servicio de las necesidades de la comunidad y satisfaciendo sus verdaderas necesidades.

1.4.3.- Principio de Sostenibilidad Ambiental; todas las actividades que se llevan a cabo lo hacen con respeto al medio ambiente, del que se sienten parte. De esta manera se promueve el consumo responsable, la conservación de la biodiversidad, la soberanía alimentaria y el decrecimiento.

1.4.4.- Principio de Cooperación, en contra de los criterios de competencia que son frecuentes en la actividad económica convencional, se defiende la cooperación, la confianza, la transparencia, como forma de optimizar el trabajo, de compartir avances y conocimientos para el beneficio mutuo.

1.4.5.- Principio sin Fines Lucrativos, la economía solidaria, en coherencia con el resto de principios integrales, pretende la redistribución y reinversión de la riqueza generada en la propia organización o empresa.

1.4.6.- Principio de Compromiso con el entorno, el entorno debe ser entendido en un sentido amplio, como el espacio físico, cultural, social en el que se desarrolla la actividad económica

Dicho esto la economía social y solidaria, junto con las nuevas economías como la circular, la economía verde etc., son economías con una base en un modelo capitalista neoliberal, pero con un pensamiento diferente un pensamiento en la sostenibilidad y cooperativismo.

Con lo que respecta al modelo económico el capitalismo con sus últimas fases neoliberales ha arrastrado el modelo de la agricultura y alimentación hacia un sistema globalizado, de cadena alimentarias larguísimas e interconectadas, dependiente del capital y finalmente pensando en los alimentos solo como mercancías que multiplican las ganancias.

Cuáles son las consecuencias de este modelo claramente son visibles por la población y cada vez más fuertemente rechazada: pobreza, hambre y una de las cosas que genera más debate es la desaparición del medio rural y sus gentes campesinas, degradación de los ecosistemas, pérdida de suelos, contaminación del agua, calentamiento del planeta y una alimentación insana e insegura. Este sistema de producción intensivista, mercantilizado y que no reconoce los límites del planeta, dejando entrever la responsabilidad por un futuro amenazador en forma de cambio climático, privatización de los recursos naturales.

Igual que más PIB no significa más desarrollo, más producción agroindustrial no significa más ni mejor alimentación, paradójicamente ocurre lo contrario, nunca antes se habían producido tantas materias primas, ni nunca antes ha habido tanta gente pasando hambre. Sin embargo, el sistema agroalimentario también es un buen ejemplo de las nuevas propuestas que nacen para hacer frente a estas circunstancias. Bajo el paraguas ideológico de la soberanía alimentaria, cientos de iniciativas y movimientos sociales han sido capaces de transgredir los paradigmas dominantes.

Dicho esto la ESS supone un intento de repensar las relaciones económicas desde unos parámetros diferentes, esto frente a la lógica del capital, la mercantilización creciente de las esfera públicas y privadas, y la búsqueda de máximo beneficio, la economía solidaria persigue construir relaciones de producción, distribución, consumo y financiación basadas en las justicias, la Cooperación, la reciprocidad y la ayuda mutua. Entonces la ESS sitúa a las personas y su trabajo en el centro del sistema económico otorgando a los mercados un papel instrumental siempre al servicio del bienestar de todas las personas y de la reproducción de la vida en el planeta.

Con lo anterior rescatamos que la ESS tiene uno de los ejes o expresiones que es fundamental el cual se refiera a la cooperación, esto se traduce en las Cooperativas.

1.5 Las Cooperativas

Las cooperativas en Chile tiene su comienzo en Valparaíso con la creación de la mutual tipógrafos, en 1854, de la cual nacen en 1887 las Cooperativas de consumo Esmeralda y la de Valparaíso. Luego en Santiago en el año 1904 se funda la Cooperativa de Consumo de los trabajadores de Ferrocarriles del Estado y desde ese año hasta 1924 se crearon más de 40 Cooperativas de consumo, de servicios, ahorro y créditos, eléctricas y agrícolas. En este mismo año se promulga la primera Ley de Cooperativas.

En el año 1927 se crea un departamento especial para las Cooperativas y sus inquietudes dependiendo en ese entonces del Ministerio de Fomento. Con la creación de CORFO aumenta el Cooperativismo principalmente en el medio rural, ejemplo de ello fueron las cooperativas agrícolas pisqueras, vitivinícolas, lecheras, de otros rubros y las de electrificación rural. Hasta el año 2019 se contabilizan 1.532 Cooperativas vigentes y activas en Chile (Decoopchile, 2016).

Nacen las primeras Federaciones entre ellas la Federación Chilena de Cooperativas de Ahorro y Créditos cuya existencia legal comienza el 14 de enero del año 1954. Posteriormente se crean Institutos Auxiliares de Cooperativas como ICECOOP e INVICA.

En Valparaíso, en cada cerro donde había una Parroquia existía una Cooperativa de Ahorro y Créditos en 1960 existían más de 40 de estas Instituciones entre Valparaíso y Viña del Mar.

La espontaneidad, fue un elemento que caracterizó al cooperativismo chileno hasta finales de la década de los cincuenta. La aprobación en 1960 y 1963 de las reformas a la Ley General de Cooperativas sentaron las bases para su posterior desarrollo.

Entre los años 1964 a 1970 se promovió el cooperativismo al considerarlo como un instrumento válido para las políticas reformistas desde el estado. Así, se crearon organismos estatales que favorecieron de manera directa o indirecta el desarrollo del cooperativismo, como la Corporación de Reforma Agraria, CORA, la cual impulsó las cooperativas de asignatarios de tierras expropiadas, y el Instituto de Desarrollo Agropecuario, INDAP, quien apoyó la creación de cooperativas campesinas y pesqueras. En 1965 se creó la Comisión Nacional Coordinadora de Cooperativas, integrada por funcionarios ministeriales y por representantes del movimiento cooperativo con el objetivo de impulsar el cooperativismo en todo el país, y el Departamento de Desarrollo Cooperativo del Servicio de Cooperación Técnica, SERCOTEC. En términos cuantitativos, el resultado fue significativo, registrándose entre 1966 y 1970 un crecimiento neto del 70% en el número de cooperativas (Decoopchile,2016).

En esta etapa se crearon dos organizaciones de integración cooperativa de gran importancia: en 1964, el Instituto de Financiamiento Cooperativo, IFICOOP, y en 1969, la Confederación General de Cooperativas de Chile, CONFECOOP. Otras organizaciones y sociedades auxiliares surgidas fueron el INVICOOP (vivienda), en 1969, el Instituto de Auditoría Cooperativa, AUDICOOP, en 1970, y el mismo

año, la Confederación Nacional de Federaciones de Cooperativas Campesinas, CAMPOCOOP.

Asimismo, el cooperativismo tuvo mucho eco en el ámbito universitario. La Universidad Católica crea, en 1965, el Instituto de Estudios Cooperativos, preámbulo del Centro de Estudios Cooperativos, CECUC. Por su parte, la Universidad de Chile, implementa en 1968 la carrera de Técnicos en Cooperativas, en la Facultad de Economía y Ciencias Administrativas.

Dicho esto, en Limache se encuentra una de ellas la Cooperativa Aldea Matriz ubicada en la ciudad dormitorio Limache de el Gran Valparaíso, dentro de la región de Valparaíso. Ubicada específicamente en Prat 263 (16,73 km) San Francisco De Limache, Valparaíso, Chile

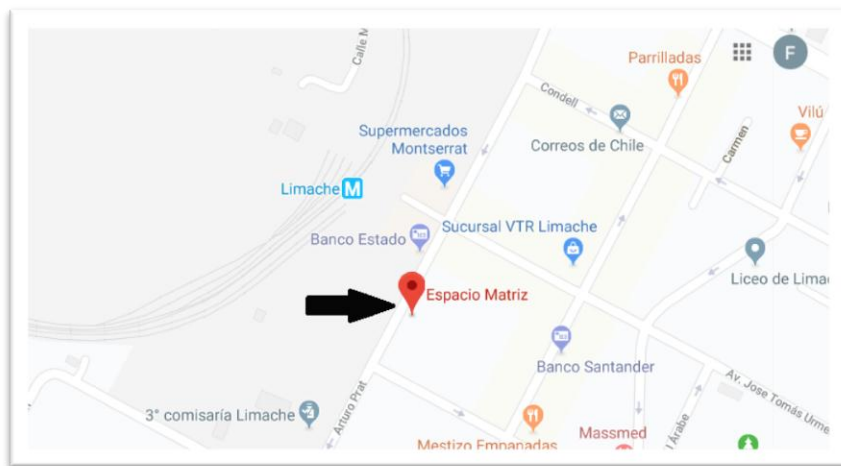


Figura 1. Ubicación Fuente: Propia.

1.5.1 Aldea Matriz

Fundada en el año 2017 por tres mujeres, las cuales para criar a sus hijos soñaban con un lugar grato y en el cual compartir valores y experiencias de vida. Actualmente ya cuenta con 30 cooperantes dentro de las cuales hay familias, personas individuales y organizaciones.

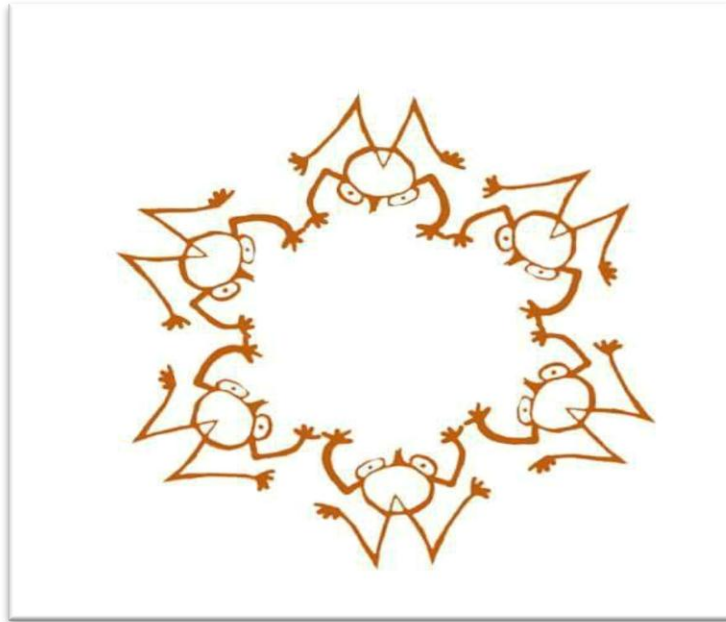


Figura 2. Símbolos Aldea Matriz. Fuente: Blog.

En la actualidad para la Cooperativa Aldea Matriz y para todas las Cooperativas en general que cuentan con procesos de gestión es importante las buenas prácticas y la necesidad de fortalecer las relaciones Proveedor-Cliente a partir de verdaderas alianzas estratégicas y para esto es necesario evaluar y seleccionar de manera permanente a los mejores proveedores. Esto puede ser el más conveniente según las variables que estimen, sin embargo, no siempre se encuentra aplicada, por esto mismo surge la necesidad de implementar metodologías de elección de proveedores que ayuden a la relación con los

proveedores y tener una relación de confianza, para este efecto se hace indispensable generar una metodología en la cual permita alinear los valores y principios que sin embargo, para observar la estructura básica de la empresa se utilizará el Organigrama.

