



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

**ESCUELA DE POSGRADO
PROGRAMA ACADÉMICO DE MAESTRÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA**

**Gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en
una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022**

TESIS PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE:

Maestro en Administración de Negocios - MBA

AUTOR:

Cruz Lucho, Johan Li Javier (orcid.org/0000-0003-0597-6240)

ASESOR:

Mg. Guerra Bendezú, Carlos Andrés (orcid.org/0000-0002-8928-1237)

CO-ASESORA:

Mg. Paredes Diaz, Juana Marivel (orcid.org/0000-0001-6190-604X)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Modelos y Herramientas Gerenciales

LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:

Desarrollo económico, empleo y emprendimiento

LIMA – PERÚ

2023

Dedicatoria:

Probablemente en este instante no comprendas mis palabras, pero para cuando seas capaz, deseo que te des cuenta lo que representas para mí, hija Rafaella Cruz Oliveros.

Sin el acompañamiento, motivación y soporte de mi esposa, Leandra Oliveros G., no me hubiese permitido finalizar satisfactoriamente mi tesis.

Por último, por inculcarme los valores de la perseverancia y respeto a mis principios recibido de mis padres, Teófilo Cruz G. y Claudina Dina Lucho de C.

Dedico mi tesis a mi esposa, hija, padres, hermana, sobrinos(as) y familia.

Agradecimiento:

Doctores y magísteres, ustedes que forjaron los principios de mi desarrollo profesional, y en específico a los que estuvieron presente en la culminación total de mi tesis, les agradezco de forma infinita.

¡Muchas gracias!

Índice de contenidos

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de contenidos	iv
Índice de tablas	v
Índice de figuras	vi
Resumen	vii
Abstract	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	4
III. METODOLOGÍA	13
3.1. Tipo y diseño de investigación	13
3.2. Variables y operacionalización	14
3.3. Población, muestra, muestreo y unidad muestral	16
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.	17
3.5. Procedimientos	18
3.6. Métodos de análisis de datos	19
3.7. Aspectos éticos	19
IV. RESULTADOS	20
V. DISCUSIÓN	32
VI. CONCLUSIONES	38
VII. RECOMENDACIONES	39
REFERENCIAS	40
ANEXOS	45

Índice de tablas

Tabla 1. Expertos para validación de Instrumentos.	17
Tabla 2. Cuadro de confiabilidad.	18
Tabla 3. Alfa de Cronbach.	18
Tabla 4. Resultados de la variable gestión de la cadena de suministros.	20
Tabla 5. Resultados de las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros.	21
Tabla 6. Cuadro de resultados y frecuencias de la variable ventaja competitiva.	22
Tabla 7. Resultados descriptivos de las dimensiones de la ventaja competitiva.	23
Tabla 8. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y variable 2.	24
Tabla 9. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y variable 2.	25
Tabla 10. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 5.	26
Tabla 11. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 5.	27
Tabla 12. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 6.	28
Tabla 13. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 6.	29
Tabla 14. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 7.	30
Tabla 15. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 7.	31

Índice de figuras

Figura 1. Niveles de la gestión de la cadena de suministros.	20
Figura 2. Niveles de las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros.	21
Figura 3. Niveles de la ventaja competitiva.	22
Figura 4. Niveles de las dimensiones de la ventaja competitiva.	23

Resumen

La presente investigación tuvo por objetivo determinar si hay relación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022. El estudio fue de enfoque cuantitativo. Además, el tipo de investigación fue de tipo básica. El nivel alcanzado por el estudio fue el descriptivo correlacional y se basó en un diseño no experimental de corte transversal. Para recolectar la información fue utilizada la técnica de la encuesta, apoyándose de dos instrumentos validados por expertos y con altos niveles de confiabilidad, los cuales fueron aplicados a una muestra de 50 encuestados. Los resultados mostraron que existe relación entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022., obteniéndose un índice de correlación Rho de Spearman de 0.865, calificado como correlación positiva muy fuerte. El p-valor fue menor al nivel de significancia por lo que se pudo generalizar a nivel de la población.

Palabras clave: Gestión de la cadena de suministros, ventaja competitiva, diferenciación.

Abstract

The objective of the investigation was to determine if there is a significant relationship between supply chain management and competitive advantage in a commercial company in the mining industry, Callao, year 2022. The study was of a quantitative approach. In addition, the type of research was basic. The level reached by the study was descriptive correlational and it was based on a non-experimental cross-sectional design. To collect the information, the survey technique was used, supported by two instruments validated by experts and with high levels of reliability, which were applied to a sample of 50 respondents. The results showed there is a relationship between supply chain management and competitive advantage in a commercial company in the mining industry, Callao, year 2022, obtaining a Spearman's Rho correlation index of 0.865, qualified as very strong positive correlation. The p-value was less than the significance level, so it could be generalized to the population level.

Keywords: Supply chain management, competitive advantage, differentiation.

I. INTRODUCCIÓN

A nivel internacional, las cadenas globales de abastecimiento han sufrido un impacto significativo en el desarrollo de sus actividades. El COVID 19, como agente disruptivo para todos los países, gobiernos, empresas y operaciones logísticas ha generado que desarrolle alternativas de solución a problemas de desabastecimiento a nivel mundial. Obviamente, esto decanta en la ventaja competitiva de todas las industrias, sin excepción alguna. Sin embargo, dependerá de cada organización generar soluciones integrales para el adecuado desarrollo de la cadena de suministro. Con respecto a lo anterior, Ocampo y Prada (2017) señalan que la cadena de suministro y la mercantilización son macroprocesos prácticos de las organizaciones actuales, en donde el nivel o grado de interacción que entre éstas exista será un elemento definitivo para el desarrollo de ganancias. Su correcta integración estará encaminada al desarrollo de ventaja competitiva y a su vez el aumento de la productividad de la cadena de valor del automóvil en Colombia.

A nivel nacional, la logística interna se desarrolla en función a una conexión interregional, el mantenimiento de estas autopistas no es la adecuada lo que genera inexactitud en los tiempos de entrega. A esto debemos agregar el alto nivel de huelgas que se realizan en todo el país, pero más en zonas donde se desarrolla la actividad minera y construcción. Además, dentro de la logística peruana se cuenta con 8 terminales portuarios que brindan servicios de importación y exportación, generando intercambio entre los diferentes países del mundo. Por último, Perú cuenta con un solo aeropuerto internacional el cual lleva el nombre "Aeropuerto Internacional Jorge Chávez". Si bien se está realizando la ampliación de este, el cual debe estar operativo en el 2025, esto no destraba el centralismo que existe en Lima. Esto afecta claramente a la administración de la cadena de abastecimiento de todas las organizaciones a nivel país. En este sentido, según Salvador (2021) señala que el 66% de organizaciones en el Perú tiene un nivel de gestión incipiente en su cadena de abastecimientos.

A nivel local, a pesar de que la empresa que es parte de la investigación ha desarrollado la cadena de suministro de modo eficaz, no se cuenta con evidencia

clara de la relación que hay entre la ventaja competitiva y la gestión de la cadena de abastecimiento o suministro que puede desarrollar directamente a la organización. Es más, se puede entender que cada operador solo trabaje en función a las actividades del día a día sin ver reflejado el objetivo final de su actividad, este obviamente es satisfacer al cliente externo e interno. Queda claro, según lo expuesto en párrafos anteriores, que es importante mantener informado a todo el equipo de trabajo y que la cadena de suministro no solo abarca el proceso logístico de entrada y salida, sino va más allá, como la cooperación entre áreas productivas, de soporte, estratégicas y financieras.

Por lo indicado en párrafos preliminares, en la investigación se quiere establecer si hay una correlación entre la variable gestión de la cadena de suministros o abastecimiento y la variable ventaja competitiva, para que de esta manera podamos tener un argumento teórico-empírico, que admita de forma positiva la influencia de la gestión o administración de la cadena de suministros en el desarrollo de la ventaja competitiva de la organización, para su posicionamiento en el mercado.

Según con la problemática indicada, se propone el problema general: ¿Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022? Complementariamente, se trazaron los siguientes problemas específicos: (1) ¿Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022? (2) ¿Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022? (3) ¿Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022?

De acuerdo con lo indicado en la problemática, el objetivo primordial es conocer la situación en la que se muestra la organización concerniente a las variables de investigación. La investigación realizada posee una justificación teórica, dado que tiene como propósito el incrementar el conocimiento y llenar el vacío en temas la gestión o administración de la cadena de suministro o

abastecimiento y cómo repercute en la ventaja competitiva de las organizaciones. Adicionalmente, el estudio posee una justificación práctica dado que se cuenta con los inputs para generar y/o desarrollar las estrategias, además se cuenta con las facilidades para plantear las tácticas que al ponerse en práctica contribuirá en solucionar los problemas. Complementariamente, el estudio tiene una justificación metodológica, ya que la estructuración de los constructos examinados y su operacionalización son pertinentes, usados para el desarrollo de los instrumentos permitirán a otros investigadores diseñar estudios similares en distintas organizaciones con problemáticas similares.

Se propone el objetivo general, el cual es: Determinar si hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022. Complementariamente, se trazaron los objetivos específicos, cuales son: (1) Determinar si hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022. (2) Determinar si hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022; y (3) Determinar si hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Se propone la hipótesis general: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022. Complementariamente, se trazaron las hipótesis específicas, las cuales son: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022. Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022; y hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

II. MARCO TEÓRICO

El desarrollo adecuado de las tácticas internas de la cadena de suministro de las compañías y su implicancia en las ventajas competitivas ha sido objeto de estudio de incontables investigaciones. Estas se utilizan como complemento argumentativo en la investigación, que busca correlacionar la gestión o administración de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una organización o empresa comercial del rubro minería en el Callao.

Por lo indicado en el párrafo anterior, se debe considerar a García (2018) quien desarrolló una investigación que tuvo por objetivo estudiar el efecto del manejo de las TIC para integrar procesos con clientes y proveedores, en la administración de la cadena de suministro o abastecimiento en España. Esto debido a que las cadenas de suministros perfeccionadas dentro de la compañía pueden ser difíciles y únicas de reproducir, ya que se fundamentan en un conjunto propio de recursos intangibles que no son fácilmente determinables por los competidores. La investigación fue diseñada con un enfoque cuantitativo, para lo cual se creó una encuesta como instrumento. La muestra es significativa de la población de compañías con 10 o más empleados con al menos una fábrica en España. Se concluyó que las organizaciones establecen a la cadena de suministro como instrumento estratégico de diferenciación respecto a sus adversarios, los resultados de este estudio generan evidencia empírica de que las organizaciones que usan TIC en sus métodos productivos o en su trato con el cliente final, logran mejorar su ventaja competitiva y poseer altos resultados operativos o financieros.

Adicionalmente, Ramírez (2018) generó una investigación teniendo como objetivo evaluar las cadenas de abastecimiento como creadoras de valor en las redes logísticas de las PYMES de México. Esto por la problemática de hallar compañías que subsisten sin una planeación apropiada en sus métodos logísticos, especialmente, hablando de la cadena de abastecimiento, incidiendo en no prevalecer el seguimiento de sus embarques o relaciones con los proveedores, lo que causa que la atención al cliente se ve perjudicada, reduciendo así, su progreso en el mercado local e impidiendo conseguir la competitividad a nivel internacional. La muestra es una mediana empresa comercializadora de equipos de cocina para

la industria en general. Por último, se concluyó que si las PyMES, principalmente las medianas empresas, despliegan un adecuado análisis logístico y una adecuada gestión de transporte e infraestructura pueden alcanzar a ser compañías competitivas a nivel internacional.

Asimismo, Fonseca et al (2015) desarrollaron una investigación en Colombia y como objetivo principal examinaron la situación presente de la administración de la cadena de suministro en el sector agroindustrial. La metodología que se emplea para la implementación de este estudio es una investigación correlacional. La muestra son PyMES de la división agroindustrial. En su defecto, concluye que promover tener un alto desempeño en la cadena de suministro involucra emplear en sus procesos, modelos que los induzcan a desarrollarse, pues esto dará acceso a las PyMES en desplegar ventajas competitivas, desplegar nuevas relaciones, minimizar costos tácticos e invertir en acciones fundamentales, logrando así una optimización en todos los cargos de la compañía.

