



Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

La gestión con los proveedores: ¿ventaja competitiva para las MIPyMES. Caso Chilapa de Álvarez Guerrero

Migdalia Annel García-Villanueva¹

Octavio Hernández-Castorena²

Mónica Colín-Salgado³

Resumen

En la búsqueda de mejores desempeños competitivos, una tendencia mundial es la gestión de las cadenas de abastecimiento. El objetivo central de esta investigación es valorar en que medida la gestión de los proveedores genera ventaja competitiva en las PyME del municipio de Chilapa de Álvarez, se utilizaron resultados previos obtenidos por García, Tecolapa y González (2018), para este estudio se utilizó un instrumento de evaluación dirigido a los gerentes o dueños de estas PyMES aplicado en el período de febrero y marzo del 2018. El estudio tiene un enfoque cuantitativo con diseño metodológico deductivo, descriptivo y correlacional. Teniendo como resultado, que para tener ventajas competitivas en las organizaciones, la gestión de los proveedores a través de la relación y coordinación incide de manera positiva, dentro de la elaboración de los productos y el éxito de las empresas.

Palabras Clave: PyME, Ventaja competitiva, gestión de proveedores.

Abstract

In the search for better competitive performance, a global trend is the management of supply chains. The main objective of this research is to assess the extent to which the management of suppliers generates competitive advantage in PyMES in the municipality of Chilapa de Álvarez, previous results obtained by García, Tecolapa and González (2018) were used, for this study an evaluation instrument aimed at managers or owners of these PyMES applied in the period of February and March of 2018. The study has a quantitative approach with deductive, descriptive and correlational methodological design. As a result, in order to have competitive advantages in organizations, the management of the suppliers through the relationship and coordination has a positive impact, within the elaboration of the products and the success of the companies.

Keywords: SME, Advantage competitive, supplier management.

¹ Universidad Tecnológica de la Región Norte de Guerrero

² Universidad Autónoma de Aguascalientes

³ Universidad Externado de Colombia

Introducción

Las PyMES juegan un papel importante en el desarrollo de la economía, representan un elevado porcentaje de la planta productiva nacional y luchan día a día para sobrevivir en el mercado en el que participan, lo cual les genera la necesidad de tomar decisiones de manera rápida y sin la información adecuada, flexibilizar sus procesos para adaptarse lo más rápido posible a un ambiente de negocios en constante cambio (PyMES, 2008, citado en Maldonado y Martínez, 2013).

En las últimas dos décadas, las empresas denominadas PyMES han adquirido cada vez más importancia a nivel mundial entre investigadores, académicos y profesionales de las ciencias empresariales (Maldonado y Martínez, 2013), desarrollando diversas investigaciones alrededor de las mismas. Acorde a Hernández (2007) la mayoría de los problemas que enfrentan las PyMES son por falta de visión empresarial, financiero o de mercado, pero cabe considerar que actualmente los ambientes turbulentos y de inseguridad que se viven en diferentes países también están siendo un factor determinante para el éxito o fracaso de las mismas.

En la búsqueda de mejores desempeños competitivos se ha realizado estudios de la cadena de suministro donde la selección de proveedores constituye una decisión estratégica de alto impacto en el desempeño de las empresas (Sarache, castrillon, Ortíz, 2009). Por ello un tema importante de análisis es la gestión estratégica con la finalidad de crear ventajas competitivas; esto constituye la base de la adaptación de estrategias empresariales orientadas a la innovación y desarrollo tecnológico, transferencia de tecnología, capacitación de capital humano, entre otras. McGinnis y Vallopra (1999, citado en Maldonado y Martínez 2013) llegaron a la conclusión de que la estrategia de compras involucra directamente a los proveedores y contribuye significativamente al desarrollo y mejoramiento de los procesos en un número importante de empresas e industrias.

No obstante, las exigencias del medio competitivo actual han llevado a reconocer su importancia en la estrategia empresarial. Hoy se acepta la fiabilidad, la calidad y el buen desempeño de una empresa dependen en gran parte del desempeño de su base de proveedores. Por lo tanto las futuras acciones que tendrán que realizar las PyMES tendrán que basarse en la selección de sus proveedores para incrementar sustancialmente los beneficios que genera la cadena de suministro y puedan ser extendidos también estos beneficios hacia los principales proveedores de la empresa (Carter et al., 2000, citado en Maldonado y Martínez 2013).

El presente trabajo pretende medir la gestión de los proveedores como ventaja competitiva de las PyMES en Chilapa de Álvarez Guerrero, la investigación se realiza en un enfoque cuantitativo tomando datos que presenta el Inegi (2017) para el Estado de Guerrero y considerando que las pequeñas y medianas empresas son entidades con gran movilidad en la economía que están constantemente en observación por investigadores del ámbito empresarial (Inegi, 2012).

