

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EMPRESA**

Escuela Académico Profesional de Administración y Negocios  
Internacionales

Tesis

**Relación de la cadena de suministros y la  
competitividad del café orgánico en la empresa  
Highland Coffee - Chanchamayo, 2023**

Angie Rashel Rosales Sanchez  
Estefanny Miley Suarez Pari

Para optar el Título Profesional de  
Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Huancayo, 2024

Repositorio Institucional Continental  
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

## INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

**A** : Decano de la Facultad de Ciencias de la Empresa  
**DE** : MG. MIGUEL ANGEL CAPUÑAY REÁTEGUI  
Asesor de trabajo de investigación  
**ASUNTO** : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación  
**FECHA** : 14 de Mayo de 2024

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

**Título:**

"RELACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS Y LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ ORGÁNICO EN LA EMPRESA "HIGHLAND COFFEE" - CHANCHAMAYO, 2023"

**Autores:**

1. Angie Rashel Rosales Sanchez – EAP. Administración y Negocios Internacionales
2. Estefanny Miley Suarez Pari – EAP. Administración y Negocios Internacionales

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI  NO
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores  
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 10 SI  NO
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI  NO

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

**La firma del asesor obra en el archivo original**  
(No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

**ASESOR:**

Mag. Miguel Angel Capuñay Reátegui

**ID ORCID:** 0000-0002-7205-7765

**Dedicatoria**

Dedicado a nuestras familias; en especial a nuestros padres, quienes con su apoyo, confianza y compañía contribuyen a nuestra formación profesional y personal, gracias también a todos los que nos dieron su confianza y su tiempo para completar el estudio.

### **Agradecimientos**

A la Universidad Continental por permitirnos aprender de profesionales honestos y conocedores que han contribuido a nuestra formación profesional.

A todos nuestros educadores que nos ayudaron validar nuestros instrumentos y que nos han acompañado en este proceso.

Al Mag. Miguel Angel Capuñay Reátegui que como asesor y metodólogo nos proporcionó valiosos conocimientos, consejos, correcciones y aportes que contribuyó con la culminación exitosa de esta tesis.

## Índice de Contenidos

Portada .....	i
Dedicatoria.....	ii
Agradecimientos .....	iii
Índice de Contenidos.....	iv
Lista de Tablas .....	viii
Lista de Figuras.....	ix
Resumen.....	xii
Abstract.....	xiv
Introducción .....	xvi
Capítulo I: Planteamiento del Estudio .....	1
1.1. Delimitación de la Investigación .....	1
1.1.1. Territorial.....	1
1.1.2. Temporal.....	1
1.1.3. Conceptual.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	2
1.3. Formulación del problema .....	5
1.3.1. Problema general.....	5
1.3.2. Problemas específicos.....	5
1.4. Objetivos de la investigación .....	6
1.4.1. Objetivo general.....	6

1.4.2.	Objetivos específicos.....	6
1.5.	Justificación de la investigación .....	6
1.5.1.	Justificación teórica.....	7
1.5.2.	Justificación práctica.....	7
	Capítulo II: Marco Teórico .....	8
2.1.	Antecedentes de investigación.....	8
2.1.1.	Artículos científicos.....	8
2.1.2.	Tesis nacionales e internacionales.....	12
2.2.	Bases Teóricas .....	16
2.2.1.	Cadena de suministro.....	16
2.2.1.1.	Importancia de la cadena de suministro.....	17
2.2.1.2.	Estrategias de la cadena de suministro .....	18
2.2.1.3.	Dimensiones de la cadena de suministro.....	19
2.2.1.4.	Tipos de la cadena de suministro.....	21
2.2.1.5.	Elementos de la cadena de suministro.....	23
2.2.2.	Competitividad.....	24
2.2.2.1.	Etapas de la competitividad.....	25
2.2.2.2.	Dimensiones de la competitividad.....	26
2.2.2.3.	Tipos de competitividad .....	27
2.2.2.4.	Fuerzas de la competitividad .....	29
2.2.2.5.	Estrategias de la competitividad .....	30

2.3.	Definición de términos básicos .....	31
	Capítulo III: Hipótesis y Variables .....	34
3.1.	Hipótesis .....	34
3.1.1.	Hipótesis general.....	34
3.1.2.	Hipótesis específicas. ....	34
3.2.	Identificación de las variables.....	35
3.3.	Operacionalización de las variables.....	36
	Capítulo IV: Metodología .....	38
4.1.	Enfoque de la Investigación.....	38
4.2.	Tipo de Investigación.....	39
4.3.	Nivel de Investigación .....	39
4.4.	Métodos de Investigación .....	40
4.5.	Diseño de Investigación.....	40
4.5.1.	Esquema .....	40
4.6.	Población y muestra.....	41
4.6.1.	Población.....	41
4.6.2.	Muestra.....	41
4.6.2.1.	Unidad de análisis.....	41
4.6.2.2.	Tamaño de la muestra.....	42
4.6.2.3.	Selección de la muestra. ....	42
4.7.	Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos .....	43

4.7.1. Técnicas.....	43
4.7.2. Instrumentos.....	44
A. Diseño.....	44
B. Confiabilidad.....	44
C. Validez.....	46
Capítulo V: Resultados .....	47
5.1. Descripción del trabajo de campo.....	47
5.2. Presentación de resultados .....	48
5.3. Normalidad de datos .....	83
5.4. Contrastación de resultados .....	84
5.5. Discusión de resultados.....	90
Conclusiones .....	92
Recomendaciones .....	94
Referencias.....	97
Apéndices.....	104

**Lista de Tablas**

<b>Tabla 1</b> Fuerzas competitivas.....	29
<b>Tabla 2</b> Matriz de Operacionalización de Variables.....	36
<b>Tabla 3</b> Rangos del Alfa de Cronbach .....	45
<b>Tabla 4</b> Estadísticas de fiabilidad.....	46
<b>Tabla 5</b> Prueba de normalidad .....	84
<b>Tabla 6</b> Escala de correlación .....	84
<b>Tabla 7</b> Correlación de Sperman de la cadena de suministro y competitividad .....	85
<b>Tabla 8</b> Correlación de Sperman de la estructura horizontal y competitividad .....	87
<b>Tabla 9</b> Correlación de Sperman de la estructura vertical y competitividad .....	88
<b>Tabla 10</b> Correlación de Sperman de la posición horizontal y competitividad .....	90

## Lista de Figuras

<b>Figura N° 1</b> Género de los encuestados .....	48
<b>Figura N° 2</b> Edad de los encuestados.....	49
<b>Figura N° 3</b> Grado de satisfacción con respecto a las herramientas y recursos.....	50
<b>Figura N° 4</b> Grado de satisfacción de los recursos que brinda la empresa.....	51
<b>Figura N° 5</b> Grado de satisfacción con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades .....	52
<b>Figura N° 6</b> Grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación.....	53
<b>Figura N° 7</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con los recursos y herramientas que le brinda la empresa .....	54
<b>Figura N° 8</b> Grado de satisfacción de los trabajadores frente a los procesos de distribución .....	55
<b>Figura N° 9</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con la comunicación y coordinación entre equipos y departamentos .....	56
<b>Figura N° 10</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con la empresa en términos de seguridad.....	57
<b>Figura N° 11</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con las capacitaciones que realiza la empresa.....	58
<b>Figura N° 12</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las medidas correctivas .....	59
<b>Figura N° 13</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las herramientas y recursos que le brinda la empresa .....	60
<b>Figura N° 14</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las inspecciones y control de calidad .....	61

<b>Figura N° 15</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente ..	62
<b>Figura N° 16</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las estrategias para la optimización de la eficiencia de la producción y reducción de costos .....	63
<b>Figura N° 17</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los cambios e innovaciones que realiza la empresa.....	64
<b>Figura N° 18</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la manera de gestionar los riesgos y las incertidumbres de la planificación empresarial .....	65
<b>Figura N° 19</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las estrategias que se utilizan para gestionar el inventario.....	66
<b>Figura N° 20</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la ubicación de la empresa .....	67
<b>Figura N° 21</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la comodidad y factibilidad de desplazamiento.....	68
<b>Figura N° 22</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la selección de proveedores.....	69
<b>Figura N° 23</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los criterios para la selección de los proveedores .....	70
<b>Figura N° 24</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la adaptabilidad de las necesidades de los clientes .....	71
<b>Figura N° 25</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los procesos que se manejan para la solución de problemas .....	72
<b>Figura N° 26</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la capacitación que recibe el personal para la atención al cliente.....	73

<b>Figura N° 27</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los procesos que se manejan en situaciones de alguna insatisfacción del cliente .....	74
<b>Figura N° 28</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación para la expansión de la empresa a nivel internacional .....	75
<b>Figura N° 29</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de establecer alianzas con países extranjeros .....	76
<b>Figura N° 30</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la proyección financiera.....	77
<b>Figura N° 31</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al seguimiento y análisis de la productividad.....	78
<b>Figura N° 32</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de un sistema para monitorear la efectividad .....	79
<b>Figura N° 33</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios .....	80
<b>Figura N° 34</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de nuevas áreas de negocios a través de la innovación de productos	81
<b>Figura N° 35</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la optimización de recursos .....	82
<b>Figura N° 36</b> Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al análisis de la capacidad de producción.....	83

## Resumen

Esta tesis se ha centrado en analizar la relación entre la cadena de suministro y la competitividad de Highland Coffee, una empresa especializada en café orgánico. A lo largo de la investigación, se ha destacado cómo cadenas de suministros eficientes y sostenibles desempeñan una crucial función en el éxito y la competitividad de esta entidad en el mercado del café orgánico.

En primer lugar, se ha subrayado la importancia de una cadena de suministro que garantice la disponibilidad constante de granos de café orgánico de alta calidad. Esto no solo asegura la calidad del producto final, sino que también permite a Highland Coffee mantener su reputación de ofrecer café premium y sostenible.

Además, se ha explorado la manera en que las cadenas de suministros bien gestionadas pueden optimizar los costos, al reducir los desperdicios y aumentar la eficiencia en la producción de café orgánico. Esto es fundamental para competir en un mercado donde los márgenes de beneficio pueden ser ajustados.

La tesis también ha destacado el impacto de la cadena de suministro en la sostenibilidad y la responsabilidad social corporativa. Highland Coffee ha demostrado un compromiso con la práctica sostenible de las cadenas de suministros, no solo capta a usuarios respetuosos con el medio, sino que también mejorará sus imágenes de marca y su competitividad en el mercado del café orgánico.

Se ha enfatizado lo esencial de la innovación en las cadenas de suministros, como la implementación de prácticas más sostenibles y la exploración de nuevas fuentes de suministro de granos de café orgánico. Esto ha permitido a Highland Coffee mantenerse a la vanguardia de la industria y diferenciarse de la competencia.

En resumen, esta tesis concluye que; las cadenas de suministros desempeñan una función fundamental en la competitividad de Highland Coffee en el mercado de

café orgánico. Una cadena de suministro eficiente, sostenible e innovadora contribuye al éxito continuo de la empresa al garantizar la calidad del producto, optimizar costos y mejorar su imagen de marca, elementos esenciales en un mercado cada vez más competitivo y orientado hacia la sostenibilidad.

## Abstract

This thesis focuses on analyzing the connection among the stock holder besides the competitiveness of Highland Coffee, a corporation specialized in organic coffee. Throughout the research, it has been highlighted how an efficient and sustainable supply chain plays a crucial role in the success and competitiveness of this company in the organic coffee market.

Firstly, the position of a source cable that ensures the constant availability of high-quality organic coffee beans has been highlighted. This non loan guarantees the superiority of the final produce, nonetheless likewise allows Highland Coffee to maintain its reputation for offering premium and sustainable coffee.

In addition, it has explored how a well-managed supply chain can optimize costs by reducing waste and increasing efficiency in organic coffee production. This is critical to compete in a market where profit margins can be tight.

The thesis has also highlighted the impact of the supply chain on sustainability and corporate social responsibility. Highland Coffee has demonstrated its commitment to sustainable practices in its supply chain, which not only appeals to environmentally conscious consumers, but also enhances its brand image and competitiveness in the organic coffee market.

The importance of innovation fashionable the stock holder has been emphasized, such by way of implementing more sustainable practices and exploring new sources of supply for organic coffee beans. This has allowed Highland Coffee towards break at the front of the business and differentiate itself from the competition.

In summary, this thesis concludes that the source holder plays an important character hip Highland Coffee's keenness in the organic coffee market. An efficient, sustainable and innovative stock cable contributes to the corporation's continued

achievement by ensuring product quality, optimizing costs and enhancing its brand image, essential elements in an increasingly competitive and sustainability-oriented market.

## **Introducción**

Hoy en día, las cadenas de suministros y las competitividades son dos componentes claves para el éxito de un negocio de café orgánico. La interacción entre estos dos factores es crucial para la capacidad de la empresa de mantener altos estándares de calidad, efectividad operativa y satisfacción del cliente mientras se adapta a un mercado que evoluciona constantemente y se vuelve más competitivo.

Mientras que el consumidor se vuelve más consciente de la sostenibilidad y la calidad del producto, la demanda de café orgánico ha aumentado significativamente en los últimos años. Este segmento de mercado se distingue por su dedicación a métodos agrícolas sostenibles que preservan el medio, la biodiversidad y la calidad de los granos de café.

La gestión eficiente de las cadenas de suministros se ha convertido en un factor crítico para la competitividad en la industria del café orgánico. Este debe cumplir con las demandas del consumidor en términos de calidad, sostenibilidad y disponibilidad constante de productos.

En el actual estudio titulada: “Relación de la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa Highland Coffee ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023”, cuyo objetivo principal ha sido determinar la relación entre la cadena de suministros y la competitividad. La indagación se divide en 5 capítulos, los cuales brindan una explicación profunda del estudio, además muestran el planteamiento del problema, la justificación, las hipótesis y las conclusiones y recomendaciones relacionadas.

El primer capítulo establece los límites territoriales, temporales y conceptuales para un adecuado diseño de investigación, así como el abordaje y formulación de

cuestiones generales y específicas, así como los objetivos de un adecuado diseño; al final puedes ver el fundamento del estudio.

El segundo capítulo consta de marco teórico y antecedentes, el cual contienen todas las informaciones vinculadas con el estudio, fundamentos teóricos y definiciones de conceptos básicos para facilitar la comprensión del lector.

El tercer capítulo, además de la identificación y operacionalización de variables, también se proponen hipótesis generales y específicas basadas en los problemas y objetivos mencionados

El cuarto capítulo, cubre toda la metodología de diseño de la investigación, así como el desarrollo de instrumentos, conjuntos y muestras relacionados con el recojo de data para encontrar los resultados.

El capítulo cinco, contiene las conclusiones del estudio, una descripción del trabajo de campo, una presentación de los estudios y una discusión de los hallazgos antes mencionados durante el transcurso del estudio. Finalmente, se exponen las conclusiones sobre los objetivos y recomendaciones del autor.

## **Capítulo I: Planteamiento del Estudio**

### **1.1. Delimitación de la Investigación**

#### **1.1.1. Territorial.**

La actual investigación se elaboró en Perú, en la región de Junín, provincia de Chanchamayo, distrito de la Merced, específicamente en la empresa Highland Coffee S.A.

#### **1.1.2. Temporal.**

Para la actual indagación se realizó el trabajo de campo en los meses de abril y setiembre del año 2023.

#### **1.1.3. Conceptual.**

El tema a investigar estuvo enfocado en la relación que existe entre la cadena de suministro y la competitividad dentro de la empresa Highland Coffee. Por lo tanto, se utilizaron las dimensiones planteadas por diversos autores, quienes brindaron conocimientos acerca del funcionamiento adecuado de las cadenas de suministros y competitividades, además, se define en términos generales, su importancia en la organización. Asimismo, mediante el estudio se ha pretendido explicar las productividades de las cadenas de suministros en la región Junín, especialmente dentro

de la empresa, para finalmente explicar la vinculación entre las cadenas de suministros y las competitividades.

## **1.2. Planteamiento del problema**

Según Dominguez & Villanueva (2021), las cadenas de suministros tienen impactos significativos en los desempeños financieros de una empresa determinada y en los precios de referencias de las acciones, y también tiene impactos directos en los procedimientos logísticos de la organización, además de en los indicadores financieros, por ejemplo, aumentar la participación de mercado y el retorno de la inversión, reducir los costos totales, mejorar las vinculaciones con la clientela y mejorar la eficiencia operativa, incluidas mayores tasas de cumplimiento y tiempos de ciclo de pedidos más cortos.

Según Ulloa (2022), las cadenas de suministros presentan un esencial rol, ya que están centrados en las necesidades del cliente o consumidor final, por lo tanto, si se gestiona bien, puede dar a una empresa una ventaja competitiva. De manera similar, en una cadena de suministro, lo más relevante es un conjunto de funciones y procesos destinados a optimizar el flujo de un producto, que consiste en una red compleja. Organizaciones y actividades que van desde proveedores de materias primas, fabricantes, distribuidores y comerciantes hasta clientes. Son las integraciones entre estas redes las que incluyen las adquisiciones, gestión y almacenamientos de materias primas, la producción y almacenamientos, transportes y entregas de productos terminados.

Según Manrique , Teves , Taco, & Flores (2019), la cadena de suministro contribuye a la calidad del bien o servicio, mejora el canal de distribución y adapta el punto de venta a los requerimientos y preferencias de los compradores, por lo que presenta efectos positivos en los precios finales de los productos, lo que beneficia a los

usuarios y a las ganancias de la entidad. La inspección y el análisis de las cadenas de suministro es el mejor método para que las entidades prosperen en un mundo competitivo y globalizado.

Según Somoza (2020), la competitividad empresarial llega a ser positiva, ya que se utiliza de manera frecuente en el mundo de los negocios, ya que cumple una función clave en las características diferenciadoras de una organización innovadora y vanguardista, y además ofrece un mayor rendimiento que la competencia de forma sostenible. Por tanto, una empresa competitiva es más rentable porque tiene más oportunidades de expandirse y conseguir una mejor posición en el mercado.

Según Zavaleta (2022), la competitividad de las empresas se convierte en un esencial componente para la atracción de inversiones, lo que incentiva proyectos productivos, que a su vez traen crecimiento, desarrollo y prosperidad a la sociedad, por lo que es importante comprender los principales factores que determinan la competitividad.

Según Costas (2013), la competitividad empresarial lleva al conflicto laboral y social, esto debido a que, si un empleado es mal pagado, agregando a ello el ambiente en el cual labora es precario no puede mejorar su productividad a comparación de otro que tiene todas las condiciones necesarias. Por esa razón, se debe tomar más importancia en la productividad, ya que, si los gobiernos y empresas se basan más en esta, recuperarían el apoyo de los trabajadores y la sociedad.

Según Kirby & Brosa (2011), mencionaron que la oportunidad de apertura que tuvieron los mercados a nivel mundial generó que la cadena de suministro realice diversos cambios estructurales por medio de la globalización. A lo que muchas empresas no logran obtener estos cambios por falta de información debido a la falta de conocimiento, experiencia o interés sobre la situación actual al que las empresas

exportadoras se enfrentan dentro de los mercados nacionales e internacionales. También mencionan que las cadenas de suministro se han estancado debido a la falta de entrega del producto a tiempo y esto se deba a los problemas internos y externos que afectan directamente a la cadena de suministro.

Highland Coffee es una entidad que exporta productos de la selva del centro del Perú. Labora de forma directa con 16 asociaciones de productores con un total de 1.740 agricultores registrados y certificados en el “Programa de Certificación Orgánica para el Mercado del Comercio Justo”, y su planta de procesamiento está localizada en el municipio de La Merced, Provincia de Chanchamayo, Región Junín – Perú.

La entidad también incentiva el turismo mediante el evento Expotour Sierra-Selva Central que se realiza anualmente en Lima, capital del Perú. Asimismo, la planta de producción y procesamiento agrícola de la entidad está certificada orgánica conforme el protocolo Kiwa BCS Öko -Garantie Perú SAC, lo que ayuda a la venta de productos con etiquetas de agricultura orgánica de la Unión Europea y USDA organic. producido en un entorno respetuoso con el medio.

Dentro del contexto local en algunas investigaciones se menciona que, en las cadenas de suministros, diversas compañías ubicadas en Junín no realizan una buena implementación de estrategias de comercialización entre el café y el procedimiento de la cadena de suministro. De esta manera, en la localidad de la Merced, Chanchamayo - Junín donde se encuentra ubicada la empresa Highland Coffe, según menciona el gerente general, el Sr. José Jorge Durand; dentro de la cadena de suministro hay diferentes problemas que afectan en la elaboración de producto y esto se debe a la inestabilidad económica y política que está pasando el Perú , como consecuencia de esta crisis el cultivo del café en esta región es menos rentable y esto genera que haya

mayor retraso en los procedimientos de la cadena de suministro generando de esta manera pérdidas y gastos innecesarios en la logística de las empresas de Chanchamayo.

En síntesis; en función a lo mencionado, en la actual indagación se ha buscado profundizar cada proceso de las cadenas de suministros ya que existe poco conocimiento con respecto a la revisión realizada en anteriores investigaciones para que la empresa realice mejoras eficientes en su cadena de suministro y en base a ello tomar decisiones mediante un análisis del café orgánico peruano en el contexto nacional e internacional.

### **1.3. Formulación del problema**

#### **1.3.1. Problema general.**

¿Qué relación existe entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?

#### **1.3.2. Problemas específicos.**

- ¿Qué relación existe entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?
- ¿Qué relación existe entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?
- ¿Qué relación existe entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?

## **1.4. Objetivos de la investigación**

### **1.4.1. Objetivo general.**

Determinar la relación entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

### **1.4.2. Objetivos específicos.**

- Identificar la relación entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.
- Analizar la relación entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.
- Identificar la relación entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

## **1.5. Justificación de la investigación**

Esta investigación buscó conocer y analizar a fondo todo el proceso de la cadena de suministro y la vinculación que presenta con la competitividad, con el fin de que la empresa tenga un adecuado manejo en sus cadenas de suministros de café orgánico, ya que en la actualidad se observó que la empresa tiene ciertas deficiencias en algunos procesos el cual no permite un buen diagnóstico y a su vez una propuesta viable y sostenible.

### **1.5.1. Justificación teórica.**

La actual indagación está respaldada ya que genera un debate académico de los conocimientos ya existentes de las cadenas de suministros y competitividad de la entidad Highland Coffee, debido a que tiene como propósito determinar la relación que existe entre la cadena de suministro y la competitividad en el año 2023, además permitirá incrementar el conocimiento de la importancia de esta en todo el proceso del café. Asimismo, se han considerado distintas investigaciones de sustentos teóricos, sirviendo de esta manera como aporte teórico para este estudio en temas relacionados a la cadena de suministro y la competitividad, cuyos resultados podrán sistematizarse en una propuesta, para ser incorporado dentro de la empresa Highland Coffee.

### **1.5.2. Justificación práctica.**

Para esta indagación se ha realizado una encuesta para conocer la vinculación entre la competitividad y las cadenas de suministros, dentro de la muestra tomada en los colaboradores de la empresa cafetalera Highland Coffee, con el fin que se pueda determinar cuál es la relación que tiene la competitividad con las dimensiones de las cadenas de suministros. De esta forma, se ha pretendido analizar los resultados para poder resolver problemas y oportunidades actuales de la entidad y afianzar la importancia de las cadenas de suministros, permitiendo identificar los elementos que repercuten en su desarrollo organizacional.