Asanza (2016) efectuó un estudio con el objetivo de investigar el modelo de administración de suministros de la empresa DIFAC de la ciudad de Pasaje, Ecuador. Se han identificado problemas que imposibilitan que la administración de la cadena sea completamente eficiente, por causa notables en el proceso de la gestión, que como resultado se logra una carencia en la revisión de stock, mala fluidez de la data, entre otros, impidiendo que los productos no alcancen a los consumidores en los tiempos establecidos. El proceso metodológico usado a lo largo del estudio fue de tipo cualitativo - cuantitativo y descriptivo, con una metodología inductiva y deductiva. Estudiar los datos de la compañía "DIFAC", se fundamenta en el manejo de un cuestionario aplicado a los gerentes de la compañía. Por último, se concluye que los modelos de administración de suministro poseen gran relevancia en lo concerniente al desarrollo y continuidad de la empresa en el mercado, aseverando su competitividad por medio una gestión eficiente y proactiva de cada proceso que conforman la cadena.

Por el lado de ventajas competitivas, Molina (2019) produjo una tesis académica con la meta de establecer en qué rango la integración de la cadena de suministro repercute en las ventajas competitivas de las empresas de la

Manufacturera de Alimentos de Michoacán, México. La problemática es que no es adecuado simplemente enlazar la oferta y la demanda a un costo y niveles de servicio óptimos. Los líderes corporativos de hoy en día solicitan más de sus cadenas de suministro, incluida una ventaja competitiva. La muestra es de 93 compañías fabricantes de alimentos de Michoacán. Y, en conclusión, se logró demostrar la correlación y aceptar las suposiciones de que la integración de la cadena de suministro es la raíz de ventaja competitiva.

Franco et al (2020) desarrollaron una investigación en Perú con el objetivo estudiar la cadena de suministro presente de la compañía Comercio & Cia S.A. y proporcionar robustez a las unidades de trabajo existentes para que la compañía posea mayores ventajas competitivas en correspondencia a todos los representantes de la cadena de suministro. Para el diagnóstico de los resultados se utilizó el instrumento de diagnóstico logístico con el cual se logra calcular en tiempo real el escenario actual de la cadena de suministro de la compañía. Por último, se concluye que la compañía tiene diversos elementos de mejora para poseer un desempeño superior al presente. Esto les proporcionará un sustento de alto impacto para el ejercicio en los siguientes años y les facilitará mayor ventaja competitiva con sus competidores.

Ramos (2021) efectuó una investigación en Perú con el objetivo de determinar en qué grado la integración de las partes de la administración del abastecimiento, a partir del aspecto de tácticas de flexibilidad y agilidad favorecen en las consecuencias operacionales y de sostenibilidad en la cadena de suministro del café peruano. Las cadenas de suministros mundiales están acrecentando su complejidad y riesgos, debido a los niveles de interdependencia, de crecimiento de mercado y recursos. El estudio fue de tipo aplicado y mixto con enfoque cuantitativo. Se consideraron 98 encuestas completadas en forma satisfactoria (la cadena de suministro del café en la región) para comprobar las hipótesis. Se concluyó que la competitividad en la industria se muestra entre diferentes métodos de cadenas de suministros, en el que cada compañía dentro de su red posee un rol significativo para contribuir con rapidez, eficiencia y seguridad en el tiempo de la cadena de suministro.

Carbajal (2021) presentó una investigación con el objetivo de establecer la correspondencia entre la ventaja competitiva y la cadena de abastecimientos de la compañía CIA camporsal S.A., Cercado de Lima. Con un esquema no experimental de corte transversal, con una perspectiva de carácter cuantitativo, nivel descriptivo correlacional y teniendo en consideración una población de 100 recursos humanos de la organización CIA camporsal S.A. El resultado logrado establece que coexiste una correspondencia positiva de la primera variable: Ventaja competitiva, con la segunda variable: Cadena de suministros de la compañía CIA Camporsal S.A.

Maturrano et al (2022) su investigación tiene como principal objetivo establecer la correlación efectiva entre la cadena de abastecimiento y la ventaja competitiva en la compañía Fabricaciones Alcántara E.I.R.L., Lima. Para esta investigación, el modelo de estudio es aplicada con un esquema descriptivo, con una perspectiva cuantitativo no experimental. Considerando una población de 100 participantes. Por último, se señaló una relación positiva superior entre la gestión o administración de la cadena de suministros o abastecimiento y la ventaja competitiva de la compañía metalmecánica Fabricaciones Alcántara E.I.R.L.

Cobeñas (2021) presentó una investigación con el objetivo de establecer la correlación entre ventaja competitiva y la cadena de suministro en la compañía importadora Jericorp Diagnostic S.A.C. En donde se utilizó la estrategia de trabajo desarrollada es de modelo aplicado, se empleó un esquema de carácter no experimental y con un alcance correlacional, con un enfoque de carácter cuantitativo. Se tuvo una muestra censal de 30 participantes de la compañía importadora. Además, se alcanzó como efecto que hay una correspondencia alta positiva entre la primera y segunda variable: Ventaja Competitiva y Cadena de suministro de la compañía importadora.

Es entendible o razonable, poder relacionar el buen desempeño de la cadena de suministro para generar ventajas competitivas en las organizaciones. Sin embargo, sin una evidencia empírica estas nociones van teniendo pocos argumentos para ser ciertas.

En relación con las teorías que sustentan la investigación, según Coyle et al

(2013) las teorías a la administración de la cadena de suministro (ACS) se forjan de la década de 1980, y fue hasta la de 1990 que este asunto atrajo la curiosidad de los altos directivos de las compañías importantes. Se apreció el dominio y el impacto potencial de la ACS para alcanzar la competitividad mundial e incrementar la contribución de mercado de sus compañías, con el constante aumento en el valor para el asociado. [...] Logra considerarse tal como un tubo o un canal por el que atraviesa un flujo eficiente y efectivo de bienes, insumos, servicios, base de datos y capitales financieros desde los proveedores del proveedor, por medio de diversas compañías u organizaciones intermedias, hasta los consumidores del consumidor o como un sistema de redes acopladas entre los proveedores iniciales y el cliente final. La óptica de la compañía aumentada sobre la administración de la cadena de abastecimiento personifica la amplificación argumentada del significado de logística, lo que propone una oportunidad para visualizar el sistema total de compañías interconectadas a consecuencia de alcanzar mayor eficiencia y efectividad.

La teoría de gestión del justo a tiempo (popular por sus siglas JIP) ya había propuesto las ventajas valiosas que facilitan a los KPIs de productividad, la predisposición a reducir los niveles de stock (García, 2006).

Los enfoques sobre la ventaja competitiva se dividen en dos para Díaz (2009), la teoría fundada en los recursos concibe énfasis ceñido en que la ventaja se subordina de tener recursos, destrezas o competitividades insuperables, por otro lado, no niegan que estas contribuyen al costo y la diferenciación. [...] la ventaja competitiva se logra de tener una destreza o capacidad propia o competitividad elemental, algo que la compañía ejecuta mejor que los competidores, que le disponga reorganizar los recursos para una utilización productiva. Por la parte de Porter y los partidarios de su teoría se agrupan en las acciones de generación de valor como se expuso previamente y entonces corresponde indagar hasta qué punto las dos corrientes son tan desiguales en cuanto a la definición del origen de la ventaja competitiva. Ante todo, la manera en que se desarrolla las acciones estratégicamente notables está conexo con él cómo se efectúan o establecen las acciones y sus conexiones, ese cómo se enlaza con la destreza o capacidad que tenga o consiga generar la empresa para administrar las diligencias.

Es importante definir cada una de estas variables de investigación, por ello, Chopra define que la cadena de suministro está constituida por todos aquellos elementos implicados de forma indirecta o directa en satisfacer un requerimiento de un cliente (2018). Además, que una cadena de suministro es activa e involucra un flujo invariable de productos, información y capitales entre las distintas fases (Chopra, 2018). Adicionalmente, una cadena de suministro es la suma general de las empresas implicadas, comenzando con las empresas de materia prima, siguiendo por los conjuntos de proveedores, incluso los fabricantes de la unidad original, la distribución y la entrega del producto acabado al cliente (Chase, 2014). La cadena de suministros es una estructura compuesta que demanda la sincronización de almacenamiento, transporte y distribución junto con métodos de producción de productos y de servicios intrínsecos (Chase, 2014).

La administración de la cadena de suministro está impactada por cambios veloces que asumen que deben de ser absorbidos por las empresas para afrontar al universo competitivo, que exigen modificar el modo de bosquejar las cadenas de suministro, el modo de gestionarlas, cómo proyectarlas, cómo direccionarlas para desarrollar las particularidades de sus niveles máximo (Nova, 2010).

Ballou (2004) define la variable gestión de la cadena de suministros como la unificación de estas acciones por medio del mejoramiento de los nexos de la cadena de suministros para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Son dimensiones actualmente de la primera variable gestión de la cadena de abastecimiento o suministros según Ballou (2004), transporte, almacenamiento, distribución y cliente. Para la primera dimensión transporte, Jiménez y Hernández (2002) define que el transporte es uno de los elementos más críticos, de los más significativos, pero de los menos comprendidos en la cadena de abastecimiento. Se podría mencionar que son diversos los aspectos que se tienen que considerar para mejorar la cadena de abastecimiento, entre ellos: i) establecer relaciones con los proveedores y compradoras, ii) agilizar los métodos en la toma de decisiones, iii) propagar la comunicación, unión y asistencia entre sí. iv) uso conveniente de la

tecnología de la información y v) aceptar la importancia del transporte. Dentro de los procesos y operaciones que se desarrollan para efectuar acciones en el comercio internacional, el transporte es uno de los más significativos (López y Pardo, 2019).

Para la segunda dimensión almacenamiento, Chase (2014) la define en función a la correlación con la exclusión de pasos que no añaden valor, así como con el desperdicio en métodos de acopio de productos. Las funciones frecuentes contienen lo siguiente: recepción de material, recolección/acopio, suministro de stock, recolección de stock, empaque para carga y envío. El almacenamiento a veces es considerado como decisivo, dado que se responsabiliza de preservar y cuidar los bienes mientras estos son requeridos por el subsiguiente eslabón de la cadena de abastecimiento (Correa et al, 2010).

Para la tercera dimensión distribución, Jiménez y Hernández (2002) define que es el traslado de los bienes acabados a partir de la planta hasta el cliente final. Asimismo, Chopra y Meindl (2008) define que alude a los pasos a proseguir para trasladar y acopiar un insumo a partir de la fase del proveedor inclusive hasta la del consumidor en la cadena de abastecimiento y sucede entre cada par de fases. La fase de distribución es una regla clave para el margen positivo de la empresa, debido a que perturba de forma directa como a los costos de la cadena de suministros y como la experiencia del cliente. La estructura de distribución podría contener colaboradores primarios y colaboradores expertos del canal (Sierra, Moreno y Silva, 2015).

Para la cuarta dimensión cliente, Chase y Jacobs (2014) definen que el cliente es (o debe ser) el punto concéntrico de todas las disposiciones y operaciones de la organización de servicios. El consumidor es el foco de todo: la estrategia del servicio, los procedimientos y los colaboradores que ofrecen el servicio. De forma complementaria, Bowersox et al (2007) definen que el cliente es una compañía o un individuo desigual que obtiene la pertenencia del producto o servicio que se suministra. El consumidor es una planta diferente de la misma compañía o un socio comercial en algún otro sitio de la cadena de suministro.

Actualmente, el cliente es un factor céntrico de la táctica de negocio, pues ha dejado de ser un individuo neutral cuyo único rol era adquirir, para volverse en un intérprete de la administración general de la corporación (Audrey, 2001).

De igual forma, es importante definir la segunda variable denominada ventaja competitiva. Porter (2008) indica que pone a disposición tres tácticas genéricas de gran eficacia para alcanzar un máximo desempeño que los competidores en un segmento: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque o concentración. De forma complementaria, Hill y Jones (2011) definen que la clave para entender la ventaja competitiva es valorar cómo las distintas estrategias que los administradores efectúan logran establecer acciones para diferenciar a una compañía de sus competidores y hacerla capaz de superarlos de forma consistente. Por último, Chase y Jacobs (2014) mencionan que la ventaja competitiva se origina del buen vínculo entre las acciones de la empresa y de su asistencia recíproca.

Al tener identificadas las tres dimensiones de la ventaja competitiva de Michael Porter, las cuales son el liderazgo de costos, diferenciación y el enfoque. De igual forma, es necesario definir las para el buen entendimiento de la investigación.