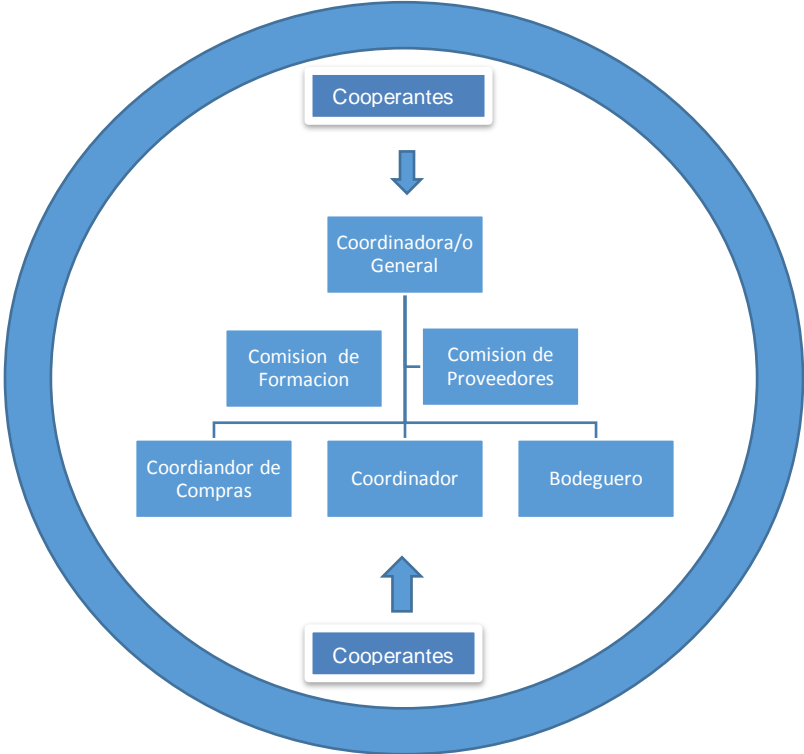


Figura 3. Organigrama estimado de Aldea Matriz. Fuente: Propia.

CAPÍTULO 2: PLANIFICACIÓN DEL PROYECTO

2.1 Objetivos

Objetivo general

Desarrollar una metodología de elección de proveedores que esté en línea con los valores de la Cooperativa Aldea Matriz ubicada en Limache, Región de Valparaíso para mejorar la gestión de la organización.

Objetivos específicos

- Describir la situación actual de la Economía Social y Solidaria y/o Cooperativas en la región de Valparaíso representada por las cooperativas presentes en la región con el propósito de visualizar el contexto actual de estas organizaciones.
- Realizar un diagnóstico de los proveedores que utilizan en la cooperativa, lo cual servirá al momento de la comparación con otra metodología alternativa
- Estudiar un ejemplo práctico de la selección de proveedores para conocer la aplicación de la teoría en el trabajo.

2.2 Planificación

Primero que nada, introducirme en los conocimientos y actividades de la cooperativa, me centraré en el estudio y la relación con la ESS y su vínculo con las cooperativas.

Las actividades que se deben generar en el estudio de la cooperativa aldea matriz, deben ser primero que nada en aprender cómo funciona la cooperativa en toda índole, conocer a los integrantes, los distintos vínculos y redes que tiene la cooperativa ya sea con otras cooperativas como proveedores, intentar visualizar como un ingeniero civil industrial podría ser un aporte en las distintas actividades y/o fondos de investigación.

Luego se generó un levantamiento de procesos y descripción de las metodologías de la selección de proveedores y a partir de aquí podemos ver lo que hacemos y cómo lo hacemos, utilizando y aplicando sobre esta información el análisis, los cambios y rediseños orientados a mejorar los resultados.

Se elaboró una metodología, estándar, fácil de entender, basadas en diagramas de flujo, con documentos tipo, y basada en una tabla Excel donde se analizaron las ponderaciones que proporcionaron los integrantes de la cooperativa, lo que dará como resultado una selección por un indicador creado en Excel. Esto permitiría a los integrantes de la cooperativa mejorar los distintos procedimientos que tengan a la hora de comprar, vender excedente, coordinar la bodega etc. Se estudia la metodología que utilizan en terreno, sacando conclusiones y comparándolas con la elección generada por la tabla Excel.

La planificación se ve claramente distribuida en la carta Gantt, en la cual se da prioridad a obtener el conocimiento adecuado dentro de los primeros 4 meses, luego de esto se levanta metodologías para la obtención de los procesos y generar diagramas de los distintos procedimientos.

Teniendo toda esta información podemos generar los diagramas de los procedimientos necesarios para generar la metodología de elección de proveedores, esperando por los resultados y conclusiones en los últimos dos meses.

Actividades	Meses							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Analizar y estudiar la situación actual de la economía solidaria	■	■	■					
Estudiar la situación de las cooperativas en Chile		■	■	■				
Generar levantamiento de información de los distintos procesos de la relación con los proveedores en la cooperativa Aldea Matriz		■		■	■			
Generar diagramas de los distintos procedimientos relacionados con la metodología utilizadas en la cooperativa			■	■	■			
Generar un método para la selección de proveedores				■	■	■	■	
Resultados y conclusiones							■	■

Figura 4. Carta Gantt para desarrollo de proyecto.

CAPITULO 3: MARCO TEORICO

En este capítulo se presenta el marco teórico de la selección de proveedores el cual genera el aseguramiento del aprovisionamiento que es un aspecto fundamental de las operaciones de producción a través de toda la historia del hombre.

Todo comienza con la definición de proveedor según la Real Academia Española la definición de proveedor “se refiere a una persona o empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones, comunidades etc.” Los proveedores de una empresa son aquellos que le proporcionan a ésta los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para su operación diaria.

Entre los recursos materiales se encuentran: materias primas, equipos, herramientas, refacciones, luz, agua, gas, etc.; los recursos humanos se refieren a los empleados y trabajadores que ofrecen sus servicios a cambio de una remuneración o salario; el recurso financiero es el dinero que requiere la empresa para poder operar.

Ahora bien otra definición de proveedor es aquella persona física o jurídica que provee o suministra profesionalmente de un determinado bien o servicio a otros individuos o sociedades, como forma de actividad económica y a cambio lógicamente de una contra prestación, dicho esto el proveedor se encarga de abastecer a terceros de distintos recursos para el desarrollo de actividades comerciales o económicas de estos.

Esta provisión puede tener lugar tanto para bienes o servicios ya transformados y destinados a su venta, como para materias primas o elementos más elaborados o transformados destinados a modificaciones posteriores. En ese sentido, podría ser considerado como proveedor tanto un oferente agrícola de trigo como un mayorista de pan que ofrece su producto a los puntos de venta finales.

En las empresas, habitualmente, son los departamentos de compras los asignados para la elección de los distintos proveedores. Unos proveedores en los que se va a apoyar la compañía de cara a la organización de suministros. A menudo, se hace esto teniendo en cuenta motivaciones de ahorro de costes, cercanía geográfica, sinergias entre empresas o beneficios fiscales de algún tipo. (Sánchez, 2015).

Ahora bien algunas empresas venden directamente al consumidor final, mientras que otras son un eslabón más en la cadena de distribución. Cuando el negocio es uno de los intermediarios dentro de esta cadena, adquiere una doble función: es cliente de un eslabón (proveedor o fabricante) anterior y proveedor del negocio siguiente. Cualquier cambio en la situación del proveedor afectará al negocio y a los clientes o consumidores finales si está al final de la cadena, o sus distribuidores si es un intermediario (World Bank, Project of the International Finance Corporation SME Toolkit, 2010).

En la búsqueda de mejores desempeños competitivos, una tendencia mundial es la gestión de las cadenas de abastecimiento. Para este propósito, la selección de Proveedores constituye una decisión estratégica de alto impacto en el desempeño de la organización. Debido a esto, el presente artículo hace una aproximación al estado del arte en la selección de proveedores, tomando como referencia importantes revistas internacionales especializadas en el tema. El objetivo de este documento es ofrecer un aporte que sirva como punto de referencia en futuras investigaciones sobre el tema. En este sentido, propone un conjunto de temas que Sugieren un procedimiento general en la toma de decisiones: análisis del contexto de las particularidades de la cadena de abastecimiento, selección de criterios de Decisión en la estrategia de operaciones e identificación del conjunto de métodos Usados como ayuda en la selección (World Bank, Project of the International Finance Corporation SME Toolkit, 2010).

En la actualidad el aprovisionamiento o abastecimiento figuran como un factor relevante en el área de logística, es un enfoque vigente que promueve la exploración de mejores formas o métodos de administrar las organizaciones, en las cuales el proceso de abastecimiento debe ser el resultado de la armonización de los procesos internos entre el comprador y el proveedor (Rainer y Christian, 2005).

En esta vía, se expondrá una aproximación al estado del arte en la gestión de aprovisionamiento, que sirva como base para el desarrollo de investigaciones en el tema. Para tal fin, se presenta un análisis desde tres frentes fundamentales que obedecen, en un sentido lógico, a un enfoque propuesto para abordar un proceso de gestión del abastecimiento; estos son:

- El análisis del contexto y las particularidades de la cadena de abastecimiento,
- La estrategia y los criterios para la selección de proveedores y
- Los métodos de selección.

En cada tema se presenta un contraste de los principales autores consultados y se resaltan las principales tendencias y prácticas de gestión (Sarache, Castrillón y Ortiz, 2009).

Hasta los años 80, la función de aprovisionamiento fue relegada a las operaciones de compra y administración del inventario, sin embargo las exigencias del medio actual han llevado a reconocer su importancia en la estrategia empresarial. Hoy en día se acepta que la fiabilidad, la calidad y el buen desempeño de una empresa dependen en gran parte de su base de proveedores (Burt, Dobler, y Donald, 2003).

La selección de proveedores debe tener como criterio principal, la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de cofabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio y los planes de pago todos estos factores a tener en cuenta. Así mismo, implica una decisión que, en algunos casos, puede resultar bastante difícil, debido a la naturaleza y a la diversidad de los productos y servicios que se adquieren y de las variaciones cualitativas y cuantitativas en el comportamiento de la demanda.

Conocer las características de los proveedores del competidor puede ayudar a entender, por ejemplo, por qué pueden ofrecer a sus clientes productos y/o servicios que no pueden ofrecer a los propios. Las ventajas del negocio frente a la competencia pueden originarse mediante la selección de proveedores adecuados. En ocasiones, la empresa se esmera en ofrecer un buen servicio, variedad y calidad en sus productos, atención especial, pero cuenta con proveedores inconstantes y poco serios, o bien, depende de unos cuantos proveedores sobre los cuales no tiene poder para negociar el precio o condiciones de venta de sus artículos o servicios. Esto puede llevar cualquier negocio a la quiebra. En otros casos, las facilidades que proporcionan los proveedores con respecto, por ejemplo, a las condiciones, formas y plazos de pago, o en la periodicidad de surtido, son suficientes para generar una ventaja competitiva para el negocio.

Otros factores en tener en cuenta, tanto para evaluar a los proveedores actuales, como la posibilidad de cambiar de proveedores.