Marco Teórico Conceptual

La selección de proveedores debe tener como criterio principal, la capacidad del proveedor para mejorar y trabajar bajo políticas de cofabricación, sin prescindir de las características valoradas tradicionalmente como la calidad, el servicio, el precio, y los planes de pago, por ello es importante revisar los conceptos generales que se manejan en el presente artículo, con la finalidad de tener un mayor entendimiento del mismo.

Pequeñas y medianas empresas

Las pequeñas y medianas empresas, PyMES, tienen particular importancia para las economías nacionales, no solo por sus aportaciones a la producción y distribución de bienes y servicios, sino también por la flexibilidad de adaptarse a los cambios tecnológicos y gran potencial de generación de empleos. Las PyMES en México constituyen el 97% del total de las empresas, generadoras de empleo del 97% de la población y generan ingresos equivalentes al 23% del producto interno Bruto (PIB), lo anterior es una clara señal que debemos poner atención a este tipo de empresas y verlas como lo que en realidad son: la base de la economía mexicana. (INEGI, 2005).

Fischer y Espejo (2017, p. 259) definen a las pequeñas y medianas empresas (PyMES) “como organizaciones empíricas financiadas, organizadas y dirigidas por el propio dueño que abastecen a un mercado pequeño cuando mucho regional; además no cuentan con alta producción tecnificada y su planta de empleados la integran familiares del propietario, razón por la cual también se les conoce como empresas familiares”. Por otra parte Anzola (2010, p.14) define a una pequeña empresa como “un negocio en el que el propietario es autónomo o en su manejo y que no domina en su ámbito de operación ni cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas”.

Un estudio respecto a los factores internos determinantes de la competitividad en México concluyó que las PyMES altamente competitivas son aquellas que innovan en sus productos, procesos y gestión, que tienen un nivel tecnológico superior y poseen una planeación estratégica en su gestión empresarial (Estrada, et al., 2009).

Por lo tanto con visión al futuro, las Pymes que busquen ser competitivas y dinámicas; deberán colaborar con proveedores, clientes e incluso con los competidores; compartiendo información y conocimiento con el objetivo de crear una cadena de suministro de colaboración que es capaz de competir en una industria particular (Bayraktar, et al., 2009). De esta manera se puede afirmar que la Pyme es la unidad básica de la economía en México, y dichas empresas representan el motor de esta, por ello es imprescindible seguir apoyando y hacerlas crecer para que puedan hacer frente a inminentes problemas económicos presentes.

Competitividad en la Pyme.

La competitividad es un fenómeno complejo en el que interactúan múltiples elementos tanto internos como externos. Entre estos se destacan las prácticas productivas, organizacionales, de gestión y desarrollo de ventajas competitivas, donde adquieren relevancia factores tales como la calidad de los productos y servicios (Braidot, Formento y Nicolini, 2003). La competitividad puede ser analizada desde la perspectiva interna de la empresa, sus recursos y capacidad de gestión, teniendo como referencia la percepción de clientes, proveedores, empleados, inversionistas e inclusive, competidores (Peinado-Vara et al, 2015). Para Porter (1990), competitividad es la capacidad para sostener e incrementar la participación en los mercados internacionales, con una elevación paralela del nivel de vida de la población. El único camino sólido para lograrlo, se basa en el aumento de la productividad.

De acuerdo a Solleiro y Castañón (2005) la competitividad es un concepto complejo y puede ser estudiado desde diferentes enfoques y disciplinas, por lo cual no es posible establecer una definición única. Sin embargo, a continuación se presentan tres definiciones de “competitividad” que se pueden considerar sobresalientes:

- El Foro Económico Mundial en su informe de competitividad mundial de 1996, define a la competitividad como la capacidad de un país de alcanzar en forma sostenida altos índices de crecimiento de su PIB per capita.

Para la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE,1996), la competitividad refleja la medida en que una nación, en un sistema de libre comercio y condiciones equitativas de mercado, puede producir bienes y servicios que superen la prueba de los mercados internacionales, al tiempo que mantiene e incrementa el ingreso real de su población a largo plazo. El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO, 2020), define a la competitividad como la forma de medir la economía en relación a los demás, es como una carrera donde importa que tan

bien le va a uno respecto a los otros, en otras palabras la competitividad es la capacidad para atraer y retener talento e inversión. En lo que se refiere a la competitividad de la PYME en México, si para determinarla se considera únicamente la productividad, esta queda muy lejos de la gran empresa, pues de acuerdo con CEPAL (2010) las empresas de tamaño micro alcanzan sólo el 16%, las de tamaño pequeño alcanza 35% y la mediana alcanza 60% de productividad, con relación a la empresa grande; quedando rezagada con relación a la productividad que alcanzan países europeos como Alemania, donde la micro empresa alcanza 67% de productividad, la pequeña empresa logra el 70% de productividad y la mediana consigue 80% de productividad con relación a la empresa grande, como puede verse cuando más pequeña es la empresa más grande es la brecha para alcanzar la productividad.

