



# RECUS

REVISTA ELECTRÓNICA COOPERACIÓN  
UNIVERSIDAD SOCIEDAD

e-ISSN: 2528-8075

## ***Procedimiento para la selección de proveedores en gestión de restaurantes en la ciudad de Manta***

*Procedure for the selection of suppliers in restaurant management in the city of Manta*

Dr.C. Vladimir Álvarez Ojeda  
Docente ULEAM. Extensión Sucre, Manabí, Ecuador  
[vladimir.alvarez@uleam.edu.ec](mailto:vladimir.alvarez@uleam.edu.ec)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0859-0311>

Dr.C. Yanelis Ramos Alfonso  
Universidad de Matanzas, Matanzas, Cuba  
[yanelis.ramos@utm.edu.ec](mailto:yanelis.ramos@utm.edu.ec)  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8383-1245>

Lic. Osmel Torres Chávez  
Universidad de la Habana, Habana, Cuba  
[osmel.torres@utm.edu.ec](mailto:osmel.torres@utm.edu.ec)  
ORCID <https://orcid.org/0000-0001-5638-6967>

---

*\*Dirección para correspondencia: [osmel.torres@utm.edu.ec](mailto:osmel.torres@utm.edu.ec)*

*Artículo recibido el 20-01-2023 Artículo aceptado el 15-04-2023 Artículo publicado el 04-05-2023*

*Conflicto de intereses no declarado*

*Fundada 2016 Unidad de Cooperación Universitaria de la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador*

---

**Citación de este artículo:** Álvarez, V., Ramos, Y. y Torres, O. (2023). Procedimiento para la selección de proveedores en gestión de restaurantes en la ciudad de Manta. *Recus*, 8(2), 140 – 162. <https://doi.org/10.33936/recus.v8i2.5844>



---

## Resumen

La industria turística se considera en la actualidad uno de los sectores más dinámicos en desarrollo, tanto a niveles locales como internacionales, convirtiéndose en uno de los principales ingresos económicos para muchos países. La gastronomía a base de platos autóctonos es sin duda uno de los principales atractivos que genera la movilidad turística, lo que determina la necesidad de estudios sobre la calidad de las mercancías y la correcta preferencia de proveedores. El presente artículo tuvo como objetivo desarrollar un procedimiento para la selección de proveedores como apoyo a la gestión de restaurantes en la ciudad de Manta. El estudio desarrollado es de tipo cuantitativo, descriptivo, no experimental, se utilizó el método de expertos en la identificación de los criterios examinados, a través de la Jerarquía Analítica de Saaty. Se propuso un índice integral que permite la selección de proveedores que garanticen la mayor calidad de las mercancías y coincidan con los estándares de compras establecidos por la unidad de negocio. Su aplicación piloto en un restaurant local, evidenció el valor práctico de la presente propuesta y su posibilidad de generalización bajo el principio de la flexibilidad.

## Abstract

The tourism industry is currently considered one of the most dynamic sectors in development, both locally and internationally, becoming one of the main economic sources for many countries. Gastronomy based on native dishes is undoubtedly one of the main attractions generated by tourist mobility, which determines the need for studies on the quality of merchandise and the correct preference of suppliers. The objective of this article was to develop a procedure for the selection of suppliers to support the management of restaurants in the city of Manta. The developed study is of a quantitative, descriptive, non-experimental type, the method of experts was used in the identification of the examined criteria, through Saaty's Analytical Hierarchy. An

integral index was proposed that allows the selection of suppliers that guarantee the highest quality of the merchandise and coincide with the purchasing standards established by the business unit. Its pilot application in a local restaurant evidenced the practical value of this proposal and its possibility of generalization under the principle of flexibility.

**Palabras clave/Keywords**

*Calidad de las mercancías, turismo gastronómico, índice integral, criterios de evaluación; gastronomía/Quality of goods, gastronomic tourism, comprehensive index, evaluation criteria; gastronomy*

## 1. Introducción

En la actualidad el turismo se inclina cada vez más a la especialización y despierta nuevas expectativas y deseos de los turistas. Por lo tanto, no es extraño que hayan aparecido una serie de nuevos productos que van más allá del turismo masificado de sol y playa, e intentan satisfacer diversos nichos de mercado. Según la Organización Mundial de Turismo-OMT, el turismo gastronómico como fenómeno turístico ha crecido considerablemente y se ha convertido en uno de los más dinámicos y creativos segmento del turismo. Tanto destinos como empresas turísticas se han dado cuenta de la importancia de la gastronomía con el fin de diversificar el turismo y estimular el desarrollo económico local, regional y nacional.