- Facilidad para conseguir nuevos proveedores: para cierto tipo de productos existe una gran variedad de proveedores. Para otros, el negocio depende de uno o unos cuantos proveedores.
- El poder de negociación que se tenga con los proveedores: los proveedores de gran tamaño, establecen los márgenes, plazos y condiciones de venta de los productos. El comprador de éstos no están en posibilidad de establecer sus propias reglas de juego. Desde otro punto de vista, puede la ser la única que venda los productos de algún proveedor; en este caso, es probable que se tenga mayor poder de negociación porque se maneja el total de sus ventas (World Bank, Project of the International Finance Corporation SME Toolkit, 2010).

Los proveedores en los procesos de operaciones son aquellos que producen y distribuyen los bienes y servicios a los clientes. Como ya sabemos la excelencia operativa no es suficiente para sostener una estrategia, pero sin buenos procesos operativos se hace muy complicado implantar una estrategia con éxito.

Desarrollar y sostener relaciones con proveedores este proceso puede buscar diferentes objetivos:

- Rebajar el coste de propiedad esto engloba el precio de compra; pedidos, recepción, inspección, devoluciones, transporte, almacenamiento, entregas fuera de plazo. El precio de compra solo es una parte del coste de propiedad. El uso de herramientas puede ser interesante, para rebajar el coste de compras las empresas utilizan diferentes tecnologías.
- Lograr servicio de proveedores JIT (just in time).

- Desarrollar proveedores de alta calidad.
- Usar ideas nuevas de los proveedores.
- Lograr la asociación con los proveedores.
- Subcontratar productos y servicios no fundamentales.

Según Millington, Eberhardty y Wikinson (2006), las tendencias mundiales en la gestión de cadenas de abastecimiento conciben el aprovisionamiento como una función integral que forma parte de un concepto más amplio llamado procurement, el cual aborda todas las actividades necesarias relacionadas con la obtención de artículos, servicios y cualquier otro material o insumo. Procurement incluye la selección de proveedores, la negociación, la expedición, el monitoreo del desarrollo de proveedores, el manejo de materiales, el transporte, el almacenamiento y la recepción de materiales. Dentro de este marco de ideas se encuentra en la literatura especializada un número importante de contribuciones que, básicamente, se orientan al desarrollo de tres temas fundamentales:

- La gestión de proveedores como parte de la gestión de cadenas de abastecimiento.
- La selección de proveedores como decisión estratégica y pilar fundamental del enfoque competitivo empresarial, y
- Las técnicas y métodos de apoyo a la decisión de seleccionar proveedores.

Según la revisión de literatura, son notorias y abundantes las contribuciones existentes en materia de métodos de selección y evaluación. De hecho, el 50% de las revistas especializadas consultadas se dedican a la exposición de métodos de diversa índole para seleccionar o evaluar proveedores. En contraste, son escasos aquellos autores dedicados a estudiar la gestión de proveedores desde el enfoque de la gestión estratégica (sólo el 12,5%). Pareciera que en este, como en otros

campos de estudio relacionados con la administración de empresas, la tendencia dominante se orienta hacia las aplicaciones cuantitativas con cierto descuido de su pertinencia y real aplicabilidad en ambientes de decisión complejos. Este estudio Generado en el libro Selección de Proveedores una aproximación al arte. (Sarache, Castrillón y Ortiz, 2009).

A partir de lo antes expuesto se genera un esquema donde se muestran los diferentes pasos y factores relevantes a la hora de elegir un proveedor para el aprovisionamiento:

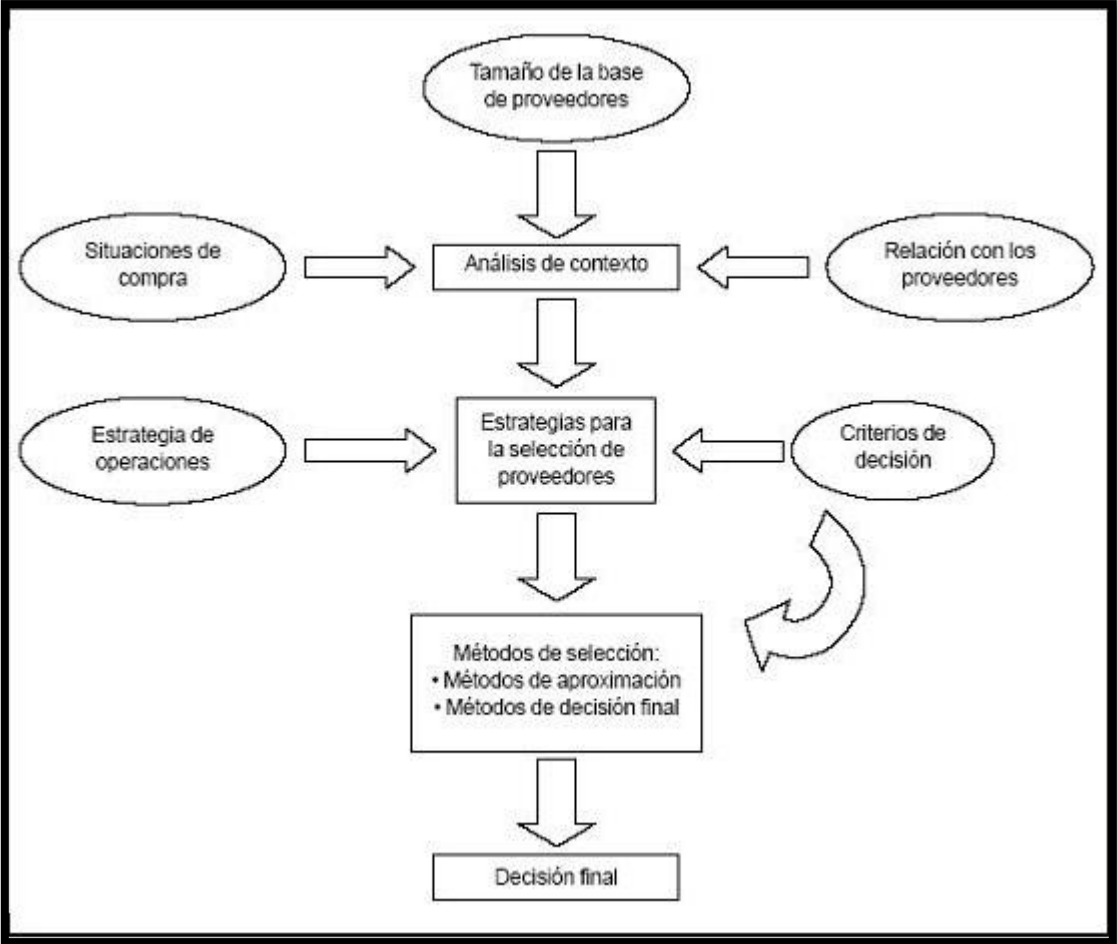


Figura 5. Esquema de Selección de proveedores (Sarache, Castrillón y Ortiz, 2009).

De la Figura N°5 se puede ver:

- El análisis del contexto y particularidades de la cadena de abastecimiento.
- La estrategia para la función de aprovisionamiento y criterios de decisión.
- Los métodos de selección como apoyo a la decisión (Sarache, Castrillón y Ortiz, 2009).

La selección de proveedores es un problema multi-criterio, los cuales incluyen variables tanto cuantitativas como cualitativas. Para elegir el mejor proveedor es necesario hacer una compensación entre estas variables tangibles e intangibles entre los que puede haber conflicto. Sin duda no es simple tomar una decisión de quien es el mejor proveedor y por esto mismo se han desarrollado métodos que han ayudado a este proceso.

El proceso de selección o elección de proveedores están constantemente cambiando debido a que las necesidades del mercado han ido evolucionado a través del tiempo. En el mercado, la búsqueda de nuevos proveedores es una actividad vital con el fin de optimizar los costes y mejorar la variedad de su gama de productos para satisfacer las necesidades del consumidor puesto que esta elección se verá reflejada en el precio final que deberá pagar el consumidor.

El enfoque tradicional de compras y de selección de proveedores utiliza el precio como criterio de decisión con una ponderación de este elevada y, con el fin de promover la competencia y disminuir el riesgo de comportamientos oportunistas de los proveedores, suele establecer políticas de asignar a varios proveedores para un mismo artículo sin ordenar a un proveedor más del 15% al 25% de las

necesidades de un producto, lo cual da a la compañía más poder de negociación y la protege contra la incertidumbre que representa la dependencia de un proveedor único.

Caso especial es cuando no hay otra opción de proveedor, no hay otra alternativa, (mercado monopolista) o cuando no se dispone del tiempo o recursos para buscar y negociar con alternativos proveedores, se suele asignar el 100% de los artículos a un único proveedor. De esta manera, el principal esfuerzo es encontrar proveedores que sean capaces de cumplir todas las restricciones y se selecciona el proveedor basado en el precio. Si hay errores en esta decisión, se puede resolver cambiando de proveedor, puesto que el cambio de proveedor es relativamente bajo (Carrión, 2007).

CAPÍTULO 4: METODOLOGÍA

4. Técnicas y herramientas de investigación

4.1 Recopilación de la información

- Información primaria: Antecedentes proporcionados por habitantes de las localidades pertenecientes al área de estudio. Dicha información responde a la metodología cualitativa que permite visualizar la realidad de los grupos humanos a partir de sus propias visiones.
- Información secundaria: Revisión de material recopilado de fuentes bibliográficas, tales como antecedentes estadísticos, censales y socioculturales.

4.2 Instrumentos de recolección de datos

Para la obtención de los datos necesarios para dar cumplimiento a la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas:

- Observación, es un método de trabajo que se basa en la interacción del investigador con los sujetos investigados en su propio escenario, donde mediante la observación prolongada y la relación con actores sociales en dicho espacio se da pie para develar relaciones sociales. Este es “un método interactivo de recogida de información que requiere de una implicación del observador en los acontecimientos o fenómenos que está observando. La implicación supone participar en la vida social y compartir

las actividades fundamentales que realizan las personas que forman parte de una comunidad o institución” (Rodríguez y otros. 1996:165).

Las observaciones fueron realizadas entre el 22 de abril de 2019 y el 16 de enero de 2020. Fueron tomadas miércoles 24 de abril, 3 de julio, 1 de octubre, 4 de diciembre todas del 2019 y 16 de enero 2020.

- Entrevista es una técnica de interacción verbal entre el investigador y el entrevistado, lo que permite el acceso al mundo subjetivo del actor social, al cual se accede por medio de la discursividad del habla. Para este estudio se realizarán entrevistas en profundidad y semi estructuradas a dirigentes y miembros de las comunidades con pertinencia cultural al territorio donde se desarrollará el estudio. La entrevista en profundidad es “...uno de los medios para acceder al conocimiento, las creencias, los rituales, la vida de esa sociedad o cultura obteniendo datos en el propio lenguaje de los sujetos” (Rodríguez y otros. 1996:168). Aquí se emplea una lista de temas y dimensiones en los cuales se focaliza la entrevista, quedando a libre ocupación por parte del investigador.

Dichas entrevistas fueron aplicadas entre el 24 de abril de 2019 y el 16 de enero de 2020, contabilizando un total de 10 entrevistas. Las cuales fueron a Cooperantes y dos Coordinados.

Posiblemente la metodología más usada para la gestión de compras y evaluación de proveedores sea la ISO 9001:2000. Esta metodología está dentro de lo denominado como gestión de calidad, el cual da un especial hincapié a la calidad que pueda brindar el proveedor.