Muchos autores, han propuesto modelos e indicadores para determinar la competitividad de la PYME, así pues, la OECD (1992; Petrik, Maitland y Pogrebnyakov, 2016) señalan que los elementos que influyen en la competitividad tienen que ver con la gestión exitosa de los procesos operativos y administrativos de la empresa, en los que se deben de considerar, la innovación, la capacidad de aprendizaje y las redes de colaboración. Surowiec (2015) sugiere que la competitividad de las PyME también depende de la competitividad de sus Proveedores y clientes y afirma que las PyME ya no pueden competir sin una coordinación efectiva en su respectiva cadena de suministro. La gestión de proveedores es un elemento vital en la administración moderna de las organizaciones, sobre todo si se considera que a partir de la calidad de las entradas se puede garantizar la calidad de las salidas.

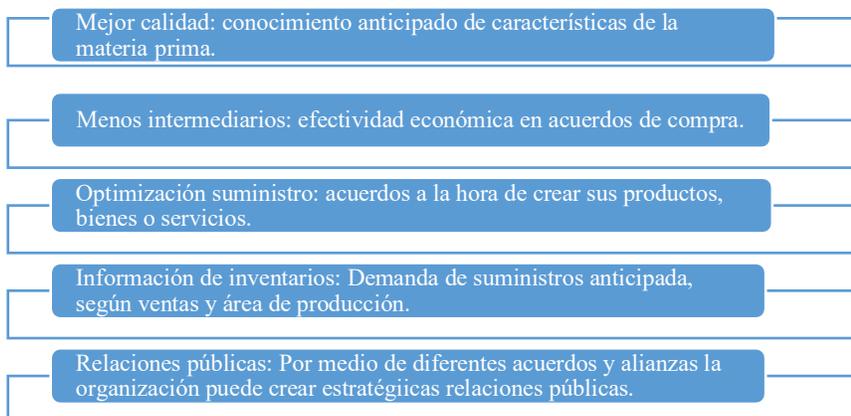
Por lo tanto podemos decir que la cadena de abastecimiento se ha convertido en uno de los temas principales para las organizaciones, en vista que su acción va encaminada a la búsqueda de la calidad y gestión de sus proveedores, otorgando así seguridad a sus clientes, debido a que se obtiene y se administra de manera correcta los recursos necesarios para entregar los pedidos en el tiempo establecido y obtener los estándares de calidad comprometidos (Ortiz y Márquez, 2018).

Gestión de proveedores. A nivel mundial, la demanda de los consumidores que exigen precios más bajos y mayor calidad de productos y servicios obliga a minoristas, fabricantes y distribuidores a realizar esfuerzos para lograr una mayor rentabilidad y mejorar los plazos de entrega, la eficiencia de la cadena de suministro con el fin de obtener ventaja competitiva, y aumentar los ingresos por ventas, mejorar ganancias, reducir el tiempo de ciclo de pedido a entrega y minimizar inventarios (Sahay y Mohan, 2003).

Entendamos que los proveedores son aquellos que aportan experiencia y conocimientos en el desarrollo de nuevos productos; se comparten los riesgos y se recurre a ellos para llevar a cabo actividades de innovación (Minguela, Fernández, Fosas y López, 2014). En la actualidad, debido a las tendencias, gustos y necesidades que la sociedad demanda, los diferentes segmentos de mercado fluctúan constantemente, por ello es importante mencionar que las PyMES deben estar preparadas para una evolución y flexibilidad cambiante a medida que pasa el tiempo y dichas necesidades cambian, de lo contrario, gran cantidad de las PyMES se verán en el desafortunado escenario de liquidar la organización del mercado (González, 2009; Berreneche, 2010, citado en Hernández, Correa y Jiménez 2017).

La gestión de proveedores se ha convertido en un elemento primordial en la toma de decisiones en las organizaciones, de una gestión de proveedores efectiva depende en gran parte el éxito de los demás procesos en la organización. Por lo tanto es importante entender que la gestión de proveedores se define como un proceso de negocio que permite a una empresa seleccionar adecuadamente a sus proveedores y negociar los mejores precios de bienes y servicios que compra (Riquelme, 2017). Elegir los proveedores adecuados representa una parte importante para alcanzar una mejor gestión de proveedores, por ello Isootols (2017) menciona que la evaluación inicial debe ser cuidadosa de tal forma que permita identificar la adaptación de un proveedor a tus necesidades empresariales considerando la capacidad de respuesta y el nivel de atención que recibes entre otras. Se convierte entonces en un engranaje sincrónico de decisiones, donde hay afectación a todos los niveles; desde la planeación (estratégica y operativa), la gestión financiera, productiva y aspectos reputacionales. Estos factores integran en gran medida una correcta radiografía a la hora de realizar un análisis de proveedores. En este proceso de gestión de proveedores se pueden evidenciar diferentes ventajas que se poseen, gracias a una estrecha relación entre empresas proveedoras o abastecedoras de información, materia prima, instrumentos y demás elementos para la elaboración de los bienes y servicios terminados, todo ello por medio de común acuerdo, los cuales según Hernández (2015) presenta las ventajas planteadas en la figura 1.

