



**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS

**SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA
CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA
VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE
BAGUA GRANDE**

**PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

Autor (es):

Bach. Fernández Anaya, Oscar

ORCID: 0000-0003-4702-0669

Bach. Puelles Malca, Luis Ángel

ORCID: 0000-0001-5943-6413

Asesor:

MBA: Rocero Salazar, Cesar Ricardo

ORCID: 0000-0002-1555-7851

Línea de Investigación:

Gestión Empresarial y Emprendimiento

Pimentel – Perú

2021

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE.

Aprobación del jurado

**MBA. Rocero Salazar, Cesar Ricardo
ASESOR DE TESIS**

**Mg. Carrion Mezones, Jean Michell
PRESIDENTE DEL JURADO**

**Dr. Espinoza Rodríguez, Hugo Redib
SECRETARIO DEL JURADO**

**MBA. Rocero Salazar, Cesar Ricardo
VOCAL DEL JURADO**

DEDICATORIA

A nuestros padres a quienes queremos y amamos: Anaya Pérez María Tereza y Fernández Ribera Oscar; Malca Soto Edith María y Puellas Pérez Saúl, a toda nuestra familia quienes siempre me han estado apoyando en los malos y buenos momentos, por sus consejos en esta trayectoria de formación como persona y profesional, gracias a las enseñanzas que nos brindan en solucionar problemas que debemos afrontar en nuestra vida, logrando así cumplir metas y objetivos gracias a ellos.

Los autores

AGRADICIMIENTO

A mis queridos padres; Anaya Pérez María Tereza y Fernández Anaya Oscar por apoyarme y guiarme en todo el trayecto de mi vida como persona y profesional, enseñándome buenos valores y a seguir adelante a pesar de los obstáculos que se puedan presentar.

También reconocer el esfuerzo de los profesores que a lo largo de los 5 años de estudio nos han transmitidos sus conocimientos y nos han educado de una forma correcta. Asimismo, agradecer al MBA. Cesar Ricardo Rocero Salazar asesor especialista, que gracias a su orientación se ha hecho posible la realización de esta investigación.

Fernández Anaya Oscar

Agradezco primero a Dios por la vida que me dio y darme la satisfacción de haber cumplido un logro más, a mis padres por darme el apoyo necesario tanto económico como moralmente ya que sin ellos este logro hubiese sido más difícil de cumplir.

Puelles Malca Luis Ángel

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE.

SUPPLY CHAIN MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE WITH THE COMPETITIVENESS OF THE VALLEY COFFEE TRADING SAC COMPANY IN THE DISTRICT OF BAGUA GRANDE.

Fernández Anaya Oscar
Puelles Malca Luis Ángel

Resumen

El objetivo de esta investigación fue Relacionar la influencia del supply chain management en la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. la metodología de la investigación tiene un enfoque cuantitativo – correlacional y de diseño no experimental transversal, tomándose como población de 13 trabajadores de la empresa Valley Coffee Trading SAC, Bagua Grande, en donde se tomó como muestra a solo 5 trabajadores, los cuales tienen conocimiento de la supply chain management y la competitividad de la empresa, siendo el muestreo no probabilístico por conveniencia.

La técnica que se utilizó para medir la variable supply chain management y competitividad fue la encuesta, cuyo instrumento fue el cuestionario, la valides se realizó a través de juicios de expertos para la validación de los instrumentos. La correlación se determinó a través de Chi-cuadrado y Rho de Spearman, se utilizó como herramienta d análisis al software estadístico SPSS V. 25.

Los resultados para medir la correlación entre la variable supply chain management y competitividad fue con una Significación asintótica (bilateral) de $0,709 > 0,05$ contrastando así con este resultado que no existe ninguna relación entre la dimensión 1 y la variable 2, así miso se corrobora con el Rho de Spearman que teniendo una Sig. (bilateral) es $0,272 > 0,05$. Comprobando así que no existe relación.

Se concluye que la empresa debe de asociar la supply chain management y la competitividad para tener una mejor competitividad en el sector del mercado al cual pertenece, optimizando sus procesos y más eficientes.

Palabras clave: Supply chain management, competitividad.

Abstract

The objective of this research was to relate the influence of supply chain management on the competitiveness of the company Valley Coffee Trading SAC. The research methodology has a quantitative-correlational approach and a non-experimental cross-sectional design, taking as a population of 13 workers from the company Valley Coffee Trading SAC, Bagua Grande, where only 5 workers were taken as a sample, who have knowledge of the supply chain management and the competitiveness of the company, being the non-probabilistic sampling for convenience. The technique used to measure the supply chain management and competitiveness variable was the survey, whose instrument was the questionnaire, the validity was carried out through expert judgments for the validation of the instruments. The correlation was determined through Chi-square and Spearman's Rho; the statistical software SPSS V. 25 was used as an analysis tool. The results to measure the correlation between the supply chain management variable and competitiveness was with an asymptotic (bilateral) significance of $0.709 > 0.05$, thus contrasting with this result that there is no relationship between dimension 1 and variable 2, as well as corroborates with Spearman's Rho that having a Sig. (bilateral) is $0.272 > 0.05$. Thus verifying that there is no relationship. It is concluded that the company must associate supply chain management and competitiveness to have a better competitiveness in the market sector to which it belongs, optimizing its processes and more efficient.

Índice

I. INTRODUCCIÓN	11
1.1. Realidad Problemática	11
1.1.1. Internacional.....	11
1.1.2. Nacional.....	13
1.1.3. Local.....	14
1.2. Antecedentes de estudio	15
1.2.1. Internacional.....	15
1.2.2. Nacional.....	17
1.2.3. Local.....	19
1.3. Teorías relacionadas al tema	22
1.3.1. Supply Chain Management.....	22
a. Definición.....	22
b. Dimensiones.....	23
c. Indicadores.....	23
1.3.2. Competitividad.....	24
a. Definición.....	24
b. Dimensiones.....	25
c. Criterios.....	25
1.4. Formulación del problema	25
1.5. Justificación e importancia del estudio	25
1.6. Hipótesis	26
1.7. Objetivos	27
1.7.1. Objetivo general:.....	27
1.7.2. Objetivos específicos:.....	27
II. MÉTODO	27
2.1. Tipo y diseño de Investigación	27
2.1.1. Investigación explicativa.....	27
2.2. Población y muestra	28
2.2.1. Población.....	28
2.2.2. Muestra.....	28
2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32

2.4.1. Validez	32
2.4.2. Confiabilidad.....	32
2.5. Procedimientos de análisis de datos.....	32
a) Observación de la realidad.....	32
b) Encuestas.....	32
2.6. Criterios éticos.....	33
2.7. Criterios de rigor científicos.....	33
III. RESULTADOS	34
3.1. Resultados en tablas y figuras	34
3.2. Discusión de resultados.....	40
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
4.1. Conclusiones.....	42
4.2. Recomendaciones.....	43
Bibliografía	44
ANEXOS	48
Anexo A: Encuesta a trabajadores de la empresa	49
Anexo B: Instrumento de validación por juicio de expertos	52
Anexo C: Carta de aceptación de recojo de información de la empresa	76

Índice de tablas

Table 1: VARIABLES: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – COMPETITIVIDAD (Correlación)	34
Table 2: DIMENSIÓN Y VARIABLE: ABASTECIMIENTO – COMPETITIVIDAD	35
Table 3: DIMENSIÓN Y VARIABLE: PRODUCCIÓN – COMPETITIVIDAD	36
Table 4: DIMENSIÓN Y VARIABLE: DISTRIBUCIÓN – COMPETITIVIDAD	37
Table 5: VARIABLE: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – COMPETITIVIDAD (Correlación)	38
Table 6: DIMENSIÓN Y VARIABLE: ABASTECIMIENTO – COMPETITIVIDAD (Correlación)	39
Table 7: DIMENSIÓN Y VARIABLE: PRODUCCIÓN – COMPETITIVIDAD (Correlación)	39
Table 8: DIMENSIÓN Y VARIABLE: DISTRIBUCIÓN – COMPETITIVIDAD (Correlación)	40

I. INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad Problemática.

La supply chain management son aquellas actividades que desempeña una empresa para que el producto llegue a su destino final, donde los procesos de planificación se ven reflejado en la adquisición de materia prima, producción, distribución, cliente final. Los encargados de dirigir las empresas deben de tener en claro cuáles son los procesos que se debe seguir para una supply chain management, los cuales deben garantizar la movilidad de sus productos de una forma eficiente y exitosa, hasta que el producto tenga como destino al cliente final. En este año 2020 la supply chain management no pasa desapercibida ante la pandemia del COVID-19, donde esta cadena es importante para hacer llegar los productos de primera necesidad a los más necesitados.

En muchos casos la supply chain management no se ha implementado en las empresas o la manejan de una forma que genera falencias en los procesos, ya sea por el desconocimiento de sus dirigentes o por la una mala administración en los recursos, siendo estos casos que no permite que la empresa evolucione o mejore en su competitividad empresarial.

La finalidad donde la supply chain management, a través de estrategias planteadas es progresar su calidad de vida en consumidores, podemos decir que las partes importantes en esta supply chain es la sostenibilidad, colaboración, tecnología y calidad de vida. el desafío de las empresas es diagnosticar, evaluar o saber el momento en que se tiene que invertir en tecnologías para un mejor desempeño de estas para ser más competentes.

1.1.1. Internacional.

(Editorial. Logistica. La, 2017). En su investigación “La problemática y los desafíos más comunes entre los especialistas de logística y SCM”. Hace referencia a problemas donde profesionales pasan como desapercibido tal como

es el tema de la supply chain management, no tomando en cuenta que esto viene a ser uno de los puntos relevantes para una mejor consistencia en las empresas. Es el hecho que se puedan producir costos adicionales afectando significativamente a las empresas, no solo afectando en la parte financiera de las empresas, sino en un entorno general, como por ejemplo la pérdida de clientes, la percepción de imagen de la empresa. No teniendo un correcto manejo de la supply chain management impide la flexibilidad de las empresas para su adaptación a un entorno global en una constante evolución.

(Transgesa, 2017), en su investigación “10 grandes peligros en la serie del suministro” detalla una serie de puntos que podrían ser una problemática seria para las empresas. Estos temas que menciona el blog Transgesa hace referencia a la universidad de Tennessee por su objeto de estudio. La problemática donde la supply chain management se torna más compleja para un producto se vuelve un problema para la conservación de su calidad integra. También hace referencia a compañías en busca de un producto innovador o haber lanzado uno sin antes hacer los estudios respectivos. “Lanzar un nuevo producto que se descubra como defectuoso además del daño de imagen para la marca supone un calvario logístico para la compañía: devoluciones, reposiciones, plazos para lograr subsanar los problemas de calidad, problemas para detectar su origen”. Habiendo deducido uno de los puntos también hacemos referencia a los inventarios, catástrofes naturales, pérdidas económicas, daño en tráfico, retraso de nuevas producciones, seguridad, dominio intelectual, inseguridad política y aduaneras.