## **Capítulo II: Marco Teórico**

### **2.1. Antecedentes de investigación**

#### **2.1.1. Artículos científicos.**

Orjuela, Chinchilla, & Suarez (2016), en su estudio cuyo título es: “Costos logísticos y metodologías para el costeo en cadenas de suministro: una revisión de la literatura”; consideraron como objetivo general presentar una taxonomía de los costos logísticos y definir los métodos y metodologías para su respectiva medición en las cadenas del suministro, además del vínculo que existe con su desempeño. Como variables identificadas, tiene metodologías para los costeos en las cadenas de suministros; con un enfoque cualitativo, de nivel exploratorio, de paradigma socio crítico; utilizó como instrumento de recojo de data, encuestas con interrogantes precisas abiertas; como principal resultado la investigación se obtuvo que, la mayoría de las metodologías que fueron estudiadas toman en cuenta todos los costos de las cadenas de suministros, y que a su vez muy pocas están destinadas únicamente al costeo en el área logística, tomando en cuenta los principales 5 procesos; como conclusión a simple vista la metodología de costeo por actividades podría ser la más idónea; sin embargo, este artículo ha determinado que muchos autores utilizan diferentes metodologías para los

costos de los procedimientos logísticos en las cadenas de suministros, dentro de ello el análisis de las cadenas del valor.

Duche, Gálvez, & Marallano (2020), en su investigación titulada: “La tecnología de la información y comunicación en la aplicación de estrategias para la gestión de la cadena de suministro en el ámbito empresarial: una revisión sistemática de la literatura”; presentan como objetivo general realizar conocimientos estratégicos calculado en niveles alto, medio y bajo; cada uno de ellos se centró en las TIC relevantes para todos los procedimientos de producción en las cadenas de suministros; Las variables identificadas fueron las TIC para los procedimientos de fabricación en las cadenas de suministros en un entorno empresarial; con enfoques cuantitativos, de niveles correlacionales, de diseños descriptivos - relacionales; utilizaron como instrumento encuestas a profundidad; la muestra y población fueron 142 gerentes de empresas manufactureras; como principal resultado se identificó 4 tipos de estrategias competitivas haciendo referencia que las gestiones de las cadenas de suministros deben centrarse específicamente en la gestión de información, capacidad y procedimientos, desde el inicio hasta el final de la cadena de suministros; la principal conclusión es que las cadenas de suministros que utilizan TICS presentan un mayor estatus en las empresas porque su red de contactos y cada proceso de las cadenas de suministros están interconectados, brindando un trabajo cooperativo desde el proveedor hasta el consumidor final.

Balza & Cardona (2020), en su estudio: “La relación entre logística, cadena de suministro y competitividad: una revisión de literatura”; consideraron como objetivo general, este estudio hace una contribución conceptual a la logística, la competitividad y la administración de las cadenas de suministros utilizando la base de datos Web of Science, reconociendo que la competitividad está supeditada completamente de la

eficiencia de la logística de la cadena de suministro; como variables identificadas tiene asociación entre logística, competitividad y gestión de cadena de suministro; con un enfoque cualitativo, de nivel exploratorio, de paradigma sociocrítico; emplearon como instrumento encuestas a profundidad; la muestra y población se consideraron a los gerentes, funcionarios, ejecutivos y académicos; los principales resultados son tres ejes temáticos: la vinculación entre competitividad y logística, aglomeración logística y competitividad, logística y sostenibilidad; la principal conclusión es que la eficiencia del proceso logístico existente interferirá con el desempeño de la empresa, especialmente para los proveedores y vendedores. La relación entre los clientes finales hace que la empresa sea menos competitiva.

Bustillos & Carballo (2019), en su análisis: “Integración de la cadena de suministro: Una revisión de literatura”; definieron como objetivo general realizar la revisión de literatura que brinde una comprensión moderada del estado de integración de las cadenas de suministros, esto para realizar la identificación de componentes que intervienen tanto en la implementación como en criterios de evaluación de la empresa; como variables identificadas consideraron las integraciones de las Cadenas de Suministros (ICS) con el desempeño organizacional; con un enfoque cualitativo, de nivel exploratorio, de paradigma sociocrítico; emplearon como instrumentos cuestionarios y entrevistas a profundidad; la muestra y población fueron varios ejecutivos de las organizaciones; como principal resultado se obtuvo que, la literatura de las cadenas de suministros plantea la necesidad de una integración junto a una adecuada coordinación entre todos los integrantes de las cadenas de suministros, centrándose más cuando surge una incertidumbre en la empresa; como principal conclusión sostienen que el éxito de la integración de las cadenas de suministros de una entidad es el recurso humano, la tecnología de información y las estrategias

organizacionales, además que ni el giro del negocio ni el tamaño afectan el éxito de las cadenas de suministros.

Valenzo, Martínez, & Ávila (2015), en su investigación: “Competitividad en la cadena de suministro y la gestión de relaciones con los clientes en el sector exportador aguacatero”; plantearon como propósito general definir la relación entre las implementaciones de métodos CRM estratégicos y operativos adecuados y las competitividades de las cadenas del suministro de las entidades exportadoras de aguacate en Michoacán; identificar los procesos estratégicos y operativos de CRM como variables independientes e identificar las competitividades de las entidades exportadoras de las cadenas de suministros de aguacate de Michoacán como variable dependiente; con enfoques cuantitativos, de niveles correlacionales, de diseños descriptivos-relacionales; utilizan indicadores estadísticos como una herramienta que puede evidenciar distintas perspectivas para medir este fenómeno, como la gestión de relaciones con el cliente (CRM) y las competitividades de las cadenas de suministro en la industria exportadora mexicana; la muestra y grupo son directores, dueños o gerentes de compañías exportadoras de aguacate localizadas en Michoacán; el principal resultado es que estas entidades se hallan en el rango de alta competitividad de la cadena de suministro (CCS) con un número de unidades de 78,0, esto significa que el nivel general de competitividad de las entidades analizadas alcanzó sólo el 73.68%, la principal conclusión es que la producción en Michoacán aumentó en 17,027 toneladas, lo que en realidad es un incremento del 7%. También se puede concluir que existe una adecuada gestión de flujos en las cadenas de suministros internacionales debido a que un gran número de entidades distribuidoras de frutas prestan especial atención a las variables externas e internas que afectan la cadena de suministro.

### **2.1.2. Tesis nacionales e internacionales.**

Apaza & Yep (2018), en su indagación : “Análisis de la cadena de suministros de materia prima en una empresa agroindustrial durante los años 2016-2017”; consideraron como objetivo general analizar todo el proceso que se realiza en las cadenas de suministros desde la recepción de la materia prima hasta los procedimientos finales que es la obtención del producto terminado, todo esto dentro de la empresa Selva Industrial S.A. en 2016-2017; como variables se consideró las cadenas de suministros; con enfoques cualitativos, de niveles aplicados, de paradigmas no experimentales - transversales; utilizaron como instrumento cuestionarios y guías de entrevista; como muestra y población se consideraron a los jefes encargados de la planta de distribución y a los proveedores principales de la empresa en investigación, el resultado principal evidencia que, mediante este análisis la empresa tendrá que implementar mejoras necesarias dentro de su cadena de suministro ya que esto generará resultados positivos, empleando las menores cantidades de recursos y tiempo posible; se concluye que a través de esta investigación se buscó reconocer las problemáticas que se puedan desarrollar en las cadenas de suministros entre los cuales se observó que, la empresa tendría que implementar mejoras dentro de su proceso.

Vargas & Corbetto (2019), desarrollaron el estudio “La cadena de suministros y su influencia en la satisfacción de los comensales de comida saludable en el distrito de San Isidro en el periodo 2019”; cuyo objetivo general fue analizar e identificar aquellos problemas que podrían existir dentro de la cadena de suministros y en consecuencia, se implementan estrategias de mejora en las cadenas de suministro de las entidades estudiadas, que consideran las cadenas de suministros como una variable en la satisfacción de los comensales; con un enfoque cualitativo, de nivel aplicado, de paradigma experimental; utilizaron como instrumento cuestionarios y guía de

entrevista; su muestra y población fueron 44 representantes que guardan relación con la empresa como los empleados y personal administrativo, siendo de muestra finita; como resultado principal, la investigación demuestra que mediante este informe se puede implementar nuevas estrategias de mejora dentro de las cadenas de suministros, detectar errores que puedan retrasar las operaciones para optimizar las cadenas de suministro y lograr la satisfacción del cliente; concluyeron que el propósito del estudio es identificar problemas que retrasan los procesos de las cadenas de suministro de la entidad y a través de ello el investigador busca implementar nuevas estrategias para lograr la satisfacción de los clientes.

Ochoa (2020), en su estudio “Análisis de la cadena de suministro en el proceso de producción de café seco bajo el modelo SCOR, y su contribución al mejoramiento de la competitividad: estudio de caso finca la Alicia, Santuario, Risaralda”; cuyo propósito general fue examinar las cadenas de suministros bajo el modelo SCOR y mediante este análisis lograr identificar el funcionamiento de las cadenas de suministros del café; las variables empleadas fueron los análisis de las cadenas de suministros del procedimiento de producción en la mejora de la competitividad; con un enfoque mixto, de nivel aplicada, de paradigma experimental; utilizó como instrumento cuestionarios y guía de entrevista; el principal resultado plantea que las mejoras e inversiones deben realizarse conforme con los comercios justos, porque está diseñado para lograr una vinculación ganar-ganar entre consumidores y productores sin dañar a la sociedad y al medio ambiente. Señala que con la ayuda de los procesos de indagación de las cadenas de suministros siguiendo el modelo SCOR, fue posible examinar las estructuras del puesto de la finca con base en el modelo y así reconocer distintas funciones del proceso para propuestas de mejora.

Alanis (2014), en su investigación “Cadena de valor en la competitividad internacional del café mexicano”; presenta como objetivo, determinar cómo las particularidades de las cadenas de valores afectan la competitividad internacional del café mexicano; como variables la cadena de valor en la competitividad internacional; con un enfoque mixto, de nivel aplicada, de paradigma experimental; utilizó como instrumento datos estadísticos, datos cualitativos y descriptivos debido a que analizó cada una de las variables especificando sus características más importantes, asimismo, se aplicaron cuestionarios; la muestra y población fueron 65 empresas exportadoras de café en México; como principal resultado se analizó por cada una de las dimensiones obteniendo la información requerida; se concluye que a través de esta investigación se identificó qué manera influyen las características de cadenas de valores en las competitividades internacionales del café mexicano y en base a ello buscar estrategias para que se pueda cubrir los costos de las regiones de México estudiadas en el caso.

Llanos (2021), en su estudio “Análisis de los costos logísticos de la cadena de valor del café en Chanchamayo”; consideró como propósito general examinar las cadenas de valores del café para así generar nuevas estrategias en la cadena logística; como variables empleó ,análisis de la cadena de valor; con un enfoque mixto, de nivel aplicada, de paradigma experimental; utilizó como instrumento datos estadísticos de las principales rutas de comercio; como principal resultado se obtuvo la información requerida para los costos logísticos; concluye que se identificó de qué manera afecta los costos logísticos en la cadena de valores del café y así buscar alternativas para la mejora.

Hernandez (2020), en su investigación “Competitividad empresarial del sector cafetalero exportador de México”; cuyo objetivo fue definir los impactos de variables como planificaciones estratégicas, producciones y operaciones, calidad,

comercializaciones, gestión ambiental, contabilidad y finanzas, recurso humano y sistemas de informaciones en las competitividades comerciales de las industrias exportadoras del café mexicano; análisis mediante estadísticas descriptivas y análisis factoriales; principales conclusiones como la competitividad de la empresa se centra principalmente en la calidad, los recursos humanos y la producción y operaciones.

Silva (2019), desarrolló el estudio “Competitividad empresarial de las Pymes en el sector comercial en la ciudad de Santo Domingo”; su propósito es indagar la competitividad comercial de la PYME comercial de Santo Domingo, con especial enfoque en medir el nivel de competitividad utilizando la dimensión PYME (consideradas como variables), la competitividad comercial y la dimensión PYME comercial, utilizando métodos cuantitativos y de nivel descriptivo. Además, por conveniencia, se desarrollaron encuestas para medir la dimensión de competitividad utilizando métodos no probabilísticos. El análisis del resultado muestra que hay entidades que están más arriba en las dimensiones y empresas que están más abajo en las dimensiones desarrolladas.

Céspedes (2020), desarrolló la investigación “Competitividad empresarial de la central de cooperativas agrarias cafetaleras del Valle de la Convención y Lares, de la provincia de La Convención – Cusco- 2019”, el propósito del estudio es describir la competitividad comercial de las Cooperativas Agrícolas Cafetaleras Centrales de la Provincia del Pacto de la Región Cusco y el Valle de Lares como variables que toman en cuenta tipos puros o básicos de competitividad comercial, aplicando un enfoque cuantitativo y diseñando un modelo no experimental transversal con un campo descriptivo, la unidad de investigación tiene un total de 33 empleados y utiliza los materiales para recopilar la información necesaria, al igual que el cuestionario sobre percepción de competitividad de la empresa, el cual fue respondido por todos los

empleados de la entidad, no existen dificultades para su uso, de esta manera, la principal conclusión es que la última dimensión es la mejor utilizada por la entidad, lo que demuestra su capacidad para respetar la calidad, control de producción preventivo y simultáneo y retroalimentación como parte del sistema de inspección de los productos terminados.

## **2.2. Bases Teóricas**

### **2.2.1. Cadena de suministro.**

Para Cardona et al. (2019), son una útil metáfora de las dinámicas de la transacción comercial, el intercambio de unidades, monedas e informaciones que satisfacen la demanda de bienes y servicios de las personas y mantienen la salud económica. Una sola empresa puede formar parte de múltiples cadenas de suministro debido a la complejidad del sistema, lo que permite que cada red esté compuesta por diferentes proveedores y métodos de producción. (p. 42)

Según Pulido (2014), las cadenas de suministros son todos los procesos de transformación de un producto desde la materia prima hasta el consumidor final que forma una cadena de suministros. Con frecuencia, un producto llega a nuestras manos antes de que nos demos cuenta de que hubo un proceso involucrado para llegar allí. A este proceso se le llama cadena de suministro porque permitió el producto que tenemos. Otro eslabón de las cadenas de suministros es una entidad que fabrica productos. (p. 24)

Según Díaz (2017), las cadenas de suministros son una evolución de la gestión logística tradicional. En este sentido, se desarrolla en los procesos de planificaciones, cooperaciones e integraciones de cadenas logísticas entre fabricantes, proveedores y consumidores y forma una red de suministro en la que las planificaciones de las

demandas y su impacto son primordiales en la gestión, la ejecución de planes logísticos, especialmente para empresas con actividades logísticas globales en su red de suministro (p. 23)

### ***2.2.1.1. Importancia de la cadena de suministro.***

Según Díaz (2017), la importancia de la gestión de las cadenas de suministros está estrechamente relacionada con la mejora de las logísticas de una entidad para mejorar los servicios a los clientes. Esto se alcanza mediante procesos de optimización tales como: racionalización de las líneas de producción, aumento de la eficiencia de las producciones y el manejo de materiales, lograr un alto nivel de producción, mantener un nivel óptimo de existencias, mejorar su facturación y emplear sistemas de información. (p. 12)

Según Torres & Chavez (2012), la cadena de suministro sirve como parte integral de un sistema de intercambio e integración que tiene como objetivo proporcionar al cliente objetivo un bien o servicio final. La cadena de suministro es el marco o estructura sobre la cual se realiza cada operación de cada paso con el objetivo de lograr el crecimiento, promoción de la producción y comercialización de un bien o servicio específico en un sistema de mercado (p. 22).

Según Manrique et al. (2019), la importancia de las cadenas de suministros reside en las relaciones y dependencias que existen entre los diversos componentes de las cadenas de suministros desde el punto del origen de los bienes o servicios hasta el punto del consumo. Esto demuestra la importancia del sistema. Esto sugiere que su estudio es un proceso por parte de la gestión que ayuda a las entidades incrementar su competitividad y, por tanto, su rentabilidad. (p. 1138)

### **2.2.1.2. Estrategias de la cadena de suministro**

Según Silvera (2021), después de una planeación es necesario formular estrategias que ayuden el alcance adecuado de la cadena de suministro, los cuales generen valor a las empresas para que puedan permanecer en los mercados más competitivos.

#### **a) Estrategias de abastecimiento**

La estrategia del departamento de compras es fundamental para producir valor a las organizaciones. En el momento del suministro, la empresa puede aplicar estrategias relacionadas con los proveedores. Para hacer esto se necesita: inspeccionar el inventario por calidad, precio y tiempo de entrega. Es decir; se debe comprar productos con bajos descuentos, comercialmente o al por mayor sin perjudicar la calidad, el precio y la entrega de los mismos.

#### **b) Estrategia de almacenamiento**

La reducción de costos está en el centro de casi cualquier estrategia de almacenamiento, sin embargo, a veces se pueden desarrollar estrategias para aumentar esto. Es decir, que los costos pueden aumentar en ciertos momentos, sólo cuando este logre un aumento considerable en los ingresos de las ventas.

#### **c) Estrategias de inventario**

Las estrategias de inventario se construyen teniendo en cuenta lo siguiente: Verificar inventario y entregar al departamento de ventas en el momento en que sale. En otras palabras, para que la estrategia sea eficaz, el inventario debe trabajar en simultáneo con abastecimiento, distribución y marketing, el cual generara que los productos roten de forma adecuada y generen valor.

#### **d) Estrategias de distribución**

Para el gestionamiento del transporte es importante analizar tipos de estrategias de los cuales se pueden adoptar dentro de las cadenas de suministros, el cual dependerá de la visión que tenga la organización, la demanda del producto, los clientes de la empresa, el calendario de entrega, ubicación del centro logístico, selección de diferentes medios de transporte y diversas rutas que conectan a los actores de las cadenas de suministros.

### ***2.2.1.3. Dimensiones de la cadena de suministro***

Conforme Jiménez & Hernández (2002), hay tres dimensiones de las cadenas de suministros que son fundamentales para describir, analizar y gestionar una cadena de suministro y son: (i) estructuras horizontales, (ii) estructuras verticales y (iii) posiciones horizontales de la empresa focal. (p. 83)

#### **a) La estructura horizontal**

Hace mención a cuántos niveles hay en las cadenas de suministros. Puede ser largo o corto dependiendo de la cantidad de niveles disponibles. Un sector con una estructura de red excesivamente larga es el del automóvil. Numerosos proveedores producen autopartes en todo el mundo y las envían a instalaciones de ensamblaje para las autopartes primarias antes de transportarlas a grandes distancias para el ensamblaje final del vehículo.

Según Tamayo & Piñeros (2007), una estructura horizontal es una combinación de dos o más entidades que producen el mismo producto con el fin de producirlo en una sola organización. A diferencia de las integraciones verticales, las integraciones horizontales “involucra a empresas que son competidoras directas”. La integración vertical tiene como objetivo producir un bien en un solo negocio de una manera eficiente que, en teoría, podría haberse producido de manera ineficiente en un mercado

con dos o más negocios. Además de ello mencionan que, la estructura horizontal está compuesta por tres indicadores: suministro, fabricación y distribución.

#### **b) La estructura vertical**

Nos referimos a los números de clientes o proveedores representados en cada nivel. Una entidad puede poseer estructuras verticales amplias con varios proveedores y/o clientes en cada nivel, o estructuras verticales estrecha con solo unas pocas entidades en cada nivel.

Según Tamayo & Piñeros (2007), se comprende por estructuras verticales la inclusión de actividades adicionales nuevas vinculadas con bienes o servicios en las actividades productivas de la entidad, ya sea por debajo de la cadena (downstream) como por encima de la cadena (upstream), con el fin de lograr una producción relacionada con la eficiencia del servicio o producto. Aminorar el costo productivo y de transacción, gestionar los suministros y entregar el bien o servicio de la más elevada calidad al consumidor final. Dentro de la estructura vertical hay cinco indicadores: planta, control, producción, operaciones y planificación empresarial. (p. 33)

#### **c) Posición horizontal**

Es la tercera dimensión estructural dentro de las cadenas de suministros. Una entidad puede estar ubicada cerca o lejos del primer punto de suministro, cerca o lejos del último cliente, o en algún punto intermedio.

Según Tamayo & Piñeros (2007), la posición horizontal se determina a partir de la localización en la cadena de suministro con respecto al mercado principal, la empresa focal determina la cercanía a los puntos de origen y consumo dentro de la cadena. Dentro de la posición horizontal destaca la ubicación ya sea de la planta, producción y punto de venta (p. 41).

#### ***2.2.1.4. Tipos de la cadena de suministro***

Según Contreras & Salazar (2017) un producto o servicio se fabrica y/o entrega a los consumidores finales a través de una serie de componentes interconectados conocidos como cadena de suministro. Estos componentes representan las diversas empresas involucradas en el proceso, incluidas aquellas que extraen o producen materias primas, transforman materias primas en productos terminados, fabrican esos bienes, los distribuyen, manejan el transporte y el comercio, y satisfacen las necesidades de los consumidores finales, los cuales se buscan satisfacer a lo largo de todo el proceso que lleva a cabo la cadena. Sin embargo, debido a la gran diversidad, existen varios tipos de cadenas de suministros. (p. 23)

##### **a) Cadena de suministro directa**

Está formado por una empresa, un proveedor y un cliente, cada uno de los cuales participa en un aspecto diferente del negocio y que integran bienes, servicios, dinero e información, es decir, están conectados a cada eslabón de la cadena.

##### **b) Cadena de suministro tradicional**

Se suele utilizar en pequeños negocios o entidades que no requieren un proceso muy complejo, donde hay mucho control sobre la producción porque los sujetos involucrados en el proceso de fabricación toman decisiones individuales. Este tipo de cadenas pueden provocar una falta de control sobre las decisiones, lo que puede provocar malos funcionamientos del proceso productivo. Por tanto, solo sirve para entidades con procesos de fabricación tradicionales que no requieren un flujo constante de informaciones ni el procesamiento de elevadas cantidades de materia prima o productos culminados.

##### **c) Cadena de suministro extendida**

Se incluyen todas las partes implicadas en los flujos de bienes, servicios, dinero y datos, lo mismo ocurre con los proveedores y los clientes cercanos. Esto significa que las alianzas necesarias deben trabajar juntas para lograr este objetivo. De esta forma, para sincronizar las ofertas y las demandas, proveedores, fabricantes, distribuidores y empresas minoristas deben determinar canales de comunicación eficaces y colaborativos.

**d) Cadena de suministro compartida**

Dado que cada persona involucrada en la cadena de producción toma decisiones por su cuenta, las decisiones en este tipo de cadena son compartidas. No obstante, cada individuo presenta accesos a bases de datos determinada que permite compartir información y acceder a decisiones en la cadena

**e) Cadena de suministro sincronizada**

Las tareas de fabricación del producto se sincronizan a lo largo de esta cadena, desde la introducción de las materias primas hasta que los productos llegan al almacén como productos listos para su venta o envío. Es esencial entender que este tipo de cadena requiere de un profundo tratamiento técnico e integración en los sistemas de información para crear una red lógica donde todos puedan realizar las modificaciones introducidas por cada jefe de producción.

**f) Cadena de suministro compleja**

Esto incluye la gestión responsable de todas las interacciones de servicios, productos, fondos y datos, desde el proveedor final hasta el cliente final. En este sentido, los diferentes tipos de gestión de la cadena de suministro se crean utilizando los siguientes métodos:

- Descripción del servicio para el usuario final.
- Elegir las organizaciones y procesos que componen la cadena.

- Valoración y negociaciones con socios.
- Establecimiento de asociaciones para alianzas.
- Determinación de los factores organizativos claves para la integración de la cadena.
- Determinar en qué parte de la cadena de suministros se ubican los inventarios.
- Definición del indicador a nivel de las organizaciones y procesos de la cadena para cumplir con los criterios establecidos en la organización de integración.
- Coordinación de la gestión de la cadena mediante la elección de técnicas de gestión.
- El diseño del sistema de información y comunicación para vincular las organizaciones y procedimientos de la cadena de suministros.
- Desarrollo de estructuras organizativas para que los participantes de la cadena de suministro trabajen juntos.
- Redactar un plan de implementación conjunto.

#### ***2.2.1.5. Elementos de la cadena de suministro***

Según Pulido (2014), los cinco factores que componen la cadena de suministros son proveedores, vehículos, empresas, clientes e información. La coordinación estratégica y sistemática de las operaciones comerciales y las estrategias de gestión dentro de una entidad específica se denomina gestión de las cadenas de suministros. La vinculación de procedimientos cruciales del cliente y otras partes interesadas al proveedor original de los bienes, servicios e informaciones que añaden valor para el cliente.