“La gastronomía es uno de los principales motores que impulsan a los turistas a elegir un destino y, pese a ello, todavía no se ha aprovechado el potencial del turismo gastronómico como patrimonio cultural inmaterial”, afirmó el secretario general de la OMT. (Pololikashvili, Z. secretario general de la OMT., 2018)

Es sustancial enfatizar el estudio del turismo desde su origen, evolución, antecedentes, motivaciones, impulso, desarrollo, perspectivas, así como sus tendencias hasta la actualidad. Existen varios factores que han contribuido al incremento de visitantes a nivel mundial, siendo el principal la globalización, como cita Thomas Friedman en su libro *La Tierra es plana*, un mundo más globalizado ha permitido eliminar las fronteras entre países, con esto se hace referencia a que la población tiene un mejor y mayor conocimiento de otras culturas lo que ha provocado que la gente sienta más curiosidad en la visita y exploración de nuevos países. La gastronomía, entre otros, está afirmándose como un elemento importante de diversificación y como una herramienta de definición de marca y de imagen de un territorio, un país y una cultura (HJALAGER, A., 2010).

Oliveira (2011) señala que hay turistas que "se alimentan" y otros que "viajan para comer". Estos turistas que interesados por la comida realizan su búsqueda desde una perspectiva que puede ser tanto cultural como fisiológica.

Para el mejoramiento en la competitividad mundial es necesario desarrollar el sector turístico ofertando mejores servicios, además de contar con personal

capacitado para brindar una experiencia satisfactoria a los turistas, la calidad de los servicios endógenos del turismo son estrategias competitivas generadas para enfrentarse al mundo turístico globalizado cada día más exigente. (Kivela, J. Y Crotts, J., 2006)

La gastronomía se ha convertido en un factor importante en el desarrollo de un turismo de nicho y de destinos especializados en este tipo de recurso. Los estudios demuestran que la cuota de gasto que los turistas dedican a la comida equivale a un tercio de su gasto total, lo cual le identifica como segmento turístico extremadamente atractivo para los destinos.

En la actualidad el Ecuador está considerado como uno de los países que posee una acelerada evolución económica sostenible en Sudamérica (SENPLADES. Secretaría Nacional de Planificación, 2013), siendo el turismo uno de los sectores priorizados a nivel nacional por aportar un importante incremento al desarrollo del país.

Según establece la Política Nacional del Estado, “*el reto histórico es cambiar la historia y convertir el país en una verdadera potencia turística*”, esta voluntad política se refleja en el (PNBV, 2013 y PLANDETUR 2020, 2017) *Decreto No. 1424 del Plan Nacional para el Buen Vivir* el cual considera al turismo como una de las fuerzas motrices dentro de los cinco ejes fundamentales de desarrollo económico y social del país. El Estado ecuatoriano ha trazado estrategias para promover al turismo como motor de la economía nacional, lo cual considera un cambio en la matriz productiva y su estructura económica.

La comida es uno de los atractivos que despierta mayor interés de los visitantes, ya que captura la esencia y la forma en que se produce y se consume nos da una idea acerca del quehacer de una población determinada (Navarrete y Muñoz, 2018). La comida local da a conocer las actividades culturales de la zona, por ello, la cocina típica representa un rasgo de autenticidad, de ahí que los turistas se sientan interesados y atraídos.

Coexisten diferentes modalidades de turismo que generan “productos turísticos” y en otros países “nichos turísticos”. Dentro de las principales modalidades que se desarrollan en el mundo se destacan:

1. Turismo de sol y playa (*relax + activo*).

2. Turismo cultural (Gastronomía, ciudades, entornos culturales significativos).
3. Turismo de naturaleza (ecoturismo, agroturismo, vacaciones en la naturaleza).
4. Turismo de cruceros.

A partir de investigaciones realizadas por la OMT, UNESCO y otras organizaciones, se consolida el Turismo Gastronómico como una Modalidad de turismo emergente la cual responde a los niveles de desplazamientos turísticos por estos intereses culturales, patrimoniales, alimentarios, productivos y de seguridad (Martin, 2009).

Según los autores Hall, R., Mitchell, F. y Labrín, José (2020), se entiende por turismo gastronómico aquel que establece como motivo esencial de viaje la visita a los productores de alimentos primarios o secundarios, a las ferias y festividades de gastronomía y búsqueda de centros de expendio gastronómico o lugares concretos donde la degustación de alimentos y demás actividades inherentes. Montecinos (2022), reitera, el turista gastronómico no consume alimentos y bebidas solo por cuestiones biológicas, sino que viaja para consumir experiencias que alimenten su cuerpo, mente y espíritu.

