

FACULTAD DE NEGOCIOS

CARRERA DE **ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

“GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO  
PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD EN LA  
EMPRESA CAFETALERA RSC NATURE S.R.L. -  
TRUJILLO 2022”

Tesis para optar al título profesional de:

**Licenciada en Administración y Negocios Internacionales**

**Autoras:**

Rosa Mirella Gonzales Matta  
Andrea Pierina Mendoza Llican

**Asesor:**

Mg. José Roberto Huamán Tuesta  
<https://orcid.org/0000-0001-7700-9116>

Trujillo – Perú

**JURADO EVALUADOR**

Jurado 1 Presidente(a)	<b>VICTOR GASPAR CUADRA JIMENEZ</b>	<b>17806851</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 2	<b>HEDER MARINO QUISPE QUIÑONES</b>	<b>08139806</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

Jurado 3	<b>CARLOS FELIPE CACERES CULQUICHICON</b>	<b>07795890</b>
	Nombre y Apellidos	Nº DNI

## **DEDICATORIA**

A Dios, por guiarme por el buen camino dándome fuerzas para no rendirme y permitirme lograr esto. A mis padres, Mirela y Oscar, por mi formación, sus consejos, su amor y apoyo incondicional; a mi hermano Hugo, quien ha estado siempre acompañándome; a mi familia, por alentarme siempre a seguir adelante y luchar por mis sueños.

**Rosa Gonzales**

A mi abuela María Benites, por ser mi motor y la base de mi formación como persona; a mi madre Mónica Llicán, por su amor y apoyo incondicional; a mi padre Martín Mendoza, por sus enseñanzas y estar siempre conmigo; y a mi familia, por ser la fuerza que me impulsa a seguir adelante día a día.

**Andrea Mendoza**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por darme la vida y la sabiduría para enfrentar este desafío, agradezco a mis padres por su confianza en mí. De igual forma a mis profesores, que me han transmitido sus conocimientos para impulsar mi desarrollo profesional. Finalmente quiero agradecer a mi familia, compañeros, amigos y vecinos que han sido parte de mi entorno y siempre me han animado a seguir adelante.

**Rosa Gonzales**

Agradezco a Dios, por el amor que nos brinda; a mis docentes, por las enseñanzas durante todo el proceso de mi formación como profesional; mis padres, por su ayuda emocional y económica; y a toda mi familia.

**Andrea Mendoza**

## TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR	2
DEDICATORIA	3
AGRADECIMIENTO	4
TABLA DE CONTENIDO	5
ÍNDICE DE TABLAS	6
ÍNDICE DE FIGURAS	7
RESUMEN	8
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN	9
<b>1.1. Realidad problemática</b>	<b>9</b>
<b>1.2. Formulación del problema</b>	<b>21</b>
<b>1.3. Objetivo General</b>	<b>21</b>
<b>1.4. Hipótesis</b>	<b>22</b>
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	23
CAPÍTULO III: RESULTADOS	29
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	39
REFERENCIAS	44
ANEXOS	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Estadística de confiabilidad para la gestión de cadena de suministro.....	26
Tabla 2. Estadística de confiabilidad para la competitividad.....	27
Tabla 3. Prueba de normalidad de Shapiro – Wilk.....	34
Tabla 4. Coeficiente de correlación entre la gestión de la cadena por suministros y competitividad.....	35
Tabla 5. Coeficiente de correlación entre las dimensiones de la gestión de la cadena por suministros y competitividad .....	36

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Metodología correlacional .....	23
Figura 2. Nivel de la gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature SRL.....	29
Figura 3. Nivel de la gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature SRL por dimensiones .....	30
Figura 4. Nivel de la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature SRL.....	31
Figura 5. Nivel de la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature SRL por dimensiones.....	32
Figura 6. Procedimiento actual de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. ....	37

## RESUMEN

En la actualidad, la cadena de suministro juega un rol importante en todas las empresas, ya que permite que estas puedan mantener una organización para llevar a cabo el desarrollo del producto con el fin de satisfacer las necesidades del cliente final. De modo que para que las empresas lleguen a ser competitivas en el mercado, estas necesitan tomar decisiones inteligentes. El presente estudio tiene como objetivo principal determinar cómo se relaciona la gestión de la cadena de suministro y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.

Concluyendo existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022, ya que los resultados de la correlación R de Pearson, obteniendo un valor de 0.000 (p-valor <.05), teniendo un coeficiente de correlación igual a .985 determinando una relación alta y positiva entre la variable gestión de la cadena de suministro y competitividad, por lo mencionado se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula.

**Palabras claves:** Gestión – Cadena de suministro – Competitividad – Pyme

## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### 1.1. Realidad problemática

A nivel internacional, las pequeñas y medianas empresas miden su competitividad con índices significativos. Esto se debe a que los entornos competitivos fomentan el crecimiento en estas regiones, lo que a su vez se traduce en una mayor competitividad. Las organizaciones de clase mundial buscan medir sus objetivos a corto, mediano y largo plazo para coordinar mejor sus operaciones. Esta atención a la gestión de la cadena de suministro es especialmente crucial porque es uno de los componentes clave de su proceso de producción. (Chopra y Meindil, 2001)

Las pequeñas y medianas empresas, o pymes, son clave para el crecimiento de cualquier economía. Como representantes de estas empresas, las PYMES buscan constantemente nuevas formas de mejorar su negocio; están involucrados en procesos cambiantes como la globalización y el aumento de la competencia. La gestión de la cadena de suministro, es importante en muchas industrias y sectores diferentes gracias a su enfoque en las necesidades del cliente y la calidad competitiva. Esto ayuda a las empresas a producir productos más competitivos al optimizar el proceso de la cadena de suministro. (Kadadevaramath et al., 2008)

La gestión de la cadena de suministro es vital para las pequeñas y medianas empresas porque les ayuda a administrar mejor la logística de las materias primas, los productos intermedios, los productos terminados y los materiales que se manejan dentro del almacén de la empresa. También es importante comprender cada paso en la cadena de suministro para controlar adecuadamente los costos. Estos incluyen gastos relacionados con el transporte, costos de adquisición, costos de fabricación, costos de distribución e inventario. (Kadadevaramath et al., 2008)

Las cadenas de suministro peruanas tienen una puntuación de 4,80 sobre 10, que se considera el nivel óptimo de competitividad. En un estudio de Perú denominado “Situación Actual y Competitividad de las Cadenas de Suministro en Perú 2015” menciona que durante el mismo año, el 30% de las empresas en Perú tenían cadenas de suministro competitivas. De ese 10%, solo el 1% tenía procesos de aprendizaje para mejorar su ventaja competitiva. El 35% de las empresas mostró cadenas de suministro primarias, mientras que el 25% las pragmáticas. En este sentido, la gestión de la cadena de suministro se ha centrado principalmente en las relaciones entre compradores y proveedores en el pasado, ya que esta dinámica es importante debido al comportamiento de compra frecuente y la asociación directa entre compradores y proveedores.

Según Andina (2018) afirma que, en el Perú las pequeñas y medianas empresas representan el 24% del PIB del país. La industria del café es el principal contribuyente: incluye 10 regiones productoras de las cuales la más pequeña es solo una región. Estas regiones producen el 91% de toda la tierra cultivable de café, que tiene una gran demanda en todo el mundo. Al trabajar con la gestión de la cadena de suministro, los agricultores implementan la gestión de la cadena de suministro para productos como el café. Esto les permite satisfacer la gran demanda en todo el mundo, especialmente en Alemania y EE.UU.

Según el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016) el café producido en las regiones de Amazonas, Cajamarca, Cusco, Junín y San Martín ingresa a la cadena productiva en la etapa de producción. Posteriormente, se dirige a los centros de acopio de las mismas regiones. Alternativamente, el café puede ser recolectado por intermediarios, denominados recolectores, que comercializan el producto a procesadores, vendedores o exportadores. Este último paso es lo que hace que el precio de un café sea competitivo. Los cambios en el clima y el precio de las materias primas son las principales preocupaciones de los caficultores. Además, la disponibilidad de estos recursos puede fluctuar debido al cambio

climático, cambios en las rutas comerciales y otros factores. Si bien estas fluctuaciones afectan a todos, pueden ser más difíciles para los agricultores que viven en lugares inestables. (Junta Nacional del Café, 2019).

La Junta Nacional del Café, JNC, y la Cámara Peruana del Café y del Cacao, o CPCC, decidieron unir esfuerzos para promover una producción y consumo saludable de café en grano. Esto se hizo a través de la creación de la Alianza por el Café Sostenible, que utilizaron para mejorar su institucionalidad (Gestión, 2017). Como segundo productor mundial de café orgánico, Perú requiere una gestión confiable de la cadena de suministro para mantener diferentes estándares de calidad. De hecho, más de 2 millones de empleos e ingresos dependen de la producción y la comercialización. Esto se debe a que el Perú es el único productor mundial (Minagri, 2017).

Las pequeñas y medianas empresas deben asegurarse de que sus cadenas de suministro estén bien administradas. Esto significa optimizar la calidad de la producción, reducir los costos de transporte y mejorar los materiales utilizados en la producción. También deben asegurarse de que sus productos lleguen al consumidor final en el tiempo adecuado. Incluso estos estándares mínimos deben cumplirse para evitar sufrir pérdidas comerciales debido a una mala gestión de su cadena de suministro.

La empresa RSC Nature S.R.L es una empresa que empaca y selecciona café de las ciudades de Cajamarca, Amazonas y Cusco. Envasan el café de una manera que lo hace lucir premium cuando lo venden a tiendas orgánicas para su comercialización. Necesitan resolver los problemas mencionados anteriormente para poder beneficiarse de ellos. Esto ayudará a la empresa a entregar sus productos de manera más efectiva y a deshacerse de los problemas de la cadena de suministro.

Para el presente estudio se consideran los antecedentes:

Valderrama (2016) en su investigación tuvo como objetivo determinar si existía alguna relación entre la competitividad y la cadena de suministro de una empresa trujillana PYME dedicada al sector de calzado, además de proponer un nuevo modelo de cómo debería gestionar su cadena de suministro, para ello seleccionó una población de 50 PYMES dedicados al rubro, de los cuales se seleccionó una muestra de 44 empresas, la investigación fue tipo correlacional, a los cuales se les aplicó como instrumento la encuesta de ambas variables. Obteniendo como resultado que el 73% de las empresas del sector calzado PYMES tienen una gestión de cadena de suministros regular, además nivel de competitividad de las empresas es bajo con 82%. Concluyendo que, si existe una relación moderada entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro, por lo que se propuso innovar la forma de cómo se trasmite la información, además de la implementación de una base de datos para ambas variables.

Alegría y Angulo (2019) en su investigación tuvo como objetivo determinar si existía alguna relación entre la competitividad y la cadena de suministro de una empresa trujillana PYME dedicada al sector de calzado, además de proponer un nuevo modelo de cómo debería gestionar su cadena de suministro las empresas seleccionadas, para ello seleccionó una población de 50 empresas PYMES dedicados al rubro, de los cuales se seleccionó una muestra de 44 empresas, la investigación fue tipo correlacional, a los cuales se les aplicó los cuales se les aplicó como instrumento la encuesta de ambas variables. Obteniendo como resultado que el 72% de las empresas del sector calzado PYMES tienen una gestión de cadena de suministros regular, además nivel de competitividad de las empresas es bajo con 81%. Concluyendo que, si existe una relación moderada entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro, por ende, se propuso implementar el uso de base de datos como

una herramienta para poder gestión de manera eficiente la información, teniendo un mejor flujo ayudando a mejorar la toma de decisiones.

