





Supply chain management in the retail store: systematic literature review

Erick R. Camarena¹ , Edgar E. Requiz² , Monica Ontaneda-Portal³ , and William C. Algoner⁴ 
^{1, 2, 3, 4}Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Ingeniería Industrial, Lima- Perú,
U17100255@utp.edu.pe, U17105342@utp.edu.pe, C21326@utp.edu.pe, walgoner@utp.edu.pe

Abstract – Retail stores worldwide generate economic development; their importance lies in their management to compete in the market. This study aims to understand the techniques in Supply Chain Management (SCM) in retail stores in the last 5 years to achieve competitive advantage and greater profitability. To do this, searches were carried out in the Scopus and Science Direct databases, obtaining 2162 articles; the inclusion and exclusion criteria were applied, resulting in 27 articles for analysis. The comprehensive questions delved into the frequent problems, challenges, and success factors retail stores faced. Based on our articles, we can conclude that managing a GCS effectively reduces costs, improves efficiency, and guarantees consumer satisfaction.

Keywords-- Management, supply chain, retail, e-commerce, competitiveness, profitability.

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

Gestión de la cadena de suministro en la tienda retail: revisión sistemática de literatura

Erick R. Camarena¹, Edgar E. Requiz², Monica Ontaneda-Portal³, and William C. Algoner⁴
^{1, 2, 3, 4}Universidad Tecnológica del Perú, Facultad de Ingeniería Industrial, Lima- Perú,
U17100255@utp.edu.pe, U17105342@utp.edu.pe, C21326@utp.edu.pe, walgoner@utp.edu.pe

Las tiendas minoristas a nivel mundial generan desarrollo económico y su importancia radica en su gestión para competir en el mercado. En este estudio tiene como objetivo conocer las técnicas en las Gestión de la Cadena de suministros (GCS) en la tienda minorista en los últimos 5 años para lograr ventaja competitiva y mayor rentabilidad. Para ello, se realizaron las búsquedas en las bases de datos de Scopus y Science Direct obteniendo 2162 artículos, se aplicaron los criterios de inclusión y exclusión dando como resultado final 27 artículos para su análisis. Mediante las preguntas complementarias se profundizó sobre los problemas frecuentes, desafíos y factores de éxito que afrontan las tiendas retail. Conforme con nuestros artículos podemos concluir que gestionar una GCS eficazmente reduce costos, mejora la eficiencia y garantiza la satisfacción del consumidor.

Palabras Clave-- Gestión, Cadena de Suministro, minorista, comercio electrónico, competitividad, rentabilidad.

I. INTRODUCCIÓN

Las empresas retail siguen enfrentando desde tiempos muy remotos los diversos obstáculos (político, económico, sociales, etc.) que limitan los niveles de productividad y eficiencia para un buen crecimiento y desarrollo sostenible [1-12]. En la actualidad, las empresas de menor tamaño representan en todo el mundo el 90% de las empresas y contribuye con el 50% de brindar empleo [9-15]. Lo que brinda ingresos nacionales y aumenta la fuerza laboral primordial para los gobiernos. Sin embargo, el enfoque sobre la Gestión de la Cadena de Suministro (GCS) deben evaluar nuevas expectativas del mercado, en brindar productos de excelente calidad, la red de valor y proveer al cliente alto nivel de servicio. En ese sentido en las ref. [10,11,16-25] hablan de seis dimensiones en el análisis de los consumidores sobre la oferta, personalización, distribución, comunicación, gestión y protección de datos para enriquecer la capacidad de repuesta de manera efectiva. Desde otra perspectiva, la ref. [18] menciona que las prácticas en GCS tiene un impacto positivo en el rendimiento organizativo.

En el entorno competitivo presente, las retail tienen problemas más frecuentes en las gestiones de producción, de proveedores y de clientes. Vale decir, la inadecuada organización y distribución de mercadería, pérdida de control

de inventario, manejo ineficiente de la cartera de cliente, carencia tecnológica, entre otros.

De acuerdo, a la ref. [4], donde argumenta que ciertos problemas se presentan por no involucrar a los colaboradores en los objetivos establecidos de la empresa. En la ref. [1] se menciona que el escaso espacio que tiene las tiendas minoristas en la diversificación de sus productos afecta a su rendimiento y a la satisfacción de clientes. En las ref. [10] y [15] aluden sobre los costos de envíos impacta en la elección de compra del consumidor. Otro estudio [17] enfatiza sobre la falta de colaboración con proveedores no logra un informe sobre la demanda y tendencias por temporada. Desde luego, [26] reduce la limitada visión de la CS dificulta la planificación. Por otro lado, [22] señala que carecen de recursos para poner sistemas en el control de inventarios. De cierto modo, los minoristas buscan los medios para destacarse ante sus competidores y es necesario identificar las variables claves para planificar y ejecutar operaciones en la cadena de suministros.

En el presente trabajo, a través de una revisión sistemática de literatura (RSL) de otros autores, se busca conocer técnicas que, serán necesarios para plantear estrategias enfocadas en el estudio de las tiendas retail. Donde surge la necesidad de implementar mejoras en la GCS con ayuda recurso tecnológicos apropiados. Para ello se tomarán medidas que alienten a los empleados a mejorar continuamente, a dinamizar la imagen del negocio, fidelizar al cliente y mejorar los procesos con prácticas innovadoras y sostenibles. Asimismo, en la ref. [3] sugieren contar una distribución dinámica para afrontar problemas financieros. También, es importante indicar comercio electrónico puede resultar beneficioso para las tiendas retail debido a que puede expandir su marca por otros canales de comunicación [10]. Es más, la ref. [26] indica que tiendas minoristas están adoptando prácticas de economía circular para mejorar su productividad.