El mismo autor define al conjunto de recursos gastronómicos que generan una capacidad de atracción suficiente para inducir a un viajero a realizar los esfuerzos necesarios para desplazarse hacia él como destino gastronómico y turístico. (Montecinos, 2016).

El litoral ecuatoriano presenta una gastronomía de elevada calidad y aceptación, siendo esta región tomada como piloto para potenciar el desarrollo gastronómico y hacer de este un producto competitivo, meta que se promociona a través del proyecto desarrollado por el (Ministerio de Turismo Ecuador, 2014) con el eslogan comercial *ECUADOR A LA CARTA* y la Gran Feria Internacional Gastronómica Turística del Ecuador.

La ciudad de Manta es una de las más visitadas por turistas nacionales e internacionales, su fortaleza es el puerto de crucero más importante del litoral ecuatoriano, sus playas y el atractivo gastronómico de los innumerables restaurantes

ubicados en las cercanías del mar, con exquisitos menús de mariscos y pescados.

Ante esta realidad se impone potenciar el desarrollo de la industria turística local, con una alta calidad en las ofertas gastronómicas y los servicios en el sector. Para ello es esencial la calidad de los productos, su estabilidad en el surtido, que garantice una determinada oferta, máxime que los visitantes demandan productos autóctonos de la costa ecuatoriana, con calidad, inocuos, frescos y que, a su vez, estos tengan una disponibilidad adecuada y permanencia en las ofertas.

La selección de proveedores permite fortalecer todos los procesos de producción, distribución, almacenamiento y comercialización; si se tienen proveedores confiables y sujetos a las políticas de la empresa, se pueden mejorar tiempos y disminuir costos.

El seleccionar un proveedor representa para la empresa un factor preponderante, para lo cual se deben tomar medidas apropiadas para elegir el mejor dentro de un grupo que ofrecen el mismo producto o servicio, tomando en cuenta los diferentes criterios de selección y evaluación (Herrera, O., y Osorio, J., 2006).

El presente trabajo tiene como objetivo desarrollar un procedimiento para la selección y evaluación de proveedores en los restaurantes de la ciudad de Manta.

## **2. Materiales y Métodos**

Seguidamente se presenta el procedimiento para la selección y evaluación de proveedores que se propone en esta investigación:

### **Conformación del grupo de especialistas**

Se crea un equipo de trabajo especializado en la actividad de restauración, formación en cadena de suministro y más de 10 años de experiencia en el sector, avalado por estudios de tercer, cuarto nivel y cursos de especialización, etc.

De un listado inicial de especialistas se establece la selección mediante la aplicación de un test de experticia, determinando el coeficiente de competencia (K), mediante el cálculo del coeficiente de conocimiento o información (Kc), y el coeficiente de argumentación o fundamentación (Ka) (Cisneros, L., Pozo, R. y Espinosa, J., 2011). Se partió de 20 candidatos comprometidos e interesados en colaborar con la investigación.

## **Descripción de los criterios para selección/evaluación de proveedores**

La literatura especializada ofrece diferentes criterios para la selección/evaluación de proveedores, en este punto se deben identificar, listar y describir los mismos, partiendo de lo abordado por los diferentes autores que han trabajado con anterioridad la temática.

El proceso de selección debe ser lo menos complejo posible, con un número manejable de criterios. Se han apuntado criterios de selección de proveedores por diferentes autores, como la experiencia, cantidades mínimas posibles a entregar, relación calidad-precio y la rapidez en la entrega (Alzate, 2015). Su medición para distintas alternativas de proveedores potencia la gestión de compras por la coordinación más efectiva.

Es importante destacar que la evaluación necesita la experiencia previa en el recibo de suministros del proveedor, en tanto la selección se realiza mediante criterios generales. Lo anterior establece dos grupos de criterios: de selección y de evaluación.

## **Identificación de criterios y sus pesos relativos**

Luego de listar y describir los criterios de los diferentes autores se procede a la recopilación del criterio de los expertos sobre la importancia de los mismos para la selección/evaluación de los proveedores de mercancías de los restaurantes de la localidad objeto de estudio.

Se parte de la consistencia en el juicio de los especialistas, para lo cual se solicita a estos que ponderen los criterios por orden de prioridad, y la correspondencia de criterios se establece mediante la concordancia de Kendall, con una sigma asintótica inferior a 0,05, con la utilización del software profesional SPSS versión 25.0.