Para la primera dimensión liderazgo en costos, Porter (2008) define que el liderazgo en costos demanda la reconstrucción agresiva de infraestructuras de nivel eficiente, la indagación vigorosa de reducción de costos desde la práctica, un control severo de gastos variables y fijos, impedir las cuentas de clientes pequeños y minimizar los costos en unidades como investigación y desarrollo, potencial de ventas, difusión y otras. Adicionalmente Porter (2008) menciona que el liderazgo en costos imputa obligaciones a la compañía para que alcance mantener su lugar: recapitalizar en equipo actual, ahorrar a toda costa en la utilización de activos desfasados, impedir que expandan la línea de productos y estar al día en los avances tecnológicos.

Por último, Herrera-Sánchez et al (2022), precisan que el bajo costo a comparación a los competidores es la trama que transita toda la estrategia, no obstante, el servicio, la calidad y otras unidades no pueden ser abandonadas. Los

principios de la estrategia en costos contienen el seguimiento de las economías de escala, de tecnología personal y predisposición preferente a materias primas (Demuner y Mercado, 2011).

Para la segunda dimensión diferenciación, Porter (2008) delimita que esta dimensión diferencia el producto o servicio que brindamos, generando así algo que en el segmento entero se observa como único. Por último, Hill y Jones (2011) señalan que un diferenciador logra una ventaja competitiva por el mismo motivo que posee la disposición de lograr los requerimientos de los consumidores de una forma que los competidores no consiguen, lo cual le otorga establecer un precio mayor por su producto.

Por otro lado, debido a que el período de vida de los bienes se hace cada vez más breve, la presión incrementa entre las empresas para obtener una ventaja competitiva (Flores et al, 2019).

Para la tercera dimensión enfoque, Porter (2008) precisa que esta dimensión se centraliza en un conjunto de compradores, en una fracción de la línea de productos o en un mercado territorial; equivalente que la diferenciación, acoge multitud de características. Por último, Hill y Jones (2011) explican que una compañía orientada se concentra en generar una gama mínima de productos encauzada a uno o dos segmentos de mercado, lo cual consigue definirse por el tipo de consumidor o ubicación. La táctica para alcanzar una ventaja de enfoques y distinción es administrar los esfuerzos a mercados determinados (Lara, 2008).

III.METODOLOGÍA

Por consiguiente, se definirán las partes del esquema metodológico que posee como base la investigación.

3.1.Tipo y diseño de investigación

3.1.1. Tipo de investigación

La presente investigación, por sus particularidades expuestas es considerada de tipo básica, puesto que, su objetivo primordial es conseguir un mayor grado de conocimiento acerca la importancia que preexiste en la implicancia de la administración de la cadena de suministros de una empresa comercial del rubro minería y en la ventaja competitiva que puede generar esta, en su correcto desempeño e implementación de políticas estratégicas. Esto fortalece y amplía el criterio para miles de empresas de este rubro o tendrá como misión apoyar de forma argumentativa su implementación en estas. Sin embargo, esto no determinará que se realice una aplicación inmediata. Con respecto a lo anterior, Pimienta y de la Orden (2017) señala que el propósito central de toda indagación básica es la exploración del conocimiento por el conocimiento propio, sin tener en cuenta sus posibles aplicaciones experimentales.

3.1.2. Diseño de investigación

La actual investigación fue realizada considerando los parámetros, reglas y principios usados en el enfoque cuantitativo, usando por tal motivo la medición numérica en la obtención de datos de los colaboradores de una empresa comercial del rubro minería, así como para estudiar los resultados logrados y en las pruebas de las hipótesis que se trazaron. Hernández et al. (2006) define que el enfoque cuantitativo emplea la recopilación de la información para justificar o demostrar la hipótesis propuesta, con razonamiento o argumento en el cálculo numérico y la ponderación o análisis estadístico riguroso, para fundar modelos o patrones de conducta y experimentar teorías. Adicionalmente, se consideró las bases de un diseño no experimental; debido a que, no hubo intervención o manejo de las variables, consiguiendo los datos desde su desarrollo natural dentro de la empresa

o en su ambiente de trabajo. Hernández et al. (2014) define el diseño no experimental al igual que las investigaciones que se efectúan sin el tratamiento premeditado de variables y en los que sólo se visualizan las manifestaciones en su contexto natural para observarlos.

Por las particularidades de la adquisición de datos, la investigación se denomina de corte transversal, puesto que se encuestaron a los trabajadores dentro de una organización comercial del rubro minería en el transcurso de una semana determinada. Según Hernández et al. (2014), esta denominación de corte transversal apunta a estudios que compilan datos en un instante único. Esta investigación posee un nivel descriptivo correlacional, puesto que busca evidenciar la presencia de la correspondencia entre las variables gestión de la cadena de suministros o abastecimiento y la ventaja competitiva.

3.2. Variables y operacionalización

Variable 1: Gestión de la cadena de suministros

Definición conceptual

Para Ballou (2004) la gestión de la cadena de suministros es la unificación de estas acciones por medio del mejoramiento de los nexos de la cadena de suministros para lograr una ventaja competitiva sostenible.

Definición operacional

La gestión de la cadena de suministros es el proceso por el cual se planifica, se controlan y se ponen en ejercicio las operaciones de nuestra red de abastecimiento y almacenaje como proveedores o vendedores.

Dimensiones

Para evaluar la variable, gestión de la cadena de suministros, se fijaron cuatro (4) dimensiones: Transporte, almacenamiento, distribución y cliente.

Indicadores: Relación con proveedores, toma de decisión, tecnología de la

información, control de recepción, métodos de almacenaje, estándares de empaque, centros de acopio, capacidad instalada, estrategia de distribución, estrategia de servicio, niveles de servicio y procedimiento estándar.

Serie o escala de medición

Se utiliza la serie o escala de medida de modelo Likert.

Variable 2: Ventaja competitiva

Definición conceptual

Hill y Jones (2011) definen que la clave para entender la ventaja competitiva es valorar cómo las distintas estrategias que los administradores efectúan logran establecer acciones para diferenciar a una compañía de sus competidores y hacerla capaz de superarlos de forma consistente.

Definición operacional

La ventaja competitiva es el posicionamiento por encima del enemigo más cercano, observado en muchos sectores, en la economía, el mercado, ámbito profesional y empresarial, aunque regularmente se define a las actividades comerciales, donde existe mucha competitividad entre productores, distribuidores y vendedores.

Dimensiones

Para evaluar la variable, ventaja competitiva, se fijaron tres (3) dimensiones: Liderazgo de costos, diferenciación y el enfoque.

Indicadores: Infraestructura de nivel eficiente, estratégica de reducción de costos, control severo de costos, producto/servicio diferenciado, capacidad de cumplir necesidades, respeto de la competencia, segmento de mercado y líneas de productos.

Serie o escala de medición

Se utiliza la serie o escala de medida de modelo Likert.

3.3. Población, muestra, muestreo y unidad muestral

3.3.1. Población

Para la presente investigación se considera una población compuesta por los colaboradores de una empresa comercial del rubro minería. Hernández et al. (2006) definen una población es el universo de todas las ocurrencias que coinciden con una cadena de especificaciones.

Criterios de inclusión:

Considerará a los empleados de una compañía comercial del rubro minería y que estén relacionados directa e indirectamente en la cadena de suministro, como población de estudio.

Criterios de exclusión:

No se considerará a los colaboradores que no laboren en una empresa comercial del rubro minería y que no estén relacionados directa e indirectamente en la cadena de suministro, como parte de la población de estudio.

3.3.2. Muestra

Para el progreso de la investigación se considerará una muestra de 50 colaboradores de una empresa comercial del rubro minería ubicada en el Callao. Según Tamayo (1997), afirma que el o la ejemplar o muestra es en su mayoría de casos el conjunto de elementos que se considera de la población de investigación, para evaluar un anormalidad estadístico. Complementariamente, Bautista (2011) afirma que es muy significativo que en esta muestra se contenga a los colaboradores que logren resultar favorecidos con el estudio. Por último, Baena (2017) define la muestra como parte específica del universo de la investigación.

3.3.3. Muestreo

Por las dificultades exhibidas en el tiempo en el que se avanzó este estudio o investigación, se consideró o generó un muestreo de carácter no probabilístico,

designado de tipo intencional o de conveniencia. Según Hernández et al. (2014) señala que el muestreo no probabilístico es un subgrupo del universo donde la selección de los elementos o individuos no requiere de la probabilidad, sino de las particularidades de la investigación particular.

3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.

Los datos para la actual investigación son recolectados apoyados en la técnica de la encuesta, que se basa en un conjunto de acciones para la compilación de datos a través de un trabajo de campo en la población o muestra seleccionada. De acuerdo con Cerda (1991) que declara que la elección y creación de las herramientas de recolección es un apartado esencial en la técnica de recopilación de datos, puesto que sin su ejecución es improbable poseer acceso a los datos que requerimos para solucionar una dificultad o probar una hipótesis.

Usualmente, la herramienta sintetiza de alguna manera todo el trabajo previo de un estudio que en los razonamientos de elección de las herramientas se formulan y manifiestan las pautas absolutas del marco, especialmente las distinguidas en el aspecto teórico, (indicadores, hipótesis y variables) para el tema del paradigma de carácter empírico-analítico y los argumentos teóricos y los argumentos conceptuales comprendidas en este sistema.

Validez

La herramienta de recolección de datos ha sido analizado y consecutivamente acreditado por cuatro (4) doctores expertos en las variables de investigación, de la Universidad César Vallejo.

Tabla 1. *Expertos para validación de Instrumentos*

Variable	Validador	Aplicabilidad
Gestión de la cadena de suministros	Dr. Guerra Bendezú, Carlos Andrés	Aplicada
	Dr. Bravo Rojas, Leónidas Manuel	Aplicada
Y la ventaja competitiva	Dr. Malpartida Gutiérrez, Jorge Nelson	Aplicada

Fuente: Elaboración personal.

Confiabilidad

Para el presente estudio se efectuó una prueba piloto con 20 colaboradores de una empresa comercial del rubro minería ubicada en el Callao. La confiabilidad establece en el instrumento su nivel de estabilidad al generar comprobaciones reiteradas. El análisis del nivel de confiabilidad se efectuó empleando el programa SPSS versión 25 y los índices del Alfa de Cronbach de cada variable.

Tabla 2. Cuadro de *confiabilidad*

VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	NRO. DE ENCUESTAS	NRO. DE ELEMENTOS	COEF. ALFA DE CRONBACH
Gestión de la cadena de suministros	50	20	0.890
Ventaja competitiva	50	20	0.829

Fuente: Elaboración personal.

Tabla 3. Coeficiente de Alfa de Cronbach

COEFICIENTE (ESCALAS)	CONSISTENCIA INTRÍNSECA
$\alpha \geq 0.9$	Excelente
$0.9 > \alpha \geq 0.8$	Bueno
$0.8 > \alpha \geq 0.7$	Aceptable
$0.7 > \alpha \geq 0.6$	Cuestionable
$0.6 > \alpha \geq 0.5$	Pobre
$0.5 > \alpha$	Inaceptable

Fuente: George y Mallery, 2003.

3.5. Procedimientos

La presente investigación respetó un conglomerado de fases, empezando en la definición de la problemática dentro de la empresa comercial con respecto a la ventaja competitiva y gestión de la cadena de suministros con la que cuenta. Posterior a ello, se indagó un marco teórico para generar un argumento robusto de cada variable y el desarrollo del instrumento a utilizar. Al tener en cuenta el instrumento final, se realizó la encuesta, la cual arrojó valores o datos que fueron analizados estadísticamente con el programa o aplicación SPSS v25 para el contraste de la hipótesis respectiva.

3.6. Métodos de análisis de datos

Existen infinitudes de métodos de análisis, pero antes se debe entender que es; por ello para Ávila, H (2006) define al análisis o evaluación de datos, como aquel antecedente para la diligencia de la respectiva interpretación. Complementariamente, la lectura o explicación se ejecuta de acuerdo de los resultados de las investigaciones que se desarrollan. Esta acción se apoya en fundar inferencias acerca de las correlaciones entre las variables investigadas para generar discusiones, conclusiones y recomendaciones.

