



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

**Gestión Logística y El e-commerce de las Mypes Ferreteras en el
Distrito de Villa El Salvador - Lima, 2021**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
Licenciada en Negocios Internacionales**

AUTORAS:

Pillaca Quispe, Doris del Carmen (ORCID: 0000-0001-6671-1356)

Vilcapaza Cordova, Yasmin Diana (ORCID: 0000-0001-9357-1213)

ASESORA:

Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela (ORCID: 0000-0001-7282-5595)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Mercados Emergentes

LIMA - PERÚ

2021

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedicamos a nuestros padres, porque sin ellos no lo habríamos logrado y nuestros hermanos quienes fueron nuestro ejemplo a seguir, nuestros sobrinos por ser nuestra motivación e inspiración para poder luchar en la vida y tener un futuro mejor.

Agradecimiento

Queremos agradecer a nuestros familiares por su apoyo incondicional a lo largo de nuestra carrera. A nuestra profesora por su apoyo brindado durante todo de proceso y a todas las personas que fueron participe de este proyecto nos dieron todo el apoyo para poder llegar a terminar la tesis y en especial a nuestros ángeles que ya no están aquí, pero que siempre recordamos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Tabla de contenido

CARÁTULA	1
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	v
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
I. INTRODUCCIÓN	1
II. MARCO TEÓRICO	3
III. METODOLOGÍA	6
3.1 Tipo y diseño de investigación	6
3.2 Variables y Operacionalización.....	7
3.3 Población, muestra y muestreo	7
3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos	7
3.5 Procedimientos	8
3.6 Métodos de análisis de datos.....	8
3.7 Aspectos éticos	8
IV. RESULTADOS	9
V. DISCUSIÓN.....	25
VI. CONCLUSIONES	27
REFERENCIAS.....	29
ANEXOS	33
Anexo 1: Operacionalización de variables.....	33
Anexo 2: Matriz de consistencia	35
Anexo 3: Validez y confiabilidad del instrumento	42
Anexo 4: Validación de expertos del instrumento de investigación	44

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla de contenido

Tabla 1: Resultado Univariado de la variable Gestión Logística	9
Tabla 2: Resultado Univariado de la variable E-commerce.....	10
Tabla 3: Distribución de frecuencias de administración de compras.....	11
Tabla 4: Distribución de frecuencias de estrategias logísticas	12
Tabla 5: Distribución de frecuencias de proceso de gestión logístico	13
Tabla 6: Bivariada entre la gestión logística con el e-commerce.....	14
Tabla 7: Distribución de frecuencias del Administración de compras con E-commerce.	16
Tabla 8: Distribución de frecuencias de estrategias logísticas con el E-commerce.....	18
Tabla 9: Distribución de frecuencias de proceso de gestión logística con el e-commerce	20
Tabla 10: Correlación de Spearman entre gestión logística con e-commerce.....	22
Tabla 11: Correlación de Spearman entre el E-commerce con Administración de compra	23
Tabla 12: Correlación de Spearman entre el E-commerce con el Estrategias Logísticas	24
Tabla 13: Correlación de Spearman entre el E – commerce con Proceso de Gestión Logística.	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resultado de la variable Gestión Logística.....	9
Figura 2: Resultado de la variable E-commerce.....	10
Figura 3: Grafico de tablas cruzadas Gestión Logística y E-commerce.....	14

RESUMEN

Esta investigación abordó el tema de la gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras de villa el salvador, debido a que no han utilizado herramientas de comercio electrónico en mayor medida, dado que fue necesario en el momento, utilizar las redes sociales para promover productos y servicios, ya que fue una gran oportunidad para usar estas formas útiles y prácticas para la situación en la que se vivió debido a la pandemia COVID19, asimismo no cuentan con una infraestructura adecuada que le permita tener áreas de gestión de pedidos, almacenamiento de materias primas, recursos disponibles, piezas y productos terminados de proveedores a consumidores.

El objetivo principal de la investigación fue describir la relación que existe entre la gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Se planteó una metodología con un enfoque cuantitativo de tipo aplicado, diseño no experimental y de nivel correlacional. La población que se estudió fue conformada por 45 personas trabajadores de las mypes ferreteras, la muestra fue tipo censal. Para la obtención de datos se empleó el cuestionario con 18 ítems para cada variable, los cuales estuvieron ordenados en la escala de Likert, cuya validez y confiabilidad fue por los juicios de expertos.

Palabras clave: Gestión logística, ecommerce, redes sociales, pandemia, infraestructura.

ABSTRACT

This research addressed the issue of logistics management and e-commerce of hardware mypes of villa el salvador, because they have not used e-commerce tools to a greater extent, since it was necessary at the time, use social networks to promote products and services, as it was a great opportunity to use these useful and practical ways for the situation in which we lived due to the pandemic COVID19, also do not have adequate infrastructure that allows you to have areas of order management, storage of raw materials, available resources, parts and finished products from suppliers to consumers.

The main objective of the research was to describe the relationship between logistics management and e-commerce of hardware SMEs in the district of Villa el Salvador, Lima, 2021. A methodology with a quantitative approach of applied type, non-experimental design and correlational level was proposed. The population studied consisted of 45 people working in the hardware mypes, the sample was census type. To obtain data, a questionnaire was used with 18 items for each variable, which were ordered on the Likert scale, whose validity and reliability was based on expert judgments.

Keywords: Logistics management, ecommerce, social networks, pandemic, infrastructure.

I. INTRODUCCIÓN

En cualquier empresa u organización del mundo, los temas más importantes están estrechamente relacionados con la gestión logística, con el objetivo de aplicar conocimientos, operaciones, estrategias, métodos y medios con las siguientes características: Es requerido para implementaciones que anticipan los objetivos y brindan los recursos disponibles, ahorrar dinero y tiempo, operar su negocio en base a la productividad, la calidad y el servicio al cliente. En otras palabras, la eficiencia de la distribución logística se puede lograr a través de ella. Los productos, bienes y servicios de las organizaciones comerciales le permiten aprovechar al máximo sus recursos y procesos de producción de una manera eficiente con un costo y tiempo mínimo. Desde una perspectiva comercial, la logística es un proceso estratégico de gestión de pedidos, almacenamiento de materias primas, recursos disponibles, piezas y productos terminados de proveedores a consumidores. Esto permite que cualquier empresa compita en un mercado en particular donde su negocio está optimizado y debidamente respaldado por los mejores planes operativos, resultados, metas y objetivos para las operaciones de su empresa. Considerando que estas opiniones son relaciones, se puede decir que toda empresa necesita un almacén que pueda entenderse como una unidad de apoyo a los servicios de almacenaje y pueda desarrollar la empresa desde un punto de vista funcional, organizativo y comercial. A nivel internacional la gestión logística y el e-commerce en países desarrollados juegan un papel muy importante. Se puede ver que hoy en día, las empresas que venden a través del e-commerce ya están a la vanguardia. Estas son conocidas como “las tiendas más grandes del mundo en mercados emergentes. Por su calidad, diversidad, personalización, convivencia, época de libramiento y costos”, en esta orientación estos establecimientos tienen más veteranía de éxito, lo que también se debe al proceso de verificación continuo en el proceso de transferencia de mercancía a los clientes, de acuerdo con Gestión (2020) nos dice que el comercio electrónico con el COVID-19 ha sido un acelerador de tendencias donde el cambio ha sido muy fuerte en el comercio electrónico. Oscar Silva, un experto en estrategia global de KPMG México Consulting, dijo que más de 10 millones de latinoamericanos que jamás han realizado compras en línea, ahora a menudo lo hacen. Ya que prácticamente esta pandemia hizo que todas las empresas tengan la atención e información digitalizada por los mismos riesgos de no contagiarse. En el contexto del país, estos cambios permitirán a las organizaciones vender sus productos más rápidamente. En el Perú de hoy, los cambios tanto para la gestión logística de salida como los métodos de compra se han vuelto aún más estrictos, ya que van de la mano. La competencia de comercio electrónico ha dado inicio a las compras en línea. Los clientes compran muy acelerado, arriesgándose para adaptarse a las necesidades sociales y temporales a la hora de realizar transacciones online. Donde las empresas han tratado de abastecer la entrega de los productos en tiempo y buen estado, ya que aumentaron en el transcurso de pandemia por la cuarentena. Las empresas deben gestionar y aliviar el riesgo de los clientes, especialmente si están experimentando problemas relacionados con el Proceso de compra. Según Comercio (2019), el precio promedio de un teléfono inteligente o tableta para comercio electrónico en Perú es de S / 900. Para comprar electrodomésticos y computadoras, los peruanos gastan

alrededor de S / 1.130 en computadoras y laptops, según una encuesta. Con una videocámara, gasta alrededor de S / 976. Sin embargo, los productos más solicitados por los peruanos son principalmente teléfonos móviles, seguidos de tabletas. Actualmente, en Perú el comercio electrónico está creciendo con fuerza, para poder comprar un bien o servicio es necesario contar con aparatos inteligentes y tener una adecuada gestión virtual. En el contexto local en las empresas del rubro ferretero en el distrito de Villa el Salvador, son entidades comercializadoras de útiles para la construcción y necesidades del hogar para el público en general. Se determinó que las empresas no están utilizando herramientas de comercio electrónico en mayor medida. Dado que es una necesidad en este momento, donde utilizar las redes sociales para promover productos y servicios, es una gran oportunidad para usar estas formas muy útiles y prácticas para ellos en la situación en la que vivimos. Debido a esta pandemia denominada COVID19, nos ha traído un gran cambio, por lo que muchas Mypes están buscando soluciones alternas, para poder interactuar con sus clientes. Para ello utilizan las redes sociales y ofrecen sus productos o servicios. Esta es una estrategia importante para mantenerse en el mercado, pero aún no es suficiente porque no saben cómo emplearlo. Siendo así una deficiencia para las Mypes, ya que este virus nos ha dado un cambio en la cual debemos adaptarnos, donde a su vez ha facilitado al cliente al adquirir un bien o servicio desde la comodidad de su casa previendo su exposición ante el virus. Por otro lado, al no cumplir con los objetivos comerciales y de gestión empresarial, conlleva a que no haya suficientes productos en el almacén y esto complica la venta y la posventa. Formulación de problema: problema general: ¿Qué relación existe entre la gestión logística y con el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?, ¿Qué relación existe entre la dimensión administración de compras con el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?, ¿Existe relación entre la dimensión estrategias logísticas y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?, ¿Existe relación entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?. Justificación. Justificación social, el motivo de esta investigación es contribuir a la implementación de una adecuada gestión logística junto con el e-commerce, para las MYPES ferreteras, Justificación metodológica, ya que se manejo de un estudio sobre la validez y confiabilidad de los instrumentos de recolección de datos que se aplicaran en la investigación. Justificación práctica, lo cual servirá como base para la elaboración de antecedentes, para futuras investigaciones que se realizarán. Objetivos: Objetivo general. Determinar la relación que existe entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la dimensión administración de compras y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Determinar la relación que existe entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Hipótesis: Hipótesis general: Ha: Existe relación entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Ho: No existe relación entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Hipótesis específicas.(1) Ha: Existe relación entre

administración de compras y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Ho: No existe relación entre administración de compras y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. (2) Ha: Existe relación entre estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Ho: No existe relación entre estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. (3) Ha: Existe relación entre proceso de gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Ho: No existe relación entre proceso de gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