Figura 1. Ventajas de gestión de proveedores.



Nota: Esta figura muestra las ventajas que se tiene al momento de elegir y gestionar los proveedores. De “Gestión de proveedores, herramienta para la competitividad en las PyMES del municipio de Florencia-Caquetá, Colombia” por Hernández, Correa y Jiménez (2017)

Fuente: <https://bit.ly/2BWwOXB>.

Finalmente se debe considerar que las PyMES se mueven a diario en un mercado global donde la rapidez de reacción, la flexibilidad, las capacidades de negociación, el número de competidores etc. son las variables que rigen el éxito o el fracaso de las mismas, y todas las empresas necesitan a su vez de otras para que las suministren de todas aquellas materias primas o servicios que son necesarios para obtener un producto final (Dueñas, 2017). El dueño de la PyME considerará aspectos tales como calidad, precio, tiempo de entrega, especificaciones, etc. Con la finalidad de tener un grupo de proveedores que cumplan con estos requerimientos y no represente una pérdida de tiempo para el empresario y sea una herramienta útil para la toma de decisiones. Es importante reconocer que sin los proveedores nuestra actividad no se puede desarrollar y, por tanto, se puede llegar a generar pérdidas. Sin embargo, no solo se basa en tener proveedores, sino también en conseguir a los mejores y tener una buena relación que sea beneficiosa para la empresa.

Metodología

En el presente trabajo de investigación se analiza la Gestión con Proveedores a través del análisis particular, respecto a los acuerdos, integración de Estrategias y Colaboración con proveedores puede incidir de manera significativa en la Competitividad de las empresas PyME en el municipio de Chilapa de Álvarez Gro., Para este estudio se utilizó un instrumento de evaluación dirigido a los gerentes o dueños de estas empresas aplicado en el período de febrero y marzo del 2018.

- Población de 93 502 habitantes (Inegi, 2015).
- Aplicación del estudio con 362 micro y pequeñas empresas.
- Nivel de confianza al 95%.
- Error del 5%.
- El estudio tiene un enfoque cuantitativo.
- Diseño metodológico deductivo, descriptivo y correlacional.
- La obtención de los datos fue de manera transversal.

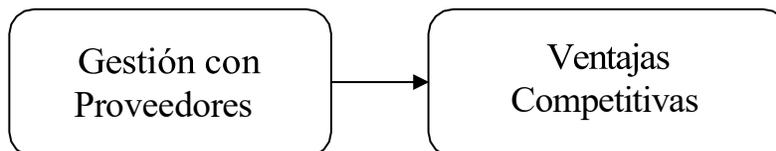
De los 381 empresarios entrevistados, 49.3% son hombres que tienen en promedio 39 años, 71% son casados, el 14% de los empresario no tiene primaria terminada 15% tiene terminada la primaria

26% la secundaria, 26% el bachillerato y el 17% termino la licenciatura. Las variables de la investigación están contenidas en varias secciones que forman parte del cuestionario aplicado a los participantes: insumos del sistema, procesos del sistema, resultados del sistema y tecnología, según lo proponen Posada, Aguilar y Peña (2016).

1.- Modelo teórico.

El modelo teórico de la figura 2 está compuesto por dos variables, la variable independiente es la Gestión con Proveedores y la variable dependiente son las Ventajas Competitivas por lo que en el presente estudio se analiza el impacto que tiene la Gestión y relación que se tengan con los proveedores para que estas empresas tengan mayores Ventajas Competitivas con respecto a su competencia.

Figura 2. Modelo Teórico de la Investigación.



Fuente: Elaboración Propia

2.- Análisis de fiabilidad con el Alfa de Cronbach.

A continuación, se muestran los resultados de la fiabilidad del instrumento. Es importante mencionar que para la fiabilidad del instrumento se utilizó el valor de alfa de Cronbach, el cual requiere cumplir con algunas condiciones de aceptación (Frías; 2014), si el resultado es a partir del valor 0.7 entonces el constructo o instrumento es considerado confiable para su validación. Sin embargo, para investigaciones en fase experimental es permitido continuar con el estudio al margen de las referencias que hacen George y Mallery (2003) y Nunnally (1967) respecto a tener valores de 0.6 (análisis cuestionable) y 0.5 (valores pobres), esto significa que se puede continuar con el proceso de investigación a partir de valores de 0.5, en este sentido, a continuación, se muestran los resultados obtenidos del instrumento aplicado a la presente investigación por bloque o factor:

- a).- Gestión con Proveedores: 0.875
- b).- Ventajas Competitivas: 0.861

3.- Análisis descriptivos.

