



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE

NEGOCIOS INTERNACIONALES

“Inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos internacionales de la Empresa F & A Logistic Group S.A.C en el periodo 2016-2018”.

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:

Licenciada en Negocios Internacionales

AUTOR:

Caycho Balboa, Melannie Mitzi (ORCID: 0000-0002-0442-608X)

ASESOR:

Espinoza Casco, Roque Juan (ORCID: 0000-0002-1637-9815)

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA – PERÚ

2019

DEDICATORIA

Dedico esta tesis a mi familia en especial a mi abuela y a mi madre. Por su enorme apoyo incondicional pese a distintas dificultades que me tomo hacer este trabajo. Gracias por ser mi motivación más grande para seguir adelante y ser perseverante, por confiar, creer en mí y ayudarme a conseguir todas mis metas, este trabajo se las dedico a ustedes.

AGRADECIMIENTO

Principalmente, quiero agradecer a Dios, que es quien ha alumbrado mi camino y cada paso que he dado en este proceso, a mis abuelos y mis padres por acompañarme, darme apoyo incondicional y motivación, por ser la razón para seguir creciendo como profesional. También agradezco tanto y en especial a los asesores de mi Universidad, que fueron mi guía en cada semana, siempre con críticas constructivas, buenas ideas, valoro mucho su tiempo y dedicación a cada uno de ellos y gracias por permitirme llegar al final de este grandioso camino.

Agradezco también a mis compañeras de estudio Jennifer, Katherin y Karen que estuvieron conmigo durante el año, fueron base para tener más ideas y fortalecer mis habilidades tanto internas como externas, recorrimos juntos un extenso camino lleno de altibajos, pero finalmente llegamos a la última etapa de nuestras metas.

Página del jurado

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

ÍNDICE

Carátula	i
Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Página del jurado	iv
Declaración de autenticidad	v
Índice	vi
Índice de tablas	vii
Índice de figuras	viii
Resumen	ix
Abstract	x
I. INTRODUCCIÓN.....	11
II. MÉTODO.....	39
2.1. Diseño de investigación	39
2.2. Variables, operacionalización.....	44
2.3 Población y muestra.....	43
2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.	44
2.5. Métodos de análisis de datos.....	45
2.6. Aspectos éticos	45
III. RESULTADOS	46
IV. DISCUSIÓN	83
V. CONCLUSIONES	85.
VI. RECOMENDACIONES	86
REFERENCIAS	88
ANEXOS	89

Índice de Tablas

TABLA 1: MUESTRA NO PROBABILÍSTICA.....	44
TABLA 2: DOCUMENTOS PARA EXPORTACION DEFINITIVA	46
TABLA 3: PORTAL SUNAT PARA LA TRAZABILIDAD	47
TABLA 4: DOCUMENTOS PARA IMPORTACION DE CONSUMO	48
TABLA 5: MERCANCIAS RESTRINGIDAS Y PROHIBIDAS.....	49
TABLA 6: REGIMENES ADUANEROS MARITIMOS O AEREOS.....	50
TABLA 7: CERTIFICADO DE OPERADOR ECONOMICO AUTORIZADO	51
TABLA 8: TRADE MAP PARA INFORMACION DE PRODCUTOS	52
TABLA 9: VALOR IMPORTADO O EXPORTADO EN TRADE MAP	53
TABLA 10: PAISES PROVEEDORES A TRAVES DE TRADE MAP	54
TABLA 11: PAISES DEL COMERCIO BILATERAL EN TRADE MAP	55
TABLA 12: SOCIOS COMERCIALES EN TRADE MAP.....	56
TABLA 13: CIFRAS DE EXPORTACION A TRAVES DE SIICEX	57
TABLA 14: DATOS DE PRODUCTOS IMPORTADOS EN SIICEX.....	58
TABLA 15: ESTUDIO DE MERCADO EN SIICEX	59
TABLA 16: EMPRESAS EXPORTADORAS EN SIICEX	60
TABLA 17: CAPTACION DE CLIENTES A TRAVES DE SIICEX.....	61
TABLA 18: RUTAS COMERCIALES EN LA DISTRIBUCION.....	62
TABLA 19: MERCANCIAS FRAGILES Y PELIGROSAS	63
TABLA 20: BUENAS PRACTICAS DE ALMACENAMIENTO	64
TABLA 21: MEDIOS DE TRANSPORTE	65
TABLA 22: PERDIDA O DAÑO DE MERCANCIAS	66
TABLA 23: TERCERIZACION DE SERVICIOS	67
TABLA 24: RESULTADO DE INGRESOS EN LOS SERVICIOS.....	68
TABLA 25: TRANSMISION DE LA DUA	69
TABLA 26: CERTIFICADO DE ORIGEN	70
TABLA 27: DOCUMENTACION PARA LA NACIONALIZACION.....	71
TABLA 28: DEUDAS TRIBUTARIAS.....	72
TABLA 29: TRIBUTOS ADUANEROS	73
TABLA 30: AGENTE DE ADUANAS EN AFORO FISICO	74
TABLA 31: RIESGO DE MERCANCIAS.....	75
TABLA 32: INTERPRETACIÓN DE ALFA DE CRONBACH.....	76
TABLA 33: VALIDACIÓN	76
TABLA 34: ALFA DE CRONBACH	76
TABLA 35: PRUEBA DE NORMALIDAD.....	77
TABLA 36: COEFICIENTE DE CORRELACIÓN.....	78
TABLA 37: HIPÓTESIS GENERAL	78
TABLA 38: HIPÓTESIS ESPECIFICAS 1	79
TABLA 39: HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 2	80
TABLA 40: HIPÓTESIS ESPECÍFICAS 3	81

Índice de Figuras

FIGURA 1 RESULTADO DE DOCUMENTOS PARA EXPORTACIÓN	46
FIGURA 2 RESULTADO DE TRAZABILIDAD EN SUNAT	47
FIGURA 3 RESULTADO DE DOCUMENTOS PARA IMPORTACIÓN.....	48
FIGURA 4 RESULTADO DE LAS MERCANCÍAS RESTRINGIDAS	49
FIGURA 5 RESULTADO DE REGÍMENES ADUANEROS	50
FIGURA 6 RESULTADO DE LA OEA	51
FIGURA 7 RESULTADO DE PRODUCTOS EN TRADE MAP.....	52
FIGURA 8 RESULTADO DE VALORES IMPORTADOS	53
FIGURA 9 RESULTADO DE PAÍSES PROVEEDORES EN TRADE MAP.....	54
FIGURA 10 RESULTADO DE BÚSQUEDA DE EMPRESAS EN TRADE MAP.....	55
FIGURA 11 RESULTADO DE SOCIOS COMERCIALES EN TRADE MAP	56
FIGURA 12 RESULTADO DE PRODUCTOS MEDIANTE SIICEX.....	57
FIGURA 13 RESULTADO DE PRODUCTOS IMPORTADOS EN SIICEX.....	58
FIGURA 14 RESULTADO DE ESTUDIO DE MERCADO EN SIICEX	59
FIGURA 15 RESULTADO DE EMPRESAS EXPORTADORAS EN SIICEX	60
FIGURA 16 RESULTADO DE CAPTACIÓN DE CLIENTES EN SIICEX.....	61
FIGURA 17 RESULTADO DE RUTAS COMERCIALES	62
FIGURA 18 RESULTADO DE MERCANCÍAS FRÁGILES	63
FIGURA 19 RESULTADO DE ÓPTIMOS ALMACENAMIENTOS	64
FIGURA 20 RESULTADO DE MEDIOS DE TRANSPORTE	65
FIGURA 21 RESULTADO DE PÉRDIDA DE MERCANCÍAS	66
FIGURA 22 RESULTADO DE TERCERIZACIÓN DE SERVICIOS.....	67
FIGURA 23 RESULTADO DE INGRESO EN LOS SERVICIOS	68
FIGURA 24 RESULTADO DE TRANSMISIÓN DE LA DUA	69
FIGURA 25 RESULTADO DE CERTIFICADO DE ORIGEN.....	70
FIGURA 26 RESULTADO DE DOCUMENTACIÓN PARA NACIONALIZAR	71
FIGURA 27 RESULTADO DE DEUDAS TRIBUTARIAS	72
FIGURA 28 RESULTADO DE TRIBUTOS ADUANEROS.....	73
FIGURA 29 RESULTADO DE AGENTE DE ADUANA.....	74
FIGURA 30 RESULTADO DE RIESGO DE MERCANCÍAS.....	75
FIGURA 31 RESULTADO DE LA HIPÓTESIS GENERAL.....	79
FIGURA 32 RESULTADO DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 1	80
FIGURA 33 RESULTADO DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 2	81
FIGURA 34 RESULTADO DE LA HIPÓTESIS ESPECÍFICA 3	82

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo principal establecer la relación que existe entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos de la empresa f & a logistic group s.a.c 2016-2018. El diseño de investigación ejecutado es no experimental, así como el tipo de investigación descriptiva – correlacional ya que se mide la relación de ambas variables estudiadas en un tiempo determinado. Además, la técnica utilizada, es la encuesta y como instrumento es el cuestionario con escala de likert, para recoger información verídica que sirva de ayuda para la investigación. Para poder descubrir si existe relación o no entre las dos variables, se usó la prueba de correlación de pearson en donde se obtuvo una correlación positiva moderada entre las dos variables estudiadas de 0,651 y un nivel de significancia 0,000 el cual es menor a 0,05 de manera que se acepta la hipótesis general establecido en la investigación, así como también el portal sunat y su gestión de servicios logísticos tiene una correlación de 0,490 lo que significa que es positiva moderada, la plataforma trade map y su gestión de servicios logísticos tiene una correlación positiva moderada con 0,539, y finalmente la plataforma siicex y gestión de servicios logísticos tiene una correlación positiva moderada con un 0,370. Esto resalta entonces que es sumamente importante tener en cuenta todos los factores que comprenden el realizar una gestión logística, más que nada conocer que plataformas usar para recoger datos estadísticos o información, ya que con ello se tiene ventaja para un mejor proceso o actividad logística.

Palabras claves: Inteligencia Comercial, Gestión logística.

ABSTRACT

The main objective of this research is to establish the relationship between commercial intelligence and logistics services management of the company f & a logistic group s.a.c 2016-2018. The design of executed research is non-experimental, as well as the type of descriptive - correlational research since the ratio of both variables studied in a given time is measured. In addition, the technique used is the survey and as an instrument is the likert-scale questionnaire, to collect truthful information that will help research. In order to find out if there is a relationship between the two variables or not, the pearson correlation test was used where a moderate positive correlation was obtained between the two variables studied of 0.651 and a level of significance 0.000 which is less than 0.05 so that the general hypothesis established in the research is accepted, as well as the sunat portal and its logistics services management has a correlation of 0.490 which means that it is positive moderate, the trade map platform and its logistics services management have a moderate positive correlation with 0.539, and finally the siicex platform and logistics services management has a moderate positive correlation with 0.370. This then highlights that it is extremely important to take into account all the factors that comprise performing a logistics management, more than anything to know what platforms to use to collect statistical data or information, since this has an advantage for a better process or logistics activity.

Keywords: Bussines Intelligence, Logistic managemen

I. INTRODUCCIÓN

Contemplando a la **Realidad Problemática** enfatiza que con la globalización vinieron diversas consecuencias al comercio internacional, es por ello que casi la totalidad de los países se ven comprometidos a esparcirse hacia diversos mercados competitivos, con ello se motiva a generar un libre comercio en los mercados. Por ello la Inteligencia de Negocios o Comercial comprende todas las aplicaciones, herramientas y métodos o prácticas que permiten el acceso y análisis de datos e información.

Por ende, es de suma importancia que el Business Intelligence o Inteligencia de Negocios sea considerado esencialmente ya que son unas herramientas de soporte de decisiones que habilitan en tiempo real, un acceso interactivo, manipulación y análisis de información crítica para la empresa. En la actualidad el concepto de Inteligencia de Negocios contiene una extensa categoría de aplicaciones, tecnologías y metodologías que permiten reclutar, acceder, transformar y analizar datos, transacciones e información no constituida (interna y externa), con la finalidad de apoyar a los beneficiarios de una empresa a obtener óptimas decisiones de negocio. Esto se lograría si se realiza mediante consultas, reportes, etc. o también haciendo uso del análisis y conversión en conocimiento para un buen rendimiento empresarial.

En el ámbito logístico el Business Intelligence o inteligencia comercial es favorable para crear cuadros de orden de control, de lo cual te permitan medir a través de indicadores los diferentes procesos logísticos. Dichas imágenes de control nos permiten, en ciertos casos, calcular la eficacia de estos procesos logísticos a través de gestiones de distintos ángulos en tiempo actual. La Inteligencia Comercial puede ser muy valiosa en la logística, puesto que puede brindar transparencia y claridad en la cadena de suministro, consiguiendo que se dé una simulación de situaciones, unas mejoras en cualquier indicador de calidad o servicio, con lo cual se podrá conseguir una diferencia con los competidores. Por ejemplo, se pueden realizar cuadros informáticos de control para medir el desempeño de un almacenamiento, para medir rotación y reservas de productos al interior de este. Además se pueden formar cuadros de mando para inspeccionar la capacidad de una flota de vehículos, calculando el número de los clientes atendidos, los tiempos estimados de viaje promedio o incluso controlar la distancia total que recorre la flota.

A nivel mundial los países utilizan la inteligencia comercial como una herramienta para poder promover la progresión de gestión de servicios logísticos. Además de gestionar información comercial de las empresas, gestión de indicadores, análisis de tendencias y establecimiento de propósitos de venta, generación de tableros de control y los KPI (Key Performance indicators) con el objetivo de brindar respaldo a las áreas comerciales y la toma de decisiones. A través de la tecnología y herramientas informáticas se identifica, analiza y descubre información muy relevante para la empresa, desde procesos mal optimizados hasta productos que dan un gran rendimiento y que no se están aprovechando al máximo. Por ello la Inteligencia de negocios o comercial ha favorecido a las empresas logísticas a renovar y perfeccionar sus procesos, asimismo economiza una gran cantidad de recursos.

Casi a toda la totalidad de los países del continente latinoamericano la falta de buenas herramientas puede causar una pérdida en competitividad a las empresas, reduciéndole su cuota de mercado y sus beneficios. Esto sucedía por falta de información o por desinterés de estos. Sin embargo, hoy en día son más las empresas que están adaptando este tipo de tecnología por sus grandes beneficios, de hecho, las que ya han empezado a usarlo se han desmarcado de sus competidores, ganando poco a poco una mayor cuota de mercado. Los modos comunes que tienen los mercados al realizar una iniciación económica cada vez más enorme generan que la mayoría de las empresas efectúen un desarrollo de optimización perenne y un alto rendimiento en sus técnicas y con ello poder producir una rentabilidad que les conceda ser continuos en el mercado por tiempos prolongados. Actualmente en los mercados hay una amplia gama de tecnología de Inteligencia Comercial que las empresas pueden implementar en sus procesos logísticos.

Por ello Kunaq, que es un sistema de inteligencia comercial web, en la cual brinda datos estadísticos referidos a diversas empresas donde encuentras información necesaria con respecto a sus actividades de comercio exterior como por ejemplo, datos actualizados de Aduanas, información por serie, indicando origen, destino, consignatario, agencia de aduana, agencia de carga, partida arancelaria, descripción de mercancía y tributos, además con respecto al soporte de toma de decisiones, encontramos análisis de comportamiento de operaciones de importación y exportación por empresas y productos, datos estadísticos de comercio exterior en distintos niveles y diversos procedimientos de agrupación; con toda la información dada viene a ser un consejero de comercio exterior, puesto que cada dato sirve para que una empresa obtenga óptimos resultados, de la misma manera sucede con las

herramientas logísticas como Trade Map, Siicex o el portal web Sunat que del mismo modo brindan esta información con la cual puedan desarrollar e incrementar su competitividad en los negocios, sea cual sea el rubro en el que estén ubicados.

A nivel nacional, las compañías que no gozan de un sistema logístico constituido y eficaz necesitan de mecanismos y técnicas para tener una buena organización, los procedimientos externos e internos que se vuelven tardíos e ineficaces hacen que la empresa sea insuficiente y no proporcionen un óptimo servicio, por consiguiente, la rentabilidad se pone en riesgo. Así que por todas estas razones es infalible que la importancia de estos sea predominante en la gestión logística de las empresas, puesto que gracias a estos factores las compañías en sus diversas áreas logran ser más eficientes, como por ejemplo en el área de compras, transporte, producción, almacenaje, mantenimiento, distribución y atención al cliente; todo esto con el fin de hacer a la compañía más eficiente para poder alcanzar una rentabilidad superior y persistencia en el mercado. Esto va de la mano con la Inteligencia de negocios o comercial ya que es una actividad primordial que cada empresa debe cumplir para poder acceder hacia nuevos mercados, segmentos o nichos, porque permite reconocer cómo, cuándo, a quién y a dónde ofrecerle sus productos o servicios.

Según el Grupo del Banco Mundial y MINCETUR (2016) ha informado que exportaciones de recursos naturales e importaciones de mercancías alimenticias generalmente depende que se genere una mayor sensibilidad en la variación de los precios y que por consecuencia pone en peligro la economía. Esto ocurre a causa de que los precios de los bienes agrícolas y minerales son establecidos internacionalmente por lo general son vendidos en valor FOB, sin embargo, la ganancia neta es la diferenciación entre el costo y este precio. El coste logístico no podría generar una conmoción cuando fijan el precio de exportación ya que este es un elemento primordial de la rentabilidad para el producto. Por eso, en la economía peruana, para los productos de exportación y sus cadenas logísticas es básico optimizar la eficacia de estos para que el Perú se profile como propósito, mejor competitividad en mercados globales y regionales también en modificar la estructura del portafolio de exportación y con ello tener más diversificación. El Perú ha adquirido esa responsabilidad con mucho cuidado y determinación. No obstante, a pesar de los esfuerzos privados y públicos para perfeccionar el abastecimiento de servicios de transporte, la logística e infraestructura, la firma de convenios de comercio, el elevado aspecto sobre el tema logístico en la agenda de Competitividad 2014-2018 del Perú, el Plan Nacional de Logística y la

última revisión del Plan Estratégico Nacional Exportador, todavía quedan desafíos laudables que obstaculizan el incremento de competitividad para la oferta exportable. Realmente, el manejo de la logística peruana se halla entre los puestos que están tan bajos a diferencia de otros países con un ingreso medio en Latinoamérica.