Valenzo et al. (2015) en su investigación tuvo por objetivo determinar la forma en como los empresarios de México dedicados al sector exportador, gestionan la administración de las relaciones con sus clientes (CRM) y la relación con la competitividad con la cadena de suministro, para ello seleccionó una muestra de 20 empresas, la investigación fue tipo correlacional, a los cuales se les aplicó los cuales se les aplicó como instrumento la encuesta conformada por 21 preguntas, los cuales fueron previamente validados mediante el alfa de cronbach obteniendo un valor de 0.81, siendo el instrumento altamente confiable para su aplicación. Obteniendo como resultado que las empresas dedicadas a la exportación tienen una alta competitividad en la cadena de suministro con 78% y la gestión de las relaciones con sus clientes tuvo un nivel alto con 80%. Concluyendo que, si existe una relación alta entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro.

Saavedra et al. (2019) en su investigación tuvo como objetivo determinar si existía alguna relación entre la competitividad y la cadena de suministro de las empresas PYME Industrial ubicadas en México, para ello seleccionó una muestra de 400 empresas, la investigación fue tipo correlacional, a los cuales se les aplicó los cuales se les aplicó como instrumento la encuesta de ambas variables. Obteniendo como resultado que el sector industrial tiene un nivel de competitividad baja con 59%, el sector comercial bajo con 75% y el sector servicios tuvo un nivel bajo con 74%, con respecto a la competitividad por tamaño las micro empresas tienen un nivel bajo con 80%, las pequeñas un nivel alto con 76% y las medianas empresas un nivel muy alto con 100%. Concluyendo que, si existe una relación entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro en los factores.

Urday y Gutiérrez (2017) en su investigación tuvo por objetivo determinar si existía relación entre la gestión logística y la competitividad en las empresas PYME dedicadas al sector de la construcción, para ello seleccionó una muestra de 15 empresas, la investigación fue tipo correlacional, a los cuales se les aplicó como instrumento la encuesta, los cuales fueron previamente validados mediante el alfa de cronbach, siendo el instrumento altamente confiable para su aplicación. Concluyendo que, si existe una relación alta entre la competitividad y la gestión logística de las empresas pymes.

Álvarez y Trujillo (2015) en su investigación tuvo como objetivo centrarse en la fortaleza de la integración y la producción/colaboración empresarial relacionada con la fabricación y venta de calzado. Una cadena de suministro puede fortalecerse significativamente cuando las empresas trabajan juntas para evaluar sus relaciones con proveedores y clientes en la cadena de suministro. Esto conduce a factores de integración determinantes en la cadena, que pueden ayudar a las empresas a colaborar de manera efectiva. Estas empresas utilizan estrategias orientadas hacia adentro con operaciones internas flexibles. Los empleados trabajan juntos para crear soluciones efectivas a sus problemas. Aunque el poder de decisión recae en el propietario-gerente, estas empresas tienen baja tendencia a interactuar con los clientes. Solo interactúan con los clientes en relación con el cumplimiento de los pedidos en las fechas acordadas. Estas empresas también tienen un contacto limitado con los clientes.

Cano et al. (2014) propusieron un modelo de gestión para pequeñas empresas que engloba todos los procesos logísticos. Utilizaron un análisis factorial para determinar qué variables logísticas debería incluir cada dimensión del modelo. Después de eso, crearon un modelo conceptual que se puede utilizar como referencia de gestión. La investigación encontró que incluso las empresas que producen para el mercado interno deben realizar un seguimiento cuidadoso de sus cadenas de suministro. Los mercados nacionales e

internacionales también son muy competitivos. Por lo tanto, la gestión adecuada de la cadena de suministro y la logística será crucial para cualquier pequeña empresa, independientemente de su tamaño. Esto permitiría a estas empresas mejorar su desempeño logístico, aumentar su competitividad y enfrentar los desafíos de los mercados nacionales e internacionales.

Buse (2012) en su investigación tuvo por objetivo implementar un modelo de asociatividad entre cadenas productivas de las PYMES alpaqueras y la competitividad a nivel del mercado internacional, apunta a crear un modelo de asociación entre pymes alpaqueras que conecte la productividad en el mercado internacional con la competitividad. Su proyecto recomienda que los productores trabajen juntos para procesar grandes cantidades de fibra, creando un plan de trabajo común. Esto les facilita vender fibras de forma independiente, ya que los intermediarios compran a los productores a precios bajos y luego las venden a industrias más grandes a precios más altos. Este sistema de intermediarios recolectando fibras y vendiéndolas a precios más altos causa muchos problemas a los productores de alpaca, quienes se ven alentados por el proyecto de Buse a unir fuerzas.

Espinoza et al.(2017) en su artículo tuvo como objetivo determinar la relación existente en la cadena de suministro y el TIC en su capacidad de absorción de las PYMES ubicadas en la ciudad de Trujillo, para ello busca proponer en el proyecto desarrollar un sistema de gestión integrado para empresas manufactureras que se enfocará en el desarrollo de las capacidades tecnológicas y de gestión de las pequeñas empresas, en el entorno actual, la innovación en procesos, gestión y producto es la principal ventaja competitiva de cualquier empresa. Una de las desventajas de las PYMES en GDS y TIC es que desconocen los beneficios; principalmente por el costo, esto se refleja a largo plazo, ya que se vuelven más eficientes, aumentan la capacidad de producción y reducen los costos.

Tenemos las siguientes definiciones conceptuales:

Según Flores et al. (2019) la gestión implica la planificación y el control de los procesos en la cadena de suministro de una empresa. Promueve y participa en todas las actividades y procesos de la empresa, incluido el trabajo con el medio ambiente. Cada actividad relacionada con la cadena de suministro afecta la calidad del producto y requiere la consideración de los recursos, ya sea que esté directamente involucrado en la creación de productividad o compitiendo con otras empresas.

Las pequeñas y medianas empresas, o pymes, dependen de las cadenas de suministro para ayudarse a gestionar sus operaciones. Como resultado de los desarrollos recientes en el campo, estas empresas ahora pueden aprovechar el poder de la tecnología, incluida la gestión de datos, el control de materiales y recursos financieros, el control de la información y la gestión del personal. Este ha sido parte integral de los sistemas productivos desde las décadas de 1950 y 1960 (Ramírez & Peña, 2011).

Para cumplir su propósito, la cadena de suministro necesita conectar las necesidades de un cliente con los materiales que se mueven a través del sistema. Esto ayuda a crear un equilibrio entre brindar los beneficios adecuados al cliente y minimizar los gastos y costos por unidad. Al equilibrar estos tres factores, las cadenas de suministro ayudan a minimizar el desperdicio de inventario y maximizar la rentabilidad. Muchas empresas ven la logística y las cadenas de suministro que utilizan como una forma de bajar los precios. Cuanto más mejoren su gestión, más fácil será para ellos ingresar a nuevos mercados, aumentar los beneficios para los clientes y aumentar las ventas. Esto se debe a que una mejor gestión conduce a costos más bajos y al mismo tiempo aumenta los ingresos. (Mentzner, 2016)

Esto se puede ver con la declaración de Ballou de que una buena gestión reduce los costos al mismo tiempo que genera ventas. En general, el estudio de las cadenas de suministro se centra en el sector manufacturero, ya que sus métodos son más aplicables a

esa industria específica. Esto se debe a que Bresnen, 1996 considera que los elementos y estrategias de este análisis son más apropiados para las empresas manufactureras. (Ballou, 2015)

Lawrence y Lorsch, 1967 también establecieron que otros sectores pueden tener sus propias consideraciones de cadena de suministro. Y McGovern et al., 1998 afirmó que todos los sectores pueden investigar el manejo y suministro de materiales. Al solicitar materiales a los proveedores, las empresas deben considerar cómo su suministro afectará el proceso de producción. También necesitan entender cómo controlar los lotes económicos de materias primas para no retrasar la producción. (Ballou, 2015)

Además, deben tener la previsión y las capacidades para coordinar la demanda de materiales con la capacidad de fabricación. Esto se debe a que los estudios y análisis de las cadenas de suministro consideran a las empresas en general. Es por ello que estas consideraciones son importantes para asegurar el abastecimiento oportuno de materias primas, razón por la cual estos estudios y análisis están enfocados en la relación entre oferta y demanda. Las empresas del sector manufacturero actual dependen de una serie de factores para mantener cadenas de suministro eficientes. Estos incluyen la cooperación entre las cadenas de suministro y la demanda, así como determinar con qué proveedores coordinar. También deben decidir sobre las políticas de negociación de la cadena de suministro y comprender sus procesos de producción con los proveedores. (Ballou, 2015)

Según Chopra (2015) la gestión de una cadena de suministro implica tomar muchas decisiones con respecto al flujo de información y productos. Estos se clasifican en tres fases: planificación, organización y recopilación de información.

Las cadenas de suministro se pueden diseñar o construir en función de una estrategia o enfoque particular. Una vez que se elige una estrategia, el constructor de la cadena de

suministro decide cómo construir la cadena, determina dónde se distribuirán los productos y qué procesos se deben subcontratar o realizar internamente. Esto ayuda a los constructores de la cadena de suministro a cumplir sus objetivos estratégicos. Los constructores de la cadena de suministro para ayudarlos a decidir dónde enfocarse al diseñar una cadena de suministro. Este diagrama les muestra los conceptos del diseño de la cadena de suministro a través de la creación de un triángulo de decisión. Esto les permite considerar muchos aspectos enfocados en el servicio al cliente. (Ballou, 2015)

Idear la cadena de suministro requiere comprender las limitaciones que impone su desarrollo. Los requisitos adicionales incluyen hacer pronósticos sobre qué mercados abastecer y qué instalaciones usar. Las empresas utilizan los mejores métodos para procesar los pedidos de cada cliente. Esto incluye crear listas de productos para reponer en el almacén y determinar el modo de transporte y entrega más adecuado. También determinan plazos y rutas para cada pedido (Ballou, 2015)

Según Cutipa et al. (2020) afirma que las empresas deben tener competitividad para poder destacarse de otras empresas. Este es el término dado a la capacidad de una empresa para incorporar los recursos existentes y combinarlos para lograr un efecto poderoso.

Pérez (2019) indica que la administración eficaz de los aspectos clave del éxito es clave para desarrollar la capacidad innovadora de una región. Esto incluye los aspectos internos de actitud y actividades innovadoras, así como las relaciones externas entre las organizaciones para mejorar su competitividad y aumentar su eficacia.

Estos se ven reforzados por una gestión eficaz del conocimiento empresarial, la creatividad y la innovación. Hacerlo les permite enfrentar de manera efectiva los desafíos cambiantes del mercado y mejorar continuamente sus ventajas competitivas. Esto conduce a mayores oportunidades para aprovechar el entorno en constante cambio. (Pérez, 2019)

La gestión de cadena de suministros se divide en tres dimensiones, estos son procesos macro que abarcan toda la cadena de suministro. (Pérez, 2019)

**Administración de la relación con el cliente (ARC)**, todos los procedimientos relacionados con las relaciones de las empresas con los clientes están contenidos en este subdimensión. Como resultado de estos procedimientos, las empresas se mantienen constantemente actualizadas sobre las necesidades de los clientes y los nuevos productos. Otro resultado de estos procedimientos es la creación de nuevos productos para los clientes y sistemas para pagarlos. Los requisitos para la satisfacción del cliente se cumplen a través de intercambios entre el cliente y la empresa. Esto también incluye la creación de nuevos sistemas de pago, brindando facilidades para que los clientes adquieran productos y los entreguen. Estos procedimientos también incluyen verificaciones de la satisfacción del cliente con respecto a la entrega de productos.

**Administración de la cadena de suministro interna (ACSI)**, para lograr esto, cada empresa desarrolla sus propios métodos. El ACSI, abreviatura de "Gestión de la cadena de suministro interna", es un término utilizado para referirse a la gestión de la cadena de suministro interna de una empresa. Abarca todos los métodos que utiliza una empresa para planificar su producción. Una empresa debe someterse a ACSI para que se considere bien administrada. Esto se debe a que ACSI determina si una empresa tiene métodos de planificación adecuados relacionados con la demanda y la adquisición de insumos.