Posteriormente se determinan los pesos normalizados de cada criterio, y por consiguiente se establecen los factores de ponderación de cada uno de estos, según el procedimiento basado en la matriz de comparación por pares de criterios, la cual en su elaboración mantiene el principio de la comparación recíproca es decir” si el criterio  $C_1$  es “3”, moderadamente más importante que  $C_3$ , entonces tendrá el valor inverso respecto a  $C_1$ , es decir,  $1/3$  (Orejuela, J. y Osorio Y., 2005).

Para la confección de la matriz se consideran los resultados de la prueba de



Wilcoxon, realizada con la respuesta de los expertos al ordenar los criterios. Se empleó la escala de Saaty (1990) que se expone a continuación:

Nivel de importancia	Puntos
Igual importancia	1
Moderadamente más importante	3
Mucho más importante	5

### Construcción del índice integral valorativo para la selección

Luego de la identificación de los criterios y sus pesos relativos, se establece la selección/evaluación de los proveedores candidatos mediante un índice único que permite la unificación de los criterios antes definidos, como sigue:

$$ISE_{pj} = \sum_{i=1}^n P_i * W_i$$

Dónde:

ISE<sub>pj</sub>: Índice de selección/evaluación del proveedor j

P<sub>i</sub>: Puntos asignados a cada criterio i

W<sub>i</sub>: Factor de ponderación de cada criterio i (importancia relativa del criterio obtenida en el paso anterior)

En el caso de la puntuación de cada criterio (P<sub>i</sub>) se establecerán las escalas adecuadas a cada criterio que permita la valoración del mismo en tres (3) categorías.

1: Deficiente

2: Regular

3: Bueno

La escala valorativa para el índice para la selección se establece de acuerdo a la puntuación antes definida como presenta en la “Tabla 1”:

**Tabla 1.**

*Consideraciones para la selección de proveedores*

Puntaje	Descripción	Rango	Decisión
1	No cumple con el criterio	1,0 – 1,49	Proveedor rechazado
2	Cumplimiento parcial	1,50– 2,49	Selección condicionada
3	Cumple con el criterio	2,50 -3,00	Proveedor seleccionado

Análogamente, la “tabla 2” muestra la propuesta de escala para la evaluación de proveedores.

**Tabla 2.**

*Consideraciones para la evaluación de proveedores*

Evaluación	(%)
Muy confiable	86 -100
Confiable	70-85
Poco confiable	60-69
No confiable	Menos de 60

### **Aplicación del índice y selección/evaluación de proveedores**

Luego de establecido el índice, se procede a su aplicación en los restaurantes objeto de estudio, los pesos relativos ya están establecidos de pasos anteriores, en este paso se solicita a los administradores, jefes de bodega o personal responsable de la gestión de compras en sentido general que otorguen la puntuación correspondiente a cada criterio *i*, referido a cada proveedor *j* que forme parte de la posible selección y/o evaluación de proveedores.

## **3. Resultados**

### **Conformación del grupo de especialistas**

Se partió de 20 candidatos interesados en colaborar y con más de 10 años de experiencia en gestión de restaurantes. Los mismos constituyen profesionales del turismo y la gastronomía, dueños de restaurantes de la costa litoral de Manta. Se

estableció la selección de 10 expertos especialistas, mediante el coeficiente de competencia (K), por valores superiores a 0,8 en todos los casos.

### Descripción de los criterios para selección de proveedores

Para definir los criterios a tomar en cuenta para la selección y evaluación de los proveedores se tomó como referencia el estudio de Dickson (1966), clásico de la materia (Sarache, W., Castrillón, Ó. y Ortiz, L., 2009).

Se conformó un listado de 11 criterios, el que fue enviado a los expertos en una primera ronda para que plantearan los que a su juicio debían ser tenidos en cuenta. Se consideraron para el estudio los que fueran enunciados por más del 70% de los expertos “Tabla 3”

**Tabla 3.**

*Criterios establecidos desde la literatura especializada*

Criterios	
<b>Generales del proveedor</b>	Localización geográfica
	Experiencia
	Productor directo
	Comercializador mayorista
	Capacidad de producción
<b>Condiciones económicas</b>	Facilidades de pago
	Precio de los productos
	Posición financiera
<b>Criterios de confiabilidad</b>	Calidad de los productos
	Tiempo de entrega
	Estabilidad del surtido

**Calidad:** este criterio califica la tenencia de un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) y/o de productos que cumplan en su totalidad con las normas de especificaciones, avalados por un certificado de concordancia, lo que garantiza la conformidad de los productos con sus requisitos. De este criterio depende la seguridad

en la prestación del servicio.