Para el análisis descriptivo de cada indicador integrado en las variables dependiente e independiente, se obtuvo su valor medio para contrastar la percepción que tiene quien contesto la

encuesta respecto a la Gestión con Proveedores y las Ventajas Competitivas de las empresas, mismo que se muestra en las tablas 1 y 2.

Tabla 1. Bloque de indicadores sobre la Gestión con Proveedores.

Código	Indicador	Valor de la media
GP1	Lo más importante para mí en un proveedor es que me dé el mejor precio.	4.18
GP2	Lo más importante para mí en un proveedor es la calidad de su producto o servicio.	4.32
GP3	Lo más importante para mí en un proveedor es que siempre tenga lo que necesito.	4.26
GP4	Lo más importante para mí en un proveedor es su marca.	3.56
GP5	Lo más importante para mí en un proveedor es que me trate muy bien y atienda mis quejas.	4.12
GP6	Mis proveedores tienen un poder de negociación muy fuerte sobre la empresa	3.36

Fuente: Resultados obtenidos de la investigación sobre la gestión de proveedores.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla 1, se puede considerar que, la percepción de los dueños o gerentes de las empresas encuestadas, consideran importante de parte de la proveeduría la calidad de los productos o servicios, que siempre tengan lo necesario en existencias y que siempre tengan precios accesibles para con los consumidores.

Tabla 2. Bloque de indicadores sobre Ventajas Competitivas.

Código	Indicador	Valor de la media
VC1	Los clientes nos eligen porque nuestro producto o servicio es el mejor en su categoría	3.79
VC2	Los clientes nos eligen porque los tratamos muy bien	4.06
VC3	Los clientes nos eligen porque ofrecemos el mejor precio	3.85
VC4	Nos enfocamos sólo en una parte de los clientes para adaptarnos a sus necesidades	3.46
VC5	Los clientes nos eligen porque aprecian nuestra marca	3.18

VC6	Los clientes nos eligen porque saben que siempre tenemos disponible el producto o servicio	3.75
-----	--	------

Fuente: Resultados obtenidos sobre la ventaja competitiva.

Respecto a los resultados mostrados en la tabla 2, a la percepción de los gerentes o dueños de las empresas encuestadas, considerando las ventajas competitivas, para ellos es relevante que los clientes los prefieran por la atención que les ofrecen como valor agregado, así mismo por los buenos precios que se tienen y desde luego por la calidad de los productos y servicios que ofrecen al consumidor.

4.- Análisis de Correlación de Pearson.

En este apartado se analiza el resultado del coeficiente de correlación de Pearson. Un coeficiente de correlación, mide el grado de relación existente entre dos variables aleatorias, mismo que fluctúa para su medición entre $-1 \leq \rho \leq 1$ (Joe, 1997; Pita, 1996). Una correlación tiene como objetivo medir la fuerza o grado de asociación entre dos variables aleatorias cuantitativas. Cuando el valor ρ es positivo (+) la relación es directa entre las variables. Si el valor de ρ es negativo (-), la relación es inversa y si el valor de ρ es igual a Cero (0) el valor de las variables será independiente (Restrepo y González, 2007). A continuación, se muestra en la tabla 3 el análisis de correlación de Pearson del modelo teórico mostrado en a figura 1:

Tabla 3. Análisis de Correlación de Pearson.

Variable Independiente	Ventajas Competitivas
Gestión con Proveedores	Correlación de Pearson
	Sig. (bilateral)

Nota: **. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

Los resultados mostrados en la tabla 3 de la correlación entre los bloques Gestión con Proveedores y Ventajas Competitivas refieren que la relación entre estas variables tiene un impacto positivo, así como significativo puesto que a la percepción de los gerentes o dueños de las empresas involucradas en el presente estudio de investigación muestra que, para tener ventajas competitivas en sus organizaciones, de alguna manera la relación y coordinación que se tiene con la proveeduría incide de manera positiva para que los suministros estén en tiempo y forma en las empresas adquirentes para que con ello puedan cumplir con sus actividades internas previamente organizadas de manera que no afecten al final a los clientes y consumidores.

5.- Análisis de regresión.

En el presente estudio se aplica un modelo de regresión con el propósito de conocer el impacto que tiene la variable de Gestión con Proveedores con la variable de ventajas competitivas considerando el modelo básico de la regresión el cual se muestra a continuación $Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \dots + \beta_k X_{ki} + \varepsilon$

Según lo mencionado por Mood y Graybill (1978), este método estadístico facilita que la variable independiente explique la predicción y comportamiento de la variable dependiente. A continuación, se explican los resultados obtenidos de la regresión, así como la obtención de su ecuación a partir de las variables que realmente tiene incidencia en la variable dependiente. Los datos se muestran en la tabla 4.