Inicialmente, se utiliza la estadística descriptiva. Hernández et al. (2006) recomienda que la labor inicial es referir los datos, los resultados a las apreciaciones logradas para cada una de las variables. Se consigue esto al representar la segmentación de las apreciaciones a rangos de cada variable. Por último, se utiliza la estadística inferencial con el software SPSS versión 25. Hernández et al. (2006) define a la estadística inferencial a la que se utiliza para comprobar la hipótesis y evaluar parámetros.

3.7. Aspectos éticos

Para todo estudio, el investigador se responsabiliza a honrar la legitimidad de los valores resultantes, identificar a los sujetos de estudio que interceden y la confianza de los datos suministrados por la compañía. Asimismo, a respetar la propiedad intelectual de cada autor mencionado, en función a las normas actuales del manual APA (7a edición).

Asimismo, se respeta la guía de trabajos de investigación procedente de la presente casa de estudio, de acuerdo con la Resolución del Vicerrectorado de Investigación con N.º 110- 2022-VI-UCV, dispuesta en la fecha del 05 de abril del 2022.

IV. RESULTADOS

4.1. Resultados descriptivos de las variables y dimensiones

Variable 1 – Gestión de la cadena de suministros

Se desarrolla la segmentación de los valores resultados de las apreciaciones de los encuestados sobre la primera variable - gestión de la cadena de suministros. Bajo esa dirección, se tomaron en cuenta los niveles negativa fuerte, negativa débil, positivo débil y positivo fuerte. La gestión de la cadena de suministro no registra niveles de negativo fuerte y débil, el 38% la registra como nivel positivo débil, en cambio el 62% de los colaboradores la determinaron como nivel positivo fuerte.

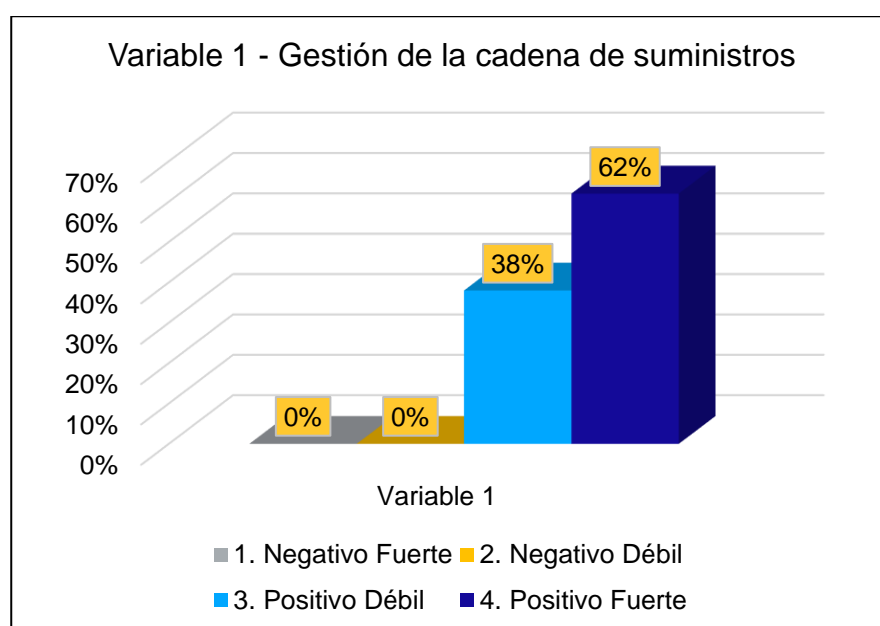


Figura 1. Niveles de la gestión de la cadena de suministros.

Tabla 4. Cuadro de resultados de la variable gestión de la cadena de suministros.

Niveles (Variables)	Frecuencia (Und)	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
1. Negativo Fuerte	0	00.0	00.0
2. Negativo Débil	0	00.0	00.0
3. Positivo Débil	19	38.0	38.0
4. Positivo Fuerte	31	62.0	100.0
Total general	50	100.0	100.0

Fuente: Elaboración personal.

Las dimensiones de la variable

Se desarrolla la segmentación de los valores resultantes de las percepciones de los encuestados sobre las dimensiones que son comprendidas en la primera variable (gestión de la cadena de suministros). Bajo esa dirección, se tomaron en cuenta los siguientes niveles: Negativo fuerte, negativo débil, positivo débil y positivo fuerte. La primera dimensión, transporte fue determinada como nivel negativo fuerte por el 0%, por el 4% como nivel negativo débil, el 62% la registra como nivel positivo débil, en cambio, el 34% de los encuestados la puntuaron como nivel positivo fuerte. La dimensión almacenamiento, el 0% de los individuos la consideró de nivel negativo fuerte, el 2% consideró a esta dimensión de negativo débil, el 40% en el tercer nivel positivo débil y el 58% en el nivel positivo fuerte. La tercera y penúltima dimensión, distribución, fue observada por el 0% como nivel negativo fuerte, el 2% percibió en nivel negativo débil, el 42% en nivel positivo débil y el 56% en nivel positivo fuerte. Por último, la dimensión cliente fue observada por el 0% en el nivel negativo fuerte y negativo débil, el 40% en nivel positivo débil y el 60% en nivel positivo fuerte.

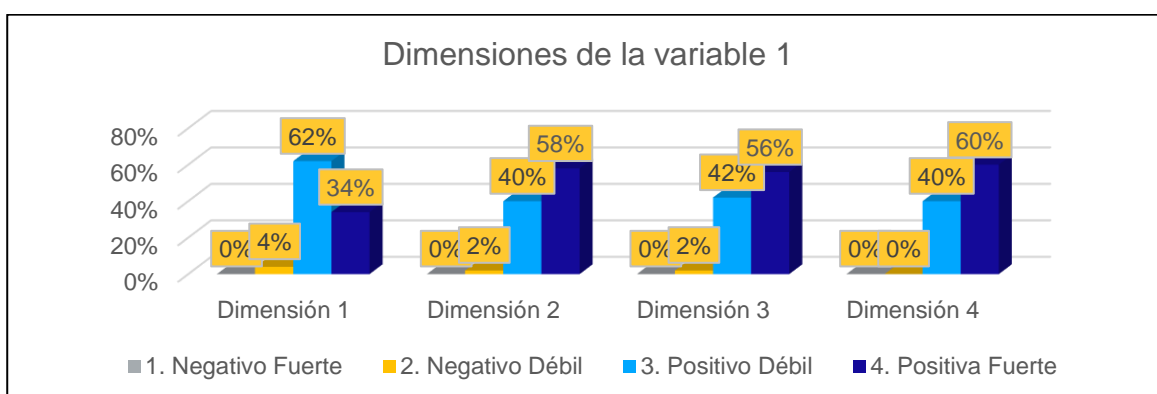


Figura 2. Niveles de las dimensiones comprendidas en la gestión de la cadena de suministros.

Tabla 5. Resultados descriptivos de las dimensiones de la gestión de la cadena de suministros.

Niveles	D1	D2	D3	D4
1. Negativo Fuerte	00.0	00.0	00.0	00.0
2. Negativo Débil	04.0	02.0	02.0	00.0
3. Positivo Débil	62.0	40.0	42.0	40.0
4. Positivo Fuerte	34.0	58.0	56.0	60.0
Total general	100.0	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración personal.

Variable 2 – Ventaja competitiva

Se desarrolla la segmentación de los resultados de los discernimientos de los encuestados de la variable ventaja competitiva. Bajo esa dirección, se tomaron en cuenta los niveles negativa fuerte, negativa débil, positivo débil y positivo fuerte. La ventaja competitiva no registra niveles de negativo fuerte y débil, el 44% la registra como nivel positivo débil, en cambio el 56% de los colaboradores la determinaron en el nivel positivo fuerte.

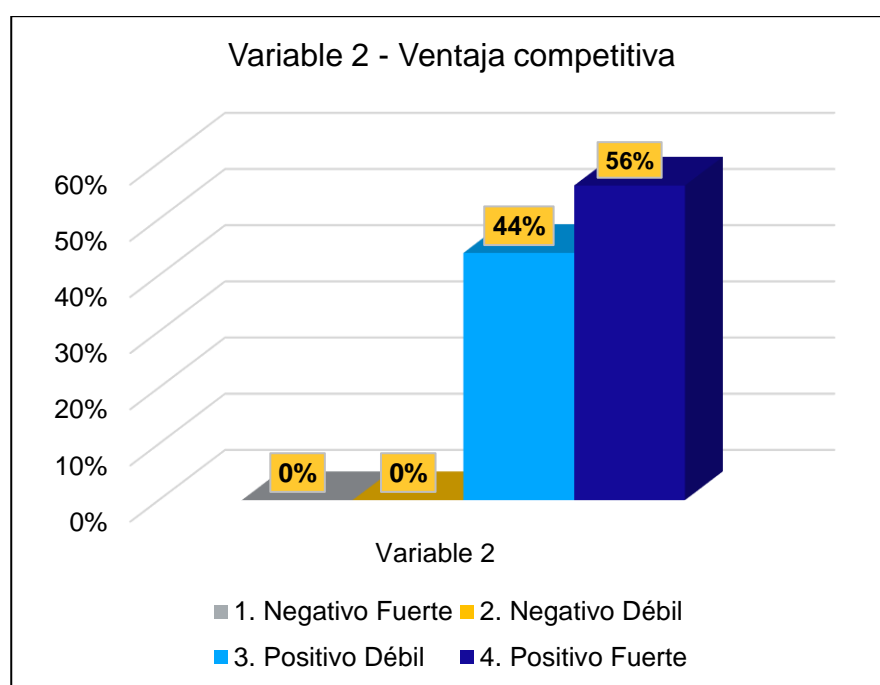


Figura 3. Niveles de la variable ventaja competitiva.

Tabla 6. Cuadro de resultados y frecuencias de la variable ventaja competitiva.

Niveles (Variables)	Frecuencia (Und)	Porcentaje (%)	Porcentaje acumulado (%)
1. Negativo Fuerte	0	00.0	00.0
2. Negativo Débil	0	00.0	00.0
3. Positivo Débil	22	44.0	44.0
4. Positivo Fuerte	28	56.0	100.0
Total general	50	100.0	100.0

Fuente: Elaboración personal.

Dimensiones de la variable ventaja competitiva

Se desarrolla la segmentación de los resultados de las percepciones de los encuestados sobre las dimensiones de la ventaja competitiva. Bajo esa dirección, se tomaron en cuenta los niveles negativo fuerte, negativo débil, positivo débil y positivo fuerte. La dimensión liderazgo de costos fue determinada como nivel negativo fuerte por el 0%, por el 2% en el nivel negativo débil, el 50% la registra como nivel positivo débil, en cambio, el 48% de los colaboradores la determinaron en el nivel positivo fuerte. La dimensión diferenciación, el 0% de los estudiados la consideró en el nivel negativo fuerte, el 2% calificó a esta dimensión como de negativo débil, el 56% en el nivel positivo débil y el 42% en nivel positivo fuerte. Por último, la última dimensión, enfoque fue observada por el 0% en el nivel negativo fuerte y negativo débil, el 46% en nivel positivo débil y el 54% en nivel positivo fuerte.

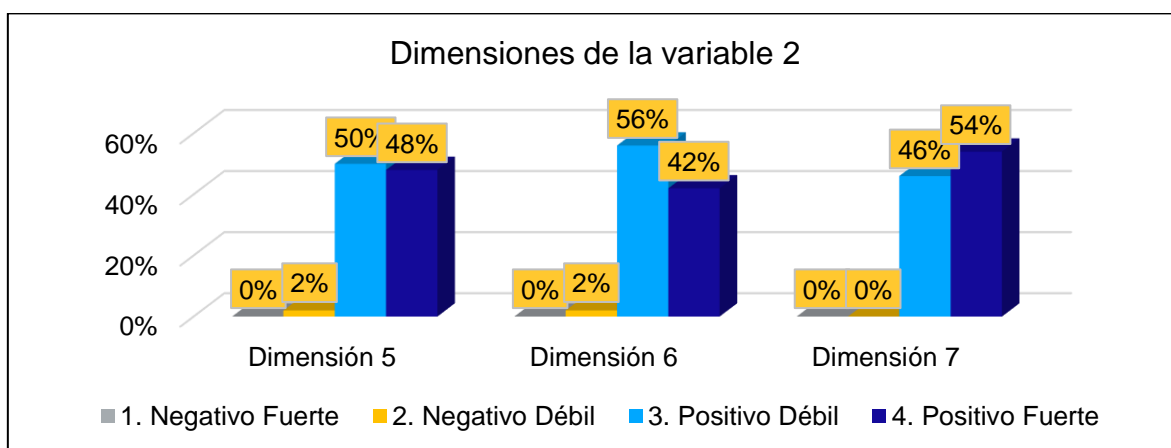


Figura 4. Niveles de las dimensiones de la ventaja competitiva.