II. MARCO TEÓRICO

Antecedente Nacional: Morales (2020) En su tesis *Gestión Logística y Negocio Electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020*. Su objetivo es mejorar la gestión logística basándose en la sólida relación que existe entre ellos, lo que puede determinar la eficiencia de los procesos y su capacidad para resistir las fluctuaciones del mercado. Metodología de diseño no empírico y enfoque cuantitativo, Se concluyó que existe relación entre la gestión logística y el comercio electrónico en la Aduana Pacífico RRR, San Miguel 2020, cuando alcanza el nivel de significancia < 0.01 acepta la hipótesis general alternativa y obtiene un valor de 0.752 en la correlación de Pearson indicando que existe una fuerte relación entre las variables. Morales (2018) en su tesis *Modelo de Gestión Logística para mejorar la eficacia del área de mantenimiento de la empresa Midas - Valencia, 2016* su objetivo fue diagnosticar problemas de control de stock. Su metodología fue aplicada; no experimental. Se concluyó proponer un modelo de gestión logística utilizando una tabla de seguimiento sustentada en los campos de tecnología e infraestructura, mostrando la relación de dependencia entre funciones logísticas y tecnología. Rios (2018) en su tesis *Influencia de la Gestión Logística en la determinación del costo de ventas en la empresa comercial Sekur Perú S.A. 2017*, Su objetivo es definir las implicaciones de la gestión logística en el costo de los bienes vendidos y definir claramente los planes, organizaciones, direcciones y controles adecuados que afectan los resultados de un negocio. La metodología es cuantitativa y correlacionada. No está verificado. Se concluyó que se recomienda el establecimiento de un sistema de inventario computarizado para facilitar el cálculo de costos. Zúñiga (2018) en su tesis *Gestión Logística y la calidad de servicio en los colaboradores de la empresa Transa S.A, Ate 2018*. Su objetivo es vender formas de ir más allá de un servicio, por eso las métricas están diseñadas para consumidores habituales y los estándares se enfocan en los clientes, evaluando, entendiendo y cumpliendo las nuevas expectativas que puedan tener los clientes. Los métodos de investigación son descriptivos, correlacionales, no empíricos y de diseño transversal. Concluyendo que existe una alta correlación positiva de 0.937, con un valor de significancia de 0.00 considerando la contribución del marco teórico a la expansión del conocimiento sobre gestión logística y calidad de servicio, puede existir una

ventaja competitiva para diferenciarse de la competencia. Llerena y Mauricio (2021). En su tesis *Factores asociados a la adopción del E-commerce en Mypes de cosmética natural en el Perú*. El objetivo del estudio fue comprender mejor las razones estratégicas por las que Mype natural cosmetics tomó la decisión de adoptar o no el comercio electrónico en su organización. La metodología es cualitativa e incluye las siguientes etapas: fase de descubrimiento, trabajo de campo, fase de validación y fase de análisis de resultados. Concluyendo que, por un lado, los factores de adopción de Mypes con el comercio electrónico destacan principalmente la utilidad percibida, la compatibilidad y la disposición organizacional, y relacionada con el valor percibido. La estrategia de este grupo está determinada por tres factores: apoyo organizacional, gestión productividad y apoyo a la toma de decisiones. Antecedente Internacional: Mieles, Alban, Valdospin y Vera (2018) Su artículo *E-commerce: Un factor fundamental en el desarrollo de los negocios en Ecuador* Su objetivo es realizar un estudio que confirme la utilidad de la implementación del comercio electrónico. La conclusión es que el comercio electrónico es de gran ayuda para que las empresas ecuatorianas aumenten las ventas y reduzcan los costos de marketing. Abdelazim, Garcia y Gonzalez (2019) En su artículo *E-commerce vs. Tienda física. El embalaje como factor que incide en las compras*. Su objetivo es internalizar la comprensión de los clientes sobre los efectos visuales de los cosméticos en términos de métodos y medios de compra. Su metodología es la investigación cuantitativa. Se concluyó que, para lograr el objetivo final, se discutieron los resultados de la investigación con los resultados de investigaciones previas sobre el tema. Campoverde y Cayetano (2017). Con una investigación titulada *diseño de un manual de gestión logística en el almacén de la empresa Star office de la ciudad de Guayaquil*, El objetivo es diseñar un modelo de gestión logística en el almacén de Star Office. A través de una investigación descriptiva, cuantitativa y cualitativa, muestreo de 30 empleados de la organización y entrevistas como herramientas de investigación, la conclusión de la gestión del almacén muestra que: Durante el proceso de entrega, no hay diálogo entre la galería comercial y el comercio y las tiendas. Quintero y Sotomayor (2018). En su tesis *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa tremaco express cia.ltda del cantón Durán*. Su objetivo fue desarrollar una propuesta para mejorar la logística de Tramaco express Cía. Ltda del Cantón Durán. Su metodología es cualitativa-cuantitativa. Se concluye que las desventajas de la gestión logística de la empresa generan insatisfacción con el servicio prestado, donde la capacidad de los procesos de gestión se mide por ratios en el sector logístico para minimizar riesgos y aportar beneficios y Soluciones acordes a las necesidades del cliente. Shuang (2019). En una investigación *Logistics Distribution in E-commerce*. Su objetivo es investigar la distribución logística en el entorno del comercio electrónico con el fin de encontrar las características de la distribución logística en el entorno del comercio electrónico, a su vez darse cuenta de la relación entre ellos, conociendo el efecto del comercio electrónico en la distribución logística. Su metodología es cualitativa. Donde se concluye que si quiere desarrollar la industria logística, se debe fortalecer la construcción de instalaciones logísticas de software y hardware, y promover la unificación y modernización del sistema de distribución logística en China. Las teorías relacionadas al tema de la Variable 1: Gestión logística. Mora (2016) Afirma: Gestión Logística como: La logística tiene capacidades interdisciplinarias que conectan diferentes áreas del negocio, desde la planificación de compras hasta el servicio postventa. Cambiar el suministro de materias primas. Planificación y gestión de la producción; Los flujos pertenecen

a la información de almacenamiento, manipulación, gestión, embalaje, envío, logística e información de almacén (p.6). Por lo tanto, la gestión logística es diferente de muchas áreas de negocio en las que muchas partes de una empresa están vinculadas entre sí, a través de una variedad de actividades, desde la adquisición hasta la posventa. Serrano (2013) Sustenta que: Gestión Logística como: La logística, el modelado y la gestión de flujos, las herramientas y la información y los flujos financieros en el mundo empresarial deben ser seguros, desde el punto de origen hasta el destino final. Estos flujos deben realizarse de manera racional y coordinada con el objetivo de brindar a los clientes la cantidad y calidad que necesitan, cuando y donde lo necesitan, competitividad y protección ambiental. (Página 2). A partir de esto, podemos concluir que la gestión logística también necesita soporte de diseño. Por ejemplo, los dueños de negocios deben apuntar a lograr los siguientes objetivos proporcionando productos y servicios a sus clientes (Serrano, 2013). Ballou (2004) nos dice: La logística comercial busca alcanzar los objetivos del proceso del canal de suministro, lo que guiará al negocio hacia sus objetivos generales. Concretamente, esperamos desarrollar una variedad de actividades logísticas para obtener el mejor retorno de la inversión. (p.27). En este sentido, la logística de una empresa es muy importante en el proceso de recibo ya que si ocurre un error en el proceso podría originar problemas (Ballou, 2004). Se tomaron las siguientes dimensiones: Administración de compras, Estrategias logísticas y Proceso de gestión logística (Mora, 2016). Para la primera dimensión tomaron los siguientes indicadores: Planeación de compras, procedimiento del área de compras, logística y administración de compras. Para la segunda dimensión se tomaron los siguientes indicadores: Costos e Indicadores de gestión logística y tendencias y proyección de la logística integral. Para la tercera dimensión se tomaron los siguientes indicadores: Sistema de recepción de mercadería y Control de inventarios (Mora, 2016). Por su parte Rafael (2007), define la gestión de compras, que incluye todo el proceso de determinación de proveedores y abastecimiento, compra de materiales mediante la negociación de precios y condiciones de pago, y recepción de materiales, para garantizar la entrega de acuerdo con las especificaciones. se requieren especificaciones. (pág. 72). Asimismo, Riquelme (2018) define la estrategia logística, como políticas comerciales establecidas para el movimiento integral de una empresa, las cuales prescriben los objetivos de trabajo eficiente, la toma de servicio y la atención al cliente es fundamental. Así, para Ballou (1991), el proceso de gestión logística corresponde a todas las actividades vinculadas al traslado y almacenamiento de productos que tienen lugar entre el punto de compra y el punto de consumo. Las teorías relacionadas al tema de la variable 2: E-commerce. Cisneros (2017) Sustenta que: Según la definición más amplia de este fenómeno, el comercio electrónico debe configurarse como una actividad económica basada en productos o servicios ofrecidos para compra o venta a través de medios digitales como Internet. (p. 4). Por lo tanto, el comercio electrónico es una gran oportunidad para que las organizaciones aceleren su capacidad para llegar a los clientes y comprar bienes y servicios en plataformas digitales. Martínez y Rojas (2016) Sustentan que: “El comercio electrónico implica el sistema por el cual se lleva a cabo una transacción comercial que por medio del internet intercambian dinero” (p. 7). En otras palabras, el objetivo de la empresa es avanzar hacia un nuevo entorno digital, donde el consumidor tenga acceso más rápido al servicio o producto y a la vez la forma de pago sea más rápida (Martínez y Rojas, 2016). Somalo (2017) Sustenta que: “El comercio electrónico es una nueva función empresarial, que propicia la organización de las actividades

de venta en línea de manera electrónica o sistemática, principalmente a través de internet. La logística del comercio electrónico debe ser considerada por que está relacionada a la distribución efectiva de productos a los clientes. Para garantizar futuras ventas mencionó que la seguridad que se brinda a los clientes debe ser muy estricta, ya que los datos personales de los clientes estarán expuestos en la plataforma en línea (p.83). Por lo tanto el e-commerce es muy útil para llegar a acuerdos comerciales y transaccionales entre dos o más organizaciones mediante el uso de la tecnología (Somalo, 2017). Para el estudio de la variable e-commerce se tomó las siguientes dimensiones: Confianza en los medios de pago electrónico, Problemas de carácter logístico y Seguridad digital (Cisneros, 2017). Para la primera dimensión se tomaron los siguientes indicadores: Medios de pago, Nivel de confianza y Experiencia. Para la segunda dimensión se consideró los siguientes indicadores: Canales de distribución, Tiempo de entrega y Mecanismos comerciales. Para la tercera dimensión se tomaron los siguientes indicadores: Perspectiva del cliente, Protección de datos y Confidencialidad (Cisneros, 2017). Por su parte Panta (2019). Sostiene que la Confianza en los medios de pago electrónico, Las transacciones de comercio electrónico deben generar confianza en el consumidor, garantizar la confidencialidad de sus datos personales, lo que significa que deben incluir políticas de seguridad de la información.(p.48). asimismo Lacalle (2013) menciona que problemas de carácter logístico, la función logística no está aislada del resto de funciones y por ello se integra dentro del organigrama de la misma, como departamento propio o bien como parte de otros departamentos. Así, en ocasiones, podemos encontrar la función logística como un departamento logístico con entidad propia. en otras se halla atribuida a los distintos departamentos que existen en la propia empresa (p. 151). Por su parte Quadra, T. y Piñar, J. (2018) Recordó que la seguridad digital, la seguridad de estos sistemas (ciberseguridad) es un concepto multisensorial que puede ser estudiado desde diferentes puntos de vista, teniendo en cuenta exactamente las garantías necesarias de la Información tratada o de los servicios que deben conservarse especialmente. (p. 585)