Para esta revisión sistemática de la literatura (RSL), se requiere identificar a detalle las técnicas que mejor aportan en el rendimiento de las tiendas retail en la GCS en los últimos 5 años. En este sentido, el artículo esta ordenado para conocer aspectos esenciales de acuerdo a la RSL. En la segunda parte, se basa en la Metodología utilizado para encontrar los artículos adecuados que responda la pregunta principal sobre GCS. Tercera parte, se explica los Resultados obtenidos de las preguntas complementarias acerca de las técnicas usadas en el sector retail. En la cuarta parte, se menciona la Discusión entre las fuentes adquiridas para las comparaciones con otros

Digital Object Identifier: (only for full papers, inserted by LACCEI).
ISSN, ISBN: (to be inserted by LACCEI).
DO NOT REMOVE

estudios referente a CS. Por último, en la quinta parte, las Conclusiones, centrado en todo proceso de la CS de las tiendas retail y su respectiva recomendación para futuras investigaciones.

II. METODOLOGÍA

El actual estudio de investigación es una Revisión Sistemática de Literatura, la cual analiza de forma exhaustiva los métodos aplicados en la GCS en tienda Retail. Se siguió el enfoque PIOC (población, intervención, resultado, contexto) para estructurar la pregunta de investigación y utilizar las palabras claves relevantes en la búsqueda. Se precisaron los criterios orientados a la principal pregunta de investigación. Además, se determinaron las bases de información como fundamento de búsqueda de los artículos. Por medio de, las pautas de la metodología PRISMA se filtraron los límites y se eliminaron duplicados. Posteriormente, se evaluó en criterio de título y resumen, y finalmente se hizo un análisis a texto completo para recuperar aquellos artículos alineados a la RSL.

A. Planificación de la revisión bibliográfica:

Para evaluar las técnicas empleada en la GCS se formularon las siguientes preguntas de investigación:

QP: ¿Qué técnicas se aplicaron en la Gestión de la Cadena de Suministro en una tienda retail?

Seguido de las siguientes preguntas complementarias:

Q1: ¿Cómo las tiendas retail utilizan la Gestión de la Cadena de Suministro?

- ¿En el estudio, cómo definen la Gestión de la Cadena de Suministro?
- ¿Qué objetivos presenta el estudio al emplear la Gestión de la Cadena de Suministro?
- ¿En el estudio, en qué proceso de la cadena de suministros se encuentra el problema?

Q2: ¿Qué metodologías utilizo el autor al estudio?

- ¿Cuál es el enfoque de la investigación?
- Descripción del artículo.
- ¿Qué instrumentos de investigación se utilizó?

Q3: ¿Qué conclusiones obtuvo el autor en el estudio?

- ¿Se obtuvo factores de éxito en la investigación?
- ¿Se encontraron factores de desafíos en la investigación?

Q4: ¿En qué regiones geográfica se han aplicado las técnicas?

- ¿En qué país se desarrolló el estudio?
- ¿Hay crecimiento significativo en el uso de las técnicas de la GCS?

En primer término, se utilizó la metodología PICO donde cada componente comprenda las palabras claves en inglés visualizada en la tabla I.

Se usaron dos bases de datos de Scopus y ScinceDirect, editoriales como Elsevier que muestran resúmenes y citas de literarias. De esta manera, la ecuación de búsqueda empleada para todos los campos:

P (problemática)	Gestión, Cadena de Suministro	"supply chain management"
I (intervención)	Aprovisionamiento, canales de distribución, comercio electrónico servicio al cliente, espacio de estantería	procurement OR "distribution channel" OR e-commerce OR "customer store" OR "sotring shelf"
O (resultado)	Competitividad, rentabilidad	competitiveness OR profitability
C (contexto)	Tienda minorista	retail

TABLA I
METODOLOGÍA PIOC

("Supply chain management") AND (procurement OR "distribution channel" OR e-commerce OR "customer store" OR "sotring shelf") AND (survey OR "statistical questionnaire") AND (competitiveness OR profitability) AND (retail)

Se presenta los criterios de inclusión para tener una búsqueda apropiado:

- **CI1:** Los estudios deben abordar la GCS.
- **CI2:** Lo artículos deben aplicar o describir las técnicas utilizada en la tienda minorista.
- **CI3:** Los artículos deben abordar región geográfica.
- **CI4:** Estudio muestra factores de éxito en la tienda retail.

Para mayor exactitud de la búsqueda se adjuntó los criterios de exclusión: artículos publicados entre los años 2019 y 2023; tipos documentos limitados a artículos y a revisar; área temática (Negocios, gestión, ingeniería, Ciencias de la decisión, economía).

- **CE1:** Estudios no indican relación con el tema investigado.
- **CE2:** Tipo de publicación no corresponde a artículo original ni revisado.
- **CE3:** Publicaciones no corresponde al área temática.