5. Metodología Relación mutuamente beneficiosas con el proveedor

La organización debe aspirar a fortalecer las relaciones con sus proveedores, hacer fuerte toda la cadena de suministro, y no únicamente un eslabón. En este sentido, pueden aplicarse con los proveedores las siguientes acciones:

- Entablar un contacto fluido y sincero, crear una relación de mutua confianza y colaboración.
- Solicitar al proveedor que indique qué se puede mejorar para ayudarle a cumplir con más eficacia los requisitos del producto suministrado. La comunicación de los requisitos puede ser incompleta o puede ser necesario planificar mejor las compras para facilitar al proveedor cumplir los plazos de entrega.
- Establecer un sistema fiable de medición de la competencia de los proveedores, que permita el seguimiento particular de los proveedores más importantes. La información obtenida se debe utilizar no sólo para seleccionar los proveedores, sino para ayudarles a mejorar lo que no está bien. Enviar la información sobre su nivel de calidad y solicite mejoras.
- Establecer objetivos a los proveedores. Con un sistema de medición robusto, su organización puede estimar los “costes de la no calidad” derivados de los errores de cada proveedor. Establecer objetivos basados en este indicador, que el proveedor sea consciente de los efectos de la ineficacia (Pereiro, 2005).

La relación con los proveedores es una metodología altamente utilizada y discutida por autores como por ejemplo según algunos , una de las tendencias actuales que se deben considerar en la selección de proveedores es que estos forman parte integral de la cadena de abastecimiento (Kamman y Bakker, 2004); en consonancia con este planteamiento, otro (Vijay, 2006) y (Jae-Eun y Brenda, 2008), afirman que una empresa no compite sola, pues forma parte de una red dentro de la cual debe competir en forma colaborativa, con miras a mejorar su calidad, entrega y rendimiento, mientras que simultáneamente reduce sus costos.

Tal planteamiento se debe a una tendencia mundial que propone pasar de la competencia entre firmas a la competencia entre cadenas de abastecimiento. En este sentido, se plantea que la construcción y la gestión de relaciones cliente-proveedor se reconocen hoy como uno de los pilares fundamentales para la creación de ventaja competitiva sostenible (Zutshi y Creed, 2009).

Esta propuesta de metodología genera cinco niveles posibles de integración cliente-proveedor, que inciden claramente en las posibilidades estratégicas (Ghodsypour y O'Brien, 1998):

Nivel 1. No se asume o busca ningún nivel de integración con el proveedor. Las relaciones son esporádicas y se basan en la búsqueda de ofertas de bajo precio.

Nivel 2. Existe un cierto nivel de integración y relación logística entre comprador y proveedor; el proveedor desempeña un papel importante en la planeación del abastecimiento.

Nivel 3. Se busca la integración operacional entre comprador-proveedor. Se persigue integrar la programación de la producción y del abastecimiento con la del proveedor.

Nivel 4. La empresa compradora decide integrar sus procesos y productos con sus proveedores. Aumenta el punto de penetración del cliente en los procesos y políticas de gestión del proveedor.

Nivel 5. La estrategia empresarial del proveedor se alinea con la estrategia de su cliente y se convierte en un socio clave para la competitividad.

En consonancia con el denominado nivel 5, es posible plantear que la gestión de proveedores tiene como propósito construir relaciones de confianza aumentando el alcance de la planeación y el nivel de actividad cooperativa.

6. Métodos de selección de proveedores

Una vez definidos y jerarquizados los criterios de selección, el siguiente paso consiste en escoger a los proveedores mediante la aplicación de un determinado método (Jitesh, 2008).

El método de selección debe ser consecuente con el análisis del contexto, las realidades de la cadena de abastecimiento y los criterios seleccionados. Algunos autores (De Boer, Weger y Telgen, 1998) indicaron que, según el método escogido, se puede incrementar la eficiencia de la decisión de compra a partir de :

- Habilitar el procesamiento más rápido y automatizado de los datos, así como el análisis de toda la información pertinente para tomar una decisión.
- Habilitar el almacenamiento más eficiente de todos los procesos de decisión, a fin de permitir el acceso a la información para casos futuros.
- Eliminar criterios y alternativas redundantes en los procesos de decisión.

- Facilitar la comunicación más eficiente y justificar los resultados de los procesos de decisión.

Una tendencia detectada en la mayor parte de los autores consiste en que primero aplican un método de aproximación que luego complementan con un método de optimización, a fin de respaldar una decisión más adecuada.

7. Métodos de precalificación o aproximación

Los métodos de Precalificación son necesarios y fundamentales según (De Boer et al, 2001) definen la precalificación como el proceso de reducir la base de proveedores hacia un conjunto más pequeño de proveedores posibles. También se denominan métodos de ayuda, ya que permiten obtener una solución inicial o estructurar procesos de decisión basados en datos de orden cualitativo que, desde ciertos procedimientos, se convierten en el insumo para aplicar métodos de optimización.

CAPITULO 5: DESARROLLO

8. Metodología de Cooperativa Aldea Matriz

La metodología aplicada en aldea matriz se podría entender como una metodología mixta, la cual incluye ciertos pasos generales a la hora de elección y otros que se consideran propios de Aldea Matriz validados por los cooperantes, estos pasos fueron validados por una asamblea validada por la mayoría de los cooperantes:

8.1 Definición de criterios de selección de productos y proveedores

En la asamblea se presenta y entrega impreso documento que contiene la visión de Aldea Matriz desde los orígenes de la cooperativa a la actualidad. Se identifican en base a ello, los criterios que a la fecha conducen la selección de proveedores y productos de la cooperativa. Estos son:

- Productos de primera fuente.
- Productores locales; regionales y nacionales.
- Microproducción orgánica, limpia y respetuosa del medio ambiente y la vida.
- Comercio justo.
- Compra mayorista.

Lo anterior, circunscrito dentro del planteamiento de avanzar hacia una economía social y solidaria, que fomente la salud preventiva que fortalezca el bienestar de las personas, que involucre educación continua con responsabilidad social y participación política basada en el ética.

Dicho esto también se presenta postulados antroposóficos como mirada complementaria, para visualizar de manera circular y en base a 4 ejes, el estado, tránsito y camino global de los seres humanos con su entorno.



Figura 6. Visión Antroposofico. Fuente: Aldea Matriz.

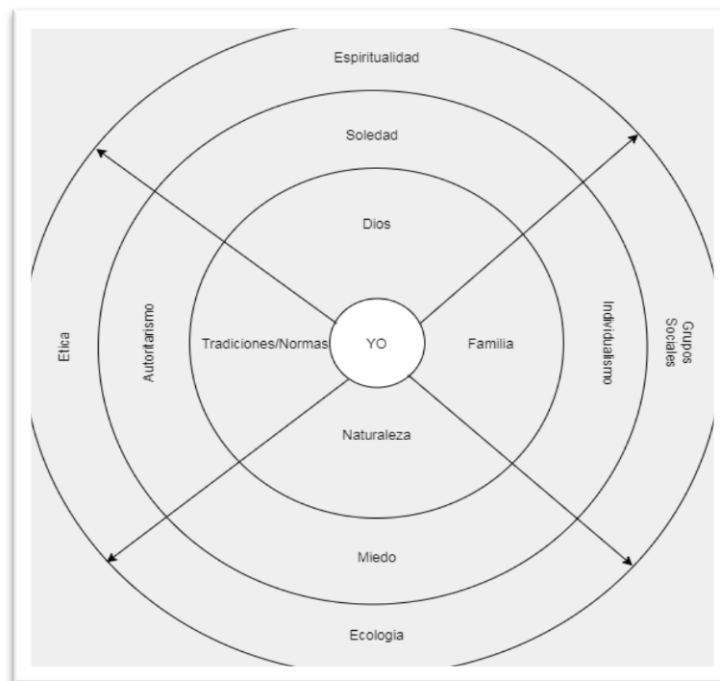


Figura 7. Visión Antroposofico. Fuente: Propio.

8.2 Definición Colectiva Criterios de Selección de la Cooperativa Aldea Matriz

Tomando como referencia lo anteriormente expuesto, se abre debate para profundizar, caracterizar y definir elementos para crear criterios de selección deseados por la cooperativa. Estos fueron agrupados en los ejes grupos sociales, ecología, ética y espiritualidad. Se reconoce la complementariedad y vinculación de los mismos, y se identifican propuestas sobre el rol de la cooperativa.

Grupos sociales: Se concibe y desea que la cooperativa sea un agente movilizador para crear redes de colaboración y asociatividad, en base vínculos e intercambios integrales. Criterios:

- Se privilegia el trabajo con organizaciones de productores, ya sean estas agrupaciones de vecinos, grupos
- familiares, cooperativas u otras.
- Producción a pequeña escala, es decir pequeños productores.

Ecología: Como marco general se valora tipos de producción integradas al ritmo cíclico de la naturaleza, que regule el impacto ambiental, y que idealmente contemplen sistema de gestión de residuos. Se valora producción inserta dentro del paradigma de ecología social, se propone al mismo tiempo que la cooperativa pueda ser un agente de socialización que promueva dicho paradigma. Criterios:

- Productos orgánicos certificados y de producción limpia.
- Productos elaborados con respecto a la vida animal.
- Productos vivos, nutricionalmente ricos.
- Productos de buen sabor.

- Productos locales, regionales, cercanos a nuestro territorio (evitar impacto huella de carbono y costos asociados)
- Producción estacional, que implica que la cooperativa tenga un sistema de almacenamiento.

Ética: Basados en los principios de la economía social y solidaria, y considerando la ética como una cuestión de sobrevivencia de la especie humana, se privilegian los siguientes criterios:

- Comercio justo.
- Relaciones de fraternidad y alianza con productores, que no nos vean solo como consumidores.
- Vínculos fundados en el respeto del ser humano, en base a la confianza, verdad y transparencia.
- Respeto a leyes laborales de trabajadores.

Espiritualidad: Se entiende como un tránsito en el que el ser humano y los colectivos con su entorno debiesen apuntar. En relación a eso se propone que la Cooperativa genere mayor conocimiento mutuo con productores y proveedores, que asuma un rol de responsabilidad social, de apoyo para motivar alianzas, empatía e intercambio de saberes, así como la posibilidad de abrir y compartir el modelo a otras organizaciones o grupos sociales. Elementos a considerar:

- Intensión o vínculo recíproco entre producción y producto.
- Implica nutrición espiritual.
- Respeto a la vida.

Los elementos y criterios identificados, fueron validados tras ronda de validación colectiva. Se señala la necesidad de profundizar sobre los mismos en otra

instancia. Se indican además necesidades y propuestas surgidas del debate tales como:

- Realizar actividades de formación alimentaria sobre salud preventiva y alimentación nutritiva, a través de ciclos o conversatorios.
- Necesidad de conocimiento mutuo con productores y proveedores de cooperativa, se propone invitarles a actividades de respiración meditación colectiva para sintonizar a nivel humano, y dar cuenta de nuestro proyecto.
- Que la cooperativa a partir de los criterios señalados pueda ser un ente certificador de productos y productores.
- Crear alimentos propios de manera colaborativa para integrar a nuestra canasta alimentaria.

Se acuerda (los cooperantes) que lo fundamental es generar o construir relaciones de cercanía y vinculación con los productores, en base a ese conocimiento, los criterios antes descritos serán revisados caso a caso. Es decir, que no existirán ponderaciones sino, selección de acuerdo a la realidad de cada proveedor. Para la incorporación de nuevos productores, se privilegia el conocimiento previo de parte de algún miembro de la cooperativa o cercanos.