Asimismo, se ha tenido en cuenta los siguientes **trabajos previos nacionales**, Ruiz, R. (2016). En su tesis “Influencia de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa embotelladora la selva S.A., periodo 2011-2015” donde como objetivo principal es dar a mostrar la influencia que tiene la gestión logística sobre la rentabilidad de la empresa mencionada, aparte de ello también nos indica que hay herramientas que ayudan a que suceda una mejora en el proceso logístico para un producto del cual se saque provecho a través de la rentabilidad que nos brinde dicha herramienta logística como el Trade map o Siicex, que en este caso para la empresa embotelladora genera un resultado óptimo en las ventas y es indirecto con respecto a los procesos logísticos, donde se utilizó la metodología correlacional no experimental, con la conclusión de que los costos en la gestión logística no intervienen en las ventas netas de esta empresa.

Por otro lado, Calderón, G. y Cornetero, A. (2014) tesis: Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones Naylamp S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013” donde el objetivo principal es considerar a la gestión logística y su influencia para establecer el costo de ventas en la empresa Naylamp, además nos dice que una reestructuración influye también en el proceso logístico con respecto a las ventas que se dan en dicha empresa, puesto que realizan distribuciones de grandes distancias por su ubicación lo cual por ello se indica que haya una ampliación en los almacenes para mayor espacio en abastecimiento de productos, utilizando la metodología experimental y concluyéndose que las mejoras a las estructuras del almacén serán un enorme beneficio, ya que será eficaz para las instalaciones, al personal y el medio ambiente, con ello variara la mercancía de acuerdo a la marca y modelo, esto favorecerá a la mejoría del proceso logístico de la empresa. Asimismo, Choquehuanca, H. (2018) en su tesis “Gestión de almacenes en una empresa logística, Lima 2016 – 2017” donde el objetivo fue equiparar la utilidad para la gestión del almacén en una empresa logística, además menciona que es primordial la información frecuente para los operadores de la empresa puesto que tengan conocimiento de políticas y procedimientos establecidos en las áreas logísticas, asimismo en tener buen rendimiento en la recepción de mercancías con ayuda de algunas

herramientas logísticas como plataformas nacionales que brinden información sobre productos o rutas comerciales que faciliten el proceso logístico, por otro lado, utilizo la metodología cuantitativa no experimental. Concluyéndose que hay discrepancias significativas en la productividad de gestión del almacén en esta empresa logística, ya que en el 2016 se tuvo una productividad de aproximadamente 45% y en el 2017 el 61.30% de la cual ha incrementado su rendimiento. De la misma manera, Mendocilla, A. (2017) en su tesis “Servicios logísticos y competencia laboral en el traslado de contenedores de APM Terminals IS, puerto del Callao 2017” con el objetivo de delimitar la relación entre los servicios logísticos y la competencia laboral de los trabajadores que trasladan contenedores de APM Terminals IS. Este autor nos menciona que es fundamental tener una buena gestión con respecto a la competencia de los trabajadores ya sea en operadores logísticos o agencias aduaneras, con ello se podrá reforzar el nivel de servicio logístico trabajando la capacidad y calidad internacional desde el punto de vista del empleador. Donde el autor concluye que luego de comprobar la hipótesis general, se consigue aseverar que los servicios logísticos se corresponden significativamente con la competencia laboral de los trabajadores que trasladan contenedores de APM Terminals IS, puerto del Callao 2017. Finalmente, Fernández, M. (2016) en su tesis “Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos” que tiene como objetivo principal el de proporcionar un adecuado servicio al cliente final, cumpliendo con lo brindado tanto en lugar, calidad y tiempo. También menciona que implementar un diseño de sistema de gestión para los inventarios en una empresa logística previo a un estudio de los productos en los almacenes o cual fuera el lugar donde permanecen situados estas mercancías, ayuda con el stock y la demanda para la reducción de esta. Donde el autor concluye que una apropiada organización de inventarios y el uso de métodos de renovación pueden ceder a roturas de stock, por lo tanto, la falta de demanda disminuirá considerablemente, logrando así que la empresa sea eficiente e incremente su competitividad.

Con relación a los **trabajos previos internacionales**, Saldaña, A. y Terrones, B. (2018) en su tesis “La inteligencia comercial y su aplicación a través de la investigación de mercados, para la exportación de sombreros de paja toquilla de Celendín en el año 2019” con el objetivo de determinar la viabilidad de la exportación de este producto mencionado, con metodología descriptiva no experimental. Estos autores mencionan que la inteligencia comercial o Business intelligent son soporte para una buena realización en la exportación de

un producto, en este caso de sombreros de paja, puesto que influye en la toma de decisiones y los procesos de producción y logístico al momento de exportar, ya que la inteligencia comercial posee herramientas que te muestran indicadores estadísticos del producto, rutas y socios comerciales, mercados y empresas exportadoras a través de plataformas internacionales como el Trade Map, Aladi, etc. Finalmente concluye que España resultó ser el mejor mercado para exportar los sombreros de paja toquilla ya que el incremento de sus importaciones en los últimos 5 años, hace que sea un mercado atractivo por la necesidad de compra que tienen los consumidores por este producto, además, la competencia mundial no está enfocada en España, sino que prefieren vender a Estados Unidos.

Por otro lado, Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018) en su tesis “Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tamacoexpress CIA.LTDA del Cantón Duran” con el fin de realizar una mejor propuesta para el proceso logístico de esta empresa, con metodología cuantitativa descriptiva. Los autores concluyen que de acuerdo a los indicadores de Gestión se tiene como expectativa evaluar el desempeño de diversos procesos que se realizan dentro del área logística con la finalidad de disminuir errores y descubrir posibles soluciones para estos mismos para dar respuesta rápida a los requerimientos del consumidor. De igual manera, Alonso, A. y Felipe, P. (2014) en su artículo “Servicios logísticos al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño” donde concluyeron que un conveniente proyecto del servicio logístico al consumidor compone al lugar de origen para el diseño de este sistema. Conjuntamente esto habilita efectuar una personalización y análisis de productos y servicios que ofrece dicha empresa; fraccionar el mercado para el producto elegido, identificar a los consumidores para cada segmento y establecer sus perspectivas; precisar los parámetros logísticos; establecer los puntos críticos de dicho sistema la cual respalden el cumplimiento del nivel de servicio. Asimismo, Cano, P. et al. (2014) en su artículo “Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México”. Los autores concluyeron que estas empresas poseen un gran manejo logístico y consiguen una pequeña ventaja competitiva de la cual proveen un servicio óptimo a sus consumidores, aunque es jactancioso añadir combinaciones de habilidades, recursos y sistemas solicitados para obtener un proceso logístico conveniente, pero si esto se logra, dificultosamente los competidores doblaran tal desempeño formado.

En cuanto al **marco teórico referencial**, se ha tenido en cuenta las siguientes variables: **Variable 1: Inteligencia Comercial**, que se define que es la unión de diversas razones, con

un solo fin: conseguir ofrecer un producto o servicio a alguien. Como vender una camiseta de un bazar a un cliente, pasando por ofrecer sencillamente una idea, hasta vender un sinnúmero de computadoras a montones. Así que para realizar todas estas cosas se necesita la inteligencia comercial, puesto que esta no es solo una estrategia para vender más, sino que es un modo de hacer, es algo que te inspira y nace, que no engaña, que genera confianza y si no se vende en el momento pues no importa, finalmente lo terminara vendiendo después (Bassat, 2011, p.15).

Gutiérrez (2012) menciona que la inteligencia comercial o business intelligence, posee herramientas de la cual se puede utilizar en las empresas logísticas para administrar y organizar de manera instruida la información, de manera que favorezcan en la toma de decisiones de sus directivos y gerentes. Entonces se define, como el proceso de procesar, integrar y dar a conocer información con el objetivo de amenorar la perplejidad en una estrategia de toma de decisiones. Esto reside no solo en el conocimiento, sino además en la habilidad de utilizar estas técnicas en la práctica. Y con ello poder obtener un resultado óptimo en las realizaciones de tus trabajos o labores. La inteligencia comercial habilita que las empresas logren conseguir mayor provecho, y que adquieran una información honesta, con lo cual benefician a distintas empresas como también a operadores logísticos en donde se podrá implementar diversas estrategias corporativas.

Según PromPerú (2012), existen herramientas de búsqueda de inteligencia comercial. Se mencionarán las más predominantes y usadas: el Portal Sunat, Trade Map y Siicex que serán detallados a continuación.

Como **primera dimensión** dentro de esta variable tenemos al **Portal Sunat** donde las siglas significan Superintendencia Nacional de Aduanas y Administración tributaria y es una institución que va de la mano con el Ministerio de Economía y Finanzas. También es una plataforma en donde se administran esencialmente que están internamente en el Gobierno Nacional, además de que impone normas de organización, sistematización y ordenanza para la legislación e información de datos estadísticos del comercio exterior con el objetivo de proporcionar información general, donde se relaciona con los tributos aduaneros ya sea nacionales o extranjeros. Además, SUNAT realiza actividades importantes para el comercio internacional como inspeccionar y verificar el tráfico de mercancías, que a menudo es un impedimento en la comercialización de mercancías, también en los terminales de almacenamiento, impedimento en las agencias aduaneras, en depósitos autorizados, para los

despachadores oficiales, en los almacenes, consignatarios y medios de transporte que son usados para el tráfico de personas, mercancías u otros. Finalmente, también desarrolla programas de información donde se divulgan y capacitan sobre temas tributarios y aduaneros (Reglamento de SUNAT, 2014).

Dentro de esta dimensión se tomó como primer indicador a la **Exportación Definitiva**: Este régimen aduanero tiene como finalidad agilizar el envío para la exportación de mercancías, la cual se refiere a los productos que parten del territorio aduanero para luego ser usados o consumidos definitivamente en el exterior (SUNAT, párr. 1). En el artículo 54° de la Ley General de Aduanas nos mencionan que es un régimen aduanero de lo cual aplica solo a mercancías que estén libre en circulación al salir del territorio con la finalidad de ser usados o consumidos en el exterior, es decir, la salida legal de territorio aduanero de las mercancías. Este régimen no retribuye a ningún tributo. Teniendo en cuenta que este régimen no causa algún deber de tener que pagar tributos aduaneros, el control aduanero se dispondrá en inspeccionar si se realizan correctamente los procedimientos de despacho aduanero de exportación. Así que, se asevera que será en el transcurso de la exportación donde la Autoridad Aduanera (SUNAT) efectúa su función primordial: el control aduanero, que es un grupo de medidas consignadas al fijar que se cumplan leyes y reglamentos de lo cual la Aduana está encargada (Solís, M. párr. 3).

Para ello se da un **Procedimiento de exportación definitiva** de lo cual tiene los siguientes procesos: lo primero son los **Documentos requeridos**; que conforme con el procedimiento vigente, estos son los documentos que avalan este régimen: el documento de transporte, la factura comercial, Declaración Única de Aduanas o la declaración simplificada. Con este último mencionado se tramitan exportaciones de productos cuyo valor FOB llegue a los US\$ 2,000.00. Si sobrepasa dicho monto se utilizará la DUA y será este documento el que trataremos en adelante.

El procedimiento, según la Ley General de Aduanas - DESPA-PG.02 se desarrolla de esta manera: Primero, el exportador entrega al Agente de Aduana información sobre su transacción comercial y luego lo transcribirá en la DUA. En el momento en que la mercancía está transportándose en el contenedor, la marca, precinto y número de identificación tendrán que estar presentados primeramente como datos provisionales en la declaración, sino, el despachador de aduanas los emitirá vía electrónica antes de que se realice el embarque; Segundo, después será enviado por correo electrónico al SIGAD. Luego este tendrá que ser

validado con los datos de la información dada. De ser conforme, se genera automáticamente el número que le corresponde de la DUA y el encargado lo comenzará a imprimir; Tercero, la mercancía será ingresada a la Zona primaria que son espacios aduaneros permitidos para operaciones de descarga, por el despachador de aduanas, dejando al almacenista prueba de dicho ingreso en la DUA; Cuarto, cuando ya ingreso a esta zona, deberá entregar, un registro electrónico, donde indica la hora, fecha de ingreso y entregar la DUA. Cuando ya se haya entregado el registro virtual, el que aprobará y seleccionará al azar el canal naranja que es la revisión documentaria o rojo donde se hace la comprobación física será el Sigad; Quinto, en la revisión documentaria, se corrobora que los datos brindados concuerde con la que está en el SIGAD, asimismo en el reconocimiento físico, se va a elegir a uno de los paquetes de la mercadería la cual se exportará. Terminado las actividades mencionadas, el funcionario aduanero manifestará en la Dua y Sigad los resultados, para así autorizar el envío de la mercancía; Sexto, la Aduana autorizará el reconocimiento físico, cuando sean: productos explosivos, maquinarias de gran peso y volumen y perecibles. Terminando el control, se permite el envío de la mercancía, para que en ese instante sea trasladada al puerto, aeropuerto o terminal terrestre y se lo recojan y lleven al exterior; Séptimo, el tiempo de embarque para el producto es de 10 días hábiles a partir de la fecha la cual se numeró la DUA. Por otro lado, el transportista notificará a la Aduana el envío del producto mediante el Manifiesto de Carga de Salida; Octavo, el despacho de exportación se inicia al utilizar la DUA y eliminando la Orden de Embarque. La información enviada vía teledespacho y algunos documentos presentados dentro de los 15 días siguientes al final del embarque, es cuando la DUA será definitiva. Cumplido dicho plazo, automáticamente la Aduana dejará sin efecto la DUA; Noveno, se podrá modificar la sub partida nacional, cuando se transmita vía tele despacho la información complementaria de la DUA, siempre y cuando sean datos provisionales; y que sea antes de la transmisión, excepto el número de declaración anterior que pertenezca a los regímenes de admisión e importación temporal; Décimo, ya presentados los documentos a la Aduana termina la regularización, permitiendo duplicados de distintos documentos sin que intervenga el Agente de Aduana, como los que avalan el transporte: conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte.

Como segundo indicador tenemos a la **Importación para el consumo**: Este régimen permite que las mercancías ingresen a territorio aduanero para que luego sean usados o consumidos, después de haber realizado el pago de garantía correspondiente, algunos derechos

arancelarios u otros impuestos, ya sean las multas y pago de recargos que se hayan generado, también haber cumplido formalidades y obligaciones aduaneras (SUNAT, párr. 1). El importador o consignatario obligatoriamente tendrá que obtener el RUC para realizar este régimen. Las personas que no se inscribieran al RUC pueden requerir este régimen utilizando solo su DNI en este caso para los de nacionalidad peruana y Carné de Extranjería o Pasaporte para los extranjeros; considerando también a personas naturales que importen mercancías por una sola vez, cuyo valor FOB se encuentre entre los mil hasta los tres mil dólares e integrantes del servicio diplomático nacional o extranjero, que en la realización de sus actividades y funciones, importen vehículos y menajes de casa (Carreño, 2011, p. 335).

A parte de ello, se dan treinta días hábiles desde al siguiente día del fin de la descarga como tiempo destinado para las mercancías, salvo en los despachos anticipados y urgentes, así mismo, para productos que están en una situación de abandono legal el plazo es hasta antes del remate o adjudicación.

Los siguientes Tributos están gravados con la importación de mercancías: Ad Valorem (de acuerdo a partida arancelaria), IGV, IPM, ISC (tasas variables) y Derechos específicos. También, aplican a los derechos antidumping, salvaguardias, sobretasas de acuerdo al producto y país de origen.

Por otro lado existen **Documentos que exige SUNAT** los cuales son: la DUA de importación ya cancelada, la factura comercial, el conocimiento de embarque, guía aérea de acuerdo a las modalidades de transporte utilizado para el despacho normal; por otro lado, para el despacho urgente; se necesita la DUA ya cancelada, el duplicado de factura comercial y aprobación, en casos de productos que atribuyen calificación por el encargado.

Como tercer indicador tenemos al **OEA (Operador económico autorizado)** que es un certificado para ese operador logístico de comercio exterior, el cual cumpla con la normatividad actual instituida, situación financiera y nivel de seguridad apropiado, sistema adecuado de Registros contables y logísticos, convirtiéndose así en un operador que tenga convicción para una administración aduanera donde se facilita controles y tramites. Esto se crea a base de la necesidad de poder adquirir proyectos que garanticen seguridad en los procesos y operaciones al interior de organizaciones de comercio exterior, consiguiendo beneficios en el área y simplificando trámites para obtener excelentes oportunidades de

desarrollo para las organizaciones y bienestar del público. Los que pueden obtener este certificado son: exportadores, importadores, almacenes autorizados, agentes de aduana y empresas de servicio de Entrega rápida conjuntamente con previa aprobación de la SUNAT. (SUNAT, 2017).

Por otro lado, Cabello M. y Cabello J. (2014) detallan que la unión aduanera creó la representación del operador económico autorizado ingresando en vigor el 1 de enero del 2008 para personas físicas o jurídicas, las cuales sus actividades tendrían que estar regularizadas por la Legislación Aduanera. Ser un OEA no es obligatorio, sin embargo, obtener el certificado permite tener un trato ventajoso en las operaciones aduaneras, pero, con tal de asumir una serie de compromisos que sirven para ganar la confianza de Autoridades Aduaneras (p. 189).

Los requisitos para ser un operador económico autorizado se dan de acuerdo a estas condiciones: la satisfactoria trayectoria de cumplimiento de la normativa vigente, esto se acredita si cumples con los siguientes requisitos más esenciales como tener RUC en estado activo y no poseer condición de no habido, presentar a la Sunat el estado financiero de la empresa, declaración de impuesto, presentar declaración de obligación tributaria del último año, regularizar sus declaraciones aduaneras, no tener deudas tributarias en los últimos 4 años, tener vigentes sus permisos y licencias, no encontrarse en situaciones como: delitos tributarios, lavado de activos, minería ilegal, tráfico ilícito de drogas, etc. O tener sanciones por infracciones vinculadas a delitos aduaneros.