**Administración de la relación con el proveedor (ARP)**, estos métodos también deben incluir esfuerzos de mejora continua, así como la forma en que la organización programa su producción de acuerdo con las diferentes necesidades. Los proveedores son analizados en cuanto a la gestión de su relación con el negocio. Se examinan las bases de datos de proveedores, los métodos de selección de proveedores, si se realizan o no

negociaciones con los proveedores y el método utilizado para el pago y la entrega.

En Hurtado (2016), el tiempo se mide por la competitividad de un proyecto. Esto se debe a que se deben cambiar los procesos o se deben agregar nuevas ideas para mantenerse al día con todos los demás. Es importante comprender qué tan bien se adapta una organización a las limitaciones de tiempo. No existe una definición única de competitividad, ya que es un término que cambia con el tiempo.

Un enfoque de competencia en la producción es un punto de vista cuando se consideran las dimensiones de la competitividad. Otro es a través de los tiempos que se toma el punto de vista, y muestra puntos de vista típicos. Estos puntos son diferentes en precio y calidad, que se ven desde la perspectiva de una empresa. Esto genera competencia y ventas rentables a lo largo del tiempo, así como acceso a nuevos productos, todo relacionado con mantener o aumentar la participación de mercado o vender más productos o servicios (Skinner, 2015).

La minimización de los costes: Al crear un producto o prestar servicios, se utiliza el recurso menos costoso. Esto incluye materiales y costos de mano de obra. Se tienen en cuenta muchos otros recursos al crear un producto terminado, como la energía y las materias primas. Al calcular el precio de un producto, se deben considerar los costos cuando se crea el producto. Esto se conoce como minimización de costes.

La calidad, antes de evaluar la calidad general de un producto en particular, es importante considerar la confiabilidad. Esto se refiere al momento en que un artículo deja de funcionar antes de que comience a descomponerse. Durante esta fase, los usuarios deben esperar fallas en el funcionamiento del producto y otros problemas. Al examinar la calidad general de un producto, tenga en cuenta su duración de uso. Esto se refiere al momento en

que un producto deja de funcionar antes de que se desgaste.

Flexibilidad, también se presenta en otras dos formas: flexibilidad para cambiar las características de un objeto, como su tamaño y material, y facilidad de uso. Al crear un cronograma de entrega, es importante tener en cuenta el tiempo que tomará cada entrega. Un programa de entrega confiable garantiza que los clientes reciban los productos que ordenaron a tiempo. Además, la entrega de productos de forma rápida y sin demoras es crucial.

Por ello, la justificación teórica del mencionado estudio, es aplicar las teorías diversas existentes que hablan de la gestión de la cadena de suministro y la competitividad en las empresas PYMES con la finalidad de facilitar el entendimiento y manejo en una realidad concreta. Justificación práctica, será un modelo a seguir en la empresa RSC Nature S.R.L. y otras del rubro que quisieran mejorar su sistema en la GCS. Justificación metodológica, servirá de modelo para futuras tesis de los estudiantes de UPN y en otras universidades o institutos que lo requieran.

## **1.2. Formulación del problema**

¿Cómo se relaciona la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022?

## **1.3. Objetivo General**

Determinar cómo se relaciona la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

### **Objetivos Específicos**

Determinar el nivel de la gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022

Determinar el nivel de competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L.,

Trujillo 2022

Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

Proponer a la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L un modelo de gestión de cadena de suministros adecuado.

#### **1.4. Hipótesis**

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

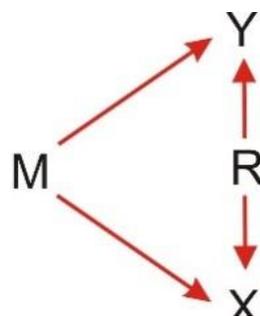
## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

La investigación no experimental es un diseño donde no se manipula ninguna variable. Así debe conducirse la investigación de Hernández, Fernández & Baptista (2014) y otros expertos. Recomiendan observar los fenómenos naturales que ocurren naturalmente y luego analizarlos. Cualquier persona que realiza una investigación tiene un objetivo específico en mente. Esto es para aumentar el cuerpo de conocimiento ya descubierto, evitando al mismo tiempo cualquier implicación práctica.

La investigación según el propósito se define: Básica, ya que este estudio pretende ampliar la investigación actual, el objetivo es incrementar los conocimientos científicos, pero sin contrastarlos con ningún aspecto práctico.

El diseño de investigación es un estudio descriptivo cuantitativo que tiene como objetivo probar la validez de nuestra hipótesis. El estudio mide dos variables, por lo que todas las observaciones se realizan en un solo instante. Esto nos permite correlacionar la información recopilada del estudio y determinar si nuestra predicción fue verdadera o falsa. Debido a que este diseño de investigación describe observaciones en lugar de experimentos, utiliza palabras para describir los resultados en lugar de números.

El esquema a utilizar es el siguiente:



**Figura 1.** Metodología correlacional

**Fuente:** Elaboración propia

Donde:

M: Muestra de la investigación (20 colaboradores)

Y: gestión de la cadena de suministro, primera variable

X: la competitividad, segunda variable

R: Relación entre las dos variables.

### **Variables:**

#### **Variable independiente. Gestión de la cadena de suministro**

La gestión de la cadena de suministro es el acto de transformar un material en un beneficio o servicio. Cada parte del proceso de gestión de la cadena de suministro, desde industriales hasta comerciantes, intermediarios, distribuidores y más, todos interactúan entre sí para convertirlo en un proceso de tres partes. Las personas usan estas piezas como lo desean, con costos adicionales determinados por el usuario. Esto está influenciado por industriales, comerciantes y personas que transportan materiales entre ellos. La empresa cafetalera RSC Nature SRL considera el tamaño, la ubicación y el manejo de sus dimensiones a la hora de determinar el estatus de los usuarios. También tienen en cuenta su relación con los proveedores y la dirección en un plano de igualdad con ellos.

#### **Variable dependiente. La competitividad**

La competitividad se enfoca en crear alimentos saludables, por lo que utiliza 4 áreas competitivas para equilibrar su producto. Estos incluyen la resistencia a los competidores poco saludables, la creación de productos saludables y el deseo de mantener las posiciones actuales. Además de esto, RSC Nature SRL quiere pronunciar su actual posición en la competencia con una sensación de triunfo.

**Población:** La población de la investigación está conformada por 20 colaboradores de la empresa RSC Nature S.R.L. de la provincia de Trujillo.

**Muestra:** La muestra de la investigación será la totalidad de la población, es decir estuvo conformada por 20 colaboradores de la empresa, con la finalidad de tener una mayor confiabilidad en los resultados.

**Observación:** Carrasco señala que la observación es un buen ejemplo de una técnica de investigación social. No solo es versátil, sino también fácil de usar y proporciona resultados consistentes. Este tipo de técnica ha sido útil en muchos campos diferentes, incluida la educación.

**Cuestionario:** Consta de diferentes indicadores para cada dimensión y variable. Cada encuesta cubre diferentes áreas de estudio e incluye varios indicadores. Un tercero valida las encuestas antes de que se utilicen en el estudio.

Para determinar en RSC Nature S.R.L el nivel de gestión de la cadena de suministros se necesita evaluar a través de un cuestionario validado por expertos. Este proceso incluye medir la respuesta de los trabajadores a tres dimensiones principales: la gestión de la cadena de suministro de la empresa, la relación entre empleados y clientes, y las interacciones con los proveedores.

Para determinar en RSC Nature S.R.L el nivel de competitividad se necesita evaluar a través de un cuestionario, para medir la validez de las dimensiones flexibilidad, la calidad, el costo y la capacidad de la empresa mientras evalúa la capacidad de innovación de la empresa.

Esta investigación establece la validez del cuestionario a través de la aprobación de un panel de 3 examinadores profesionales. El componente de gestión de la cadena de suministro del cuestionario consta de 36 preguntas, mientras que la encuesta de competitividad consta de 22 preguntas.

Validar una encuesta o cuestionario implica examinar sus criterios y opiniones para asegurarse de que estén en línea con el propósito de la investigación. Luego, los expertos evalúan las preguntas del cuestionario para asegurarse de que están respondiendo las preguntas adecuadas, que también deben lograr el propósito.

Además, los creadores de encuestas o cuestionarios deben tener en cuenta posibles sesgos al recopilar datos para el análisis estadístico. Inicialmente, la confiabilidad del instrumento está determinada por la confiabilidad de los datos recolectados a través del SPSS, también conocido como Paquete Estadístico para las Ciencias Sociales.

**Tabla 1.**

*Estadística de confiabilidad para la gestión de cadena de suministro*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	20

Fuente: SPSS

Se utiliza el coeficiente de confiabilidad alfa de Cronbach; esto resulta en un instrumento confiable. La Tabla 1 enumera las estadísticas de confiabilidad para el instrumento de gestión de la cadena de suministro. La prueba del coeficiente Alfa de Cronbach da como resultado un total de 36 ítems para el instrumento. Cuando las personas responden a este instrumento, califican sus respuestas en una escala de Likert.

El puntaje de confiabilidad del instrumento en la tabla anterior es 0.930, lo que indica un alto grado de confiabilidad, el nivel de confiabilidad interna del instrumento es 20. Esto significa que el instrumento tiene una confiabilidad interna alta y 20 es el tamaño de muestra ideal para lograrlo.

**Tabla 2.***Estadística de confiabilidad para la competitividad*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,965	20

Fuente: SPSS

Para el instrumento de la variable la competitividad, de acuerdo con las estadísticas de confiabilidad en la Tabla 2, de 23 ítems para el instrumento de competitividad. El puntaje Alfa de Cronbach de este instrumento de 0.965 sugiere que la confiabilidad de la herramienta es muy alta. Idealmente, se debe usar un tamaño de muestra válido de 20 al calcular la confiabilidad. Esto se debe a que una puntuación de 0,9 o más indica una alta fiabilidad, y cualquier valor inferior a este no es fiable.

**Análisis de datos**

La investigación usará el método estadístico y la estadística descriptiva, para determinar si la hipótesis es correcta o no, se utilizan estadísticas inferenciales. Esto implica determinar la verdad de la hipótesis midiendo las tasas de error con el coeficiente r de Pearson. Además, la investigación determinó que se necesita un análisis descriptivo y estadístico. Esto se debe a que se utilizaron diferentes tablas de frecuencia y gráficos además del análisis estadístico. Se necesitan software como IBM SPSS y Excel para procesar los datos de la encuesta. Utiliza estos datos para crear tablas, gráficos, diagramas de tendencia y distribución y correlación entre variables. Luego, se verifican los resultados de las hipótesis para asegurar su validez. Para completar este proyecto, se necesitaba formular un plan de investigación.

Procedimiento de recolección de datos:

Este proceso involucró la selección del estudio a realizar para crear la matriz de

consistencia (Anexo 1). A continuación, se formuló una matriz de operacionalización de variables (Anexo 2) para poder identificar variables específicas. Posteriormente, se crearon conceptos y definiciones operativas para cada variable, los cuales definieron cada indicador y dimensión de cada variable con precisión confiable. Finalmente, el instrumento utilizado es el Cuestionario (Anexo 3) que permitirá conocer más a fondo a la empresa RSL Nature S.R.L. Para la presente investigación se determinó a través del juicio de 3 expertos relacionados al tema, quienes respaldaron que el instrumento se adapte a las dimensiones, variables y que sean pertinentes al tipo y naturaleza de la investigación (Anexo4).