III. METODOLOGÍA

3.1 Tipo y diseño de investigación

Tipo de investigación

Se aplicará la encuesta. El objetivo es generar conocimiento que se pueda aplicar directamente y en el mediano plazo a los sectores sociales o productivos. (Lozada, 2003, p. 35).

Diseño de investigación

Este estudio no será un diseño de experimentos. Eso es lo que se hace sin manipular deliberadamente las variables. (Hernández, Fernández y Baptista, 2012).

Es decir que solo se estudia en su estado natural para luego analizarlo y describirlo.

3.2 Variables y Operacionalización

Las variables se definen como: “Las características se encuentran definidas en base al contenido de relaciones o las funciones. En la investigación es importante ya que se toman acciones para corroborar estos datos” (Núñez, 2017, p.167). “La operacionalización es el proceso por el cual la variable pasa a ser medible, observable sujeto a evaluación en un nivel empírico” (Lerma, 2016, s.p).

Las variables que se estudiarán serán: Gestión logística: Gestión Logística como:

La logística tiene capacidades interdisciplinarias que vinculan diferentes áreas del negocio, desde la planificación de compras hasta el servicio postventa. Pasar por el suministro de materia prima. Planificación y gestión de la producción; Inventario, empaque, empaque, transporte, logística, almacenamiento y procesamiento de información relacionada. Procesos y control. Por tanto, lo que podemos diferenciar es que la gestión logística es una acción de muchas disciplinas relacionadas con muchos departamentos de la empresa, desde la adquisición hasta la posventa, pasando por muchas actividades. (Mora, 2016, p. 26).

E-commerce. Martínez y Rojas (2016) Sustentan que: El comercio electrónico es un sistema para realizar transacciones comerciales para cambiar dinero en Internet (página 7). En otras palabras, los objetivos del comercio electrónico plantean desafíos actuales. Confía en los métodos de pago electrónico, los problemas logísticos y la seguridad digital. (Martínez y Rojas, 2016).

3.3 Población, muestra y muestreo

Población

En el presente estudio de indagación se seleccionó como población a 45 MYPES ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, año 2021. Un conjunto se denomina conjunto de elementos o variables que tienen características similares y se utilizan para investigar en una encuesta para llegar a una conclusión. (Valderrama, 2016, p. 182).

Muestra

La muestra se tomará a 10 MYPES Ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, año 2021. La muestra censal es la población de las encuestas que hemos elegido porque representa las características que componen el tema de la encuesta. (Moreno, 1987, p.28).

3.4 Técnica e instrumento de recolección de datos

Técnica de recolección: La técnica de recolección. El método utilizado es la investigación, y dado que es eficaz en diferentes campos de investigación, también es uno de los métodos de obtención de información. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.54). En este estudio se utilizó el método cuantitativo de encuesta bajo la modalidad de cuestionario virtual con el propósito de recopilar información sobre el tema.

Instrumento de recolección de datos: El instrumento de recolección de datos será el cuestionario, donde se desarrollará dos instrumentos, el cuestionario de gestión logística que consta de 18 ítems en tres dimensiones y el cuestionario de e-commerce con 18 ítems en tres dimensiones. García (2004). Las preguntas son una herramienta para recoger preguntas relevantes, coherentes y estructuradas de forma sencilla y clara para la persona, sin la intervención de un entrevistador. (p.87).

Validez: El cuestionario será validado por el criterio de 3 componentes, donde los validadores son personas calificadas con amplia experiencia y que dominan profundamente los temas de estudio en metodología de la investigación. “La validez consiste en una prueba concebida, elaborada y aplicada que mida lo que se propone medir” (Chiner, 2011, p.119)

Confiabilidad de instrumentos: La confiabilidad del instrumento se aplica con el SPSS a través del alfa cronbach y se realizará una prueba piloto. “La confiabilidad muestra si los resultados extraídos del test son precisos o fiables” (Crowder et al., 2017, p. 10).

3.5 Procedimientos

En la presente investigación, se utilizará dos principios como argumentos, estos son: campo teórico y campo virtual. Teóricamente buscamos diferentes herramientas de información a través de diferentes recursos, como por ejemplo: libros, artículos revistas, artículos científicos y búsqueda virtual. Por otro lado, al iniciar el campo de forma virtual, se realizó una encuesta por cuestionario preparándose digitalmente para que las empresas de estudio y los expertos en comercio internacional puedan marcar opciones para los cuestionarios correspondientes en la plataforma.

3.6 Métodos de análisis de datos

El análisis descriptivo e inferencial para recopilar datos depende de la naturaleza y el propósito del problema. Los siguientes se utilizan para recopilar información: Mediante la recopilación de información (aplicación de herramientas), el procesamiento de la base de datos en SPSS y el uso de estadísticas descriptivas analíticas para los datos.

3.7 Aspectos éticos

El testimonio de investigación de las entidades encuestadas no serán publicadas si no lo permiten, ya que se ejecutó dicho estudio para mejorar sus actividades en la empresa, Asimismo, el estudio tiene en cuenta aspectos éticos como el respeto e integridad de la propiedad intelectual y la transparencia e integridad en el desarrollo de la investigación y en la recogida de los datos recabados.

IV. RESULTADOS

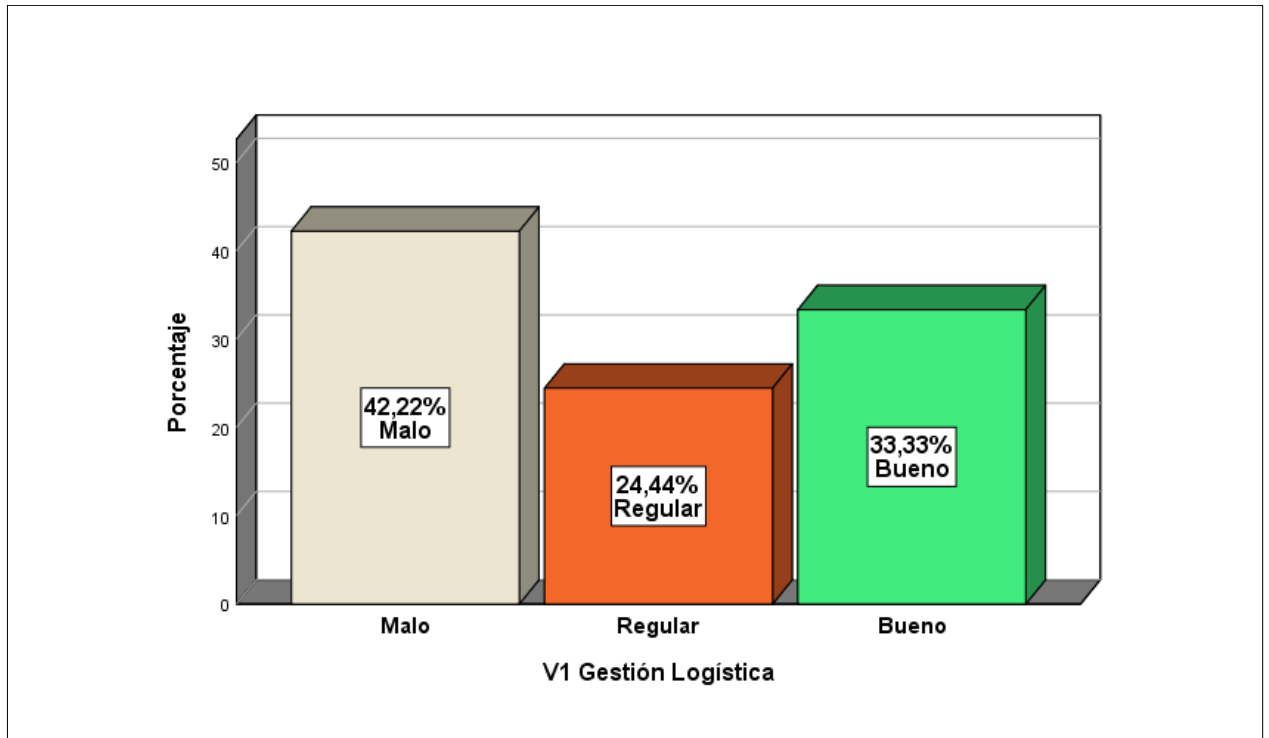
Análisis Descriptivos Univariado

Tabla 1: Resultado Univariado de la variable Gestión Logística

Distribución de frecuencias de Gestión logística de la Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador – Lima, 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	19	42,2	42,2	42,2
	REGULA	11	24,4	24,4	66,7
	BUENO	15	33,3	33,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

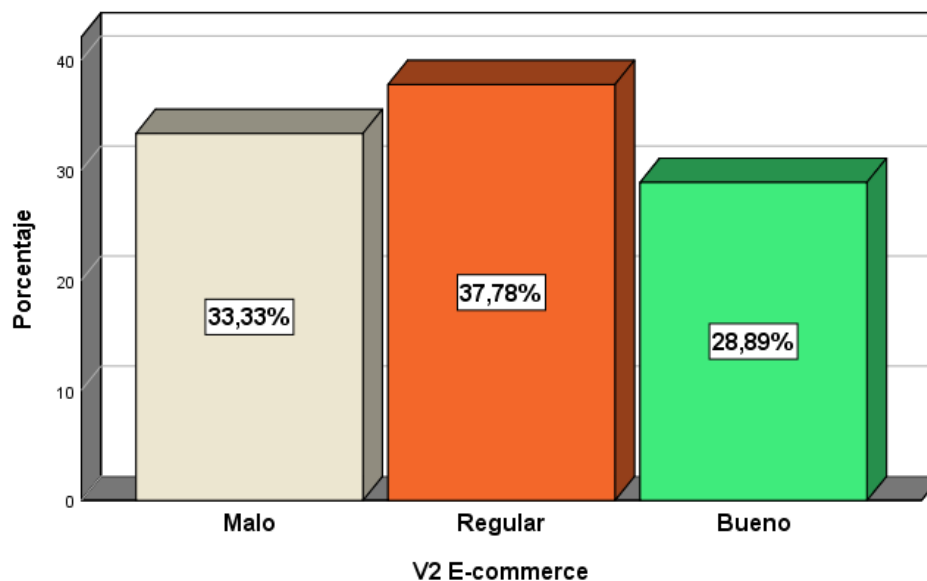
Tabla 1 y figura 1 se observó que una muestra de 45 Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima 2021. El 42.22 % sostiene que la gestión logística en la Mypes ferreteras se encuentra en un nivel malo, el 24.44% en un nivel regular y el 33.33% en un nivel bajo.