(Serenio, 2016). En su publicación: los problemas que afectan la competitividad empresarial. Menciona que los problemas de competitividad no solo se ven en las empresas sino también a nivel de países afectando a estas. Donde en Europa se ven reflejadas sobre riesgos en la geopolítica, donde se refleja los poderes de gobierno dictando sus términos, bien pueden afectar a diferentes economías o todo lo opuesto, donde luego vienen las respuestas de otras economías y preguntas de cómo se equilibrará la economía si es el caso que se vea afectada hacia algún sector en específico, la corrupción es un pilar

para que una economía de un estado no hacienda de manera competitiva ante las otras, todas estas problemáticas se ven también reflejadas en una empresa, en donde estas tendrá que aplicar diferentes estrategias para no dejar de ser competitiva.

1.1.2. Nacional.

(Martínez, 2017), en su publicación “Gloria y Florida: ¿Falla de cadena de suministros? Estas empresas De Yichang y el Grupo Gloria presentaron problemas en su supply chain management con un producto final no apto para el consumo humano. En este caso la falta de supervisión de supply chain management ha llevado a que en el proceso de obtención del producto final haya fallado de manera alarmante, puesto que son empresas internacionales. Esto les conlleva a evaluar su supply chain management desde el inicio, lo cual empezarían en la selección de sus proveedores.

(Gestión, 2016), en su publicación “INEI: se reflejará la problemática de las compañías que presentan limitaciones en su desarrollo. Existiendo factores que limita el desarrollo de compañías”. Puntos señalados también son las restricciones de financiamiento para su implementación, por otro lado, las regulaciones tributarias. Estos factores hacen que las empresas impidan su crecimiento y la competitividad frente a industrias más posicionadas en el mercado.

(Huamaní, 2020), en su publicación “Innovación impulsará competitividad de empresas”. la problemática que nos presenta esta preocupación no es algo nuevo en nuestro país haya falencias en cuanto a innovación y el acceso a nuevas tecnologías esto hace que empresas tanto públicas como privadas se estanquen y vayan en forma lenta frente a los otros países que invierten en estas. Menciona también problemas en la cadena de valor lo que genera a las empresas ser incompetentes, se debe a te estas tienen falencias en varios ámbitos que conforman a la empresa u organización y deben ser evaluadas para una orientación favorable.

1.1.3. Local.

(La República , 2019), es su publicación “Falla geológica en la región amazónica deja incomunicado a habitantes en más de 40 centros poblados”. Esta es una problemática para los agricultores de todos los años y afecta también a la cadena de suministro. Esto se debe a los cambios climáticos que, perjudican a los cultivos, ganadería, etc. si bien es cierto que Bagua es una zona que tiene altas temperaturas, pero cuando se dan estos cambios se producen grandes desastres y las autoridades no atienden inmediatamente este tipo de problemas. Las poblaciones al ver esta problemática han solicitado al gobierno regional y nacional la construcción de una trocha. Esto ayudaría a que los agricultores puedan llevar sus productos a comercializarlos.

(América Tv, 2016), en su publicación “Bagua: derrame de petróleo provoca desastre ecológico”. Este noticiero nos informa que se ha producido un derrame de petróleo perteneciente a la empresa estatal PetroPerú indicando lo siguiente: “Habitantes de la comunidad nativa localizada a tres kilómetros del distrito Chiriaco-Bagua, acusaron que ha surgido el derrame de petróleo afectando al río Marañón en el sector”. Sin duda esto es un problema de muy alto riesgo contra la flora y fauna, afectando a las personas que tienen sembríos de distintos productos que se proveen con las aguas del río marañón como lo indica, afectando a hectáreas de terrenos. Para restaurar el ecosistema de un derrame de petróleo aproximadamente tarda entre 10 a 20 años.

Valley Coffee Trading SAC. Empresa dirigida a la exportación en cafés especiales del distrito de Bagua Grande. En su acopio de la materia prima presenta una serie de contratiempos, empezando por el recibimiento del café que, no teniendo un espacio amplio, genera un retraso para los proveedores encontrando cuellos de botella y saturación en la misma. Por otro lado, en su almacén no existe una correcta distribución por calidades de café, generando en ocasiones confusión, retaso, esto genera costos adicionales para la empresa y por ende le resta competitividad ante otras empresas mejor implementadas. Una

falta de precisión en los datos en este caso se vería reflejado en la zona de acopio ya que muchas veces la ubicación de o la falta de codificación ralentiza la supply chain management. En la distribución hacia la planta de proceso se ve un caso repetitivo de movimientos de sacos generando más acción de incremento de costos esto detiene el tiempo de recepción en materia prima de abastecedores. Estas causas hacen que la empresa sea menos competitiva en tiempos de campaña.

1.2. Antecedentes de estudio

1.2.1. Internacional.

(García, 2018). En su estudio doctoral “Donde se investiga el manejo de las TIC y cómo influyen en la dirección de la red de suministros”. Cuyo objetivo es analizar el impacto y comportamiento de las TIC (tecnología, información y comunicaciones) en todos los procesos de las empresas, claramente enfocándose en la cadena de suministros, integrando a proveedores y clientes para llevar un control de eficiencia en rendimiento de la empresa. Esta investigación es de variable explicativa y teniendo como población con un nivel internacional de empresas de los siguientes sectores: manufactureras, tecnológico, fabricantes y distribuidores, logística y cadena de suministro industrial, como muestra hace referencia a según el número de trabajadores que pueda tener una empresa. Como conclusión las TIC juegan una actividad importante dentro de la red de suministro de una empresa otorgando no solo oportunidades sino también el crecimiento empresarial. Los TIC también ofrecen ventajas dentro de la empresa como podría ser, apertura a nuevos mercados como es el caso del e-commerce, permite adecuar un modelo de negocio referente al cliente, fomentar un trabajo colaborativo, permitirá plantear estrategias de marketing digitalizado, entre otras ventajas que puede ofrecer las TIC.

(Echeverría, 2017). En su tesis “Estrategias para el perfeccionamiento en la red de abastecimiento”. Cuya finalidad es evaluar las variables los cuales

hacen que el servicio al cliente sea de baja calidad y así realizar un intento de perfeccionamiento para la obtención de un fill rate de 90%, con el mejoramiento de estas variables dar solución a la cadena de suministro que estaría afectando en la etapa final hacia el cliente. Este es un diseño de investigación diagnóstica, por lo tanto, podemos concluir que el FR va a depender de un contrato que tengan con los clientes y que la empresa cumpla con ello, entonces el FR nos ayuda a medir la cantidad de productos enviados a nuestro cliente. Es importante verificar el contrato de compra venta y llevar un seguimiento en cuanto al momento del envío de los productos solicitados.

(Manzano, 2017). En su tesis “La red de aprovisionamiento dirigida al área comercial con efecto de utilidad en la compañía Rectima Industry”. Donde el motivo es examinar la cadena de abastecimiento para así optimizar el transcurso y minimizar los costes en la empresa. Manejar la red de abastecimiento en una compañía te ayudara no solo a disminuir los costos sino también a seguir el proceso del producto para lograr una mejor calidad y una mejor satisfacción hacia tus clientes. Esta investigación comprende de dos tipos que son: exploratoria y descriptiva, cuya población está enfocada a participantes de la compañía Rectima Industry. La cadena en suministro implica que debe de ejecutarse correctamente para obtener el agrado de los compradores y éxito en la empresa, para ello, esto toma inicio desde el abastecimiento en materias primas hasta el cliente objetivo. Tener una planificación, ejecución y control sobre la CS llevará a la empresa a ser más competitiva.

(Cuentas & Marriaga, 2018). En su tesis “Determinaciones que influyen en la competencia de las MYPES exportadoras en Colombia”. Cuyo objetivo es reconocer y distinguir los elementos que intervienen en la competitividad de PYMES dedicadas a la exportación en Colombia, determinar la competitividad empresarial te permite tener un enfoque de las debilidades de estas y poder generarlas en fortalezas para estas. Esta investigación tiene un diseño documental. Con la realización de un FODA nos permitirá tener un

enfoque más amplio de las empresas con ello ir reorganizando para el fortalecimiento de la competitividad, también incluyendo un plan de gestión estratégica, lo cual nos va a permitir reorganizar ciertas partes de la organización como es el caso de la visión de la empresa, cuyo objetivo es alinear el trabajo y/o actividades enfocados en la visión.

(Minchalo, 2017). En su tesis “Tácticas de la cadena logística y la cadena de suministro dirigido a las MYPES del sector maderero”. cuyo objetivo es proponer diseños de estrategias de logística y de SCM enfocados en las PYMES madereras, con lo cual es entregar los productos en el momento preciso, lugar y tiempo convenido en el acuerdo de compra venta, donde también busca analizar los inventarios aplicando estrategias asimilándolas al tiempo y con el cumplimiento del contrato para cumplir con la meta de las PYMES con la finalización de un control interno y de comercialización. Esta investigación es de tipo de análisis descriptivo y cuantitativo, con una muestra de 85 MYPIMES. Las estrategias de logística como las de SCM en una empresa es de vital importancia, gestionándolas de manera efectiva dar resultados positivos para las empresas emergentes y las ya existentes, generando menos costos, optimización de procesos, ofreciendo una buena calidad en el producto y con clientes satisfechos.

1.2.2. Nacional.

(Burga & Ordaz, 2018). En su estudio denominada “Supply chain management para acrecentar en utilidad del negocio King Kong Lambayeque”. Su propósito general fue Manager supply chain adecuadamente de aumentar en renta en la compañía “King Kong”, teniendo en cuenta el sistema de gestión de registro y de acopio, agregando estrategias eficientes para la mejor actividad de red de suministro en la compañía. En su exploración es de tipo cuantitativa, no experimental, porque es inmanipulable las variables. Con el propósito de que la empresa obtenga una predicción de su demanda de producción, se maneje una buena distribución de mercancías en el acopio y gestión de registro, mejorando

en eficiencia económica obteniendo una mayor competitividad e involucrando al recurso humano para su óptimo desenvolvimiento.