- **CE4:** Artículos anteriores a 2019 (año < 2019)

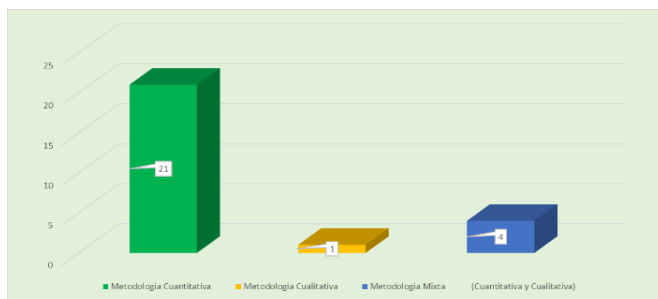
B. Proceso de búsqueda:

Una vez utilizados los criterios de inserción y exclusión en el procedimiento de búsqueda, se tomó como base la metodología Prisma como guía para revisiones sistemáticas a detalle. De acuerdo con las dos bases de datos, se identificaron 2162 artículos de los que luego se filtraron los límites con respecto al estudio a tratar. Ante el proceso de cribado se muestran 19 artículos duplicados y 1254 artículos eliminados automáticamente, posteriormente se evaluaron los títulos y resúmenes de 889 artículos con la ayuda del método semáforo. Después del filtrado, quedaron 74 artículos restantes que se incluyeron en la revisión a texto completo para calificar la elegibilidad, donde 21 artículos no se identificaron y se excluyeron. Esto redujo el número de fuentes a 53. Por último, por otras razones de exclusión en el proceso de búsqueda, se dieron como resultado 25 fuentes bibliográficas, donde se incluyó 1 estudio inicial usado en la indagación. La figura 1 se refiere a la fase de selección de una revisión sistemática.

RQ2.2: ¿Cuál es el enfoque de la investigación?

La investigación sobre la GCS en sector retail se ha centrado en los tipos de enfoques de investigación más comunes que son los cuantitativos, cualitativos y mixtos. En el enfoque cuantitativo señala que estos utilizan datos numéricos para analizar [1], [2], [3], [4], [5], [6], [7], [8], [9], [11], [12], [13], [14], [15], [17], [18], [19], [21], [22], [23], [26]. También, hay un estudio cualitativo [20]. Sin embargo, el enfoque mixto utiliza datos numéricos y no numéricos que ayuda a superar las limitaciones de los enfoques cuantitativos y cualitativos [10], [16], [24], [25].

Fig. 2. Enfoque de la investigación.



RQ1.1: ¿Qué objetivos presenta el estudio al emplear la Gestión de la Cadena de Suministro?

En los objetivos se pueden clasificar en dos categorías principales: objetivos estratégicos y objetivos operativos. En el primero, se enfocan en mejorar la posición competitiva de la organización en un determinado periodo y lo segundo se enfocan en el rendimiento de la CS.



Fig. 3. Dos Categoría principales

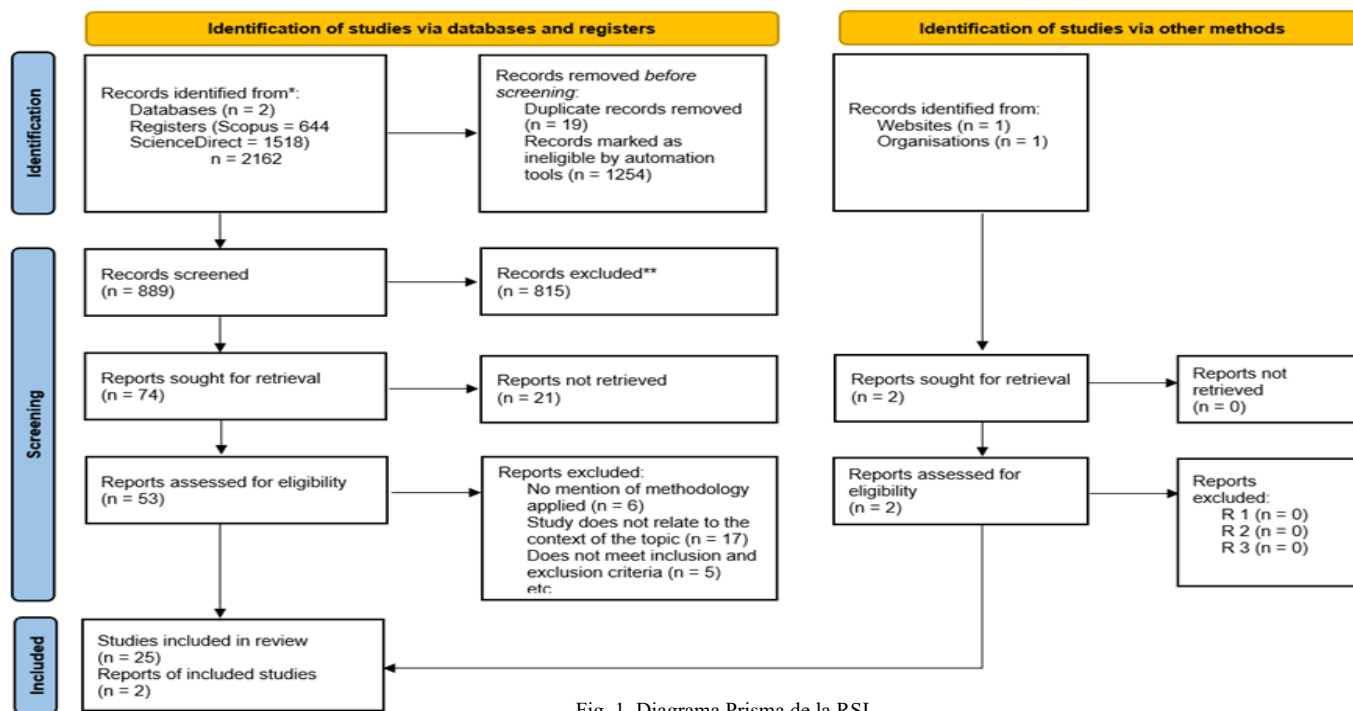


Fig. 1. Diaerama Prisma de la RSL.