Tabla 2: Resultado Univariado de la variable E-commerce

Distribución de frecuencias del E-commerce de la Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador – Lima, 2021.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MALO	15	33,3	33,3	33,3
	REGULAR	17	37,8	37,8	71,1
	BUENO	13	28,9	28,9	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

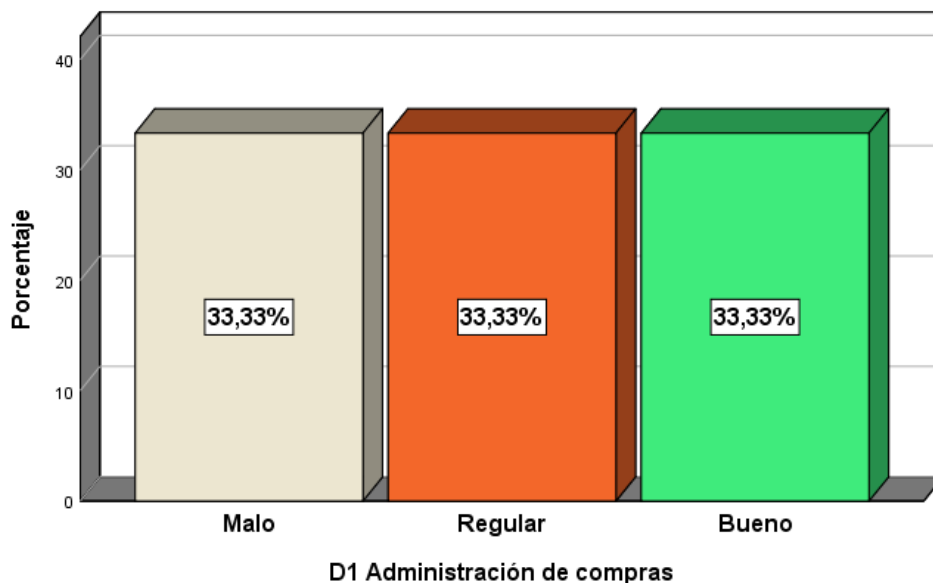
Tabla 2 y figura 2 se observó que una muestra de 45 Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima 2021. El 33.33 % sostiene que el E-commerce en las Mypes ferreteras se encuentra en un nivel malo, el 37.78% en un nivel regular y el 28.89% en un nivel bajo.

Tabla 3: Distribución de frecuencias de administración de compras

Distribución de frecuencias de administración de compras en las mypes ferreteras de Villa el Salvador, Lima 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	15	33,3	33,3	33,3
REGULAR	15	33,3	33,3	66,7
BUENO	15	33,3	33,3	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

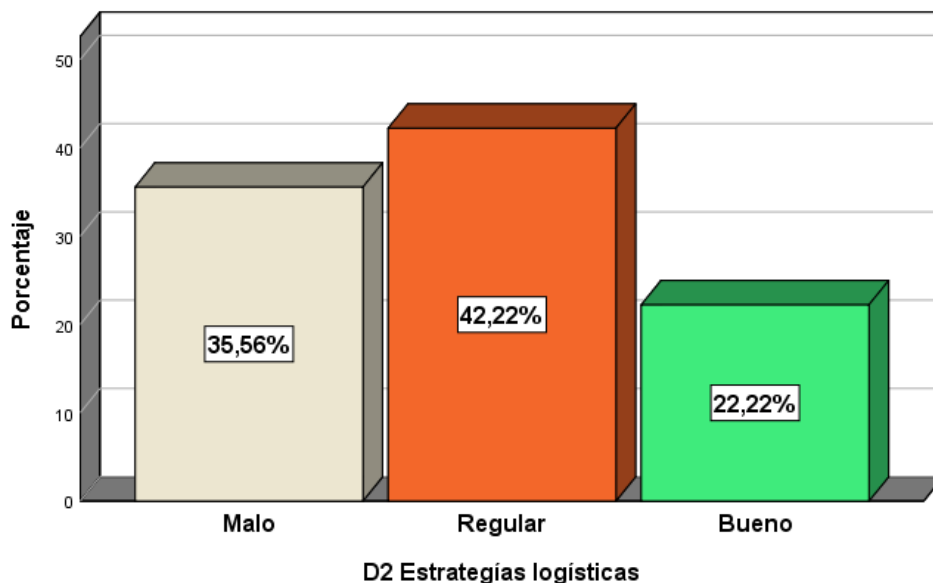
De acuerdo a la tabla 3 y figura 3, encontramos que de 45 Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021 encuestados, el 33.33% presentan un nivel malo de administración de compras, mientras que un 33.33% presentan un nivel regular, y un 33.33% presentan un nivel bueno.

Tabla 4: Distribución de frecuencias de estrategias logísticas

Distribución de frecuencias de estrategias logísticas en las Mypes ferreteras de Villa el Salvador, Lima 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	16	35,6	35,6	35,6
REGULAR	19	42,2	42,2	77,8
BUENO	10	22,2	22,2	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

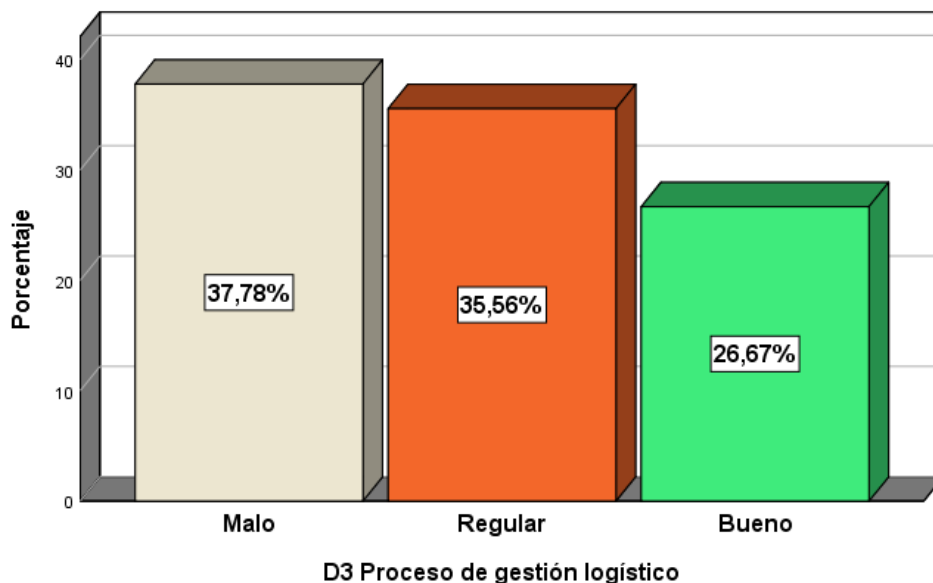
De acuerdo a la tabla 4 y figura 4, encontramos que de 45 Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021 encuestados, el 35.56% presentan un nivel malo de estrategias logísticas, mientras que un 42.22% presentan un nivel regular, y un 22.22% presentan un nivel bueno.

Tabla 5: Distribución de frecuencias de proceso de gestión logístico

Distribución de frecuencias de proceso de gestión logístico en las Mypes ferreteras de Villa el Salvador, Lima 2021.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido MALO	17	37,8	37,8	37,8
REGULAR	16	35,6	35,6	73,3
BUENO	12	26,7	26,7	100,0
Total	45	100,0	100,0	

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

De acuerdo a la tabla 5 y figura 5, encontramos que de 45 Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021 encuestados, el 37.78% presenta un nivel malo en proceso de gestión logístico, mientras que un 35.56% presentan un nivel regular, y un 26.67% presentan un nivel bueno.

Análisis Descriptivo Bivariado

Objetivo principal: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

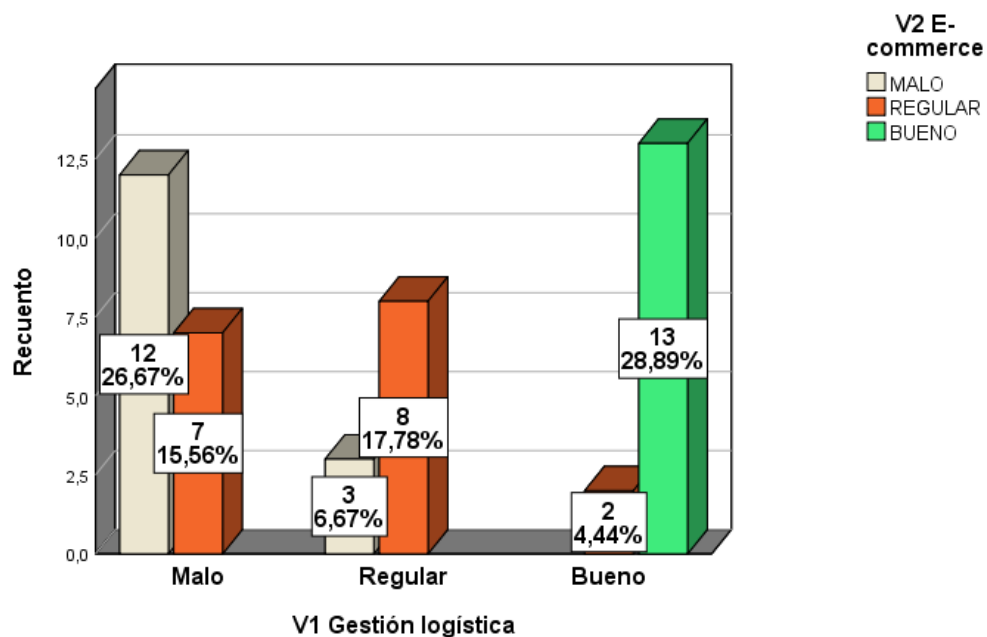
Tabla 6: Bivariada entre la gestión logística con el e-commerce

Bivariada entre la gestión logística con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

	E-COMMERCE	Total
--	------------	-------

		MALO REGULAR BUENO				
GESTIÓN LOGÍSTICO	MALO	Recuento	12	7	0	19
		% del total	26,7%	15,6%	0,0%	42,2%
	REGULAR	Recuento	3	8	0	11
		% del total	6,7%	17,8%	0,0%	24,4%
	BUENO	Recuento	0	2	13	15
		% del total	0,0%	4,4%	28,9%	33,3%
Total		Recuento	15	17	13	45
		% del total	33,3%	37,8%	28,9%	100,0%

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla se evidencia que de las 45 mypes ferreteras encuestadas, un 42.22% tiene un nivel malo la Gestión Logística, de ellos un 26.67% presentan un nivel malo de E-commerce y un 15.56% en nivel regular. También un 24.45% de los encuestados consideran regular la Gestión Logística, de ellos un 6.67% presentan un nivel malo de E-commerce y un 17.78% un nivel regular. Por otro lado un 33.33% consideran la

Gestión Logística como bueno, de ellos un 4.44% presentan un nivel regular de E-commerce y el 28.89% un nivel bueno.