Según Chopra & Meindl (2013), hay varios aspectos clave de las cadenas de suministros: primero, estas instalaciones consumen energía y agua y emiten desechos y gases de efecto invernadero, lo que brinda importantes oportunidades de mejora.

Hay un inventario que no aparece en el balance de la empresa pero que representa una de las cosas más peligrosas desde la perspectiva de la sostenibilidad.

El transporte es otra razón importante para que las empresas obtengan buenos ingresos. Las innovaciones en el diseño de las cadenas de suministros reducen los costos de transporte y reducen las emisiones y los desechos producidos por el transporte. La buena comunicación es uno de los grandes desafíos para mejorar la sostenibilidad de la cadena de suministros. Se hacen afirmaciones de mejora que no se pueden verificar debido a la falta de mediciones.

Finalmente, el precio es uno de los criterios que afectan el nivel y el tipo de demanda en la cadena de suministros, proceso en el cual la empresa decide el precio que cobrará a los clientes por sus productos o servicios, este afecta a los clientes según el segmento al que corresponden, así como sus expectativas. (p. 505)

### **2.2.2. Competitividad.**

Según Betancourt (2014) la competencia se refiere a la posición de un individuo, entidad, unidad o país en comparación con otras personas, entidades, unidades o países. Según Porter, la competencia tiene un efecto significativo en la eficiencia con la que un país, región o grupo utiliza su recursos humano y natural. Asimismo, para el Instituto Brasileño de Economía Industrial (IEI), competencia es la habilidad de la empresa para desarrollar y efectuar una estrategia competitiva que le permita seguir ampliando su presencia en el mercado. (p.33)

Según Rubio & Baz (2005) para algunas empresas, la competencia es su capacidad de competir de forma exitosa con las importaciones en el mercado

internacional y en su propia región. De manera similar, para ciertos comentaristas y políticos, la competitividad se mide mediante un conjunto de indicadores cuantitativos, como las tasas de empleo y desempleo, las tasas de crecimiento económico o la balanza comercial. (p. 15)

Según Chiavenato (2017) la competitividad es la destreza de una compañía para lograr un objetivo que la haga más exitosa que otras competidoras organizaciones. Este es el grado en que la entidad ofrece una ventaja competitiva y está por delante en comparación con sus competidores. Esto demuestra nuestra capacidad para satisfacer con éxito los requerimientos y expectativas de nuestros grupos de interés. Financieramente, esto significa que ganan más que sus competidores. (p.511)

Según Garza (2001) la competencia es una estrategia para lograr los deseados resultados, establecer y alcanzar metas. En términos de excelencia y cumplimiento de expectativas, estos productos deben demostrar un nivel de excelencia que cumpla con los deseados requerimientos. Además, la competencia se trata de ser mejores que otras opciones del mercado y ofrecer ventajas adicionales, porque somos la mejor opción para los clientes. (p.272)

### ***2.2.2.1. Etapas de la competitividad***

Parra, López, & Ramírez (2019), mencionan que la competitividad de las organizaciones puede medirse a través de cuatro etapas:

- a) **Etapa incipiente:** Esta etapa refleja que la competitividad es muy baja, el cual significa que la entidad es altamente débil a los cambios del mercado; respondiendo de acuerdo a la presión del mismo y manejando poco control sobre el futuro.
- b) **Etapa aceptable:** Esta etapa es conocida como el nivel regular, ya que en esta se han corregido los principales puntos débiles. Como también la directiva se

responsabiliza por el futuro de la organización, viendo y dirigiendo un camino hacia el futuro más conveniente.

- c) **Etapa superior:** Se presenta buen nivel, ya que la empresa empieza a adaptarse en mejores posiciones de innovación y liderazgo, así como también mayor realce en la cultura organizacional. Además, este reacciona de forma inmediata a cualquier acontecimiento que pueda ir surgiendo en el contexto empresarial.
- d) **Etapa sobresaliente:** En esta etapa existe un alto nivel de competitividad, debido a que se considera visionario y es ejemplo de otras empresas de la industria. Las empresas que están en esta etapa realizan los cambios, generando que los demás se adapten a ellos. Además de ello muestran diversidad de talento humano y alta inversiones, el cual genera poder compartir con otras empresas la tecnología que posee.

#### ***2.2.2.2. Dimensiones de la competitividad***

Según Sarmiento & Delgado (2021) es importante proporcionar a los gerentes las herramientas para monitorear los desempeños de sus sistemas comerciales. A través de un análisis de la literatura sobre indicadores competitivos se determinaron los siguientes parámetros de medición:

- Cliente - mercado
- Económico – financiera
- Técnica

Según Betancourt (2014) las dimensiones de la competitividad son 3 las cuales son:

1. **Cliente-mercado:** informaciones sobre proveedores y financiación al consumo, eficiencia y participación en los mercados nacionales e internacionales.

2. **Económico-financiero:** rentabilidad de la organización, márgenes de beneficio, dinámica de los sectores de inversión y niveles de producción.
3. **Técnica:** Se divide en dos partes. El primero es tecnología e innovación, analizando el progreso y tratamiento de la tecnología, la velocidad de innovación en el producto y servicio y los niveles de protección intelectual, el segundo se refiere al nivel de tecnología. Análisis de herramientas del producto, tecnología y sus particularidades.

### ***2.2.2.3. Tipos de competitividad***

A pesar de las variadas definiciones, para poder ganar competitividad autentica es importante la productividad y el proceso técnico. La competitividad puede ser específica y también sistémica según nos menciona (Betancourt, 2014).

#### **1. Competitividad específica**

La particularidad del concurso se conoce en dos partes:

- Solo ocurre en determinadas sectores o industrias.
- Se ubica en espacios subnacionales

En primer lugar, se identifica que ninguna región o país es particularmente rentable. Las regiones o países con un alto nivel de vida presentan varias industrias en las que las entidades locales no pueden competir. Es por ello que se debe comprender que son determinantes la productividad y su velocidad de crecimiento. Además, deberíamos centrarnos en industrias y sectores industriales específicos en lugar de en la economía en su conjunto.

Para la segunda parte, se analiza el trabajo del espacio nacional donde se pueden encontrar reivindicaciones y experiencias de ciertos de los elementos del éxito competitivo en diversas situaciones.

Del mismo modo se puede mencionar que existen algunos elementos y tendencias que caracterizan a la competitividad específica:

- Nuevos modelos de productos tecnológicos
- Escala flexible
- Costo de producción
- Métodos básicos
- Enfoque geográfico.
- La descentralización y la autonomía subnacionales.
- Las funciones de producción están disponibles.
- Integración social-empresarial.

## **2. Competitividad sistémica**

(Klaus , 1996) analizamos la competencia del sistema examinando los componentes que determinan la competencia del sistema y sus interrelaciones. Esser afirma que la competitividad de la entidad depende de los modelos operativos de la sociedad en general. Los factores competitivos y las interacciones entre ellos en todos los niveles del sistema dan como resultado una ventaja competitiva. La competencia es sistemática. La competencia sistémica se logra mediante las interacciones de los siguientes cuatro factores:

- Nivel meta
- Nivel macro
- Nivel micro
- Nivel meso

La competitividad sistémica sin inclusión social es un proyecto sin visión. En este sentido, el tratamiento de la competitividad sistémica es un proyecto de transformación social que ve más allá de simples ajustes al entorno macroeconómico. (p.77)

#### ***2.2.2.4. Fuerzas de la competitividad***

Según Aramayo (2007) las fuerzas competitivas fueron desarrolladas por Michael Porter, el cual viene a ser un enfoque del mercado que permite una visión ordenada y coherente, al descomponerlo en un conjunto de roles participantes a través de los cuales se definen las reglas de juego de la competencia.

Las fuerzas de la competitividad son seis:

- Clientes
- Proveedor
- Competencias actuales
- Competencias futuras
- Productos sustitutos
- Organismos reguladores

Cada una de las fuerzas competitivas tiene un rol significativo en la determinación de las reglas de juego del mercado y dichos roles se pueden analizar de la siguiente manera:

**Tabla 1**

*Fuerzas competitivas*

<b>FUERZAS COMPETITIVAS</b>	<b>ROLES DETERMINANTES</b>
CLIENTES	Poder negociador de los clientes
PROVEEDORES	Poder negociador de los proveedores
COMPETENCIA ACTUAL	Rivalidad entre competidores
COMPETENCIA FUTURA	Amenaza de nuevos ingresantes
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Amenaza de productos sustitutos

---

ORGANISMOS REGULADORES	Amenazas/oportunidades	de	los
	organismos reguladores		

---

Según Betancourt (2014) la intensidad de la competencia es un modelo para evaluar el comportamiento de las empresas de un sector, que establece que el grado de competencia y desempeño en una industria está determinado por los siguientes factores:

- Competencia entre competidores.
- Nuevas empresas están entrando en este campo.
- El poder de negociación del proveedor.
- Poder de negociación del cliente.
- Reemplazar amenazas.

El modelo es un método analítico para examinar las oportunidades y amenazas que surgen en el sector. (p.141)

#### ***2.2.2.5. Estrategias de la competitividad***

Según Robbins & Mary (2010) la estrategia competitiva es una estrategia que explora cómo una organización compite en los negocios. En este sentido, para las organizaciones pequeñas que operan en un solo segmento comercial o para las organizaciones grandes que aún no se han diversificado en múltiples mercados o productos, una estrategia competitiva describe cómo competir en sus mercados primarios o principales.

En este sentido, elaborar un método competitivo eficaz solicita comprender las ventajas competitivas. Esto es lo que diferencia a la entidad, sus características únicas. (p.170)

Según Schermerhorn (2002) la ventaja competitiva ayuda a una entidad responder mejor que sus competidores a las fuerzas del mercado y del entorno. La

ventaja competitiva es esencial en la desafiante economía global actual. Porque no hay ningún lugar en el mundo donde los directivos puedan confiar en el éxito pasado e ignorar las acciones de otros en casa y en el extranjero. (p.10)

Según Thompson & Strickland III (1995) La estrategia competitiva se basa en las ventajas competitivas, las estrategias competitivas están en todos los movimientos y formas que la empresa realiza e implementa para atraer clientes, resistir la presión competitiva y mejorar su posición en los mercados. Hay varias estrategias competitivas cuando las empresas intentan competir. No obstante, en todas estas situaciones, las estrategias competitivas se dividen en tres categorías:

1. Esforzarse por convertirse en una estrategia de liderazgo en costos de la industria.
2. Intenta diferenciar el producto ofrecido en relación con la competencia (estrategia de diferenciación).
3. Concentrarse en una parte más reducida del mercado en lugar de en todo el mercado (concentración o estrategia de nicho). (p.114)

### **2.3. Definición de términos básicos**

#### **- Cadena de suministro**

Este proceso está constituido por distintos actores involucrados de forma directa o indirecta para cumplir las necesidades y satisfacer al cliente dependiendo del producto o servicio ofrecido por la empresa. Donde la fabricación, proveedores de materias primas, los canales de distribución y sus medios terminan en la entrega del producto o servicio interactúan de forma constante. Por su parte, (Pulido J. , 2014) destaca que, una cadena de suministro se define como todas las actividades involucradas en el movimiento de bienes desde la materia prima hasta los consumidores finales.

- **Competitividad**

Según (Betancourt, 2014), es la destreza que tiene una entidad para competir en su sector de manera efectiva, esto implica tener ventaja sobre sus demás competidores en productividad, globalización e innovación. Estos factores son claves para influir en el éxito comercial y la satisfacción de sus clientes.

- **Abastecimiento de materia prima**

En este proceso se evalúa, la materia prima tanto en calidad y precio. Es muy relevante y necesario para el desarrollo completo de la cadena de suministros para desarrollar correctamente el proceso y mantener una productividad constante dentro de la empresa. Según (Thompson & Strickland , 1995), es el almacenamiento de materia prima, bienes propios de la empresa, productos semiterminados y terminados, por último, productos de uso de oficina. En el ciclo de abastecimiento se encuentran los suministros, proveedores, logística, almacenamiento y aprovisionamiento. De esta manera, se encarga de todo lo que la empresa necesita, en el tiempo correcto y con buena calidad.

- **Producción**

Es convertir la materia prima supervisada y verificada, pasa por procesos de transformación de dicho componente para tener los productos terminados y ser llevado al almacén para su posterior distribución. Según (Schermerhorn, 2002), las producciones en las cadenas de suministros abarcan a las organizaciones que realizan una transformación de la materia prima de diferentes productos, el cual se centra en todos los actores que son parte de los procesos productivos. Abarca también los planeamientos y la organización de cada uno de los componentes de las producciones, insumos, recursos, cosecha, transporte, etc.

- **Distribución**

Se enfoca en asegurar que el producto culminado llegue al consumidor final, incluye canales de distribución, almacenes, medios de transporte, puntos o centros de distribución y de venta que faciliten llegar al consumidor final. Según Díaz y Sánchez (2013), es la agrupación de actividades que aseguran el proceso del traslado de los bienes y/o servicios desde los estados finales de producción hasta los consumidores finales, esto cumpliendo con el tiempo, la cantidad y condiciones que el cliente necesite o requiera. Para esto se necesita mucha eficiencia porque en esta fase los gastos operativos deben ser lo mínimo posible.

- **Proveedores**

Son aquellos que se encargan de entregar y distribuir dentro de la materia prima y el producto terminado. Según Vega (2014), el proveedor puede ser una persona o empresas con mercancías necesarias para el desarrollo de una actividad. Además, abastece a otras empresas con artículos o mercancías, para que luego sean transformadas en un producto final, para posteriormente ser vendida.

## Capítulo III: Hipótesis y Variables

### 3.1. Hipótesis

#### 3.1.1. Hipótesis general.

**H1:** Si existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H0:** No existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

#### 3.1.2. Hipótesis específicas.

- Si existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.
- Si existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

- Si existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

### **3.2. Identificación de las variables**

**a) Variable Independiente:** Cadena de suministro

#### **Dimensiones**

- Estructura horizontal
- Estructura vertical
- Posición horizontal

**b) Variable Dependiente:** Competitividad

#### **Dimensiones**

- Tiempo
- Personas
- Administración de la información

### 3.3. Operacionalización de las variables

**Tabla 2**

*Matriz de Operacionalización de Variables*

Variable	Definición operacional	Dimensión	Indicador	Escala de medición
Cadena de suministro	Son todas las acciones asociadas con la transformación de un bien, desde la materia prima hasta los consumidores finales. (Pulido J. , 2014)	Estructura horizontal	Suministro	Likert: - Totalmente satisfecho (5) - Satisfecho (4) - Ni satisfecho ni insatisfecho (3) - Insatisfecho (2) - Totalmente insatisfecho (1)
			Fabricación	
			Distribución	
		Estructura vertical	Planta	
			Control	
			Producción	
			Operaciones	
Posición horizontal	Planificación empresarial			
	Ubicación			
	Proveedores			
Competitividad	Es la capacidad de la empresa para formular e implementar estrategias competitivas que le	Cliente - mercado	Cientes	Likert: - Totalmente satisfecho (5)
			Satisfacción del cliente	

---

permitan ampliar de una forma duradera, una posición sustentable en el mercado. (Betancourt, 2014)	Económico - financiera	Nivel de conformidad	- Satisfecho (4)
		Inserción en el mercado internacional	- Ni satisfecho ni insatisfecho (3)
		Indicadores financieros fundamentales	- Insatisfecho (2)
	Técnica	Productividad	- Totalmente insatisfecho (1)
		Innovación de productos y servicios	
		Eficiencia energética	
		Capacidad instalada	

---

## **Capítulo IV: Metodología**

### **4.1. Enfoque de la Investigación**

El enfoque empleado en la investigación fue el cuantitativo; puesto que, según Bernal (2006), este tiene como finalidad la verificación de las hipótesis planteadas en el estudio. Asimismo, se basa en medir las particularidades de situaciones sociales, lo que significa analizar deductivamente un conjunto de ideas que muestran las vinculaciones entre las variables que se han estudiado y registrado desde un marco teórico relacionado con el problema. Este método permite generalizar y comparar los resultados. Este enfoque también se denomina enfoque tradicional o positivista.

En tal sentido, el actual estudio pertenece al enfoque cuantitativo, debido a que, ha buscado determinar la relación entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023; además, por medio de un cuestionario se recolectaron los datos requeridos para poder procesarlos haciendo un análisis estadístico, y bajo la verificación de las hipótesis se validaron las mismas. También, se determinó la relación entre las variables, y después se estableció el impacto de la cadena de suministro sobre la competitividad.

#### **4.2. Tipo de Investigación**

El presente estudio está enmarcado en el tipo de investigación aplicada que según Alan y Cortez (2018), se particulariza por tener en cuenta la finalidad práctica del conocimiento, estrechamente vinculada con el estudio básico, y por posibilitar una aplicación práctica basada en resultados teóricos. La evidencia de esto es que toda indagación aplicada es teórica. Lo esencial aquí para el investigador es la eficacia de la investigación.

Es por tal motivo que, la presente investigación es aplicada, porque se basa en buscar información, adquirir y descubrir conocimientos del tema en interés. Ello respalda el presente estudio, que buscó descubrir la relación entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico.

#### **4.3. Nivel de Investigación**

El estudio en curso se encuentra enmarcado en el nivel de investigación correlacional donde la Universidad Autónoma de Nuevo León & Universidad Rey Juan Carlos (2012), aquí se señala que se evalúa los grados de vinculación entre dos variables. El propósito es medir el grado de vinculación que hay entre dos o más variables ( $x$ ,  $y$ ,  $z$ ). Comprueba si están relacionados con el mismo tema o no. Intenta hacer predicciones. Su principal propósito y utilidad es comprender cómo se comporta una variable determinando los comportamientos de otras variables relacionadas. (p. 33)

Por ende, se ha desarrollado la investigación bajo el nivel correlacional, ya que mide la relación de dos variables establecidas como son la cadena de suministro y la competitividad, para que de esta forma se pueda comprender y evaluar la correlación que tengan mediante la estadística.

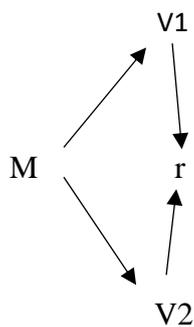
#### 4.4. Métodos de Investigación

Los métodos científicos incluyen un conjunto de condiciones que permiten obtener nuevos conocimientos científicos. Asimismo, conforme Hernández (2014), este método es el único que no pretende obtener resultados reales y llegar a todas las áreas del conocimiento. Como resultado, se utilizaron métodos científicos en la investigación. Esto se debe a que se pudo verificar la hipótesis formulada en el estudio.

#### 4.5. Diseño de Investigación

Según Hernández (2014), un diseño de estudio no experimental es aquel que se elabora sin manipular ni modificar las variables. Se centra en la observación y análisis de situaciones que ocurren en su contexto. Con base en lo anterior, el diseño de indagación es no experimental porque no se manipulan las variables en estudio, sino que se observa y analiza la situación actual para los fines de la investigación.

##### 4.5.1. Esquema



**Donde:**

**M:** Muestra, 110 colaboradores de la empresa cafetalera Highland Coffee

**V1:** Cadena de suministros

**V2:** Competitividad

**R:** Relación entre la cadena de suministro y competitividad

## **4.6. Población y muestra**

### **4.6.1. Población.**

La población, también conocida como universo, según menciona López y Fachelli (2015), incluye todos los elementos, como objetos, personas y organizaciones, que participan en la situación definida y dividida en el análisis del problema de investigación. Asimismo, existen dos tipos de población finita que refiere a un límite de caracteres en estudio, siendo más accesible y por otra parte la población infinita contiene como objeto de estudio a un número ilimitado de investigación. Por lo tanto, la población posee tres características principales que puede ser medible, estudiada y cuantificada. Además, la población en estudio debe ser delimitada de acuerdo con características específicas como el tiempo y lugar.

De acuerdo con lo descrito, en el presente estudio se tuvo una población finita conformada por los 110 colaboradores que participan en cada una de las etapas de la cadena de suministro de la empresa cafetalera Highland Coffe.

### **4.6.2. Muestra.**

Como menciona Arias (2021), el muestreo es un método estadístico empleado para seleccionar a aquellas personas que formarán parte de la muestra en la investigación. En este estudio se empleó el muestreo probabilístico porque cada colaborador de la empresa tuvo la posibilidad de estar dentro de la muestra; además, es al azar simple, ya que cada persona cuenta con la misma posibilidad de ser elegido.

#### ***4.6.2.1. Unidad de análisis.***

Como menciona Sánchez (2018), la unidad analizada conforma a todos aquellos sujetos que van a ser medidos o analizados en la investigación. De esta manera, la unidad de análisis de este estudio ha estado conformada por cada uno de los

colaboradores de la empresa cafetalera Highland Coffee ubicada en la provincia de Chanchamayo en el 2023.

#### **4.6.2.2. Tamaño de la muestra.**

El tamaño de la muestra, de acuerdo con lo que menciona López y Fachelli (2015), es la clasificación de los elementos encuestados y es el representativo del universo en su totalidad. Además, la selección idónea de la porción de individuos es de suma importancia porque permite obtener un resultado con mayor credibilidad y viabilidad.

Por lo tanto, para poder hallar la muestra se hizo uso de la fórmula de población finita, debido a que se cuenta con una población limitada que refiere a 110 colaboradores de la empresa cafetalera.

$$n = \frac{NZ^2pq}{e^2(N-1) + Z^2pq}$$

#### **Donde:**

**n:** Primera aproximación

**e:** Margen de error

**N:** Tamaño de la población

**p:** Probabilidad de éxito

**q:** Probabilidad de fracaso

**Z:** Valor obtenido por el cálculo empleando la tabla de distribución normal, de acuerdo con un nivel de confianza.

#### **4.6.2.3. Selección de la muestra.**

El muestreo se refiere al proceso de extraer datos de una población para incluirlos en una muestra. Según Hernández (2014) esta clasificación o selección debe

cumplir con las características de la población para obtener resultados representativos e información idónea.

**n:** Variable a encontrar

**e:** 0.05

**N:** 110 trabajadores

**p:** 0.5

**q:** 0.5, resta de 1-p

**Z:** 1.96, *valor obtenido de la tabla de distribución normal*

$$n = \frac{110 \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(0.05)^2 \times (110 - 1) + (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}$$

$$n = 85.6874 = 85$$

85 colaboradores de la empresa cafetalera Highland Coffee

#### **4.7. Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos**

##### **4.7.1. Técnicas.**

Según Carrasco (2007) son todos los procesos que se realizan para acceder a la información que se requiere para cumplir con finalidad de la investigación.

En tal sentido, en el presente estudio se aplicó la técnica de la encuesta digital para recolectar los datos por medio de un proceso estandarizado; esto quiere decir que, para todos los sujetos en estudio se aplicaron las mismas preguntas con el objetivo de conocer cuál es la relación de la cadena de suministro y la competitividad.

#### **4.7.2. Instrumentos.**

Según Carrasco (2007) los instrumentos de indagación son un lugar importante para recopilar datos y se utilizan de acuerdo con la naturaleza y particularidades de la problemática y la necesidad del proyecto de investigación. Ciertos autores lo llaman herramienta de detección, otra herramienta de medición. (p. 334)

Es así como, en el presente estudio se utilizó el cuestionario con la misma sistematización y organización de preguntas sobre la cadena de suministro y la competitividad aplicables a toda la muestra de manera anónima.

##### **A. Diseño.**

Según Sánchez (2018), el propósito del diseño de estudio es definir el grado de relación estadística entre las dos variables en indagación. Al hacer esto, podemos ver la relación entre dos variables. (p. 51).

Entonces, para el estudio se elaboró el diseño del instrumento realizando preguntas divididas en dos grupos, referidas a las cadenas de suministros y la competitividad; por otro lado, la validación se realizó a través el juicio de expertos por medio de un análisis estadístico.