III. RESULTADOS

En los resultados, de la revisión sistemática, se obtuvieron 26 artículos correspondientes a un periodo entre el 2019 al 2023. Se presenta un cuadro con resultados cuantitativos, referidos a los artículos seleccionados, en porcentajes.

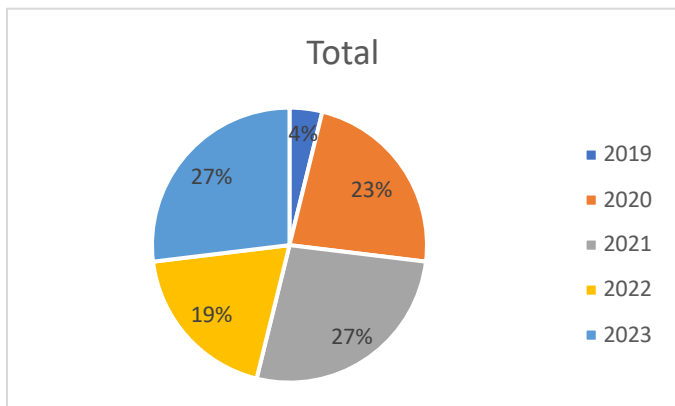


Fig. 4. Artículos publicados por año.

RQ1.1: En el estudio, ¿cómo definen la Gestión de la Cadena de Suministro?

En el estudio, los autores definen la GCS de la siguiente manera:

TABLA II
PROCESO DE CADENA DE SUMINISTRO

DEFINICIONES DESTACADAS	
GESTION DE LA CADENA DE SUMINISTROS	Esta explicación enfatiza el enfoque holístico de la GCS, al incluir todas las actividades que intervienen en el flujo de bienes y servicios.
	Esta definición destaca el objetivo de la GCS, que es complacer las necesidades del cliente.
	Esta definición enfatiza la importancia de la integración entre los diferentes procesos de la CS.
	Esta definición destaca los tres flujos clave que deben gestionarse en la GCS: materiales, información y dinero.
	Esta definición enfatiza las actividades claves que se llevan a cabo en la GCS: planificación, estructura, dirección y control.
	Este significado es similar a la anterior, pero incluye la fabricación como una actividad clave de la GCS.
	Otros no especifican

En general, las definiciones de los autores están alineadas con el concepto holístico de la GCS. Todas enfatizan el interés de satisfacer las exigencias del consumidor, la integración de los procesos, y la gestión de los flujos de información y liquidez.

RQ1.3: ¿En el estudio, en qué proceso de la cadena de suministros se encuentra el problema?

En la tabla III, se contextualizan los resultados de la RSL. El problema principal que se presenta en la GCS se da en mayor número en el proceso de planificación con 8 artículos, dado que en esta parte se evalúan y seleccionan proveedores necesarios para empresa, también se da el control del almacenamiento de mercaderías. En la gestión interna la problemática se da en la operación con 4 artículos. Otra dificultad, se muestra en el proceso de distribución con 3 artículos que viene ser parte de la Gestión de Clientes.

TABLA III
PROCESO DE CADENA DE SUMINISTRO.

SCM	PROCESOS	CITAS
Gestión de proveedores	Planificación (8).	[11][12][14][16] [19][20][21][25]
	Planificación de Recursos.	[18]
	Inventarios.	[22]
	Financiamiento.	[13]
Gestión interna	Planificación estratégica.	[26]
	Operación (4). Diseño.	[1][5][6][7] [24]
Gestión de clientes	Marketing.	[2]
	Distribución (3).	[3][8][15]
	Entrega.	[9]
	Comercialización. Servicio.	[10][23] [17]

RQ2.3: ¿Qué instrumentos de investigación se utilizó?

El comportamiento sobre la GCS en tiendas retail es un campo de estudio en crecimiento donde se utiliza una variedad de instrumentos de investigación para identificar tendencias, establecer conexiones entre diferentes investigaciones y proporcionar una visión general actualizada de un campo de estudio. El estudio de [1], [5] y [20] utilizan un estudio RSL para revisar la literatura sobre la planificación del espacio en las tiendas, los factores decisivos que repercuten en la planificación del espacio, como la ubicación de los productos, la visibilidad y la accesibilidad.

Los estudios empíricos se basan en la sumatoria de datos de la realidad. Estos estudios pueden utilizar una variedad de métodos de investigación, como encuestas, entrevistas, experimentos o análisis de datos secundarios [2], [6], [7], [14],

[18], [19] y [22]. Los estudios conceptuales se basan en el desarrollo de teorías o modelos. Estos estudios pueden ser útiles para proporcionar una nueva comprensión de un problema o para explorar nuevas posibilidades [3], [11], [17], [21], [23], [24] y [25].

En los estudios del Metaanálisis se centran en la combinación de los resultados de varios estudios empíricos. Estos estudios pueden ser útiles para identificar tendencias generales en la investigación y para evaluar la eficacia de diferentes estrategias o prácticas [4]. En los estudios teóricos se basan en desarrollar teorías o modelos útiles para proporcionar una nueva comprensión de un problema o para explorar nuevas posibilidades [8], [9], [12], [13], [15] y [16].