Se priorizará de todas maneras los criterios éticos, y que los productos cumplan al menos con dos de los criterios definidos o que los productores estén en camino de transición hacia los mismos. Se busca que haya equilibrio entre el producto y productores. Criterio de sabor es relevante e impacto al medio ambiente también.

La decisión sobre elección de proveedores y productos es colectiva y por consentimiento, abierta a cada integrante de la cooperativa. Se reafirma que el espacio para la toma de decisiones son las asambleas, siendo crucial por tanto la participación de los socios a éstas.

Dicho esto se presenta el Diagrama de flujo que se visualiza en la Cooperativa Aldea Matriz en la Selección y estudio de proveedores.

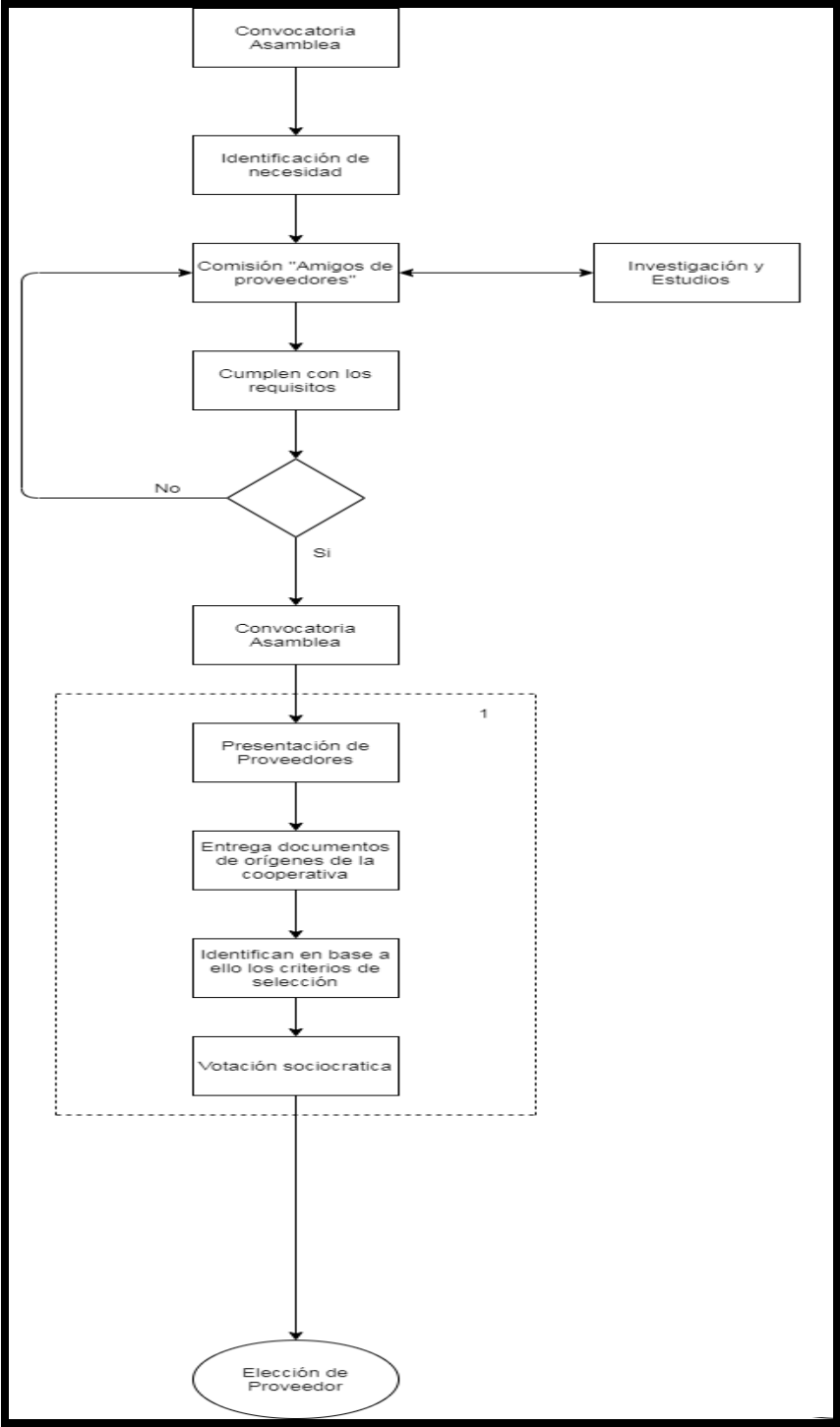


Figura 8. Diagrama de Flujo selección de Proveedores. Fuente: Propia.

8.3 Análisis de Datos de la Cooperativa Aldea Matriz

Dicho esto se puede destacar que en la cooperativa consta con 38 proveedores de los cuales suministran 162 productos de toda índole.

En la siguiente figura muestra la cantidad de proveedores y la cantidad de productos que suministran cada uno de los proveedores

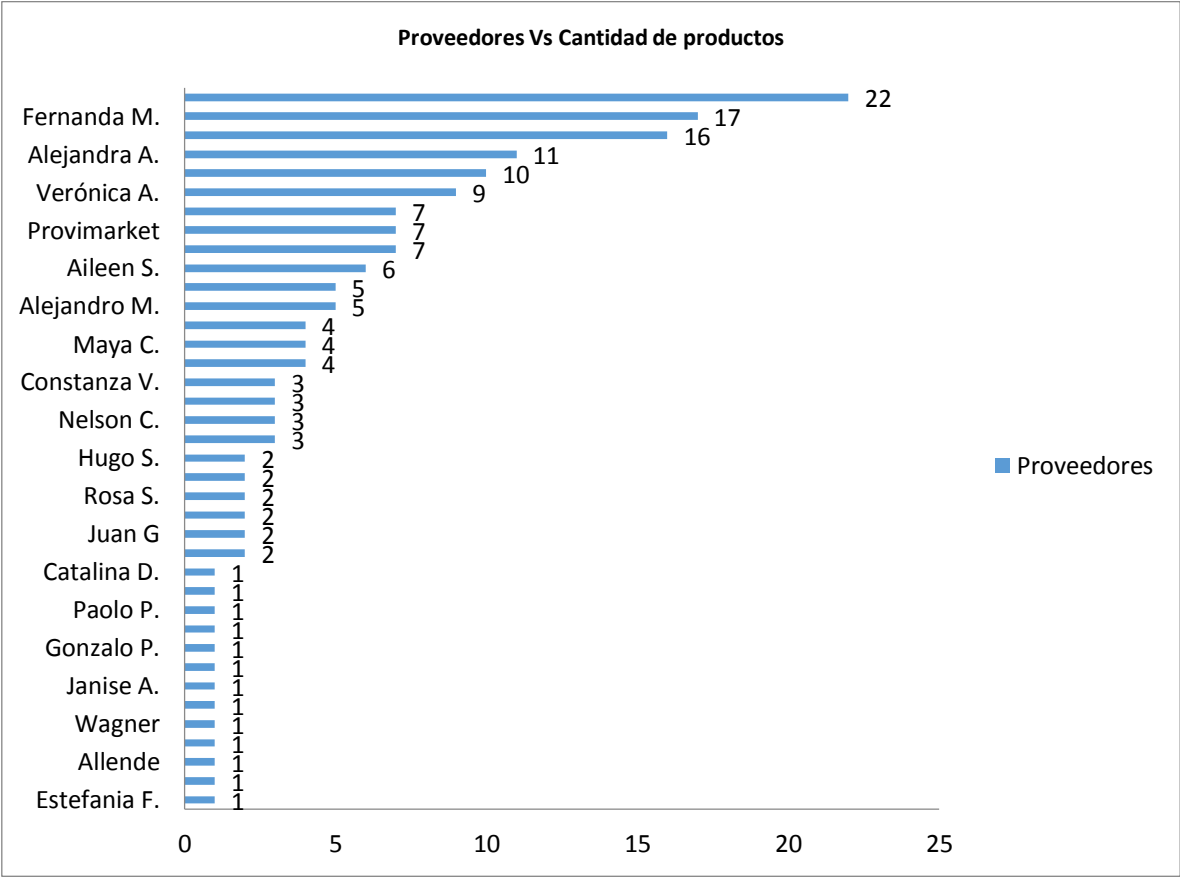


Figura 9. Proveedores vs Productos. Fuente: propia.

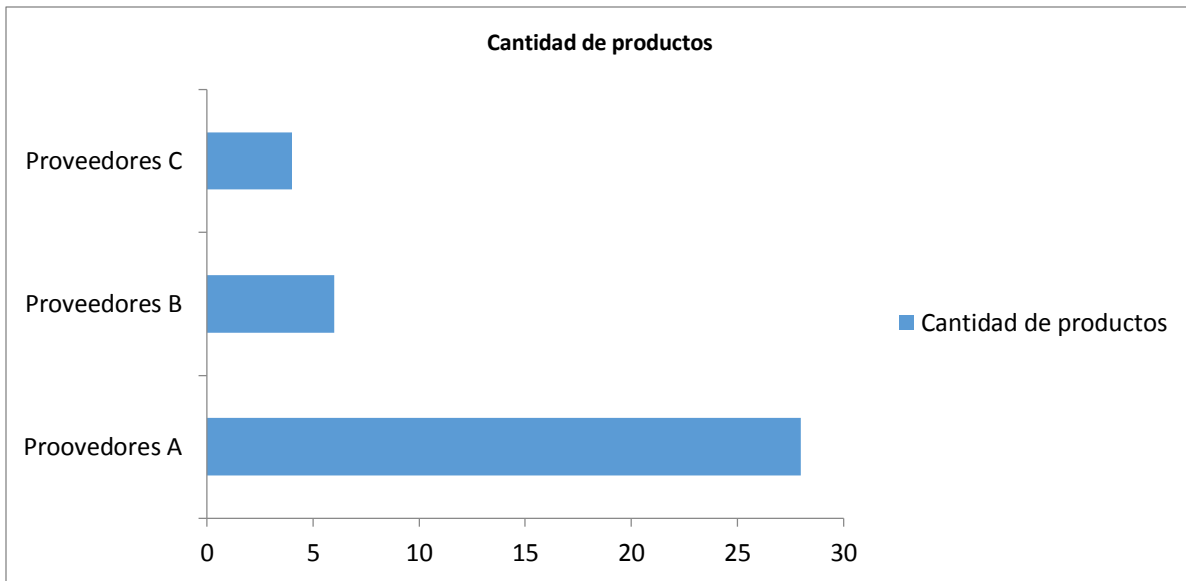


Figura 10. Tres clases de proveedores Fuente: propia.