(Campos & Ramírez, 2018). En su tesis denominada “Táctica de Supply chain management para el aumento de la competitividad de la pollería Campos Chicken”. Planteo como propósito, Calificar tácticas y administración en red de abastecimiento empleado en la pollería e implementar habilidades de red de abastecimiento para ser más competentes. Siendo su estudio de tipo cuantitativo, solicitando recaudación e indagación de información cuantificada que se obtiene aplicando instrumentos para calcular, considerando en seguridad a la suposición refiriéndose a lo influyente de tácticas en Supply chain management en la competitividad de la pollería Campos. Finalmente, deduce que el problema identificado en la pollería es la deficiencia en la cadena de suministros, desempeñándose en producir y repartir insumos, lo cual permitió establecer estrategias guiado a buscar fusión de los trabajadores y procesos de la chain. Además, se logró integrar el diseño de estrategias de Supply management, logrando la eficacia y posibilidad en solución al entorno. Tomándose como referente al modelo SCOR.

(Lozano, 2017). En su estudio denominado “Red de abastecimiento en una compañía de importación en instrumentos del sector metalmecánica”. Planteo como finalidad específica, determinar la demanda existente para poder calcular el potencial e insatisfecha a futuro. Diseñar una red logística implementando el tipo de evaluación SCOR .En su tesis es de tipo cuantitativo y cualitativo porque tiene que ver con la exploración no numérica de datos y perspectivas de investigación que buscan la producción del conocimiento .Finalmente , se observa que la problemática es el mal funcionamiento en la cadena de suministro ,por lo cual se propuso 5 procesos del modelo SCOR y mediante el diagnostico cualitativo e cualitativas permitiendo ser más eficiente en comprensión para diseñar de la propuesta.

(Domínguez & Gutierrez, 2017). En su tesis denominada “La competencia de las compañías por el incremento económico dedicadas a la exportación de orégano seco”. Tiene como finalidad, examinar la coherencia de estrategia de competitividad en el progreso económico de compañías dedicadas a la exportación de orégano y examinar en relación del mejoramiento en la productividad del progreso económico. Sus metodologías son explicativas debido a la definición de conceptos porque su propósito es percibir la conexión o clase en similitud existiendo con más ideas, rango o variables en un entorno propio, también en tipo cuantitativo porque estima como asunto y campos de investigación en sucesos. Finalmente, se observa que la muestra de competitividad opta por el incremento económico en las empresas exportadoras de orégano seco debido a las gestiones, estrategias y mejoramiento de las productividades en la empresa. Tomando en cuenta que la principal e importante estrategias en las empresas es la Diferenciación por producto. La optimización en red de producción y valor agregado son partes esenciales para el mejoramiento de la productividad.

(Camacho, 2017). En su investigación sobre “El desempeño de las compañías peruanas dedicadas a la exportación de mango”. Sus principales propósitos son: Disponer del dominio de performance en ocupación al exportador en mango y describir cual es la autoridad en el potencial exportador en industrias peruanas de mango. En su diseño exploratorio siendo descriptivo correlacional, puede definir la categoría en la agrupación entre dos variables empresariales lo cual nos da el informe de sospechar en influencias y conexiones. Finalmente, para lograr el mejor desempeño exportador en las empresas se tiene que integrar todas sus dimensiones, ya que la dimensión performance tiene poca influencia con el desempeño exportador de los comercios peruanos de mango, mayor descargo.

1.2.3. Local.

(Saavedra, 2017). En su investigación “Elementos que intervienen en la productividad del café en el departamento amazónico”. La finalidad es establecer los elementos que intervienen la productividad del café como también para su comercialización. También mencionando a cada uno de los elementos que intervienen en la producción del café que son: “gestión administrativa, el nivel de conocimiento o capacitaciones de los productores, la falta de tecnología y la carencia de respaldo financiero”. Lo que quiere incentivar el autor es que sin estos factores la productividad del café se va a ver afectado, disminuyendo el nivel de desempeño del producto como también en volumen de exportación ya que, Amazonas es una región ofrece calidad de café con estándares requeridos por la demanda internacional. Esta investigación es tipo explicativo y limita una población de las empresas que agrupan proveedores y agricultores de cafetaleros en la región Amazonas y su población está delimitada a 10 empresas que agrupan a sus proveedores antes mencionados ubicadas en Rodríguez de Mendoza y Bagua Grande, siendo estas dos provincias las que concentran más comercialización de café con calidades de 84 puntos según SCA. Con lo mencionado podemos decir que sin estos factores de apoyo no se puede lograr una producción en volumen y calidad que requieren los mercados internacionales además de ellos los productores requieren tecnologías y capacitaciones para mejorar su producto, por lo tanto, requieren un respaldo de parte de las empresas, también es importante que las empresas envíen a sus técnicos para llevar un control con sus productores.

(Quistán & Inuma, 2018), En su investigación “Desarrollo estratégico en desarrollo comercial para el incremento en economía de la asociatividad de productores de panela”. Cuyo objetivo es comercializar y posicionar la panela en el mercado. Para lograr que un producto se logre posicionar en el mercado se tiene que analizar y estudiar diferentes fases como es el caso de la comercialización del producto para ello debemos de analizar su precio al que va a entrar al mercado, el lugar o puntos de comercialización del producto y cómo vamos a promocionar el producto para informar de su existencia.

Esta investigación tiene diseño descriptivo de corte transversal y una población del total de productores del centro poblado de Cocachimba contando además con una muestra de 22 integrantes en la asociación de productores de panela en la comunidad. Podemos concluir que el sacar un producto nuevo o innovador al mercado para ser comercializado no es tan sencillo, tiene que analizar bien las 4P y tomar una decisión, e ir monitoreando para ver el nivel de aceptación que tiene el producto en este caso la panela.

(Barrenechea & Vasquez, 2019). En su tesis “Elementos críticos en las operaciones de compras debido a la oferta exportable de café tipo exportación en la asociación Bagua Grande”. Cuyo objetivo es ver como la cooperativa gestiona sus compras en cuanto a calidad de café, en el mundo del comercio no es solo comprar por comprar, también analizar la calidad de producto, depende de ello es que la marca o el nombre de la empresa representa una buena imagen frente a tus posibles clientes. Este estudio es de diseño descriptivo, siendo una muestra que engloba a operarios en el desarrollo de compra, empleados con 5 años de trabajo en la cooperativa, trabajadores encargados de la compra del café, etc. por lo tanto podemos decir la función de compras de una empresa es estratégica donde evalúa la calidad del producto y trata de integrar a sus abastecedores dentro de su red de suministro, dado como garantía constante fluidez en su materia prima.

(Collantes, 2017). En su estudio exploratorio denominado “Investigación de pre factibilidad en ejecutar los procedimientos para exportar café verde tipo exportación, provincia Rodríguez de Mendoza”. Tiene como objetivos específicos, Efectuar el estudio y detallar el proceso que se utiliza para exportar café y Disponer de certificaciones y documentación aduanera para exportación de café, cotizando en valor Free on Board (FOB). En su investigación es de tipo cuantitativa y con una población de 65 negocios de importación siendo los destinos de exportaciones peruanas, contando además con una muestra de seis importadoras relevantes de los países asignado en la exportación de café

orgánico peruano. Podemos concluir que el Distrito de San Nicolás es un lugar óptimo para implementar los de procesos de exportación del café orgánico.

(Aguirre & Sánchez, 2016). En su investigación “El procedimiento de gestionar los negocios donde ofrecen el servicio de transporte terrestre para incrementar su desarrollo empresarial”. Cuyo propósito específico es Sugerir métodos integrales que ayuden renovar la administración del negocio en transporte terrestre de pasajeros y explicar el cuadro de mando integral como instrumento en aumentar la gestión de los comercios que brindan servicios de transporte. En su estudio siendo tipo cuantitativo, descriptivo, se utilizó las siguientes técnicas: encuestas, observación, cuestionario y guía para la observación; con una población de 13 negocios que brindan ayuda de transporte terrestre de pasajeros y contando con una muestra figurada del encargado legal de los negocios. Podemos concluir que la propuesta de CMI es muy importante porque ayudara a mejorar las gestiones de la empresa en estudio, controlando los recursos con los indicadores de camino la cual permite saber la ruta. Contando con el CMI se puede contar con una ventaja competitiva, posibilitándole la realización de sus estrategias, puede saber su ejecución financiero y no financiero a través de los indicadores estratégicos.

1.3. Teorías relacionadas al tema

1.3.1. Supply Chain Management

a. Definición

(Pires, 2012, pág. 25). Nos dice que la supply chain management pasa por una cadena de desarrollo que comienza en la producción llegando a concluir con el producto, tomando así en un primer participante al abastecedor del proveedor, terminando con el cliente y comprador final. La red de abastecimiento puede ser considerada como una cadena de empresas autónomas como también semi-autónomas, llevando como responsabilidad el abastecimiento u obtención de materias, pasando por un proceso productivo y de entregar el producto o servicio a un comprador final.

(Sánchez, 2013, págs. 13, 14). Menciona que la supply chain management es la que coordina e integra a las actividades de cadena de valor en el progreso de productos y servicios en una empresa para el logro de su competitividad, obteniendo acceso a nuevos mercados de forma atractiva y estable. La cadena de suministro no solo se trata de la operación de bienes y servicios, sino también en la información que esta brinda, derivando el enfoque respecto a la información en el área que se requiera mayor atención. La cadena de suministro de debe adecuar a las necesidades del mercado con flexibilidad para situaciones imprevistas, además el mercado se va actualizando constantemente, esto hace que las empresas estén preparadas para nuevos cambios y adaptarse en la mejor manera de cubrir con las necesidades.

(Grey, 2014, págs. 44, 45, 47, 51, 53) “La gestión de la supply chain management empieza desde la producción, administración en compras de materia prima / productos terminados, el almacenaje de productos terminados, salida y dirección de flota de transporte”. Las áreas que componen al supply chain son la de planificación, producción, compras y logística. Estas áreas lo que hacen es brindar información del mercado viendo cada uno de sus componentes, ejecutan todo el proceso ya establecido, la adquisición de la MP y/o productos terminados para el desarrollo de las actividades y la entrega de productos ya pactadas con el cliente hace referente a OTIF (on time in full: “entrega a tiempo y entrega completa”).

b. Dimensiones

(Vellmann, 2012, págs. 63, 64). En su libro sobre gestionar una red de abastecimiento, con el fin de examinar la variable de supply chain management, se considerarán las siguientes dimensiones: abastecimiento, producción y distribución

c. Indicadores

Con relación a los puntos que se consideraron, los indicadores que se tomaran en cuenta para examinar los objetivos son: Obtención de materia prima, Recepción de materia prima, Inspección y almacenaje en materia prima,

Certificación de calidad del proveedor, Costo de logística de abastecimiento, Contratos con proveedores, Cambios en desarrollo de producción, dirección de recursos y equipos, Capacidad a corto plazo, Gestionar demanda, Gestionar pedidos, Almacén de productos terminados, Gestionar y costear transporte, Infraestructura de entrega.