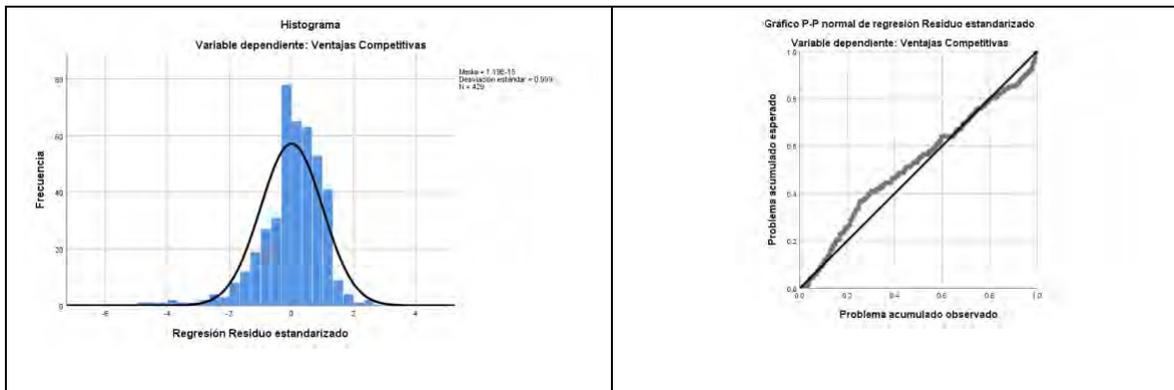
Tabla 4. Resultados del análisis de Regresión.

R ² ajustada	0.135	Anova	0.000
valor F	67.759	FIV	1.000
Durbin – Watson	1.976	Valor t	8.232
Ecuación de regresión	Ventajas Competitivas = 2.014 + 0.421 (Gestión con Proveedores) + 0.051 ε		

Nota: Datos que muestran la obtención de la ecuación a partir de las variables que realmente tienen incidencia en la variable dependiente.

Es importante resaltar que el modelo teórico compuesto con los bloques de Gestión con Proveedores y Ventajas Competitivas esta explicado un 42.1% lo que indica que las ventajas competitivas del objeto de estudio dependen en aproximadamente de un 58% de otros factores. En este sentido, del impacto que si tiene la Relación y Gestión con los Proveedores, los gerentes o dueños de este tipo de empresas consideran relevante que la proveeduría tenga la visión de contar siempre con productos de calidad, existencias siempre suficientes a la demanda del mercado y otorgar precios realmente al alcance de los factores de negociación de manera que no pierda en una negociación ni el proveedor ni el comprador. Respecto a la distribución de los datos, las imágenes del cuadro 2 muestran la pertinencia y relación del modelo teórico compuesto por los bloques de Gestión con Proveedores (variable Independiente) y Ventajas Competitivas (variable Dependiente).

Figura 3. Gráfico de Histograma y P-P Normal de Regresión.



Nota: La figura muestra la pertinencia y relación del modelo teórico compuesto por los bloques de gestión de proveedores y ventajas competitivas.

Resultados

Las variables que se consideran para el análisis estadístico están establecidas en la figura 2. La información fue analizada por el medio del alfa de Cronbach, teniendo como resultados: Gestión con Proveedores: 0.875 y Ventajas Competitivas: 0.861, que de acuerdo a Frías (2014), si el resultado es a partir del valor 0.7 entonces el constructo o instrumento es considerado confiable para su validación.

Analizando los resultados de las medias, se encuentra que los empresarios de las pequeñas y medianas empresas encuestadas reportan valores altos en las variables, a la percepción de los gerentes o dueños de las empresas encuestadas, considerando las ventajas competitivas, para ellos es relevante que los clientes los prefieran por la atención que les ofrecen como valor agregado, así mismo por los buenos precios que se tienen y desde luego por la calidad de los productos y servicios que ofrecen al consumidor.

El objetivo central de este trabajo es valorar en que medida la gestión de los proveedores genera ventaja competitiva en las PyME del municipio de Chilapa de Álvarez, por lo que se hizo un análisis de correlación entre las variables sujetas de estudio, teniendo un impacto positivo, así como significativo puesto que a la percepción de los gerentes o dueños de las empresas involucradas en el presente estudio de investigación muestra que, para tener ventajas competitivas en sus organizaciones, de alguna manera la relación y coordinación que se tiene con la proveeduría incide de manera positiva para que los suministros estén en tiempo y forma.

Discusión

La PyMES en México es un ente importante para la economía del país, en el caso del municipio de Chilapa de Álvarez no es la excepción, ya que cuenta con 6 023 unidades económicas de las cuales 6 007 son micro y pequeñas empresas que representan el 99.7% (Inegi, 2016). La gestión de proveedores es importante para la competitividad de la PyME, sin embargo los resultados de esta investigación nos permite darnos cuenta que el empresario toma en cuenta a los proveedores en aspectos de precio, entrega, calidad y disponibilidad de sus productos y si vincula la importancia de tener el sistema de aprovisionamiento, producción y distribución como un todo para obtener ventaja competitiva.