En la Figura N°9 , se observa los distintos productores y sus variado abanico de productos, y claramente se observan 3 tipos, los cuales pueden ser reorganizados de la siguiente forma Proveedores A [entre 1 a 5 productos], Proveedores B [entre 6 a 10 productos], Proveedores C [entre 11 y 22 productos] con dichos intervalos quedan claramente los proveedores que abastecen de un mayor número de productos a la Cooperativa esto queda más claro con la Figura N°10, sin embargo esto no quiere decir que estos proveedores sean los de mayor importancia a la hora de facturación, ya que, un proveedor con un solo producto puede ser de mayor importancia que un proveedor que suministra 6 productos, por ejemplo. Dicho esto se generan comparativas de dos proveedores uno con 17 productos en el abanico de la Cooperativa Aldea Matriz con otro que solo provee un producto, el grado de importancia se lo dará la facturación que hace cada producto a través de un tiempo acotado

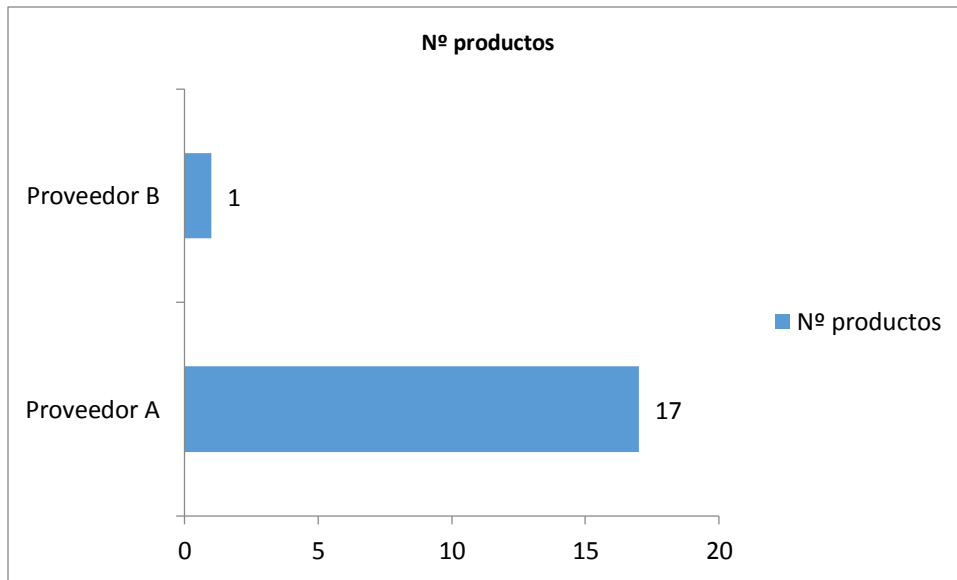


Figura 11.comparativa entre los proveedores por la cantidad de productos Fuente: propia.

Se puede observar claramente la diferencia de la cantidad de productos que ofrece un proveedor con respecto a otro en la Figura N°11, donde el Proveedor B solo provee con un producto al listado de la Cooperativa Aldea Matriz dicho producto es el “Huevo Feliz”, en comparativa está el Proveedor A que provee con más de 17 productos al gran abanico de productos que cuenta la Cooperativa Aldea Matriz. Dicho esto haremos el mismo gráfico, pero con la facturación de cada proveedor en un periodo de tiempo de 5 meses.

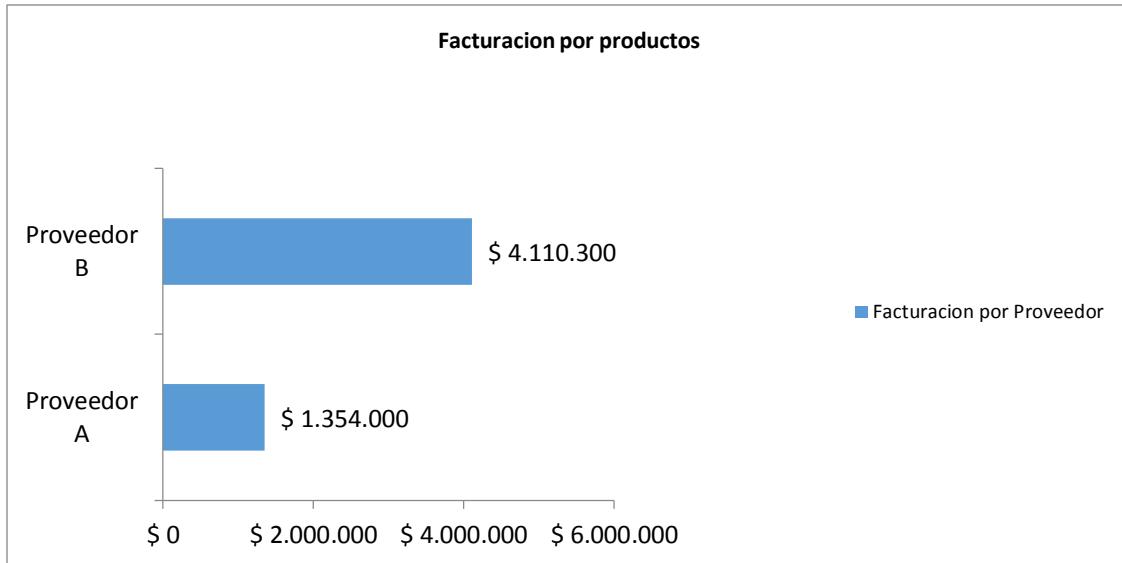


Figura 12.comparativa entre los proveedores por Facturación Fuente: propia.

En la Figura N°12 se ve claramente una mayor facturación en el Proveedor B, el cual solo provee de un solo producto, pero que ese producto es vital para los cooperantes de la Cooperativa Aldea Matriz, con una facturación de \$ 4.110.300 el cual supera por 3 veces a la facturación del Proveedor B que es de \$ 1.354.000 todo esto observado dentro de los 5 meses estudiados. Con esto se entiende que no tiene ninguna relación propiamente económica la cantidad de productos ofrecidos por un Proveedor con la importancia en la facturación en la cooperativa aldea Matriz.

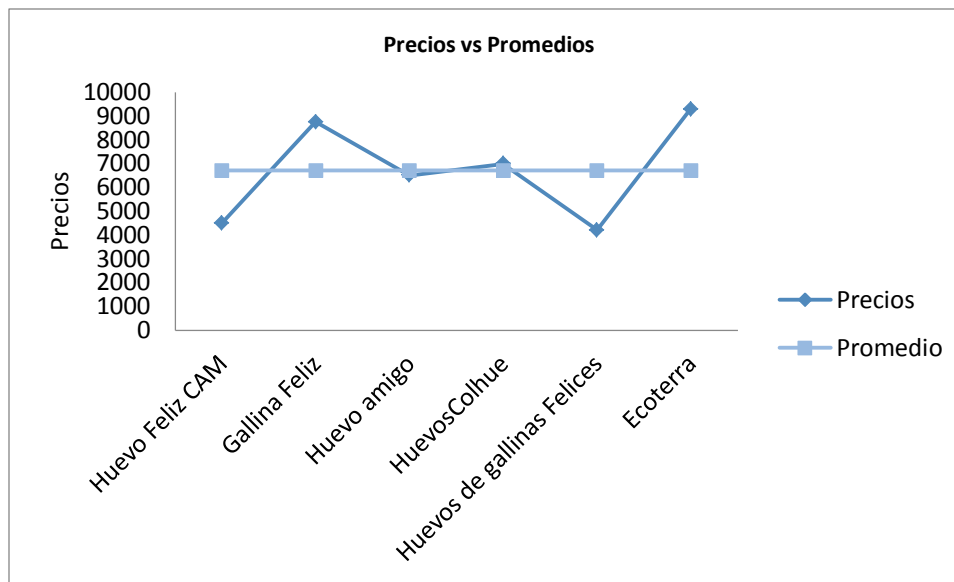


Figura 13.comparativa entre los proveedores por Facturación Fuente: propia.

En la Figura N°13 y siguiendo con el producto de la gráfica anterior el “Huevo Feliz” se genera una comparación de precios del producto “Huevo feliz” con otros productos del mercado del mismo. Varios de estos pertenecen geográficamente a variadas localidades del país como por ejemplo: Melipilla, Santiago, Lo Barnechea, Los Andes etc. Estos productos cuentan con una gran variedad de precios y algunos de ellos cuentan también con certificados los cuales indudablemente les dan un valor agregado. Solo dos productos de los 5 consultados cuentan con un certificado el “Certified Humane” que garantiza a los consumidores que el productor cumple con estándares y los adopta para la certificación de bienestar animal. Esto consiste en 4 etapas:

- Preparación
- Solicitación
- Inspección
- Decisión

Y cuenta con tres tarifas:

- Tarifa de Solicitud: Costo simbólico para la revisión de los formularios de solicitud;
- Tarifa de Inspección: Proporcional al número de días necesarios para la realización de las inspecciones exigidas para cada tipo de operación;
- Tarifa de Certificación: Debidas solamente después de la emisión de un Certificado de Conformidad. Proporcional al volumen de producción de productos certificados.

Según la Figura N°13 se puede observar que los dos mayores precios de los “Huevos Felices” son los que cuentan con el Certificado los cuales son Ecoterra con \$ 9.285 pesos y Gallina Feliz con \$ 8.748 pesos, estos sobrepasan el promedio de precio mercado el cual es de \$6.703. A su vez los productos que cuentan con los menores precios son los productos de Huevos de gallinas felices con \$4.200 pesos y le sigue Huevo feliz de la Cooperativa Aldea Matriz con un precio de \$4.500 pesos ambos productos se encuentran bajo el promedio de mercado y ambos no cuentan con un certificado que acredite buen trato animal.

Los productos Huevo Amigo y Huevos Colhue se encuentran dentro del promedio del mercado con \$6.500 pesos y \$6.990 pesos ambos sin certificación Certified Humane.

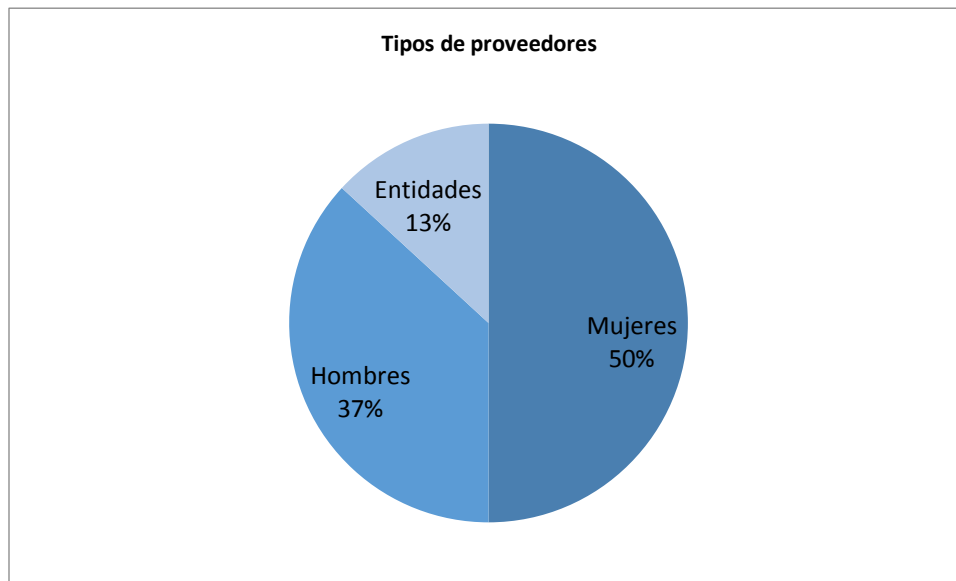


Figura 14. Tipos de proveedores. Fuente: propia.