Tabla 7. Resultados descriptivos de las dimensiones de la ventaja competitiva.

Niveles	D5	D6	D7
1. Negativo Fuerte	00.0	00.0	00.0
2. Negativo Débil	02.0	02.0	00.0
3. Positivo Débil	50.0	56.0	46.0
4. Positivo Fuerte	48.0	42.0	54.0
Total general	100.0	100.0	100.0

Fuente: Elaboración personal.

4.2. Análisis inferencial

4.2.1. Análisis inferencial de la hipótesis general

Ha: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Con la pretensión de contrastar la hipótesis general, primero es preciso establecer si los valores que pertenecen a la primera variable, gestión de la cadena de suministro y la segunda variable, ventaja competitiva, tienen una conducta que no se adecua a la famosa curva de normalidad. Como la cantidad de los elementos es igual a 50, se dispuso a efectuar la análisis o prueba de normalidad empleando el estadígrafo o estadístico de Kolmogorov-Smirnov.

Regla de determinación:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, posee una conducta no normal.

Si $p_{valor} > 0.05$, posee una conducta normal.

Tabla 8. Cuadro de prueba o análisis de normalidad para la variable 1 y variable 2.

Pruebas o análisis de normalidad			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1	,126	50	,046
Variable 2	,231	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración personal.

De la tabla 8, se visualiza y se puede comprobar que la significancia de las variables gestión de la cadena de suministros y ventaja competitiva, tienen valores menores a 0.05; A causa de lo antes mencionado y conforme a la regla de determinación, está entonces demostrado que poseen conductas no normales. Puesto que, lo que se pretende es hacer notar si la gestión de cadena de suministros y la ventaja competitiva se correlacionan significativamente, se procedió al análisis con la técnica de correlación de Spearman aplicando el programa SPSS.

Contrastación de la hipótesis general:

Ho: No hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Ha: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Regla de determinación:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, no se acepta la hipótesis nula.

Si $p_{valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 9. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y variable 2.

Correlaciones de Spearman			Variable 1	Variable 2
Rho. de Spearman	Variable 1	Coefficiente de correlación	1,000	,865**
		Significancia (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Variable 2	Coefficiente de correlación	,865**	1,000
		Significancia (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración personal.

El indicativo que establece o presenta el nivel de correlación analizado, determinó un índice de 0.865, en consecuencia, se logra un nivel o grado de correlación positivo muy fuerte entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva. El p-valor estuvo por debajo del nivel o grado de significancia, por lo tanto, se logró ampliar a nivel de la población.

4.2.2. Análisis de la primera hipótesis específica

Ha: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

La pretensión de la presente investigación es contrastar o cotejar la hipótesis específica inicial, primero es preciso establecer si los datos que pertenecen a la variable gestión de cadena de suministro y dimensión diferenciación, tienen una conducta que no se adecua a la famosa curva de normalidad. Como la cantidad de los elementos es igual a 50, se dispuso a efectuar la análisis o prueba de normalidad empleando el estadígrafo o estadístico de Kolmogorov-Smirnov.

Regla de determinación:

Si $p_{\text{valor}} \leq 0.05$, posee una conducta no normal.

Si $p_{\text{valor}} > 0.05$, posee una conducta normal.

Tabla 10. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 5.

Pruebas de normalidad			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1	,126	50	,046
Dimensión 5	,248	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración personal.

De la tabla 10, se puede comprobar que la significancia de la variable gestión de la cadena de suministros y la dimensión diferenciación, tienen valores menores a 0.05; A causa de lo antes mencionado y conforme con la regla de determinación, está entonces demostrado que poseen conductas no normales. En vista de que, lo que se pretende es conocer si la gestión cadena de suministros y la diferenciación se relacionan significativamente, se procedió al análisis con la técnica de correlación de Spearman aplicando el programa SPSS.

Contrastación de la hipótesis general:

H₀: No hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

H_a: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Regla de determinación:

Si $\rho_{\text{valor}} \leq 0.05$, no se acepta la hipótesis nula.

Si $\rho_{\text{valor}} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 11. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 5.

Correlaciones de Spearman			Variable 1	Dimensión 5
Rho de Spearman	Variable 1	Coefficiente de correlación	1,000	,731**
		Significancia (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Dimensión 5	Coefficiente de correlación	,731**	1,000
		Significancia (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración personal.

El indicativo que establece el nivel de correlación analizado determinó un valor de 0.731, en consecuencia, se logra un nivel o grado de correlación positiva considerable entre gestión de la cadena de suministros y la diferenciación. El p-valor estuvo por debajo del nivel o grado de significancia, por lo tanto, se logró ampliar a nivel de la población.

4.2.3. Análisis de la segunda hipótesis específica

Ha: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

La pretensión de la presente investigación es contrastar o cotejar la segunda hipótesis específica, primero es preciso establecer si los datos que pertenecen a la variable gestión de cadena de suministro y dimensión liderazgo en costos, tienen una conducta que no se ajusta o ciñe a la curva de normalidad. Como la cantidad de los elementos es igual a 50, se dispuso a efectuar la prueba de normalidad empleando el estadígrafo o estadístico de Kolmogorov-Smirnov.

Regla de determinación:

Si $p_{\text{valor}} \leq 0.05$, posee una conducta no normal.

Si $p_{\text{valor}} > 0.05$, posee una conducta normal.

Tabla 12. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 6.

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1	,126	50	,046
Dimensión 6	,215	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración personal.

De la tabla 12, se puede comprobar que la significancia de la variable gestión de la cadena de suministros y la dimensión liderazgo en costos, tienen valores menores a 0.05; A causa de lo antes mencionado y conforme con la regla de determinación, está entonces demostrado que poseen conductas no normales. En vista de que, lo que se pretende es conocer si la gestión cadena de suministros y el liderazgo en costos se relacionan significativamente, se procedió al análisis con la técnica de correlación de Spearman aplicando el programa SPSS.

Contrastación de la hipótesis general:

H₀: No hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

H_a: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Regla de determinación:

Si $p_{\text{valor}} \leq 0.05$, no se acepta la hipótesis nula.

Si $p_{\text{valor}} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 13. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 6.

Correlaciones de Spearman			Variable 1	Dimensión 6
Rho de Spearman	Variable 1	Coefficiente de correlación	1,000	,746**
		Significancia (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Dimensión 6	Coefficiente de correlación	,746**	1,000
		Significancia (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración personal.

El indicativo que establece el nivel de correlación analizado determinó un valor de 0.746, en consecuencia, se logra un nivel o grado de correlación positiva considerable entre gestión de la cadena de suministros y el liderazgo en costos. El p-valor estuvo por debajo del nivel o grado de significancia, por lo tanto, se logró ampliar a nivel de la población.

4.2.4. Análisis de la tercera hipótesis específica

Ha: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Con la pretensión de comprobar la última hipótesis específica, primero es preciso establecer si los valores que pertenecen a la primera variable - gestión de cadena de suministro y dimensión enfoque, tienen una conducta que no se ciñe o ajusta a la curva de normalidad. Como la cantidad de los elementos es igual a 50, se dispuso a efectuar la prueba de normalidad empleando el estadígrafo o estadístico de Kolmogorov-Smirnov.

Regla de determinación:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, posee una conducta no normal.

Si $p_{valor} > 0.05$, posee una conducta normal.

Tabla 14. Cuadro de prueba de normalidad para la variable 1 y dimensión 7.

	Pruebas de normalidad		
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
	Estadístico	gl	Sig.
Variable 1	,126	50	,046
Dimensión 7	,297	50	,000

a. Corrección de significación de Lilliefors

Fuente: Elaboración personal.

De la tabla 14, se puede comprobar que la significancia de la variable gestión de la cadena de suministros y dimensión enfoque, tienen valores menores a 0.05; A causa de lo antes mencionado y conforme con la regla de determinación, está entonces demostrado que poseen conductas no normales. En vista de que, lo que se pretende es conocer si la gestión cadena de suministros y el enfoque se relacionan significativamente, se procedió al análisis con la técnica de correlación de Spearman aplicando el programa SPSS.

Contrastación de la hipótesis general:

H₀: No hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

H_a: Hay correlación significativa entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022.

Regla de determinación:

Si $p_{valor} \leq 0.05$, no se acepta la hipótesis nula.

Si $p_{valor} > 0.05$, se acepta la hipótesis nula.

Tabla 15. Técnica de correlación de Spearman para la variable 1 y dimensión 7.

Correlaciones de Spearman			Variable 1	Dimensión 7
Rho de Spearman	Variable 1	Coeficiente de correlación	1,000	,752**
		Significancia (bilateral)	.	,000
		N	50	50
	Dimensión 7	Coeficiente de correlación	,752**	1,000
		Significancia (bilateral)	,000	.
		N	50	50

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).

Fuente: Elaboración personal.

El presente indicativo con valor 0.752 representa el grado de correlación que existe, en consecuencia, se logra un nivel o grado de correlación positiva considerable entre gestión de la cadena de suministros y el enfoque. El p-valor estuvo por debajo del nivel o grado de significancia, por lo tanto, se logró ampliar a nivel de la población.

V. DISCUSIÓN

En función al análisis descriptivo generado de las respuestas de la actual investigación, se demuestra que el nivel de correlación conseguido entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva es positiva muy fuerte, este resultado es contrastado del razonamiento deductivo y el análisis de la problemática que está considerado de los principios teóricos. El presente caso motivo de análisis correspondiente a una empresa comercial fue desarrollado sobre los discernimientos de un total de 50 individuos encuestados, los cuales pertenecen directamente al sistema de la cadena de suministro.

El análisis y resultados descriptivos de la primera variable (gestión de la cadena de suministros), fueron logrados en función al discernimiento de cada encuestado, por medio de las diferentes consultas del talonario de preguntas. En relación con ello, la gran parte de individuos consultados (62%) determinaron haber observado una gestión a nivel positivo fuerte, por otro lado, el resto la consideró como positivo débil. Estos valores demuestran que existe un involucramiento directo entre la organización y los individuos para reconocer la administración o gestión de la cadena de suministro. Independientemente de las incertidumbres a nivel global y local, se manifiesta un entendimiento a mostrarse de acuerdo con el buen desempeño de la gestión. Sin embargo, siempre habrá oportunidades de aplicar la mejora continua para que el resto de los individuos acepten un nivel positivo fuerte.

A nivel internacional, los hallazgos se relacionan con la investigación desarrollada por Asanza (2016) que consideró como objetivo de investigación el modelo de administración de suministros de la empresa DIFAC de la ciudad de Pasaje, Ecuador. Se concluyó que los modelos de administración de suministro poseen gran relevancia en lo concerniente al desarrollo y estabilidad de la empresa en el mercado, aseverando su competitividad por medio una gestión eficiente y proactiva de cada proceso que conforman la cadena. Por lo expuesto, se consiguió contemplar que tan pronto como se comprobaron posturas de niveles positivos fuertes de gestión de la cadena de suministros, también se comprobaron posturas de niveles positivos fuertes de la ventaja competitiva.

A nivel local, estos resultados se relacionan con el estudio de Franco et al (2020) que presentó como fin estudiar la cadena de suministro presente de la compañía Comercio & Cia S.A. y proporcionar robustez a las unidades de trabajo existentes para que la compañía posea mayores ventajas competitivas en correspondencia a todos los representantes de la cadena de suministro. Concluyó que la compañía tiene diversos elementos de mejora para poseer un desempeño superior al presente y esto les proporcionará un sustento de alto impacto para ejercicio en los siguientes años que les facilitará mayor ventaja competitiva con sus competidores en este momento. Por lo tanto, una vez implementada la gestión o administración de la cadena de suministro o abastecimiento es importante desarrollar su robustez y eso se logra con la integración de los elementos, esto apoyará a poseer una ventaja competitiva ante sus adversarios. Queda demostrado que la investigación de Franco tiene una tremenda coincidencia con la presente investigación.