**Precio:** los precios deben estar acorde a los que se reportan en el mercado de proveedores (Portal de Compras Públicas) y en correspondencia con la calidad de la mercancía. Este criterio evalúa la oferta económica del proveedor y es un elemento importante para determinar la relación costo-beneficio. Es la base del indicador de los presupuestos de las operaciones para las compras.

**Experiencia:** este criterio califica el tiempo de permanencia del proveedor en el mercado. Si el proveedor conoce su mercado y las necesidades de sus clientes, se adapta rápidamente a los cambios y busca alternativas de mejora.

**Comercializador mayorista:** son los proveedores que ofrecen un mayor surtido de productos, pueden vender mayores volúmenes de mercancías y por consiguiente ajustarse los precios con ligeras ventajas para el comprador.

**Tiempo de entrega:** este criterio evalúa el cumplimiento del proveedor en cuanto a la puntualidad en la entrega, teniendo en cuenta las fechas y/o el tiempo pactado. Además, califica la capacidad de respuesta que tiene el proveedor ante los inconvenientes o imprevistos que se puedan presentar.

**Estabilidad en el surtido:** este criterio permite mantener un surtido permanente de los productos, garantizando la permanencia de las ofertas en la instalación.

El análisis de los criterios anteriores permitió conformar dos grupos. El primero, los criterios que posibilitan seleccionar los proveedores sin haber recibido el servicio de estos y el segundo los que posibilitan evaluar los proveedores.

#### **Para la selección de proveedores**

1. Precio
2. Calidad
3. Experiencia
4. Comercializador mayorista

#### **Para la evaluación de proveedores**

1. Calidad
2. Tiempo de entrega (puntualidad)
3. Estabilidad en el surtido

## 1. Selección de criterios y sus pesos relativos

Luego de establecer los criterios los expertos valoran la importancia de los mismos y mediante un análisis de concordancia de Kendall se manifiesta correspondencia en el criterio de los especialistas, con un valor de W de Kendall de 0,758 y una siga asintótica de 0,000, basado en la ponderación mostrada en la “Tabla 4”.

**Tabla 4.**

*Ponderaciones dadas por los expertos a los criterios de selección de proveedores*

Criterios	Jueces												$\Sigma$	Promedio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Precio	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	18	1,42
Calidad	2	1	2	1	1	2	2	1	3	2	1	1	19	1,67
Experiencia	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	37	3,25
Comercializador a mayorista	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	44	3,67

Asimismo, en la “Tabla 5” se muestra el resultado del ordenamiento para los criterios de evaluación de proveedores, con una w de Kendall de 0,77 y una sigma asintótica de 0,000, lo que también muestra correspondencia en el juicio de los expertos.

**Tabla 5.**

*Ponderaciones dadas por expertos a los criterios de evaluación de proveedores*

Criterios	Jueces												$\Sigma$	Promedio
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
Calidad	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	1,08
Tiempo de entrega	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	32	2,33
Estabilidad del surtido	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	28	2,16

Seguidamente las “tablas 6 y 7” muestran las matrices de comparación por pares para la selección y evaluación de proveedores.

**Tabla 6.**

*Matriz para la selección*

Criterios	Precio	Calidad	Experiencia	Comercializador mayorista	Promedio
Precio	1,00	1,00	5,00	5,00	3,00
Calidad	1,00	1,00	5,00	5,00	3,00
Experiencia	0,20	0,20	1,00	3,00	1,10
Comercializador mayorista	0,20	0,20	0,33	1,00	0,43
<b>Sumatoria</b>	<b>2,40</b>	<b>2,40</b>	<b>11,33</b>	<b>14,00</b>	

Criterios	Precio	Calidad	Experiencia	Comercializador mayorista	Factores de ponderación
Precio	0,41	0,41	0,44	0,36	0,41
Calidad	0,41	0,41	0,44	0,36	0,41
Experiencia	0,08	0,08	0,09	0,21	0,12
Comercializador mayorista	0,08	0,08	0,03	0,07	0,06
<b>Sumatoria</b>					<b>1,00</b>

**Tabla 7.**

*Matriz para la evaluación*

Criterios	Calidad	Tiempo de entrega	Estabilidad del surtido	Promedio
Calidad	1,00	3,00	3,00	2,33
Tiempo de entrega	0,33	1,00	1,00	0,78
Estabilidad del surtido	0,33	1,00	1,00	0,78
<b>Sumatoria</b>	<b>1,66</b>	<b>5,00</b>	<b>5,00</b>	

Criterios	Calidad	Tiempo de entrega	Estabilidad del surtido	Factores de ponderación
Calidad	0,60	0,60	0,60	0,60
Tiempo de entrega	0,20	0,20	0,20	0,20
Estabilidad del surtido	0,20	0,20	0,20	0,20
				1,00

En la “tabla 8” se puede apreciar el resumen de la obtención de los pesos relativos de cada criterio estudiado.