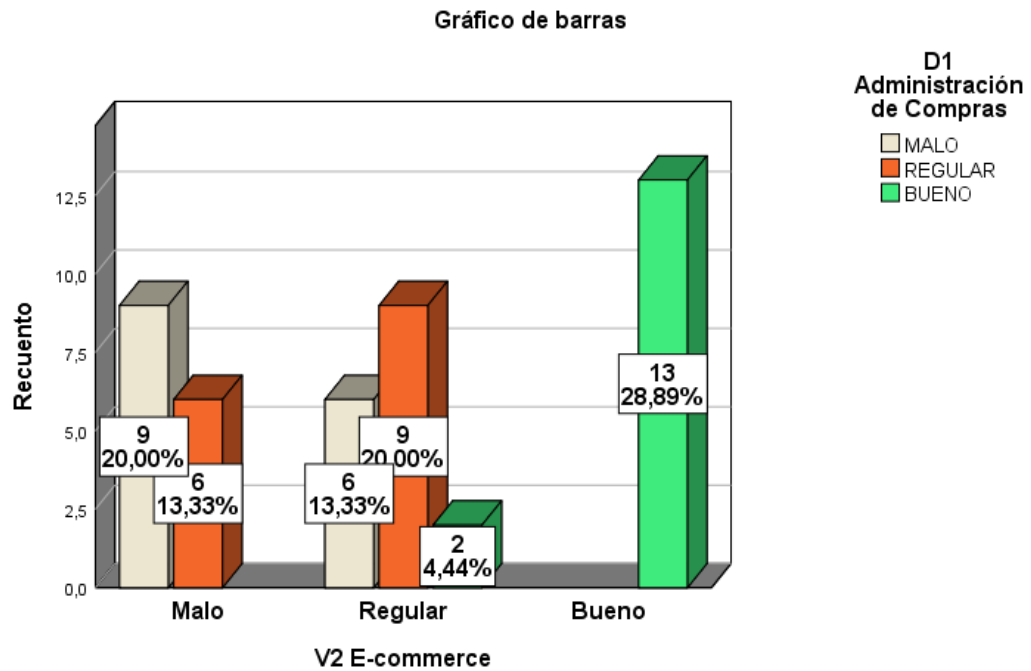
Objetivo específico 1: Determinar la relación que existe entre administración de compras y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 7: Distribución de frecuencias del Administración de compras con E-commerce

Distribución de frecuencias del E-commerce con Administración de compras de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

		Tabla cruzada E-commerce * Administración de compras				
		Administración de Compras			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
E-commcece	MALO	Recuento	9	6	0	15
		% del total	20,0%	13,3%	0,0%	33,3%
	REGULAR	Recuento	6	9	2	17
		% del total	13,3%	20,0%	4,4%	37,8%
	BUENO	Recuento	0	0	13	13
		% del total	0,0%	0,0%	28,9%	28,9%
Total		Recuento	15	15	15	45
		% del total	33,3%	33,3%	33,3%	100,0%

Fuente: Datos tomados del SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla, se muestra que de las 45 mypes ferreteras encuestadas, un 33.33% consideran malo el e-commerce, de ellos un 20% presentan un nivel malo de administración de compras y el 13.33% un nivel regular. También un 37.77% de los encuestados consideran regular el e-commerce, de ellos un 13.33% presentan un nivel malo de administración de compras, un 20% un nivel regular y un 4.44% un nivel bueno. Por otro lado un 28.89% consideran el e-commerce como bueno.

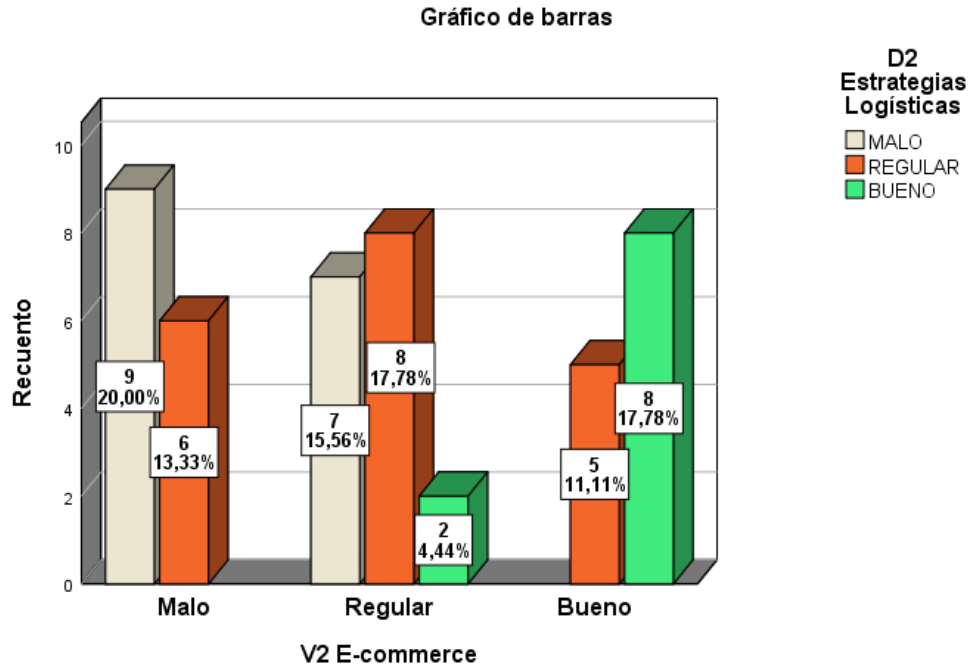
Objetivo específico 2: Determinar la relación que existe entre estrategias logísticas y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 8: Distribución de frecuencias de estrategias logísticas con el E-commerce

Distribución de frecuencias de estrategias logísticas con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla cruzada E-commerce * Estrategias Logísticas						
		Estrategias Logísticas				
		MALO	REGULAR	BUENO	Total	
E-commerce	MALO	Recuento	9	6	0	15
		% del total	20,0%	13,3%	0,0%	33,3%
	REGULAR	Recuento	7	8	2	17
		% del total	15,6%	17,8%	4,4%	37,8%
	BUENO	Recuento	0	5	8	13
		% del total	0,0%	11,1%	17,8%	28,9%
Total		Recuento	16	19	10	45
		% del total	35,6%	42,2%	22,2%	100,0%

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla, se evidencia que de las 45 mypes ferreteras encuestadas, un 33.33% consideran malo el e-commerce, de ellos un 20% presentan un nivel malo de estrategias logísticas y el 13.33% un nivel regular. También un 37.78% de los encuestados consideran regular el e-commerce, de ellos un 15.56% presentan un nivel malo de estrategias logísticas, un 17.78% un nivel regular y un 4.44% un nivel bueno. Por otro lado un 28.89% consideran el e-commerce como bueno, de ellos un 11.11% presentan un nivel regular de estrategias logísticas y el 17.78% un nivel bueno.

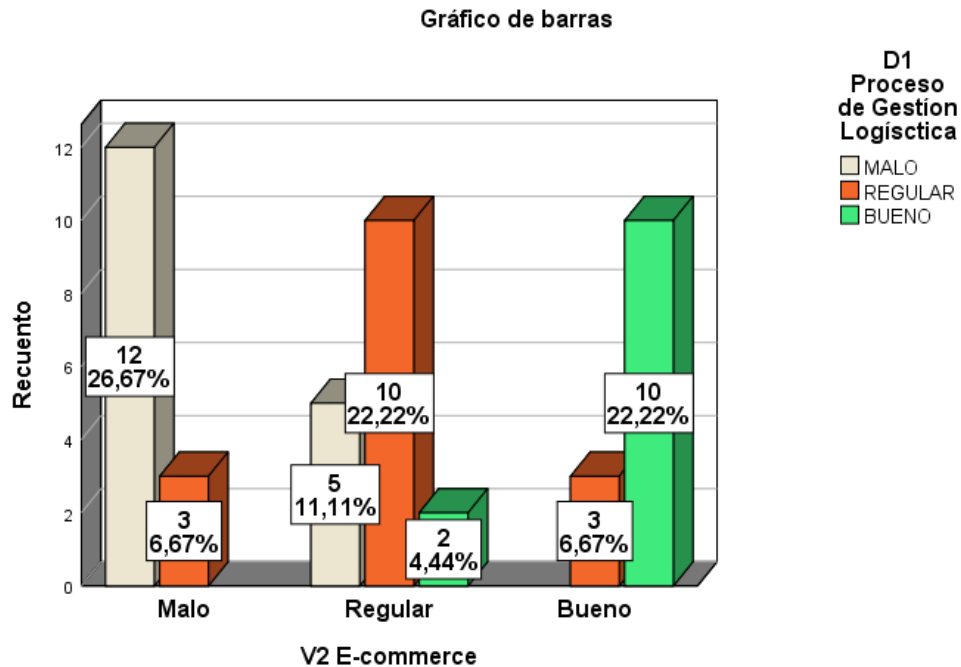
Objetivo específico 3: Determinar la relación que existe entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 9: Distribución de frecuencias de proceso de gestión logística con el e-commerce

Distribución de frecuencias de proceso de gestión logística con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

		Tabla cruzada E-commerce * Proceso de Gestión logística				
		Proceso de Gestión Logística			Total	
		MALO	REGULAR	BUENO		
E-commerce	MALO	Recuento	12	3	0	15
		% del total	26,7%	6,7%	0,0%	33,3%
	REGULAR	Recuento	5	10	2	17
		% del total	11,1%	22,2%	4,4%	37,8%
	BUENO	Recuento	0	3	10	13
		% del total	0,0%	6,7%	22,2%	28,9%
Total		Recuento	17	16	12	45
		% del total	37,8%	35,6%	26,7%	100,0%

Fuente: Resultados tomado de SPSS versión 26



Fuente: Figura tomado de SPSS versión 26

De acuerdo a los resultados obtenidos en la tabla, se evidencia que de las 45 mypes ferreteras encuestadas, un 33.34% consideran malo el e-commerce, de ellos un 26.67% presentan un nivel malo de proceso de gestión logística y el 6.67% un nivel regular. También un 37.77% de los encuestados consideran regular el e-commerce, de ellos un 11.11% presentan un nivel malo de proceso de gestión logística, un 22.22% un nivel regular y un 4.44% un nivel bueno. Por otro lado un 28.89% consideran el e-commerce como bueno, de ellos un 6.67% presentan un nivel regular de proceso de gestión logística y el 22.22% un nivel bueno.