En función a la teoría, se coincide con lo expuesto por Ballou (2004) el cual define la variable administración de la cadena de suministros o abastecimiento como la unificación de estas acciones por medio del mejoramiento de los nexos de la cadena de suministros para conseguir una ventaja competitiva sostenible. En tal sentido, desde el punto de vista teórico si existe una correlación entre ambas variables, pero es necesario validarlo empíricamente. Asimismo, evidenciar el comportamiento de estas variables en un escenario distinto y no el escenario ideal como normalmente se desarrollan las teorías.

Por el lado de las dimensiones, los encuestados observaron en un 62.0% como de nivel positivo débil a la dimensión transporte, el resultado deriva de la poca iniciativa de implementar TIC dentro del proceso de transporte además de la poca visibilidad de la gestión en los métodos ágiles para la toma de decisiones. La dimensión almacenamiento logró un nivel positivo fuerte con un 58%, se comprende que esta variable es el núcleo de la gestión y es imprescindible mantener el nivel de involucramiento de los individuos en las actividades que se realizan. Al igual que la anterior dimensión, las dimensiones distribución y cliente tienen un nivel positivo fuerte. Se comprende que la gestión de la cadena de suministros no considera las acciones individuales de cada dimensión sino como un todo, encadenando cada

proceso uniformemente. En ese sentido, se deben reducir las brechas en cada área y promocionar las buenas prácticas desarrolladas en estas últimas dimensiones para lograr un nivel estándar de percepción.

Los resultados descritos en la investigación coinciden con Ramírez (2018) quien generó una investigación teniendo como objetivo el evaluar las cadenas de abastecimiento como creadoras de valor en las redes logísticas. Concluyó que principalmente las medianas empresas despliegan un adecuado análisis logístico y que con una adecuada gestión de transporte e infraestructura pueden alcanzar a ser compañías competitivas a nivel internacional. Extrapolando lo indicado anteriormente con la presente investigación, esta coincide de forma positiva, pero hay una gran oportunidad de mejora en la gestión de transporte e infraestructura para que la percepción de los elementos estudiados sea de nivel positiva fuerte. Por último, se evidencia empíricamente que se realiza el análisis logístico dentro de toda la red de la cadena de suministros.

Por último, a nivel internacional, Molina (2019) mostró coincidencia en su tesis o investigación que tuvo como meta u objetivo, determinar en qué grado la integración de la cadena de suministro repercute en las ventajas. La cual logró demostrar la correlación y aceptar las suposiciones de que la integración de la cadena de suministro ha sido la raíz de ventaja competitiva. Por lo anterior, la unificación de la cadena de suministro aporta beneficiosamente a la generación de la ventaja competitiva, por consiguiente, se continúa demostrando que existe una complicidad en estas dos variables y que el comportamiento de una afectará directamente a la otra.

A nivel local, se demuestra otra coincidencia en las conclusiones. En la investigación de Cobeñas (2021) que tuvo como propósito establecer la correlación entre la ventaja competitiva y la cadena de suministro en la compañía importadora. Al final alcanzó a evidenciar que hay una correlación alta y positiva entre las variables observadas: Ventaja Competitiva y Cadena de suministro de la compañía importadora. Se mantiene una correlación positiva alta al igual que lo indicado en el anterior párrafo.

Por la variable ventaja competitiva los encuestados señalaron en un 56.0 % como nivel positivo fuerte. Esto necesariamente, resulta del entendimiento del desempeño de las áreas en su influencia en la ventaja competitiva de la organización. Actualmente, los individuos aceptan tener un nivel positivo fuerte por las campañas de identificación o gestión de marca. Sin embargo, dependerá de las organizaciones mantener esta positividad en sus colaboradores. Por último, se demuestra que no existe niveles inferiores a los positivos y esto recae en la responsabilidad de cada individuo para identificarse con su organización.

Continuando, otra investigación que coincide con el presente estudio es la de Carbajal (2021), que presentó una investigación con el objetivo establecer la correspondencia entre la ventaja competitiva y la cadena de abastecimientos de la compañía CIA Camporsal S.A., cercado de lima. El resultado logrado, establece que hay una correspondencia positiva alta de la variable: Ventaja competitiva, con la variable: Cadena de suministros de la compañía. El significado de este resultado es que las gestiones que se desarrollen en la cadena de suministro impactarán de forma positiva en la ventaja competitiva de la compañía.

Queda demostrado también en el estudio realizado por Maturrano et al (2022) que presentó como fin determinar la correlación efectiva entre la ventaja competitiva y la cadena de suministros en una compañía. En su investigación, señaló una correlación alta y positiva entre la ventaja competitiva y la cadena de suministros de la compañía. Independientemente de la locación o el rubro del negocio, queda evidenciado empíricamente que la administración de la cadena de suministro y la ventaja competitiva se correlacionan positivamente.

Adicionalmente, en lo expuesto en la teoría de Hill y Jones (2011) que definen que la clave para entender la ventaja competitiva es valorar cómo las distintas estrategias que los administradores efectúan logran establecer acciones para diferenciar a una compañía de sus competidores y hacerla capaz de superarlos de forma consistente. Si bien explícitamente no se menciona la administración de la cadena de abastecimiento en la presente teoría, sí es evidente entender que el desarrollo de la ventaja competitiva dependerá del gestor o estrategia y sus acciones o tácticas. Por ende, la gerencia de la cadena de suministros tendrá a su alcance

en gran medida el logro de la ventaja competitiva de la compañía.

Considerando los resultados logrados sobre las dimensiones de la ventaja competitiva, se pudo comprobar que el liderazgo en costos fue puntuado por el 50.0% los encuestados determinaron como nivel positivo débil y la diferenciación por el 56.0% también, sin embargo, la dimensión enfoque por el 54.0% en nivel positivo fuerte. Estos valores confirman que proporción de la variable y las dimensiones son observadas de carácter coherente, ambos expresan positividad en cada una de ellas. Si bien, la empresa invierte en infraestructura de nivel eficiente esta no es percibida en todas sus unidades de negocio. Por ello, es importante la difusión a todo nivel de las construcciones o inversiones que se hacen internamente. Por último, el respeto de la competencia y líneas de productos son elementos que no están bien definidos o no son considerados por los encuestados.

En relación con otras investigaciones realizadas, los resultados concuerdan con lo indicado por García (2018) quien desarrolló una investigación en una fábrica en España, la cual concluyó que las organizaciones establecen la Cadena de Suministro como instrumento estratégico de diferenciación respecto a sus adversarios, los resultados de este estudio generan evidencia empírica de que las organizaciones logran mejorar su ventaja competitiva y poseer altos resultados operativos o financieros cuando gestionan correctamente su cadena de suministros. Por ende, al igual que en Perú, en España se evidencia esta correlación en estas variables de forma positiva. Se interpreta que en las organizaciones o fábricas que gestionan correctamente la cadena de suministros generarán de forma positiva ventaja competitiva en el mercado que se desarrollen.

Los resultados alcanzados de las variables revelaron una conducta que no concuerda a la curva de normalidad, por ello, se determinó el uso de la técnica de Spearman con el programa SPSS, cuya evaluación permitió generar un valor de 0.865, por esta razón, el grado o nivel de correlación logrado entre gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva es positiva muy fuerte. En otras palabras, en la medida que exista poca gestión en la cadena de suministro, poca será la ventaja competitiva de esta. Asimismo, en la medida que exista una alta gestión en la cadena de suministros, alta será la ventaja competitiva de la compañía.

El p-valor estuvo por debajo del nivel o grado de significancia, por lo tanto, se logró ampliar a nivel de la población.

De igual forma, los resultados de la actual investigación coinciden con la investigación de Fonseca et al (2015) en Colombia en el cual se tenía como objetivo principal examinar la situación presente de la administración en la cadena de abastecimiento, y el cual concluyendo que promover tener un alto desempeño en la cadena de suministro involucra emplear en sus procesos, modelos que los induzcan a desarrollarse, pues esto le accederá a las Pymes desplegar ventajas competitivas. Se demuestra una vez más, la importancia de mantener un desempeño alto de la cadena de suministro y que es importante desarrollar modelos para mejorar la competitividad de esta. Finalmente, se sigue demostrando la correlación que existe en estas dos variables.

La presente investigación concordó que los resultados en su totalidad con distintos estudios generados, del mismo modo que se alcanzó a reconocer lo indicado por los distintos teorizadores que estudian la gestión o administración de la cadena de suministros o abastecimiento como la ventaja competitiva, por lo que la presente investigación ha evidenciado valores con altos grados de congruencia dentro del raciocinio deductivo aplicado.

VI. CONCLUSIONES

Primera

La investigación finiquita en que la gestión de la cadena de suministros evidencia de forma significativa una correlación de grado o nivel positiva muy fuerte con la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería.

Segunda

La investigación finiquita que la primera variable, gestión de la cadena de suministros, evidencia de forma significativa una correlación de grado considerable con el liderazgo de costos en una empresa comercial del rubro minería.

Tercera

La investigación finiquita que la primera variable, gestión de la cadena de suministros, muestra de forma significativa una correlación de grado considerable con la diferenciación en una empresa comercial del rubro minería.

Cuarta

La investigación finiquita que la primera variable, gestión de la cadena de suministros, muestra de forma significativa una relación de nivel considerable con el enfoque en una empresa comercial del rubro minería.

VII. RECOMENDACIONES

Primera

Se recomienda aplicar la presente investigación a otro sector para seguir contrastando empíricamente la correlación de la gestión o administración de la cadena de suministros y la ventaja competitiva, teniendo en cuenta en estos tiempos cambiantes y/o disruptivos que desarrollan escenarios desafiantes. Asimismo, impulsar constante e internamente en cada compañía los beneficios de tener una gestión de la cadena de suministros.

Segunda

Impulsar o promover el liderazgo en costos en las organizaciones para que esta pueda ser identificada por las gerencias y esta pueda desarrollar políticas adecuadas para mejorar la ventaja competitiva en cada organización. Asimismo, mantener informado al personal de los beneficios de este y asociar constantemente o difundir la gestión o administración de la cadena de suministros con el liderazgo en los costos para generar niveles de correlación positivos muy fuertes.

Tercera

Se recomienda poner en práctica las teorías de la actual investigación para poder mejorar la correlación de entre la gestión o administración de la cadena de suministros y la diferenciación. Además, incentivar a las gerencias a difundir estas teorías ya aplicadas para que puedan ser consideradas en futuras investigaciones y los colaboradores puedan percibir de mejor manera la situación actual de las acciones o implementaciones de la empresa.

Cuarta

Se recomienda a la alta dirección y gerencia dar importancia a las investigaciones. La investigación contribuye a la generación de competitividad de la empresa y genera valor en todo sentido. Por último, algo que diferencia a las empresas es su grado de desarrollar nuevos métodos, gestiones o productos y eso se logra únicamente con la investigación.

REFERENCIAS

- Asanza, C. (2016). *Modelo de gestión de abastecimiento de productos de consumo masivo de la empresa Difac en la Ciudad de Pasaje*. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/handle/48000/8282>
- Audrey, M. (2000). *Profiling the chief customer officer*. <https://www.destinationcrm.com/Articles/Editorial/Magazine-Features/Profiling-the-Chief-Customer-Officer-46706.aspx>
- Avila, H. (2006). *Introducción a la metodología*. España: Edición electrónica.
- Baena, G. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). Cd. de México: Grupo Editorial Patria.
- Ballou, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro* (5ta. ed.). México D.F.: Pearson Educación.
- Bautista, N. (2011). *Proceso de la investigación cualitativa: epistemología, metodología y aplicaciones*. Bogotá: El Manual Moderno.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). Bogotá D.C.: Pearson Educación de Colombia Ltda.
- Bowersox, D., Closs, D., Cooper, B. (2007). *Administración y logística en la cadena de suministros* (2da. ed.). México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana, S.A. DE C.V.
- Cañero, A. (2017). *Cadena de suministro y logística*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Carbajal, J. (2019). *Cadena de suministros y ventaja competitiva de la empresa CIA camporsal S.A., Cercado de Lima, 2019*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/50138>
- Castañeda, M., Cabrera, A., Navarro, Y., De Vries, W. (2010). *Procesamiento de datos y análisis estadísticos utilizando SPSS. Un libro práctico para investigadores y administradores educativos*. Porto Alegre: Universitária da

PUCRS.

Cerda, H. (1991). *Los elementos de la investigación*. Bogotá: El Búho.