**Tabla 8.**

*Factores de ponderación para los criterios de selección y evaluación*

Etapa	Criterios	Factores de ponderación
Selección	Precio	0,41
	Calidad	0,41
	Experiencia	0,12
	Comercializador mayorista	0,06
Evaluación	Calidad	0,60
	Tiempo de entrega	0,20
	Estabilidad del surtido	0,20

### **Construcción del índice integral valorativo para la selección**

En este paso quedó establecido el índice y los pesos relativos de cada criterio, solo estaría pendiente el puntaje, para lo cual se establecen las categorías evaluativas de los criterios de selección antes establecidos por el grupo de especialistas, como se muestra en la tabla 9.

**Tabla 9.**

*Puntuación para las alternativas y criterios de selección de proveedores*

Criterios de selección	Alternativas	Puntos
Calidad	No posee registro único de proveedores (RUP)	1
	Registro en proceso	2
	Posee RUC	3
Precio	Muy superior al mercado	1
	Ligeramente superior	2
	Similar o menor al mercado	3
Experiencia (años)	De 1 a 5	1
	De 6 a 10	2
	Más de 10	3
Comercializador mayorista	Hasta 5 productos	1
	6 a 10	2
	Más de 10	3

### **Aplicación del índice y selección/evaluación de proveedores**

La actual propuesta se desarrolló en un restaurante del Complejo el Murciélago, ubicado en la ciudad de Manta, de tercera categoría, con aforo de 80 personas, una planta y 6 trabajadores. Pertenece a la Asociación de restaurantes de Manta, considerado de mediana operación, referente a organización y estabilidad de sus proveedores.

Los proveedores que surten de mercancías al restaurante según información del propietario son cinco, se les compran básicamente todos los productos necesarios para elaborar la oferta, con excepción de los mariscos y pescados, que se adquieren directamente al productor en el puerto, sin garantía de calidad ni reclamo de devoluciones.

En la “Tabla 10” se relacionan los proveedores y las mercancías que ofertan cada uno, los cuales se identifican con letras y no con los nombres reales, para conservar su anonimato y preservar su imagen comercial. No se tuvo en cuenta el



surtido de frutas y verduras porque estos habitualmente se compran frescos y a menor precio en los mercados a los productores directos.

**Tabla 10.**

*Listado de proveedores*

<b>Proveedores</b>	<b>Mercancías que comercializan</b>	<b>Cantidad de productos</b>
<b>A</b>	Pescados, mariscos, carne de ave, res y cerdo, cereales, tubérculos, lácteos y aceites y grasas, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, infusiones, condimentos.	13
<b>B</b>	Pescados, mariscos, carne de ave, res y cerdo	5
<b>C</b>	Lácteos, cereales, leguminosa, aceites y grasas, salsa, condimentos, pastas alimenticias, infusiones, vinos, vinagre, bebidas alcohólicas y no alcohólicas	12
<b>D</b>	Bebidas alcohólicas y no alcohólicas	2
<b>E</b>	Lácteos, cereales, leguminosa, aceites y grasas, salsa, condimentos, pastas alimenticias, infusiones, vinos, vinagre, bebidas alcohólicas y no alcohólicas	12

Al realizar el proceso de selección se constató que resultaron seleccionados tres proveedores, dos especializados (identificados con las letras B y D), uno en productos cárnicos y otro en bebidas alcohólicas y no alcohólicas, ambos con más de 10 años de experiencia y una calidad certificada por las normas ecuatorianas (INEN)<sup>1</sup> y el Ministerio de Salud Pública, (MSP) y por tanto registrados en el portal de compras públicas del Ecuador. También resultó seleccionado el proveedor “C” que suministra 12 productos, posee registro único de proveedores y los precios de manera general son similares al mercado y en algunos rublos inferiores como se muestra en la “Tabla 11”.