##### **B. Confiabilidad.**

La fiabilidad de un instrumento significa el grado de estabilidad que sus resultados demuestran sobre la repetición de estos con las mismas condiciones (Sánchez et al, 2010). Es decir, se refiere a que se deben obtener los mismos resultados si se emplea el instrumento en situaciones muy similares. Por ello, en el presente estudio se buscó la confiabilidad del instrumento de investigación a través del Alfa de Cronbach, para demostrar la fiabilidad con esta herramienta.

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

**Donde:**

**$\alpha$ :** Alfa de Cronbach

**k:** Número de ítems

**Si2:** Suma de varianzas de ítems

**St2:** Varianza de la suma de los ítems

Cabe mencionar que, el coeficiente de Cronbach se utiliza específicamente para realizar la medición de la confiabilidad, además, según Hernández (2014) sirve para aplicar una evaluación sobre la magnitud en que se influye en los ítems de un instrumento y que estos estén correlacionados respectivamente.

**Tabla 3**

*Rangos del Alfa de Cronbach*

Rangos	Magnitud
0,90 a 1,00	Excelente
0,80 a 0,89	Bueno
0,70 a 0,79	Aceptable
0,60 a 0,69	Débil
0,50 a 0,59	Pobre
< a 0,50	Inaceptable

*Nota.* Criterios para la interpretación del Alfa de Cronbach

En la presente investigación se realizó un cuestionario del tipo Likert, el cual fue sometido al estadístico Alfa de Cronbach que arrojó los resultados siguientes:

**Tabla 4***Estadísticas de fiabilidad*

<b>Estadísticas de fiabilidad</b>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.804	34

El resultado logrado por el software SPSS 25 es  $\alpha=0.804$ , y el rango de interpretación de este valor es muy alto, por lo que continuamos utilizando la herramienta.

El resultado del cálculo del nivel de confiabilidad de nuestro instrumento es de 34 preguntas utilizando el programa SPSS versión 25, se obtuvo un Alfa de Cronbach de 0.804 según la escala Rango Alfa de Cronbach, lo cual es bueno.

**C. Validez.**

La validez hace referencia a la veracidad de la medición de un instrumento sobre una variable (Hernández, 2010, citado por Flores, 2015). Con respecto a este, existen diversos tipos de validación, sin embargo, este estudio utiliza la verificación del juicio de expertos. En este sentido, este estudio se desarrolló evaluando la decisión de los expertos para examinar la validez del contenido. Esta evaluación fue realizada por tres funcionarios y se presentó un formulario de autorización para obtener la puntuación requerida.

## **Capítulo V: Resultados**

### **5.1. Descripción del trabajo de campo**

Los trabajos de campo para el acopio de datos, fue desarrollado por Angie Rashel Rosales Sánchez y Estefanny Miley Suarez Pari, con la ayuda de muestreo no probabilístico, se efectuó el cuestionario en 34 encuestados, durante 03 días por medio del cuestionario en línea.

La data adquirida se procesó en el SPSS, donde se tabuló y codificó la respuesta y la pregunta, en este sentido se estimó el nivel de confiabilidad de la data.

Se encontraron problemas en el permiso e información de la empresa en el trabajo de campo y fueron resueltas con la ayuda del permiso otorgado por el gerente de dicha organización.

El acopio de información se efectuó en la empresa “Highland Coffee” con RUC N° 20486021773, ubicada en el Distrito de Chanchamayo, Provincia de Chanchamayo, Departamento de Junín el año 2023, como también se encuestó a 85 trabajadores de dicha entidad, entre los cuales se encontraron el personal administrativo y el personal operativo, la encuesta se efectuó en tres fechas porque todos los trabajadores presentaron disponibilidad en fechas distintas; en primer lugar el 06 de setiembre, el segundo el 07 de setiembre y el tercer grupo el 08 de setiembre del 2023, cabe recalcar

que de todos los trabajadores de la empresa presentaron predisposiciones para la realización de los cuestionarios. Luego se realizó la tabulación de la información adquirida mediante el SPSS.

## 5.2. Presentación de resultados

Para el resultado obtenido conforme a los cuestionarios aplicados a los 85 trabajadores de la empresa cafetalera “Highland Coffee”. Se exhibe el consolidado total y específico de todos los resultados del análisis.

### *Genero de los participantes*

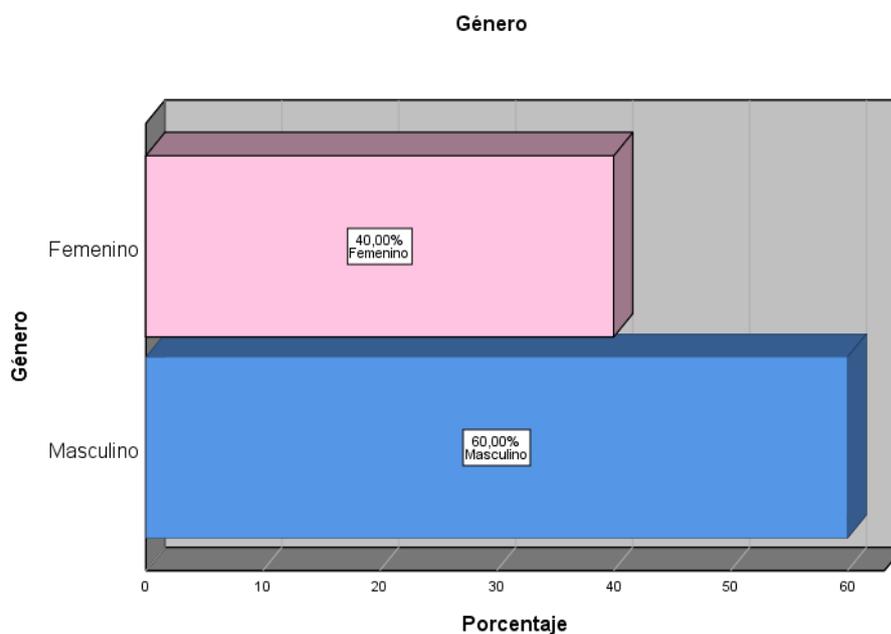
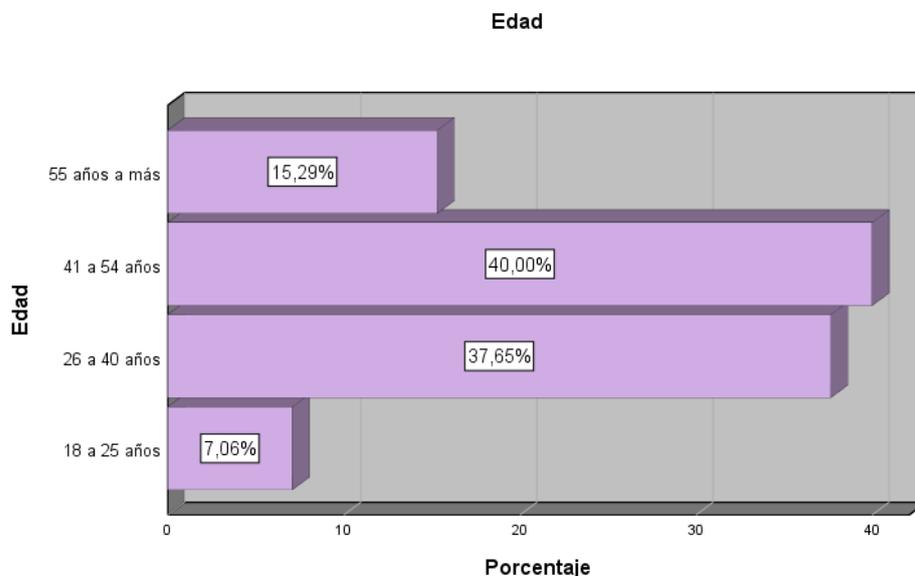


Figura N° 1: Género de los encuestados

**Interpretación:** En la figura N°1 se manifiesta el género de los participantes de nuestra encuesta, resaltando que gran parte de los trabajadores son de género masculino, concluyendo que es el género que predomina en la empresa.

*Edad de los encuestados.*



*Figura N° 2* Edad de los encuestados

**Interpretación:** En la figura N°2 se presenta la edad de los participantes de nuestra encuesta, donde se evidencia que existe un mayor porcentaje en las edades en el rango de 26 a 54 años, concluyendo así que en la empresa laboran personas de diferentes generaciones, desde los más jóvenes hasta los más experimentados. Lo cual es beneficioso para la empresa ya que diferentes grupos de edad pueden aportar diversas perspectivas y habilidades al lugar de trabajo.

1. *¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al acceso de las herramientas y recursos necesarios que te da la empresa para desempeñar eficientemente tus funciones en suministro?*

1. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al acceso a las herramientas y recursos necesarios que te da la empresa para desempeñar eficientemente tus funciones en suministro?

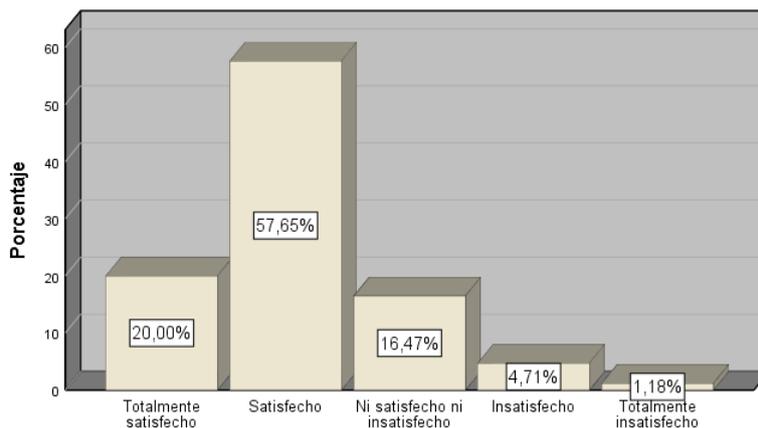


Figura N° 3: Grado de satisfacción con respecto a las herramientas y recursos

**Interpretación:** En la figura N°3 se presenta el grado de satisfacción de los trabajadores para desempeñar sus funciones suministro, resaltando que gran parte de los trabajadores se hallan contentos con el acceso de las herramientas y recursos, lo que podría indicar que la empresa está haciendo un buen trabajo en este aspecto.

2. *¿Qué tan satisfecho se encuentra con los recursos que le da la empresa para suministrar bienes a todas las áreas?*

2. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los recursos que le da la empresa para suministrar bienes a todas las áreas?

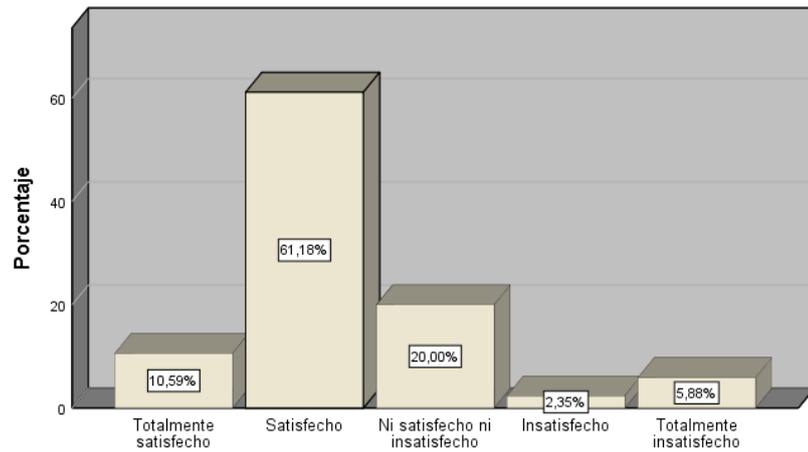


Figura N° 4: Grado de satisfacción de los recursos que brinda la empresa

**Interpretación:** En la figura N°4 se presenta el grado de satisfacción del trabajador con el recurso que le otorga la entidad para suministrar a todas las áreas, lo cual se puede evidenciar que una mayoría significativa de los empleados está contenta con los recursos que se les proporcionan para llevar a cabo sus tareas, lo que posiblemente contribuye a un ambiente de trabajo más positivo.

3. *¿En qué medida estas satisfecho/a con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades en tu puesto dentro del departamento de suministro?*

3. ¿En qué medida estás satisfecho/a con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades en tu puesto dentro del departamento de suministro?

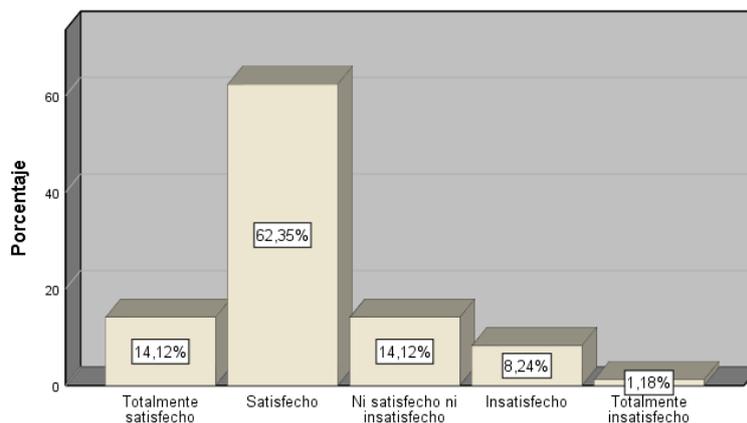


Figura N° 5: Grado de satisfacción con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades

**Interpretación:** En la figura N°5 se presenta el grado de satisfacción del colaborador frente a las expectativas y responsabilidades dentro del departamento de suministro, lo que se puede evidenciar que una mayoría significativa de los empleados del departamento de suministros siempre que comprende claramente lo que se espera de ellos y cuáles son sus responsabilidades. Esto refleja una comunicación efectiva por parte de la empresa.

4. *¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación que utiliza la empresa?*

4. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación que utiliza la empresa?

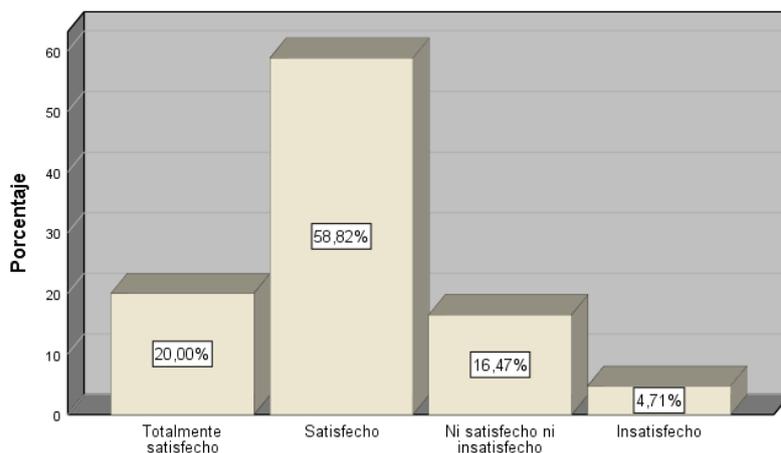


Figura N° 6: Grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación

**Interpretación:** En la figura N°6 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las etapas de fabricación que utiliza la empresa, lo que se puede evidenciar que existe un alto nivel de satisfacción de los empleados lo que sugiere que las etapas de fabricación son efectivas y eficientes, así mismo se puede mencionar que esta satisfacción podría servir como una base para impulsar la innovación y la mejora de las etapas de fabricación, ya que se puede generar ideas para hacer un proceso aún mejor.

5. *¿En qué medida estas satisfecho con los recursos y herramientas que te brinda la empresa para realizar las tareas de fabricación de manera más efectiva?*

5. ¿En qué medida estás satisfecho con los recursos y herramientas que te brinda la empresa para realizar las tareas de fabricación de manera más efectiva?

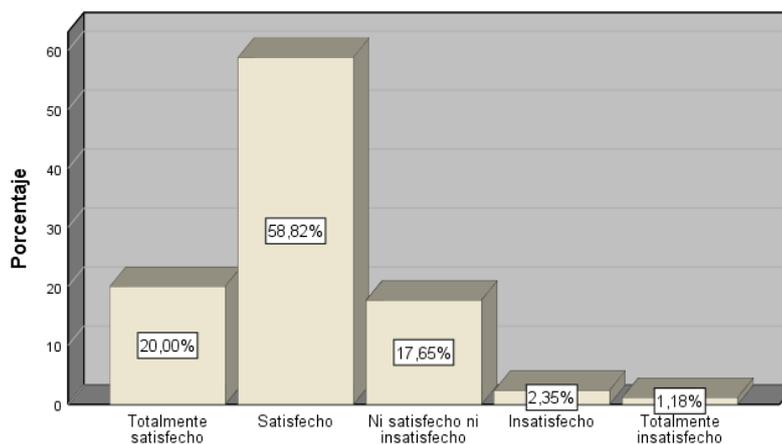


Figura N° 7: Grado de satisfacción de los trabajadores con los recursos y herramientas que le brinda la empresa

**Interpretación:** En la figura N°7 se presenta el grado de satisfacción del colaborador con las herramientas y recursos que le brinda la entidad para realizar sus tareas de fabricación de manera más efectiva, lo cual indica que una mayoría de los empleados están satisfechos con los recursos y herramientas disponibles para efectuar sus actividades de fabricación, esto sugiere un nivel aceptable de apoyo por parte de la empresa.

6. *¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos de distribución en términos de cumplimiento de plazos y entrega precisa que realiza la empresa?*

6. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos de distribución en términos de cumplimiento de plazos y entrega precisa que realiza la empresa?

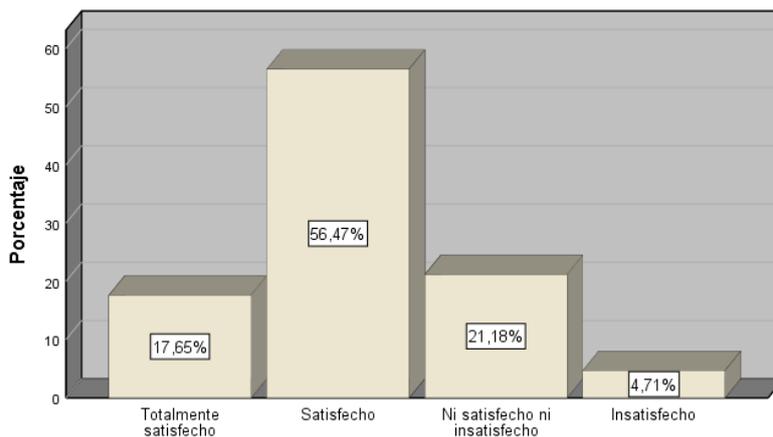


Figura N° 8: Grado de satisfacción de los trabajadores frente a los procesos de distribución

**Interpretación:** En la figura N°8 se presenta el grado de satisfacción del trabajador frente a los procesos de distribución, lo cual nos indica que más del 50% de los colaboradores están satisfechos con los procesos de distribución en términos de cumplimiento de plazos y entrega precisa, esto refleja un nivel aceptable de desempeño en esta área.

7. *¿Qué tan satisfecho está con la comunicación y coordinación entre los equipos y departamentos relacionados con la distribución en la cadena de suministros?*

7. ¿Qué tan satisfecho está con la comunicación y coordinación entre los equipos y departamentos relacionados con la distribución en la cadena de suministro?

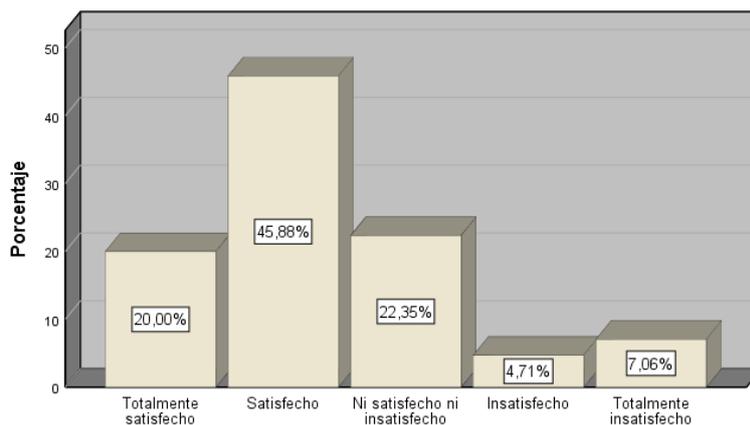


Figura N° 9: Grado de satisfacción de los trabajadores con la comunicación y coordinación entre equipos y departamentos

**Interpretación:** En la figura N°9 se presenta el grado de satisfacción del colaborador con la comunicación y coordinación entre equipos y departamentos, lo cual se puede evidenciar que existe un grupo considerable de empleados que no tienen una opinión definitiva (22.35%) puede sugerir que la empresa tiene margen para mejorar la comunicación y coordinación en esta área, así mismo cabe mencionar que existe un grupo menor de los colaboradores que están satisfechos, esto señala un desafío significativo en la empresa.

8. ¿En qué medida estás satisfecho con la empresa en términos de seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta?

8. ¿En qué medida estás satisfecho/a con la empresa en términos de seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta?

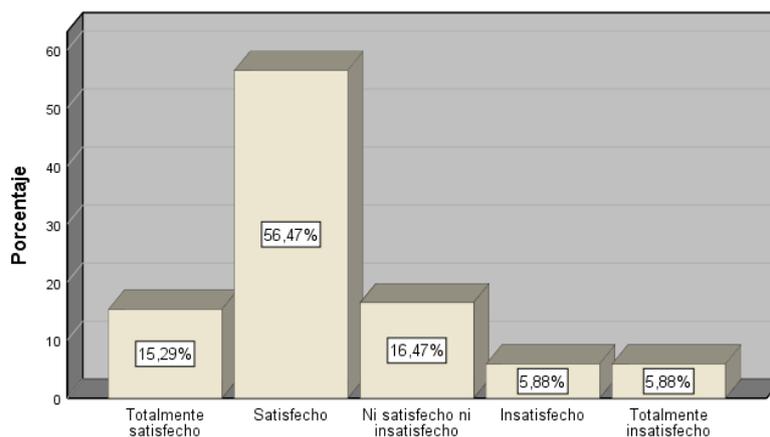


Figura N° 10: Grado de satisfacción de los trabajadores con la empresa en términos de seguridad

**Interpretación:** En la figura N° 10 se exhibe el grado de satisfacción de los trabajadores con la entidad en términos de seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta, lo cual nos indica que más de la mitad de los trabajadores están contentos con la empresa en aspecto clave con la seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta, esto puede ser un indicador positivo de un buen ambiente de trabajo.

9. *¿Qué tan satisfecho esta con las capacitaciones que realiza la empresa sobre las operaciones básicas de mantenimiento de los equipos en el área de planta?*

9. ¿Qué tan satisfecho está con las capacitaciones que realiza la empresa sobre las operaciones básicas de mantenimiento de los equipos en el área de planta?

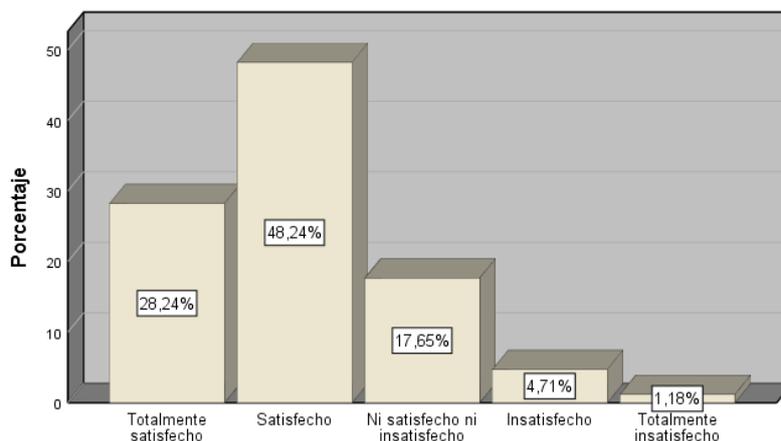


Figura N° 11: Grado de satisfacción de los trabajadores con las capacitaciones que realiza la empresa

**Interpretación:** En la figura N°11 se presenta el grado de satisfacción del colaborador con las capacitaciones que se realiza en la empresa, lo cual se puede evidenciar que el 28,24% de los trabajadores estén totalmente satisfechos indica que un segmento significativo de la fuerza laboral aprecia y valora en gran medida las capacitaciones proporcionadas por la empresa, esto es un buen signo y sugiere que estas capacitaciones son efectivas para algunos empleados, asimismo el 48,24% de los trabajadores que se siente solo satisfechos indica que aunque valoren las capacitaciones, puede ver aspectos que podrían mejorarse para satisfacer plenamente sus necesidades o expectativas.