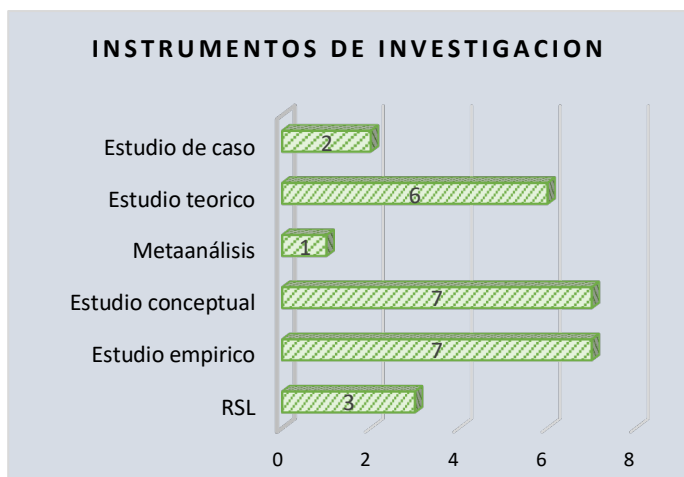


Fig. 5. Instrumentos de investigación.

Como se puede apreciar la gran parte de los artículos se dirigen en estudios empíricos, lo que indica que hay un interés creciente en investigar cómo las prácticas de GCS pueden afectar el rendimiento de las tiendas minoristas de abarrotes. También hay un número significativo de estudios teóricos, lo que sugiere que los investigadores están trabajando para desarrollar nuevas teorías que puedan ayudar a comprender mejor la complejidad de los procesos de los minoristas.

RQ3.2: ¿Se encontraron factores de desafíos en la investigación?

En la gestión interna del sector retail de abarrotes, la gestión interna es responsable de garantizar la disponibilidad de productos en las tiendas, la eficiencia operativa y la calidad de la atención al cliente.

En la administración del cliente del sector retail es fundamental para captar clientes. Los factores de desafío se debe abordar los principales retos de los minoristas que incluyen la competencia, los cambios de expectativas del cliente y la evolución de las tecnologías.

TABLA IV
FACTORES DE DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN

GCS	Factores de desafío	Procesos
Gestión de proveedores	Volatilidad de la demanda	Planificación
	Costes de transporte	Fuente
	Calidad de los productos	Fuente
Gestión interna	Integración de los sistemas	Habilitación
	Capacidad de respuesta	Todos
	Eficiencia operativa	Todos
Gestión del cliente	Competencia	Habilitación
	Cambios en el comportamiento del cliente	Habilitación
	Evolución de las tecnologías	Todos

Los elementos de desafío de la GCS en las tiendas retail son complejos y requieren una atención constante en cada área de la empresa. La comprensión de estos factores es fundamental para desarrollar estrategias efectivas que concedan a los negocios satisfacer las exigencias de los clientes y mejorar su rentabilidad.

RQ3.1: ¿Se obtuvo factores de éxito en la investigación?

La gestión de la cadena de suministro (GCS) es un proceso integral que abarca todas las labores asociadas con la circulación de mercancías, servicios e información desde el suministrador hasta el cliente final. En el sector retail, la GCS es fundamental para garantizar el suministro de productos a tiempo, en la cantidad adecuada y al precio correcto.

La gestión de proveedores es una parte fundamental de la GCS en el sector retail. Los componentes de éxito de la gestión de proveedores en el sector retail son las relaciones a largo plazo y la innovación [1], [2], [5] y la responsabilidad social [2].

La gestión interna es otra parte fundamental de la GCS en el sector retail. La gestión interna se refiere a todas las acciones que se efectúan en el interior de la empresa para gestionar el flujo de productos, servicios e información. Los factores de éxito del control interno en el sector retail son la innovación y la eficiencia operativa [3], [4] y la calidad del producto [10].

La gestión del cliente es la última parte fundamental de la GCS en el sector retail. Aquello hace mención a todas las actividades que se realizan para satisfacer las necesidades de los clientes. Los factores de éxito de la gestión del cliente en el sector retail son los conocimientos del cliente, la innovación [1], [2], [5] y la calidad del servicio al cliente [10], [4].

TABLA V
FACTORES DE ÉXITO DE LA INVESTIGACIÓN

GCS	Factores de éxito	Procesos
Gestión de proveedores	Relaciones a largo plazo	Fuente
	Innovación	Todos
	Responsabilidad social	Habilitación
Gestión interna	Innovación	Todos
	Eficiencia operativa	Todos
	Calidad del producto	Ejecución
Gestión del cliente	Conocimiento del cliente	Habilitación
	Innovación	Todos
	Calidad del servicio al cliente	Ejecución

GCS es una herramienta trascendental para las tiendas retail de abarrotes. Al centrarse en los factores de éxito las empresas pueden mejorar su eficiencia, reducir sus costes y mejorar la satisfacción de sus clientes.

RQ4.1: ¿En qué países se desarrolló el estudio?

Los estudios sobre la GCS en las tiendas retail se han desarrollado en todos los continentes.