<sup>1</sup> INEN. Servicio Ecuatoriano de Normalización

**Tabla 11.**

*Selección de proveedores*

Proveedor	Criterios (Factores de ponderación)				ISEpj	Decisión
	Calidad (0,41)	Precio (0,41)	Experiencia (0,12)	Comercializador Mayorista (0,06)		
<b>A</b>	1	2	2	3	1,65	Condicionado
<b>B</b>	3	2	3	3	2,59	Seleccionado
<b>C</b>	3	3	2	3	2,88	Seleccionado
<b>D</b>	3	3	3	3	3,00	Seleccionado
<b>E</b>	1	1	2	3	1,24	Rechazado

Luego de la selección se impone que el propietario fidelice a dichos proveedores, para lograr calidad y confianza, y en el caso de las bebidas, adquirirlas del proveedor especializado.

Después de un trimestre de entrega de mercancías se realizó la evaluación de cada proveedor, obteniendo para cada uno un 100% de cumplimiento y una calificación de “muy confiable”.

Se aprecian coincidencias en los criterios de precio y calidad con las propuestas abordadas por la mayoría de los autores de la literatura especializada, tal es el caso de Toscano y otros (2018), quienes realizan una propuesta de criterios para la selección de proveedores en empresas de alimentos en general, siendo sus propuestas: precio, calidad, puntualidad y confiabilidad. De alguna manera la confiabilidad se relaciona con la experiencia, siendo esta última un poco más tangible en su evaluación.

De la misma forma Hernández y Navajas (2018) refieren como criterios la calidad, y el precio, añadiendo surtido y servicio para la evaluación de proveedores en la ciudad de Córdoba.

La investigación desarrollada por Pacheco y otros (2019), permitió determinar los criterios para la selección de proveedores de la industria camaronera ecuatoriana,

evaluando la percepción tanto de los grupos de clientes y de proveedores, los cuales serían el precio de los productos, las promociones incluidas y la fiabilidad de la información entregada. Los proveedores también valoran la aplicación de rappels o descuentos comerciales, promociones, la calidad de los insumos, los servicios, plazos de entrega y, créditos favorables a los que se pueda acceder. Por lo que se mantienen el precio y la calidad; añadiendo la puntualidad en la categoría plazos de entrega.

Los autores Quinayas y Restrepo (2020) establecen un análisis comparativo entre selección y evaluación de proveedores cumplimiento de cada uno de los ítems o lineamientos que establece la norma ISO 9001: 2015, en consideración a los criterios: precio del producto, desempeño del proceso de logística, integrando de las órdenes de compras, calidad en el servicio al cliente, gestión de la información para pedidos online. Se puede apreciar una coincidencia, aunque sin duda, se trata de empresas con mayor utilización de las tecnologías.

En consecuencia, se identifica la actual propuesta como válida, por su factibilidad de aplicación de una forma relativamente sencilla en restaurantes donde el nivel de desarrollo de las tecnologías y los sistemas de gestión es limitado, donde prevalece el empirismo en un grupo de procesos; sin dejar de mencionar los métodos utilizados que dan valor científico a la propuesta. Adicionalmente se destaca la coincidencia con los criterios sugeridos por la mayoría de los autores consultados.

Como complemento del método será útil el diseño de un sistema de gestión que haga referencia a los manuales de procedimientos y registros necesarios para el archivo, análisis y seguimiento de las informaciones correspondientes, que sean sencillos a la vez que garanticen la organización y búsqueda de la información en torno a la gestión de compras.

---

#### **4. Discusión**

---

Según los resultados del presente trabajo la mayoría de las investigaciones presentan una aproximación coincidente en los criterios para asegurar la selección y evaluación de proveedores de manera efectiva, los que consideran el precio del producto, la calidad, la experiencia y distribuidores mayoristas, estos últimos excluyendo intermediarios que encarecen las mercancías y dilatan la logística de

abastecimiento.

Se pudo constatar de igual manera que los proveedores especializados y proveedores multiproducto que surten una alta variedad de mercancías garantizan los estándares de compra en las entidades de servicios gastronómicos.

Es valedero recalcar, a modo de sugerencias, que la alianza de estas empresas de servicios en cuanto a necesidades de aprovisionamiento con el proveedor idóneo, garantizan altos volúmenes de mercancías minimizando los costos de adquisición de materias primas, esto sin lugar a duda es rentabilidad garantizada.