10. ¿En qué medida están satisfecho con respecto a las medidas correctivas que utiliza la empresa para prever?

10. ¿En qué medida está satisfecho con respecto a las medidas correctivas que utiliza la empresa para prevenir y corregir errores?

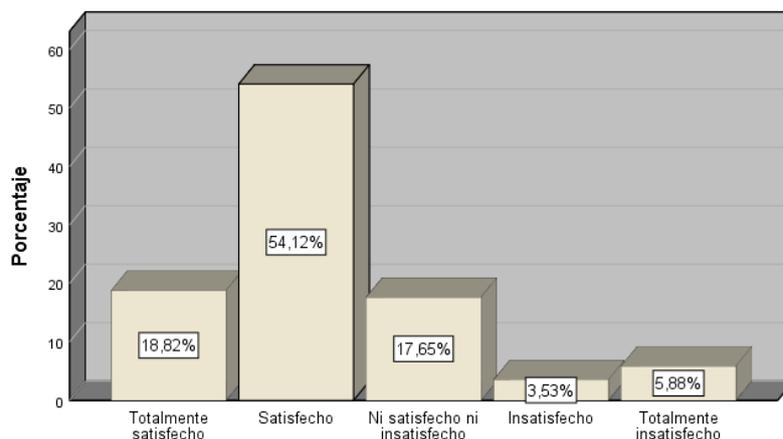


Figura N° 12: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las medidas correctivas

**Interpretación:** En la figura N°12 se presenta el grado de satisfacción del colaborador trabajadores según las medidas correctivas que utiliza la empresa, lo cual un 54.12% indica que más de la mitad de los empleados están contentos con las medidas correctivas que la empresa implementa, esto es un signo positivo, ya que sugiere que la mayoría de los empleados aprueba las acciones para abordar problemas o situaciones problemáticas.

11. *¿Qué tan satisfecho se encuentra con las herramientas y recursos que le brinda la empresa para realizar sus labores diarias de manera efectiva?*

11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las herramientas y recursos que le brinda la empresa para realizar sus labores diarias de manera efectiva?

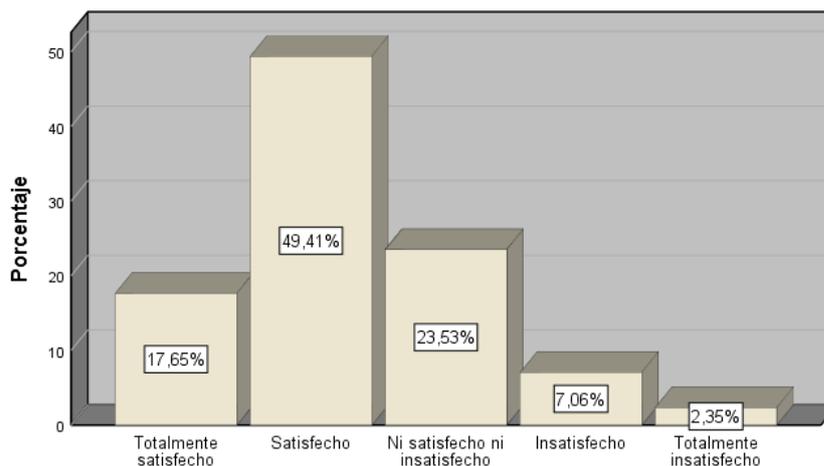


Figura N° 13: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las herramientas y recursos que le brinda la empresa

**Interpretación:** En la figura N°13 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las herramientas y recursos que le brinda la empresa para realizar sus labores diarias, es así que podemos decir que el 49,41% de los trabajadores satisfechos con las herramientas y recursos proporcionados por la empresa sugiere que aproximadamente la mitad de los empleados se sienten satisfechos con la infraestructura y apoyo que tienen para realizar sus tareas diarias de manera efectiva. Sin embargo, también implica que alrededor del 50,59% de los trabajadores pueden no estar completamente satisfechos, lo que podría requerir una revisión de los requerimientos y expectativas del colaborador para mejorar su productividad y satisfacción en el trabajo.

12. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las inspecciones y controles de calidad que utiliza la empresa?

12. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las inspecciones y controles de calidad que utiliza la empresa?

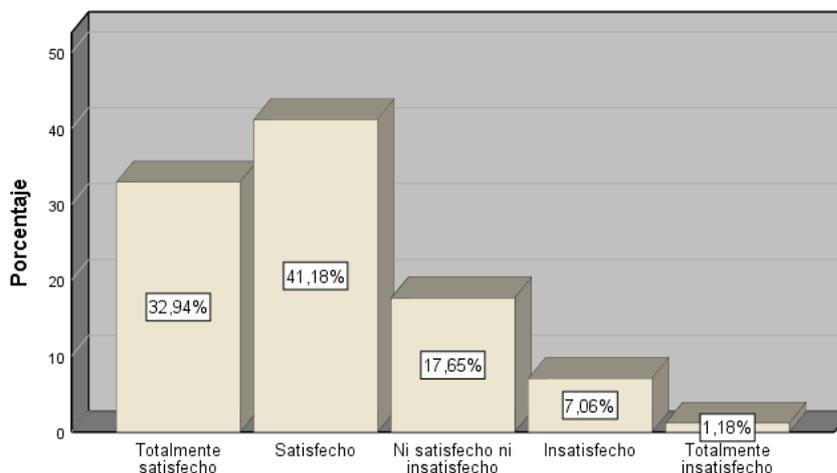


Figura N° 14: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las inspecciones y control de calidad

**Interpretación:** En la figura N°14 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las inspecciones y control de calidad dada por la empresa, lo cual nos indica que el 32,94% de los trabajadores que se sienten totalmente satisfechos indica que una parte significativa de los empleados está muy contenta con la forma en que la empresa garantiza la calidad en su trabajo. Además, un 41,18% adicional que se siente satisfecho sugiere que otro grupo importantes está contento, aunque no de manera óptima, lo cual refleja que se pueden hacer mejoras.

13. *¿En qué medida está satisfecho con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente en la producción del café?*

13. ¿En qué medida está satisfecho/a con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente en la producción de café?

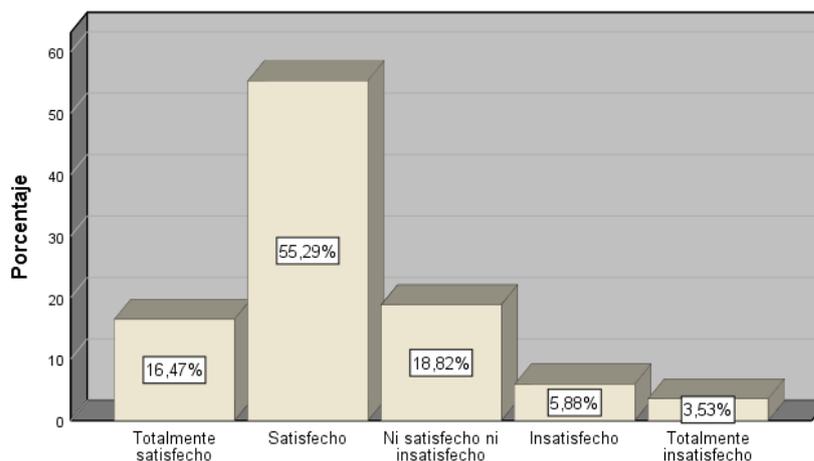
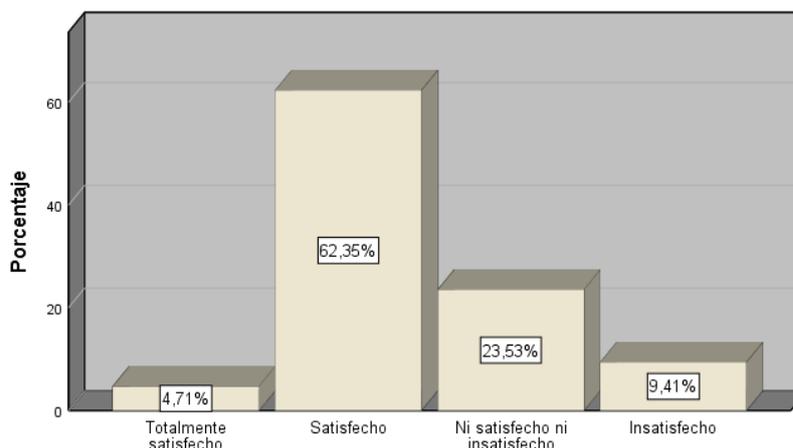


Figura N° 15: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente

**Interpretación:** En la figura N°15 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente, nos indica que el 55,29% de los trabajadores satisfechos con estas medidas tomadas por la empresa en la producción del café valoran positivamente los esfuerzos de la empresa, lo cual sugiere un ambiente laboral donde la preocupación por la sostenibilidad y el medio ambiente es apreciada y respaldada por una mayoría

14. . ¿Qué tan satisfecho esta con las estrategias que implementa la empresa para optimizar la eficiencia de la producción y reducir costos en el área?

14. ¿Qué tan satisfecho está con las estrategias que implementa la empresa para optimizar la eficiencia de la producción y reducir costos en el área?



*Figura N° 16:* Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las estrategias para la optimización de la eficiencia de la producción y reducción de costos

**Interpretación:** En la figura N°16 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las estrategias que implementa la empresa para optimizar la eficiencia de las producciones y aminorar el costo en el área, lo cual nos indica que el 62,35% de los trabajadores satisfechos respalda estas iniciativas, esto sugiere que las estrategias de la empresa están siendo percibidas de manera positiva por gran parte de su personal, así mismo se puede decir que es un indicio de una comunicación y colaboran entre la dirección y los empleados en lo que respecta a la eficiencia y la gestión de costos.

15. . ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los cambios e innovaciones que ha realizado la empresa en el área de operaciones para mejorar el producto final?

15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los cambios e innovaciones que ha realizado la empresa en el área de operaciones para mejorar el producto final?

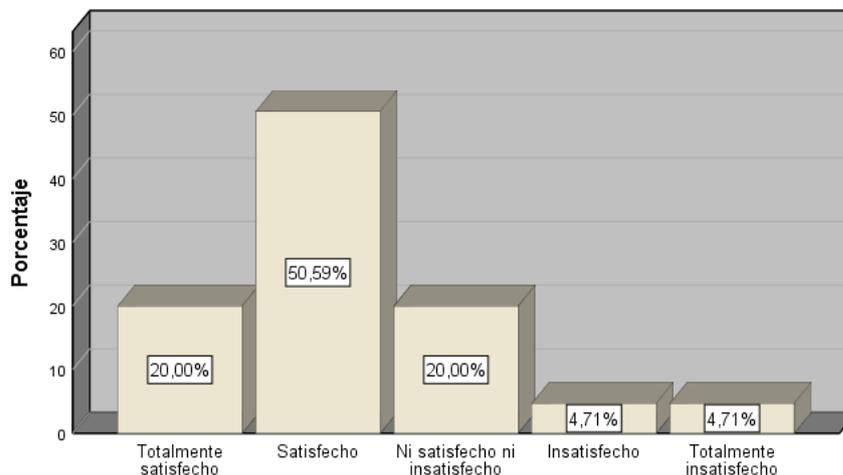


Figura N° 17: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los cambios e innovaciones que realiza la empresa

**Interpretación:** En la figura N°17 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según los cambios que ha realizado la empresa, lo cual indica que un 50,59% de los trabajadores satisfechos ve de manera favorable las mejoras realizadas en el proceso de producción para mejorar el producto final. Esto sugiere que la empresa está logrando cierto nivel de aceptación y apoyo entre sus empleados en relación con estas iniciativas de cambio. Sin embargo, también implica que alrededor del 49,41% de los trabajadores pueden no estar completamente satisfechos o no respaldar completamente estos cambios. Es importante por ello continuar evaluando y comunicando los beneficios de estas innovaciones, como también escuchar las preocupaciones y opiniones de los empleados.

16. . ¿Qué tan satisfecho esta con la manera que se gestionan los riesgos y las incertidumbres en la planificación empresarial, especialmente en una industria variable como la del café?

16. ¿Qué tan satisfecho está con la manera que se gestionan los riesgos y las incertidumbres en la planificación empresarial, especialmente en una industria variable como la del café?

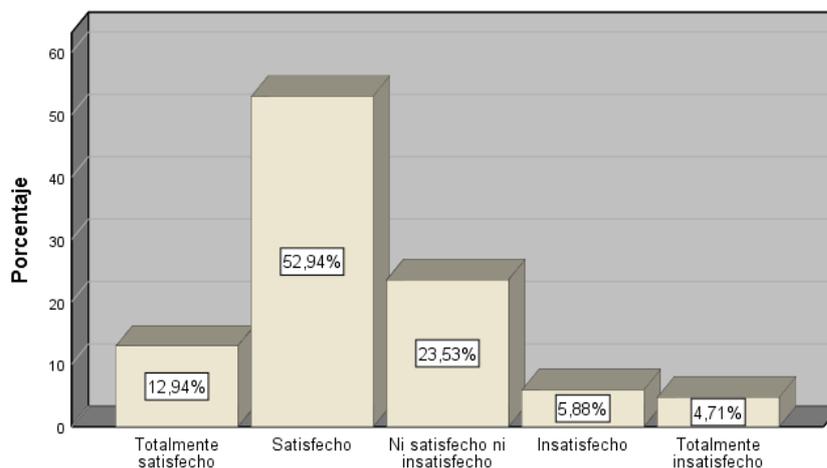


Figura N° 18: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la manera de gestionar los riesgos y las incertidumbres de la planificación empresarial

**Interpretación:** En la figura N°18 se presenta el grado de satisfacción del colaborador con respecto a la manera de gestionar los riesgos y las incertidumbres de la planificación empresarial, lo cual nos indica que el 52,94% de los trabajadores satisfechos con la gestión de riesgos e incertidumbres en la planificación empresarial, especialmente en una industria de café, sugiere que una mayoría de los empleados confía en las capacidades de la entidad para abordar y adecuarse a situaciones cambiantes y desafiantes.

17. . ¿Cuál es el grado de satisfacción con respecto a las estrategias que se utiliza para gestionar el inventario y evitar problemas de escasez o exceso de productos?

17. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las estrategias que se utilizan para gestionar el inventario y evitar problemas de escasez o exceso de productos?

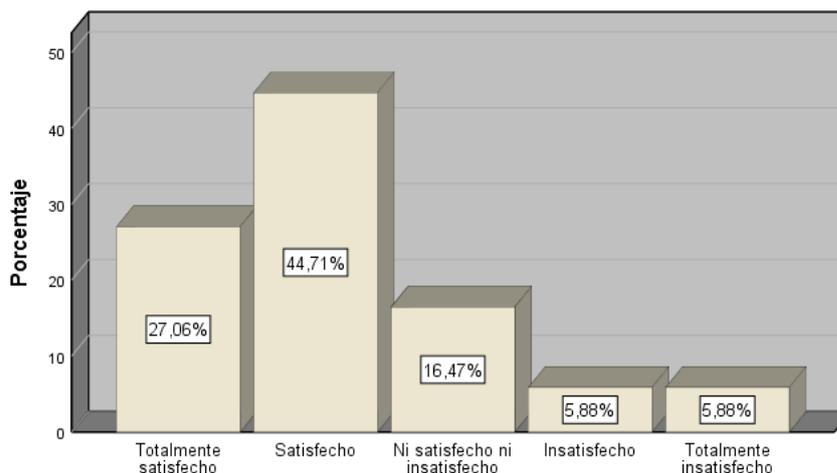


Figura N° 19: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a las estrategias que se utilizan para gestionar el inventario

**Interpretación:** En la figura N°19 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las estrategias tomadas por la empresa para la gestión de su inventario, lo cual nos indica que un 27,06% de los trabajadores totalmente satisfechos y un 44,71% satisfechos con las estrategias de gestión de inventario indican que una parte significativa del personal aprueba la forma en que la empresa maneja su inventario para no contar con problemáticas de exceso o escases del producto. Asimismo, podemos decir que un porcentaje considerable que esté totalmente satisfecho sugiere que estas estrategias son altamente efectivas y reciben un respaldo solido por parte de esos empleados.

18. . ¿En qué medida estas satisfecho con la ubicación de la empresa en términos de accesibilidad y conveniencia?

18. ¿En qué medida estás satisfecho con la ubicación de la empresa en términos de accesibilidad y conveniencia?

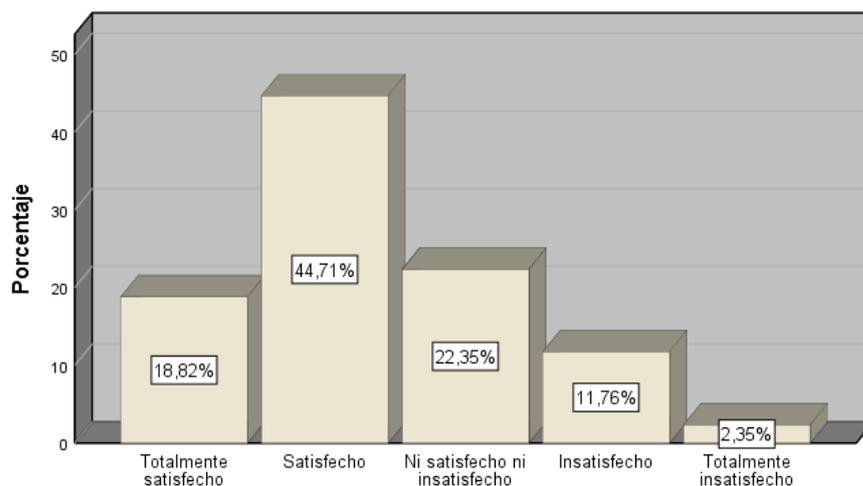


Figura N° 20: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la ubicación de la empresa

**Interpretación:** En la figura N°20 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la ubicación de la empresa, donde un 44,71% de los trabajadores satisfechos con la ubicación de la empresa en términos de accesibilidad y conveniencia indica que casi la mitad del personal considera que la ubicación de la empresa es favorable y fácil de acceder. Esto sugiere que la ubicación actual satisface las necesidades de un segmento considerable de los empleados.

19. . ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la comodidad y facilidad de desplazamiento hacia y desde la ubicación de la empresa?

19. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la comodidad y facilidad de desplazamiento hacia y desde la ubicación de la empresa?

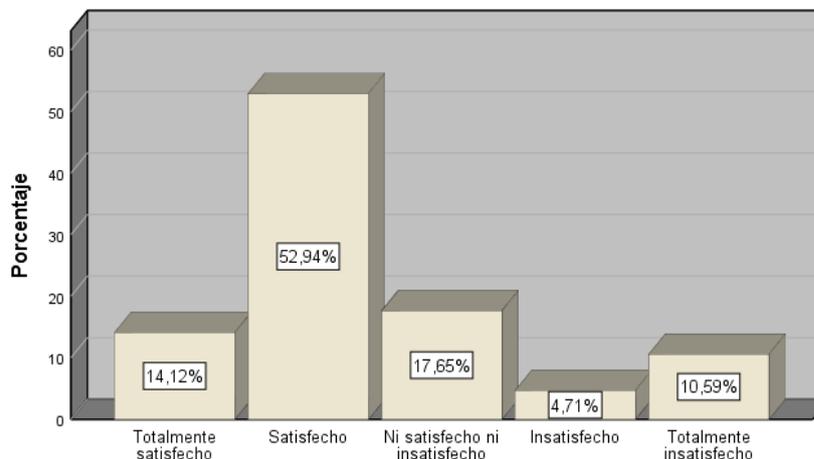


Figura N° 21: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la comodidad y factibilidad de desplazamiento

**Interpretación:** En la figura N°21 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la comodidad y factibilidad, lo cual nos indica que un 52,94% de los trabajadores satisfechos con la comodidad y factibilidad de desplazamiento hacia y desde la ubicación de la empresa resalta que más de la mitad de los colaboradores consideran que el medio de transporte y la ubicación de la empresa con adecuados y convenientes para ellos. Esto sugiere que la mayoría de los empleados no enfrenta grandes desafíos en su viaje diario para llegar al trabajo.

20. . ¿Qué tan satisfecho está con la selección de sus proveedores de café?

20. ¿Qué tan satisfecho está con la selección de sus proveedores de café?

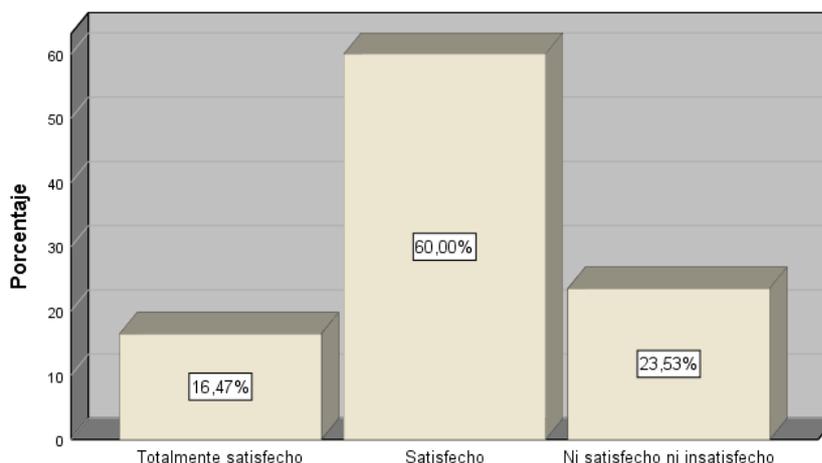
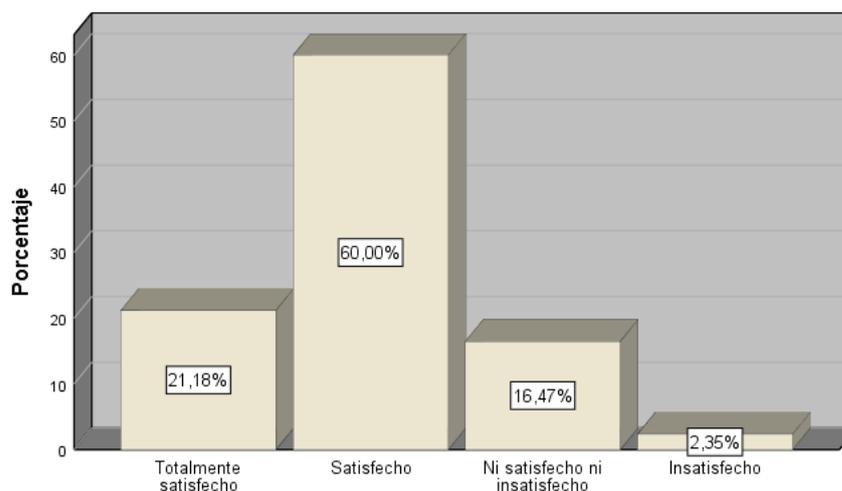


Figura N° 22: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la selección de proveedores

**Interpretación:** En la figura N°22 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la selección de sus proveedores, lo que nos indica que un 60% de los trabajadores satisfechos con la selección de proveedores de café indica que la mayoría de los empleados aprueba y está contento con las decisiones de la empresa en cuanto a los proveedores. Esto sugiere que la elección de proveedores de café está en línea con las preferencias y expectativas de una gran parte de los trabajadores.

21. . ¿En qué medida está satisfecho con los criterios que utilizan para elegir a sus proveedores?

21. ¿En qué medida está satisfecho con los criterios que utilizan para elegir a sus proveedores?