1.3.2. Competitividad

a. Definición

(Magretta, 2015). Para una empresa la competitividad está conectada con buenas estrategias que se tomen ante la evolución de los mercados, para ser mejores que la competencia, cabe dejar en claro que no siempre se aspira a ser mejor que otro, sino de lograr sus objetivos planteados y/o a dónde quiere llegar la empresa. El plantear buenas estrategias hace que los encargados de evaluarlas tomen decisiones efectivas.

(Guibert, 2013). Nos hace mención que la competitividad empresarial se puede dividir por cuotas de mercado, sin tener visión alguna sobre su rentabilidad, solo el hecho de expandirse ya la hace aún más competitiva. Además de esto señala que la competitividad no solo es externa con el mercado, sino también interna, entrando en competencia entre sí misma para lograr su máximo rendimiento refiriéndose al personal, procesos, materiales, etc. en cuanto a la competitividad externa se refiere a los objetivos o logros de la empresa. Al tener un alto nivel de competitividad o haber logrado su competitividad, estas deben de mantenerse para un futuro, buscando nuevos nichos de mercados, productos sustitutos para la época en que no es campaña para el producto principal, claro está dependiendo el rubro en que se encuentre.

(Pecina, 2012). Hace referencia que la curva de la experiencia de una empresa es manejar o conocer debidamente el tiempo de vida de un producto dentro de la empresa, conociendo los procedimientos adecuados para la reducción de costos. El contar con personal de experiencia hace que la empresa gane tiempo en sus operaciones y se hace más competitiva o todo lo contrario si

contratan personal sin la experiencia adecuada, lo cual tomara tiempo para su rendimiento esperado. Por otro lado, nos menciona a la entrega de productos y/o materias primas “justo a tiempo” (JIT) esto reducirá también los costos de una empresa.

b. Dimensiones

(Magreta, 2015, págs. 20, 35, 69). En su libro sobre la forma de entender a Michael Porter, con el fin de examinar la variable competitividad, se considerarán las siguientes dimensiones: Disciplinas de valor, Integridad multidimensional de competitividad, Cadena de valor para clientes.

c. Criterios

Con relación a los puntos que se consideraron, los indicadores que se tomaran en cuenta para examinar los objetivos son: Poder de negociación de los compradores, rivalidad entre competidores y/o compañías, amenaza de nuevos competidores entrantes, dominio de negociación de proveedores, amenaza de productos suplentes, producir valor hacia clientes, interactuar con rivales, utilizar de forma productiva los recursos, investigación y desarrollo, administrar la cadena de suministro, operaciones, mercadotecnia y ventas, servicio posventa.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es la influencia que existe entre el supply chain management y la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. en el distrito de Bagua Grande?

1.5. Justificación e importancia del estudio

El presente estudio posee una justificación práctica; porque presenta aspectos favorables para su fortalecimiento y aspectos para su corrección, donde los resultados ayudarán a proponer un mejor control en la cadena, permitiendo así diseñar mejoras políticas y procedimiento, ayudando a la empresa Valley Coffee Trading SAC. a la solución de sus dificultades de la red

de suministro, generando un modelo estable para su ejecución en la correcta adecuación del área de almacén de sus materias primas.

Posee una justificación teórica, donde la definición, procesos de planificación de cadena de suministro no se encuentra accionando de forma correcta, por lo cual ampliar las teorías que se tienen respecto a esta variable y la influencia en la competitividad empresarial. Además, se realizará un análisis sobre teorías que se tienen hasta el momento respecto la cadena de suministro para generar un modelo que será aplicado en la red de suministro en la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Además se justifica metodológicamente, para lograr esto se usarán técnicas de investigación donde se realizarán entrevistas y análisis documentario con el fin de cuantificar la aceptación de nuevas propuestas o estrategias en la cadena de suministro viéndolo como un objetivo a largo plazo, para obtener resultados deseados, orientada también a la un mejor desempeño en su competitividad, donde pretende proponer un nuevo sistema para la verificación o identificación de problemas referente a la situación de supply chain de otras empresas, donde puede ser implementado para nuevas investigaciones o ser utilizado como una base para el principio de su ejecución.

1.6. Hipótesis

Existe relación entre el supply chain management y la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

H0= La supply chain management no influirá en la competitividad empresarial de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

H1= La supply chain management influirá en la competitividad empresarial de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

1.7. Objetivos

1.7.1. Objetivo general:

Relacionar la influencia del supply chain management en la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

1.7.2. Objetivos específicos:

- Diagnosticar el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC.
- Delimitar el nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC.
- Determinar la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC.

II. MÉTODO

2.1. Tipo y diseño de Investigación

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). La investigación tiene orientación cuantitativa. El enfoque es cuantitativo permitiendo realizar y organizar sus instrumentos (entrevistas, trabajo de campo etno-grafico, análisis de recolección) y sus trabajos de manera eficaz. Así mismo el estudio es de tipo correlacional – explicativa; correlacional debido a que identifica los problemas de la red de cadena de suministro y el nivel de competitividad en la empresa Valley Coffee Trading SAC. donde también se establecerá si existe o no un grado de nivel de relación entre las dos variables, la cual se dedica a la exportación de Café en el distrito de Bagua Grande, siendo de diseño no experimental.

2.1.1. Investigación explicativa

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). En la publicación de su libro sobre los métodos de investigación, hace mención que la investigación explicativa no solo se basa en describir un problema delimitándolo de una forma concreta, sino también de explicar los hechos que originan a una situación. Interpretando una realidad o explicación del porqué de la finalidad de la investigación. Este tipo de investigación busca establecer causas, estableciendo

así conclusiones y explicaciones. Describe al enfoque cualitativo eludiendo como una investigación originaria, fenomenológica, exponencial o etnográfica, donde se recolectan datos informáticos, sin alguna medición de cifras, para detectar o perfeccionar preguntas durante el desarrollo.

2.2. Población y muestra

2.2.1. Población

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). Considera que la población es un grupo donde coinciden en una secuencia de especificaciones, conocida también como población o universo.

Como población se consideró a los trabajadores que integran la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Descripción	Cantidad
Trabajadores de la empresa Valley Coffee Trading SAC	13
Total	13

2.2.2. Muestra

(Hernández, Fernández, & Baptista, 2006). Considera que la muestra es parte de un todo, es una porción de la población, donde la recolección de información representará a la población. En este método de investigación, será una muestra no probabilística, la cual indica que es dependiente de la toma de decisiones a los cuales estará enfocada.

Se tomará como muestras a las personas encargadas de las áreas que intervienen de alguna forma en la cadena de suministro, que vendrían a ser: gerente general, gerente administrativo, supervisor de control de calidad, responsable comercial, asistente contable, con el propósito de extraer un informe para el desempeño en el estudio contando con los especialistas en las áreas ya mencionadas:

VALLEY COFFEE TRADING SAC	David Coronel Becerra	Gerente Administrativo
VALLEY COFFEE TRADING SAC	Alex Iván Vallejos Anaya	Gerente General
VALLEY COFFEE TRADING SAC	Alindor Carranza Alarcón	Superv. de Control de Calidad
VALLEY COFFEE TRADING SAC	Damaris Delgado Morales	Responsable Comercial
VALLEY COFFEE TRADING SAC	Luz Ynga Cabrera	Asistente Contable

2.3. Variables y operacionalización

Variable	Dimensión	Indicador	Ítems	Técnica e instrumento de recolección de datos
Variable: Supply chain management	Abastecimiento	Obtención de materia prima	1,2,3,4,5,6	Encuesta
		Recepción de materia prima		
		Inspección y almacenaje de materia prima		
		Certificación de calidad del proveedor		
		Costo de logística de abastecimiento		
		Contratos con proveedores		
	Producción	Cambios en procesos de producción	7,8,9,10,11,12	Encuesta
		Gestión de recursos y equipos		
		Control de calidad		
		Proceso de producción		
		Capacidad a corto plazo		
	Distribución	Gestionar demanda	13,14,15,16,17	Encuesta
		Gestionar pedidos		
		Almacén de productos terminados		
		Gestionar y costear transporte		
Infraestructura de entrega				

Variable: Competitividad	Disciplinas de valor	Poder de negociación de los compradores	1,2,3,4,5	Encuesta
		Rivalidad entre competidores y compañías		
		Amenaza de nuevos competidores entrantes		
		Dominio de negociación de los proveedores		
		Amenaza de productos suplentes o sustitutos		
	Integridad multidimensional de competitividad	Generar valor hacia clientes	6,7,8	Encuesta
		Interactuar con rivales		
		Utilizar de forma productiva los recursos		
	Cadena de valor para clientes	Investigación y desarrollo	9,10,11,12,13	Encuesta
		Administrar la cadena de suministro		
		Operaciones		
		Mercadotecnia y ventas		
		Servicio posventa		

2.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad

Para el avance de la exploración se emplearon las siguientes herramientas: Portal web Diario Gestión, libros de investigación y repositorios de universidades, con el propósito de recoger informe relevante a nuestras variables de investigación, para obtener información con mayor certeza investigamos en la plataforma de la empresa VALLEY COFEE TRADING. Así mismo se realizará entrevista a los jefes encargados de la Supply chain con el objetivo de tener un informe interno de la empresa, por último, se recurre a la biblioteca virtual de la Universidad Señor de Sipan.

2.4.1. Validez

Con la validez de los datos en el proyecto de investigación se realizó un formulario de preguntas donde los entrevistado respaldaron los datos informativos, dando validez a la investigación.

2.4.2. Confiabilidad

El proyecto es confiable, ya que se realizará un análisis documental, considerando que fue validada profesionales en la materia de estudio.

2.5. Procedimientos de análisis de datos

El método para acopio de datos se determinará por los siguientes:

a) Observación de la realidad

Las fichas de observación y las guías de análisis documental, se utilizaron en la empresa para la toma de datos fácil, el cual los datos se usaron en herramientas de control y elaboración de un mapa de procesos el cual permite conocer los procesos claves y críticos, lo cual se identificará la posible mejora.

b) Encuestas

Se elaboraron 2 tipos de encuestas para los encargados de las áreas de la gestión de suministro: jefe de producción, compras, almacén y de suministros.

Se analizó la evaluación actual de la Supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

2.6. Criterios éticos

Criterios	Aplicación
Originalidad	Se respetarán los derechos de los escritores mencionados, considerando la normativa APA.
Veracidad	la información recolectada, es extraída de fuentes verídicas, según las variables, que haya sido demostrado.
Derechos laborales	este objeto de investigación se tratará de forma responsable por parte de los autores.