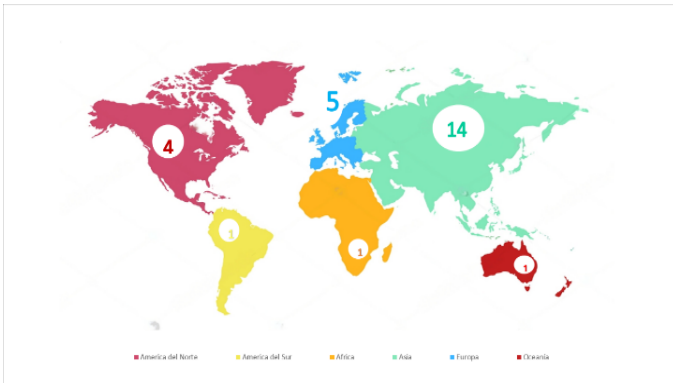


Fig. 6. Análisis geográfico

Con respecto a los artículos seleccionados para RSL, se hizo un análisis geográfico de los países por continentes. La mayor parte de la investigación se encuentra en Asia con 14, le sigue Europa con 5, América 5, África 1 y Oceanía con 1.

RQ4.2: ¿Hay evidencias de crecimiento significativo en el uso de las técnicas de la GCS?

El estudio de los artículos en investigación sobre la GCS en las tiendas retail si evidencian crecimientos significativos en: La adopción de tecnologías; varios artículos, por ejemplo, [5], [6], [7], [8], [9], [10], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17] discuten la creciente adopción de tecnologías como el e-commerce y el blockchain en el proceso de suministro. Esto sugiere una tendencia hacia una mayor sofisticación en las

prácticas de GCS. Al menos 4 de los 26 artículos abordan específicamente la adopción de tecnologías en la SCM en un (50%).

El énfasis en la sustentabilidad; algunos artículos, por ejemplo, en las ref. [4], [22], [23], [24] destacan la importancia de la sustentabilidad en la GCS. La adaptación a las disrupciones; varios artículos, por ejemplo, [19 y 21] analizan cómo las empresas de abarrotes se adaptan a disrupciones como la pandemia de COVID-19. Esto demuestra la creciente importancia de la resiliencia en la GCS. Seguidos de la colaboración [18 y 20], el análisis de datos [25 y 26], la planificación del espacio en los estantes [1], la adaptación a las demandas de los consumidores [2] y las capacidades de distribución dinámica [3].

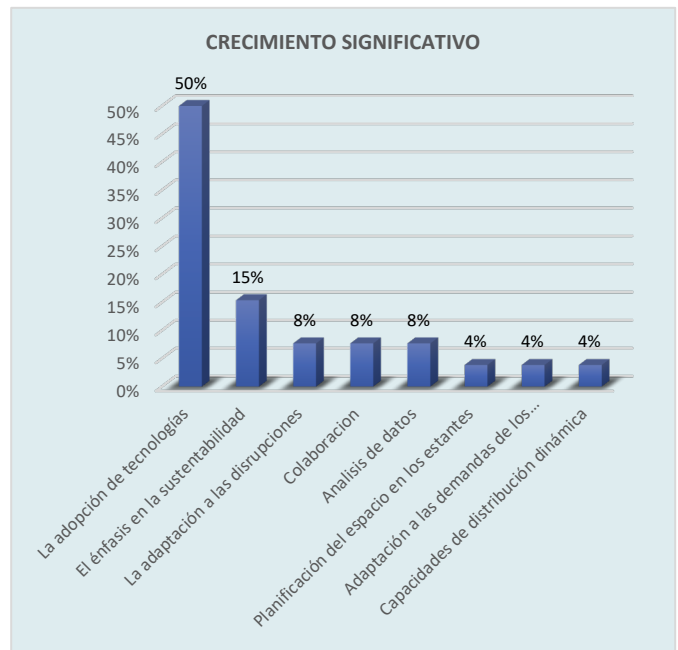


Fig.7. Crecimiento significativo.

Aunque no hay una cifra única que represente el crecimiento del uso de la GCS en las tiendas de abarrotes, la evidencia de los artículos investigados sugiere que existe una tendencia positiva. Las empresas están adoptando nuevas tecnologías, priorizando la sustentabilidad y adaptándose a las disrupciones, lo que indica un mayor enfoque en la gestión eficaz de la cadena de suministro.

IV. DISCUSIONES

Los estudios analizados abordan diversos aspectos de la GCS suministros en las tiendas retail. Los principales hallazgos destacan la importancia de una planificación eficaz del espacio en estanterías para incrementar ingresos y fidelizar a los clientes [1], [15]. También señalan a las necesidades de las tiendas retail en adaptarse rápidamente a las tendencias y preferencias

cambiantes de los consumidores, sin dejar de mantener su competitividad [2], [4]. Lograr que adopten las tecnologías inteligentes como el Internet de las Cosas (IoT) y la inteligencia artificial (IA), mejoraría la transparencia y la eficiencia de la cadena de suministros [5]. La creciente importancia de la sostenibilidad en la GCS [6], [7], en línea con las tendencias globales identifican como factor clave para una GCS exitosa, y las colaboraciones entre proveedores y minoristas, adopción de las tecnologías adecuadas y la gestión eficiente de inventarios [18], [19]. El aumento en la adopción de técnicas de GCS innovadoras, como la gestión de inventarios basada en la etapa de vida del producto son implementaciones de metodologías de calidad según [22], [24]. La analítica de datos es un papel crucial para obtener información valiosa sobre los clientes, el mercado y la cadena de suministros, lo que permite tomar decisiones estratégicas acertadas [25].