Análisis Inferencial:

Prueba de Hipótesis

Hipótesis General

Ha: Existe relación positiva entre Gestión logística con E-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Ho: No existe relación positiva entre Gestión logística con E-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Significancia: 0.05

Regla de decisión:

Si p - valor < 0.05 , rechazar H0

Si p - valor > 0.05 , aceptar H0

Tabla 10: Correlación de Spearman entre gestión logística con e-commerce.

Correlación de Spearman entre gestión logística con e-commerce.

			Gestión Logística	E-commerce
Rho de Spearman	Gestión Logística	Coefficiente de correlación	1,000	,876
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	45	45
	E-commerce	Coefficiente de correlación	,876	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	45	45

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

De acuerdo a la tabla 10 se observa el coeficiente Rho de Spearman obtuvo un 0.876, esto indica que existe una correlación positiva alta entre Gestión Logística con el E-commerce, con un nivel de significancia del 1% (0.01). Dado que el nivel de significancia encontrado es inferior

a 0.05 ($0.000 < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, acorde a los resultados.

Hipótesis Específica 1:

Ha: Existe relación entre administración de compras y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Ho: No existe relación entre administración de compras y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 11: Correlación de Spearman entre el E-commerce con Administración de compra

Correlación de Spearman entre el E-commerce con Administración de compras

			E-commerce	Administración de Compras
Rho de Spearman	E-commerce	Coeficiente de correlación	1,000	,880**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	45	45
	Administración de Compras	Coeficiente de correlación	,880**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	45	45

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

De acuerdo a la tabla 11 se observa el coeficiente Rho de Spearman obtuvo un 0.880, esto indica que existe una correlación positiva alta entre el E-commerce con administración de compras, con un nivel de significancia del 1% (0.01). Dado que el nivel de significancia encontrado es inferior a 0.05 ($0.000 < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, acorde a los resultados.

Hipótesis específica 2:

Ha: Existe relación entre estrategias logísticas y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Ho: No existe relación entre estrategias logísticas y el e-commerce de las mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 12: Correlación de Spearman entre el E-commerce con el Estrategias Logísticas

Correlación de Spearman entre el E-commerce con el Estrategias Logísticas

			E-commerce	Estrategias Logísticas
Rho de Spearman	E-commerce	Coeficiente de correlación	1,000	,768**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	45	45
	Estrategias Logísticas	Coeficiente de correlación	,768**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	45	45

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

De acuerdo a la tabla se observa el coeficiente Rho de Spearman obtuvo un 0.768, donde indica que existe una correlación positiva moderada entre el E-commerce con Estrategias Logísticas, con un nivel de significancia del 1% (0.01). Dado que el nivel de significancia encontrado es inferior a 0.05 ($0.000 < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, acorde a los resultados.

Hipótesis específicas 3:

Ha: Existe relación entre proceso de gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Ho: No existe relación entre proceso de gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021.

Tabla 13: Correlación de Spearman entre el E – commerce con Proceso de Gestión Logística.

Correlación de Spearman entre el E – commerce con Proceso de Gestión Logística.

			E-commerce	Proceso de Gestión Logística
Rho de Spearman	E-commerce	Coefficiente de correlación	1,000	,755**
		Sig. (unilateral)	.	,000
		N	45	45
	Proceso de Gestión Logística	Coefficiente de correlación	,755**	1,000
		Sig. (unilateral)	,000	.
		N	45	45

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

De acuerdo a la tabla se observa el coeficiente Rho de Spearman obtuvo un 0.755, esto indica que existe una correlación positiva moderada entre el E-commerce con el Proceso de Gestión Logística, con un nivel de significancia del 1% (0.01). Dado que el nivel de significancia encontrado es inferior a 0.05 ($0.000 < 0.05$) se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, acorde a los resultados.

V. DISCUSIÓN

De acuerdo al objetivo e hipótesis general se muestra que existe una relación positiva y significativa entre la gestión logística y con el e-commerce, los resultados obtenidos detallan que las variables mantienen una correlación significativa perfecta. 876 y un p 0,001. Teniendo en cuenta que fueron 45 encuestados de los cuales: 33,33% indican un nivel bueno, 24,44% un nivel regular y 42,22% un nivel malo. Esto es comprobado por Rios (2018) donde obtuvo como resultados que el nivel de significancia es $p=0,000<0,05$ y una correlación de $r=0,882$. Concluyendo así que la gestión logística mantiene un efecto directo con el e-commerce y al mantener una buena contribución está satisface a los clientes de manera eficiente.

De acuerdo al objetivo e hipótesis específica 1 se muestra que existe una relación positiva y significativa entre administración de compras y el e-commerce, los resultados obtenidos detallan que las variables mantienen una correlación positiva muy fuerte .880 y un p 0,001. Teniendo en cuenta que fueron 45 encuestados de los cuales: 33,3% indican un nivel bueno, 33,33% un nivel regular y 33,3% un nivel malo. Esto es comprobado por Chaglia (2017) donde obtuvo como resultados que el nivel de significancia es $p=0,000<0,05$ y una correlación de $r=878$. Concluyendo así que la administración de compras influye significativamente en el e-commerce.

De acuerdo al objetivo e hipótesis específica 2 se muestra que existe una relación positiva y significativa entre Estrategias logísticas con el e-commerce, los resultados obtenidos detallan que las variables mantienen una correlación positiva perfecta. 768 y un p 0,001. Teniendo en cuenta que fueron 60 encuestados de los cuales: 22,22% indican un nivel bueno, 42,22% un nivel regular y 35,56% un nivel malo. Esto es comprobado por Morales (2020) donde obtuvo como resultados que el nivel de significancia es $p=0,000<0,01$ y una correlación de $r=0,752$. Concluyendo que las estrategias logísticas de las Mypes ferreteras, influye significativamente con el e-commerce.

De acuerdo al objetivo e hipótesis específica 3 se muestra que existe una relación positiva y significativa entre Proceso de gestión logística con el e-commerce, los resultados obtenidos detallan que las variables mantienen una correlación positiva perfecta .755 y un p 0,001. Teniendo en cuenta que fueron 60 encuestados de los cuales: 26,67% indican un nivel bueno, 35,56% un nivel regular y 37,78% un nivel malo. Esto es comprobado por Zúñiga (2018) donde obtuvo como resultados que el nivel de significancia es $p=0,000<0,00$ y una correlación de $r=0,937$. Concluyendo que existe relación entre el proceso de gestión logística con el e-commerce, ya que esto quiere decir que ante las opiniones del cliente se realizará mejor la atención hacia el cliente.

VI. CONCLUSIONES

En este trabajo de investigación señalamos las siguientes conclusiones:

Se evidenció la existencia de correlación positiva perfecta de nuestras variables gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021. Obteniendo como resultados ,876 y $P = .001 < .05$ rechazando así la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna.

Se evidencio la existencia de correlación positiva de la dimensión 1 Administración de compras de la variable Gestión Logística y variable e-commerce, ante ello se evidenció la correlación positiva fuerte de nuestras dimensiones Administración de compras con el e-commerce. Obteniendo como resultados, 880 y $P = .001 < .05$ rechazando así la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna.

Se demostró la existencia de correlación positiva perfecta de la dimensión 2 Estrategias Logísticas de la variable Gestión Logística y variable e-commerce, ante ello se evidenció la correlación positiva fuerte de nuestras dimensiones Estrategias logísticas con el e-commerce. Obteniendo como resultados ,768 y $P = .001 < .05$ rechazando así la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna.

Se demostró la existencia de correlación positiva perfecta de la dimensión 3 Proceso de gestión logística de la variable Gestión Logística y variable e-commerce, ante ello se evidenció la correlación positiva fuerte de nuestras dimensiones Proceso de gestión logística con el e-commerce. Obteniendo como resultados ,755 y $P = .001 < .05$ rechazando así la hipótesis nula y aceptando la hipótesis alterna.

VII. RECOMENDACIONES

Sugerimos a la Mypes ferreteras que haya implementaciones que anticipan los objetivos y para así poder brindar los recursos disponibles y generar un ahorro de dinero y tiempo, que operen su negocio en base a la productividad, la calidad y el servicio al cliente. Que cuenten con un proceso estratégico de gestión de pedidos, almacenamiento de materias primas, recursos disponibles, piezas y productos terminados de proveedores a consumidores.

Se propone, para la primera dimensión administración de compras con el e-commerce de las Mypes ferreteras, para el pedido a los proveedores de los productos a solicitar cuenten estas ya con un área de almacenamiento para tener la ubicación de los productos y contar con la lista de salida de los productos que se venden más y cuáles son los principales, para no tener una sobre carga de stock.

Se plantea, para la segunda dimensión Estrategias Logísticas con el e-commerce de las Mypes ferreteras, realice la creación de un sistema digital en la cual le permita tener el control de sus productos y asimismo facilitar la venta desde la vía online, teniendo como objetivo el tiempo de entrega del servicio al cliente.

Se propone, para la tercera dimensión Proceso de gestión logística con el e-commerce de las Mypes ferreteras, Implemente puntos de adquisición de los productos que llegan hasta los puntos de consumo que vendría a ser el cliente, tener un ambiente sistematizado con procesos para completar tareas de forma estandarizada y optima y obtener los mejores resultados, con el fin de ser más competitivos y accesible para los consumidores.

REFERENCIAS

Abdelazim, N., García, I. y González, Z. (2019). *E-commerce vs. Tienda física. El packaging como elemento de influencia en la compra*. Revista internacional de investigación e innovación tecnológica, Volumen 7(38), pp.53-97.

Aliaga, D. & Flores, W. (2017). *Influencia del e-commerce en el desempeño de las mypes del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra*. (Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en International Business). Universidad San Ignacio De Loyola, 2017.

Ballaou, R. (2004). *Logística: administración de la cadena de suministro*. Mexico: Person educación de Mexico, S.A.

Bayardo, M. G. M. (1987). *Introducción a la metodología de la investigación educativa*. Editorial Progreso.