La otra condición es de acuerdo a la solvencia financiera debidamente comprobada; que se acredita si se cumple con los siguientes requisitos: Generales; disponer de situaciones financieras desarrolladas acorde a la reglamentación nacional, no manifestar en los últimos cuatro años pérdidas por tres años contiguos, anteriores al día en que presentas la solicitud de certificación, asimismo no estar incluido en un sistema concursal de quiebra o liquidación, no tener notificadas pérdida de fraccionamiento que superen las tres resoluciones hasta la fecha desde que obtuvo la certificación como OEA, no tener deuda tributaria como cobranza coactiva en trámite en la Sunat, para este último caso no tendrá que pasarse los tres meses de la de solicitud de la certificación; Adicionales del exportador: haber elaborado exportaciones los dos últimos años calendarios antes de la fecha de evaluación periódica; Adicionales del importador: para este régimen haber numerado declaraciones aduaneras para su consumo en los dos últimos años cumplidos preliminar a la fecha de solicitud de

certificación; Adicional del agente de Aduana: para los regímenes de importación y exportación se tiene que numerar en agrupación las declaraciones aduaneras, con un valor FOB superior a los trescientos millones de dólares americanos en los últimos cuatro años calendario concluidos; Adicional para servicio de entrega rápida: para importar y exportar se tiene que haber enumerado en grupo declaraciones simplificadas de envíos de entrega rápida por un valor FOB mayor a los cinco millones de dólares americanos en los últimos cuatro años calendarios concluidos.

Por última condición tenemos el nivel de seguridad adecuado; en el anexo 6 del procedimiento DESPA-PG.29 indica cómo se cumple este requisito. Según este anexo 6 se tiene que dar con los siguientes puntos para verificar: para la cadena logística tiene que haber una planificación, la seguridad del asociado y seguridad física; además en los accesos de las instalaciones, en los procesos del producto, del contenedor y demás unidades de carga, tiene que tener seguridad en el transcurso de transporte, del personal, de la información y del sistema informático. En ese documento está especificado que es lo que cada empresa u operador debería de tener para pasar este requisito.

Como segunda dimensión dentro de esta variable tenemos a la plataforma **Trade Map** al respecto el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo señala que “TradeMap es una herramienta de Inteligencia de Negocios que admite analizar oportunidades reales en los mercados internacionales. Esta fue creada por el Centro de Comercio Internacional (CCI)” (2014, p. 14). Esta herramienta cuenta con un buscador de información por productos donde salen cuadros de series por tiempo y de indicadores, buscador de información por países en donde encuentras un cuadro con 8 indicadores de una lista de productos de nivel HS2 (2 primeros dígitos del arancel de aduanas) también encuentras el HS4, HS6 y HS10, cuenta además con un Socio Comercial en esta opción se puede investigar el comercio bilateral entre dos países hasta el grado de sus productos. Un ejemplo claro sería ingresar el país Perú como socio comercial de Alemania y seleccionar la opción “Indicadores”.

Dentro de esta dimensión tenemos como primer indicador al **Producto** donde Mincetur y PROMPERÚ (2014, p. 24) nos enseña que en el proceso de búsqueda “Si deseas obtener información por producto de interés, se puede ingresar directamente la partida arancelaria”. Además de ello se muestra también la búsqueda adelantada, poniendo el nombre del producto que quiere obtener. La indagación por orden le permite ir desunando los capítulos y subcapítulos hasta llegar a la partida esperada, luego los resultados obtenidos aparecerán

por cuadro de serie de tiempo donde se encuentra los países proveedores del producto por cuadros de indicadores y además te publican los aranceles de dicho producto.

Como segundo indicador tenemos a los **Países**; Mincetur y PROMPERÚ (2014, p. 24) nos menciona que en el proceso de búsqueda “Si deseas obtener información por país de interés, se puede ingresar directamente el nombre del país”. Se muestra la información que se obtiene para cada país en una lista de productos de nivel HS2 (2 primeros dígitos del arancel de aduanas). Sin embargo, esto puede ser desagregado a HS4, HS6 y HS10. Con los siguientes indicadores: valor importado en miles de dólares, balance comercial, tasa de crecimiento promedio anual ya sea en valor o en cantidad, tasa de crecimiento anual mundial en exportaciones, intervenciones y posición en el mundo de importaciones, finalmente mercados proveedores del país.

El tercer indicador es el **Socio Comercial**; Mincetur y PROMPERÚ (2014, p. 24) nos revela que en el proceso de búsqueda “Si deseas obtener información por producto de interés, se puede ingresar directamente la partida arancelaria”. Además de ello se muestra también una evolucionada búsqueda, primero colocando el nombre del producto que quieres buscar. Esta búsqueda por clasificación le concede ir desvinculando los capítulos y subcapítulos hasta llegar a la partida requerida, luego los resultados obtenidos aparecerán por cuadro de serie de tiempo donde se encuentra los países proveedores del producto, por cuadros de indicadores donde te publican los aranceles de dicho producto.

La tercera dimensión de esta variable es el **Sistema integrado de comercio exterior (Siicex)**; Mincetur y PROMPERÚ señala que esta plataforma SIICEX es un portal que facilita a la sociedad empresarial exportadora información clasificada y actualizada para reforzar e incluir sus negocios o proyectos al mundo (2014, p. 14).

La información que está en el portal se divide por 4 regiones las cuales son: **Producto/mercado** la cual proporciona conseguir información clasificada bajo dos principios de búsqueda: producto o mercado; **Capacitaciones SIICEX** en donde se concentran las distintas opciones de capacitación disponibles: “aprendiendo a exportar”, capacitaciones establecidas por PROMPERU, capacitación en línea, a través del uso de una plataforma de autoaprendizaje con cursos de e-learning; **Estadísticas** en donde se dispone de las estadísticas nacionales por sectores económicos, bloque económico, puertos de embarque, puertos de destino, vías de transporte y aduanas; **Estudios y perfiles de Mercado**

donde se ha realizado un “rastreador” ordinario del material documental para acceder a los más de 2600 estudios de mercado, planes operativos, perfiles y reportes de países disponibles en su base de datos de información.

El primer indicador de esta dimensión es el **Producto**; Mincetur y PROMPERÚ (2014, p. 15) nos anuncia que en el proceso de búsqueda si se desea obtener la información de un determinado producto, se puede ingresar directamente su nombre, el código de partida arancelaria o utilizar las funciones asistidas de búsqueda a través de las opciones de “lista completa” y “búsqueda avanzada”. Además de ello se muestra también su ficha comercial del producto de interés donde se muestra las partidas arancelarias que incluyen al producto en sus diferentes presentaciones, precios, etc.; los aranceles preferenciales donde detalla si el producto en mención cuenta aranceles preferenciales o acuerdos comerciales con otros países; el estudio de mercado por partida de producto; los eventos comerciales donde se detallan todos los eventos relacionados con el producto y se muestra la ficha técnica de la feria incluyendo los datos de contacto para que el usuario de la empresa pueda participar en dicha feria; las estadísticas nacionales que muestra información por bloque económico, vía de transporte, aduanas, ubigeo, puerto de embarque y destino; las empresas exportadoras que muestra solo las principales y su nivel de participación; finalmente los requisitos de calidad e inocuidad que muestran la relación de procedimientos oficiales del producto escogido, asimismo se puede verificar las normas fitosanitarias, normas técnicas peruanas y de etiquetado.

El segundo indicador es el **Mercado**; Mincetur y PROMPERÚ (2014, p. 24) aclara que en el desarrollo de búsqueda “Si deseas obtener información por mercado de interés, se puede ingresar directamente el país de la gama de países que encuentras en una lista desplegable”. Aparte de ello se muestra también su ficha estadística del país de interés donde se muestra sus importaciones y exportaciones peruanas por sector y balanza comercial; el estudio de mercado, donde se muestra el plan operativo, las guías y publicaciones, reporte por país de todos los productos del país de su interés; los eventos comerciales, relación de eventos desarrollados en el país elegido con la ficha técnica de la feria y los datos de contacto; los acuerdos comerciales que tiene el país con el Perú ; las empresas exportadoras que muestra que empresa peruanas han exportado en el país elegido; finalmente regulaciones del país elegido y documentos comerciales tanto en exportaciones e importaciones.

El tercer indicador es **Empresa exportadora**; Mincetur y PROMPERÚ (2014) nos muestra a las empresas peruanas según la búsqueda realizada ya sea por producto o por mercado en donde también puedes hallar documentos que muestran de manera mensual el progreso de las exportaciones tradicionales y no tradicionales, el análisis por sector y por mercado (p. 29). Con estos datos estadísticos es más factible realizar una previa investigación para captar clientes o asociarse a alguna de esas empresas para generar mayor rentabilidad en tu compañía.

En conclusión, es muy importantes que las herramientas TRADE MAP y SIICEX vayan de la mano con la inteligencia comercial colectiva, ya que al empezar un estudio de mercado o de una empresa debemos tener en cuenta los datos estadísticos de estos, la cual lo realiza el personal quienes son una parte esencial para la realización de la inteligencia comercial y así lograr tener una óptima negociación con los consumidores.

Variable 2: Gestión de servicios Logísticos Internacionales, antes de definir esta variable, primero se define la Logística, porque la logística se relaciona con la **Gestión logística internacional** que es nuestra primera dimensión, entre los autores tenemos:

Para definir la logística Castellano nos menciona que es probable entrar en un debate ya que la literatura actual registra muchas definiciones sobre este término, algunas son sencillos y otras mucho más complicadas que asocian un concepto integrador, sistemático y racionalizador, básicamente orientado a la satisfacción del cliente, con costos mínimos, con calidad necesaria en el tiempo, cantidad y lugar específico requerido por este (2016, p. 3).

En síntesis, esta forma parte de la cadena de suministros que va a poder planear, efectuar e inspecciona el flujo seguro y eficaz; almacenamiento de mercancías e información conectada desde un lugar de inicio hasta un lugar final con el propósito de complacer a los consumidores. Por esta razón, esta vendría a ser uno de los factores más primordiales para la competitividad, ya que determina el fracaso o el éxito de la comercialización del producto. Por otro lado, según, Carreño (2011) define la gestión logística internacional al conjunto de actividades esenciales para la circulación de productos desde el lugar del vendedor, llamado exportador, hasta el lugar del comprador, llamado importador, situados en distintos países. Este trabajo posee características específicas que hacen que sea diferente de una compra local. La ejecución de esta logística internacional ayuda a estar al tanto de las reglas que rigen esta operación. Dichas reglas e información elemental se encuentran desarrolladas

dentro de los siguientes campos de estudio: documentación para el comercio internacional, almacenaje y manejo de mercancías, modos y medios de transporte y seguros de mercancías (p. 319).

Como primer indicador de esta dimensión tenemos la **Documentación para el comercio internacional**; ahí se encuentran los documentos Comerciales; uno de ellos es la Factura comercial que es un comprobante emitido por el exportador para operaciones en la prestación de servicios y la venta de bienes, donde se puntualizan diversas características de una mercancía o bien, así como disposiciones decisivas de la venta. Asociada a esa factura se incluye una lista enumerada de contenido, “Packing List”, en donde se especifica lo incluido para cada bulto (Alfaro, 2018, p.5). Este comprobante sirve para respaldar costes o egresos, así como para utilizar el crédito fiscal. Contiene una serie alfanumérica, numeración correlativa y se genera mediante un sistema, sin embargo, no se utiliza para respaldar el traslado de bienes. La legitimidad de estos documentos virtuales se puede consultar en el portal de Sunat. Por otro lado, con respecto al producto el Packing List complementa los datos representados en la factura comercial, pues siempre debe ser emitido por el exportador. Además, es de suma importancia tenerlo en circunstancias donde se produce un despacho aduanero físico, también sirve para agilizar el reconocimiento selectivo que es responsabilidad del agente de aduana. Asimismo, ayuda a la corroboración de rectificación en cuanto a daños, sobras, faltas, etc. en el momento en que la mercancía entra en el almacén. Este contiene fecha, nombre y razón social del comprador y vendedor, denominación exacta, cantidad, descripción, tipo de embalaje, con representación de marcas y números, enumeración y contenido de cada uno, peso bruto y neto y cubicación en la indicación de la factura a la que corresponda (Alfaro, 2018, p.11 y 12).

También están los documentos de transporte, entre ellos se encuentra para el Transporte marítimo, el Bill of Lading; que es un instrumento que avala este contrato ya sea por vía marítima o fluvial. Este documento consta en recibir la carga a bordo de la nave para que luego sea transportada al puerto que se muestra en el documento el cual lo realiza una compañía naviera, capitán del barco o agente naviero, además de ello cumple una triple función: es vale de recibo de la mercadería extendida por la compañía transportista, que es un título representativo de la propiedad del producto a bordo y de libre disponibilidad así que, autoriza a su poseedor reclamarla o negociarla del portador (Alfaro, 2018, p.15).

Este documento es enumerado por el consignatario, donde se identifica el nombre y dirección del embarcador o llamado Shipper, quien se encarga del embarque del propietario del producto; del notificado el cual adquiere el endoso del B/L en su defensa y de los puertos de embarque y descarga, señala además, en la parte central específicamente detalla el cargamento con datos de marcas, tipo de bultos, cantidad, detalle de mercancías, medidas, pesos, condiciones de fletes y ubicación, como también el cálculo de costes y si el flete fue pagado en el punto de origen (prepaid) o fue abonado en punto destino (collect) y así autorizar el estado de las mercancías (Alfaro, 2018, p.16).

El conocimiento de embarque con respecto al acuse de recibo en situación al estado de los productos puede ser: Limpio (clean); donde las mercancías serán inspeccionadas y recogidas a bordo aparentemente en perfecto estado y condición, ya que el buque no se encarga de abrir bultos o comprobar contenidos. Sucio (Dirty); donde el estado y condición de las mercancías son manifestadas reservas u observaciones, como por ejemplo “bulto desgarrado”, “bultos manchados y con posible derrame”, “embalaje eficiente”, etc., que por consiguiente, impedirá la negociación del B/L para la carta de crédito, lo cual será esencial sustituir la mercancía dañada o cancelar el embarque. Los principales Bill of Lading son: B/L On Board (Mercancía embarcada) se declara si la mercancía ya se embarcó a bordo y estubo en bodegas del barco, B/L Clean on Board (Limpio a Bordo) se declara cuando la naviera informa que el embarque está en buen estado situado en bodega y sin ninguna observación, B/L Unclean on Board (Sucio a bordo) se emite si la naviera informa que encuentra observaciones en el embarque, B/L On Deck (Sobre cubierta del barco) se declara si la mercancía no es transportada mediante la bodega, B/L Received for Shipment (Recibido para embarque posterior) se emite si el transportista recibe el producto, B/L Master (Madre), se declara cuando se encuentra mercancía consolidada de diversos compradores, un contenedor debe estar acogido a un solo B/L.

Para el Transporte Aéreo, el Air Way Bill, llamado también Guía aérea que es un documento comercial solicitado para despachos aduaneros, cobros de carta de crédito lo cual vale para acreditar el despacho directo de la mercancía y con ello desempeñar normas de origen y así acogerse a preferencias arancelarias (Alfaro, 2018, p.22); que avala el contrato de transporte aéreo internacional, comprende los datos siguientes: el vendedor, numero de vuelo y destino, el destinatario, aeropuerto de salida y llegada, detalles de la carga (si el flete es pagable en origen o destino), número de guía aérea, importe del flete, fecha de emisión.

Esta guía aérea acredita el acogimiento de la carga y condiciones del transporte por la aerolínea, consiguiendo sustituir dicho documento por otros medios electrónicos. Además, sirve también para realizar las siguientes funciones: abarca una lista de embarque, en la cual vincula los documentos que anotan instrucciones particulares del usuario y acompañan el embarque, cargos cobrados por la aerolínea y factura por flete.

Además la carta Porter aéreo incluye una secuencia de formularios con los colores rosado, azul, amarillo y verde, puesto que para cada formulario se enumera con el mismo contenido y se los distribuye de la siguiente manera a los operadores restantes que colaboran con el transporte aéreo: El primer original que es verde va para la aerolínea que declara la guía aérea, el segundo que es de color rosado va para el consignatario, el tercero que es de color azul va para el expedidor y por último el cuarto formulario que es de color amarillo es un certificado para la entrega de la carga al consignatario. Es indispensable que las copias sean claramente legibles, de lo contrario, el usuario se verá comprometido en totalidad a la corrección de los datos. (Alfaro, 2018, p.24).

En el transporte terrestre, la Carta Porter Internacional por Carretera (CPIC), que es el acto lícito en donde el transportista autorizado se ve obligado a realizar el traslado de mercancías por carretera, desde el lugar donde se recibe el producto hasta el otro destino indicado para su entrega situados en países diferentes, todo esto va para el remitente y por el precio del flete, es decir, es un documento el cual prueba que el transportista autorizado toma bajo su responsabilidad el traslado y transporte de las mercancías para luego entregarlas conforme a las condiciones dadas en este documento o contrato correspondiente. (Alfaro, 2018, p. 26). Para las mercancías que se transportan por carretera internacionalmente deberán estar acogidas por una CPIC y Manifiesto de carga internacional, estos documentos deben ser mostrados a las autoridades de aduana las cuales intervienen en la inspección de la operación, para su trámite correspondiente antes de que el vehículo encargado llegue con las mercancías las cuales deberán estar acogida a una Declaración de tránsito aduanero y también al régimen internacional. Para este caso el remitente y el transportista autorizado son los que suscriben el CPIC. Esto justifica la existencia del contrato de transporte que es negociable y tiene mérito ejecutivo.

El CPIC comprende la siguiente información: razón social y dirección del transportista, dirección y nombre del remitente, del destinatario y consignatario, el país, fecha y lugar que el transportista ha recibido los productos, fecha y lugar de embarque de los productos, país,

plazo y lugar predicho para el reparto de productos , se indicará la descripción del origen de mercancías en caso de que se encuentre productos peligrosos, el monto y tipo de bultos con guía de números y marcas, precio de mercancía, peso bruto en volumen o kilogramos en metros cúbicos, valor de flete y otros gastos secundarios que serán indicados por separados, por último, la firma del transportista autorizado y remitente o de sus agentes o representantes. Esta información deberá estar escrita legiblemente. Esta será tramitada en un original y dos copias igual de legítimas, en forma nominal, al portador. El documento original quedará en manos del remitente y él verá si podrá ser endosable o no, el primer duplicado estará junto con los productos durante su transporte y el segundo queda en manos del transportista apoderado. Sin embargo, esto no reprime que se envíen las copias primordiales para poder consumir con las formalidades administrativas o preceptos legales en el País de procedencia, destino y tránsito. Estas copias utilizarán un sello con la reseña “no negociable”. Cuando el derecho a utilizar los productos le pertenezca al destinatario, el remitente no tendrá posibilidad de negociar la CPIC. También podrá ser remitida a través del manejo de algún medio electrónico o mecánico en la que haya evidencia de las circunstancias básicas y requerimientos establecidos, siempre y cuando haya consentimiento del remitente (Alfaro, 2018, p. 30).