Numerosos estudios han explorado diversos aspectos de la GCS proporcionando información valiosa sobre la importancia de impacto en el desempeño empresarial, lo que demuestra el valor de la gestión eficaz de los suministros [4], [18] la adaptación al comportamiento cambiante del consumidor [2], [25] la importancia de adaptar las estrategias de GCS a la evolución de las demandas y preferencias de los consumidores como respuesta a las necesidades cambiantes de las empresas minoristas, el papel de las tecnologías emergentes en la mejora de la eficiencia y la agilidad de la GCS [16], [11]. En respuesta a los cambios en las tendencias del mercado, como IoT, análisis de big data y blockchain, puede colaborar a las organizaciones a mejorar la transparencia de las operaciones de la sucesión de suministro. Donde se destaca la creciente importancia de la sostenibilidad en las prácticas de GCS [21], [6]. Finalmente, la necesidad de estrategias GCS resilientes para afrontar las perturbaciones causadas por pandemias, desastres naturales o crisis económicas [4], [20].

Los estudios de las ref. [5], [11] demuestran los hallazgos con DSG que destacan el papel de las tecnologías digitales, como IoT, análisis de big data y blockchain, para mejorar la eficiencia, la visibilidad y la toma de decisiones de la CS. Lo que demuestra que la digitalización es un componente clave de la GCS ya que demuestran cómo la digitalización puede optimizar la utilización de recursos, reducir el desperdicio y mejorar la responsabilidad social.

Las investigaciones futuras deberían explorar cómo la sostenibilidad puede integrarse perfectamente en las estrategias de GCS, abordando cuestiones como la reducción de residuos y el abastecimiento ético y las prácticas de economía circular [21], [6]. Al abordar estas sugerencias, las investigaciones futuras pueden contribuir a una comprensión más completa de la SCM en el sector minorista de comestibles, proporcionando información valiosa para que los profesionales y los formuladores de políticas desarrollen estrategias efectivas, mejoren el desempeño de la cadena de suministro y logren la sostenibilidad a largo plazo.

En conclusión, para concretar con el objetivo de este trabajo, se ha llevado a cabo una revisión sistemática, donde encontramos que las tiendas retail durante los últimos 5 años ha crecido notablemente a nivel global, convirtiéndose en una fuente generadora de trabajo tanto calificado como no calificado y un canal de venta principal para las grandes empresas.

Hoy en día estos negocios presentan diversidad de productos y servicios y una experiencia omnicanal. La ardua competencia ha obligado a innovar y emplear estrategias orientada a crecer en un mercado objetivo para generar mayores utilidades. Las técnicas como comercio electrónico, economía circular, blockchain, tecnología digital, entre otros se han aplicado para en todo el proceso de la CS para tener ventaja competitiva. A través de los colaboradores, desempeña un papel éxito de la organización, puesto que el proceso de comprar puede una experiencia gratificante o desagradable.

Por otro lado, los retailers deben contar con productos disponibles en sus almacenes de tal manera que no tengan faltantes en stock por la variación de la demanda. Asimismo, el presente trabajo de investigación contribuye a generar nuevas perspectivas de estudios sobre la organización y enfoque de estrategias de las retail para ser más competitivas. En base a los hallazgos de la investigación, se debe desarrollar una estrategia de GCS eficaz alineados a los objetivos de las empresas, las tendencias de los procesos de suministros y las necesidades específicas de la empresa. También se sugiere invertir en tecnología para mejorar la GCS, que puedan ayudar a las empresas a ser más eficientes, eficaces y sostenibles. Además, es necesario colaborar con sus proveedores y clientes para mejorar la coordinación de sus cadenas de suministro que, ayude a las empresas a reducir costes, mejorar la calidad del producto y responder mejor a los cambios del mercado. En este sentido, se debe continuar con futuras investigaciones sobre las técnicas utilizadas en las retailers en la GCS, ya que no se han publicado muchos artículos sobre este tema y consideramos que sería un gran aporte para empresas nacionales e internacional para aumentar su competitividad en el mercado.

REFERENCIAS

- [1] Bianchi-Aguiar, T., Hübner, A., Carravilla, M. A., & Oliveira, J. F. (2021). Retail Shelf Space Planning Problems: A Comprehensive Review and Classification Framework. *European Journal of Operational Research*, 289(1), 1-16. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2020.06.018>
- [2] Purcărea, T., Ioan-Franc, V., Ionescu, S. A., Purcărea, I., Purcărea, V. L., Purcărea, I., Mateescu-Soare, M. C., Platon, O., & Orzan, A. (2022). Major shifts in sustainable consumer behavior in Romania and retailers' priorities in agilely adapting to it. *Sustainability*, 14(3), 1627. <https://doi.org/10.3390/su14031627>
- [3] Kazmi, S. W., & Ahmed, W. (2021). Understanding dynamic distribution capabilities to enhance supply chain performance: A Dynamic Capability View. *Benchmarking: An International Journal*, 29(9), 2822-2841. <https://doi.org/10.1108/bij-03-2021-0135>
- [4] Sharma, V., Sachdeva, A., & Singh, L. (2021). A meta analysis of sustainable supply chain management from different aspects. *DOAJ*