Chase, R., & Jacobs, R. (2014). *Administración de la producción: Producción y cadena de suministros* (13a. ed.). México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana, S.A. DE C.V.

Chopra, S., & Meindl, P. (2008). *Administración de la cadena de suministro: Estrategia, planeación y operación* (3a. ed.). Estado de México: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Cobeñas, J. (2021). *Cadena de suministro y ventaja competitiva de las empresas importadoras de reactivos de diagnóstico in vitro, Lima 2021*.
<https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/71825>

Correa, A., Gómez, R., & Cano, J. (2010). Gestión de almacenes y tecnologías de la información y comunicación (TIC). *Estudios Gerenciales*, 145-171.

Coyle, J., Langley, J., Novack, R., & Gibson, B. (2013). *Administración de la cadena de suministro. Una perspectiva logística* (9a. ed.). México, D.F.: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Demuner, M., & Mercado, P. (2011). Estrategia Competitiva y Tecnología de la Estructura Productiva en PyMEs Manufactureras de Autopartes del Estado de México. Estudio de Caso Múltiple. *Panorama Socioeconómico*, 4-22.

Díaz, I. (2009). Enfoque de Porter y de la teoría basada en los recursos en la identificación de la Ventaja Competitiva: ¿contraposición o conciliación? *Economía y Desarrollo*, 101-114.

Flores, F., Ramos, R., Ramos, F., & Ramos, A. (2019). Gestión de Innovación tecnológica y globalización como factores impulsores de la calidad de servicio y competitividad. *Redalyc*, 88.

Fonseca, A., Rincón, N., & Caicedo, N. (2015). *Administración en la cadena de*

suministro y su relación con el desempeño de las PYME del sector agroindustrial. <https://repository.urosario.edu.co/handle/10336/10278>

Franco, A., Requejo, P., Rodríguez, J., & Villanueva, S. (2020). *Propuesta de transformación a cadena de suministro de la empresa Comercio & Cia S.A.* <https://repositorio.esan.edu.pe/handle/20.500.12640/2174>

García, J. (2018). *Gestión de la cadena de suministro: análisis del uso de las TIC y su impacto en la eficiencia.* <https://eprints.ucm.es/id/eprint/46224/>

George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows Step by Step: A Simple Guide and Reference.* Michigan: Allyn and Bacon.

García, F. (2006). La Gestión de Cadenas de Suministros: Un enfoque de integración global de procesos. *Visión Gerencial*, 53-62.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2006). *Metodología de la Investigación* (4a. ed.). México, D. F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, SA de C.V, 2006.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6a. ed.). México D.F.: McGraw-Hill Interamericana Editores, S.A. DE C.V.

Herrera, M., Casanova, C., Herrera, G., Almeida, J., Preciado, F. (2022). *Estrategia y Ventaja Competitiva – Un enfoque práctico.* Guayaquil: Editorial Grupo Compás.

Hill, C., & Jones, G. (2011). *Administración Estratégica - Un enfoque integral* (9a. ed.). México D.F.: Cengage Learning Editores S.A. de C.V.

IBM. (S.F). *Guía del usuario de IBM SPSS Statistics 25 Core System.* https://www.ibm.com/docs/en/SSLVMB_26.0.0/pdf/es/IBM_SPSS_Statistics_Core_System_User_Guide.pdf

Jiménez, J., & Hernández, S. (2002). *Marco conceptual de la cadena de suministro:*

un nuevo enfoque logístico. <http://www.inea.gob.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt215.pdf>

Lara, R. (2008). Análisis de la estrategia de enfoques y especialización de Porter para la creación de una MPyME. *Revista del Centro de Investigación*, 127-132.

López, C., & Pardo, S. (2019). El transporte de carga terrestre en el comercio internacional. Análisis comparativo entre Bogotá, Colombia y Santa Cruz de la Sierra, Bolivia. *Ensayos de Economía*, 89-114.

Martínez, H. (2012). *Metodología de la investigación*. México D.F.: Cengage Learning Editores, S.A. de C.V.

Martínez, R., & Moreno, R. (S.F.). *Cómo plantear y responder preguntas de manera científica*. Madrid: Síntesis S.A.

Maturrano, C., & Muñoz, N. (2022). *Cadena de suministros y ventaja competitiva de la empresa metalmecánica Fabricaciones Alcántara E.I.R.L., Lima 2022*. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99476>

Molina, B. (2019). *Ventajas competitivas a través de la integración de la cadena de suministro en las empresas de la industria de alimentos de Michoacán*. http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/handle/DGB_UMICH/1275

Morán, G., & Alvarado, D. (2010). *Métodos de investigación*. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación de México, S.A. de C.V.

Nova, L. (2010). La investigación en gestión de la cadena de suministro a nivel mundial. *Fundación Dialnet*, 40-52.

Ocampo, P., & Prada, R. (2017). *El mercadeo y la cadena de abastecimiento en relación con el sector de autopartes en Colombia*. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsair&AN=edsair.doajarticles..7950e4bd37457bec91571523f27c9751&lang=es&site=eds-live>

- Pimienta, J., & De la Orden, A. (2017). *Metodología de la investigación* (3a. ed.). Ciudad de México: Pearson Educación de México S.A. de C.V.
- Porter, M. (1991). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior*. Buenos Aires: R. E. I. Argentina S.A.
- Porter, M. (2008). *Estrategia competitiva*. México, D.F.: Grupo Editorial Patria, S.A. de C.V.
- Porter, M. (2008). *Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia*. Boston: Harvard Business School Publishing Corporation.
- Ramírez, A. (2018). *Las cadenas de suministro como generadoras de valor de las redes logísticas de las PyMES. Caso de estudio: Una mediana empresa comercializadora de equipos de cocina para la industria en general*. <http://ri.uaemex.mx/handle/20.500.11799/94438>
- Ramos, E. (2021). *Integración de los elementos de la gestión del suministro en la planificación estratégica y sostenibilidad de la cadena de suministro del café peruano*. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/16467>
- Salvador, P. (2021). *El 66% de empresas en el país tiene un nivel de gestión incipiente en su cadena de suministros*. https://www.ey.com/es_pe/news/2021/12/empresas-pais-gestion-cadena-suministros#:~:text=Supply%20Chain%20Overview%202021%E2%80%B3%2C%20de,%E2%80%9D%20o%20%E2%80%9Cen%20desarrollo%E2%80%9D.
- Sánchez, C. (2019). *Normas APA – 7ma (séptima) edición*. Obtenido de Normas APA (7ma edición): <https://normas-apa.org/>
- Sierra, C., Moreno, J., & Silva, H. (2015). Canales de distribución: características principales de los distribuidores mayoristas de materiales de construcción de extracción minera en Barranquilla - Colombia. *Telos*, 512-529.
- Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación científica*. México D.F.: Editorial.

ANEXOS

Anexo 1: Matriz operacional de la variable 1 (Gestión de la cadena de suministros)

VARIABLE	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Gestión de la cadena de suministros Variable 1	Para Ballou (2004), la gestión de la cadena de suministros es la unificación de estas acciones por medio del mejoramiento de los nexos de la cadena de suministros para lograr una ventaja competitiva sostenible.	La gestión de la cadena de suministros es el proceso por el cual se planifica, se controlan y se ponen en ejercicio las operaciones de nuestra red de abastecimiento y almacenaje como proveedores o vendedores.	Transporte	<ul style="list-style-type: none"> • Relación con proveedores • Toma de decisión • Tecnología de la información 	1,2,3	(5) Totalmente de acuerdo. (4) De acuerdo. (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (1) Totalmente en desacuerdo.
			Almacenamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Control de recepción • Métodos de almacenaje • Estándares de empaque 	4,5,6	
			Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Centros de acopio • Capacidad instalada • Estrategia de distribución 	7,8,9	
			Cliente	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia de servicio • Niveles de servicio • Procedimiento estándar 	10,11,12	

Anexo 2: Matriz operacional de la variable 2 (Ventaja competitiva)

VARIABLE	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Escala de medición
Ventaja competitiva Variable 2	Hill y Jones (2011) definen que la clave para entender la ventaja competitiva es valorar cómo las distintas estrategias que los administradores efectúan logran establecer acciones para diferenciar a una compañía de sus competidores y hacerla capaz de superarlos de forma consistente.	La ventaja competitiva es el posicionamiento por encima del enemigo más cercano, observado en muchos sectores, en la economía, el mercado, ámbito profesional y empresarial, aunque regularmente se define a las actividades comerciales, donde existe mucha competitividad entre productores, distribuidores y vendedores.	Liderazgo de costos	<ul style="list-style-type: none"> • Infraestructura de nivel eficiente • Estratégica de reducción de costos • Control severo de costos 	13,14,15	(5) Totalmente de acuerdo. (4) De acuerdo. (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. (2) En desacuerdo. (1) Totalmente en desacuerdo.
			Diferenciación	<ul style="list-style-type: none"> • Producto/servicio diferenciado • Capacidad de cumplir necesidades • Respeto de la competencia 	16,17,18	
			Enfoque	<ul style="list-style-type: none"> • Segmento de mercado • Líneas de productos 	19,20	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 3: Instrumento

GESTIÓN DE LA CADENA DESUMINISTROS Y VENTAJA COMPETITIVA

Estimad@ Sr(a). Tengo el agrado de dirigirme a usted para primero agradecerle por el apoyo y el tiempo otorgado. La presente encuesta tiene como propósito desarrollar o recopilar data para una investigación profesional. Reitero el agradecimiento de antemano por su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

INSTRUCCIONES: A continuación, se presenta una serie de preguntas, las cuales usted deberá marcar la respuesta que considere conveniente.

Considere lo siguiente: (5) Totalmente de acuerdo - (4) De acuerdo - (3) Ni de acuerdo, ni en desacuerdo. - (2) En desacuerdo - (1) Totalmente en desacuerdo.

***Obligatorio**

1. Apellido completo *

2. Nombre completo *

Variable 1: Gestión de la cadena de suministro.

3. D1: Traslados: La empresa tiene excelente relación con sus proveedores de transportes. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

4. D1: Traslados: El área de transportes cuenta con métodos ágiles para la toma de decisión. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

5. D1: Traslados: El proveedor de transporte se apoya en la tecnología de la información para el seguimiento de traslados. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

6. D2: Almacenamiento: Se cumple con el proceso de recepción y se realiza los controles requeridos en el mismo. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

7. D2: Almacenamiento: Se mantiene el orden de los productos para facilitar su manipulación y conteo. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

8. D2: Almacenamiento: La empresa respeta los estándares de empaquetamiento para su adecuado alistamiento y distribución. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

9. D3: Distribución: La empresa cuenta con centro de acopio ubicados estratégicamente en el Perú. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

10. D3: Distribución: La empresa invierte en el mejoramiento continuo de la capacidad instalada en los centros de distribución.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

11. D3: Distribución: La empresa tiene personal calificado para desarrollar efectivamente la estrategia de distribución. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

12.D4: Cliente: La empresa difunde y da seguimiento de las estrategias para mejorar el servicio al cliente. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

13.D4: Cliente: La empresa y sus colaboradores tienen entendido que sus acciones repercuten al nivel de servicio que ofrecen a sus clientes.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

14.D4: Cliente: La empresa cuenta con los procesos estandarizados y estos están orientados al objetivo de satisfacer al cliente. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

Variable 2: Ventaja competitiva.

15.D5: Liderazgo de costos: La gestión de la cadena de suministro tiene la capacidad de generar o construir infraestructura(almacén) de nivel eficiente.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

16. D5: Liderazgo de costos: La gestión de la cadena de suministro desarrolla estrategias de reducción de costos.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

17.D5: Liderazgo de costos: La gestión de la cadena de suministro se preocupa por el control severo de los costos logísticos. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

18. D6: Diferenciación: La empresa tiene y desarrolla productos y servicios diferenciados a los que actualmente se encuentran en el mercado.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

19.D6: Diferenciación: La gestión de la cadena de suministro cuenta con la capacidad de cumplir las necesidades de los clientes.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

20.D6: Diferenciación: La empresa y su cadena de suministro trabajan intensamente para tener el respeto de la competencia. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

21.D7: Enfoque: La empresa y su cadena de suministro tienen claro a qué segmento del mercado están enfocados. *

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

22.D7: Enfoque: La empresa y su cadena de suministro tienen claro qué líneas de productos suministran o venden a sus clientes.