Procedimiento de tratamiento y análisis de datos:

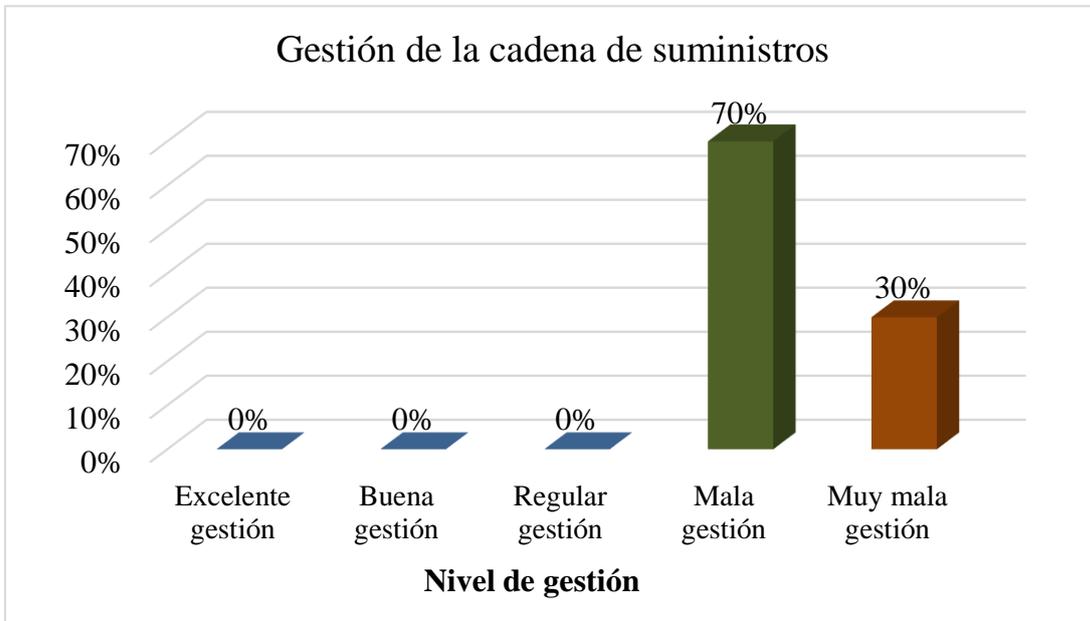
Para presentar nuestros hallazgos en el capítulo III, necesitamos usar IBM SPSS y Excel para crear tablas, gráficos, diagramas de tendencia y distribución y correlación entre variables, con toda la información recopilada.

Aspectos Éticos:

Esta investigación se centra en cuestiones éticas como los derechos de propiedad intelectual y la cita adecuada de las fuentes. También aclara las fuentes citadas en la literatura académica, así como el almacenamiento de datos en formatos digitales como repositorios controlados por instituciones educativas. Además, este trabajo trata sobre teorías, hechos y conocimientos sobre temas específicos. Los procedimientos y métodos de este estudio aún están en proceso de ser patentados. Su implementación puede ser aplicada a una realidad organizacional específica, tal como ha sido contextualizado por los creadores del estudio. Además, las identidades de la mayoría de los participantes del estudio se mantienen confidenciales. Hay excepciones a esta regla, como cuando los participantes autorizan su identificación.

### CAPÍTULO III: RESULTADOS

Con respecto al objetivo específico. **Determinar el nivel de la gestión de la cadena de suministro de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.**



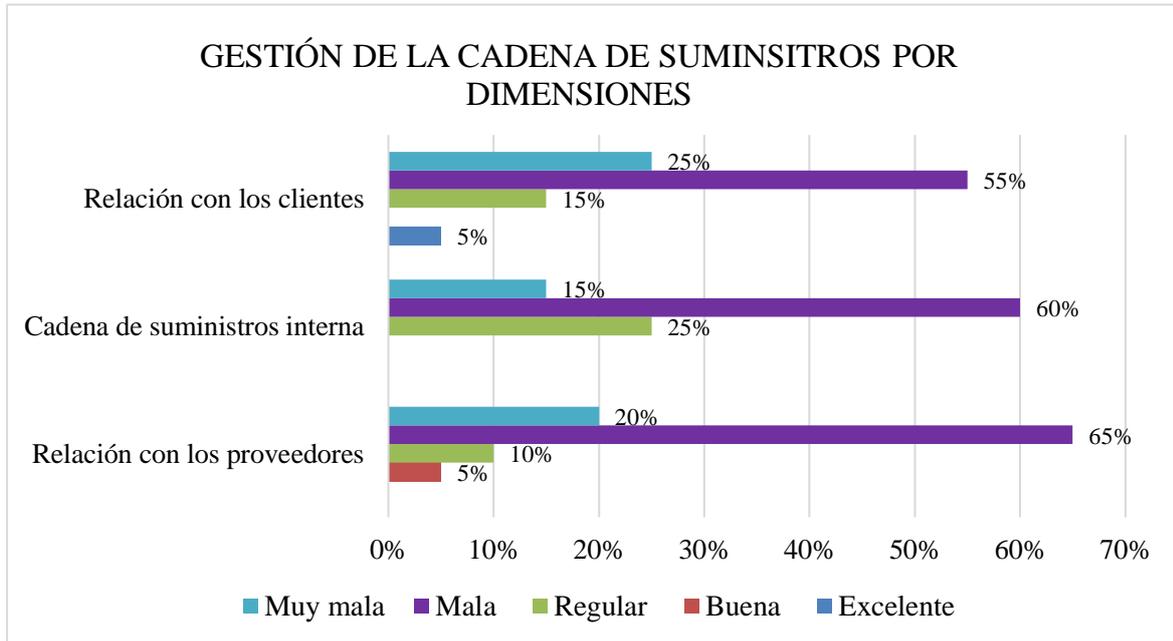
**Figura 2.** Nivel de la gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature SRL

**Fuente:** Encuesta de la gestión de la cadena suministros

#### **Interpretación:**

Luego de aplicar la encuesta sobre la gestión de la cadena de suministros y hallar en qué nivel se encuentra según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 2 que el 70% (14) menciona que la empresa tiene una mala gestión, seguido por el nivel de muy mala gestión con 30% (6), esta mala gestión se debe a diferentes condiciones como la relación con la clientes, la relación con los proveedores y la cadena de suministros interna, las cuales serán analizadas en la siguiente figura, a fin de determinar cual tiene mayor porcentaje.

### Nivel de la gestión de la cadena de suministros por dimensiones



**Figura 3.** Nivel de la gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature SRL por dimensiones

**Fuente:** Encuesta de la gestión de la cadena suministros

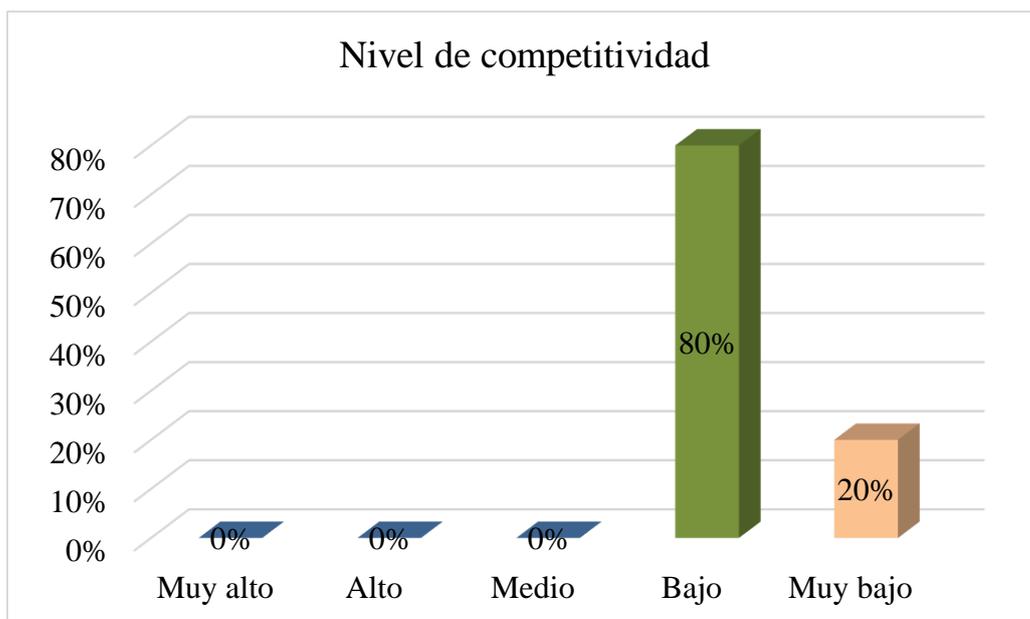
### Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta sobre la gestión de la cadena de suministros y hallar en qué nivel de la gestión de la cadena de suministros por dimensiones se encuentra según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 3 que con respecto a la dimensión relación con los proveedores el 65% (13) se ubica en el nivel de mala gestión con respecto a la entrega de insumos y tiempos establecidos, seguido por el nivel de muy mala gestión con 20% (4) con respecto a que método de pago tiene la empresa implementada, el nivel regular gestión con 10% (2) con respecto a la base de datos implementada y solo obtuvo el 5% (1) el nivel de buena gestión al momento de seleccionar con que proveedor trabajar.

La dimensión cadena de suministros interna se ubica en el nivel de mala gestión con un valor de 60% (12) en lo que respecta a la planeación de demanda, existencia de un sistema de mejora continua y la capacidad de producción, el nivel de regular gestión obtuvo un valor

de 25% (5) y el nivel de muy mala gestión solo obtuvo el 15% (3). Por último, la dimensión relación con los clientes obtuvo en el nivel mala gestión un valor de 55% (11) con respecto a la comunicación que mantienen con su cliente, seguido por el nivel muy mala gestión con un valor de 25% (5) con respecto a asegurar que el producto llegue en buenas condiciones hacia cliente, el nivel de regular gestión obtuvo un valor de 15% (3) con respecto a conformar sistemas de información y el nivel excelente obtuvo solo un valor de 5% (1) en lo que respecta a crear nuevos productos.

Con respecto al objetivo específico. **Determinar el nivel de competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.**



**Figura 4.** Nivel de la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature SRL

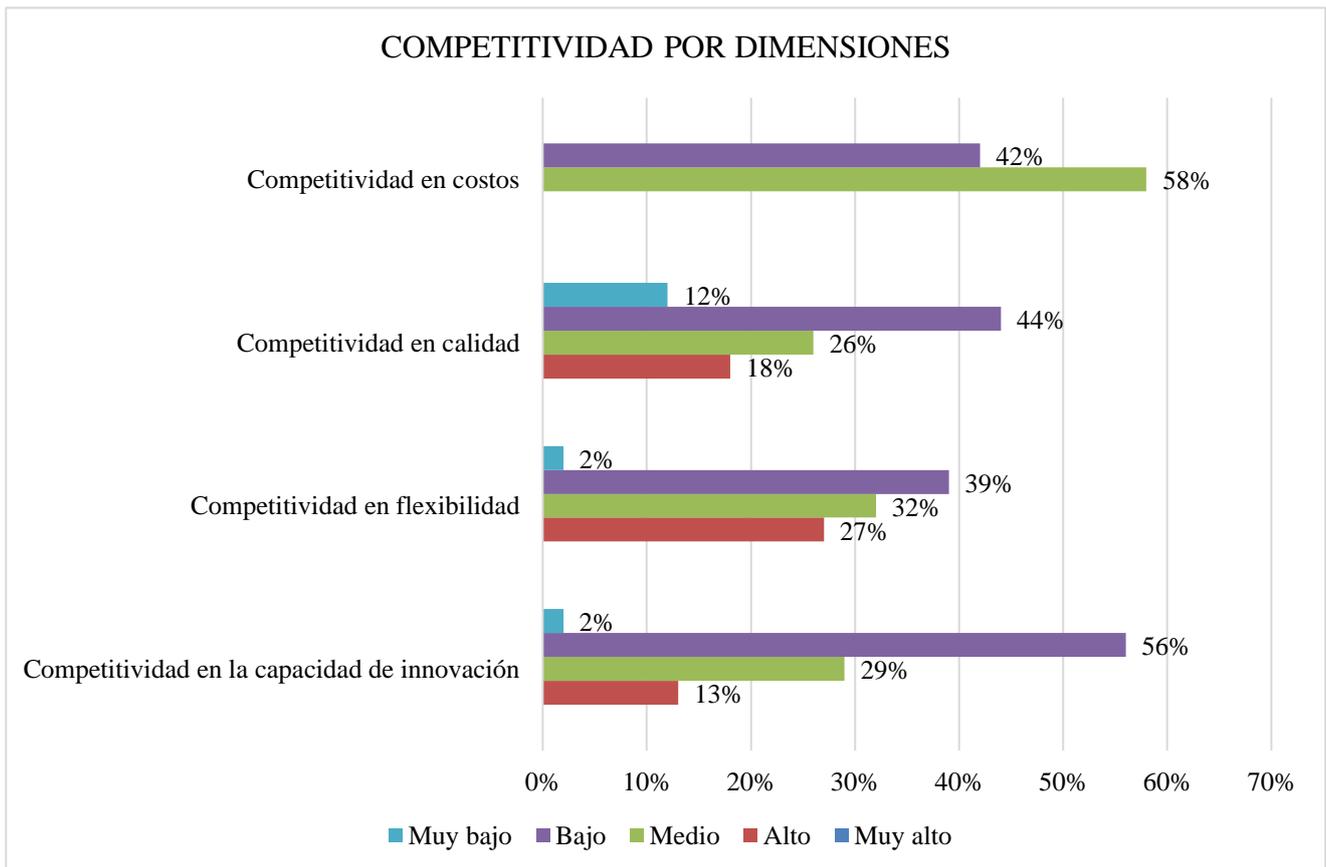
**Fuente:** Encuesta de la competitividad

### **Interpretación:**

Luego de aplicar la encuesta sobre la competitividad y hallar en qué nivel se encuentra según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 4 que el 80% (16) menciona que la empresa tiene un nivel de competitividad regular, seguido por el nivel

de competitividad muy bajo con 20% (4), por ende, la empresa tiene un nivel de competitividad baja, todo ello se debe a que la empresa tiene muy pocos controles en sus costos, bajos controles en la calidad de su producto y poca innovación de los mismos.