Por último tenemos a los Certificados, son dos los primordiales: el Certificado de Origen que cerciora el origen de los productos y es despachado por una autoridad capacitada o por el mismo remitente; el Certificado de Sanidad, que acredita las características sanitarias de la mercancía y es consignado por la autoridad sanitaria cual sea el país. En este caso el SENASA (Servicio Nacional de Sanidad Agraria) sería nuestra autoridad y emite el certificado sanitario de exportación (Córdova, 2018, p. 60).

Como segundo indicador tenemos al **Almacenaje y manejo de mercancía**; para definir almacenamiento se trata de la acción de dar una ubicación o espacio específico para un material (ya sea materia prima, terminada y semielaborada) con el objetivo de situarlo pertinentemente cuando sea solicitado, la cual se traduce como el uso óptimo de una zona establecida para destinar un definido monto de referencias o elementos (Castellanos, 2016, p. 34). Esta acción nos traslada a la bodega o almacén, lugar en donde depositarán los distintos tipos de productos, que gestionados a través de una administración de inventarios va a ayudar a la inspección física y al almacenamiento de todos los artículos o productos que han pasado por inventario. Por otro lado, según Carreño (2011), menciona que en la cadena

de suministro se distingue por dos condiciones de instalaciones; el primero está conducido a que los materiales o mercancía tengan almacenamiento o se conserven; y el segundo está dirigido a agilizar el flujo de mercancías.

Tenemos al almacén de uso universal; está dirigido a que facilite la conservación conveniente de inventarios en una corporación, los cuales cada tiempo serán almacenados hasta que se puedan utilizar. Tiene como objetivo principal el aprovechamiento máximo de espacio cubico de almacenamiento que, por consiguiente, te genera la reducción de costos. Usualmente este tipo de almacenes son usados por las empresas para compenetrar la oferta con la demanda, conseguir ganancias de lotes económicos de producción y/o compra, el aprovechamiento de modificaciones de precios de productos establecidos como los commodities, que cuando el precio está bajo se compra en grandes cantidades y así anticiparse a los tiempos en los que sube el precio de los commodities (p. 96). Este trabajo de almacenamiento esta conducido a la carencia de reservas de otras actividades de almacenamiento, especialmente se da hincapié que el almacenamiento sea elaborado de manera eficiente, es decir, tener costos bajos para maximizar la utilidad esperada. Además, dentro de este tipo se encuentra los almacenes aduaneros que depositan productos después de terminar una operación de exportación o importación o cancelación correspondiente de cargas arancelarias.

Almacén aduanero; es un local consignado al resguardo transitorio de productos cuya administración sería responsabilidad de la autoridad aduanera, de otras dependencias públicas o de personas jurídicas o naturales. Se usa para efecto de nacionalizar las cargas progresivamente y con un plazo máximo de 24 meses (Alfaro, 2018, p. 50). Además de las consideraciones para los inventarios y niveles de stock vistos en aprovisionamiento y almacén de producto terminado, en este caso consideraremos un proceso que es clave: la preparación del pedido. Este caso resulta fundamental el flujo de información, un pedido se prepara cuando se recibe una orden de pedido de cliente. Un pedido mal preparado será percibido negativamente por el cliente, aunque el producto cumpla los estándares de calidad (mal embalaje, inadecuado packaging). Nos pagan por el producto, pero también por el envoltorio (De la Arada, 2015, p. 52). Para los pedidos de mercancía en una gestión logística bien elaborada no hay problema con el embalaje, sin embargo, si lo hubiera habría problemas con los costos ya que se convierte en una perdida por las malas prácticas de almacenamiento

y esto genera que se vayan perdiendo con el tiempo los clientes si esto se vuelve continuo, por ello resulta esencial la información y preparación antes del pedido del cliente.

También están las plataformas de consolidación; para estas instalaciones va encaminado a que se facilite la transferencia eficaz de los productos. Se emplean estas plataformas cuando se poseen pequeños envíos procedidos de distintos puntos con una sola localidad de destino situado, habitualmente, a grandes distancias. De manera inmediata e independiente se puede hacer el traslado de estos envíos con los consecuentes costos altos lo cual significa movilizarse en camiones con envíos pequeños a enormes distancias. La cuestión es poner una plataforma de consolidación cercana a los puntos de origen en la cual se consoliden en los envíos y se traslade un solo camión lleno al punto de destino. Si los costos de operación de la plataforma de consolidación son menores a los ahorros en fletes logrados, es eficiente (Carreño, 2011, p. 97).

Las Plataformas de expedición las cuales se utilizan en cierto sentido al caso contrario a aquellos que aplican al emplear una plataforma de consolidación. Para este caso, se adquiere una sola ubicación de destino del cual debe efectuar pequeños envíos a diversos lugares designados situados a una enorme distancia del lugar de procedencia. Con los costosos precios correspondientes que por ende se movilizan camiones con encargos mínimos a enormes trayectos la transferencia de estas cargas se puede llevar a cabo de manera independiente. El asunto es trasladar todos los envíos pequeños en un solo camión lleno, el cual llegara a una plataforma de expedición localizada junto a los puntos de destino. Una vez llegada el camión, se encargará de realizar la distribución a cada uno de los puntos de destino (Carreño, 2011, p. 100).

Las Plataformas de Cross Dock de igual manera que las otras dos plataformas están encaminadas a agilizar la circulación de productos en la cadena de suministro. Se emplean plataformas de cross dock cuando se dispone de variados lugares de inicio con cargas mínimas que deben darse a varios lugares de destino. Con los costosos precios que representa mover diversos camiones con mínimos envíos a distintos lugares de destino, la transferencia de estas cargas puede realizarse de forma autónoma desde cada lugar de inicio a cada lugar de destino. Sin embargo, la alternativa es poner una plataforma de cross dock en el medio que permita a cada punto de origen enviar un solo camión lleno con los envíos pequeños de todos los puntos de destino. En la plataforma de cross dock se descargan los camiones

procedentes de cada punto de origen, se clasifican los materiales según el punto de destino y se envía un solo camión lleno a cada punto de destino (Carreño, 2011, p. 102).

Además, se da el Servicio de almacén donde se realizan dos actividades: Packing donde se da el envase, empaque y embalaje, llamado también acondicionamiento de la carga; Picking donde se hace el preparado de un pedido y consiste en tenerlo listo, coordinar y recoger el pedido desde estantes, pasillos, pallets, tarimas, carretillas y organizarlos en un lugar específico antes del empaquetado. Los almacenes se distribuyen según el tipo de mercancía que manejan: de carga general, perecedera/refrigerada, frágil, peligrosa, de valor, suelta o unitarizada. Las zonas más comunes en un almacén son: muelles de recepción, recepción de mercancías, zonas de almacenamiento, corredores, expedición (control de salidas y preparación de envíos), muelles de expedición (Alfaro, 2018, p. 56).

En la organización de un almacén existen diferentes criterios para su organización y está en función de: tipo y naturaleza de la carga, forma de la ruma, tamaño de los anaqueles, jaula de seguridad, espacios de seguridad, hidratanes y forma de agua. Conjuntamente se realiza esas actividades con la aplicación de las 4S: Seire (arreglar) significa diferenciar visiblemente entre lo que se requiere y almacena y lo que no se solicita y se excluye; Seiton (ordenar) representa ordenar el modo de almacenar los objetos, ocasionando más factible cada producto para poder encontrarlo; Seisou (limpiar) representa tener absolutamente todo liberado de inmundicia y mantenerlo adecuadamente; Seiketsu (Conserva/mantener) representa alargar en el tiempo del periodo de las circunstancias de las tres fases precedentemente mencionadas. Con ello el objetivo de un almacén será maximizar los espacios, minimizar los tiempos de permanencia y minimizar los costos (Alfaro, 2018, p. 70).

Como tercer indicador esta los **Modos y medios de transporte**; el transporte es base para una gestión logística y se comprende por transporte al acto y consecuencia de trasladar un objeto de una zona a otra. Además, que, desde la perspectiva de la economía, es una actividad proveniente de la demanda de mercancías, la cual su función reside en mover del área donde se tiene un bajo beneficio a otra que tenga un óptimo resultado (Castellanos, 2016, p. 38). Por otra parte, es un binomio intrínseco. El comercio no se podría llevar a cabo sin medios de transporte, ya que es vital para el traslado de la mercancía y su comercialización.

Transporte internacional de carga (TIC), conocido también como transporte fundamental, se responsabiliza de cruzar las fronteras y proporcionar las mercancías en el país designado. Es la columna vertebral por así decirlo, de las operaciones del DFI, y sujetándose de los Incoterms negociados, precisa la ruta de embarque y confiere al comprador. Se puede realizar desplazándose por cualquiera de los siguientes espacios físicos a los que se conoce como modos: Acuático: marítimo, lacustre o fluvial, Aéreo, Terrestre: carretero o ferroviario. Cuando se combinan dos o más de los espacios arriba mencionados se habla entonces de transporte intermodal o multimodal. Cada uno de los modos señalados, cuentan con sus propios medios de transporte que no son otra cosa que son elementos físicos que se emplean para el traslado de los bienes; en otras palabras, son los vehículos que se usan para el desplazamiento físico de las mercaderías (Córdova, 2018, p. 132).

Por otro lado, según Carreño (2011, p. 154) nos informa sobre la carga y preparación del transporte, en donde define que la carga a trasladar es un grupo de bienes regulados de forma definitiva para que su almacenamiento y transporte se ejecuten con agilidad y simplicidad. Desde esa perspectiva, la carga es dividida en dos tipos: Carga General, se constituyen por mercancías que inquieran el uso de algún embalaje o envase, como pallets, cajas, sacos, etc, y que se transporten en mínimas cuantías que la carga a granel, la cual se ajusta en función de su grado de preparación de la siguiente manera: carga suelta, que está constituida de forma separada por aquellas mercancías que se trasladan o manejan particularmente, por ende, le corresponden los fardos, sacos, bultos y paquetes entre otros; la carga unitarizada que está formada por la agrupación en unidades de productos estándar de transporte y almacenamiento, los cuales consiguen ser contenedores o pallets. Es de suma importancia la unitarización de la carga ya que se constituye tipos para la manipulación internacional. Para la Carga a Granel, el transporte de líquidos, sólidos y gráneles, se ejecuta bajo la modalidad de granel, ya que no se necesita el uso de embalaje ni agrupamiento o unitarización de la carga. Generalmente, para estos productos el almacenamiento se da en tanques o silos y la manipulación lo realizan con bandas transportadoras o ductos.

Según el cuidado y naturaleza de la carga pueden ser: Carga perecedera, que corresponden a aquel tipo de mercancía que tiene un determinado tiempo de vida, que finalmente perece o se degenera. Este transporte necesita de un control de temperatura para una adecuada conservación, además de que se verá obligado a usar preservantes, envases especiales, etc. para mantener el producto, por ejemplo: frutas, verduras, carnes, flores, productos marinos,

etc.; Carga frágil, son aquellos productos que son delicados y se hacen trizas con facilidad, como la loza, el vidrio, etc. así que, su transporte, almacenamiento y manipulación deben desarrollarse con suma precaución. Para este tipo de producto el embalaje es sumamente importante ya que determina su conservación, conjuntamente con el marcado, el cual debe mostrar los cuidados que se deben tener en la forma correcta de almacenarlo, al manejarlo, etc; la carga peligrosa, es explosiva, radiactiva, inflamable o cualquier otra peculiaridad que manifieste la dificultad de promover accidentes, agravios a la naturaleza o vehículo que lo transporta, etc. los productos químicos pueden ser el petróleo y los venenos, entre otros; carga de dimensión o pesos especiales, esta se distingue de las demás dado a que su manipuleo y transporte necesita de un manejo y de cuidados especiales; por ello, se perciben sobretasas adicionales que están incluidas en el flete (Carreño, 2011, p. 155).

Del mismo modo Carreño, (2011, p. 158) para la preparación de la carga pasa por el Embalaje; que tiene por objetivo resguardar a la carga a lo largo de su transporte y manipulación y la facilitación de manipular la carga durante el transporte y almacenamiento que llevan a su último destino. También se busca fructificar los espacios disponibles para conseguir un mejor aprovechamiento del costo del flete. Los costos de los embalajes del transporte marítimo y terrestre, en sus modalidades de carretero y ferroviario, son mayores que los de transporte aéreo debido a que la manipulación y el movimiento en dichos medios son más rudos que en el caso del transporte aéreo, que por lo general es ligera debido a la capacidad de los aviones y, por lo tanto, la exigencia es menor. Los materiales usualmente utilizados son: el papel, la madera, los plásticos y los metales. Para el Marcado; las consideraciones para su realización son las siguientes: legibles, indelebles, debidamente ubicado, eliminar marcas antiguas, suficiente y explico, concordante con la legislación vigente. Esto suele consumir mano de obra, materia prima como: rótulos, tinta y otros; y equipos infalibles para efectuar la aplicación de la marca. Para la Unitarización de la carga; consta en el amontonamiento de la mercancía para agilizar el traslado y almacenamiento, que van a movilizarse como unidad inseparable de carga. Sus principales ventajas son: la rápida manipulación de las mercancías la cual la vuelve económica; disminución del tiempo de persistencia de una unidad de transporte; bajos costos de seguros con la carga agrupada y no están expuestas a hurtos y pérdidas durante su transporte. Tiene dos principales modalidades: Paletización y contenedorización.

Según Córdova, (2018, p. 84) la Paletización es la actividad que consiste en colocar unidades de carga pequeña (de preferencia de dimensiones estandarizadas) sobre un pallet, con el objeto de armar una unidad de manejo más grande que facilite el transporte y almacenamiento. El mismo autor menciona que la contenedorización es la actividad en donde se usa una unidad de transporte llamada contenedor, el cual salvaguarda los productos contra las severidades del tiempo, como accidentes y obstáculos relativos a la manipulación y transporte. Para ser utilizado diversas veces debe ser lo suficientemente fuerte y su diseño debe proporcionar su transacción de un medio de transporte a otro. Gracias a las reglas ISO los más empleados son los contenedores de 20 y 40 pies de longitud ya que regulan y estandarizan las medidas de un contenedor. La dimensión de un contenedor de 20 pies es aprox. 33m³ y de 66m³ para uno de 40 pies (p. 102).

En los medios de transporte está el Transporte marítimo donde se dan las siguientes características: se emplea para rutas navegables, o navegación intrínseca como lagos o ríos, con ello se pacta puerto a puerto por medio de embarcadores o agentes de carga. Poseen las siguientes ventajas: transporte de enormes volúmenes en conjunto, variedad y determinación de buques, disminución de tarifas, no hay limitaciones para las mercancías inminentes. Por otro lado, tenemos las desventajas: alto índice de riesgos por deterioro y saqueo, embalajes y seguro más caros, una velocidad muy baja, costos portuarios, frecuencias más extendidas (Córdova, 2018, p. 143). Del mismo modo para el Transporte Aéreo se dan las siguientes características: la contratación de aeropuerto a aeropuerto por medio de agentes de carga, la embarcación de esta es por posiciones o cupos y el documento de transporte es la Guía Aérea. Por otro lado, sus ventajas son: seguridad, fiabilidad, rapidez, costos de seguros muy bajos. Sin embargo sus desventajas son: capacidad limitada, costos muy elevados, está limitado para aquellos productos peligrosos (p. 150). Para el Transporte terrestre tiene las siguientes características: se emplea a transporte por carreteras, no posee limitaciones para los productos peligrosos, de acuerdo a las distancias viene a ser más bajo en costo que el aéreo pero más caro que el marítimo y su documento es la Carta Porter (p. 152).

Finalmente para el Transporte multimodal sus características son: emplea una modalidad única para el contrato de transporte, se celebra con un solo operador, a quien recae toda la responsabilidad sobre la movilización de la carga, consiste en el traslado de los productos por dos tipos diferentes de transporte, por lo menos, desde un sitio ubicado en un país donde el operador del envío multimodal se apropia de los productos bajo su responsabilidad y

custodia, con un nuevo punto de destino para su entrega, donde por lo menos se cruza una frontera, es realizado normalmente por empresas transportadoras y provee precios anteriormente acordados para las operaciones puerto a puerto (Córdova, 2018, p. 155).

Por último, como cuarto indicador está el **Seguro de mercancías** que, según Córdova, (2018, p. 165) nos menciona que el Riesgo; es la probabilidad de sufrir una pérdida o daño, a la que está expuesto el hombre o su patrimonio y que hay riesgos especulativos y no especulativos. Los riesgos especulativos son aquellos donde se busca el Lucro donde existe la posibilidad de ganar y/o perder. Los no especulativos denominados también riesgos puros, son aquellos donde su realización solo ocasiona pérdidas, es decir son económicamente desventajosos. Además, está el seguro de transporte, contrato por el cual una persona jurídica denominada Asegurador, se compromete a indemnizar a otra llamada Asegurado, por las pérdidas, daños o gastos que tenga este, en caso se carga sufra algún accidente, causado por un riesgo asegurado, durante el traslado al lugar de destino, recibiendo a cambio el pago de una remuneración a la que se conoce como Prima.

En cuanto a la última dimensión tenemos a la **Gestión Aduanera**; que, según Alarcón, (2018, p. 2) estas gestiones aduaneras son fundamentales y están destinadas a que el comercio exterior pueda facilitarse, a proteger el control aduanero, a apoyar el desarrollo nacional y el interés fiscal: sistematización de sus procesos y control aleatorio. El primer indicador de esta dimensión encontramos a SIGAD (Sistema de Gestión Aduanera), que según el mismo autor te brinda la información sobre los tributos internos, la Dua, control de deuda, el pago, los riesgos que se dan en los procesos, las acciones de control, las referencias de precios y un variado directorio de catálogos. Además de brindarte diversos servicios: servicios para la integración con entidades, de soporte al control de la deuda, de soporte a la gestión del riesgo, de valor virtual, de aprovisionamiento de información, de soporte al despacho aduanero y servicios transaccionales con operadores de comercio a través de la plataforma Sunat (p. 4).