En la Figura N°14 se puede ver los proveedores divididos por la cantidad de hombres, mujeres y entidades. Se observa que la mayor parte de los proveedores de la Cooperativa Aldea Matriz son mujeres con un 50 %, seguido por los hombres con un 37 % y entidades con un 13 %. Considerando estos datos se muestra como las mujeres van un paso más adelante en el emprendimiento y en lo que respecta a la conciencia sobre el medio ambiente y cuidado de la alimentación sana. Hay que tener en cuenta que para la Cooperativa Aldea Matriz la mujer es el pilar fundamental ya que responde a su origen vinculado con un conjunto de mujeres buscando soluciones a la crianza y al emprendimiento, como dijimos en apartados anteriores. Las mujeres y las niñas representan la mitad de la población mundial y también, por tanto, la mitad de su potencial. Sin embargo, la desigualdad de género persiste hoy en todo el mundo y provoca el estancamiento del progreso social con esto cabe destacar el avance progresista que existe en la Cooperativa Aldea Matriz.

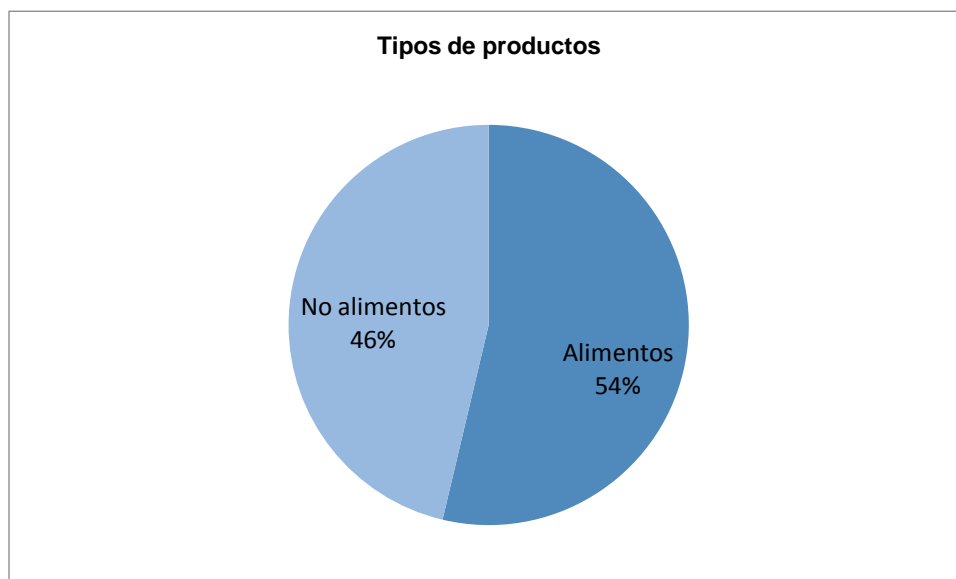


Figura 15. Tipos de productos. Fuente: propia.

En la Figura N°15 se observa una supuesta paridad en los productos de alimentos con un 54% los cuales pueden ser variados como por ejemplo Hummus, Mix de cereales, granola, Levadura etc. Y un porcentaje de 46% los productos que no son alimentos, tales como: tallados, bordados, bálsamos, juguetes, productos de aseo, cremas etc. Un dato a resaltar es que el producto con mayor solicitud es el Huevo y el menor son los juguetes tallados en madera. Con esta figura se vuelve a resaltar la orientación a la cual se dirige la Cooperativa Aldea Matriz, que es hacia el buen vivir y a la toma de conciencia de la vida sana y a la sustentabilidad del medio ambiente y es por esto mismo que los productos que no son alimentos son todos orgánicos y/o biodegradables.

En base a los criterios que priorizan la Cooperativa Aldea Matriz se genera una tabla Excel donde se calculó cuál de los proveedores es el más conveniente, y lo compararemos con otra forma de priorizar los criterios el cual es más tradicional orientada a las ganancias. La tabla Excel creada para la elección de proveedores pondremos ambas con los diferentes criterios de selección:

MATRIZ DE COMPARATIVA DE PROVEEDORES			
TOTAL DE PONDERACIONES		0,0%	Todavía tienes puntos para repartir hasta llegar al 100%!!!
Aspectos Técnicos		Aspectos comerciales y económicos	
Calidad del producto/servicio	0,0%	Precios	0,0%
Capacidad técnica del proveedor	0,0%	Formas y plazos de pago	0,0%
Calidad certificada (ISO o similar)	0,0%	Relacion post venta	0,0%
Plazos de entrega	0,0%	Total asp. comerc. y econ.	0,0%
Total aspectos técnicos	0,0%	Aspectos empresariales y/o otros	
		Estabilidad del proveedor	0,0%
		Proximidad	0,0%
		Facilidad de entendimiento	0,0%
		Vinculacion	0,0%
		Sabor del producto	0,0%
		Clase de Proveedor	0,0%
		Tipo de Proveedor	0,0%
		Total aspectos empresariales y/o otros	0,0%

VALORIZACION DE PROVEEDORES					
Aspectos Técnicos		Aspectos comerciales y econ		Aspectos empresariales	
Calidad del producto/servicio	0	0	0	0	0
Capacidad técnica del proveedor	0	0	0	0	0
Calidad certificada (ISO o similar)	0	0	0	0	0
Plazos de entrega	0	0	0	0	0
Precios	0	0	0	0	0
Formas y plazos de pago	0	0	0	0	0
Servicio postventa	0	0	0	0	0
Estabilidad del proveedor	0	0	0	0	0
Proximidad	0	0	0	0	0
Facilidad de entendimiento	0	0	0	0	0
Vinculacion	0	0	0	0	0
Sabor del producto	0	0	0	0	0
Clase de Proveedor	0	0	0	0	0
Tipo de Proveedor	0	0	0	0	0

Evaluacion					
	1	2	3	4	5
Calidad del producto/servicio	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Capacidad técnica del proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Calidad certificada (ISO o similar)	Muy baja	Baja	media	Alta	Muy alta
Plazos de entrega	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos
Precios	Muy altos	Altos	Medios	Bajos	Muy Bajos
Formas y plazos de pago	Muy malas	Malas	Medias	Buenas	Muy buenas
Servicio postventa	Muy malo	Malo	Medio	Bueno	Muy bueno
Estabilidad del proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Proximidad	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Facilidad de entendimiento	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Vinculacion	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Sabor del producto	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Clase de Proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta
Tipo de Proveedor	Muy baja	Baja	Media	Alta	Muy Alta

Figura 16. Ingreso de ponderaciones de criterios y Evaluación de Proveedor. Fuente: propia.

En la Figura N°16 se puede observar los diferentes criterios con los que se puede evaluar a los proveedores y a su vez colocando las ponderaciones según corresponda. Se evalúan a los proveedores en base a las experiencias con ellos de acuerdo a el evaluador o distintamente variado evaluadores ya que una cosa es el criterio o aspecto que nos interese y lo otro es que tanto el proveedor cumple con ese criterio. Luego de esto se dan resultados de ambas evaluaciones dejando la elección por prioridades.

8.4 Comparativa de Aspectos y Criterios

Dicho esto haremos un ejemplo de selección, una empresa x con la Cooperativa Aldea Matriz cada uno de ellos con sus respectivos criterios y evaluaciones

Aspectos Técnicos		Aspectos Técnicos	
	Empresa X		Cooperativa Aldea Matriz
Calidad del producto/servicio	20,0%	Calidad del producto/servicio	5,0%
Capacidad técnica del proveedor	10,0%	Capacidad técnica del proveedor	0,0%
Calidad certificada (ISO o similar)	5,0%	Calidad certificada (ISO o similar)	0,0%
Plazos de entrega	5,0%	Plazos de entrega	10,0%
Total aspectos técnicos	40,0%	Total aspectos técnicos	15,0%

Tabla 1 Comparativo de Selección de criterio y ponderaciones. Fuente: propia

En la Tabla 1 se observa que en los Aspectos Técnicos las diferencias entre los criterios de importancia entre una empresa tradicional y la Cooperativa Aldea Matriz. La tabla muestra las diferencias evidentes entre un modelo y otro, a pesara de que ambas co-existen en el marco de una relación de intercambio convencional

propias de una economía capitalista. Uno de los criterios más diferentes entre

Aspectos comerciales y económicos Empresa X / Cooperativa Aldea Matriz			
Precios	30,0%	Precios	5,0%
Formas y plazos de pago	10,0%	Formas y plazos de pago	5,0%
Relación post venta	10,0%	Relación post venta	5,0%
Total asp. comerc. Y econ.	50,0%	Total asp. comerc. Y econ.	15,0%

ambas entidades es Calidad del Producto.

Aspectos empresariales y/o otros		Aspectos empresariales y/o otros	
	Empresa X		Cooperativa Aldea Matriz
Estabilidad del proveedor	0,0%	Estabilidad del proveedor	10,0%
Proximidad	5,0%	Proximidad	10,0%
Facilidad de entendimiento	0,0%	Facilidad de entendimiento	10,0%
Vinculación	0,0%	Vinculación	10,0%
Sabor del producto	5,0%	Sabor del producto	10,0%
Clase de Proveedor	0,0%	Clase de Proveedor	10,0%
Tipo de Proveedor	0,0%	Tipo de Proveedor	10,0%
Total aspectos empresariales y/o otros	10,0%	Total aspectos empresariales y/o otros	70,0%

Tabla 2 Comparativo de Selección de criterio y ponderaciones. Fuente: propia.

En la Tabla 2 se observan los Aspectos comerciales y económicos donde se encuentra una de las mayores diferencias, el Precio, que para la empresa tradicional es un punto de inflexión para cualquier tipo de decisión, para la

Cooperativa Aldea Matriz es un criterio que no genera tal relevancia. Esto da cuenta de las particularidades propias de una organización basada en los principios de la ESS, donde el precio de los alimentos no solo está mediado por su valor monetario, sino que es la expresión de relaciones de confianza y apoyo mutuo que sobrepasan el valor del dinero. El comportamiento de estos datos también es relevante, ya que, relativiza el peso del precio en la decisión final de compra en un contexto de intercambio de alimentos agroecológicos, donde el sobre-precio de estos productos suele operar como una barrera en la ampliación de su consumo hacia ciertos sectores sociales. En cuanto a los Aspectos Empresariales y/o Otros en este aspecto los criterios son mucho más relevantes para la Cooperativa Aldea Matriz que para la Empresa Tradicional con una diferencia del 60 % de importancia.

VALORIZACION DE PROVEEDORES			
Aspectos Técnicos	Proveedor	Proveedor	
	1	2	
	Calidad del producto/servicio	4	5
	Capacidad técnica del proveedor	3	5
	Calidad certificada (ISO o similar)	4	4
Plazos de entrega	5	5	
Aspectos comerciales y econ.	Proveedor	Proveedor	
	1	2	
	Precios	4	4
	Formas y plazos de pago	5	5
Servicio postventa	5	5	
Aspectos empresariales	Proveedor	Proveedor	
	1	2	
	Estabilidad del proveedor	4	4
	Proximidad	4	4
	Facilidad de entendimiento	4	4
	Vinculación	3	3
	Sabor del producto	4	4
	Clase de Proveedor	3	3
Tipo de Proveedor	4	4	

Tabla 3 Evaluación de Proveedores. Fuente: propia.

En la Tabla 3 se evalúa a los proveedores y con estos valores, se cruzan con las ponderaciones que la empresa x y la Cooperativa Aldea Matriz introdujeron, con el resultado de este cruce, genera un resultado que indica la posición que tendrá cada proveedor con respecto a los aspectos de cada entidad.