### Nivel de la competitividad por dimensiones



**Figura 5.** Nivel de la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature SRL por dimensiones

**Fuente:** Encuesta de la competitividad

### Interpretación:

Luego de aplicar la encuesta sobre la competitividad y hallar en qué nivel de competitividad por dimensiones se encuentra la empresa RSC Nature S.R.L. según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 5 que con respecto a la dimensión competitividad en costos que el 58% se ubica en el nivel medio de competitividad, seguido

por el nivel bajo con un valor de 42%, esto se debe a que no hay control sobre el servicio, una parte no reutiliza la materia prima sobrante, no tienen control sobre el stock.

La dimensión competitividad en calidad, obtuvo un valor más alto en el nivel medio con 44%, seguido por el nivel medio con 26%, el nivel alto obtuvo un valor de 18% y el nivel muy bajo obtuvo un valor de 12%, esto se debe a problemas con el tiempo de entrega y el desempeño del servicio posventa.

La dimensión competitividad en flexibilidad, obtuvo el mayor valor el nivel bajo con 39%, seguido por el nivel medio 32%, el nivel alto obtuvo un valor de 27% y el nivel muy bajo obtuvo un valor de 2%, debido a la flexibilidad de su oficio, podían hacer casi cualquier tipo de calzado, pero sus recursos a menudo eran limitados en términos de cantidad.

Por último, la dimensión en la competitividad en la capacidad de innovación obtuvo el valor más alto en el nivel bajo con un 56%, seguido por el nivel medio con 29%, el nivel alto con un valor de 13%, y el nivel muy bajo obtuvo solo un 2%.

Con respecto al objetivo específico. **Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.**

### **Prueba de normalidad**

Para poder ejecutar el análisis de contrastación y correlación de las hipótesis planteadas, se realizó la prueba de normalidad de ajustes cuyo objetivo es determinar si las variables gestión de la cadena de suministros y la competitividad presentan una distribución normal o no, para ello se utilizó el método de ajuste de Shapiro-Wilk (S-W) esto se debe a que el tamaño de muestra es menor a 50 datos. Para ello se plantea una hipótesis alterna y una hipótesis nula. El criterio a considerar es: si el valor  $p \geq 0.05$  se acepta la  $H_0$  y se rechaza la  $H_1$

H<sub>0</sub>: Los datos no tienen una distribución normal

H<sub>1</sub>: Los datos tienen una distribución normal

**Tabla 3.**

*Prueba de normalidad de Shapiro – Wilk*

Variable	Dimensiones	S-W	p-value
Gestión de la cadena de suministro	Gestión de la cadena de suministro	.980	.250
	Relación con los clientes	.974	.065
	Cadena de suministros interna	.935	.070
	Relación con los proveedores	.927	.120
Competitividad	Competitividad	.975	.156
	Competitividad en costos	.968	.210
	Competitividad en calidad	.942	.700
	Competitividad en flexibilidad	.930	.080
	Competitividad en la capacidad de innovación	.948	.130

*Fuente:* Elaboración propia

### **Interpretación.**

En la tabla de la distribución normal se obtiene que la variable gestión de la cadena de suministro ( $p = .250$ ), sus dimensiones relación con los clientes ( $p = .065$ ), cadena de suministros interna ( $p = .070$ ), y relación con los proveedores ( $p = .120$ ); la variable competitividad ( $p = .156$ ) y sus dimensiones competitividad en costos ( $p = .210$ ), competitividad en calidad ( $p = .700$ ), la competitividad en flexibilidad ( $p = .80$ ) y la competitividad en la capacidad de innovación ( $p = .130$ ), cumplen con una distribución normal. Los resultados de la tabla muestran los datos con respecto a las dos variables en estudio, gestión de la cadena de suministro y la competitividad, sus datos presentan una distribución normal debido a que el valor del coeficiente obtenido mediante el método Shapiro – Wilk (S-W) es significativo ( $p < 0.05$ ). Concluyendo que, el posterior análisis

estadísticos para determinar la correlación se empleará el estadístico paramétrico, es decir la prueba de R de Pearson.

### Correlación de variables:

#### Hipótesis general

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

#### Tabla 4.

*Coefficiente de correlación entre la gestión de la cadena por suministros y competitividad*

		Competitividad
Gestión de la cadena de suministros	Coefficiente de correlación	.985
	Sig. (bilateral)	.000
	N	20

*Fuente:* Software SPSS v25

#### Interpretación.

En la tabla mostrada anteriormente se observa los resultados de la correlación R de Pearson, obteniendo un valor de 0.000 (p-valor <0.05), teniendo un coeficiente de correlación igual a .985 determinando una relación alta y positiva entre la variable gestión de la cadena de suministro y competitividad, por lo mencionado se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula, es decir, existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

### Hipótesis específica

**H<sub>0</sub>:** No existe relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

**H<sub>1</sub>:** Existe relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

#### Tabla 5.

*Coefficiente de correlación entre las dimensiones de la gestión de la cadena por suministros y competitividad*

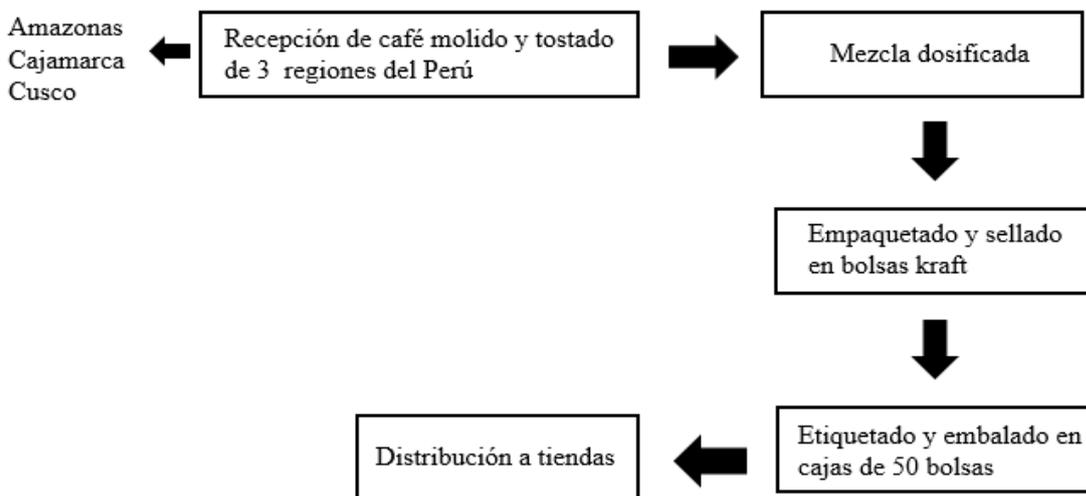
		Competitividad			
		Costos	Calidad	Flexibilidad	Capacidad de innovación
Administración y su relación con el cliente	Coefficiente de correlación	.975	.890	.960	.950
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20
Administración y de la cadena de suministros interna	Coefficiente de correlación	1.000	.977	.866	.950
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20
Administración y su relación con el proveedor	Coefficiente de correlación	.890	.973	.860	.920
	Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000
	N	20	20	20	20

Fuente: Software SPSS v25

Según los datos que se ha dado en el programa SPSS V25 entre las dimensiones de la variable gestión de la cadena de suministro y competitividad, todas tienen relación entre sí, siendo demostrada por el coeficiente r de Pearson.

Con respecto al objetivo específico. **Proponer a la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. un modelo de gestión de cadena de suministro adecuado.**

Las propuestas sugirieron la necesidad de un mejor control de las dos dimensiones de la cadena que indirectamente afectan la competitividad: los clientes y la relación de la empresa con el cliente. Se crearía una base de datos para ayudar en la toma de decisiones al proporcionar datos sobre las cadenas de suministro internas. Esto se debió al uso de la base de datos como una herramienta de gestión que ayudó a facilitar las decisiones de gestión y proporcionar parámetros.



**Figura 6.** Procedimiento actual de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L.

**Fuente:** Gerente general de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L.

Actualice a la empresa con información actual y precisa de vez en cuando, la decisión es un rasgo que se observa en las personas inteligentes, presente la información de manera ordenada con un solo punto focal.

La creación de una macro en Excel permite la integración de múltiples sistemas de información de clientes. Antes de comenzar con un proyecto de integración, se deben obtener los siguientes datos de cada cliente: nombre de la empresa, número de teléfono, dirección de correo electrónico, detalles del último pedido y la fecha. Estos se solicitan durante las

negociaciones con el cliente para registrar los productos más deseados por el cliente y la frecuencia de solicitud. Estos datos luego se utilizan para crear un sistema que monitorea los niveles de existencias de los productos más solicitados.

Como parte del proceso de control de producción, se establecieron una serie de listas de verificación para registrar detalles específicos como despacho e ingreso, fecha, cantidad de producto e incluso si un producto está sujeto a impuestos. Estos informes crearon un inventario preciso de los productos en stock en la empresa. A continuación, se elaboró el informe de cada mes con el detalle de las actividades diarias y retiros de productos a partir de un formato preestablecido. Esto condujo a la creación de una extensa base de datos que albergaría toda esta información. Luego se agregó un cuaderno correspondiente al proceso donde se registraban las materias primas y los productos terminados a medida que se extraían o entregaban. En consecuencia, esto permitió a la empresa estar preparada para la producción en cualquier día.

Una vez que se establece una base de datos para almacenar los recibos de venta y las facturas de los clientes, se implementan criterios de selección específicos tanto para los productos como para los clientes. En cada recibo o factura se incluyen los datos necesarios para la selección, tanto desde el punto de vista cualitativo como económico. Esta información incluye la calidad del producto, el período de garantía, el servicio al cliente, el tiempo de entrega, el plazo de pago y el precio. Además de elegir entre estos criterios, los compradores también consideran el descuento por volumen, la forma de pago y el nombre comercial del cliente al elegir los productos.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La gestión de la cadena de suministros se encuentra, según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 2 que el 70% (14) menciona que la empresa tiene una mala gestión, seguido por el nivel de muy mala gestión con 30% (6), esta mala gestión se debe a diferentes condiciones como la relación con los clientes, la relación con los proveedores y la cadena de suministros interna, las cuales serán analizadas, a fin de determinar cual tiene mayor porcentaje.