Como segundo indicador tenemos a la Tributación aduanera, los cuales tiene como objetivo: reconocer tributos que asignan operaciones de comercio exterior, identificar y diferenciar los supuestos de nacimiento y exigibilidad de la deuda tributaria aduanera, identificar supuestos de ultra actividad de los derechos arancelarios y por ultimo determinar el monto de la deuda tributaria aduanera a pagar. El tributo es una obligación de entrega de dinero por parte de determinadas personas a favor del estado, ordenada por el mismo estado a través de

una norma legal, con el fin de financiar sus actividades. Posee tres tipos de tributos: la Contribución, que es un tributo cuyo deber es traer beneficios procedentes de la ejecución de obras públicas o actividades gubernamentales; el impuesto, que es el tributo cuyo realización no ocasiona una contraprestación rigurosa en beneficio del contribuyente por parte del estado; Tasa, un tributo cuyo deber tiene como suceso causante la asistencia eficaz por el estado de un servicio público particularizado en el contribuyente. No son parte de la Deuda tributaria aduanera: derechos compensatorios, derechos Antidumping, percepción anticipada del IGV (Alarcón, 2018, p. 6).

Como último indicador tenemos a los Operadores de comercio exterior que conservan relaciones cotidianas con la aduana e interceden en la realización de trámites aduaneros, los cuales son las empresas. Dichos operadores de comercio son: transportista internacional, los despachadores de aduana, agentes de carga o transitoria, almacenes aduaneros y libres (Duty free), empresas de servicio de entrega rápida (Alarcón, 2018, p. 10).

En cuanto a la **formulación del problema**, se tiene como problema general: ¿Cómo se vincula la inteligencia comercial y la gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018?

En tanto a los **problemas específicos** se tiene:

Problema específico 1: ¿Cómo se relaciona el **PORTAL SUNAT** y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018?

Problema específico 2: ¿Cómo se relaciona **TRADE MAP** y la Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018?

Problema específico 3: ¿Cómo se relaciona **SIICEX** y la Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018?

Con respecto a la **justificación del estudio**, se tiene como **justificación científica**, La investigación se ha justificado acogiéndose a las teorías relacionadas a la inteligencia de negocios o comercial y gestión de servicios logísticos, la cual entre las dos variables existe una relación que puede ayudar a conseguir los objetivos comerciales trazados para una compañía y otras futuras investigaciones que se puedan ejecutar a través de técnicas y métodos constituidos con el desarrollo de esta investigación que a su vez tiene una validez de confiabilidad. Por ello es importante para orientar, informar y motivar a todo tipo de empresas, lo esencial que es la inteligencia comercial y la gestión de servicios logísticos para

que su compañía sea eficaz y eficiente, y así posicionarse como una empresa exitosa. Como **Justificación Comercial**, es importante debido a que busca comprobar si las herramientas de la inteligencia comercial se relacionan con los tipos de gestión de servicios logísticos, así también si son realmente efectivos, como los describe la mayoría de las teorías en donde su objetivo comienza desde el cumplimiento de la demanda y esto se debe ver manifestado en las principales condiciones de servicio, calidad y costo con la finalidad de que la mayoría de las organizaciones logren verse del mismo modo favorecidas. En cuanto a la **Justificación Social**, en este estudio se emplearon métodos que han sido obtenidos durante el curso de la carrera de Negocios Internacionales, sobrellevada por los investigadores del presente estudio. Estas enseñanzas se fundamentan en los múltiples talleres o guías como Herramientas de inteligencia Comercial-PROMPERU, además de las gestiones de servicios logísticos de una empresa, tema estudiado también por la carrera. Así también, la investigación será ventajosa para futuras proyectos que deban realizar los estudiantes.

Con respecto a la **hipótesis**, se tiene como **hipótesis general**: Existe relación significativa entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Mientras que las **hipótesis específicas** son:

Hipótesis específica 1: Existe relación significativa entre el **PORTAL SUNAT** y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Hipótesis específica 2: Existe relación significativa entre **TRADE MAP** y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Hipótesis específica 3: Existe relación significativa entre **SIICEX** y Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Así mismo se tiene como **objetivos**:

Objetivo general: Analizar y evaluar la relación existente entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Y como **objetivos específicos** tenemos:

Objetivo específico 1: Determinar la relación existente entre el **PORTAL SUNAT** y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Objetivo específico 2: Determinar la relación existente entre **TRADE MAP** y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Objetivo específico 3: Determinar la relación existente entre **SIICEX** y Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

II. MÉTODO

2.1. Diseño de investigación

2.1.1 Diseño

Descriptivo correlacional:

Según Ortiz, F. (2004) nos indica que es el más se utiliza en el ámbito de la investigación, se encamina a la determinación de la relación existentes entre dos o más variables en un momento definido, además este tipo de estudio admite afirmar en qué medida las variaciones en una variable está asociada con las variaciones en la otra relativamente fácil de diseñar y realizar.

Este trabajo de investigación es correlacional, ya que radico en indagar las relaciones entre dos variables en un tiempo exacto, las facultades prácticas y conductas relacionándose entre sí, trabajadores y operarios de la realización para poder afirmar el nivel de la relación existente.

Investigación longitudinal:

Es propio de estudios evolutivos, el investigador toma una muestra de sujetos, la cual es evaluada en diferentes momentos en el tiempo y por periodo bastante extenso. Tiene ventajas como también desventajas, primero nos proporciona información bastante confiable de los cambios observados, de lo contrario, para sus desventajas el estudio consume demasiado tiempo para poder extraer conclusiones (Sánchez y Reyes, 2017, p. 121).

2.1.2 Tipo

Investigación cuantitativa

Según Medina, De la Herrán y Domínguez (2014) nos indica que la metodología cuantitativa tradicional permitió elaborar modelos estadísticos con el fin de explicar el fenómeno investigado. Se usan técnicas de recogida de datos que aceptan estudiar los análisis estadísticos y levantar modelos basados en ello, los datos son adquiridos a través de cuestionarios, escalas, registros, etc. que procuran una visión objetiva en la investigación.

En síntesis, esto permite que la investigación sea objetiva y que nuestros instrumentos sean cuestionarios o encuestas y así el resultado que obtengamos solo sea levantado mas no manipulado.

Investigación No Experimental

Esta investigación incluye distintos métodos que especifican las relaciones entre variables. La diferenciación trascendental de este método es que no determinan, ni consiguen demostrar las relaciones causales entre variables. La naturaleza de esta es no experimental ya que no se elabora hipótesis con respecto a relaciones de causa y efecto de ningún tipo (Salkind, 1999, p. 10).

2.1.3 Nivel de investigación

Investigación Descriptiva

El investigador busca describir un fenómeno sus propiedades, características y situaciones donde están basados únicamente en recopilar y analizar información sobre los estados actuales recogidos a las que nos referimos de la cual podemos luego brindar esta información. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 92)

En esta investigación se explicará la relación entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos. Juntando la realidad de la empresa F & A Int. Logistic Group S.A.C en un espacio y tiempo determinado.

Diagrama o esquema:

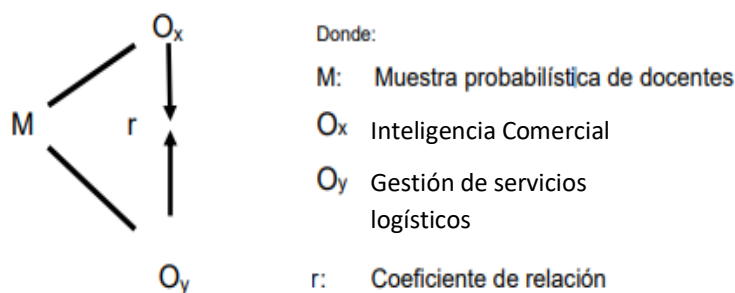


Figura 1: *Correlación entre variables*

2.2. Variables, operacionalización

MODELO DE MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

La Inteligencia Comercial y gestión de servicios logísticos internacionales de la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ESCALA DE MEDICION	TÉCNICA	INSTRUMENTO
LA INTELIGENCIA COMERCIAL	La inteligencia comercial es la unión de diversas razones, con un solo fin: conseguir ofrecer un producto o servicio a alguien. Esta no es solo un estrategia para vender más sino que es un modo de hacer, finalmente lo terminara vendiendo después (Bassat, 2011, p.15).	La inteligencia comercial es la suma de muchas inteligencias con un objetivo claro, que es vender el producto o servicio que se ofrece utilizando diversas herramientas como programas estadísticos.	PORTAL SUNAT	Exportación Definitiva	Escala de Likert: Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Encuesta: La técnica empleada en esta investigación serán las encuestas ya que de esa manera se podrá recopilar la información necesaria para analizar este proyecto de investigación.	Cuestionario: El cuestionario será mi instrumento para esta investigación la cual consiste en una variedad de interrogantes la cual luego será pasada por el sistema el SPSS Statistics.
				Importación definitiva			
				OEA (Operador económico autorizado)			
			TRADE MAP	Productos			
				Países			
				Socio comercial			
			SIICEX	Producto			
				Mercado			
				Empresas exportadoras			
GESTIÓN DE SERVICIOS LOGÍSTICOS	La logística forma parte de la cadena de suministros que va a poder planear, efectuar e inspecciona el flujo efectivo y eficaz; desde un punto de inicio hasta un punto final con el propósito de complacer a los consumidores (Castellano, 2016, p.)	La gestión de servicios logísticos es donde se hace un estudio al flujo de materias primas, servicios, productos e información a lo largo de la cadena de suministro que viene a ser parte de ello.	Gestión Logística	Documentación para el comercio internacional			
				Almacenaje y manejo de mercancía			
				Modos y medios de Transporte			
				Seguro de mercancías			
			Gestión Aduanera	SIGAD			
				Tributación Aduanera			
				Operadores de Comercio Exterior			

Elaboración: Propia

2.3 Población y muestra

2.3.1 Población

Según Ary (como se citó en Sánchez y Reyes, 2017, p. 155) indica que cuando ya se ha definido la unidad de muestreo, se da inicio para establecer la población que será estudiada y sobre la cual se procura difundir los resultados. Por lo tanto, la población comprende a todos los miembros de cualquier clase bien definida eventos, personas u objetos.

En la empresa F & A Int. Logistic Group tienen un total de 40 trabajadores laborando para ellos.

De acuerdo a la población se tomó en consideración a las personas que trabajan dentro del área de logística y área administrativa.

2.3.2 Muestra

Es en donde, se recolectarán datos en base a un beneficio común, la cual debe ser representativa en sus características a tomar en cuenta y por lo tanto la llamaremos población (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 150).

Muestra no probabilística

La probabilidad o posibilidad de cada elemento de una población no se conoce si es seleccionado para una muestra. Es usado continuamente por la disposición con la que se puede obtener una muestra, aun cuando se desconozca las bases para su realización (Sánchez y Reyes, 2017, p. 161).

El muestreo no probabilístico se determina de acuerdo a conveniencia y juicio del investigador, tomando en cuenta que las muestras a tomar tengan características en común de acuerdo a la población y que tengan relación con el objeto de estudio. Este resulta ser un tipo de muestreo en el que influye mucho el criterio del investigador, ya que este selecciona la muestra a juicio y conveniencia propia (Valderrama, 2013, p. 193).

Mi muestra total de población es 30 personas que representaron al área en donde se aplica el tema exacto de mi investigación obteniendo esta información de la empresa otorgado por la Gerente general de la empresa.

Tabla 1. Muestra no Probabilística

F & A Logistic Group Int.		
N°	Áreas	Cantidad de personas
1	Administrativa	7
2	Logística	15
4	Ventas	8
Total		30

Fuente: Elaboración propia

2.4. Técnicas e instrumento de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.4.1 Técnica

La técnica empleada en esta investigación serán las encuestas ya que de esa manera se podrá recopilar la información necesaria para analizar este proyecto de investigación.

Mediante la investigación se recopilará la información brindada por los trabajadores de la empresa F & A Intr. Logistic Group S.A.C. en la cual nos facilitaran la información actualizada, a través de la encuesta el cual no se tendrá ninguna manipulación.

2.4.2 Instrumento

El cuestionario será mi instrumento para esta investigación la cual será usada para la compilación necesaria de datos y luego ser pasada por el sistema el SPSS Statistics. Un documento escrito de interrogantes concernientes con los objetivos del estudio.

El cuestionario está comprendido de 30 preguntas en total con los niveles de respuesta de la Escala Likert: Siempre= 5, Casi siempre= 4, A veces= 3, Casi nunca= 2, Nunca = 1.

2.4.3 Validez

Cuando ya se ha conseguido los grupos y terminado de haber interpretado los resultados, conviene proceder, siempre y cuando sea posible, a la validación de estos con el objetivo de indagar, por un lado, hasta qué punto los resultados conseguidos son extrapolables a la población de donde provienen los objetos elegidos y, por el otro, porque han aparecido estos grupos. Se realizar de forma externa o interna (Martin, Cabero y De Paz, 2008, p. 75).

El cuestionario elaborado en la investigación fue aplicado para la muestra, por lo tanto, pasó por observación y evaluación por tres profesores con dominio en el tema, los cuales mencionamos a continuación:

Dr. Julio Samuel Zarate Suarez

Mg. Roque Juan Espinoza Casco

Mg. Vladimir Eloy Villanueva Orbegoso

Fuente: Elaboración propia

2.4.4 Confiabilidad

La confiabilidad dice ser el resultado equivalente de la aplicación repetitiva hacia un mismo instrumento de estudio o de medición. (Sánchez y Reyes, 2017, p. 224).

En esta investigación se aplicó el método Alfa de Cronbach, utilizando el sistema SPSS Statistics 25, que determinará si tiene alta o baja fiabilidad en la investigación.

2.5. Métodos de análisis de datos

Se utilizó el método estadístico en esta investigación con el sistema del SPSS Statistics, versión 25, para luego ser organizados mediante cuadros y tablas, lo cual hará demostrar la relación entre mis dos variables, Inteligencia comercial y Gestión de servicios Logísticos.

2.6. Aspectos éticos

Este trabajo de investigación se realizó con base al respeto de la propiedad intelectual, es decir, todo su proceso hemos recurrido al uso del manual APA para citar mencionando como prueba de ello en las fuentes bibliográficas.

La información obtenida para la muestra fue referente a la empresa que se está investigando F & A Logistic Group S.A.C.

III. RESULTADOS

3.1 Tabla de frecuencia de las preguntas

Tabla 2:

Documentos para la exportación definitiva

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	CASI SIEMPRE	11	36,7	36,7	36,7
	SIEMPRE	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

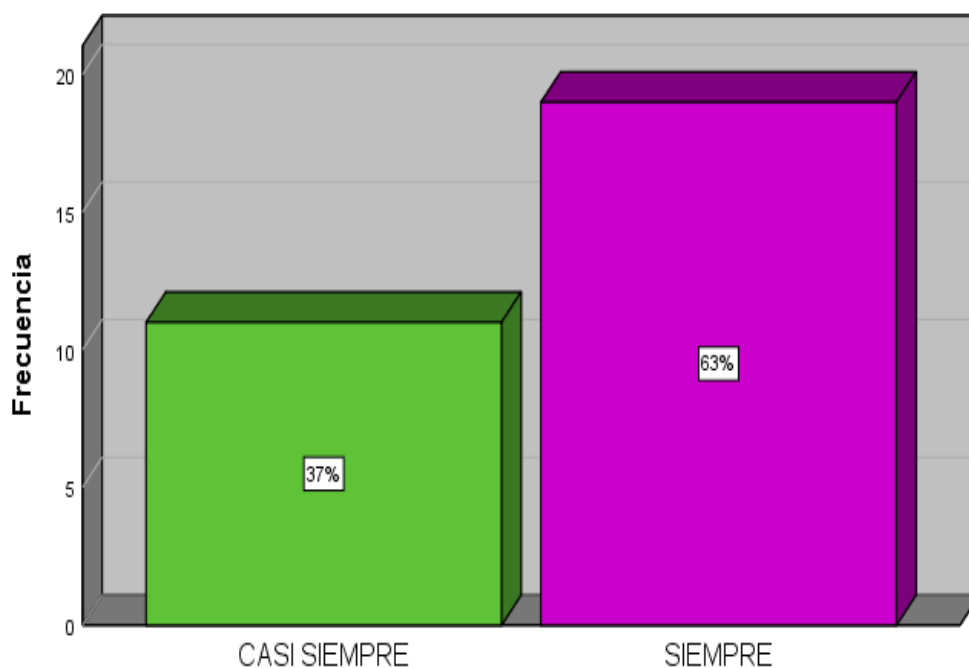


Figura 1 Resultado de documentos para exportación

Interpretación: En la tabla 2 y figura 1 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 11 personas equivalente al 36.7% presentan casi siempre dichos documentos y las otras 19 personas presentan siempre de acuerdo a que el portal Sunat exige los documentos comerciales que amparan este régimen siendo un equivalente al 63,3% del total.