2.7. Criterios de rigor científicos

Criterios	Aplicación
Objetividad	Va ligado a los objetivos que se quiere lograr y desarrollar.
Confiabilidad	Instrumento utilizando son libros, revistas, tesis, teorías relacionadas a las variables, de fuentes verídicas donde el lector pueda fiarse.
Validación	Dada una constante evaluación y corrección por parte del asesor, la información es validada.

III. RESULTADOS

3.1. Resultados en tablas y figuras

Objetivo general: Relacionar la influencia del supply chain management en la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Table 1: VARIABLES: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – COMPETITIVIDAD (Correlación)

			Competitividad		
			Casi Nunca	Regularmente	Total
Supply chain management	Regularmente	Recuento	1	0	1
		Recuento esperado	,4	,6	1,0
		% del total	20,0%	0,0%	20,0%
	Casi Siempre	Recuento	1	3	4
		Recuento esperado	1,6	2,4	4,0
		% del total	20,0%	60,0%	80,0%
Total	Recuento	2	3	5	
	Recuento esperado	2,0	3,0	5,0	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Fuente: Exportado del SPSS. V25

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación	Significación	Significación
			asintótica (bilateral)	exacta (bilateral)	exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	1,875 ^a	1	,171		
Corrección de continuidad ^b	,052	1	,819		
Razón de verosimilitud	2,231	1	,135		
Prueba exacta de Fisher				,400	,400
Asociación lineal por lineal	1,500	1	,221		
N de casos válidos	5				

a. 4 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Según la prueba de hipótesis general del chi-cuadrado, se observa que la Significación asintótica (bilateral) es de $0,171 > 0,05$ por lo tanto no se rechaza la H_0 : La supply chain management no influirá en la competitividad empresarial de la empresa Valley Coffee Trading SAC. Y se rechaza la H_a : El supply chain management influirá en la competitividad empresarial de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Objetivo específico 1: Diagnosticar el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Table 2: DIMENSIÓN Y VARIABLE: ABASTECIMIENTO – COMPETITIVIDAD

Tabla cruzada Abastecimiento*Competitividad

			Competitividad		
			Casi Nunca	Regularmente	Total
Abastecimiento	Regularmente	Recuento	1	1	2
		Recuento esperado	,8	1,2	2,0
		% del total	20,0%	20,0%	40,0%
	Casi Siempre	Recuento	1	2	3
		Recuento esperado	1,2	1,8	3,0
		% del total	20,0%	40,0%	60,0%
Total	Recuento		2	3	5
	Recuento esperado		2,0	3,0	5,0
	% del total		40,0%	60,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado

	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,139 ^a	1	,709		
Corrección de continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	,138	1	,710		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,700
Asociación lineal por lineal	,111	1	,739		
N de casos válidos	5				

a. 4 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,80.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Considerando la prueba de hipótesis específica en donde se considera a la dimensión abastecimiento no tiene una correlación o relación con la variable competitividad, teniendo así una Significación asintótica (bilateral) de $0,709 > 0,05$ contrastando así con este resultado que no existe ninguna relación entre la dimensión 1 y la variable 2.

Objetivo específico 2: Delimitar el nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

Table 3: DIMENSIÓN Y VARIABLE: PRODUCCIÓN – COMPETITIVIDAD

Tabla cruzada Producción *Competitividad					
		Competitividad			
			Casi Nunca	Regularmente	Total
Producción	Regularmente	Recuento	0	1	1
		Recuento esperado	,4	,6	1,0
		% del total	0,0%	20,0%	20,0%
	Casi Siempre	Recuento	2	2	4
		Recuento esperado	1,6	2,4	4,0
		% del total	40,0%	40,0%	80,0%
Total		Recuento	2	3	5
		Recuento esperado	2,0	3,0	5,0
		% del total	40,0%	60,0%	100,0%

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,833 ^a	1	,361		
Corrección de continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	1,185	1	,276		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,600
Asociación lineal por lineal	,667	1	,414		
N de casos válidos	5				

a. 4 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,40.

b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Considerando la prueba de hipótesis específica en donde se considera a la dimensión producción no tiene una correlación o relación con la variable competitividad, teniendo así una Significación asintótica (bilateral) de $0,361 > 0,05$ contrastando así con este resultado que no existe ninguna relación entre la dimensión 2 y la variable 2.

Objetivo específico 3: Determinar la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC.

Table 4: DIMENSIÓN Y VARIABLE: DISTRIBUCIÓN – COMPETITIVIDAD

Tabla cruzada Distribución*Competitividad					
		Competitividad			
		Casi Nunca	Regularmente	Total	
Distribución	Regularmente	Recuento	1	1	2
		Recuento esperado	,8	1,2	2,0
		% del total	20,0%	20,0%	40,0%
	Casi Siempre	Recuento	1	2	3
		Recuento esperado	1,2	1,8	3,0
		% del total	20,0%	40,0%	60,0%
Total	Recuento	2	3	5	
	Recuento esperado	2,0	3,0	5,0	
	% del total	40,0%	60,0%	100,0%	

Pruebas de chi-cuadrado					
	Valor	df	Significación asintótica (bilateral)	Significación exacta (bilateral)	Significación exacta (unilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	,139 ^a	1	,709		
Corrección de continuidad ^b	,000	1	1,000		
Razón de verosimilitud	,138	1	,710		
Prueba exacta de Fisher				1,000	,700
Asociación lineal por lineal	,111	1	,739		

- a. 4 casillas (100,0%) han esperado un recuento menor que 5. El recuento mínimo esperado es ,80.
b. Sólo se ha calculado para una tabla 2x2

Considerando la prueba de hipótesis específica en donde se considera a la dimensión distribución no tiene una correlación o relación con la variable competitividad, teniendo así una Significación asintótica (bilateral) de $0,709 > 0,05$ contrastando así con este resultado que no existe ninguna relación entre la dimensión 3 y la variable 2.

Habiendo tenido ya los resultados del chi-cuadrado, se contrastará a través del Rho de Spearman si existe o no correlación entre la variable supply chain management y la variable competitividad.

PRUEBA GENERAL DE RHO DE SPEARMAN

Table 5: VARIABLE: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT – COMPETITIVIDAD (Correlación).

Correlaciones				
			Supply chain management (Agrupada)	Competitividad (Agrupada)
Rho de Spearman	Supply chain management (Agrupada)	Coefficiente de correlación	1,000	,612
		Sig. (bilateral)	.	,272
		N	5	5
	Competitividad (Agrupada)	Coefficiente de correlación	,612	1,000
		Sig. (bilateral)	,272	.
		N	5	5

En este apartado del Rho de Spearman podemos contrastar que no existe ningún tipo de relación entre estas dos variables en donde la Sig. (bilateral) es $0,272 > 0,05$. Comprobando así que no existe relación entre la supply chain management y la competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. En

lo cual evidencia aun la problemática de la empresa y que no asocia con la competitividad de la misma, esto genera mucha incertidumbre en la empresa lo cual es un problema que debe de tomar acciones para mejorar tanto en la supply chain management y su competitividad como tal.

Prueba específica 1 de Rho de Spearman

Table 6: DIMENSIÓN Y VARIABLE: ABASTECIMIENTO – COMPETITIVIDAD (Correlación).

Correlaciones				
			Competitividad (Agrupada)	Abastecimiento (Agrupada)
Rho de Spearman	Competitividad (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,167
		Sig. (bilateral)	.	,789
		N	5	5
	Abastecimiento (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,167	1,000
		Sig. (bilateral)	,789	.
		N	5	5

Teniendo los resultados del Rho de Spearman, podemos corroborar que no existe una correlación entre la dimensión abastecimiento y la variable competitividad, ya que la Sig. (bilateral) es de 0,789 siendo esta mayor a 0,05.

Prueba específica 2 de Rho de Spearman

Table 7: DIMENSIÓN Y VARIABLE: PRODUCCIÓN – COMPETITIVIDAD (Correlación).

Correlaciones				
			Competitividad (Agrupada)	Producción (Agrupada)
Rho de Spearman	Competitividad (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	-,408
		Sig. (bilateral)	.	,495
		N	5	5
	Producción (Agrupada)	Coeficiente de correlación	-,408	1,000
		Sig. (bilateral)	,495	.
		N	5	5

Obtenidos los resultados del rho de spearman, podemos corroborar que no existe una correlación entre la dimensión producción y la variable competitividad, ya que la Sig. (bilateral) es de 0,495 siendo esta mayor a 0,05.

Prueba específica 3 de Rho de Spearman

Table 8: DIMENSIÓN Y VARIABLE: DISTRIBUCIÓN – COMPETITIVIDAD (Correlación).

Correlaciones				
			Competitividad (Agrupada)	Distribución (Agrupada)
Rho de Spearman	Competitividad (Agrupada)	Coeficiente de correlación	1,000	,167
		Sig. (bilateral)	.	,789
		N	5	5
	Distribución (Agrupada)	Coeficiente de correlación	,167	1,000
		Sig. (bilateral)	,789	.
		N	5	5

Con estos datos determinados que no existe ningún grado de correlación entre la dimensión distribución y la variable competitividad, ya que la Sig. (bilateral) es de 0,789 siendo esta mayor a 0,05.

3.2. Discusión de resultados

A partir de los resultados obtenidos, aceptamos la hipótesis nula, la cual establece que la supply chain management no influirá en la competitividad empresarial de la empresa Valley Coffee Trading SAC.

De acuerdo con nuestros resultados presentados por García (2018), nos dice que la tecnología, información y comunicación hacen más eficientes a la cadena de suministros, lo cual en nuestra investigación la empresa Valley coffee trading SAC. no la está tomando en cuenta, de esta manera deducimos que las tic no tienen influencia en la cadena de suministros de la empresa.

Según los resultados presentados por Manzano (2017), menciona que el realizar un buen control en el almacén tanto ingreso como salida de los productos, hace una mejor optimización en el almacén lo cual beneficia en agilizar la supply chain management, con lo cual no concordamos, ya que la empresa Valley coffee trading SAC. no ve conveniente realizar una optimización en su supply chain management.

Según los resultados presentados por Cuentas & Marriaga (2018), menciona que la demanda no influye en la competitividad de las empresas exportadoras, en lo cual se concuerda con los resultados obtenidos de estas autoras, ya que la empresa Valley coffee trading SAC. no toma en cuenta la demanda para ser competitiva, ps en donde esta no realiza sus seguimientos de postventa, no investiga el comportamiento de su producto en los mercados internacionales. Los resultados presentados por Michanlo (2017), al aplicar su propuesta nis dice la efectividad de tener un correcto control y orden en los almacenes de la empresa de muebles, hace más eficiente y efectivos sus procesos, en lo cual estamos en desacuerdo ya que para la empresa Valley coffee trading SAC no es necesario el orden y control en su almacén. En su estudio Burga & Ordaz (2018), nos dicen que para aumentar la rentabilidad de la empresa se deben tener en cuenta los procesos que ejecuta y de cómo las ejecuta.