*Figura N° 23: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los criterios para la selección de los proveedores*

**Interpretación:** En la figura N°23 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según los criterios para la selección de los proveedores, un 60% de los trabajadores satisfechos con los criterios utilizados para elegir a los proveedores sugiere que una mayoría significativa de los empleados está contenta con los estándares y procesos que la empresa utiliza para seleccionar a sus proveedores. Esto indica una alineación favorable entre las prácticas de adquisición de la empresa y las expectativas de la mayoría de los empleados.

22. . ¿En qué medida se siente usted satisfecho respecto a la adaptabilidad de las necesidades o preferencias de los clientes?

22. ¿En qué medida se siente usted satisfecho respecto a la adaptabilidad de las necesidades o preferencias de los clientes?

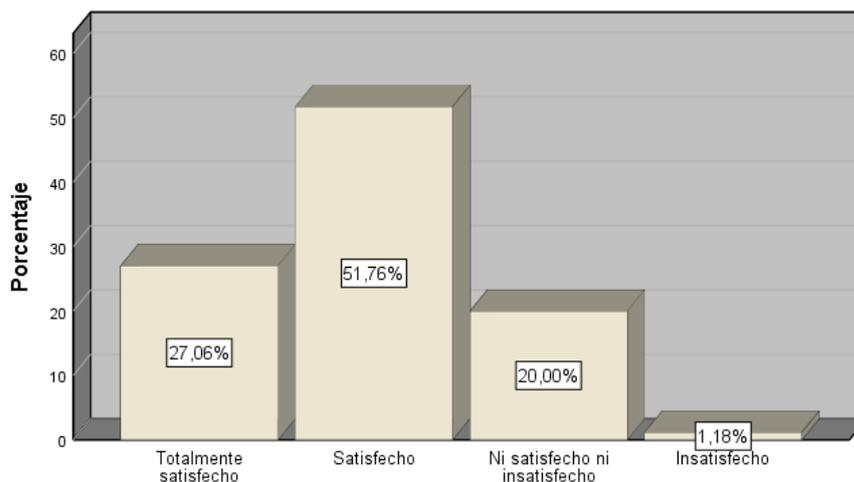
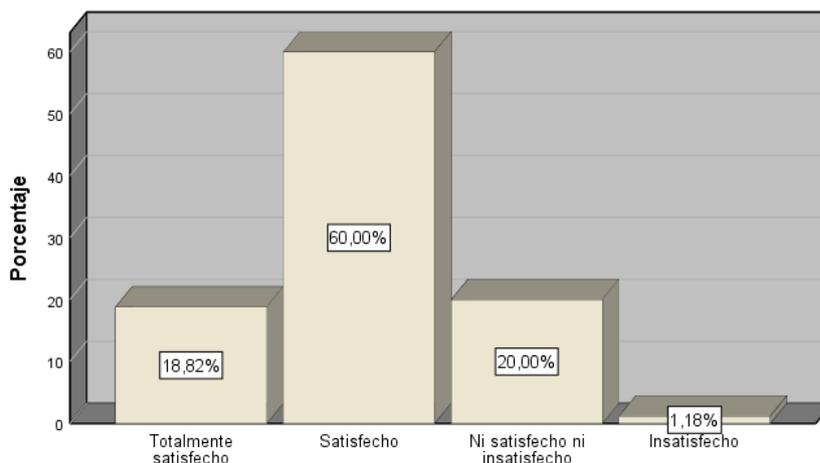


Figura N° 24: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la adaptabilidad de las necesidades de los clientes

**Interpretación:** En la figura N°24 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la adaptabilidad de las necesidades de los clientes, con un 27,06% de los trabajadores totalmente satisfechos y un 51,76% satisfecho con la adaptabilidad de las necesidades o preferencias de los clientes indica que una parte significativa del personal considera que la empresa es eficiente en responder y adaptarse a las demandas cambiantes del cliente clientes, en este sentido, podemos mencionar que la entidad está haciendo un buen trabajo al satisfacer las expectativas y requerimientos de su cliente. Sin embargo, siempre hay margen para mejoras y para mantener esta satisfacción, es importante seguir monitoreando las necesidades cambiantes de los clientes y ajustar las operaciones y estrategias en consecuencia.

23. . ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos que se manejan con respecto a la solución en situaciones incómodas con los clientes (por ejemplo, quejas de servicio)?

23. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos que se manejan con respecto a la solución en situaciones incómodas con los clientes (por ejemplo, quejas de servicio)?



*Figura N° 25: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los procesos que se manejan para la solución de problemas*

**Interpretación:** En la figura N°25 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según los procesos que se manejan para la solución de problemas, con un 60% de los trabajadores satisfechos con respecto a los procesos para manejar situaciones incómodas con los clientes indica que una mayoría significativa del personal se siente satisfecho con la forma en que la empresa aborda y resuelve problemas o conflictos con los clientes. Esto sugiere que la empresa tiene prácticas efectivas en lugar para manejar situaciones difíciles y mantener relaciones positivas con sus clientes.

24. . ¿Cuál es el grado de satisfacción con respecto a la capacitación que recibe el personal en cuanto a la atención al cliente?

24. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la capacitación que recibe el personal en cuanto a la atención al cliente?

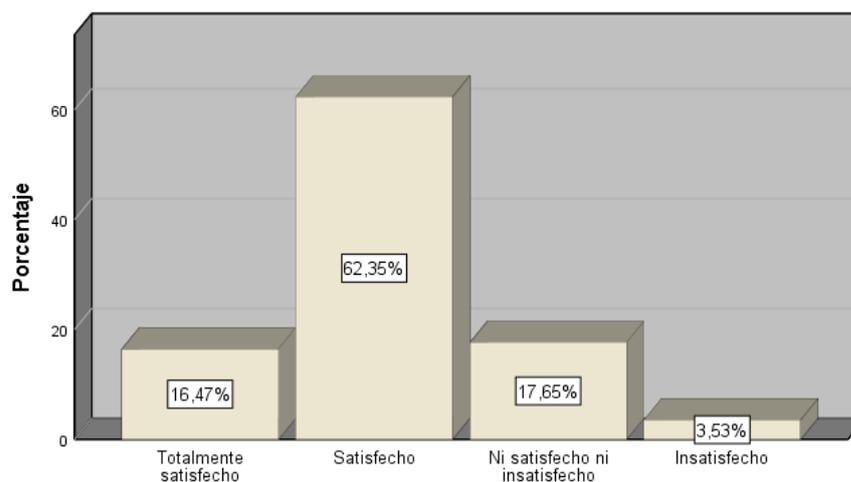


Figura N° 26: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la capacitación que recibe el personal para la atención al cliente

**Interpretación:** En la figura N°26 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las capacitaciones recibidas del trabajador, el cual se representa con un 62,35% de los trabajadores satisfechos con la capacitación en atención al cliente indica que una mayoría significativa del personal se siente satisfecho con la calidad y efectividad de la formación que reciben en ese aspecto. Esto es un indicio positivo de que la entidad invierte en los desarrollos de la habilidad y conocimiento de su personal para otorgar un servicio apropiado a los clientes.

25. . ¿Qué tan satisfecho esta con los procesos que se manejan ante situaciones con los clientes sobre la insatisfacción del producto?

25. ¿Qué tan satisfecho esta con los procesos que se manejan ante situaciones con los clientes sobre la insatisfacción del producto?

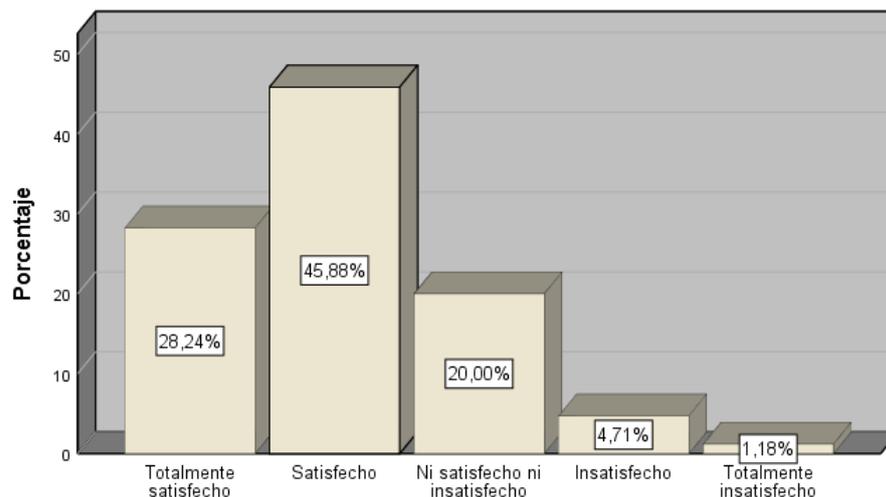


Figura N° 27: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los procesos que se manejan en situaciones de alguna insatisfacción del cliente

**Interpretación:** En la figura N°27 se exhibe el grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a los procesos que se manejan si hubiese alguna insatisfacción del cliente, nos indica que un 45,88% de los trabajadores satisfechos con los procesos que se manejan en situaciones de insatisfacción por el producto, que gran parte del personal aprueba la forma en que la empresa aborda y resuelve problemas relaciones con los productos insatisfactorios.

26. . ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de planes para expandir el negocio a nivel internacional?

26. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de planes para expandir el negocio a nivel internacional?

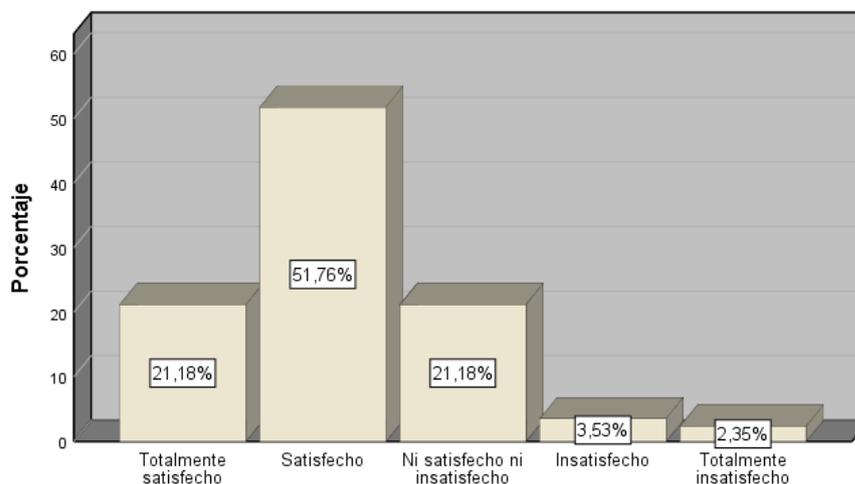


Figura N° 28: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación para la expansión de la empresa a nivel internacional

**Interpretación:** En la figura N°28 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las implementaciones para la expansión de la empresa, un 51,76% de los trabajadores satisfechos con la implementación de planes para expandir el negocio a nivel internacional resalta que más del 50% del personal respalda positivamente la estrategia de expansión internacional de la empresa. Esto sugiere de la mayoría de los empleados están alineados y contentos con la dirección que está tomando la empresa en términos de crecimiento global.

27. . ¿Cuál es el grado de satisfacción con respecto a la implementación de establecer alianzas con proveedores o distribuidores en países extranjeros?

27. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la implementación de establecer alianzas con proveedores o distribuidores en países extranjeros?

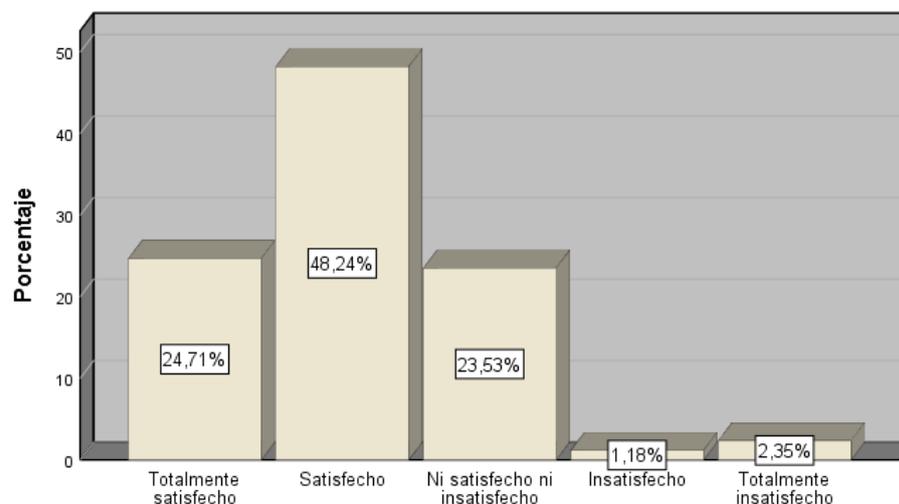


Figura N° 29: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de establecer alianzas con países extranjeros

**Interpretación:** En la figura N°29 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según las implementaciones para establecer alianzas con países extranjeros, nos indica que un 48,24% de los trabajadores satisfechos con la implementación de establecer alianzas con proveedores o distribuidores de países extranjeros indica que una parte significativa del personal respalda positivamente la estrategia de la empresa para establecer relaciones comerciales en el extranjero. Esto sugiere que una mayoría considerable de los empleados esta alineada y contenta con esta iniciativa.

28. . ¿Qué tan satisfecho esta con la proyección financiera a largo plazo y con los objetivos estratégicos de su plan financiero?

28. ¿Qué tan satisfecho esta con la proyección financiera a largo plazo y con los objetivos estratégicos de su plan financiero?

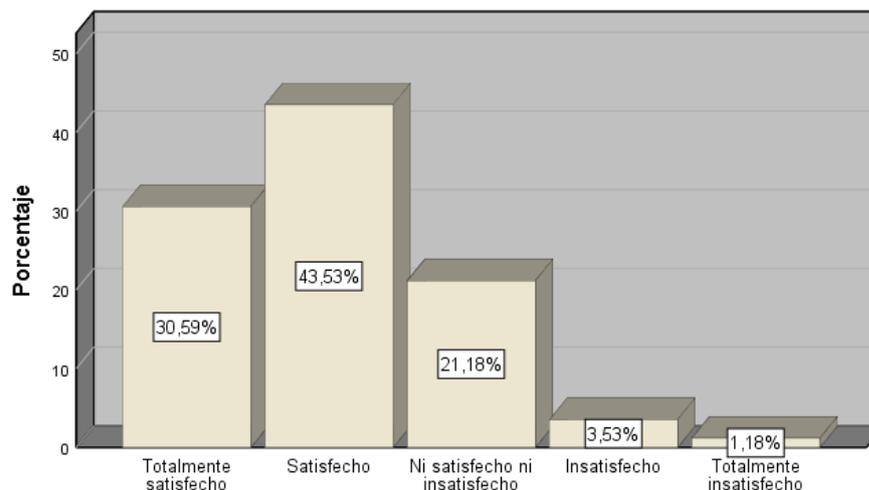


Figura N° 30: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la proyección financiera

**Interpretación:** En la figura N°30 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la proyección financiera, un 43,53% de los trabajadores satisfechos con la proyección financiera a largo plazo indica que una parte significativa del personal respalda positivamente la dirección financiera y los propósitos estratégicos de la entidad a largo plazo. Esto sugiere que una mayoría de los empleados está alineada y contenta con la visión financiera de la empresa. Sin embargo, cabe mencionar que los trabajadores que no se encuentran satisfechos con la proyección financiera pueden tener algunas inquietudes al respecto, es por ello que es importante continuar comunicando de manera efectiva la estrategia financiera y estar dispuestos a abordar cualquier preocupación.

29. . ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el sistema de seguimiento y análisis de la producción?

29. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el sistema de seguimiento y análisis de la productividad?

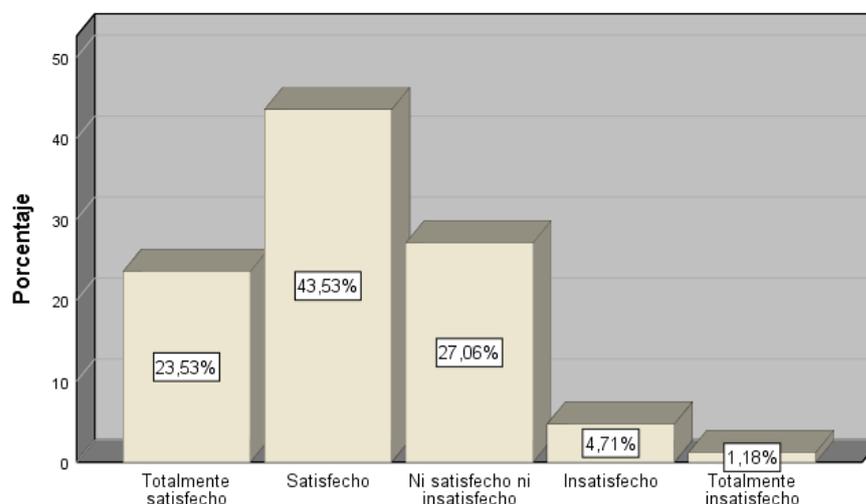


Figura N° 31: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al seguimiento y análisis de la productividad

**Interpretación:** En la figura N°31 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según el sistema de seguimiento, ya que se puede evidenciar que un 23,53% de los trabajadores totalmente satisfechos y un 43,53% satisfechos con el sistema de seguimiento y análisis de productividad indica que una parte significativa del personal aprueba y está contenta con las herramientas y procesos utilizados para medir y analizar la productividad en la empresa. Asimismo, es importante escuchar las opiniones de los empleados para afinar y ajustar el sistema según sea necesario para optimizar la productividad y mantener la satisfacción de los trabajadores.

30. . ¿En qué medida está satisfecho con la implementación de un sistema para monitorear la efectividad de los empleados?

30. ¿En qué medida está satisfecho con la implementación de un sistema para monitorear la efectividad de los empleados?

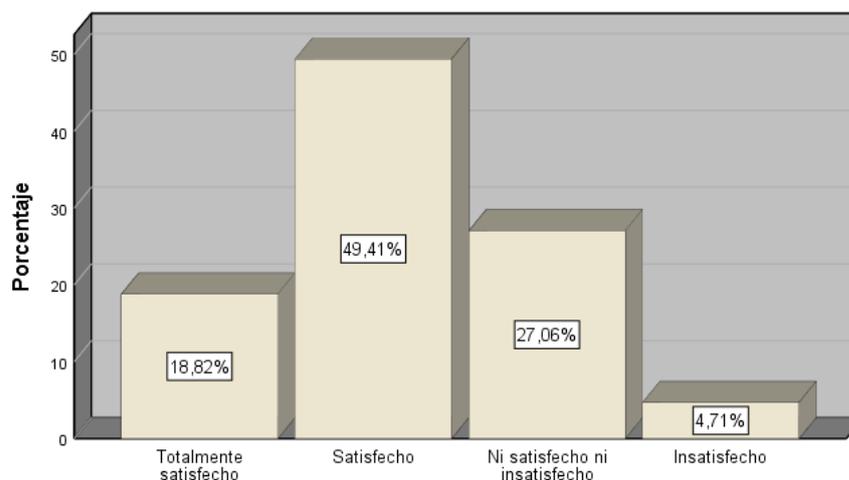


Figura N° 32: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de un sistema para monitorear la efectividad

**Interpretación:** En la figura N°32 se presenta el grado de satisfacción del colaborador con respecto a las implementaciones de sistemas para monitorear la efectividad de los empleados, un 49,41% de los trabajadores satisfechos con la implementación de un sistema para monitorear la efectividad de los empleados indica que una parte significativa del personal respalda positivamente la adopción de este sistema de monitoreo. Esto sugiere que una mayoría está contenta con la idea de medir y evaluar la efectividad en el trabajo.

31. . ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios?

31. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios?

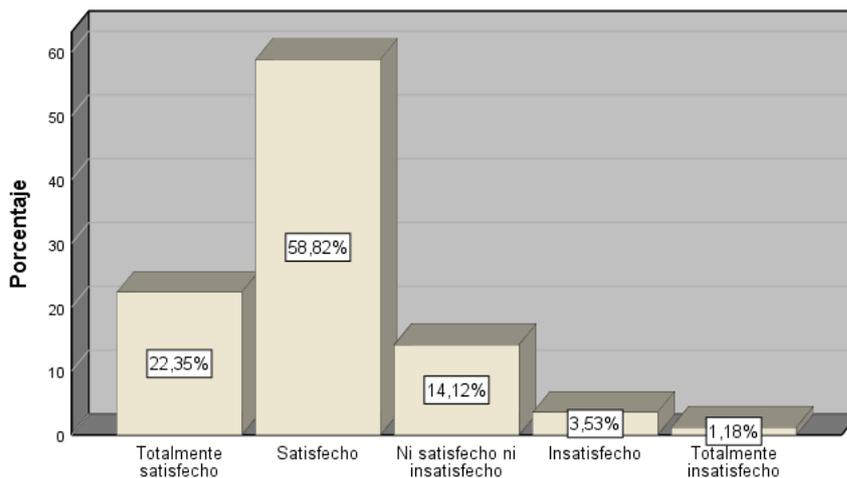
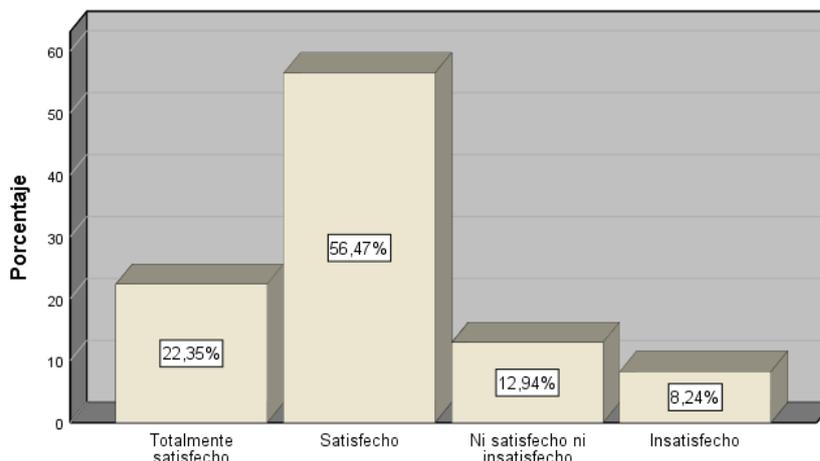


Figura N° 33: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios

**Interpretación:** En la figura N°33 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según los procesos para desarrollar nuevas ideas de productos, un 58,82% de los trabajadores satisfechos con el proceso utilizado para desarrollar nuevas ideas de productos indica que una mayoría sólida del personal respalda positivamente la forma de innovación y la creatividad en la creación de nuevos productos. Este nivel de satisfacción sugiere que la empresa tiene un proceso efectivo que involucra a los empleados en la generación de ideas y que se valora y aprecia la contribución de los trabajadores.

32. . ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de nuevas áreas de negocio a través de la innovación de producto o servicios?

32. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de nuevas áreas de negocio a través de la innovación de productos o servicios?



*Figura N° 34:* Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la implementación de nuevas áreas de negocios a través de la innovación de productos

**Interpretación:** En la figura N°34 se presenta el grado de satisfacción del colaboradores con según las implementaciones de nuevas áreas, lo cual nos indica que un 56,47% de los trabajadores satisfechos respalda de manera positiva los esfuerzos de la empresa para diversificar y expandir su negocio mediante la innovación de productos, asimismo sugiere que la empresa está teniendo éxito en su estrategia de innovación y expansión.

33. . ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la optimización del uso del agua y energía en los procesos de producción?

33. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la optimización del uso de agua y energía en los procesos de producción?