Tabla 3:

Trazabilidad en SUNAT

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
	A VECES	2	6,7	6,7	10,0
	CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	23,3
	SIEMPRE	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

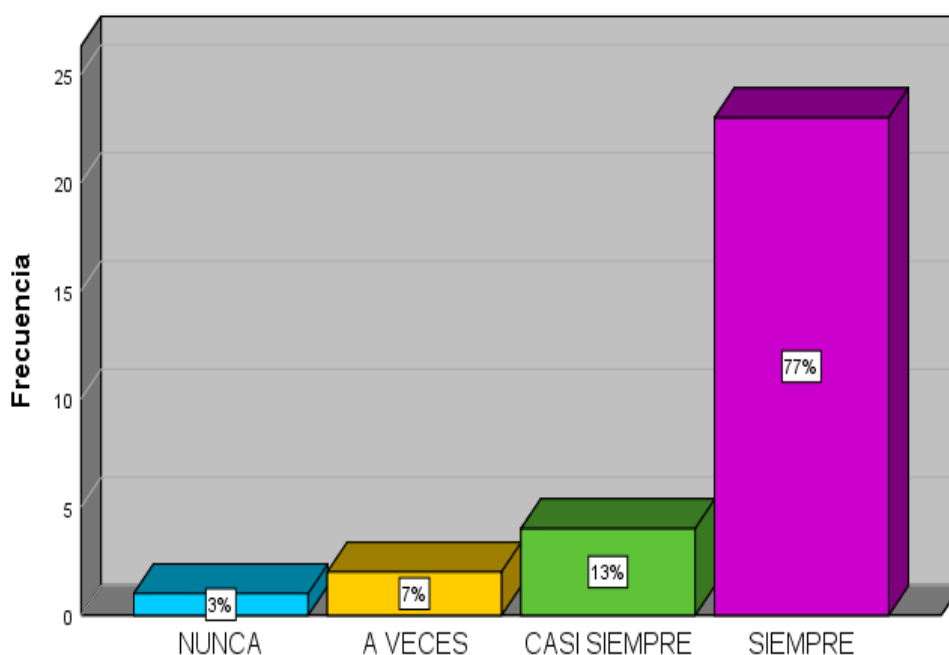


Figura 2 Resultado de trazabilidad en Sunat

Interpretación: En la tabla 3 y figura 2 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 1 persona igual al 3.3% presentan que nunca utiliza el portal Sunat para su trazabilidad, 2 personas que es el 7% dicen que solo a veces lo utilizan, 4 personas equivalentes al 13% dicen que casi siempre utilizan este portal y 23 personas con un 77% mencionan que siempre acuden a este portal para la trazabilidad de las mercancías.

Tabla 4:

Documentos Sunat para el régimen de importación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	3	10.0	10.0	10.0
	CASI SIEMPRE	12	40.0	40.0	50.0
	SIEMPRE	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

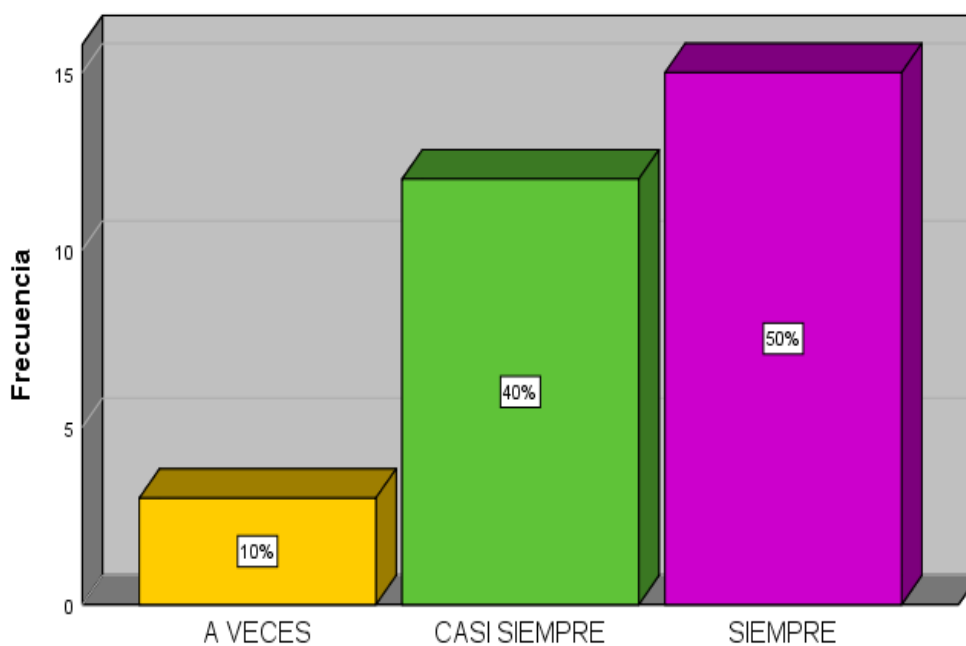


Figura 3 Resultado de documentos para importación

Interpretación: En la tabla 4 y figura 3 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 3 personas con un 10% mencionan que a veces presenta los documentos correctos para el régimen de importación para el consumo, 12 personas igual al 40% presentan casi siempre documentos de acuerdo al portal Sunat y 15 personas equivalente a la mitad de encuestados dicen que siempre presentan dichos documentos.

Tabla 5:

Mercancías restringidas y prohibidas en Sunat.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	1	3.3	3.3	3.3
	CASI SIEMPRE	17	56.7	56.7	60.0
	SIEMPRE	12	40.0	40.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

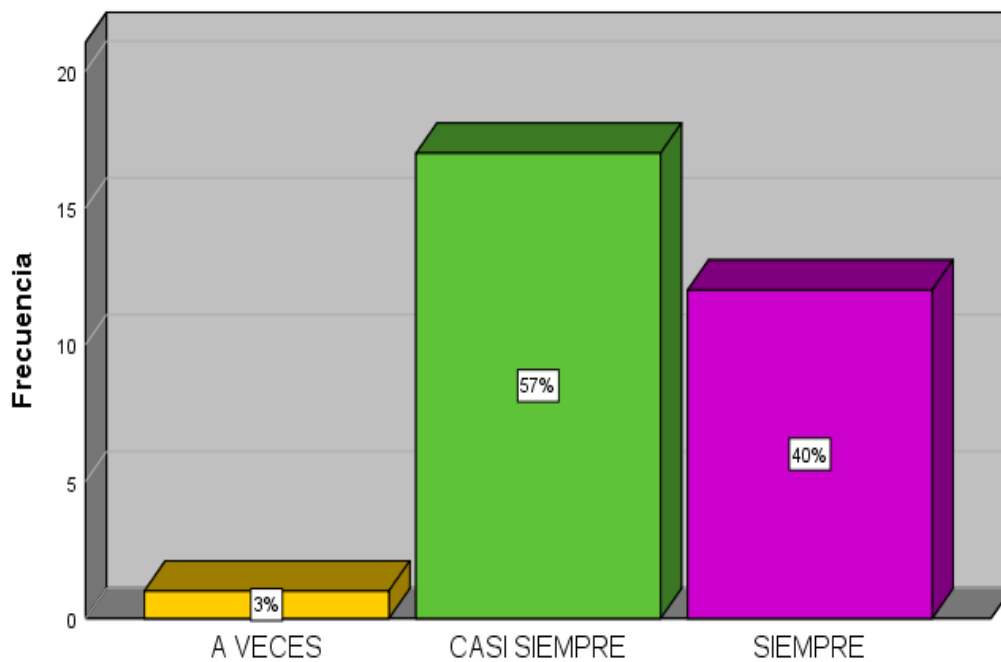


Figura 4 Resultado de las mercancías restringidas

Interpretación: En la tabla 5 y figura 4 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 1 persona equivalente al 3.3% dicen que a veces revisan los tipos de mercancía en portal SUNAT, 17 personas con un 56.7% dicen que casi siempre se cercioran que tipo de mercancía son y 12 personas igual al 40% nos dice que siempre revisan el portal Sunat para mayor control en las mercancías.

Tabla 6:

Regímenes marítimos o aéreos.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	3	10.0	10.0	10.0
	CASI SIEMPRE	12	40.0	40.0	50.0
	SIEMPRE	15	50.0	50.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

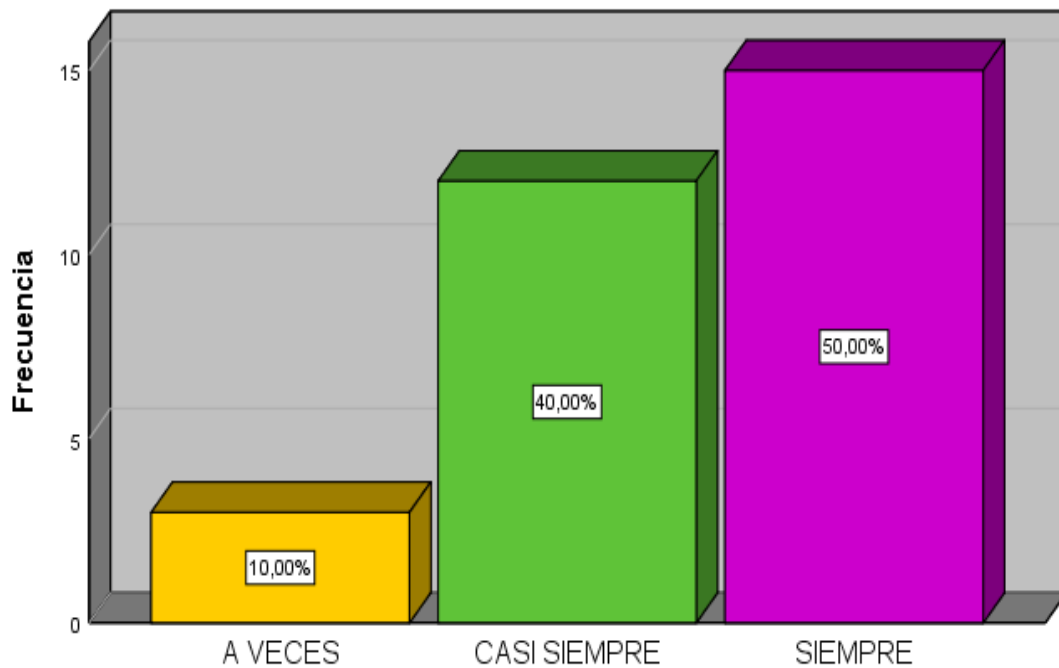


Figura 5 Resultado de regímenes aduaneros

Interpretación: En la tabla 6 y figura 5 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 3 personas con un 10% nos dicen que a veces toman en cuenta regímenes aduaneros ya sea marítimos o aéreos para su servicios, 12 personas que son el 40% casi siempre lo toman en cuenta a estos regímenes y 15 personas que son la mitad de los encuestados 50% mencionan que siempre consideran a estos regímenes aduaneros.

Tabla 7:

Operador económico autorizado por la Sunat.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NUNCA	1	3.3	3.3	3.3
	A VECES	3	10.0	10.0	13.3
	CASI SIEMPRE	21	70.0	70.0	83.3
	SIEMPRE	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

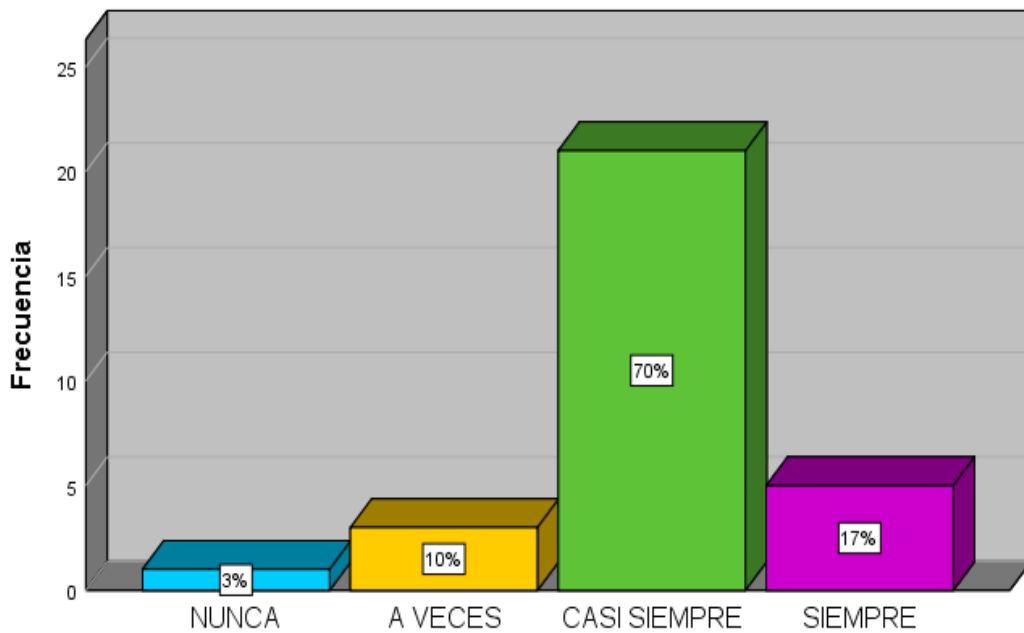


Figura 6 Resultado de la OEA

Interpretación: En la tabla 7 y figura 6 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 1 persona igual al 3.3% nos dicen que nunca presentan el certificado operador económico de la Sunat, 3 personas que son el 10% a veces presentan este certificado, 21 personas igual al 70% mencionan que casi siempre presentan este certificado y 5 personas con un 17% del total dicen que siempre presentan este certificado.

Tabla 8:

Productos en Trade Map.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	CASI NUNCA	2	6.7	6.7	6.7
	A VECES	1	3.3	3.3	10.0
	CASI SIEMPRE	2	6.7	6.7	16.7
	SIEMPRE	25	83.3	83.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

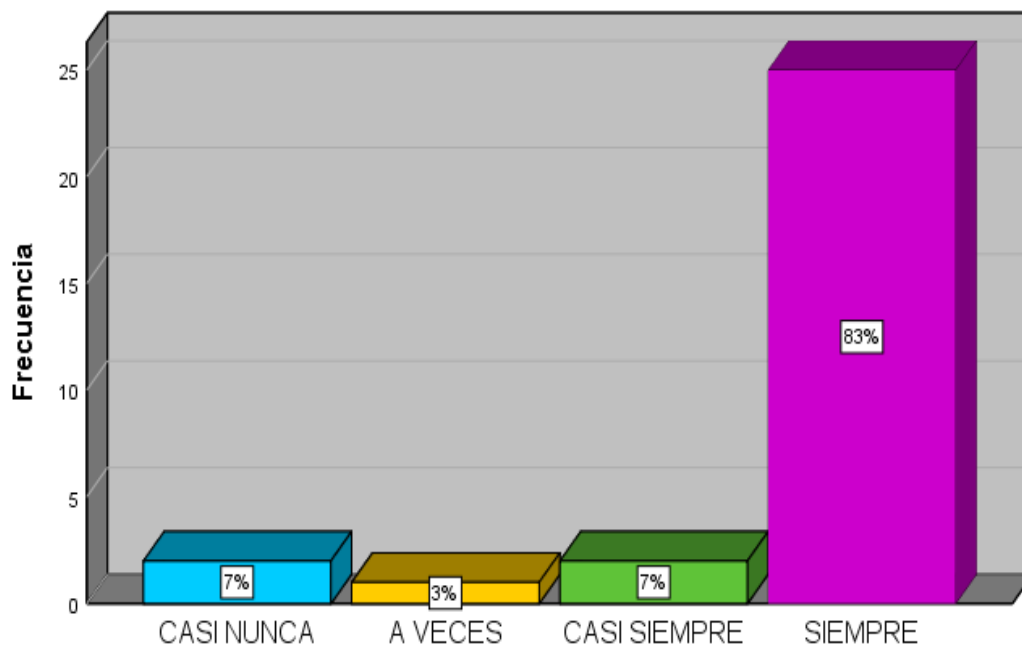


Figura 7 Resultado de productos en Trade Map

Interpretación: En la tabla 8 y figura 7 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, lo cual 2 personas igual al 6.7% dicen que casi nunca utilizaron Trade Map en los últimos años para la información de productos, 1 persona con un 3.3% a veces utilizaron Trade Map, 2 personas con un 6.7% casi siempre lo utilizaron y 25 personas con un 83.3% dicen que siempre usaron Trade Map en su logística para sus productos.

Tabla 9:

Valor de productos en Trade Map.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	4	13.3	13.3	13.3
	CASI SIEMPRE	2	6.7	6.7	20.0
	SIEMPRE	24	80.0	80.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

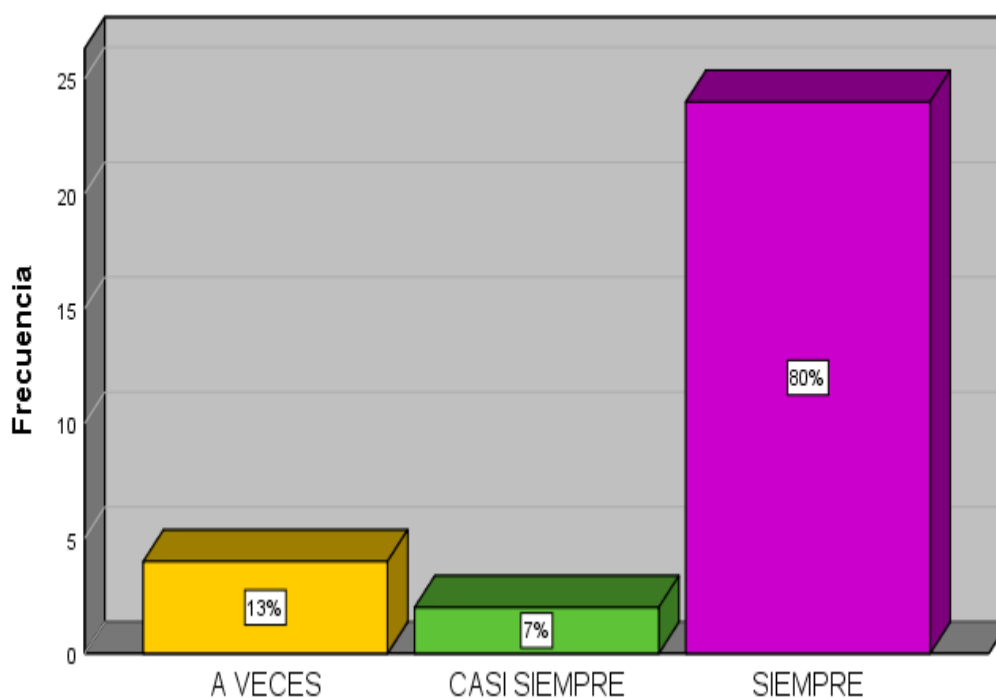


Figura 8 Resultado de valores importados

Interpretación: En la tabla 9 y figura 8 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 4 personas equivalente al 13.3% nos dicen que a veces toman en cuenta el valor importado de productos de sus clientes a través de Trade Map, 2 personas que son el 6.7% casi siempre lo toman en cuenta a estos valores y 24 personas que son el 80% mencionan que siempre consideran estos valores importados.