Lozano (2017), no dice que el intercambio de información entre las áreas de la empresa es fundamental para conseguir un solo direccionamiento. Lo cual concordamos hasta cierto punto ya que la empresa Valley coffee trading SAC. tiene dicha comunicación, pero tiene deficiencias en su proceso de supply chain management. En su investigación Campos & Ramírez (2018), nos dice que los resultados que obtuvo depende de la demanda para tener una mejor competitividad de la empresa, en done estamos en total desacuerdo ya que los resultados obtenidos en la empresa, la competitividad no depende de la demanda. En el trabajo realizado por Domínguez & Gutiérrez (2017), nos dice que la innovación en el producto demanda una mejor competitividad de la empresa, ya que esta se diferencia de la competencia, en donde estamos en total

desacuerdo ya que la empresa Valley coffee trading no innova en su producto. Camacho (2017) no dice que las empresas no priorizan la investigación y desarrollo lo cual no hace que tenga una cuenta competitividad, en lo cual estamos totalmente de acuerdo ya que la empresa Valley coffee trading tampoco lo realiza y es algo en lo cual las empresas en general deben de invertir un poco más. Quistán & Inuma (2018), no dice que los productores de panela no tienen precios competitivos, ya que dependen de la materia prima que es demasiado elevada y no les genera un índice de competitividad, por lo cual estamos en total desacuerdo en este aspecto ya que en el caso de la empresa en la cual se está llevando a cabo la investigación si tienen precios competitivos pero lo que no generan es la competitividad.

Barrenechea & Vázquez (2019), Collantes (2017); donde ambas investigaciones nos dicen que tener un control y codificación en almacén es muy importante para llevar un mejor control, con lo cual estamos en desacuerdo ya que la empresa no realiza dichas acciones, por el otro lado de Collantes pues no dice que contar con certificaciones es parte fundamental de una empresa para que su producto sea exportado ya que los mercados son más exigentes, en lo cual estamos mutuamente de acuerdo ya que la empresa si cuenta con certificaciones como: Fairtrade, USDA, entre otras.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. Conclusiones

En esta tesis se diagnosticó el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC. Donde presenta una serie de problemas lo cual hace que esta no tenga una correcta y eficiente supply chain management, en donde esta le puede conllevar a generar costos innecesarios por no tener una correcta administración de ésta, afectando así de forma significativa en un largo plazo.

En esta tesis se delimitó el grado e nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. debido a los resultados obtenidos la competitividad

de la empresa no está siendo tomada en cuenta, ya que no tiene una tendencia a que se estén empleando estrategias para incrementarla y ser más competentes en el sector.

En esta tesis se evaluó la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC. en donde se determinó que no existe relación entre estas dos variables, en donde la empresa solo toma en cuenta a su supply chain management, sin considerar su competitividad la cual le puede llevar a tener un mejor posicionamiento en el mercado de exportación de café.

4.2. Recomendaciones

La empresa Valley coffee trading SAC. debe de tomar acción sobre su cadena de suministros para no generar costos adicionales, lo cuales afectan a la empresa a largo plazo significativamente y así poder optimizar sus procesos en almacén.

Investir en investigación, desarrollo e innovación, va hacer que la empresa tome inicios en su competitividad, por otro lado, realizar un seguimiento postventa de su producto para medir el impacto que este genera en los mercados internacionales.

Bibliografía

- Aguirre, G., & Sánchez, R. (2016). *El cuadro de mando integral como sistema de gestión de empresas que prestan servicios de transporte terrestre de pasajeros interregional para mejorar su gestión empresarial, distrito de Chachapoyas-Amazonas 2016*, (tesis, Universidad Rodriguez de Mendoza). Repositorio Universidad Rodriguez de Mendoza, Chachapoyas. Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1253/INFORME%20DE%20TESIS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- América Tv. (26 de 01 de 2016). *Bagua: derrame de petróleo provoca desastre ecológico*. Obtenido de América Tv: <https://www.americatv.com.pe/noticias/actualidad/bagua-derrame-petroleo-provoca-desastre-ecologico-comunidad-nativa-n216634>
- Barrenechea, A., & Vasquez, M. (2019). *FACTORES CRÍTICOS DE LA GESTIÓN DE COMPRAS QUE INCIDEN EN LA OFERTA EXPORTABLE DE CAFÉ VERDE EN GRANO DE LA COOPERATIVA AGRARIA CAFETALERA BAGUA GRANDE LTDA*, (tesis para título profesional Administración de negocios, Universidad San Martín de Porres). Repositorio Universidad San Martín de Porres, Chiclayo. Obtenido de http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/5554/barrenechea_qac-vasquez_pmfy.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Burga, L., & Ordaz, M. (2018). *GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS PARA INCREMENTAR LA RENTABILIDAD EN LA EMPRESA KING KONG LAMBAYEQUE SAC. CHICLAYO, 2017*, (tesis, Universidad Señor de Sipan). Repositorio Universidad Señor de Sipan, Pimentel . Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/5054/Burga%20Catedra%20%26%20Ordaz%20Bustamante.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Camacho, M. (2017). *LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL Y EL DESEMPEÑO EXPORTADOR DE LAS EMPRESAS PERUANAS DE MANGO*, (tesis para optar el Título Profesional de Licenciada en International Business, Universidad San Ignacio de Loyola). Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2910/1/2017_Camacho_La-competitividad-empresarial.pdf
- Campos, M., & Ramírez, F. (2018). *ESTRATEGIAS DE GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LA POLLERÍA CAMPOS CHICKEN S.R.L, CHICLAYO, 2017*, (tesis de Administración, Universidad Señor de Sipan). Repositorio Universidad Señor de Sipan, Pimentel. Obtenido de <http://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/uss/4854/Campos%20Leyva%20%26%20Ram%20adrez%20Weepio.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Collantes, O. (2017). *ESTUDIO DE PREFACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR EL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE CAFÉ ORGÁNICO EN LA PROVINCIA RODRÍGUEZ DE MENDOZA-REGIÓN*

- AMAZONAS, (tesis de Título profesional de Administración, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas . Obtenido de <http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1254/Tesis-CollantesCulqui.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cuentas, D., & Marriaga, L. (2018). *FACTORES QUE DETERMINAN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES EXPORTADORAS COLOMBIANAS, (Trabajo de grado para optar al título de Administradora de empresas, Universidad de la Costa)*. repositorio Universidad de la Costa, Barranquilla . Obtenido de <https://repositorio.cuc.edu.co/bitstream/handle/11323/36/1043019242%20-%201143148180.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Domínguez, A., & Gutierrez, J. (2017). *LA COMPETITIVIDAD Y EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DE ORÉGANO SECO EN LA REGIÓN TACNA, (tesis Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business, Universidad San Ignacio de Loyola)*. Repositorio Universidad San Ignacio de Loyola, Lima. Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2882/1/2017_Dominguez_La-competitividad-y-el-desarrollo-economico.pdf
- Echeverría, J. (2017). *ESTRATEGIA DE OPTIMIZACION DE LA CADENA DE SUMINISTRO, PARA COMERCIAL DAVIS S.A. (tesis magisterial en gestión y dirección de empresas, Universidad de Chile)*. Repositorio Universidad de Chile, Chile. Obtenido de <http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/146326/Estrategia-de%20optimizaci%3b3n-de-la-cadena-de-suministro-para-Comercial-Davis.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Editorial. Logística. La. (2017). *Los problemas y retos mas frecuentes entre los profesionales en logística y SCM*. Obtenido de Editorial. Logística. La: <https://editorial.logistica.la/2017/02/28/los-problemas-y-retos-mas-frecuentes-entre-los-profesionales-en-logistica-y-scm/>
- García, J. (2018). *Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso de las TIC y su impacto en la eficiencia. (tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid)* . Repositorio Universidad Complutense de Madrid, Madrid. Obtenido de <https://eprints.ucm.es/46224/1/T39544.pdf>
- Gestión. (26 de 09 de 2016). *INEI: Estos son los cuatro problemas que limitan el crecimiento de las empresas*. Obtenido de Gestión: <https://gestion.pe/economia/inei-son-cuatro-problemas-limitan-crecimiento-empresas-147918-noticia/>
- Grey, V. (2014). La inteligencia emocional en el éxito empresarial: potenciación del proceso supply chain. En V. Grey, *La inteligencia emocional en el éxito empresarial: potenciación del proceso supply chain* (págs. 44, 45, 47, 51, 53). Quito: Ediciones Abya-Yala.
- Guibert, J. (2013). *Responsabilidad social empresarial: competitividad y casos de buenas prácticas en pymes*. San Sebastián: Publicaciones de la Universidad de Deusto.

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación (4a. ed.)*.
https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/73662?as_all=Metodolog%C3%ADa__de__la__investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&fs_page=3&prev=as.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación (4a. ed.)*.
https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/73662?as_all=Metodolog%C3%ADa__de__la__investigaci%C3%B3n&as_all_op=unaccent__icontains&fs_page=3&prev=as.
- Huamaní, F. (26 de Enero de 2020). *Innovación impulsará competitividad de empresas*. Obtenido de CIEN, ADEX: <http://www.cien.adexperu.org.pe/innovacion-impulsara-competitividad-de-empresas/>
- La República . (17 de 10 de 2019). *Amazonas: falla geológica deja incomunicados a pobladores de más de 40 caseríos*. Obtenido de La República :
<https://larepublica.pe/sociedad/2019/10/18/amazonas-falla-geologica-deja-incomunicados-a-pobladores-de-mas-de-40-caserios-fotos/>
- Lozano, B. (2017). *Cadena de suministro en una empresa importadora de herramientas para la industria metalmecánica, Lima 2017, (tesis de ingeniería y negocios, Universidad Norbert Wiener)*. Repositorio Universidad Norbert Wiener, Lima. Obtenido de
<http://repositorio.uwiener.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1650/TITULO%20-%20Lozano%20Tacanga%2c%20Beyanira%20Shari.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Magreta, J. (2015). *Para entender a Michael Porter: guía esencial hacia la estrategia y la competencia*. México: Grupo editorial Patria.
- Magretta, J. (2015). *Para entender a Michael Porter: guía esencial hacia la estrategia y la competencia*.
https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/39360?as_all=michael__porter&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as.
- Manzano, C. (2017). *LA CADENA DE SUMINISTROS EN EL ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN Y SU IMPACTO EN LA RENTABILIDAD DE LA EMPRESA RECTIMA INDUSTRY DE LA CIUDAD DE AMBATO, (Investigación para obtener Grado Académico de Magister, Universidad Técnica de Ambato)*. repositorio Universidad Técnica de Ambato, Ambato. Obtenido de
<https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/24797/3/T3894M.pdf>
- Martínez, C. I. (18 de 12 de 2017). *Gloria y Florida: ¿Falla la cadena de suministros?* Obtenido de El comercio : <https://elcomercio.pe/economia/gloria-florida-falla-cadena-suministros-noticia-482445-noticia/>
- Minchalo, J. (2017). *“ESTRATEGIAS LOGÍSTICAS Y SUPPLY CHAIN MANAGEMENT APLICADO A LAS PYMES MADERERAS DE CUENCA”*, (Tesis de Maestría, Universidad de Guayaquil). Repositorio Universidad de Guayaquil, Guayaquil . Obtenido de
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/18088/1/tesis%20%20javier%20minchalo%20MAE%2011%20LOT.pdf>