Además, la gestión de la cadena de suministros por dimensiones se encuentra según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 3 que con respecto a la dimensión relación con los proveedores el 65% (13) se ubica en el nivel de mala gestión con respecto a la entrega de insumos y tiempos establecidos, seguido por el nivel de muy mala gestión con 20% (4) con respecto a que método de pago tiene la empresa implementada, el nivel regular gestión con 10% (2) con respecto a la base de datos implementada y solo obtuvo el 5% (1) el nivel de buena gestión al momento de seleccionar con que proveedor trabajar. La dimensión cadena de suministros interna se ubica en el nivel de mala gestión con un valor de 60% (12) en lo que respecta a la planeación de demanda, existencia de un sistema de mejora continua y la capacidad de producción, el nivel de regular gestión obtuvo un valor de 25% (5) y el nivel de muy mala gestión solo obtuvo el 15% (3). Por último, la dimensión relación con los clientes obtuvo en el nivel mala gestión un valor de 55% (11) con respecto a la comunicación que mantienen con su cliente, seguido por el nivel muy mala gestión con un valor de 25% (5) con respecto a asegurar que el producto llegue en buenas condiciones hacia cliente, el nivel de regular gestión obtuvo un valor de 15% (3) con respecto a conformar sistemas de información y el nivel excelente obtuvo solo un valor de 5% (1) en lo que respecta a crear nuevos productos.

La competitividad y hallar en qué nivel se encuentra según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 4 que el 80% (16) menciona que la empresa tiene un nivel de competitividad regular, seguido por el nivel de competitividad muy bajo con 20% (4), por ende, la empresa tiene un nivel de competitividad baja, todo ello se debe a que la empresa tiene muy pocos controles en sus costos, bajos controles en la calidad de su producto y poca innovación de los mismos.

Además, la competitividad por dimensiones de la empresa RSC Nature S.R.L. según los 20 colaboradores que participaron, se observa en la figura 5 que con respecto a la dimensión competitividad en costos que el 58% se ubica en el nivel medio de competitividad, seguido por el nivel bajo con un valor de 42%, esto se debe a que no hay control sobre el servicio, una parte no reutiliza la materia prima sobrante, no tienen control sobre el stock. La dimensión competitividad en calidad, obtuvo un valor más alto en el nivel medio con 44%, seguido por el nivel medio con 26%, el nivel alto obtuvo un valor de 18% y el nivel muy bajo obtuvo un valor de 12%, esto se debe a problemas con el tiempo de entrega y el desempeño del servicio posventa. La dimensión competitividad en flexibilidad, obtuvo el mayor valor el nivel bajo con 39%, seguido por el nivel medio 32%, el nivel alto obtuvo un valor de 27% y el nivel muy bajo obtuvo un valor de 2%, debido a la flexibilidad de su oficio, podían hacer casi cualquier tipo de calzado, pero sus recursos a menudo eran limitados en términos de cantidad. Por último, la dimensión en la competitividad en la capacidad de innovación obtuvo el valor más alto en el nivel bajo con un 56%, seguido por el nivel medio con 29%, el nivel alto con un valor de 13%, y el nivel muy bajo obtuvo solo un 2%.

En la tabla de la distribución normal se obtiene que la variable gestión de la cadena de suministro ( $p = .250$ ), sus dimensiones relación con los clientes ( $p = .065$ ), cadena de suministros interna ( $p = .070$ ), y relación con los proveedores ( $p = .120$ ); la variable

competitividad ( $p= .156$ ) y sus dimensiones competitividad en costos ( $p= .210$ ), competitividad en calidad ( $p= .700$ ), la competitividad en flexibilidad ( $p= .80$ ) y la competitividad en la capacidad de innovación ( $p= .130$ ), cumplen con una distribución normal. Los resultados de la tabla muestran los datos con respecto a las dos variables en estudio, gestión de la cadena de suministro y la competitividad, sus datos presentan una distribución normal debido a que el valor del coeficiente obtenido mediante el método Shapiro – Wilk (S-W) es significativo ( $p < 0.05$ ). Concluyendo que, el posterior análisis estadísticos para determinar la correlación se empleará el estadístico paramétrico, es decir la prueba de R de Pearson.

Con respecto a la correlación entre las variable según la correlación R de Pearson, obteniendo un valor de 0.000 ( $p$ -valor  $< .05$ ), teniendo un coeficiente de correlación igual a .985 determinando una relación alta y positiva entre la variable gestión de la cadena de suministro y competitividad, por lo mencionado se acepta la hipótesis alterna y se rechaza la nula, es decir, existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022. Y según los datos que se ha dado en el programa SPSS V25 entre las dimensiones de la variable gestión de la cadena de suministro y competitividad, todas tienen relación entre sí, siendo demostrada por el coeficiente  $r$  de Pearson.

Los resultados coinciden con el antecedente de Valderrama (2016) en su investigación tuvo como objetivo determinar si existía alguna relación entre la competitividad y la cadena de suministro de una empresa trujillana PYME dedicada al sector de calzado, además de proponer un nuevo modelo de cómo debería gestionar su cadena de suministros, obteniendo como resultado que el 73% de las empresas del sector calzado PYMES tienen una gestión de cadena de suministros regular, además nivel de

competitividad de las empresas es bajo con 82%. Concluyendo que, si existe una relación moderada entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro, por lo que se propuso innovar la forma de cómo se trasmite la información, además de la implementación de una base de datos para ambas variables.

También coincide con el antecedente de Alegría y Angulo (2019) en su investigación tuvo como objetivo determinar si existía alguna relación entre la competitividad y la cadena de suministro de una empresa trujillana PYME dedicada al sector de calzado. Obteniendo como resultado que el 72% de las empresas del sector calzado PYMES tienen una gestión de cadena de suministros regular, además nivel de competitividad de las empresas es bajo con 81%. Concluyendo que, si existe una relación moderada entre la competitividad y la gestión de cadena de suministro, por ende, se propuso implementar el uso de base de datos como una herramienta para poder gestión de manera eficiente la información, teniendo un mejor flujo ayudando a mejorar la toma de decisiones.

Implicancia teórica la presente investigación se basa en las teorías de la gestión de la cadena de suministro y sus dimensiones estratégica, práctica y teórica. Implicancia práctica el presente trabajo de investigación será un modelo a seguir por el gerente de la empresa RSC Nature S.R.L. Implicancia metodológica, servirá de modelo para futuras tesis de los estudiantes de UPN y en otras universidades o institutos que lo requieran.

### **Conclusiones:**

Se determinó que existe relación entre la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022, ya que existen muchas deficiencias en el proceso.

Se determinó que existe una mala gestión de la cadena de suministros de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

Se determinó que el nivel de competitividad es bajo de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022, de esta manera se puede decir que no es competitiva en el mercado, dado que, al no contar con los recursos y planeamiento necesario, su capacidad productiva se queda corta.

Se determinó que existe relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022.

Además, se puede reconocer que existen diversas limitaciones en la empresa que no permite tener el crecimiento esperado, entre ellas, la poca o nula interacción en redes sociales, los tiempos de demora dentro del proceso y que solo producen un tipo de café.



- Chopra S, Meindl P. Administración de la cadena de suministros. Estrategia, planeación y operación. Vol 3. México: Pearson Educación; 2008.
- Chopra, Sunil Y Meindl, Peter. *Administración de la cadena de suministros. Estrategia, planeación y operación*. México: Pearson Educación. 2015. pág. 552. Vol. III. ISBN: 9789702611929.
- Cutipa, A., Escobar, F., Anchapuri, M., Valreymond, D. (2020). La intensidad de innovación y la competitividad de micro y pequeñas empresas exportadores de artesanía textil. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (89), 155-176. Recuperado de [0120-8160-ean-89-155.pdf \(scielo.org.co\)](https://doi.org/10.1111/8160-ean-89-155)
- Espinosa, R., Benites, L. & Ruff, C. (2017). La cadena de suministro y el TIC: la capacidad de absorción, elemento indispensable en la competitividad de las PYMES de la ciudad de Trujillo, Perú. *Pearson Educación de México, S. A.* (1). 127-140. Recuperado de [http://www.humanadesarrolloempresarial.mx/descargas/salazar-captec-led\\_9786073239929\\_completo.pdf#page=139](http://www.humanadesarrolloempresarial.mx/descargas/salazar-captec-led_9786073239929_completo.pdf#page=139)
- Estado Peruano (2020). *MINAGRI y el sector cafetalero impulsan estrategia para la promoción del consumo de café peruano*. Recuperado de [MINAGRI y el sector cafetalero impulsan estrategia para la promoción del consumo de café peruano - Noticias - Sierra y Selva Exportadora - Gobierno del Perú \(www.gob.pe\)](http://www.gob.pe/noticias-sierra-y-selva-exportadora-gobierno-del-peru)
- Fernández, C., Hernández, R. & Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. Recuperado de [https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n\\_Sampieri.pdf](https://www.uv.mx/personal/cbustamante/files/2011/06/Metodologia-de-la-Investigaci%C3%83%C2%B3n_Sampieri.pdf)
- Flores, J., Manrique, M., Taco, A. & Teves, J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24 (88). Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29062051009>
- Gestión (2017). *Café peruano: productores y exportadores forman alianza para promover su sostenibilidad*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/cafe-peruano-productores-exportadores-forman-alianza-promover-sostenibilidad-135215-noticia/>
- Hernández E. La Competitividad industrial en México. México: Plaza y Valdés; 2000.

- Hurtado, V. (2016). *Dimensiones de la competitividad: tiempo, personas y administración de la información*. Recuperado de [Dimensiones de la competitividad: tiempo, personas y administracion de la informacion - Advanced Technologies IMD \(atimd.net\)](#)
- Jiménez, M. A. V., Arroyo, J. A. M., & Carreón, F. Á. (2017). Competitividad en la Cadena de Suministro y la Gestión de Relaciones con los Clientes en el Sector Exportador Aguacatero. *Cimexus*, 10(1), 71-88.  
Recuperado de <https://cimexus.umich.mx/index.php/cim1/article/viewFile/206/170>
- Junta Nacional de Café (2019). *Café Correcto*. Recuperado de <https://juntadelcafe.org.pe/cafe-correcto/>
- Kadadevaramath, R., Mohanasundaram, K. M., Sarath Chandra, P. S., y Rameshkumar, K. (2008). “Optimizing Manufacturing and Supply Chain Operations in Logistics Management”, *The Icfai Journal of Supply Chain Management*, 5(1)
- Ministerio de Agricultura y Riego (2017). *Línea de base del sector café en el Perú*. Recuperado de <https://www.minagri.gob.pe/portal/download/2017/pncafe/sector-cafe-peru.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2016). *Análisis integral de la logística en el Perú: 5 cadenas de exportación*. Recuperado de [https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31322/P\\_Cafe.pdf](https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/31322/P_Cafe.pdf)
- Pérez, C. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *Economicas CUC*, 40(1). 91-104. Recuperado de [Vista de Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional \(cuc.edu.co\)](#)
- Pesántez L. Análisis Competitivo de las Pequeñas y Medianas Empresas en Cuenca Ecuador. *Revista Internacional Administración & Finanzas*. 2015; 8(3): 79-92.
- Saavedra, G. M. L, Camarena A. M. E., Saavedra G. M. E. (2019). “La gestión de la cadena de suministro y la Competitividad de la PYME Industrial en la Ciudad de México” *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis* Núm. 1 Año 15, Enero-Junio 2019, pp. 27-45 <https://cienciasadmvastyp.uat.edu.mx/index.php/ACACIA/article/view/215>
- Sánchez M. *Cuantificación de Valor en la Cadena de Suministro Extendida*. León: Del Blanco Editores; 2008.