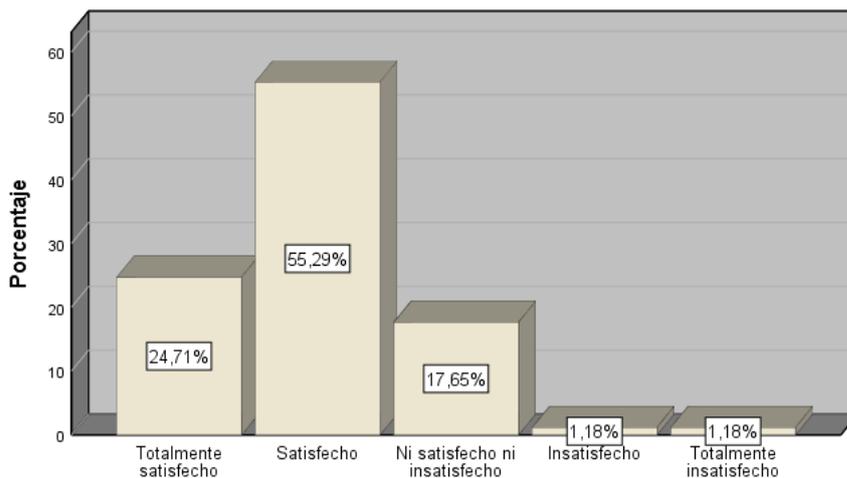


Figura N° 35: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto a la optimización de recursos

**Interpretación:** En la figura N°35 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según la optimización de recursos, donde un 55,29% de los trabajadores satisfechos con las optimizaciones del empleo de agua y energía en los procesos productivos indica que una mayoría considerable del personal está contenta con los esfuerzos de la empresa para hacer un uso más eficiente de estos recursos.

34. . ¿En qué medida está satisfecho con el análisis de la capacidad de producción optima de la empresa?

34. ¿En qué medida está satisfecho con el análisis de la capacidad de producción óptima de la empresa?

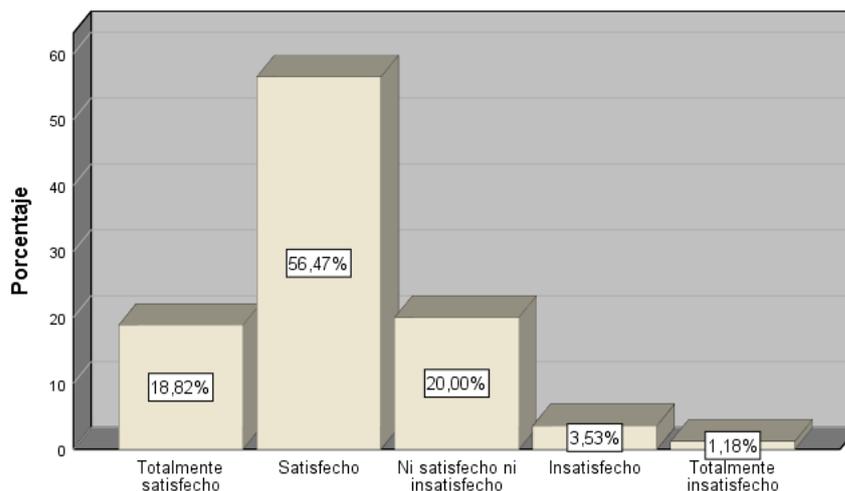


Figura N° 36: Grado de satisfacción de los trabajadores con respecto al análisis de la capacidad de producción

**Interpretación:** En la figura N°36 se presenta el grado de satisfacción del colaborador según el análisis de la capacidad de producción, con un 56,47% de los trabajadores satisfechos con el análisis de la capacidad productiva óptima de la entidad indica que es la mayoría.

### 5.3. Normalidad de datos

#### Planteamiento de la hipótesis:

HO: Los datos cuentan con distribuciones normales

H1: Los datos no cuentan con distribuciones normales

#### Nivel de significancia:

Alfa ( $\alpha$ ) = 5% = 0.05 y un nivel de confianza del 95%.

#### Prueba estadística:

Si:  $N \leq 50$  entonces usamos Shapiro-Wilk

Si:  $N > 50$  entonces usamos Kolmogorov-Smirnov

**Regla de decisión:**

Si:  $p < 0.05$ , aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_0$

Si:  $p \geq 0.05$ , rechazamos la  $H_a$  y aceptamos la  $H_0$

**Tabla 5***Prueba de normalidad*

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadísticos	gl	Sig.	Estadísticos	gl	Sig.
Cadena de suministro	.184	85	<.001	.920	85	<.001
Competitividad	.089	85	.092	.962	85	.012

Como se tiene una muestra de ochenta y cinco consultados en la correlación de las dos variables, se utilizó la Prueba de Kolmogorov-Smirnov, el cual exhibe grados de significancia menores a  $0.001 < 0.05$ , entonces aceptamos la  $H_1$  (hipótesis alterna) y rechazamos la  $H_0$  (hipótesis nula); dicho de otra manera, las distribuciones de los datos de la muestra no es normal; en consecuencia, se aplicó la estadística no paramétrica y la correlación de “Sperman”.

**5.4. Contrastación de resultados****Tabla 6***Escala de correlación*

Escala	Significado
-1	Correlación negativa grande y perfecta
(-0,9/-0,99)	Correlación negativa muy alta
(-0,7/-0,89)	Correlación negativa alta
(-0,4/-0,69)	Correlación negativa moderada
(-0,2/-0,39)	Correlación negativa baja
(-0,01/-0,19)	Correlación negativa muy baja

0	Nula
(0,0/0,19)	Correlación positiva muy baja
(0,2/0,39)	Correlación positiva baja
(0,4/0,69)	Correlación positiva moderada
(0,7/0,89)	Correlación positiva alta
(0,9/0,99)	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

*Nota.* Hernández et al. (2014, p. 305). Metodología de la investigación científica.

### Hipótesis general:

**H1:** Si existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H0:** No existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

### Nivel de significancia:

Alfa ( $\alpha$ ) = 5% = 0.05 y un nivel de confianza del 95%.

### Prueba estadística:

“Rho” de Spearman

### Regla de decisión:

Si:  $p < 0.05$ , aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_0$

Si:  $p \geq 0.05$ , rechazamos la  $H_a$  y aceptamos la  $H_0$

### Tabla 7

*Correlación de Spearman de la cadena de suministro y competitividad*

Correlaciones				
		Cadena de suministro		Competitividad
Rho de Spearman	Cadena de suministro	Coefficientes de correlación	1.000	.207
		Sig. (bilaterales)	.	.057

	N	85	85
Competitividad	Coeficientes de correlación	.207	1.000
	Sig. (bilaterales)	.057	.
	N	85	85

Dado que  $p = 0,057 > 0.05$  rechazamos la hipótesis alterna (H1) y aceptamos la hipótesis nula (H0); asimismo se afirma que: No existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023. Consiguientemente observamos una correlación de Rho de Spearman de 0,207, el cual demuestra una correlación positiva baja; es decir, las cadenas de suministro garantizan un mínimo incremento en la competencia del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

#### **Hipótesis específicas:**

##### **- Hipótesis específica 1:**

Si existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H1:** Si existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H0:** No existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

#### **Nivel de significancia:**

Alfa ( $\alpha$ ) = 5% = 0.05 y un nivel de confianza del 95%.

**Prueba estadística:**

“Rho” de Sperman

**Regla de decisión:**

Si:  $p < 0.05$ , aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_0$

Si:  $p \geq 0.05$ , rechazamos la  $H_a$  y aceptamos la  $H_0$

**Tabla 8**

*Correlación de Sperman de la estructura horizontal y competitividad*

<b>Correlaciones</b>				
			Estructura horizontal	Competitividad
Rho de Spearman	Estructura horizontal	Coeficientes de correlación	1.000	.056
		Sig. (bilaterales)	.	.612
		N	85	85
	Competitividad	Coeficientes de correlación	.056	1.000
		Sig. (bilaterales)	.612	.
		N	85	85

Dado que  $p = 0,612 > 0.05$  rechazamos la hipótesis alterna ( $H_1$ ) y aceptamos la hipótesis nula ( $H_0$ ); asimismo se afirma que: No existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023. Consiguientemente observamos una correlación de Rho de Sperman de 0,56; el cual demuestra una correlación positiva moderada; es decir, mientras exista una adecuada estructura horizontal habrá un desempeño significativo en la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

- **Hipótesis específica 2:**

Si existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H1:** Si existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H0:** No existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**Nivel de significancia:**

Alfa ( $\alpha$ ) = 5% = 0.05 y un nivel de confianza del 95%.

**Prueba estadística:**

“Rho” de Spearman

**Regla de decisión:**

Si:  $p < 0.05$ , aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_0$

Si:  $p \geq 0.05$ , rechazamos la  $H_a$  y aceptamos la  $H_0$

**Tabla 9**

*Correlación de Spearman de la estructura vertical y competitividad*

<b>Correlaciones</b>				
			Estructura vertical	Competitividad
Rho de Spearman	Estructura vertical	Coefficientes de correlación	1.000	.241*
		Sig. (bilaterales)	.	.026
		N	85	85
	Competitividad	Coefficientes de correlación	.241*	1.000

Sig. (bilaterales)	.026	.
N	85	85

\*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilaterales).

---

Dado que  $p = 0,026 < 0.05$ , rechazamos la hipótesis nula ( $H_0$ ) y aceptamos la hipótesis alterna ( $H_1$ ); asimismo se afirma que: Sí existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023. Consiguientemente observamos una correlación de Rho de Spearman de 0,241; el cual demuestra una correlación positiva baja; es decir, la estructura vertical garantiza solo un mínimo incremento en la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

- **Hipótesis específica 3:**

Si existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H1:** Si existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**H0:** No existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

**Nivel de significancia:**

Alfa ( $\alpha$ ) = 5% = 0.05 y un nivel de confianza del 95%.

**Prueba estadística:**

“Rho” de Spearman

**Regla de decisión:**

Si:  $p < 0.05$ , aceptamos la  $H_a$  y rechazamos la  $H_0$

Si:  $p \geq 0.05$ , rechazamos la  $H_a$  y aceptamos la  $H_0$

**Tabla 10**

*Correlación de Spearman de la posición horizontal y competitividad*

		<b>Correlaciones</b>		
			Posición horizontal	Competitividad
Rho de Spearman	Posición horizontal	Coeficientes de correlación	1.000	.210
		Sig. (bilaterales)	.	.054
		N	85	85
	Competitividad	Coeficientes de correlación	.210	1.000
		Sig. (bilaterales)	.054	.
		N	85	85

Dado que  $p = 0,054 > 0.05$ , se rechaza la hipótesis alterna ( $H_1$ ) aceptamos hipótesis nula ( $H_0$ ); de esta manera se afirma que: No existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023. Consiguientemente observamos una correlación de Rho de Spearman de 0,210, la cual demuestra una correlación positiva baja; es decir, si la posición horizontal mejora, habría un ligero incremento en la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.

### **5.5. Discusión de resultados**

El estudio ha tenido como objetivo determinar la relación entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee”

ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023, la cual se encontró mediante las encuestas realizadas al colaborador de la entidad que solo se enfoca en áreas en específico, también se pudo evidenciar que en muchas de las preguntas realizadas existe un grupo significativo que se encuentra satisfecho con las implementaciones que está realizando la empresa con el área de distribución y producción, asimismo cabe mencionar que la empresa debe seguir evaluando y comunicándose con los empleados para la mejoras continuas de estos procesos y escuchar las opiniones y necesidades de sus trabajadores para el desempeño de sus actividades.

De la misma forma es importante mencionar que, la cadena de suministros y la competitividad tiene una relación fundamental ya que una cadena de suministros eficiente puede reducir costos, minimizar recursos y mejorar la productividad lo cual permitirá que la empresa ofrezca productos a precios competitivos en el mercado.

Asimismo, se puede concluir que, según las encuestas realizadas al colaborador de la entidad, que una cadena de suministro efectiva y apropiadamente administrada es esencial para la competitividad, ya que afecta directamente a costos, calidad, tiempo de entrega y la capacidad de adaptación a las demandas cambiantes del mercado.

### Conclusiones

- La cadena de suministro no se relaciona significativamente con la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023; debido a que su significancia es mayor a “ $\alpha$ ”, además la correlación de Spearman demuestra una correlación positiva baja; por lo tanto, se infiere que la cadena de suministro no garantiza una mejora en la competitividad de la empresa. Asimismo, con respecto a la encuesta realizada se concluye que la empresa se enfoca en áreas específicas y no muestran suficiente atención a la gestión de la cadena de suministro, lo cual genera que no se reconozca su impacto en la competitividad.
- La estructura horizontal no se relaciona con la competitividad de la cadena de suministro del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023, debido a que su significancia es mayor a “ $\alpha$ ”, además la correlación de Spearman demuestra una correlación positiva moderada; por lo tanto, se infiere que una adecuada cadena de suministro permitirá una mejora constante en la competitividad de la empresa, lo cual a su vez generará mejores resultados y mayores logros en lo que es el cumplimiento de los objetivos planteados por la empresa.
- Existe una relación entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023, debido a que su significancia es menor a “ $\alpha$ ”, además la correlación de Spearman demuestra una correlación positiva baja; por lo tanto, se infiere que, si se

realiza una adecuada estructura vertical la competitividad aumentara de manera leve y no muy fuerte. Asimismo, con respecto a la encuesta realizada se concluye que los trabajadores de la empresa se sienten satisfechos en su gran mayoría con respecto a las herramientas y capacitaciones que brinda la empresa.

- La posición horizontal no se relaciona significativamente con la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicada en la provincia de Chanchamayo en el año 2023; debido a que su significancia es mayor a “ $\alpha$ ”, además la correlación de Spearman demuestra una correlación positiva baja, por lo tanto, se infiere que la relación de ambas no es muy fuerte y puede haber mucha variabilidad de datos; es decir, si la posición horizontal mejora óptimamente habría un ligero incremento en la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee”.

### **Recomendaciones**

- Para potenciar la cadena de suministro e incrementar la competitividad y seguir alcanzando los propósitos de la empresa, se recomienda operar de manera eficiente y responder a las demandas del mercado.
- En primer lugar, se recomienda realizar un estudio detallado de cada uno de los procedimientos en la cadena de suministro para identificar ineficiencias y cuellos de botella, también se sugiere implementar un sistema de gestión de cadena de suministro (SCM) y softwares de planificación del recurso empresarial (ERP) para optimizar la coordinación y la visibilidad; asimismo se recomienda establecer métricas fundamentales para medir el rendimiento de las cadenas de suministro. Al implementar estas estrategias de manera efectiva requerirá un enfoque a largo plazo y una característica de mejora constante en toda la estructura. La inversión en tecnología y capacitación también es fundamental para el éxito en la optimización de las cadenas de suministro y la mejora de la competitividad.
- Para desarrollar la estructura horizontal se debe reducir el margen de error para evitar tener demasiado inventario o productos insuficientes. Además, de esforzarse por cumplir con la mayoría de las órdenes de compra. Por otro lado, para poder medir resultados y establecer puntos de referencia, siempre hay que establecer un objetivo y un calendario. A partir de ahí se puede evaluar los logros en relación con los objetivos. También se debe establecer un sistema a partir de controles para proporcionar productos que satisfagan a los clientes, así se podrá disminuir costes y aumentar la rentabilidad de la empresa. Por último, implementar un registro de

vehículos y conductores para así tener una gestión precisa y efectiva de los sistemas de distribución.

- Para fortalecer la estructura vertical se debe optimizar y fortalecer los procesos internos y las cadenas de valor desde la producción de café hasta las entregas al cliente final. Primero se debe realizar un análisis exhaustivo de las cadenas de suministro de la entidad, esto implica delimitar todas las acciones y procedimientos involucrados, desde la cosecha y el procesamiento del café hasta su comercialización y entrega. Segundo, se debe implementar rigurosos controles de calidad en cada etapa de la producción y el procesamiento del café para garantizar que se cumplan los estándares más altos. Por último, explorar alianzas con otras empresas o productores locales para compartir recursos, conocimientos y esfuerzos en la mejora de la cadena de suministro. Las estructuras verticales son procesos continuos que necesitan de adaptarse a los cambiantes criterios del mercado y una inversión constante en calidad y eficiencia. Además, mantener la sostenibilidad y la responsabilidad social en mente puede ser un factor fundamental para el éxito a largo plazo en el sector cafetalero.
- Para potenciar la posición horizontal se debe identificar áreas relacionadas o complementarias en las que la empresa podría expandirse. Esto podría incluir la introducción de nuevos productos o servicios que atiendan a las necesidades de la base de clientes actual. También se puede realizar un análisis de mercado exhaustivo para entender las demandas y preferencias de los consumidores en los nuevos mercados. Por otro lado, se debe fomentar una cultura de innovación dentro de la empresa para que los empleados contribuyan con ideas para nuevas ofertas de productos o servicios. La expansión horizontal puede ser un proceso desafiante que requiere una planificación cuidadosa y una ejecución efectiva. Las

adaptaciones a los requerimientos cambiantes del mercado y la inversión en la capacidad de innovación son esenciales para mejorar la posición horizontal de una empresa de manera sostenible.

## Referencias

- Alanis, A. (03 de Abril de 2014). *Cadena de valor en la competitividad internacional del café mexicano*. Morelia: UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES. Recuperado el 04 de Mayo de 2023, de [http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB\\_UMICH/989/ININEE-M-2014-1450.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://bibliotecavirtual.dgb.umich.mx:8083/xmlui/bitstream/handle/DGB_UMICH/989/ININEE-M-2014-1450.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Apaza, A. E., & Yep, A. (diciembre de 2018). *Análisis de la cadena de suministros de materia prima en una empresa agroindustrial durante los años 2016-2017*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas . Recuperado el 4 de mayo de 2023, de [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623815/Apaza\\_aa.pdf?sequence=12&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/623815/Apaza_aa.pdf?sequence=12&isAllowed=y)
- Aramayo, A. (2007). *PLANEAMIENTO ESTRATEGICO EMPRESARIAL* (PRIMERA ed.). LIMA, PERU: UNIVERSIDAD DE SAN MARTIN DE PORRES. Recuperado el 14 de JUNIO de 2023
- Balza, V., & Cardona, D. (18 de Mayo de 2020). La relación entre logística, cadena de suministro y competitividad: una revisión de literatura. *Revista Espacios*, 41(19), 179-196. Recuperado el 03 de Mayo de 2023, de [https://www.researchgate.net/publication/341977224\\_La\\_relacion\\_entre\\_logistica\\_cadena\\_de\\_suministro\\_y\\_competitividad\\_una\\_revision\\_de\\_literatura\\_The\\_relationship\\_among\\_logistics\\_supply\\_chain\\_and\\_competitiveness\\_a\\_review](https://www.researchgate.net/publication/341977224_La_relacion_entre_logistica_cadena_de_suministro_y_competitividad_una_revision_de_literatura_The_relationship_among_logistics_supply_chain_and_competitiveness_a_review)

- Betancourt, B. (2014). *ANÁLISIS SECTORIAL Y COMPETITIVIDAD* (PRIMERA ed.). SANTAFE, BOGOTA: ECOE EDICIONES. Recuperado el 13 de JUNIO de 2023
- Bustillos, L., & Carballo, B. (25 de Octubre de 2019). Integración de la cadena de suministro: Una revisión de literatura. *Revista Ingeniería Industrial*, 17(3), 247-268. Recuperado el 4 de Mayo de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7170985>
- Cardona, D., Rodriguez , C., Del Rio , J., Balza , V., Manuel, J., Ibarra , D., . . . Salas, C. (2019). *Logística y cadena de suministro: Aproximaciones teórico-prácticas* (Primera ed., Vol. I). Sucre, Colombia: CECAR. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <https://www.cecar.edu.co/documentos/editorial/e-book/logistica-y-cadena-de-suministro-digital.pdf>
- Chiavenato , I. (2017). *Comportamiento Organizacional : La dinamica del exito en las organizaciones* (Segunda ed., Vol. II). Mexico: MCGRAW-HILL. Recuperado el 6 de Junio de 2023, de [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento\\_organizacional.\\_La\\_dina\\_mica\\_en\\_las\\_organizaciones..pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/335680/Comportamiento_organizacional._La_dina_mica_en_las_organizaciones..pdf)
- Chopra, S., & Meindl, P. (2013). *ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO* (Quinta ed., Vol. I). Naucalpan de Juárez,, Ciudad México, México: PEARSON. Recuperado el 27 de Mayo de 202, de [https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24567w/Sunil\\_Chopral.pdf](https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w24567w/Sunil_Chopral.pdf)
- Contreras , D., & Salazar, V. (27 de Marzo de 2017). *Estudio de las ventajas competitivas en el uso de herramientas de gestión de cadenas de suministro utilizados por PYMES en sectores productivos de la ciudad de Chillán*. Universidad del Bío-Bío. Chillán: Red de Bibliotecas. Recuperado el 27 de

Mayo de 2023, de EVALUANDO SOFTWARE:

<https://www.evaluandosoftware.com/tipos-de-cadenas-de-suministro/>

Costas, A. (5 de Setiembre de 2013). *Fundació Factor Humà*. Recuperado el 15 de

Junio de 2023, de Fundació Factor Humà:

<https://factorhuma.org/es/actualitat/noticias-de-los-socios/10384-articulo-de-opinion-la-competitividad-es-como-el-colesterol>

Díaz, C. (2017). *Gestión de la Cadena de Abastecimiento* (Primera ed., Vol. I).

Bogotá, Colombia: Areandino. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de

<https://core.ac.uk/download/pdf/326426087.pdf>

Dominguez , C., & Villanueva, J. (2021). LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS PARA MEJORAR PROCESOS LOGÍSTICOS EN LA EMPRESA SERVICIO L&C DEL PERÚ, LIMA -2020. *HORIZONTE EMPRESARIAL*, 8(2), 677-689. doi:10.26495/rce.v8i2.2031

Duche, A., Gálvez, P., & Marallano, A. (03 de Abril de 2020). La tecnología de la información y comunicación en la aplicación de estrategias para la gestión de la cadena de suministro en el ámbito empresarial: una revisión sistemática de la literatura. *Centro Sur*, 4(2), 314-331. Recuperado el 04 de Mayo de 2023, de <https://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/86/241>

Garza, J. (2001). *ADMINISTRACION CONTEMPORANEA* (SEGUNDA ed.).