- Packer, M. (2013). *La ciencia de la investigación cualitativa*.
https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/69474?as_all=La__ciencia__de__la__investigaci%C3%B3n__cualitativa&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as.
- Pecina, M. (2012). *Clusters y competitividad*.
https://elibro.net/es/ereader/bibsipan/34529?as_all=competitividad&as_all_op=unaccent__icontains&prev=as.
- Pires, S. (2012). Gestión de la Cadena de Suninistros. En S. Pires, *Gestión de la Cadena de Suninistros* (pág. 25). España: McGraw-Hill España.
- Quistán, E., & Inuma, U. (2018). “*DESARROLLO DE ESTRATEGIA COMERCIAL PARA EL DESARROLLO ECONÓMICO DE LA ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE PANELA DE COCACHIMBA, REGIÓN AMAZONAS, AÑO 2017*”, (tesis título de licenciado, Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas). Repositorio Universidad Nacional Toribio Rodríguez de Mendoza de Amazonas, Chachapoyas . Obtenido de
<http://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/UNTRM/1399/Quistan%20Bautista%20-%20Inuma%20Pizango.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Saavedra, J. (2017). *FACTORES QUE INFLUYEN EN LA PRODUCCIÓN EXPORTABLE DE CAFÉ DE LA REGIÓN AMAZONAS*, (tesis para optar el título profesional de licenciada en administración de negocios internacionales, Univerdidad San Martín de Prores). Repositorio Univerdidad San Martín de Prores, Lima . Obtenido de
http://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/usmp/3503/gonzales_ak.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Sánchez, J. (2013). Compitiendo a través de la cadena de valor del negocio: Supply Chain Managemen. En J. Sánchez, *Compitiendo a través de la cadena de valor del negocio: Supply Chain Managemen* (págs. 13,14). Buenos Aires: Temas Grupo Editorial.
- Sereno, E. (25 de 10 de 2016). *La competitividad de las empresas, principal problema de la economía*. Obtenido de elEconomista.es:
<https://www.economista.es/aragon/noticias/7915600/10/16/La-competitividad-de-las-empresas-principal-problema-de-la-economia.html>
- Transgesa. (2017). *Los 10 grandes riesgos de la cadena de suministro*. Obtenido de Transgesa:
<https://www.transgesa.com/blog/riesgos-cadena-suministro/>
- Vellmann, T. (2012). Gestión de la Cadena de Suninistro. En S. Pires, & L. Carretero, *Gestión de la Cadena de Suninistro* (págs. 63-64). Madrid: McGraw-Hill España.

ANEXOS

Anexo A: Encuesta a trabajadores de la empresa

Nombre del encuestador: _____

Ciudad: _____ Fecha: _____

Número de cuestionario: ____

Estimados trabajadores:

La presente encuesta tiene como objetivo Determinar la importancia del supply chain management en la influencia de la competitividad en la empresa Valley Coffee Trading SAC. y sobre estrategias empleadas por ustedes como trabajadores, donde los invitamos a contestar con sinceridad, ya que la información se utilizará para fines académicos de investigación.

Instrucciones: conteste las siguientes preguntas.

Nombre del encuestado: _____

Tiempo de servicio: _____

Grado de estudios: _____

Posgrado: _____

Lea cada una de las afirmaciones y responda marcando con una (x) la alternativa que usted crea conveniente considerando las siguientes alternativas.

1: Nunca, 2: Casi Nunca, 3: Regularmente, 4: Casi Siempre, 5: Siempre

Ítems	N	CN	R	CS	S
1. ¿la empresa es abastecida oportunamente con la materia prima requerida?	1	2	3	4	5
2. ¿La empresa cuenta con el espacio adecuado para la recepción de la materia prima?					
3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para inspección y el espacio adecuado para el almacenaje de la materia prima?					
4. ¿La empresa exige a los proveedores contar con certificación de calidad el producto?					

5. ¿los costos de la logística de abastecimiento de materia prima son elevados?					
6. ¿la empresa cuenta con un registro de contrato establecidos con los proveedores en tiempo de campaña?					
7. ¿la empresa realiza cambios en su proceso de producción para optimizarlos?					
8. ¿la empresa cuenta con los recursos y equipos necesarios para el tratamiento de materia prima?					
9. ¿la empresa desconoce de la indumentaria correspondiente para sus estibadores?					
10. ¿la empresa realiza un control de calidad de su materia prima?					
11. ¿Se han presentado cambios en su proceso de producción y ser más eficientes?					
12. ¿la empresa cuenta con la capacidad para cubrir contratos imprevistos a corto plazo?					
13. ¿Realiza gestiones de demanda para tener una reducción de costes de suministro y tener un mayor enfoque en los mercados internacionales?					
14. ¿La empresa realiza sus gestiones de pedidos adecuadamente para no tener imprevistos?					
15. ¿la empresa cuenta con almacén propiamente para los productos terminados sin correr riesgo de contaminar el producto?					
16. ¿Los transportes contratados son seleccionados y gestionados sin haberlos evaluado?					
17. ¿La empresa cuenta con una correcta infraestructura en su cadena de suministros para la entrega final hacia el cliente?					
18. ¿La empresa es flexible al acuerdo de precio con los compradores?					
19. ¿la empresa se ve en desventaja competitiva frente a sus competidores del sector?					
20. ¿la empresa está bien posicionada frente a la llegada de nuevos competidores sin que estas presenten algún riesgo?					
21. ¿la empresa llega a acuerdos de precio de la materia prima con los proveedores ya que estos exigen un mejor precio?					

22. ¿El café se ha visto afectado por posibles productos sustituto?					
23. ¿la empresa genera valor hacia sus clientes para una fidelización?					
24. ¿la empresa interactúa con sus rivales para exportar sus productos y mejorar sus recursos?					
25. ¿La empresa no toma en cuenta sus recursos para mejorar su competitividad?					
26. ¿la empresa invierte en investigación y desarrollo para mejorar la competitividad?					
27. ¿la cadena de suministros es administrada correctamente para optimizar los procesos obteniendo así mejores resultados de competitividad?					
28. ¿Dirigir las operaciones de la empresa conllevan exceso de tiempo sin obtener mejores resultados en la competitividad de la empresa?					
29. ¿La empresa realiza la mercadotecnia para una mejor comercialización en su producto?					
30. ¿La empresa realiza un seguimiento de post venta para medir la satisfacción de sus clientes visualizando así el nivel de competitividad de la empresa?					

Anexo B: Instrumento de validación por juicio de expertos

NOMBRE DEL JUEZ		Juan Amílcar Villanueva Calderón
	PROFESIÓN:	Lic. Juan Amílcar Villanueva Calderón
	ESPECIALIDAD:	Magister en Administración de Negocios
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	06 años
	CARGO:	Jefe de Unidad de Investigación FACEM
TÍTULO DE LA TESIS: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE.		
DATOS DE LAS TESISISTAS		
NOMBRES:	Fernández Anaya Oscar, Puelles Malca Luis Ángel	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Determinar la importancia del supply chain management en la influencia de la competitividad en la empresa Valley Coffee Trading SAC.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Delimitar el nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Establecer la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC. 	
EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS		
DETALLE DE LOS ITEMS DEL	Supply Chain Managemet – Competitividad	

INSTRUMENTO:	
PREGUNTAS:	
<p>1. ¿la empresa es abastecida oportunamente con la materia prima requerida?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>2. ¿La empresa cuenta con el espacio adecuado para la recepción de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>_____</p> <p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para inspección y el espacio adecuado para el almacenaje de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿La empresa exige a los proveedores contar con certificación de calidad el producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿los costos de la logística de abastecimiento de materia prima son elevados?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>6. ¿la empresa cuenta con un registro de contrato establecidos con los proveedores en tiempo de campaña?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA X() TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿la empresa realiza cambios en su proceso de producción para optimizarlos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. ¿la empresa cuenta con los recurso y equipos necesarios para el tratamiento de materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿la empresa desconoce de la indumentaria correspondiente para sus estibadores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿la empresa realiza un control de calidad de su materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>11. ¿Se han presentado cambios en su proceso de producción y ser más eficientes?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿la empresa Cuenta con la capacidad para cubrir contratos imprevistos a corto plazo?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Realiza gestiones de demanda para tener una reducción de costes de suministro y tener un mayor enfoque en los mercados internacionales?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿La empresa realiza sus gestiones de pedidos adecuadamente para no tener imprevistos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿la empresa cuenta con almacén propiamente para los productos terminados sin correr riesgo de contaminar el producto?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>16. ¿Los transportes contratados son seleccionados y gestionados sin haberlos evaluado?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>17. ¿La empresa cuenta con una correcta infraestructura en su cadena de suministros para la entrega final hacia el cliente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>18. ¿La empresa es flexible al acuerdo de precio con los compradores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>19. ¿la empresa se ve en desventaja competitiva frente a sus competidores del sector?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>20. ¿la empresa está bien posicionada frente a la llegada de nuevos competidores sin que estas presenten algún riesgo?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>21. ¿la empresa llega a acuerdos de precio de la materia prima con los proveedores ya que estos exigen un mejor precio?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>22. ¿El café se ha visto afectado por posibles productos sustituto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>23. ¿la empresa genera valor hacia sus clientes para una fidelización?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>24. ¿la empresa interactúa con sus rivales para exportar sus productos y mejorar sus recursos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>25. ¿La empresa no toma en cuenta sus recursos para mejorar su competitividad?</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>26. ¿la empresa invierte en investigación y desarrollo para mejorar la competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿la cadena de suministros es administrada correctamente para optimizar los procesos obteniendo así mejores resultados de competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿Dirigir las operaciones de la empresa conllevan exceso de tiempo sin obtener mejores resultados en la competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>29. ¿La empresa realiza la mercadotecnia para una mejor comercialización en su producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>30. ¿La empresa realiza un seguimiento de post venta para medir la satisfacción de sus clientes visualizando así el nivel de competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (X) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>1. PROMEDIO OBTENIDO</p>	<p>N° TA 30 N°TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERAL</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	

Chiclayo, julio 25 del 2020



Firma y sello del Juez
DNI: 41400923

NOMBRE DEL JUEZ		MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
	PROFESIÓN:	Lic. Comercio y Negocios Internacionales
	ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	9 años
	CARGO:	DTC
TÍTULO DE LA TESIS: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE.		
DATOS DE LAS TESISISTAS		
NOMBRES:	Fernández Anaya Oscar, Puelles Malca Luis Ángel	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Determinar la importancia del supply chain management en la influencia de la competitividad en la empresa Valley Coffee Trading SAC.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Delimitar el nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Establecer la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC. 	