- Skinner W. Manufacturing Missing Link in Corporate Strategy. Harvard Business Review.
- Soto H. La competitividad de la industria del calzado en el Perú y sus proyecciones en el mediano plazo: Caso PYME Tobbex International y el papel de CITECCAL [Tesis de maestría]. Lima: Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Facultad de Ciencias Contables. Unidad de Post Grado; 2007.
- Urday Jauregui, C. A., & Cebberos Gutiérrez, P. (2017). La gestión logística y su influencia en la competitividad en las PyMEs del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra. Recuperado de <https://repositorio.usil.edu.pe/handle/usil/2683>
- Valderrama L. (2016). La cadena de suministros y su relación con la competitividad de las PYMES del sector calzado de Trujillo, 2016. *Tecnología y Desarrollo (Trujillo)*, 14(1), 59-66.  
Recuperado de <https://doi.org/10.18050/td.v14i1.1756>
- Valderrama, J. (2016). La cadena de suministros y su relación con la competitividad de las PYMES del sector calzado de Trujillo, 2016. *Tecnología y Desarrollo*, 14 (1), 059-

## ANEXOS

### ANEXO 1. Matriz de consistencia

Título	Problema	Objetivos	Variables	Dimensiones	Metodología
Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa RSC Nature R.S.L. - Trujillo 2022	¿Cómo se relaciona la gestión de la cadena de suministros y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L., Trujillo 2022?	<b>General.</b>	Variable independiente. Competitividad	Competitividad en costos	<b>Tipo:</b> Correlacional - Descriptiva  <b>Alcance:</b> Básica  <b>Enfoque:</b> Cuantitativo  <b>Diseño:</b> No experimental  <b>Población:</b> 20 colaboradores
		Determinar cómo se relaciona la gestión de la cadena de suministro y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022		Competitividad en calidad	
		<b>Específicos</b>		Competitividad en flexibilidad	
		Determinar el nivel de la gestión de la cadena de suministro de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.	Competitividad en capacidad de innovación		
		Determinar el nivel de la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.	Administración de la relación con el cliente (ARC)		
		Determinar la relación entre las dimensiones de la gestión de la cadena de suministro y la competitividad de la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022.	Administración de la cadena de suministros interna (SCSI)		
Proponer a la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. un modelo de gestión de cadena de suministro adecuado.	Administración de la relación con el proveedor (ARP)				
			Variable dependiente. Gestión de la cadena de suministro		

## ANEXO 2. Matriz de operacionalización

Titulo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Ítems	Indicadores
Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa RSC Nature R.S.L. - Trujillo 2022	Gestión de la cadena de suministros	La gestión de la cadena de suministro implica actividades funcionales como la comercialización, distribución, almacenamiento, producción y manipulación de un producto. Los proveedores, distribuidores, productores, transportistas y minoristas ayudan a agregar valor al consumidor completando la cadena de suministro. Este es un proceso continuo que involucra a cada individuo involucrado en él. (Sánchez, 20013)	Para definir la gestión de la cadena de suministro, dividió el tema en tres categorías más grandes. Estos fueron la gestión de las relaciones con los clientes, el suministro interno y las relaciones con los proveedores. Se utiliza una encuesta con una escala de Likert para evaluar su trabajo.	Administración de la relación con el cliente (ARC):	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12	Muy mala gestión (1) 36 – 64
				Administración de la cadena de suministros interna (ACSI):	13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23	Mala gestión (2) 65 – 93
				Administración de la relación con el proveedor (ARP)	24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36	Regular gestión (3) 94 – 122
						Buena gestión (4) 123 – 151
						Excelente gestión (5) 152 - 180

Titulo	Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Ítems	Indicadores
Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa RSC Nature R.S.L. - Trujillo 2022	Competitividad	Competitividad, con el tiempo, las empresas competitivas pueden ingresar con éxito a nuevos mercados, mantener su posición e incluso crear nuevos mercados. (Skinner, 2013)	La competitividad se divide en cuatro dimensiones, la encuesta pide a los usuarios que califiquen las cuatro dimensiones competitivas en una escala numerada. Estos son competitividad en costos, competitividad en calidad, competitividad en flexibilidad y competitividad en capacidad de innovación.	Competitividad en costos	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10	Muy bajo (1) 23 – 41  Bajo (2) 42 – 60  Medio (3) 61 – 79  Alto (4) 80 – 98  Muy alto (5) 99 - 115
				Competitividad en calidad	11, 12, 13, 14	
				Competitividad en flexibilidad	15, 16	
				Competitividad en capacidad de innovación	17, 18, 19, 20, 21, 22, 23	

**ANEXO 3. Instrumento (Cuestionario)**

		ITEM	1	2	3	4	5	
<b>GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO</b>	<b>Administración y su relación con los clientes (ARC)</b>	<b>Gestión de la relación con los clientes</b>	1. Se mantiene en contacto con sus clientes luego de la venta.					
			2. Toma en cuenta los reclamos de los clientes para futuras entregas.					
			3. Tiene acuerdos a largo plazo con sus clientes.					
		<b>Integración de los sistemas de información</b>	4. Cuenta con una base de datos de sus clientes (virtual o físicos).					
			5. Actualiza periódicamente su base de datos.					
		<b>Desarrollo de nuevos productos</b>	6. Consulta a sus clientes sobre los materiales que podría utilizar para fabricar el producto.					
			7. Consulta a sus clientes sobre los nuevos modelos en el mercado.					
		<b>Diseño de sistemas de pago</b>	8. Cuenta con un sistema de créditos establecido.					
			9. Cuenta con diversas modalidades de pago.					
			10. Ofrece crédito a sus mejores clientes.					
	<b>Entrega</b>	11. Verifica que el producto haya llegado en buen estado a los clientes.						
		12. Verifica que el producto haya llegado en su totalidad.						
	<b>Administración de la cadena de suministros interna (ACSI)</b>	<b>Capacidad interna de producción</b>	13. A tenido algún problema en fabricar cantidades elevadas.					
			14. Suele planificar su requerimiento de materiales o insumos, mano de obra adecuado a su producción planeada.					
			15. El tiempo de planificación suele ser corto (semana, mes).					
			16. El tiempo de planificación suele ser de mediano y largo plazo (campaña, anual, semestral).					
			17. Suele hacer ajustes a su planificación de mediano y largo plazo en periodos cortos.					
			18. Si se le presentase algún pedido que supere en gran medida a la producción promedio, estaría usted en posibilidad de atenderlo en corto plazo.					
		<b>Planeación de la demanda</b>	19. Planea su producción en base al histórico de sus demandas.					
			20. Considera otros aspectos aparte de su base histórica para planear su demanda.					
				21. Busca maneras de agilizar el trabajo.				

<b>Administración y su relación con los proveedores (ARP)</b>	<b>Existencia de un sistema de mejora continua</b>	22. Observa de manera periódica el trabajo en la planta para identificar puntos débiles y mejorarlos.						
		23. Consulta la opinión de sus trabajadores respecto a la manera como les sería más fácil trabajar.						
	<b>Gestión de la relación con los proveedores</b>	24. Se mantiene en contacto con sus proveedores luego de la entrega del material.						
		25. A tenido inconvenientes con los insumos que le fueron vendidos.						
		26. Toma en cuenta la opinión de sus proveedores en la toma de decisiones.						
		27. Tiene acuerdos a largo plazo con sus proveedores.						
	<b>Base de datos de proveedores</b>	28. Actualiza periódicamente su base de datos.						
		29. Cuenta con una base de datos de sus proveedores (virtual o físicos).						
		30. Cuenta con una base de datos amplia de sus proveedores (virtual o físicos).						
	<b>Métodos de selección de proveedores</b>	31. Aplica más de un criterio para la selección de sus proveedores.						
	<b>Diseño de sistemas de pago</b>	32. Sus proveedores le dan facilidades de pago.						
		33. Sus proveedores le dan descuentos por realizar sus compras.						
	<b>Entrega</b>	34. Verifica que los materiales e insumos hayan llegado en buen estado.						
		35. Verifica que los materiales e insumos hayan llegado en su totalidad.						
		36. Verifica que los materiales e insumos lleguen con las especificaciones.						

		ÍTEM	1	2	3	4	5
<b>COMPETITIVIDAD</b>	<b>Competitividad en costos</b>	1. Adquiere sus insumos con calidad y a un costo competitivo.					
		2. Considera que la productividad a sus trabajadores está por encima del promedio.					
		3. Realiza un estricto control de costos de servicios (agua, luz, etc.).					
		4. Suele tener desperdicios de materia prima (cuero, batana, otros).					
		5. Reutiliza los retazos generados en el proceso productivo.					
		6. Suelen deteriorarse sus insumos por no utilizarlos a tiempo.					
		7. Suelen quedar obsoletos sus insumos por no utilizarlos a tiempo.					
		8. Suele tener un control estricto de su inventario de materia prima.					
		9. Suele tener un control estricto de su inventario de productos terminados.					
		10. Terceriza la distribución.					
	<b>Competitividad en calidad</b>	11. Ha tenido reclamos de sus clientes con respecto al estado y especificaciones de sus productos.					
		12. Tarda más del tiempo pactado en entregar algún pedido.					
		13. Les ofrece a sus clientes algún tipo de garantía por si hubiera alguna inconformidad.					
		14. Realiza un servicio de post-venta.					
	<b>Competitividad en flexibilidad</b>	15. Si tuviera algún pedido grande, tendría problemas para obtener con rapidez los recursos para producirlo (Mano de obra, insumos, equipos y maquinaria).					
		16. Tiene problemas para producir nuevos diseños debido a escasos o deficiencias en los recursos (Mano de obra, insumos, maquinaria, instalaciones).					
	<b>Competitividad en la capacidad de innovación</b>	17. Lanza al mercado productos nuevos con frecuencia.					
		18. Tiene dificultades para diseñar un nuevo producto.					
		19. Los nuevos modelos diseñados suelen tener buena acogida.					
		20. Mejora sus sistemas de calidad y entrega.					
		21. Cuenta con maquinaria con tecnología acorde a las nuevas tendencias.					
		22. Suele hacer cambios en los métodos de trabajo para aumentar la productividad.					
		23. Resuelve de manera eficaz los problemas o inconvenientes que se presentan.					

## ANEXO 4. Validación de expertos

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS				
Título de la investigación:	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. – Trujillo 2022			
Línea de investigación:				
El instrumento de medición pertenece a la variable:	Gestión de la cadena de suministro			
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		
<p>Sugerencias:</p>				
Nombre completo: Luis Enrique Yzquierdo Pérez		 Firma del Experto		
<p>DNI: 18135652            Profesión: Economista            Grado: Maestría</p>				

### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

<b>Título de la investigación:</b>	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. - Trujillo 2022
<b>Línea de investigación:</b>	
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Competitividad

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:**



Nombre completo: Luis Enrique Yzquierdo Pérez

Firma del Experto

DNI: 18135652

Profesión: Economista

Grado: Maestría

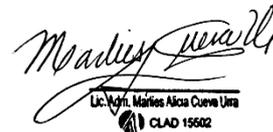
### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

<b>Título de la investigación:</b>	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. – Trujillo 2022	
<b>Línea de investigación:</b>		
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Gestión de la cadena de suministro	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:** Ninguna.



Lic. Marlies Alicia Cueva Urra  
CLAD 15602

Nombre completo: MARLIES ALICIA CUEVA URRÁ

DNI: 18186434

Profesión: ADMINISTRADORA

Grado: MAGISTER

Firma del Experto

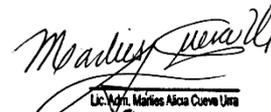
### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

<b>Título de la investigación:</b>	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. – Trujillo 2022
<b>Línea de investigación:</b>	
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Competitividad

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:** Ninguna,



Lic. M. Marlies Alicia Cueva Urra  
CLAD 15602

Nombre completo: MARLIES ALICIA CUEVA URRÁ

DNI: 18186434

Profesión: ADMINISTRADORA

Grado: MAGISTER

Firma del Experto

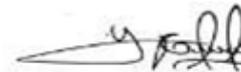
### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

<b>Título de la investigación:</b>	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. – Trujillo 2022
<b>Línea de investigación:</b>	
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Gestión de la cadena de suministro

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:** Ninguna.