Es importante reconocer que el municipio no se encuentra en condiciones de seguridad aptas para la comercialización de sus productos y operatividad de las empresas, dadas las circunstancias no siempre se encuentran las mejores condiciones para generar relaciones duraderas y de cooperativismo con los proveedores y los clientes, por lo que resulta necesario que las PyME estén atentas como buscar nuevos canales o formas gestión y con ello obtener la competitividad.

Aunado a esta situación se debe considerar que el índice de pobreza en este municipio es del 84.5% extremadamente alto a comparación con el nivel nacional que es del 45.5% según datos del CONEVAL (2015), la situación de educación en la mayoría de los empresarios es secundaria y preparatoria terminada, por lo que se puede concluir que la aplicación de los términos de gestión de proveedores y ventaja competitiva no es considerada como debiera ser, la mayoría de los entrevistados son empresas familiares que son aperturadas por necesidad y con el paso de los años adquieren experiencia en el manejo de la misma, pero carecen de los conocimientos básicos para administrar su negocio, como menciona Anzola (2010) los dueños de las PyMES son autónomos que no domina su ámbito de operación en cuanto al número de empleados ni al volumen de ventas, por su parte Fisher (2017) menciona que además no cuentan con alta producción tecnificada y su planta de empleados la integran familiares del propietario, razón por la cual también se les conoce como empresas familiares. Esto nos incita a desarrollar futuras investigaciones en temas de cómo los dueños de estas pequeñas empresas realizan el análisis de su competencia, la planeación estratégica y la adaptación de sus productos en los nuevos mercados que cada vez son más exigentes y tecnificados, y también saber que es lo que está haciendo el gobierno del Estado al respecto.

Finalmente cabe considerar que en la actualidad el municipio se encuentra en un entorno violento y de inseguridad, el cual no es propicio para que las empresas crezcan o desarrollen estrategias con la finalidad de ser competitivas.

Referencias

- Anzola, S. (2010). *Administración de Pequeñas Empresas*. D.F., México: McGraw Hill.
- Ayala, J. (2017). *Gestión de compras*. Ed: Editex
- Bayraktar, E., Demirbag, M., Lenny, S., Tatoglu, E., Zaim, H. (2009). A causal analysis of the impact of information systems and supply chain management practices on operational performance: Evidence from manufacturing SMEs in Turkey. *Int. J. Production Economics*, 122, (133–149).
- Braidot, N., Formento, H., Nicolini, J. (2003). *Desarrollo de una metodología de diagnóstico para empresas PyMEs industriales y de servicios: Enfoque basado en los sistemas de administración para la Calidad Total*. Argentina, Universidad Nacional General de Sarmiento.
- Buitrago, M. A., Rodríguez, B. M., Serna, G. H. (2019). Modelo de evaluación de la gestión y competitividad empresarial. *Podium*, (35) 97-118. Doi 10.31095/podium.2019.35.7
- Caurin, J. (31 de mayo 2018). Proveedores. <https://bit.ly/2ZrZKzD>
- CEPAL (2010). *La situación de las PYMES en América Latina. El enfoque y el aporte de CEPAL*. Suriname: El autor.
- Dueñas, N. J. (2017). *Gestión de proveedores*. COML0210. IC Editorial.
- Estrada, B., García P. de L. D., Sánchez, T. V. G. (2009). Factores determinantes del éxito competitivo en la Pyme: Estudio Empírico en México. *Revista Venezolana de Gerencia*, 14(46), 169-182. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201602.004>
- Ferrán, M. (1996), *SPSS para Windows. Programación y análisis estadístico*. Madrid. Editorial McGraw-Hill.
- Fischer, V L., Espejo, C. J. (2017) *Fundamentos de mercadotecnia*. D.F. México. Editorial McGraw Hill.
- Frías, N. D. (2014). Apuntes de SPSS: *Análisis de fiabilidad de las puntuaciones de un instrumento de medida. Alfa de Cronbach: Un coeficiente de fiabilidad*. Universidad de Valencia, España.
- George, D., Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4thed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L. & Black, W.C. (1995), *Multivariate Data Analysis with Readings*, Prentice-Hall, New York, NY.

Hernández, C. O., Correa, C.L., Jiménez, F. J. (2017). *Gestión de proveedores, herramienta para la competitividad en la PyMES del municipio de Florencia – Caqueta: Colombia*. <https://bit.ly/2BWwOXB>.

Hernández, F. (2007). *Propuesta de un Modelo Estratégico de Globalización económica para el municipio de Nuevo Laredo, México*. Recuperado de <http://www.caei.com.ar/ebooks/ebook27.pdf>.