### Referencias bibliográficas

- Alzate Rendón, I. C. (2015). Selección y certificación de proveedores: un camino hacia el mejoramiento de la gestión de la cadena de suministro. *Escenarios: Empresa Y Territorio*. 4(4). <https://doi.org/http://esumer.edu.co/revistas/index.php/escen>
- Cisneros, L., Pozo, R. y Espinosa, J. (2011). Factores que inciden en el costo de mercancías del servicio buffet en un hotel. *Revista Contaduría y Administración. Universidad Nacional Autónoma de México*, 233, 55-72. <https://doi.org/https://www.redalyc.org/pdf/395/39515424004.pdf>
- Dickson, G. W. (1966). An Analysis Of Vendor Selection Systems And Decisions. *Journal of Suplay Chain Management*, 2(1), 5-17. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/j.1745-493x.1966.tb00818.x>
- Hall, R., Mitchell, F. y Labrín, José F. (2020). *Propuesta estratégica de planificación urbana para el desarrollo del turismo gastronómico en la ciudad de Catacaos en Piura*. [Tesis de Maestría]. Universidad Nacional de Piura.
- Hernández, R. y Navajas, V. (2018). Gestión de compras en restaurantes: Estudio del sector de restauración de Córdoba. *Espacios*, 39(34), 13.
- Herrera, O. y Osorio, J. (2006). Modelo para la gestión de proveedores utilizando AHP difuso. *Estudios Gerenciales*, 22(99). [https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232006000200003&script=sci\\_arttext&tIing=pt](https://doi.org/http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0123-59232006000200003&script=sci_arttext&tIing=pt)
- Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism*

*Management*, 1, 1-12.

Kivela, J. Y Crotts, J. (2006). Tourism and gastronomy: gastronomy's influence on how tourists experience a destination. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 3, 354-377.

Martin, M. (2009). *Principios, Organización y Practica del Turismo*. Universidad Félix Varela.

MINTUR. (2014). Plan Integral de Marketing Turístico (PIMTE).

Montecinos, Antonio. (2016). *Turismo Gastronómico Sostenible. Planificación de servicios, restaurantes, rutas, productos y destinos*. CEGAHO Centro Empresarial Gastronómico Hotelero.

Montecinos, Antonio. (2022). Epistemología Destinos de Turismo Gastronómico. *Excelencia Gourmet* (85). <https://acortartu.link/17kbx>

Navarrete, C. y Muñoz, C. (2018). Turismo gastronómico: Sabor y Tradición. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 1(3), 23-40. <https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7400807>

Oliveira, S. (2011). La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (3), 738-752 <https://acortartu.link/zr5y2>.

Orejuela, J. C. y Osorio, J. P. (2005). El Proceso de Análisis Jerárquico (AHP) y la toma de decisiones multicriterio. *Scientia et Technica*, XIV ( 39). <https://acortartu.link/ntm5x>

Pacheco M., Pupo M. y Parra B. (2019). Criterios para la selección de proveedores en el sector camaronero ecuatoriano. *ESPACIOS*, 40(14), 7. <https://acortartu.link/grsdI>

PLANDETUR, (2017). Plan de Desarrollo de Turismo. MINTUR, Quito, Pichincha.

Pololikashvili, Z. Secretario General de la OMT. (2018). 4ª edición del Foro Mundial de Turismo Gastronómico. Bangkok-Tailandia.

Quinayas García, D. A. y Restrepo Guerrero, L. I. (2020). *Criterios de selección y evaluación de proveedores de dos empresas del Valle del Cauca bajo la norma técnica Colombiana ISO 9001 de 2015*. (Doctoral dissertation, Universidad Santiago de Cali). <https://doi.org/https://repository.usc.edu.co/handle/20.500.12421/4220>

<https://revistaespacios.com/a18v39n34/18393413.html>

Sarache, W.; Castrillón, Ó. y Ortiz, L. (2009). Selección de proveedores: una aproximación al estado del arte. *Cuadernos de Administración*, 2(38), 145-167.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20511730008>

SENPLADES. (2013). *XII Simposio de Sostenibilidad y Desarrollo Turístico del Litoral Ecuatoriano*. Santa Elena, Ecuador.

Toscano G., Assunção A., Oliveira M., Cardoso C. Y Calazans D. (2018). Criterios de selección de proveedores para empresas de alimentos. Comparación entre autogestión y empresas contratadas. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 8(3), 150-171.

<https://doi.org/https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7864479>

### Distribución

Esta obra está bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) 4.0 Internacional.

### Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de interés con institución o asociación comercial de cualquier índole.

### Contribución de los Autores

Autor	Contribución
Dr.C. Vladimir Álvarez Ojeda	Concepción y diseño, investigación; metodología, redacción, adquisición de datos, análisis e interpretación. Búsqueda bibliográfica.
Dr.C. Yanelis Ramos Alfonso	Concepción y diseño, investigación; metodología, redacción, adquisición de datos, análisis e interpretación. Búsqueda

	bibliográfica.
Lic. Osmel Torres Chávez	Concepción, Metodología, Análisis e interpretación. Redacción y revisión del artículo.

---