Tabla 10:

Países proveedores en Trade Map.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	2	6.7	6.7	6.7
	CASI SIEMPRE	20	66.7	66.7	73.3
	SIEMPRE	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

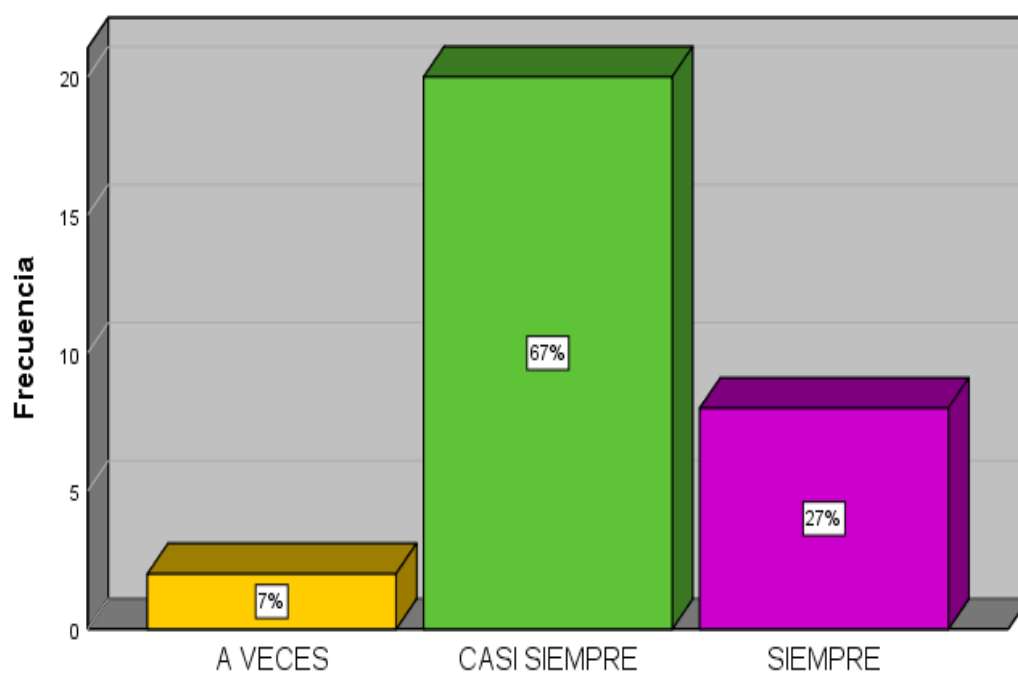


Figura 9 Resultado de países proveedores en Trade Map

Interpretación: En la tabla 10 y figura 9 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 2 personas equivalente al 6.7% nos dicen que a veces la información de países proveedores de sus clientes son obtenidos de Trade Map, 20 personas que son el 66.7% casi siempre obtienen esta información y 8 personas que son el 26.7% mencionan que siempre utilizan Trade Map para obtener información de países proveedores.

Tabla 11:

Búsqueda de empresas en Trade Map.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	7	23.3	23.3	23.3
	CASI SIEMPRE	5	16.7	16.7	40.0
	SIEMPRE	18	60.0	60.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

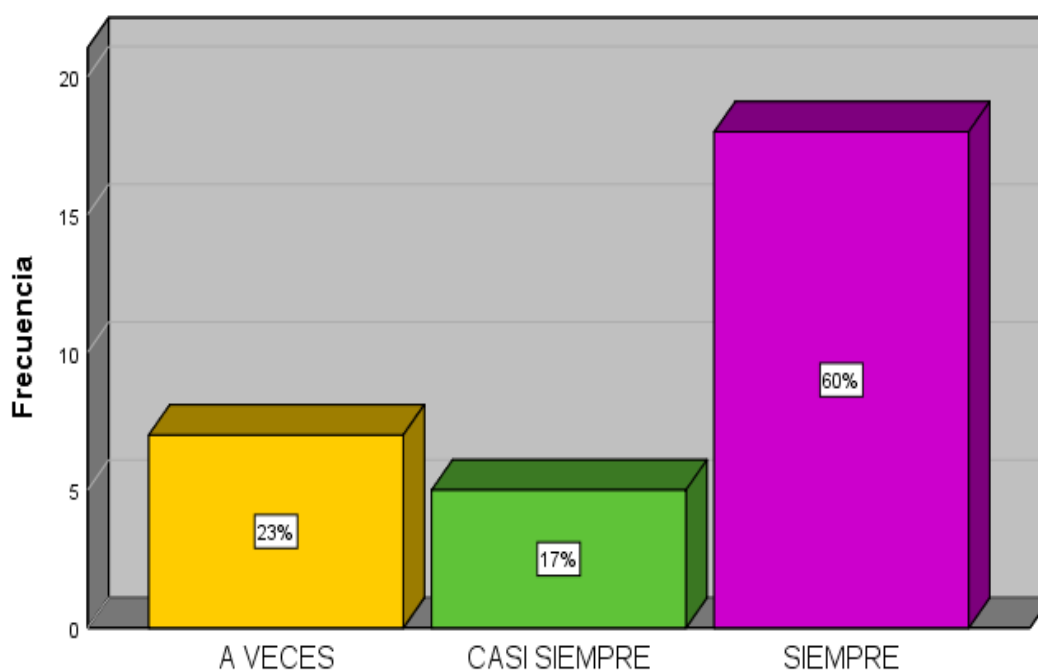


Figura 10 Resultado de búsqueda de empresas en Trade Map

Interpretación: En la tabla 11 y figura 10 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 7 personas igual al 23.3% nos dicen que a veces la información de países dados por Trade Map les facilita en su búsqueda de empresas, 5 personas que son el 16.7% casi siempre les conviene esta información y 18 personas que son el 60% mencionan que siempre utilizan esta plataforma para su búsqueda de nuevas empresas.

Tabla 12:

Socios comerciales en Trade Map.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	4	13.3	13.3	13.3
	CASI SIEMPRE	13	43.3	43.3	56.7
	SIEMPRE	13	43.3	43.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

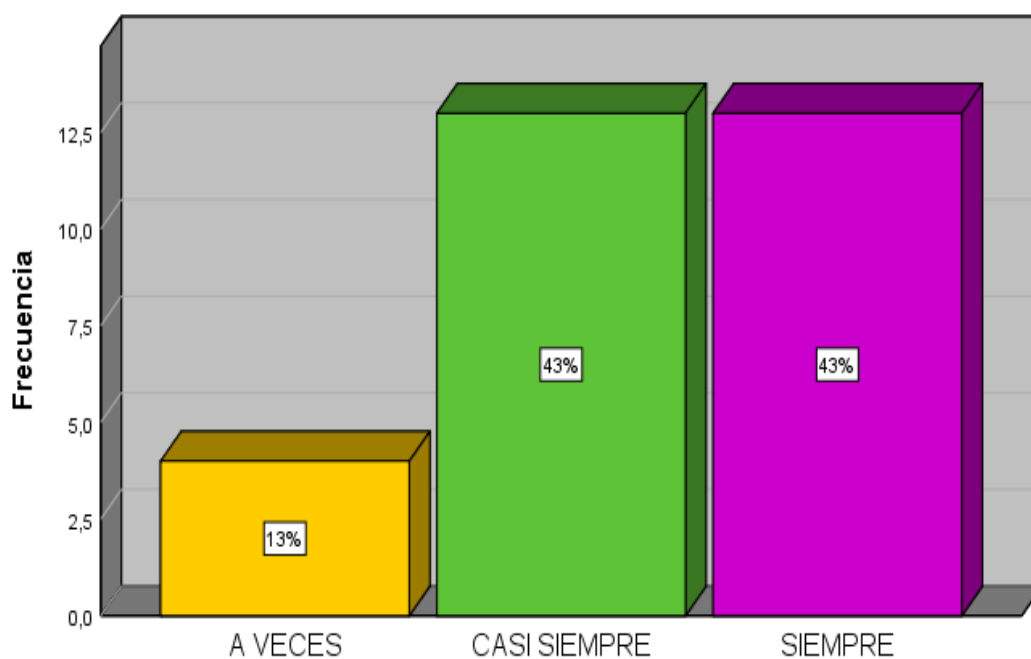


Figura 11 Resultado de socios comerciales en Trade Map

Interpretación: En la tabla 12 y figura 11 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 4 personas equivalente al 13.3% nos dicen que a veces visualizan socios comerciales en Trade Map para su competitividad, 13 personas que son el 43.3% casi siempre busca estos socios y de igual manera las otras 13 personas siempre visualizan estos socios comerciales de sus clientes mediante Trade Map para una mejor competitividad.

Tabla 13:

Exportación de productos en Siicex.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	CASI SIEMPRE	19	63,3	63,3	63,3
	SIEMPRE	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

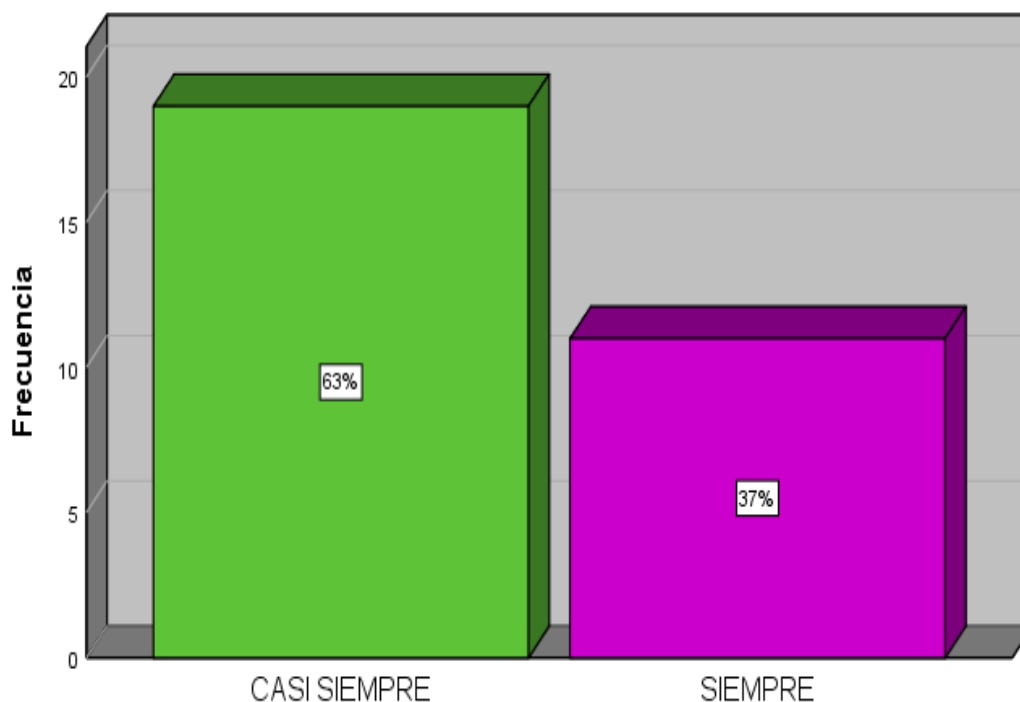


Figura 12 *Resultado de productos mediante Siicex*

Interpretación: En la tabla 13 y figura 12 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 19 personas igual al 63.3% dicen que casi siempre la información de productos exportados son obtenidos a través de Siicex y las otras 11 personas mencionan que siempre dicha información es obtenida de Siicex siendo un equivalente al 36.7% del total.

Tabla 14:

Importación de productos en Siicex.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	3,3	3,3	3,3
	CASI SIEMPRE	14	46,7	46,7	50,0
	SIEMPRE	15	50,0	50,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

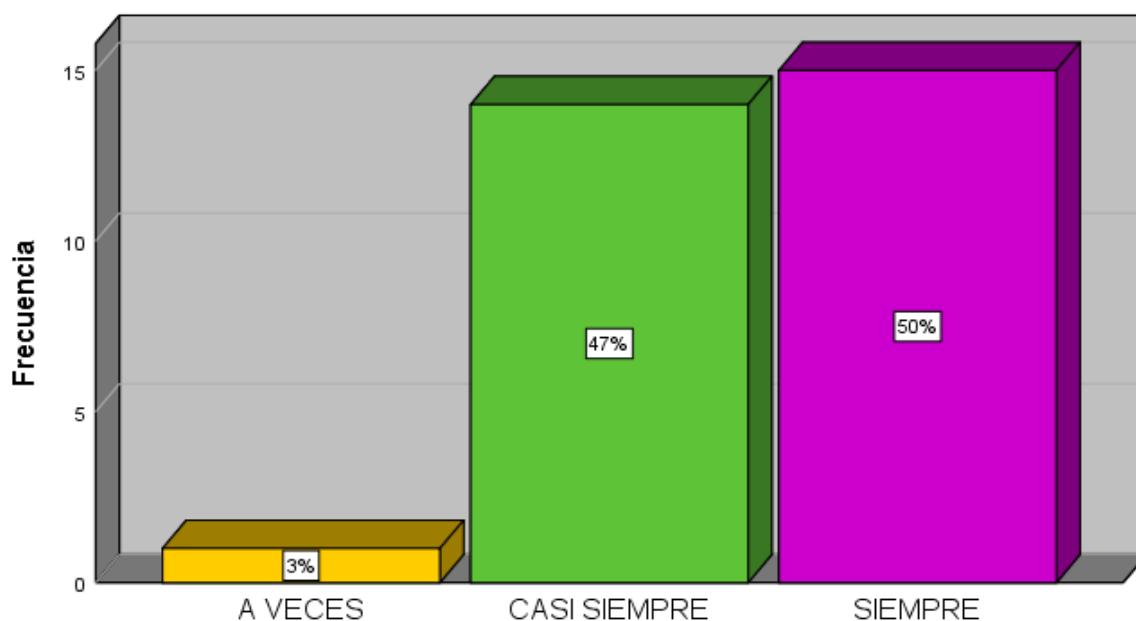


Figura 13 Resultado de productos importados en Siicex

Interpretación: En la tabla 14 y figura 13 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 1 persona equivalente al 3.3% nos dicen que a veces verifican a través de Siicex los productos importados por sus clientes, 14 personas que son el 46.7% casi siempre verifican esta información y 15 personas equivalente a la mitad de los encuestados 50% siempre verifican estos productos a través de Siicex.

Tabla 15:

Estudio de mercado ofrecido por Siicex.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
	A VECES	3	10,0	10,0	13,3
	CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	43,3
	SIEMPRE	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

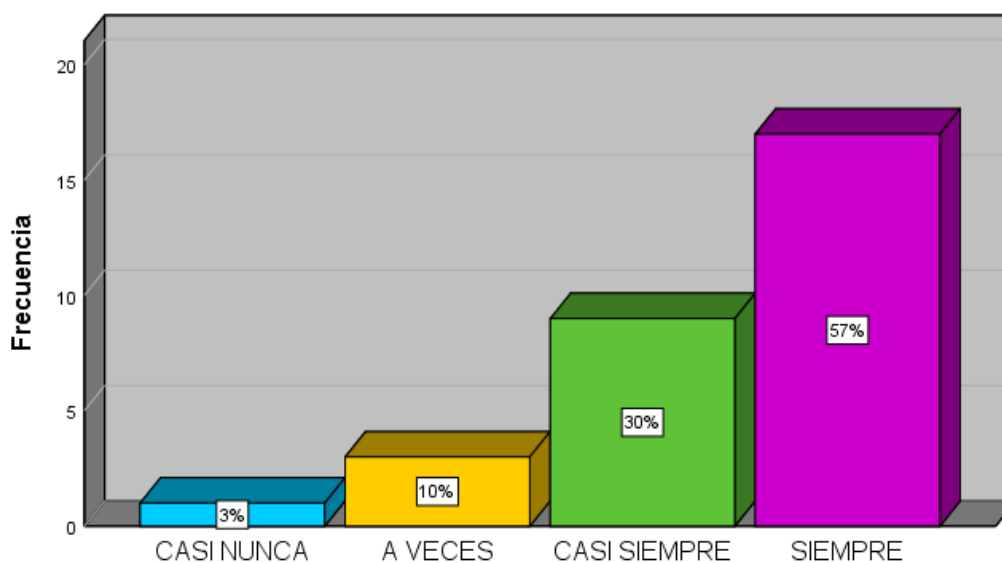


Figura 14 Resultado de estudio de mercado en Siicex

Interpretación: En la tabla 15 y figura 14 siendo 30 personas a la que se encuestaron y que equivale al 100%, de lo cual 1 persona igual a 3.3% nos dice que casi nunca el estudio de mercado dado por Siicex le ha facilitado tomar decisiones más rápidas, 3 personas que son el 10% a veces utilizan el estudio de mercado, 9 personas con un 30% casi siempre lo utilizan y 17 personas que son el 56.7% mencionan que siempre la información de estudio de mercado les facilita tomar decisiones rápidas para el proceso de inteligencia comercial.

Tabla 16:

Empresas exportadoras mediante SIICEX.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	3,3	3,3	3,3
	CASI SIEMPRE	12	40,0	40,0	43,3
	SIEMPRE	17	56,7	56,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

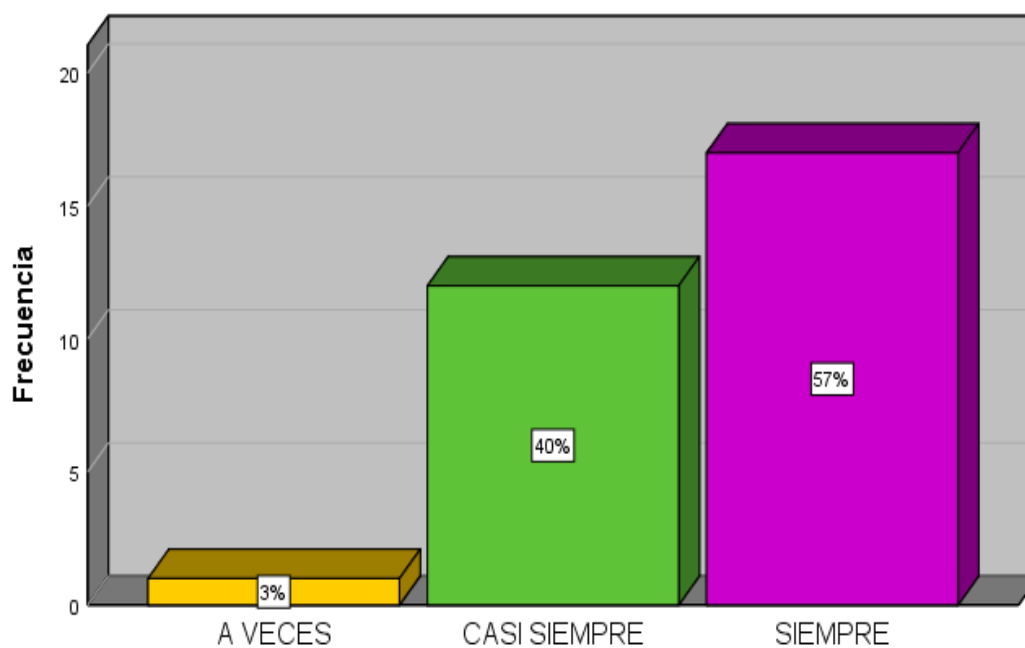


Figura 15 Resultado de empresas exportadoras en Siicex

Interpretación: En la tabla 16 y figura 15 siendo 1 empresa la encuestada igual al 100%, de lo cual 1 persona que es el 3.3% menciona que a veces para la competitividad busca empresas a través de Siicex, 12 personas que son el 40% casi siempre utilizan esta plataforma para dicha búsqueda y las otras 17 personas igual al 56.7% dicen que siempre utilizan Siicex para buscar empresas exportadoras y saber cómo está la competencia internacional.