MEXICO, MEXICO: McGRAW-HILL. Recuperado el 12 de JUNIO de 2023

Jiménez, J., & Hernández, S. (2002). MARCO CONCEPTUAL DE LA CADENA

DE SUMINISTRO: UN NUEVO ENFOQUE LOGÍSTICO. *SECRETARIA*

*DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES*, 1(215), 83-85. Recuperado el 27

de Mayo de 2023, de

<https://www.imt.mx/archivos/Publicaciones/PublicacionTecnica/pt215.pdf>

- Kirby, C., & Brosa, N. (7 de Octubre de 2011). La logística como factor de competitividad de las Pymes en las Américas. Santo Domingo, Santo Domingo, Republica Dominicana. Recuperado el 20 de Junio de 2023, de [https://www.competecaribbean.org/wp-content/uploads/2013/06/Kirby\\_Brosa\\_final\\_Logistics-as-a-Competitiveness-Factor-for-SMEs-spanish.pdf](https://www.competecaribbean.org/wp-content/uploads/2013/06/Kirby_Brosa_final_Logistics-as-a-Competitiveness-Factor-for-SMEs-spanish.pdf)
- Klaus , E. (1996). *Competitividad sistémica* (Primera ed.). Londres.
- Llanos, D. (03 de Abril de 2021). *Análisis de los costos logísticos de la cadena de valor del café en chanchamayo*. Arequipa: Centro Sur. Recuperado el 04 de Mayo de 2023, de <https://www.centrosureditorial.com/index.php/revista/article/view/86/241>
- Manrique , M., Teves , J., Taco, A., & Flores , J. (2019). Gestión de cadena de suministro: una mirada desde la perspectiva teórica. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(88), 1136-1146. Recuperado el 20 de Junio de 2023, de <https://www.redalyc.org/journal/290/29062051009/html/>
- Ochoa, J. (03 de Abril de 2020). *Análisis de la cadena de suministro en el proceso de producción de café seco bajo el modelo SCOR, y su contribución al mejoramiento de la competitividad: estudio de caso finca la Alicia, Santuario, Risaralda*. Manizales : UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE MANIZALES. Recuperado el 04 de Mayo de 2023, de [https://repositorio.autonoma.edu.co/bitstream/11182/1123/1/An%C3%A1lisis\\_cadena\\_suministro\\_proceso\\_producci%C3%B3n\\_caf%C3%A9\\_seco\\_bajo\\_modelo\\_SCOR\\_contribuci%C3%B3n\\_mejoramiento\\_competitividad.pdf](https://repositorio.autonoma.edu.co/bitstream/11182/1123/1/An%C3%A1lisis_cadena_suministro_proceso_producci%C3%B3n_caf%C3%A9_seco_bajo_modelo_SCOR_contribuci%C3%B3n_mejoramiento_competitividad.pdf)
- Orjuela, J., Chinchilla, Y., & Suarez, N. (diciembre de 2016). Costos logísticos y metodologías para el costeo en cadenas de suministro: una revisión de la

- literatura. *Cuadernos de contabilidad* 44, 17(44), 377-420. Recuperado el 4 de mayo de 2023, de <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/19107>
- Pulido, J. (2014). *Gestión de la Cadena de Suministros. El último secreto*. (primera ed.). Caracas, Venezuela: Editorial Torino.
- Pulido, J. (2014). *GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS. El último secreto*. (Primera ed., Vol. I). Caracas, Venezuela: Torino. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <https://docplayer.es/430362-Gestion-de-la-cadena-de-suministros-el-ultimo-secreto.html>
- Robbins, S., & Mary , C. (2010). *ADMINISTRACION* (DECIMA ed.). MEXICO: PEARSON EDUCACION. Recuperado el 12 de JUNIO de 2023
- Rubio, L., & Baz, V. (2005). *El poder de la competitividad* (Primera ed., Vol. I). Mexico, Mexico: FCE - Fondo de Cultura Económica. Recuperado el 5 de Junio de 2023, de [https://www.google.com.pe/books/edition/\\_/2eAcDQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1](https://www.google.com.pe/books/edition/_/2eAcDQAAQBAJ?hl=es&gbpv=1)
- Sarmiento , Y., & Delgado , M. (2021). *Dimensiones y variables de competitividad para un mejor desempeño empresarial*. La habana, Cuba: Escuela Superior de Cuadros del Estado y del Gobierno.
- Schermerhorn, J. (20 de Mayo de 2002). *ADMINISTRACION* (PRIMERA ed.). MEXICO: LIMUSA. Recuperado el 13 de Junio de 2023, de Internacionalmente.
- Somoza, D. (9 de Marzo de 2020). El lado positivo de la competitividad. *EL NACIONAL*, pág. 1. Recuperado el 20 de Junio de 2023, de <https://www.elnacional.com/opinion/el-lado-positivo-de-la-competitividad/>

- Tamayo, M., & Piñeros, J. (16 de Marzo de 2007). Formas de integración de las empresas. *Ecos de Economía*, XI(24), 1-18. Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4021250>
- Thompson, A., & Strickland, A. (1995). Times Mirror, España: Irwin.
- Thompson, A., & Strickland III, A. (1995). BARCELONA, ESPAÑA: IRWIN.  
Recuperado el 13 de Junio de 2023
- Torres, R., & Chavez, J. (2012). *Supply Chain Management (Gestión de la cadena de suministro)* (Segunda ed., Vol. I). Santiago de Chile, Chile: RIL editores.  
Recuperado el 27 de Mayo de 2023, de [https://www.researchgate.net/publication/288669989\\_Supply\\_Chain\\_Management\\_Logrando\\_Ventajas\\_Competitivas\\_a\\_traves\\_de\\_la\\_Gestion\\_de\\_la\\_Cadena\\_de\\_Suministro\\_Edit\\_RIL\\_Chile\\_2012](https://www.researchgate.net/publication/288669989_Supply_Chain_Management_Logrando_Ventajas_Competitivas_a_traves_de_la_Gestion_de_la_Cadena_de_Suministro_Edit_RIL_Chile_2012)
- Ulloa, A. (14 de Junio de 2022). La gestión de la cadena de suministro como ventaja competitiva. *Mexico Industry*, pág. 1. Recuperado el 20 de JUNIO de 2023, de <https://mexicoindustry.com/noticia/la-gestion-de-la-cadena-de-suministro-como-ventaja-competitiva>
- Valenzo, M., Martínez, J., & Ávila, F. (18 de Junio de 2015). Competitividad en la Cadena de Suministro y la Gestión de Relaciones con los Clientes en el Sector Exportador Aguacatero. *CIMEXUS*, x(1), 77-88. Recuperado el 5 de Junio de 2023, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5426052>
- Vargas, J., & Corbetto, F. (03 de Abril de 2019). *La cadena de suministros y su influencia en la satisfacción de los comensales de comida saludable en el distrito de San Isidro en el periodo 2019*. Lima: Universidad Tecnológica del Perú. Recuperado el 04 de Mayo de 2023, de <https://repositorio.utp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12867/2928/Jose%20Va>

rgas\_Francisco%20Corbetto\_Trabajo%20de%20Investigacion\_Bachiller\_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Zavaleta, O. (28 de SEPTIEMBRE de 2022). La competitividad, un factor de crecimiento y desarrollo. *EGADEIDEAS*, pág. 1. Recuperado el 21 de Junio de 2023, de <https://egade.tec.mx/es/egade-ideas/opinion/la-competitividad-un-factor-de-crecimiento-y-desarrollo>

## **Apéndices**

## Apéndice A: Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores	Metodología
<p><b>Problema general</b> ¿Qué relación existe entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?</p> <p><b>Problemas específicos</b> - ¿Qué relación existe entre la estructura horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de</p>	<p><b>Objetivo general</b> Determinar la relación entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p> <p><b>Objetivos específicos</b> - Identificar la relación entre la estructura horizontal y la competitividad de la cadena de suministro del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de</p>	<p><b>Hipótesis general</b> H1: Si existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023. H0: No existe relación directa entre la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p> <p><b>Hipótesis específicas</b> - Si existe relación directa entre la estructura horizontal y la competitividad del</p>	<p>V1. Cadena de suministros</p> <p>V2. Competitividad</p>	<p>D1. Estructura horizontal</p> <p>D2. Estructura vertical</p> <p>D3. Posición horizontal</p> <p>D1. Cliente - mercado</p> <p>D2. Económico-financiera</p>	<p>Suministro</p> <p>Fabricación</p> <p>Distribución</p> <p>Planta</p> <p>Control</p> <p>Producción</p> <p>Operaciones</p> <p>Planificación empresarial</p> <p>Ubicación</p> <p>Proveedores</p> <p>Clientes</p> <p>Satisfacción del cliente</p> <p>Nivel de inconformidad</p> <p>Inserción en el mercado internacional</p> <p>Indicadores financieros fundamentales</p>	<p><b>Enfoque:</b> Cuantitativo</p> <p><b>Tipo:</b> Aplicada</p> <p><b>Nivel:</b> Correlacional</p> <p><b>Método:</b> Científico</p> <p><b>Diseño:</b> No experimental</p> <p><b>Unidad de análisis:</b> Colaboradores de la empresa cafetalera Highland Coffee ubicada en la provincia de Chanchamayo en el 2023.</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos:</b> Encuesta.</p> <p><b>Instrumento:</b> Cuestionarios.</p> <p><b>Prueba de Hipótesis:</b> Coeficiente de determinación de Likert.</p>

<p>Chanchamayo en el año 2023?</p>	<p>Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>Productividad</p>
<p>- ¿Qué relación existe entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?</p>	<p>- Analizar la relación entre la estructura vertical y la competitividad de la cadena de suministro del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>- Si existe relación directa entre la estructura vertical y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>Innovación de productos y servicios</p>
<p>- ¿Qué relación existe entre la posición horizontal y la competitividad de la cadena de suministro del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023?</p>	<p>- Identificar la relación entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>- Si existe relación directa entre la posición horizontal y la competitividad del café orgánico de la empresa “Highland Coffee” ubicado en la provincia de Chanchamayo en el año 2023.</p>	<p>Eficiencia energética</p>
<p>D3. Técnica</p>			<p>Capacidad instalada</p>

**Apéndice B:** Matriz de operacionalización del instrumento

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
V1. Cadena de suministros	D1. Estructura horizontal	Suministro	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al acceso a las herramientas y recursos necesarios que te da la empresa para desempeñar eficientemente tus funciones en suministro?
			¿Qué tan satisfecho se encuentra con los recursos que le da la empresa para suministrar bienes a todas las áreas?'
			¿En qué medida estás satisfecho/a con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades en tu puesto dentro del departamento de suministro?
		Fabricación	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación que utiliza la empresa?
			¿En qué medida estás satisfecho con los recursos y herramientas que te brinda la empresa para realizar las tareas de fabricación de manera más efectiva?
		Distribución	¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos de distribución en términos de cumplimiento de plazos y entrega precisa que realiza la empresa?
			¿Qué tan satisfecho esta con la comunicación y coordinación entre los equipos y departamentos relacionados con la distribución en la cadena de suministro?

	D2. Estructura vertical	Planta	¿En qué medida estás satisfecho/a con la empresa en términos de seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta?
			¿Qué tan satisfecho esta con las capacitaciones que realiza la empresa sobre las operaciones básicas de mantenimiento de los equipos en el área de planta?
		Control	¿En qué medida está satisfecho con respecto a las medidas correctivas que utiliza la empresa para prever y corregir y errores?
			¿Qué tan satisfecho se encuentra con las herramientas y recursos que le brinda la empresa para realizar sus labores diarias de manera efectiva?
			¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las inspecciones y controles de calidad que utiliza la empresa?
			¿En qué medida está satisfecho/a con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente en la producción de café?
		Operaciones	¿Qué tan satisfecho esta con las estrategias que implementa la empresa para optimizar la eficiencia de la producción y reducir costos en el área?
			¿Qué tan satisfecho se encuentra con los cambios e innovaciones que ha realizado la empresa en el área de operaciones para mejorar el producto final?
			¿Qué tan satisfecho esta con la manera que se gestionan los riesgos y las incertidumbres en la planificación empresarial, especialmente en una industria variable como la del café?

		Planificación Empresarial	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las estrategias que se utilizan para gestionar el inventario y evitar problemas de escasez o exceso de productos?
	D3. Posición horizontal	Ubicación	<p>¿En qué medida estás satisfecho con la ubicación de la empresa en términos de accesibilidad y conveniencia?</p> <p>¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la comodidad y facilidad de desplazamiento hacia y desde la ubicación de la empresa?</p>
V2. Competitividad	D1. Cliente-Mercado	Proveedores	¿Qué tan satisfecho está con la selección de sus proveedores de café?
			¿En qué medida está satisfecho con los criterios que utilizan para elegir a sus proveedores?
		Clientes	¿En qué medida se siente usted satisfecho respecto a la adaptabilidad de las necesidades o preferencias de los clientes?
			¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos que se manejan con respecto a la solución en situaciones incómodas con los clientes (por ejemplo, quejas de servicio)?
		Satisfacción de cliente	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la capacitación que recibe el personal en cuanto a la atención al cliente?
		Nivel de inconformidad	¿Qué tan satisfecho está con los procesos que se manejan ante situaciones con los clientes sobre la insatisfacción del producto?

		Inserción en el mercado internacional	¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de planes para expandir el negocio a nivel internacional?
			¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la implementación de establecer alianzas con proveedores o distribuidores en países extranjeros?
	D2. Económico-Financiera	Indicadores financieros fundamentales	¿Qué tan satisfecho esta con la proyección financiera a largo plazo y con los objetivos estratégicos de su plan financiero?
			Productividad
		¿En qué medida está satisfecho con la implementación de un sistema para monitorear la efectividad de los empleados?	
	D3. Técnica	Innovación de productos y servicios	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios?
			¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de nuevas áreas de negocio a través de la innovación de productos o servicios?
		Eficiencia energética	¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a la optimización del uso de agua y energía en los procesos de producción?
		Capacidad instalada	¿En qué medida está satisfecho con el análisis de la capacidad de producción óptima de la empresa?

**Apéndice C:** Instrumentos de recolección de datos**Instrumento (S)****Encuesta sobre la Relación de la cadena de suministros y la competitividad del café orgánico en la empresa “Highland Coffee” - Chanchamayo, 2023****Estimado participante:**

Esta investigación forma parte de un proyecto de tesis, para obtener el Grado Académico de “Licenciado en Administración y Negocios Internacionales” por parte de la Universidad Continental. De igual manera, el objetivo es identificar la relación que existe entre la cadena de suministro y la competitividad en una muestra de los trabajadores de la empresa Highland Coffee. Cabe señalar que los resultados de este estudio aportaran a adquirir mayor conocimiento sobre este tema a nivel nacional.

**Instrucciones:**

En este sentido, se presentarán una lista de interrogantes según las áreas en las cuales labora para que sean contestados por usted. Leer minuciosamente cada interrogante y marque una única opción en la casilla correspondiente al enunciado elegido.

¡Muchas gracias por su participación!

\*Obligatorio

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

18 a 25 años

26 a 40 años

41 a 54 años

55 años a más

**A) Cadena de suministro**

1. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto al acceso a las herramientas y recursos necesarios que te da la empresa para desempeñar eficientemente tus funciones en suministro?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

2. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el recurso que le da la empresa para suministrar bienes a todas las áreas?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

3. ¿En qué medida estás satisfecho/a con respecto a la claridad de las expectativas y responsabilidades en tu puesto dentro del departamento de suministro?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

4. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las etapas de fabricación que utiliza la empresa?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

5. ¿En qué medida estás satisfecho con los recursos y herramientas que te brinda la empresa para realizar las tareas de fabricación de manera más efectiva?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

6. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos de distribución en términos de cumplimiento de plazos y entrega precisa que realiza la empresa?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

7. ¿Qué tan satisfecho esta con la comunicación y coordinación entre los equipos y departamentos relacionados con la distribución en las cadenas de suministro?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

8. ¿En qué medida estás satisfecho/a con la empresa en términos de seguridad, comodidad y colaboración en el área de planta?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

9. ¿Qué tan satisfecho esta con las capacitaciones que realiza la empresa sobre la operación básica de mantenimiento de los equipos en el área de planta?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

10. ¿En qué medida está satisfecho con respecto a las medidas correctivas que utiliza la empresa para prever y corregir y errores?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

11. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con las herramientas y recursos que le brinda la empresa para realizar sus labores diarias de manera efectiva?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho

- Totalmente insatisfecho
12. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las inspecciones y controles de calidad que utiliza la empresa?
- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho
13. ¿En qué medida está satisfecho/a con respecto a las medidas que toma la empresa para mantener la sostenibilidad y proteger el medio ambiente en la producción de café?
- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho
14. ¿Qué tan satisfecho esta con las estrategias que implementa la empresa para optimizar la eficiencia de la producción y reducir costos en el área?
- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho
15. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los cambios e innovaciones que ha realizado la empresa en el área de operaciones para mejorar el producto final?
- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho
16. ¿Qué tan satisfecho esta con la manera que se gestionan los riesgos y las incertidumbres en la planificación empresarial, especialmente en una industria variable como la del café?
- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho
17. ¿Cuál es su grado de satisfacción con respecto a las estrategias que se utilizan para gestionar el inventario y evitar problemas de exceso o escasez del producto?
- Totalmente satisfecho

- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

18. ¿En qué medida estás satisfecho con la ubicación de la empresa en términos de accesibilidad y conveniencia?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

19. ¿Cuál es su grado de satisfacción según la comodidad y facilidad de desplazamiento hacia y desde la ubicación de la empresa?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

**B) Competitividad**

20. ¿Qué tan satisfecho está con la selección de sus proveedores de café?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

21. ¿En qué medida está satisfecho con los criterios que utilizan para elegir a sus proveedores?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

22. ¿En qué medida se siente usted satisfecho respecto a la adaptabilidad de las necesidades o preferencias de los clientes?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

23. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con los procesos que se manejan con respecto a la solución en situaciones incómodas con los clientes (por ejemplo, quejas de servicio)?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

24. ¿Cuál es su grado de satisfacción según la capacitación que recibe el personal en cuanto a la atención al cliente?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

25. ¿Qué tan satisfecho está con los procesos que se manejan ante situaciones con los clientes sobre la insatisfacción del producto?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

26. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de planes para expandir el negocio a nivel internacional?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

27. ¿Cuál es su grado de satisfacción según la implementación de establecer alianzas con proveedores o distribuidores en países extranjeros?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

28. ¿Qué tan satisfecho está con la proyección financiera a largo plazo y con los objetivos estratégicos de su plan financiero?

- Totalmente satisfecho
- Satisfecho
- Ni satisfecho ni insatisfecho

- Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
29. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con el sistema de seguimiento y análisis de la productividad?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho
  - Ni satisfecho ni insatisfecho
  - Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
30. ¿En qué medida está satisfecho con la implementación de un sistema para monitorear la efectividad de los empleados?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho
  - Ni satisfecho ni insatisfecho
  - Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
31. ¿Cuál es su grado de satisfacción según el proceso que se utiliza para desarrollar nuevas ideas de productos o servicios?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho
  - Ni satisfecho ni insatisfecho
  - Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
32. ¿Qué tan satisfecho se encuentra con la implementación de nuevas áreas de negocio mediante la innovación del producto o servicio?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho
  - Ni satisfecho ni insatisfecho
  - Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
33. ¿Cuál es su grado de satisfacción según la optimización del uso de agua y energía en los procesos de producción?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho
  - Ni satisfecho ni insatisfecho
  - Insatisfecho
  - Totalmente insatisfecho
34. ¿En qué medida está satisfecho con el análisis de la capacidad de producción óptima de la empresa?
- Totalmente satisfecho
  - Satisfecho

- Ni satisfecho ni insatisfecho
- Insatisfecho
- Totalmente insatisfecho

**Apéndice D:** Validación de instrumentos

**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO  
RELACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS Y LA COMPETITIVIDAD  
DEL CAFÉ ORGÁNICO EN LA EMPRESA “HIGHLAND COFFEE” -  
CHANCHAMAYO, 2023**

**Instrucciones:** Marque con una “X” donde considere la valoración según cada ítem.

<b>PARA: Congruencia y claridad del instrumento</b>	<b>PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)</b>
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterio de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.					X					X					X
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X					X
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X					X
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X					X
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X					X
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.					X					X					X

9. El instrumento abarca las variables e indicadores.					X						X					X
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.					X						X					X
Sumatoria Parcial					50						50					50
<b>Sumatoria Total</b>	<b>50</b>				<b>50</b>				<b>50</b>							

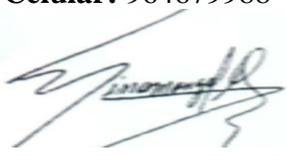
**Observaciones:**

**VIABLE**.....  
 .....  
 .....  
 .....

**Nombres y Apellidos del Experto: MIGUEL ANGEL NINAMANGO GUEVARA**.....  
**Especialidad: ADMINISTRACIÓN - MARKETING**

**DNI:** 20025227

**Nro. Celular:** 964679988

**Firma: ...** 

## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:**

.....  
 .....  
 .....

<b>Criterio de Evaluación</b>	<b>Correcto</b>	<b>Incorrecto</b>
<b>1.</b> El instrumento tiene estructura lógica.	<b>X</b>	
<b>2.</b> La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	<b>X</b>	
<b>3.</b> El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	<b>X</b>	
<b>4.</b> Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	<b>X</b>	
<b>5.</b> Los reactivos reflejan el problema de investigación.	<b>X</b>	
<b>6.</b> El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	<b>X</b>	
<b>7.</b> Las preguntas permiten el logro de objetivos.	<b>X</b>	
<b>8.</b> Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	<b>X</b>	
<b>9.</b> El instrumento abarca las variables e indicadores.	<b>X</b>	
<b>10.</b> Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	<b>X</b>	

**Nombres y Apellidos del Experto: MIGUEL ANGEL NINAMANGO GUEVARA**

**Especialidad: ADMINISTRACIÓN - MARKETING**

**DNI.: 20025227**

**Nro. Celular: 964679988**

**Firma: ...**



**FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO**  
**RELACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS Y LA COMPETITIVIDAD**  
**DEL CAFÉ ORGÁNICO EN LA EMPRESA “HIGHLAND COFFEE” -**  
**CHANCHAMAYO, 2023**

**Instrucciones:** Marque con una “X” donde considere la valoración según cada ítem.

<b>PARA: Congruencia y claridad del instrumento</b>	<b>PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)</b>
5 = Optimo 4 = Satisfactorio 3 = Bueno 2 = Regular 1 = Deficiente	5 = Mínimo 4 = Poca 3 = Regular 2 = Bastante 1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
11. El instrumento tiene estructura lógica.				X					X					X	
12. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X					X					X	
13. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.				X					X					X	
14. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.					X					X					X
15. Los reactivos reflejan el problema de investigación.				X					X					X	
16. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.				X					X					X	
17. Las preguntas permiten el logro de objetivos.				X					X					X	
18. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.				X					X					X	



## ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:**

Aplicable

<b>Criterios de Evaluación</b>	<b>Correcto</b>	<b>Incorrecto</b>
<b>11.</b> El instrumento tiene estructura lógica.	<b>X</b>	
<b>12.</b> La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	<b>X</b>	
<b>13.</b> El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	<b>X</b>	
<b>14.</b> Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	<b>X</b>	
<b>15.</b> Los reactivos reflejan el problema de investigación.	<b>X</b>	
<b>16.</b> El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.	<b>X</b>	
<b>17.</b> Las preguntas permiten el logro de objetivos.	<b>X</b>	
<b>18.</b> Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	<b>X</b>	
<b>19.</b> El instrumento abarca las variables e indicadores.	<b>X</b>	
<b>20.</b> Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	<b>X</b>	

**Nombres y Apellidos del Experto:** Rubén Darío Alania Contreras

**Teléfono:** 954681801

**DNI.:** 21122935



**Firma:** .....

### FICHA DE VALIDACIÓN DE EXPERTO

#### RELACIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTROS Y LA COMPETITIVIDAD DEL CAFÉ ORGÁNICO EN LA EMPRESA "HIGHLAND COFFEE" - CHANCHAMAYO, 2023

**Instrucciones:** Marque con una "X" según considere la valoración de acuerdo a cada ítem.

PARA: Congruencia y claridad del instrumento	PARA: Tendenciosidad (propensión hacia determinados fines)
5 = Optimo	5 = Mínimo
4 = Satisfactorio	4 = Poca
3 = Bueno	3 = Regular
2 = Regular	2 = Bastante
1 = Deficiente	1 = Fuerte

Criterios de Evaluación	Congruencia					Claridad					Tendenciosidad				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1. El instrumento tiene estructura lógica.					X					X					X
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.				X						X				X	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.					X					X				X	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.				X						X				X	
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.					X					X				X	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.					X					X				X	
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.					X					X				X	



### ESCALA DICOTÓMICA PARA JUICIO DE EXPERTOS

**Apreciación del experto sobre el cuestionario:**

.....  
 ..... *Aplicable* .....  
 .....

Criterios de Evaluación	Correcto	Incorrecto
1. El instrumento tiene estructura lógica.	/	
2. La secuencia de presentación de los ítems es óptima.	/	
3. El grado de complejidad de los ítems es aceptable.	/	
4. Los términos utilizados en las preguntas son claros y comprensibles.	—	—
5. Los reactivos reflejan el problema de investigación.	/	
6. El instrumento abarca en su totalidad el problema de investigación.		
7. Las preguntas permiten el logro de objetivos.	/	
8. Los reactivos permiten recoger información para alcanzar los objetivos de la investigación.	/	
9. El instrumento abarca las variables e indicadores.	—	—
10. Los ítems permiten contrastar las hipótesis.	/	

**Nombres y Apellidos del Experto:** *Botumait Aguilar Ricard*

**Teléfono:** *971100783*

**DNI:** *20027394*

**Firma:** *[Handwritten Signature]*