El cual con las ponderaciones que tiene la Empresa x y la Cooperativa Aldea Matriz genera una opción de selección inversa para cada entidad.

Ahora bien en el diagrama de flujo que tiene el procedimiento de selección de proveedores de la Cooperativa Aldea Matriz ya antes presentado (Figura N°8), se le agregara en la Figura N°17 dos Diagramas de flujo los cuales se identifican como la forma 2 y forma 3. La forma 1 es la manera que actualmente la Cooperativa Aldea Matriz genera la selección de los proveedores en base a la presentación de proveedores y a la elección sociocrática. La forma 2 es la manera en que la Cooperativa con la ayuda de un software (Excel) seleccionaría a los proveedores a través de selección de variables, criterios y ponderaciones los cuales darán una selección más cuantificable en base a los criterios y a las ponderaciones que los propios cooperantes estimen.

Ahora bien se puede gestionar una tercera forma, la forma 3 la cual tiene como eje central la comparativa de selección tanto de la elección sociocrática y la elección elegida por el Software (Excel), y en base a estas dos elecciones elegir una.

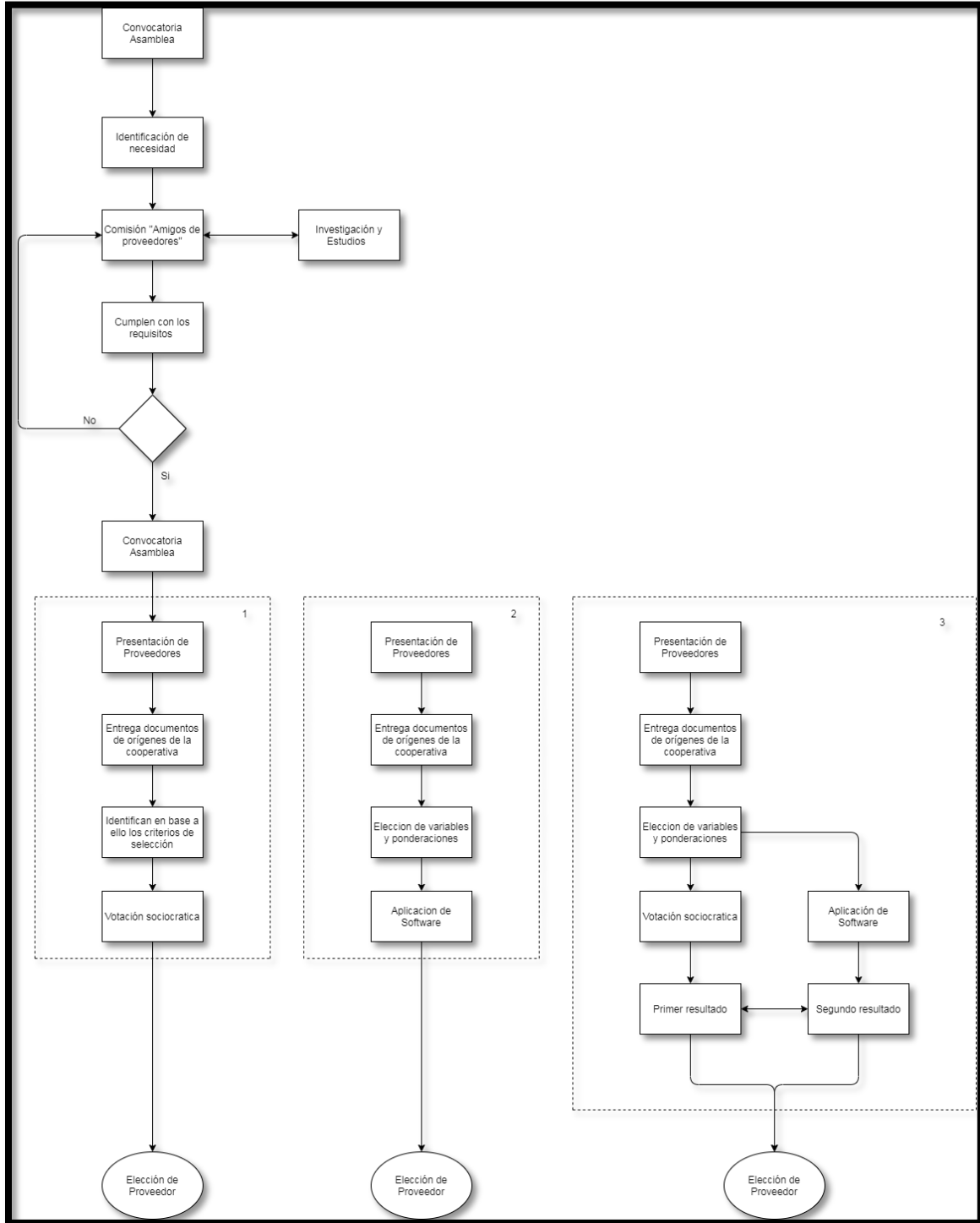


Figura 17. Diagramas de flujo de selección de proveedores de tres formas. Fuente: propia.

CONCLUSION

Se ha llevado a cabo un estudio de diversos artículos y/o libros para conocer en profundidad este tema y su importancia. La gran cantidad de artículos encontrados enfatiza la importancia del proceso de selección de proveedores. Además, el ejemplo en la Cooperativa Aldea Matriz nos da una visión práctica y nos enseña la importancia de este proceso.

Se puede observar cómo los criterios se han modificado desde el uso del precio como el criterio más importante en el enfoque tradicional hasta la actualidad, donde la calidad es considerada como el principal criterio, seguido por el coste, la efectividad en la entrega y el servicio. Señalar que esto no significa que siempre se consideren los mismos criterios en la selección de proveedores, como se ha visto en el caso desarrollado en este estudio; esto queda demostrado con el ejemplo práctico de la elección de proveedores de la Cooperativa aldea matriz donde el precio es el criterio con menos relevancia dentro del rango dando prioridad a aspectos como la validación, proximidad y vinculación, independiente mente cada autor tiene su propia opinión acerca de los criterios que se deben considerar y la importancia de los mismos.

De esta forma, se puede decir que no es posible crear una lista de los criterios exclusivos pero sí se puede contar con una lista y para cada situación modificarla prestando atención de los criterios que son más importantes en ese caso. Consecuentemente, la visión tradicional de usar el único criterio basado en el precio más bajo no es suficientemente robusta. Aunque se puede usar este criterio para comenzar el proceso de selección y reducir el número de proveedores candidatos, al mismo en la Cooperativa Aldea Matriz se usaría otro aspecto para reducir candidatos como sería por ejemplo la vinculación.

Debo recalcar la orientación que tiene la Cooperativa Aldea Matriz, que a su vez sigue su visión de ser una entidad que busca la equidad, el bienestar, el buen vivir y gira en un entorno del cuidado del Medio Ambiente, esto se comprueba con el

estudio de los proveedores y su listado de productos ya que a nivel de proveedores la mayor parte es mujer como entidad va a la vanguardia ya que la equidad de género es algo que se busca hoy en día en todas las empresas, y en el cuidado del medio ambiente los productos que no son alimentos , son biodegradables y amigables con el medio, esto quiere decir que la Cooperativa Aldea Matriz va más allá del consumo de alimentos sigue un ideal de vida.

Adicionalmente, hay diferentes métodos de evaluación de proveedores; dependiendo de la complejidad del problema o del tiempo del que se disponga se puede elegir un método u otro o la combinación de varios. Como se ha visto, todos ellos tienen sus ventajas e inconvenientes, así que no es posible encontrar uno perfecto, y por este motivo, los autores los combinan para desarrollar uno mejorado.

Algo que acotar es la coexistencia de entidades las cuales los objetivos son totalmente inversos, ya que en uno la visión es de generar las máximas ganancias posibles y el precio es un criterio fundamental, en el otro las ganancias no significan una prioridad y el precio es totalmente un criterio de segundo plano, ambas entidades coexistiendo en una economía capitalista.

Por último se deja planteado a través de los diagramas de flujo de la las diferentes formas en que la metodología aplicada en la Cooperativa Aldea Matriz se puede mejorar o complementar con tecnología que da un peso cuantitativo a la elección de proveedores.

BIBLIOGRAFIA

Bakker, K. y. (2004). *Changing supplier selection and relationship practices: A contagion process. Journal of Purchasing & Supply Management.*

Boer, D. (2001). *A review of methods supporting supplier selection.*

Brenda, J.-E. y. (2008). *Buyer-supplier relationships: The impact of supplier selection and buyer-supplier engagement on relationship and firm performance. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.*

Burt, D. D. (2003). *World class supply management: the key to supply chain management.*

Carson. (1964). *Journal of clinical pathology.*

Creed, Z. y. (2009). *Buyer-supplier relationships: The impact of supplier selection and buyer-supplier engagement on relationship and firm performance. International Journal of Physical Distribution & Logistics Management.*

De Boer, W. T. (1998). *Outranking methods in support of supplier selection.*

Figari. (2008). *Los Productores familiares.*

Gliessman. (2002). *Procesos agroecologicos en agricultura.*

Graziano, J. (2018). *El futuro de la agricultura no es intensivo en insumos, sino en conocimientos, necesitamos el enfoque integrado que nos ofrece la agroecología. FAO.*

Jitesh. (2008). *Evaluation of buyer-supplier relationships using an integrated mathematical approach of interpretive structural modeling.*

Maroto, J. C. (2007). *Estrategia de la Vision a la Accion.*

Millington, E. y. (2006). *Supplier performance and selection in china. Journal of Operations & Production Management.*

- O`brien, G. (1998). , *A decision support system for supplier selection using an integrated analytic hierarchy process and linear programming. International Journal of Production Economics.*
- Pereiro. (2005). *Esquema del proceso de Compras y la Evaluación de Proveedores .*
- Rainer, I. C. (2005). *Supplier selection and controlling using multivariate analysis. Journal of Physical Distribution & Logistics Management.*
- Toledo. (1985). *Ecología y Autosuficiencia alimentaria.*
- Vijay. (2006). *Buyer-supplier relationships: The impact of supplier selection and buyer-supplier engagement on relationship and firm .*
- William Ariel Sarache Castro, Ó. D. (2009). *Selección de proveedores: una aproximación al estado del arte.*

WEBGRAFIA DE APOYO

Economía Social y Solidaria una economía para las personas

<https://www.economiasolidaria.org>

Asociación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito <https://www.coopera.cl>

FAO 1997 Agroindustria por el desarrollo <https://www.FAO.org>

La revolución verde <https://www.agroptima.com/es/blog/la-revolucion-verde/>

Las primeras cooperativas en Chile <https://www.decoopchile.cl/las-primeras-cooperativas-en-chile/>

La tiranía de la econocracia <https://mises.org/es/wire/la-tiranía-de-la-econocracia>

La historia de las cooperativas <https://cooperativasdechile.coop/quienes-somos>

La historia de la Cooperativa Aldea Matriz <http://aldeamatriz.blogspot.com>

Acreeador 2015 www.Economipedia.com

Página que te permite gestionar y realizar diagramas de flujo en línea

<https://app.diagrams.net>

<https://certifiedhumanelatino.org> Certificado del buen trato animal y bienestar de este.

<https://ecoterra.cl/es/> Página de ecoterra