Nombre completo: Víctor Gaspar Cuadra Jiménez

Firma del Experto

DNI: 17088615

Profesión: Abogado

Grado: Maestro

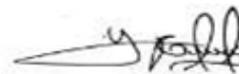
### VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

<b>Título de la investigación:</b>	Gestión de la cadena de suministro para aumentar la competitividad en la empresa cafetalera RSC Nature S.R.L. – Trujillo 2022	
<b>Línea de investigación:</b>		
<b>El instrumento de medición pertenece a la variable:</b>	Competitividad	

Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. Tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.

Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	X		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	X		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	X		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	X		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	X		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	X		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	X		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	X		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	X		

**Sugerencias:** Ninguna.



Nombre completo: Víctor Gaspar Cuadra Jiménez

Firma del Experto

DNI: 17088615  
Profesión: Abogado  
Grado: Maestro

## ANEXO 5. Resultados estadísticos del procesamiento de la confiabilidad del instrumento de recolección de datos

### Confiabilidad del instrumento de la Gestión de cadena de suministros

Alfa de Cronbach	N de elementos
,930	20

Se alcanzó un nivel de confiabilidad de 0.930 por lo que el instrumento es consistente y adecuado para el estudio.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Se mantiene en contacto con sus clientes luego de la venta.	16,20	19,511	,000	,919
2. Toma en cuenta los reclamos de los clientes para futuras entregas.	15,60	15,600	,893	,901
3. Tiene acuerdos a largo plazo con sus clientes.	15,20	19,511	,000	,919
4. Cuenta con una base de datos de sus clientes (virtual o físicos).	15,10	12,767	,955	,895
5. Actualiza periódicamente su base de datos.	15,20	19,511	,000	,919
6. Consulta a sus clientes sobre los materiales que podría utilizar para fabricar el producto.	15,10	12,767	,920	,895
7. Consulta a sus clientes sobre los nuevos modelos en el mercado.	15,80	15,733	,857	,903
8. Cuenta con un sistema de créditos establecido.	15,30	12,900	,929	,897
9. Cuenta con diversas modalidades de pago.	15,60	15,600	,893	,901
10. Ofrece crédito a sus mejores clientes.	15,70	15,567	,882	,901
11. Verifica que el producto haya llegado en buen estado a los clientes.	16,20	19,511	,000	,919
12. Verifica que el producto haya llegado en su totalidad.	15,60	15,600	,893	,901
13. A tenido algún problema en fabricar cantidades elevadas.	15,20	19,511	,000	,919
14. Suele planificar su requerimiento de materiales o insumos, mano de obra adecuado a su producción planeada.	15,10	12,767	,955	,895
15. El tiempo de planificación suele ser corto (semana, mes).	15,20	19,511	,000	,919

16. El tiempo de planificación suele ser de mediano y largo plazo (campana, anual, semestral).	15,10	12,767	,920	,895
17. Suele hacer ajustes a su planificación de mediano y largo plazo en periodos cortos.	15,80	15,733	,857	,895
18. Si se le presentase algún pedido que supere en gran medida a la producción promedio, estaría usted en posibilidad de atenderlo en corto plazo.	15,30	12,900	,929	,919
19. Planea su producción en base al histórico de sus demandas.	15,60	15,600	,893	,895
20. Considera otros aspectos aparte de su base histórica para planear su demanda.	15,70	15,567	,882	,919
21. Busca maneras de agilizar el trabajo.	16,20	19,511	,000	,895
22. Observa de manera periódica el trabajo en la planta para identificar puntos débiles y mejorarlos.	15,60	15,600	,893	,921
23. Consulta la opinión de sus trabajadores respecto a la manera como les sería más fácil trabajar.	15,20	19,511	,000	,856
24. Se mantiene en contacto con sus proveedores luego de la entrega del material.	15,10	12,767	,955	,744
25. A tenido inconvenientes con los insumos que le fueron vendidos.	15,20	19,511	,000	,852
26. Toma en cuenta la opinión de sus proveedores en la toma de decisiones.	15,10	12,767	,920	,478
27. Tiene acuerdos a largo plazo con sus proveedores.	15,80	15,733	,857	,526
28. Actualiza periódicamente su base de datos.	15,30	12,900	,929	,625
29. Cuenta con una base de datos de sus proveedores (virtual o físicos).	15,60	15,600	,893	,855
30. Cuenta con una base de datos amplia de sus proveedores (virtual o físicos).	15,70	15,567	,882	,800
31. Aplica más de un criterio para la selección de sus proveedores.	15,20	19,511	,000	,756
32. Sus proveedores le dan facilidades de pago.	15,10	12,767	,920	,852
33. Sus proveedores le dan descuentos por realizar sus compras.	15,80	15,733	,857	,900
34. Verifica que los materiales e insumos hayan llegado en buen estado.	15,30	12,900	,929	,250
35. Verifica que los materiales e insumos hayan legado en su totalidad.	15,20	19,511	,000	,150
36. Verifica que los materiales e insumos lleguen con las especificaciones.	15,80	15,733	,857	,680

**BASE DE DATOS PARA VALIDACIÓN EN SPSS**

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ITEM 1	5	2	1	2	4	2	3	2	5	4
ITEM 2	1	2	2	5	1	4	1	4	2	2
ITEM 3	4	1	2	2	1	3	5	5	2	1
ITEM 4	5	3	5	5	1	1	4	2	4	5
ITEM 5	1	5	1	4	3	3	1	5	5	1
ITEM 6	3	5	3	4	2	5	5	4	1	2
ITEM 7	2	2	1	1	2	1	4	2	2	4
ITEM 8	4	5	4	5	2	1	2	4	3	2
ITEM 9	4	1	3	3	5	3	4	2	2	3
ITEM 10	3	1	2	2	1	5	2	5	3	2
ITEM 11	1	2	2	5	3	1	3	2	5	1
ITEM 12	1	3	3	2	3	5	2	3	2	2
ITEM 13	1	4	2	4	2	5	3	4	4	3
ITEM 14	2	2	2	4	5	4	5	5	2	2
ITEM 15	1	4	3	4	4	4	2	3	5	2
ITEM 16	2	1	1	3	1	3	1	3	3	2
ITEM 17	4	5	3	1	3	1	2	4	5	5
ITEM 18	4	5	2	3	1	5	2	4	4	1
ITEM 19	5	5	3	5	2	4	2	2	5	2
ITEM 20	4	4	4	1	3	5	5	4	1	3
ITEM 21	5	5	3	1	1	1	3	3	1	4
ITEM 22	1	2	5	3	2	3	3	4	4	2
ITEM 23	2	1	4	4	5	1	2	2	3	1
ITEM 24	2	3	5	2	4	5	3	1	3	5
ITEM 25	4	1	1	1	3	2	2	5	4	4
ITEM 26	1	1	5	2	4	4	3	1	3	4
ITEM 27	1	1	3	1	3	5	3	1	5	4
ITEM 28	2	1	2	2	3	5	3	2	5	1
ITEM 29	5	1	4	2	2	1	2	2	3	3
ITEM 30	5	5	3	1	3	1	3	3	4	4
ITEM 31	4	5	2	5	3	1	1	5	2	4
ITEM 32	1	2	5	1	4	2	4	3	2	2
ITEM 33	3	4	1	1	4	3	5	1	1	4
ITEM 34	1	2	1	2	5	1	5	5	2	3
ITEM 35	4	2	3	5	3	5	5	3	1	5
ITEM 36	5	5	3	3	4	1	4	5	3	5

## Confiabilidad del instrumento de la Competitividad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,965	20

Se alcanzó un nivel de confiabilidad de 0.965 por lo que el instrumento es consistente y adecuado para el estudio.

	Media de escala si el elemento se ha suprimido	Varianza de escala si el elemento se ha suprimido	Correlación total de elementos corregida	Alfa de Cronbach si el elemento se ha suprimido
1. Adquiere sus insumos con calidad y a un costo competitivo.	15,20	15,600	,754	,896
2. Considera que la productividad a sus trabajadores está por encima del promedio.	15,20	15,567	,650	,758
3. Realiza un estricto control de costos de servicios (agua, luz, etc.).	15,10	19,511	,555	,750
4. Suele tener desperdicios de materia prima (cuero, batana, otros).	15,60	15,600	,785	,921
5. Reutiliza los retazos generados en el proceso productivo.	15,20	15,567	,256	,863
6. Suelen deteriorarse sus insumos por no utilizarlos a tiempo.	15,60	19,511	,350	,932
7. Suelen quedar obsoletos sus insumos por no utilizarlos a tiempo.	15,70	15,733	,000	,900
8. Suele tener un control estricto de su inventario de materia prima.	16,20	12,900	,720	,745
9. Suele tener un control estricto de su inventario de productos terminados.	15,60	15,600	,000	,877
10. Terceriza la distribución.	15,70	15,567	,000	,574
11. Ha tenido reclamos de sus clientes con respecto al estado y especificaciones de sus productos.	16,20	19,511	,000	,623
12. Tarda más del tiempo pactado en entregar algún pedido.	15,60	15,600	,000	,574
13. Les ofrece a sus clientes algún tipo de garantía por si hubiera alguna inconformidad.	15,20	19,511	,000	,852
14. Realiza un servicio de post-venta.	15,10	12,767	,650	,258

15. Si tuviera algún pedido grande, tendría problemas para obtener con rapidez los recursos para producirlo (Mano de obra, insumos, equipos y maquinaria).	15,60	19,511	,000	,859
16. Tiene problemas para producir nuevos diseños debido a escasos o deficiencias en los recursos (Mano de obra, insumos, maquinaria, instalaciones).	15,20	12,767	,240	,784
17. Lanza al mercado productos nuevos con frecuencia.	15,30	15,733	,326	,895
18. Tiene dificultades para diseñar un nuevo producto.	15,30	12,900	,548	,740
19. Los nuevos modelos diseñados suelen tener buena acogida.	15,60	15,600	,285	,320
20. Mejora sus sistemas de calidad y entrega.	15,70	15,567	,882	,855
21. Cuenta con maquinaria con tecnología acorde a las nuevas tendencias.	16,20	19,511	,000	,460
22. Suele hacer cambios en los métodos de trabajo para aumentar la productividad.	15,60	15,600	,893	,800
23. Resuelve de manera eficaz los problemas o inconvenientes que se presentan.	15,20	19,511	,000	,740

### BASE DE DATOS PARA VALIDACIÓN EN SPSS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ITEM 1	3	2	3	3	5	2	2	4	3	5
ITEM 2	2	4	4	4	2	3	1	1	3	4
ITEM 3	5	1	2	1	2	5	3	4	2	3
ITEM 4	4	5	5	2	5	5	1	1	3	4
ITEM 5	5	3	3	3	2	5	2	2	5	3
ITEM 6	5	2	5	5	3	5	5	1	3	2
ITEM 7	3	5	3	3	1	4	3	3	5	5
ITEM 8	4	5	3	1	3	4	2	4	5	2
ITEM 9	3	3	3	1	2	5	3	2	5	1
ITEM 10	5	5	3	2	3	2	4	5	1	4
ITEM 11	2	3	4	3	5	5	4	3	3	3
ITEM 12	5	2	2	5	5	5	1	4	5	5
ITEM 13	4	1	2	5	1	3	2	4	3	1
ITEM 14	4	3	3	2	3	3	1	3	2	2
ITEM 15	4	2	3	1	2	4	2	3	2	1
ITEM 16	4	3	5	3	1	3	2	2	2	3
ITEM 17	1	1	5	2	1	4	4	3	2	1
ITEM 18	3	4	5	2	4	1	2	2	5	2
ITEM 19	2	4	4	3	3	5	1	3	5	2
ITEM 20	5	4	3	4	2	3	2	5	2	4
ITEM 21	3	3	5	1	4	1	1	1	1	1
ITEM 22	1	1	1	2	4	2	2	2	3	1
ITEM 23	2	3	4	3	3	4	1	1	2	1