Hernández, H. O. Jiménez, F. A., Marín, A. T. (2017). Proveedores y modelos de gestión en la cadena de suministro: Pymes manufactureras de Aguascalientes (México). *Revista FACCEA* 7(1): 21 - 28 pp.

Herrera, U. M., Osorio, G. J. (2006). *Modelo para la gestión de proveedores utilizando AHP difuso*. (99) pp. 69-88. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21209903>.

IMCO. (2020). *Índice de competitividad Estatal, indicadores y variables estatales*. México: IMCO. Instituto Nacional de Estadística y Geografía (inegi), *Instituto Nacional del emprendedor (Inadem)* y *Banco Nacional del Comercio Exterior (Bancomext)* (2016). Se difunden estadísticas detalladas sobre las Micro, Pequeñas y Medianas empresas del país, [http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016\(especiales/especiales2016_07_02.pdf](http://www.inegi.org.mx/saladeprensa/boletines/2016(especiales/especiales2016_07_02.pdf).

Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi). (2012), *Análisis de la demografía de los establecimientos 2012*. <https://bit.ly/397pSDv>.

_____(2017). *Conociendo* México. http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos//prod_serv/contenidos/español/bvinegi/productos/estudios/conociendo/mexico3er.pdf.

Isotools Excelente (22 de noviembre 2017). *5 estrategias clave para una mejor gestión de proveedores*. <https://bit.ly/3eAc71e>

Joe, H. (1997). *Multivariate models and dependence concepts*. Chapman and Hall/CRC, Ralton.

Maldonado, G. G., Martínez, S. MC. (2013). La logística y la gestión de la cadena de suministro como estrategias de marketing. <https://www.redalyc.org/pdf/674/67441039012.pdf>

Minguela, B., Fernández, M. J., Fosas, O. M., López, S. J.I. (2014). *Colaboración tecnológica con proveedores en la innovación de productos: análisis de la industria manufacturera española*. 24 (1) pp. 55-65. <https://bit.ly/30Ezj9v>

Nunnally, J. C. (1967). *Psychometric theory*. New York: McGraw Hill, USA

OECD (1992). *Technology and the Economy. The key relationships*, Paris: El autor.

OECD (1996). *Industrial Competitiveness: Benchmarking Business Environments In The Global Economy*. París: Autor.

Ortiz, Y. A., Márquez, J. D. (2017). *Evaluación de proveedores en la cadena de abastecimiento en el sector alimenticio Ecuador-Colombia*. <https://bit.ly/3fvcbr5>

- Peinado-Vara, E., Van Haeringen, R., López, F., Segovia, J. L., Otsuka, N., Torá Carod, L., Garrett, J. (2015). *Transforming Business Relationships: Inclusive Business in Latin America*. Inter-American Development Bank. <https://bit.ly/39nrbxV>
- Petrik, I.; Maitland, C., Pogrebnyakov, N. (2016). Unpacking Coordination Benefits in Supply Networks: Findings from Manufacturing SMEs. *Journal of Small Business Management*, 54(2), 582–597, doi: 10.1111/jsbm.12159.
- Pita, F.S. (1996). *Correlación frente a la Causalidad*. *Jano* 4:59-260.
- Porter, M. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard business review*, 73-93.
- Posada, V. R., Aguilar, R. O., Peña, A. N. (2016). *Análisis sistémico de la micro y pequeña empresa en México*. D.F. Ed. Pearson.
- Ramírez, J.J., Marín, S.L. (2017). *La mejora de la competitividad de las PyMES Mexicanas en el nuevo siglo, mediante la gestión estratégica*. <https://bit.ly/2ZVbKJ5>
- Riquelme, M. (23 de febrero 2017) *Definición de la gestión de proveedores*. <https://bit.ly/3f2NmuR>
- Saavedra, G. M. L., Camarena, A. M.L., Saavedra, M.E. (2019). *La gestión de la cadena de suministro y la competitividad de la PyME industrial en la Ciudad de México*. (1) pp. 27-45 <https://bit.ly/3gRaeyI>.
- Sahay, B.S., Mohan, R. (2003). Supply chain management practices in Indian industry. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 33 (7)582-606.
- Sarache, C. W., Castrillon, G. O., Ortiz, F. LF. (2009). *Selección de proveedores: una aproximación del estado del arte*. 22(38) pp. 145-167 <https://www.redalyc.org/pdf/205/20511730008.pdf>.
- Solleiro, J., Castañón, R. (2005). Competitividad y sistemas de innovación: los retos para la inserción de México en el cotexto global. *Revista Iberoamericana*, 5(15), 165-197.
- Surowiec, A. (2015). Supply chain management practices in SME sector. Research Papers of the Wrocław University of Economics / *Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego We Wrocławiu*, (398), 432–440. <https://doi.org/10.15611/pn.2015.39.8.41>