- (DOAJ: Directory of Open Access Journals). <https://doi.org/10.22034/ijssom.2021.3.4>
- [5] Lee, K. L., Wong, S., Alzoubi, H. M., Kurdi, B. A., Alshurideh, M., & Khatib, M. E. (2023). Adopting smart supply chain and smart technologies to improve operational performance in manufacturing industry. *International journal of engineering business management*, 15. <https://doi.org/10.1177/18479790231200614>
- [6] Dey, P. K., Malesios, C., Chowdhury, S., Saha, K., Budhwar, P., & De, D. (2022). Adoption of circular economy practices in small and medium-sized enterprises: evidence from Europe. *International Journal of Production Economics*, 248, 108496. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108496>
- [7] Patil, A., Borle, S., & Singh, S. S. (2023). An Empirical investigation of unique traits of retailing industry in emerging economies: The perspective of consumer-packaged goods manufacturers. *Journal of Business Research*, 154, 113254. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.08.018>
- [8] Du, S., Sheng, J., Peng, J., & Zhu, Y. (2022). Competitive implications of personalized pricing with a dominant retailer. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 161, 102690. <https://doi.org/10.1016/j.tre.2022.102690>
- [9] Han, X., & Liu, X. (2020). Equilibrium decisions for multi-firms considering consumer quality preference. *International Journal of Production Economics*, 227, 107688. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2020.107688>
- [10] Abdirad, M., & Krishnan, K. (2022). Examining the impact of e-supply chain on service quality and customer satisfaction: a case study. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 14(2), 274-290. <https://doi.org/10.1108/ijqss-08-2020-0131>
- [11] Choi, D., Chung, C. Y., Seyha, T., & Young, J. (2020). Factors affecting organizations' resistance to the adoption of blockchain technology in supply networks. *Sustainability*, 12(21), 8882. <https://doi.org/10.3390/su12218882>
- [12] Pan, K., Cui, Z., Xing, A., & Lu, Q. (2020). Impact of fairness concern on retailer-dominated supply chain. *Computers & Industrial Engineering*, 139, 106209. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2019.106209>
- [13] Yang, H., Zhuo, W., Shao, L., & Talluri, S. (2021). Mean-variance analysis of wholesale price contracts with a capital-constrained retailer: trade credit financing vs. bank credit financing. *European Journal of Operational Research*, 294(2), 525-542. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2021.01.04>
- [14] Ngouapegne, C. N. M., & Chinomona, E. (2019). Modelling the influence of the drivers of supply chain performance in the food retail industry in South Africa. *Journal of Applied Business Research*, 35(2), 43-60. <https://doi.org/10.19030/jabr.v35i2.10298>
- [15] Chang, S., Dong, Y., & Chang, S. (2021). Optimal shipping policy in retail competition and its effect on customers. *Electronic Commerce Research and Applications*, 45, 101020. <https://doi.org/10.1016/j.elerap.2020.101020>
- [16] Lee, C. H., & Rhee, B. (2021). Retailer-run resale market and supply chain coordination. *International Journal of Production Economics*, 235, 108089. <https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2021.108089>
- [17] Xu, M., Tang, W., & Zhao, R. (2023). Should reputable e-retailers undertake service activities along with sales? *Journal of Retailing and Consumer Services*, 74, 103427. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103427>
- [18] Kumar, A., & Singh, R. (2022). Supply chain management practices, retail outlets attributes and organisational performance: A case of organised food retailers in India. *Journal of global operations and strategic sourcing*, 16(2), 568-589. <https://doi.org/10.1108/jgoss-12-2021-0107>
- [19] Sodero, A. C., Namin, A., Gauri, D. K., & Bhaskaran, S. R. (2021). The strategic drivers of drop-shipping and retail store sales for seasonal products. *Journal of Retailing*, 97(4), 561-581. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2021.09.00>
- [20] Beckmann, M., Garkisch, M., & Zeyen, A. (2021). Together we are Strong? A systematic literature review on how SMEs use relation-based collaboration to operate in rural areas. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 35(4), 515-549. <https://doi.org/10.1080/08276331.2021.1874605>
- [21] Sharma, M., Luthra, S., Joshi, S. K., & Kumar, A. (2021). Accelerating retail supply chain performance against pandemic disruption: Adopting resilient strategies to mitigate the long-term effects. *Journal of Enterprise Information Management*, 34(6), 1844-1873. <https://doi.org/10.1108/jeim-07-2020-0286>
- [22] Narkhede, G., & Rajhans, N. (2022). An Integrated approach to redesign inventory management strategies for achieving sustainable development of small and medium-sized enterprises: Insights from an empirical study in India. *Business Strategy and Development*, 5(4), 308-321. <https://doi.org/10.1002/bsd2.200>
- [23] Witek-Hajduk, M. K., & Zaborek, P. (2020b). Cooperation and Competition in Manufacturer–Key Retailer Relationships: A Business Model Perspective. *Ekonomie a Management*. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2020-1-012>
- [24] De Jesus Pacheco, D. A., Caetano, R., Bonato, S. V., Santos, B. M. D., & Bueno, W. P. (2023). Enhancing quality requirements management in Retailing industry: The role of quality function Deployment. *Benchmarking: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/bij-12-2022-0749>
- [25] Hossain, A., Akter, S., & Yanamandram, V. (2020). Revisiting customer analytics capability for data-driven retailing. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 56, 102187. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102187>
- [26] Rodríguez, R. C. (2020). La gestión de la cadena de suministro en las pymes ecuatorianas de la ciudad de Ambato. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/1796>
- [27] World Bank SME Finance. (s. f.). World Bank. <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>