Marca solo un óvalo.

- Totalmente de acuerdo.
- De acuerdo.
- Ni de acuerdo, ni en desacuerdo.
- En desacuerdo.
- Totalmente en desacuerdo.

Anexo 4: Validación de instrumentos

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TRASLADOS		Si	No	Si	No	Si	No	
1	La empresa tiene excelente relación con sus proveedores de transportes.	x		x		x		
2	El área de transportes cuenta con métodos ágiles para la toma de decisión. (Se adapta la forma de trabajo a las condiciones o circunstancias).	x		x		x		
3	El proveedor de transporte se apoya en la tecnología de la información para el seguimiento de traslados.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
4	Se cumple con el proceso de recepción y se realiza los controles requeridos en el mismo.	x		x		x		
5	Se mantiene el orden de los productos para facilitar su manipulación y conteo.	x		x		x		
6	La empresa respeta los estándares de empaquetamiento para su adecuado alistamiento y distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCIÓN		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
7	La empresa cuenta con centro de acopio ubicados estratégicamente en el Perú.	x		x		x		
8	La empresa invierte en el mejoramiento continuo de la capacidad instalada en los centros de distribución.	x		x		x		

9	La empresa tiene personal calificado para desarrollar efectivamente la estrategia de distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 4: CLIENTE		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
10	Le empresa difunde y da seguimiento de las estrategias para mejorar el servicio al cliente.	x		x		x		
11	La empresa y sus colaboradores tienen entendido que sus acciones repercuten al nivel de servicio que ofrecen a sus clientes.	x		x		x		
12	La empresa cuenta con los procesos estandarizados y estos están orientados al objetivo de satisfacer al cliente.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [x] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dr. Carlos Andrés Guerra Bendezú DNI: 09726163

Especialidad del validador: Metodología

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

08 ..de... 01del 2023

Big. Carlos Andrés Guerra Bendezú
REGUC 016810

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VENTAJA COMPETITIVA

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO DE COSTOS								
1	La gestión de la cadena de suministro tiene la capacidad de generar o construir infraestructura(almacén) de nivel eficiente.	x		x		x		
2	La gestión de la cadena de suministro desarrolla estrategias de reducción de costos.	x		x		x		
3	La gestión de la cadena de suministro se preocupa por el control severo de los costos logísticos.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACIÓN		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
4	La empresa tiene y desarrolla productos y servicios diferenciados a los que actualmente se encuentran en el mercado.	x		x		x		
5	La gestión de la cadena de suministro cuenta con la capacidad de cumplir las necesidades de los clientes.	x		x		x		
6	La empresa y su cadena de suministro trabajan intensamente para tener el respeto de la competencia.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: ENFOQUE		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
7	La empresa y su cadena de suministro tienen claro a que segmento del mercado están enfocados.	x		x		x		

8	La empresa y su cadena de suministro tienen claro que líneas de productos suministran o venden a sus clientes.	x		x		x		
---	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [x] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []


Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dr. Carlos Andrés Guerra Bendezú DNI: 09726163

Especialidad del validador: Metodología

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

08 ..de... 01 ..del 2023



Dr. Carlos Andrés Guerra Bendezú
REGUC 016818

Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TRASLADOS								
1	La empresa tiene excelente relación con sus proveedores de transportes.	x		x		x		
2	El área de transportes cuenta con métodos ágiles para la toma de decisión. (Se adapta la forma de trabajo a las condiciones o circunstancias).	x		x		x		
3	El proveedor de transporte se apoya en la tecnología de la información para el seguimiento de traslados.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO								
4	Se cumple con el proceso de recepción y se realiza los controles requeridos en el mismo.	x		x		x		
5	Se mantiene el orden de los productos para facilitar su manipulación y conteo.	x		x		x		
6	La empresa respeta los estándares de empaquetamiento para su adecuado alistamiento y distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCIÓN								
7	La empresa cuenta con centro de acopio ubicados estratégicamente en el Perú.	x		x		x		
8	La empresa invierte en el mejoramiento continuo de la capacidad instalada en los centros de distribución.	x		x		x		

9	La empresa tiene personal calificado para desarrollar efectivamente la estrategia de distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 4: CLIENTE		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
10	Le empresa difunde y da seguimiento de las estrategias para mejorar el servicio al cliente.	x		x		x		
11	La empresa y sus colaboradores tienen entendido que sus acciones repercuten al nivel de servicio que ofrecen a sus clientes.	x		x		x		
12	La empresa cuenta con los procesos estandarizados y estos están orientados al objetivo de satisfacer al cliente.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): si hay

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: BRAVO ROJAS LEONIDAS MANUEL..... DNI: 08634346.....

Especialidad del validador: ING INDUSTRIAL, MBA, DR......

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

.....05 de.....01...del 20..23


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VENTAJA COMPETITIVA

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO DE COSTOS								
1	La gestión de la cadena de suministro tiene la capacidad de generar o construir infraestructura(almacén) de nivel eficiente.	X		X		X		
2	La gestión de la cadena de suministro desarrolla estrategias de reducción de costos.	X		X		X		
3	La gestión de la cadena de suministro se preocupa por el control severo de los costos logísticos.	X		X		X		
DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACIÓN								
4	La empresa tiene y desarrolla productos y servicios diferenciados a los que actualmente se encuentran en el mercado.	X		X		X		
5	La gestión de la cadena de suministro cuenta con la capacidad de cumplir las necesidades de los clientes.	X		X		X		
6	La empresa y su cadena de suministro trabajan intensamente para tener el respeto de la competencia.	X		X		X		
DIMENSIÓN 3: ENFOQUE								
7	La empresa y su cadena de suministro tienen claro a que segmento del mercado están enfocados.	X		X		X		

8	La empresa y su cadena de suministro tienen claro que líneas de productos suministran o venden a sus clientes.	X		X		X	
---	--	---	--	---	--	---	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): SI HAY

Opinión de aplicabilidad: Aplicable [] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: LEONIDAS MANUEL BRAVO ROJAS DNI: 08634346

Especialidad del validador: ING INDUSTRIAL, MBA, DR.

05 de 01 del 23
.....de.....del 20....

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión


Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: TRASLADOS								
1	La empresa tiene excelente relación con sus proveedores de transportes.	x		x		x		
2	El área de transportes cuenta con métodos ágiles para la toma de decisión. (Se adapta la forma de trabajo a las condiciones o circunstancias).	x		x		x		
3	El proveedor de transporte se apoya en la tecnología de la información para el seguimiento de traslados.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: ALMACENAMIENTO								
4	Se cumple con el proceso de recepción y se realiza los controles requeridos en el mismo.	x		x		x		
5	Se mantiene el orden de los productos para facilitar su manipulación y conteo.	x		x		x		
6	La empresa respeta los estándares de empaquetamiento para su adecuado alistamiento y distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: DISTRIBUCIÓN								
7	La empresa cuenta con centro de acopio ubicados estratégicamente en el Perú.	x		x		x		
8	La empresa invierte en el mejoramiento continuo de la capacidad instalada en los centros de distribución.	x		x		x		

9	La empresa tiene personal calificado para desarrollar efectivamente la estrategia de distribución.	x		x		x		
DIMENSIÓN 4: CLIENTE		Si	No	Si	No	Si	No	Sugerencias
10	Le empresa difunde y da seguimiento de las estrategias para mejorar el servicio al cliente.	x		x		x		
11	La empresa y sus colaboradores tienen entendido que sus acciones repercuten al nivel de servicio que ofrecen a sus clientes.	x		x		x		
12	La empresa cuenta con los procesos estandarizados y estos están orientados al objetivo de satisfacer al cliente.	x		x		x		

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dr. Jorge Nelson Malpartida Gutiérrez DNI: 10400346

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial, MBA y Dr.

¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

08 ..de... 01del 2023



Firma del Experto Informante.

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO

CERTIFICADO DE VALIDEZ DE CONTENIDO DEL INSTRUMENTO QUE MIDE: VENTAJA COMPETITIVA

N°	DIMENSIONES/ITEMS	Pertinencia		Relevancia		Claridad		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
DIMENSIÓN 1: LIDERAZGO DE COSTOS								
1	La gestión de la cadena de suministro tiene la capacidad de generar o construir infraestructura(almacén) de nivel eficiente.	x		x		x		
2	La gestión de la cadena de suministro desarrolla estrategias de reducción de costos.	x		x		x		
3	La gestión de la cadena de suministro se preocupa por el control severo de los costos logísticos.	x		x		x		
DIMENSIÓN 2: DIFERENCIACIÓN								
4	La empresa tiene y desarrolla productos y servicios diferenciados a los que actualmente se encuentran en el mercado.	x		x		x		
5	La gestión de la cadena de suministro cuenta con la capacidad de cumplir las necesidades de los clientes.	x		x		x		
6	La empresa y su cadena de suministro trabajan intensamente para tener el respeto de la competencia.	x		x		x		
DIMENSIÓN 3: ENFOQUE								
7	La empresa y su cadena de suministro tienen claro a que segmento del mercado están enfocados.	x		x		x		

8	La empresa y su cadena de suministro tienen claro que líneas de productos suministran o venden a sus clientes.	x		x		x		
---	--	---	--	---	--	---	--	--

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad: **Aplicable** [X] **Aplicable después de corregir** [] **No aplicable** []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Dr. Jorge Nelson Malpartida Gutiérrez DNI: 10400346

Especialidad del validador: Ingeniero Industrial, MBA y Dr.

- ¹**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- ²**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- ³**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

08 de 01 del 2023



Firma del Experto Informante.

Anexo 5: Valoraciones de las respuestas de la encuesta

N°	Gestión de la cadena de suministros												Variable 2							
	Transporte			Almacenamiento			Distribución			Cliente			Liderazgo de costos			Diferenciación			Enfoque	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
E1	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5
E4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
E6	4	4	4	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4
E7	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
E8	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5
E9	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
E10	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
E11	4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
E12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E13	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	3	4	3	4	5
E14	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5
E15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3
E16	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E17	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5
E18	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5
E19	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
E20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E21	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E22	5	5	2	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	5	5	4	4	5	5	5
E23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5
E24	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5
E25	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	5	5
E26	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
E27	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	3	3	3	4	5	5	5	5
E28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E29	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
E30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E31	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E32	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E33	4	4	2	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5
E34	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
E35	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E37	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
E38	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E40	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
E41	3	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
E42	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
E43	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
E44	5	3	2	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4
E45	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E46	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5
E47	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5
E48	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
E49	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4
E50	3	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5

Fuente: Elaboración propia (resultados de la encuesta).

Anexo 6: Niveles de rango correlacionales

Rango	Significado de la relación
+0,91 a 1,00	Correlación positiva perfecta
+0,76 a +0,90	Correlación positiva muy fuerte
+0,51 a +0,75	Correlación positiva considerable
+0,11 a +0,50	Correlación positiva media
+0,01 a +0,10	Correlación positiva débil
0,00	Correlación nula (no existe)
-0.01 a -0,10	Correlación negativa débil
-0,11 a -0,50	Correlación negativa media
-0,51 a -0,75	Correlación negativa considerable
-0,76 a -0,90	Correlación negativa muy fuerte
-0,91 a -1	Correlación negativa perfecta

Fuente: Asignatura diseño y desarrollo del trabajo de investigación.

Anexo 7: Alfa de Cronbach

Fiabilidad

[Conjunto_de_datos0]

Escala: Variable 1

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,890	12

Fuente: Elaboración propia.

Fiabilidad

Escala: Variable 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido ^a	0	,0
	Total	20	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,829	8

Fuente: Elaboración propia



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

ESCUELA DE POSGRADO

MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA

Declaratoria de Autenticidad del Asesor

Yo, GUERRA BENDEZU CARLOS ANDRES, docente de la ESCUELA DE POSGRADO MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS - MBA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA NORTE, asesor de Tesis titulada: "Gestión de la cadena de suministros y la ventaja competitiva en una empresa comercial del rubro minería, Callao, año 2022", cuyo autor es CRUZ LUCHO JOHAN LI JAVIER, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 17.00%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 16 de Enero del 2023

Apellidos y Nombres del Asesor:	Firma
GUERRA BENDEZU CARLOS ANDRES DNI: 09726163 ORCID: 0000-0002-8928-1237	Firmado electrónicamente por: CGUERRAB el 18- 01-2023 18:02:05

Código documento Trilce: TRI - 0521465