Bravo, T. F. (2019, noviembre, 6). Perú tiene el ticket más alto en compras online. *Ecommerce news*
<https://www.ecommercenews.pe/comercio-electronico/2019/peru-tiene-el-ticket-mas-alto-en-compras-online.html>

Campoverde, M. y Cayetano, A. (2017). *Diseño de un manual de gestión logística en el almacén de la empresa Star Office de la ciudad de Guayaquil*.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/20708/1/TESIS%20CAMPOVERDaaaE%20aaa0QUIMIS%20MARIA%20FERNANDA%20aaa%20CAYETANO%20ARREAGA%20ALFREDO%20EDWARD.pdf>

Cisneros, E. (2017). *E-commerce. Perú: Editora Macro EIRL*. De la Encarnación, A. (2017). *Gestión comercial y servicio de Atención al cliente*. España: Ediciones paraninfo

Comercio electrónico, *El gran ganador de la pandemia en América Latina* (2020, octubre 3). *Gestión*
<https://gestion.pe/mundo/internacional/comercio-electronico-el-gran-ganador-de-la-pandemia-en-a>

Chiner, E. (2011). *Materiales docentes de la asignatura Métodos, Diseños y Técnicas de Investigación Psicológica*.
<http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/19380>.

Crowder, M., Kimber, A., Smith, R. y Sweeting, T. (2017). *Statistical analysis of reliability data*. Chapman & Hall.
<https://books.google.com.pe/books?id=cGQDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=statistical+reliability&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjQucGUwIDtAhUxAtQKHQInBPEQ6AEwBHoECAYQAg#v=onepage&q=editorial&f=false>.

De la Encarnación, A. (2017). *Gestión comercial y servicio de Atención al cliente*. España: Ediciones paraninfo

Fernandez , herandez y baptista (2012). *Diseños no experimentales*.
<http://tesisdeinvestig.blogspot.com/2012/12/disenos-no-experimentales-segun.html>

Fernández, M. (2019). *La logística y la calidad de la gestión de la empresa S&S CORPORACIÓN LOGÍSTICA SRL, Callao, 2019* (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Callao, Perú.

García, F. (2004). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Editorial Limusa

Girón, J. (2018). *El marketing digital y el e-commerce en las Empresas agroexportadoras de la provincia de barranca 2017*. Tesis de pregrado. Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión. Huacho - Perú.

Guzmán, A. (2018). *El S-commerce: La innovación a través de Medios Sociales*. *Journal of Technology Management & Innovation*, volume 13(1), pp. 24-27.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación* (6a. ed. --.). México D.F.: McGraw-Hill.

Lacalle, G. (2013). *Gestión logística y comercial*. Madrid: Editorial editex S.A

Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial, Lima 2017* (tesis de pregrado). Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú.

León, H. (2016). *Metodología de la investigación: Propuesta, anteproyecto y proyecto*.
<https://books.google.com.pe/books?id=COzDDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=león+2016&hl=es->

León, J. & Corozo, D. (2017). *Mejora al proceso de gestión comercial en la Empresa 29 Fomentcorp S.A.* (Tesis pregrado). Universidad De Guayaquil, Ecuador.

Lozano, J. (2003). *Investigación Aplicada: Definición, Propiedad Intelectual e Industria*

Martínez, J., y Rojas, F. (2016). *Comercio electrónico*. Ediciones Paraninfo.

Mora, L. (2016) *Gestión logística integra las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Ediciones ECOE
https://corladancash.com/wp-content/uploads/2018/11/Gestion-logistica-integral_-Las-Luis-Anibal-Mora-Garcia.pdf

Mieles, J., Albán, A., Valdospin, J. y Vera, D. (2018). *E-Commerce: Un Factor Fundamental Para El Desarrollo Empresarial En El Ecuador / E-Commerce: A Fundamental Factor For Business Development In Ecuador*. Revista Científica ECOCIENCIA, Tomo 2018.

Mora, L. (2012). *Gestión logística integral*. Bogotá, Colombia: Ecoe Ediciones. S.R.L.,I.I. (12 de Febrero de 2014).

Morales, K. (2018). *Modelo de Gestión Logística para mejorar la eficiencia del Midas - Valencia, 2016 (Tesis de pre grado)*. Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.
<https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4593/Morales%20Guerrero.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Morales, K. (2020). *Gestión Logística y Negocio Electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020*. (tesis de pre grado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Peru.
https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/57258/Morales_VKL-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Núñez, M. (2007). *Las variables: estructura y función en hipótesis*.
<http://C:/Users/Usuario/Downloads/4785-Texto%20del%20art%C3%ADculo-16163-1-10-20140312.pdf>

Quadra, T. y Piñar, J. (2018). *Sociedad digital y derecho*. Madrid : Imprenta nacional del boletín

Ríos, R. (2018). *Influencia de la Gestión Logística en la determinación del costo de ventas en la empresa comercial Sekur Perú S. A. 2017 (tesis de pregrado)*. Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú.

<http://repositorio.unsa.edu.pe/bitstream/handle/UNSA/7299/COrigary.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Serrano, M. J. E. (2013). *Gestión logística y comercial*. Ediciones Paraninfo, SA.

Somalo, I. (2017). *El comercio electrónico: Una guía completa para gestionar la venta online*.
https://books.google.com.pe/books?id=T1dqDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=QUE+ES+ecommerce+2019&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwivsMyK_tXiAhWMtVkKHQFJDP8Q6AEINjAC#v=onepage&q=QUE%20ES%20ecommerce%202019&f=false

Valderrama, S. (2016). *Pasos para elaborar proyectos de investigación científica*. Lima, Perú: San Marcos E.I.R.L.

Zuñiga, S. (2018). *La Gestion Logistica y La Calidad de Servicio en los colaboradores de La Empresa Transa S.A, Ate 2018*. (tesis de pre grado). Universidad Cesar Vallejo, Lima, Peru.

Becerra, L. Y Horna, M. (2019) *Estandarización de procesos del Área Logística y su Impacto en la Rentabilidad de una Empresa de calzado de Trujillo, año 2019. (Tesis de pre grado). Universidad Privada del Norte*
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22484/Becerra%20Cabanillas%20Lesly%20%20Horna%20Garcia%20Maribel%20Consuelo.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Llerena, B. Y Mauricio, A. (2021) *Factores asociados a la adopción del E-commerce en Mypes de cosmética natural en el Perú. (tesis de pre grado)*. Pontificia Universidad Católica del Perú
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20228/LLERENA_MONTA%c3%91EZ_MAUROCIO_VELASQUEZ_2021-09-01.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Quintero, A. Y Sotomayor, J. (2018) *Propuesta de mejora del Proceso Logístico de la Empresa Tramacoexpress cia.ltda del cantón Durán*. (Tesis de pre grado). Universidad De Guayaquil
<https://docplayer.es/112034463-Titulo-de-la-tesis-propuesta-de-mejora-del-proceso-logistico-de-la-empresa-tramacoexpress-cia-ltda-del-canton-duran.html>

Sullca Sierra, N. E. (2018). *Gestión Logística y Productividad en el sector textil de la empresa MODAS SHALOM EIRL San Juan de Lurigancho 2018*.

Shuang, Y. (2019) Logistics Distribution in E-Commerce Environment. (Tesis de pre grado). Universidad de Ciencias Aplicada de Savonia
<https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/226642/LOGISTICS%20DISTRIBUTION%20IN%20E-COMMERCE%20ENVIRONMENT.shuang%20yue.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

“Relación entre el proceso y comportamiento del consumidor de los supermercados” (p. 3), A, Chaglia, 2017, Universidad Politecnica salesiana del Ecuador
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/15087/1/UPS-GT002050.pdf>

ANEXOS

Anexo 1: Operacionalización de variables

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE GESTIÓN LOGÍSTICA

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICION GESTION LOGISTICA	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION
Gestión Logística	Mora (2016) Afirma: “Gestión Logística como: La logística tiene una función interdisciplinaria que asocia las distintas áreas de la empresa, desde la programación de compras al del servicio postventa; transitando por el abastecimiento de materias primas; la planificación y gestión de la fabricación; el almacenaje, manipuleo y control de	La gestión logística está relacionada con aprovisionamiento de materia prima e insumos, producción, almacenaje, distribución y el servicio al cliente. Esta variable fue medida por medio de análisis documentario e información brindada por las empresas encuestadas.	administración de compras	planeación de compras	
				procedimiento del área de compras	
				logística y administración de compras	(1)nunca
			estrategias logísticas	costos e indicadores de gestión logística	(2)casi nunca
			tendencias y proyección de la logística integral	(3) algunas veces	
			proceso de	sistema de	(4)casi

	stock, empaques, embalajes, acarreo, repartición física y los flujos pertenecientes a la información". (p.26)		gestión logística	recepción de mercadería	siempre
				control de inventarios	(5) siempre

Fuente: Elaboración Propia

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LA VARIABLE E-COMMERCE

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION E-COMMERCE	DIMENSIONES	INDICADORES
E-commerce	Martínez y Rojas (2016) Sustenta que: El comercio electrónico implica el sistema por el cual se lleva a cabo una transacción comercial que por medio del internet intercambian dinero En otras palabras, el objetivo del e-commerce presenta como desafíos actuales: confianza en los medios de pago electrónico, problemas de carácter logístico y seguridad digital.	Se realizara un cuestionario Likert con 18 preguntas y cada uno de los indicadores están relacionados con la dimensiones.	confianza en los medios de pago electrónico	medios de pago
				nivel de confianza
				experiencia
			problemas de carácter logístico	canales de distribución
				tiempo de entrega
				mecanismos comerciales
			seguridad digital	perspectiva del cliente
				protección de datos
				confidencialidad

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 2: Matriz de consistencia

Matriz de Consistencia

Título: Gestión logística y El e-commerce de las Mypes Ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador - Lima, 2021

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	ITEMS
------------------	------------------	------------------	------------------	--------------------	--------------

<p>Problema general: ¿Qué relación existe entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?</p> <p>Problemas específicos: ¿qué relación existe entre la dimensión administración de compras con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?</p> <p>¿Existe relación entre la dimensión estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?</p> <p>¿Existe relación entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021?</p>	<p>Objetivo general: Determinar la relación que existe entre la gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Objetivos específicos: Determinar la relación que existe entre la dimensión administración de compras y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Determinar la relación que existe entre la dimensión estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Determinar la relación que existe entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p>	<p>Hipótesis general: Existe relación entre la gestión logística y con el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Hipótesis específicas: Existe relación entre la dimensión administración de compras y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Existe relación entre la dimensión estrategias logísticas y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p> <p>Existe relación entre la dimensión proceso de gestión logística y el e-commerce de las Mypes ferreteras en el Distrito de Villa el Salvador, Lima, 2021</p>	<p>Variable 1: Gestión logística</p> <p>Variable 2: E-commerce</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● administración de compras ● estrategias logísticas ● proceso de gestión logística ● confianza en los medios de pago electrónico ● problemas de carácter logístico ● seguridad digital 	<p>18 preguntas para 1 variable</p> <p>18 preguntas para 2 variable</p> <p>Escala de medición: Escala de Likert</p>
--	--	---	--	--	---

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS

SEÑOR(A):

Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las variables de estudio de mi proyecto de investigación relacionadas con las estrategias de marketing y la exportación. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.

INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:

Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)

CUESTIONARIO

VARIABLE: GESTION LOGISTICA

DIMENSIONES	INDICADORES	VALORES DE LA ESCALA				
		UNCA	OCAS VECES	ALGUNAS VECES	ASI SIEMPRE	SIEMPRE
	PLANEACIÓN DE COMPRAS					
ADMINISTRACION DE COMPRAS	1. ¿Considera usted que en su negocio, se debería de implementar un software, que ayude a ingresar los factores de compra de las mercaderías con el fin de mejorar su rentabilidad?					
	2. ¿Cree usted que si su empresa se queda sin stock por un periodo, representa reducción en la rentabilidad?					
	3. ¿Considera usted que el área de compras es indispensable en una empresa?					
	PROCEDIMIENTO DEL AREA DE COMPRAS					
	4. ¿Realiza usted un control de					

	inventario previo, para la realización de sus compras?					
	5. ¿Realiza alguna programación de compras y entregas?					
	6. ¿Ud. implementaría un software en su negocio que le ayude a mejorar su proceso logístico de compras?					
	LOGISTICA Y ADMINISTRACION DE COMPRAS					
	7. ¿Considera que en su empresa se realizan conteos de stocks diarios con el fin de mejorar la rentabilidad?					
	8. ¿Cree usted que tener el almacén ordenado teniendo a la mano los productos que más se comercializan sería mucho al momento de la llegada de mercadería?					
	9. ¿Considera usted necesario realizar un previo análisis a sus proveedores, para la realización de sus compras?					
ESTRATEGIAS LOGÍSTICAS	COSTOS E INDICADORES DE GESTIÓN LOGÍSTICA					
	10. ¿Cree usted que buscar reducir costos en los procesos logísticos afectaría en la rentabilidad?					
	11. ¿Cuenta usted con una gestión logística en su empresa ?					
	TENDENCIAS Y PROYECCIÓN DE LA GESTIÓN LOGÍSTICA					
	12. ¿Considera usted que hacer proyecciones sobre cómo las nuevas tendencias de mejora logística sería un buen alcance para su empresa?					
	13. ¿Usted asiste a charlas sobre nuevas tendencias de proyecciones logísticas?					
	SISTEMA DE RECEPCION DE MERCANCIA					

PROCESOS DE GESTIÓN LOGÍSTICA	14. ¿Considera que en su empresa se utiliza un software para ingresar las facturas de compra de las mercancías con el fin de mejorar la rentabilidad?					
	15. ¿Considera que en su empresa se utiliza equipos para apoyar durante la descarga y ordenar los productos con el fin de mejorar la rentabilidad?					
	CONTROL DE INVENTARIOS					
	16. ¿Cree usted que los criterios para almacenar los productos en el almacén de su empresa afectan en la rentabilidad de esta?					
	17. ¿Realiza ud. inventarios en su negocio para tener el control sobre el stock necesario de productos?					
	18. ¿Cree usted necesario realizar un control de inventario en su negocio para tener un mejor control?					

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
SEÑOR(A):	
<p>Tengo el agrado de dirigirme a usted con el objetivo de solicitarle muy gentilmente unos minutos de su tiempo para poder rellenar esta encuesta que a continuación se observa. Cabe mencionar que el propósito de dicha encuesta que ha sido elaborada con fines universitarios, servirán para recopilar datos informativos acerca de las variables de estudio de mi proyecto de investigación relacionadas con estrategia de marketing y la exportación. Le agradezco de antemano su tiempo, comprensión y colaboración brindada.</p> <p>INSTRUCCIONES: A continuación se presenta una serie de preguntas, las cuales Usted deberá responder marcando con un aspa (x) la respuesta que considere conveniente. Considere lo siguiente:</p> <p>Siempre (5) – Casi Siempre (4) – Algunas Veces (3) – Pocas Veces (2) – Nunca (1)</p>	
CUESTIONARIO	
VARIABLE: E- COMMERCE	
	VALORES DE LA ESCALA

DIMENSIONES	INDICADORES	unca	ocas peces	veces	asi siempre	siempre
CONFIANZA EN LOS MEDIOS DE PAGO ELECTRÓNICO	MEDIOS DE PAGO					
	Los e-commerce le brindan herramientas de pago como cuentas bancarias, transacciones directas, paypal, etc; con qué frecuencia Ud. ¿ha utilizado estas herramientas en sus compras?					
	2. Ud. ¿Considera seguros los sistemas de pago online de las empresas con e-commerce?					
	3. Ud. ¿Actualmente utiliza algún medio de pago digital para su negocio?					
	NIVEL DE CONFIANZA					
	4. A ud. ¿le da seguridad comprar por internet ya que brinda sus datos de su tarjeta bancarias al realizar compras o hacer transacciones?					
	5. A Ud. ¿Le resulta confiable realizar pagos electrónicos?					
	6. ¿Considera Ud. que el poder elegir el método de pago ofrecido por la empresa le garantiza seguridad?					
	EXPERIENCIA					
	7. ¿Ha tenido una buena experiencia al hacer uso de los medios de pagos electrónicos al realizar una compra online?					
	CANALES DE DISTRIBUCIÓN					

PROBLEMAS DE CARÁCTER LOGÍSTICO	¿Las empresas de comercio electrónico donde Ud. ha comprado utilizan intermediarios para el envío del producto?					
	¿Considera Ud. que los canales de distribución de los e-commerce son adecuados y eficientes?					
	TIEMPO DE ENTREGA					
	¿Las empresas con e-commerce cumplen con el tiempo de entrega ofrecido?					
	¿Considera Ud. que el tiempo de entrega del producto es fundamental para la empresa?					
	MECANISMOS COMERCIALES					
	Ud. ¿Está de acuerdo con los mecanismos de pagos electrónicos que usan los e-commerce?					
SEGURIDAD DIGITAL	PERSPECTIVA DEL CLIENTE					
	Ud. ¿Ha tenido alguna mala experiencia en el manejo de su información personal?					
	¿Considera Ud. que es vulnerable a fraudes financieros?					
	PROTECCIÓN DE DATOS					
	¿Cree Ud. que las empresas que venden productos y servicios por internet cumplen con protocolos de seguridad respetando los datos personales brindados por el cliente?					
	16. ¿Ud. lee el documento de privacidad de datos antes de brindar alguna información personal?					
	CONFIDENCIALIDAD					
17. ¿Ud. se siente seguro de la protección y manejo de datos dados por las empresas que utilizan el e-commerce?						

	18 ¿Cree Ud. que las empresas que utilizan el e-commerce sus clientes se sienten seguros al compartir sus datos de su tarjeta?					
--	--	--	--	--	--	--

Anexo 3: Validez y confiabilidad del instrumento

Tabla 1: Validez de instrumento por juicio de expertos

Expertos	A plicable	Po rcentaje
Dr. Márquez Caro, Fernando Luis	A plicable	85 %
Dra. Michca Maguiña, Mary Hellen Mariela	A plicable	85 %
Dr. Pasache Ramos, Máximo Fidel	A plicable	85 %

Tabla 2: Variable 1

Resumen de procesamiento de casos

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

		0	
--	--	---	--

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,910	18

Tabla 3: Variable 2

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	20	100,0
	Excluido.	0	,0
	Total	20	100,0

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

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,937	18



Anexo 4: Validación de expertos del instrumento de investigación

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Dr. Márquez Caro Juan Orlando
- I.2. Especialidad del Validador: _Dr. Administración
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

I.5. Autor del instrumento: Pillaca Quispe, Doris del Carmen, Vilcapaza Cordova
Yasmin Diana

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	eficiente 0-20%	Regular 1-40%	bueno 1-60%	Muy bueno 1-80%	Excelente 1-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					
AD OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica					
CIA PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					
AD ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.					
CIA SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					
CIA CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					
CIA COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
LOGÍA METODOLÓGICA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						5%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



.....
Dr. Márquez Caro Juan Orlando

DNI: 09075930

Teléfono: 996 956 224

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			

Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Variable: E- commerce

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			

Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



.....
Dr. Márquez Caro Juan Orlando

DNI: 09075930

Teléfono: 996 956 224



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Dra. Mary Hellen Mariela Michca Maguiña
- I.2. Especialidad del Validador: _Dra. Administración de la educación
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Pillaca Quispe, Doris del Carmen, Vilcapaza Cordova Yasmin Diana

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICAD	CRITERIOS	D		uy	E
---------	-----------	---	--	----	---

CATEGORÍAS		eficiente	regular	buena	bueno	excelente
		0-20%	1-40%	1-60%	1-80%	1-100%
	CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				
AD	OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica				
CIA	PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				
AD	ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				
ACCIÓN	ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				
CIA	SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				
	INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación				
NCIA	CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				
CIA	COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				
LOGÍA	METODOLÓGICA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				
PROMEDIO DE VALORACIÓN						5%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



.....
.....

Dra. Mary Hellen Mariela Michca

Maguiña

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			

Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Variable 2: E- commerce

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			

Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



Maguiña

.....
Dra. Mary Hellen Mariela Michca

DNI: 41478652

Teléfono: 995801023

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

- I.1. Apellidos y nombres del Validador: Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos
- I.2. Especialidad del Validador: _Mg. Ingeniero Economista
- I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente Universidad César Vallejo
- I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario
- I.5. Autor del instrumento: Pillaca Quispe, Doris del Carmen, Vilcapaza Cordova Yasmin Diana

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	eficiente 0-20%	Regular 1-40%	Bueno 1-60%	Muy bueno 1-80%	Excelente 1-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					
AD	OBJETIVIDAD					
CIA	PERTINENCIA					
AD	ACTUALIDAD					
ACCIÓN	ORGANIZACIÓN					
CIA	SUFICIENCIA					
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					
NCIA	CONSISTENCIA					

	campo que se está investigando.					
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					
PROMEDIO DE VALORACIÓN						5%

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Se sugiere revisar definiciones y literatura la variable a trabajar. Sí cumple con la valoración requerida.

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN:

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



.....
Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos

DNI: 07903350

Teléfono: 985 997 741

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: Gestión Logística

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			

Ítem 3			
Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Variable 2: E- commerce

INST RUMENTO	SU FICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INS UFICIENTE
Ítem 1			
Ítem 2			
Ítem 3			

Ítem 4			
Ítem 5			
Ítem 6			
Ítem 7			
Ítem 8			
Ítem 9			
Ítem 10			
Ítem 11			
Ítem 12			
Ítem 13			
Ítem 14			
Ítem 15			
Ítem 16			
Ítem 17			
Ítem 18			

Los Olivos, 7 de Junio del 2021.



.....

Mg. Máximo Fidel Pasache Ramos

DNI: 07903350

Teléfono: 985 997 741