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN "TA" SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O "TD" SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:	Supply Chain Managemet – Competitividad
PREGUNTAS:	
<p>1. ¿La empresa es abastecida oportunamente con la materia prima requerida?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>2. ¿La empresa cuenta con el espacio adecuado para la recepción de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para inspección y el espacio adecuado para el almacenaje de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿La empresa exige a los proveedores contar con certificación de calidad el producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿los costos de la logística de abastecimiento de materia prima son elevados?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>6. ¿la empresa cuenta con un registro de contrato establecidos con los proveedores en tiempo de campaña?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿la empresa realiza cambios en su proceso de producción para optimizarlos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. ¿la empresa cuenta con los recurso y equipos necesarios para el tratamiento de materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿la empresa desconoce de la indumentaria correspondiente para sus estibadores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿la empresa realiza un control de calidad de su materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>11. ¿Se han presentado cambios en su proceso de producción y ser más eficientes?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿la empresa Cuenta con la capacidad para cubrir contratos imprevistos a corto plazo?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Realiza gestiones de demanda para tener una reducción de costes de suministro y tener un mayor enfoque en los mercados internacionales?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿La empresa realiza sus gestiones de pedidos adecuadamente para no tener imprevistos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿la empresa cuenta con almacén propiamente para los productos terminados sin correr riesgo de contaminar el producto?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>16. ¿Los transportes contratados son seleccionados y gestionados sin haberlos evaluado?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>17. ¿La empresa cuenta con una correcta infraestructura en su cadena de suministros para la entrega final hacia el cliente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>18. ¿La empresa es flexible al acuerdo de precio con los compradores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>19. ¿La empresa se ve en desventaja competitiva frente a sus competidores del sector?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>20. ¿La empresa está bien posicionada frente a la llegada de nuevos competidores sin que estas presenten algún riesgo?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>21. ¿la empresa llega a acuerdos de precio de la materia prima con los proveedores ya que estos exigen un mejor precio?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>22. ¿El café se ha visto afectado por posibles productos sustituto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>23. ¿la empresa genera valor hacia sus clientes para una fidelización?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>24. ¿la empresa interactúa con sus rivales para exportar sus productos y mejorar sus recursos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>
<p>25. ¿La empresa no toma en cuenta sus recursos para mejorar su competitividad?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>26. ¿la empresa invierte en investigación y desarrollo para mejorar la competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿la cadena de suministros es administrada correctamente para optimizar los procesos obteniendo así mejores resultados de competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿Dirigir las operaciones de la empresa conllevan exceso de tiempo sin obtener mejores resultados en la competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>29. ¿La empresa realiza la mercadotecnia para una mejor comercialización en su producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>30. ¿La empresa realiza un seguimiento de post venta para medir la satisfacción de sus clientes visualizando así el nivel de competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>1. PROMEDIO OBTENIDO</p>	<p>N° TA _____ 30 _____ N°TD _____</p>
<p>2. COMENTARIO GENERAL</p>	
<p>3. OBSERVACIONES</p>	

Chiclayo, julio 25 del 2020

Firma y sello del Juez



MBA. Rocero Salazar Cesar Ricardo
DOCENTE UNIVERSITARIO
Colegiatura CLAD - 27404

NOMBRE DEL JUEZ		HUGO ESPINOZA RODRIGUEZ
	PROFESIÓN:	ADMINISTRADOR
	ESPECIALIDAD:	MARKETING
	EXPERIENCIA PROFESIONAL (EN AÑOS) :	20 años
	CARGO:	DIRECTOR DE ESCUELA
TÍTULO DE LA TESIS: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE.		
DATOS DE LAS TESISISTAS		
NOMBRES:	Fernández Anaya Oscar, Puelles Malca Luis Ángel	
ESPECIALIDAD:	Negocios Internacionales	
INSTRUMENTO EVALUADO:	Encuesta	
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:	Determinar la importancia del supply chain management en la influencia de la competitividad en la empresa Valley Coffee Trading SAC.	
	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar el estado actual de la supply chain management de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Delimitar el nivel de competitividad de la empresa Valley Coffee Trading SAC. • Establecer la relación entre la supply chain management y la influencia con la competitividad de la empresa Valley coffee trading SAC. 	

EVALÚE CADA ITEM DEL INSTRUMENTO MARCANDO CON UN ASPA EN “TA” SI ESTÁ TOTALMENTE DE ACUERDO CON EL ITEM O “TD” SI ESTÁ TOTALMENTE EN DESACUERDO, SI ESTÁ EN DESACUERDO POR FAVOR ESPECIFIQUE SUS SUGERENCIAS	
DETALLE DE LOS ITEMS DEL INSTRUMENTO:	Supply Chain Managemet – Competitividad
PREGUNTAS:	
<p>1. ¿La empresa es abastecida oportunamente con la materia prima requerida?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p>
<p>2. ¿La empresa cuenta con el espacio adecuado para la recepción de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>_____</p> <p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>3. ¿La empresa cuenta con personal capacitado para inspección y el espacio adecuado para el almacenaje de la materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>4. ¿La empresa exige a los proveedores contar con certificación de calidad el producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>
<p>5. ¿los costos de la logística de abastecimiento de materia prima son elevados?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p>

<p>6. ¿la empresa cuenta con un registro de contrato establecidos con los proveedores en tiempo de campaña?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>7. ¿la empresa realiza cambios en su proceso de producción para optimizarlos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>8. ¿la empresa cuenta con los recurso y equipos necesarios para el tratamiento de materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>9. ¿la empresa desconoce de la indumentaria correspondiente para sus estibadores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>10. ¿la empresa realiza un control de calidad de su materia prima?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>11. ¿Se han presentado cambios en su proceso de producción y ser más eficientes?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>12. ¿la empresa Cuenta con la capacidad para cubrir contratos imprevistos a corto plazo?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>13. ¿Realiza gestiones de demanda para tener una reducción de costes de suministro y tener un mayor enfoque en los mercados internacionales?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>14. ¿La empresa realiza sus gestiones de pedidos adecuadamente para no tener imprevistos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>15. ¿la empresa cuenta con almacén propiamente para los productos terminados sin correr riesgo de contaminar el producto?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>16. ¿Los transportes contratados son seleccionados y gestionados sin haberlos evaluado?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>17. ¿La empresa cuenta con una correcta infraestructura en su cadena de suministros para la entrega final hacia el cliente?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>18. ¿La empresa es flexible al acuerdo de precio con los compradores?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>19. ¿la empresa se ve en desventaja competitiva frente a sus competidores del sector?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>
<p>20. ¿la empresa está bien posicionada frente a la llegada de nuevos competidores sin que estas presenten algún riesgo?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____ _____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>21. ¿la empresa llega a acuerdos de precio de la materia prima con los proveedores ya que estos exigen un mejor precio?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>22. ¿El café se ha visto afectado por posibles productos sustituto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>23. ¿la empresa genera valor hacia sus clientes para una fidelización?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>24. ¿la empresa interactúa con sus rivales para exportar sus productos y mejorar sus recursos?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>25. ¿La empresa no toma en cuenta sus recursos para mejorar su competitividad?</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	
<p>26. ¿la empresa invierte en investigación y desarrollo para mejorar la competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>27. ¿la cadena de suministros es administrada correctamente para optimizar los procesos obteniendo así mejores resultados de competitividad?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>28. ¿Dirigir las operaciones de la empresa conllevan exceso de tiempo sin obtener mejores resultados en la competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>29. ¿La empresa realiza la mercadotecnia para una mejor comercialización en su producto?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c)Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>

<p>30. ¿La empresa realiza un seguimiento de post venta para medir la satisfacción de sus clientes visualizando así el nivel de competitividad de la empresa?</p> <p>a) Nunca b) Casi nunca c) Regularmente d) Casi siempre e) Siempre</p>	<p>TA (x) TD ()</p> <p>SUGERENCIAS: _____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>1. PROMEDIO OBTENIDO</p>	<p>N° TA _____ 30 _____ N°TD _____</p>

<p>1. COMENTARIO GENERAL</p>
<p>2. OBSERVACIONES</p>

Chiclayo, julio 25 del 2020



DR. HUGO ESPINOZA RODRIGUEZ

Anexo C: Carta de aceptación de recojo de información de la empresa



“AÑO DE LA UNIVERSALIZACIÓN DE LA SALUD”

Bagua Grande, 22 de septiembre del 2020

Quien suscribe:

Sr.

Representante Legal – Empresa Valley Coffee Trading

AUTORIZA: Permiso para recojo de información pertinente en función del proyecto de investigación, denominado: SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE

Por el presente, el que suscribe, señor Alex Iván Vallejos Anaya, representante legal de la empresa:

Valley Coffee Trading, AUTORIZO al alumno: Fernández Anaya Oscar, identificado con DNI N°73022252 estudiante de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales, y autor del trabajo de investigación denominado SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE, al uso de dicha información que conforma el expediente técnico, así como hojas de memorias, cálculos entre otros como planos para efectos exclusivamente académicos de PREGRADO en la elaboración de tesis de SUPPLY CHAIN MANAGEMENT Y SU INFLUENCIA CON LA COMPETITIVIDAD DE LA EMPRESA VALLEY COFFEE TRADING SAC EN EL DISTRITO DE BAGUA GRANDE, enunciada líneas arriba de quien solicita se garantice la absoluta confidencialidad de la información solicitada.

Atentamente.

Alex Iván Vallejos Anaya
DNI: 43831671
GERENTE GENERAL
VALLEY COFFEE TRADING S.A.C.