Tabla 17:

Captación de clientes mediante SIICEX.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	8	26,7	26,7	26,7
	CASI SIEMPRE	18	60,0	60,0	86,7
	SIEMPRE	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

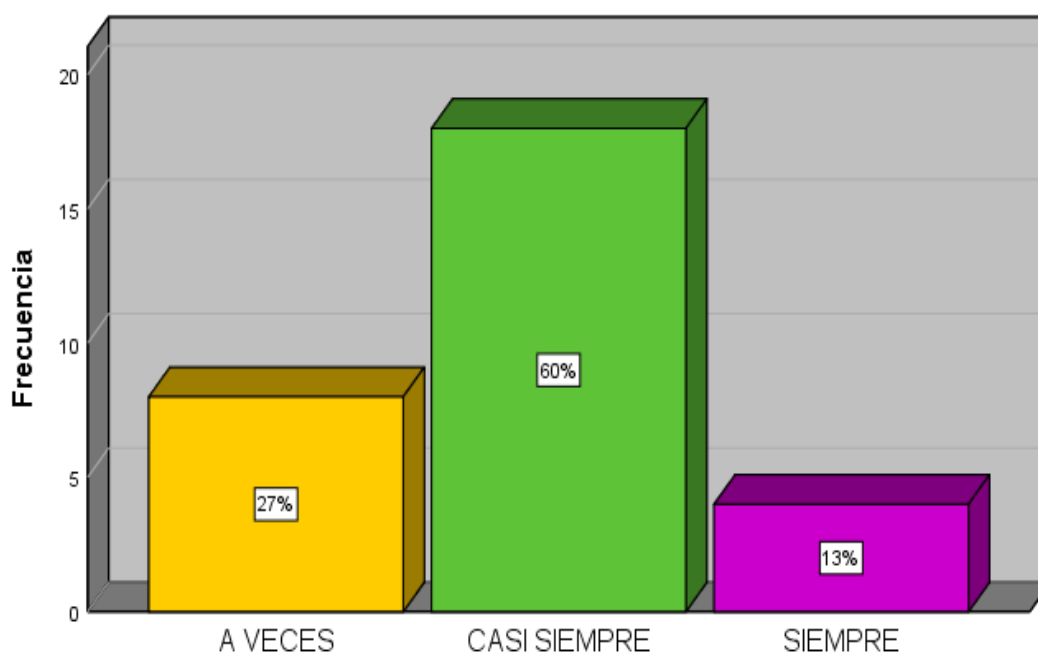


Figura 16 Resultado de captación de clientes en Siicex

Interpretación: En la tabla 16 y figura 15 siendo 1 empresa la encuestada igual al 100%, de lo cual 1 persona que es el 3.3% menciona que a veces para la competitividad busca empresas a través de Siicex, 12 personas que son el 40% casi siempre utilizan esta plataforma para dicha búsqueda y las otras 17 personas igual al 56.7% dicen que siempre utilizan Siicex para buscar empresas exportadoras y saber cómo está la competencia internacional.

Tabla 18:

Rutas comerciales de distribución.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	12	40,0	40,0	46,7
	SIEMPRE	16	53,3	53,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

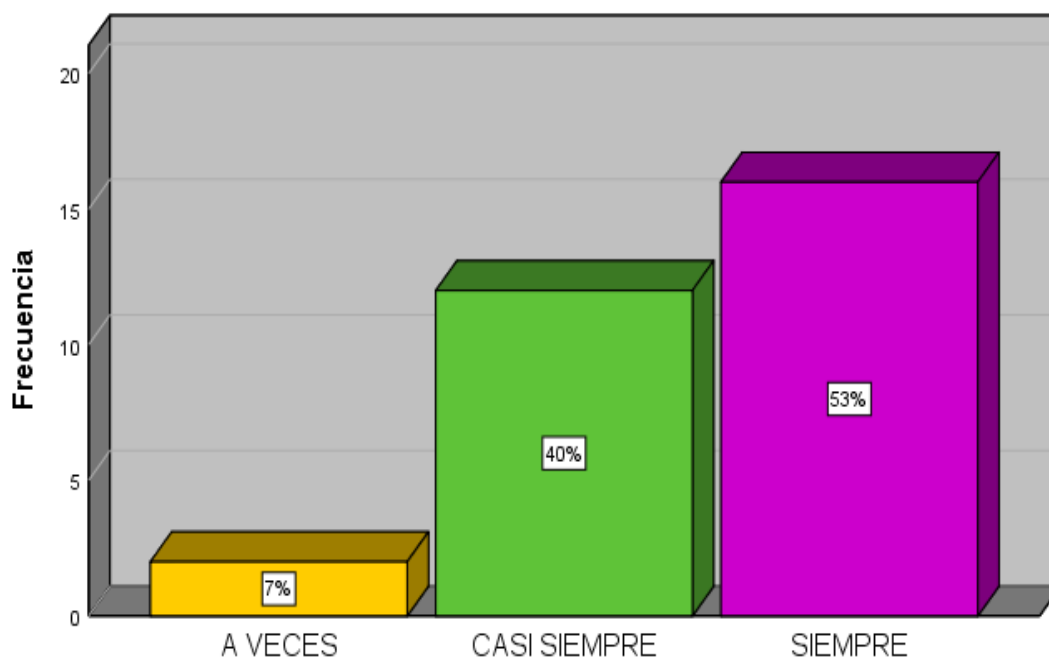


Figura 17 *Resultado de rutas comerciales*

Interpretación: En la tabla 18 y figura 17 siendo 1 empresa la encuestada igual al 100%, de lo cual 2 personas que es el 6.7% menciona que a veces usan las rutas comerciales para su distribución, 12 personas que son el 40% casi siempre utilizan estas rutas y las otras 16 personas igual al 53.3% dicen que siempre utilizan las rutas comerciales para sus servicios de distribución.

Tabla 19:

Almacenamiento de mercancías peligrosas.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	3	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	3	10,0	10,0	20,0
	SIEMPRE	24	80,0	80,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

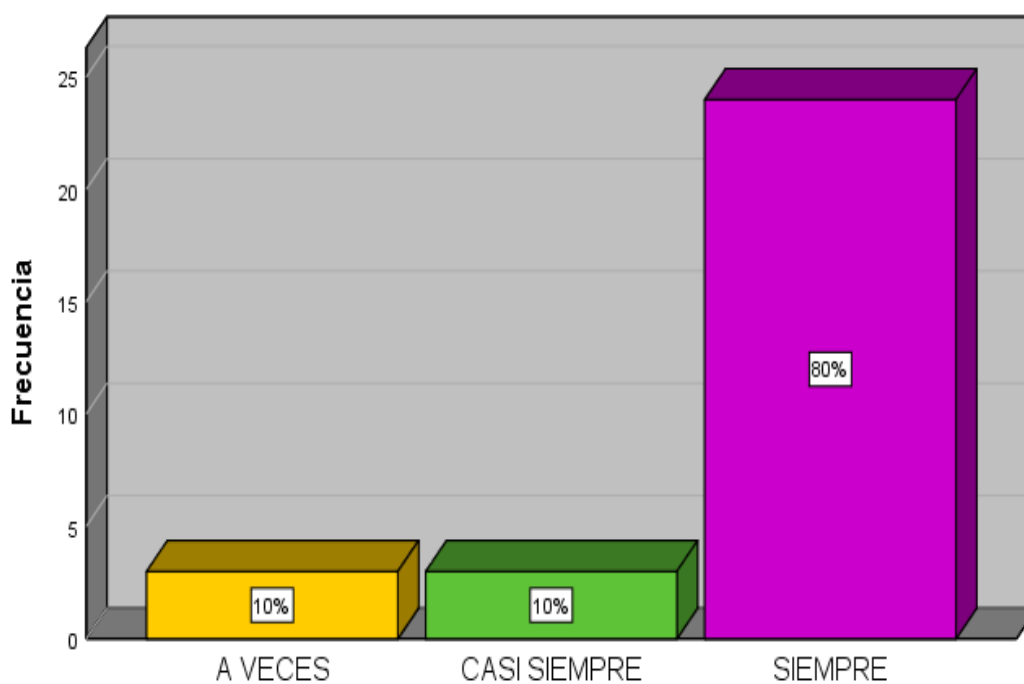


Figura 18 *Resultado de mercancías frágiles*

Interpretación: En la tabla 19 y figura 18 siendo 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 3 personas que es el 10% menciona que a veces fueron precavidos al almacenar artículos frágiles en cada transcurso, otras 3 personas que son el 10% que también fueron precavidos al almacenar estos artículos y 24 personas igual al 80% dicen que siempre son precavidos con el almacenamiento de artículos frágiles.

Tabla 20:

Buenas prácticas de almacenamiento.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	5	16,7	16,7	23,3
	SIEMPRE	23	76,7	76,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

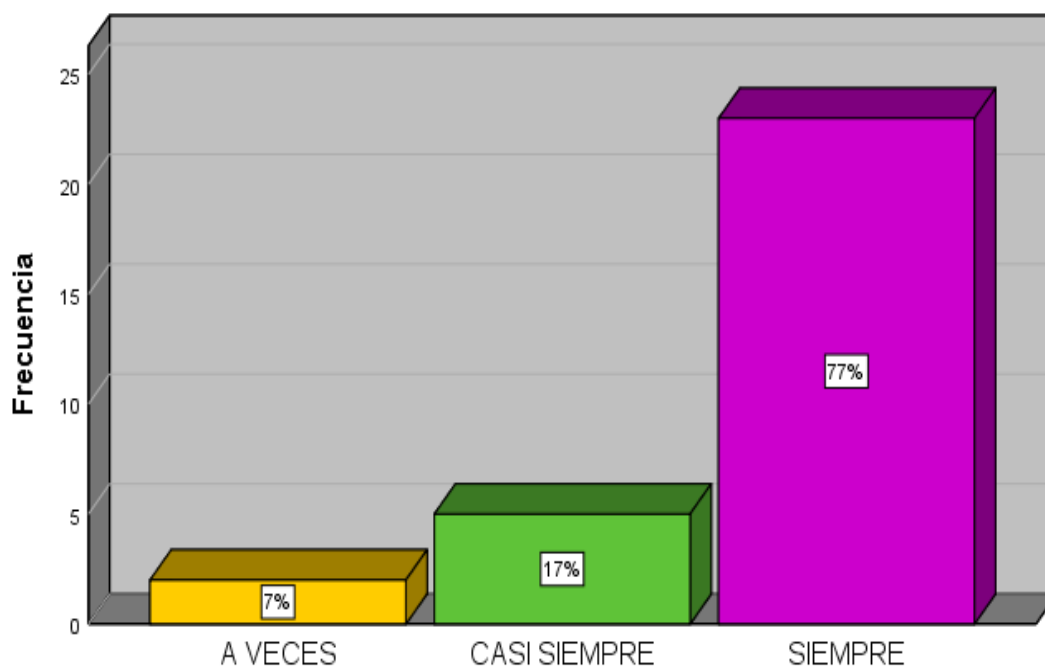


Figura 19 Resultado de óptimos almacenamientos

Interpretación: En la tabla 20 y figura 19 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 2 personas que es el 6.7% menciona que a veces realizaban las buenas prácticas de almacenamiento para cada proceso de servicio hace dos años, otras 5 personas que son el 16.7% casi siempre realizaban las buenas prácticas y 23 personas igual al 76.7% dicen que siempre realizaban las buenas prácticas de almacenamiento.

Tabla 21:

Medio de transporte en canales de distribución.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	36,7
	SIEMPRE	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

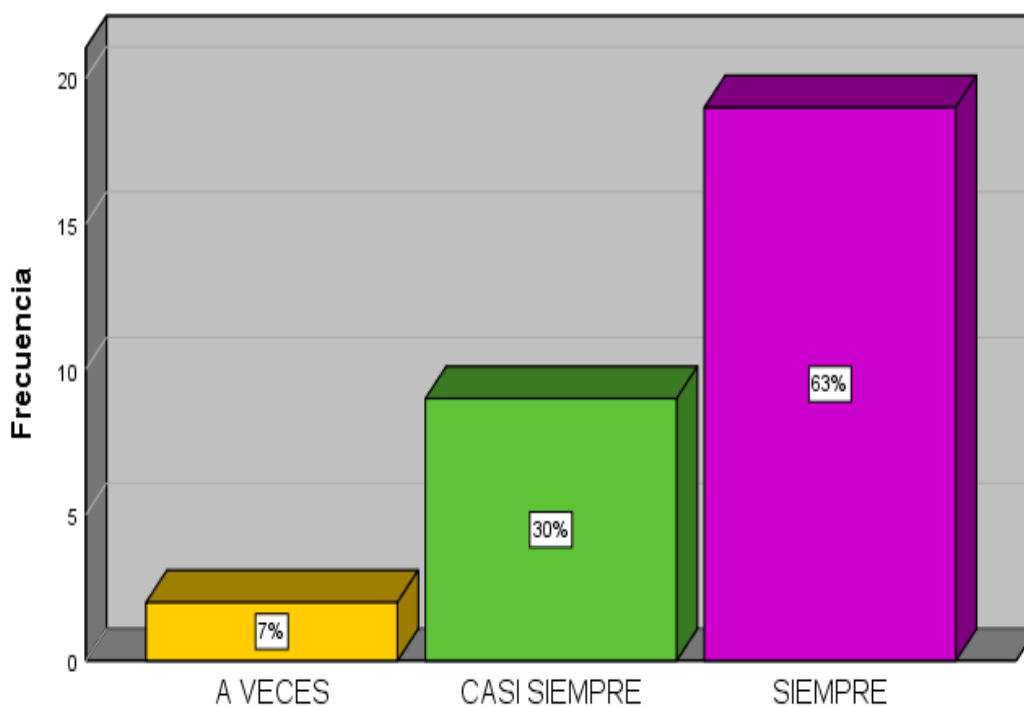


Figura 20 Resultado de medios de transporte

Interpretación: En la tabla 21 y figura 20 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 2 personas que es el 6.7% a veces verifican el medio de transporte del pedido de sus clientes, 9 personas que son el 30% casi siempre verifican el medio de transporte y 19 personas igual al 63.3% dicen que siempre verifican el transporte.

Tabla 22:

Responsabilidad de pérdida o daño en mercancías.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
<i>Válido</i>	A VECES	3	10,0	10,0	10,0
	CASI SIEMPRE	16	53,3	53,3	63,3
	SIEMPRE	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

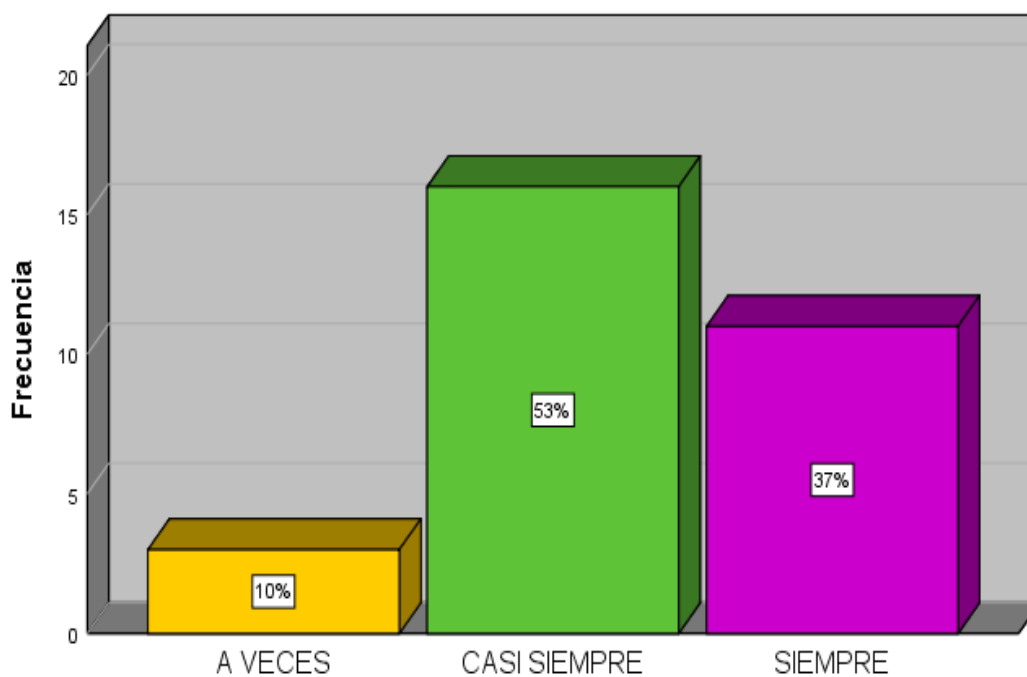


Figura 21 Resultado de pérdida de mercancías

Interpretación: En la tabla 22 y figura 21 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 3 personas que es el 10% dicen que a veces fueron responsables por alguna pérdida en el traslado de mercancías estos últimos años, 16 personas que son el 53.3% casi siempre fueron responsables de alguna pérdida y 11 personas que son el 36.7% dicen que siempre son responsables por alguna pérdida en el traslado de mercancía.

Tabla 23:

Tercerización para generar flexibilidad y rentabilidad.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	4	13,3	13,3	13,3
	A VECES	10	33,3	33,3	46,7
	CASI SIEMPRE	3	10,0	10,0	56,7
	SIEMPRE	13	43,3	43,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

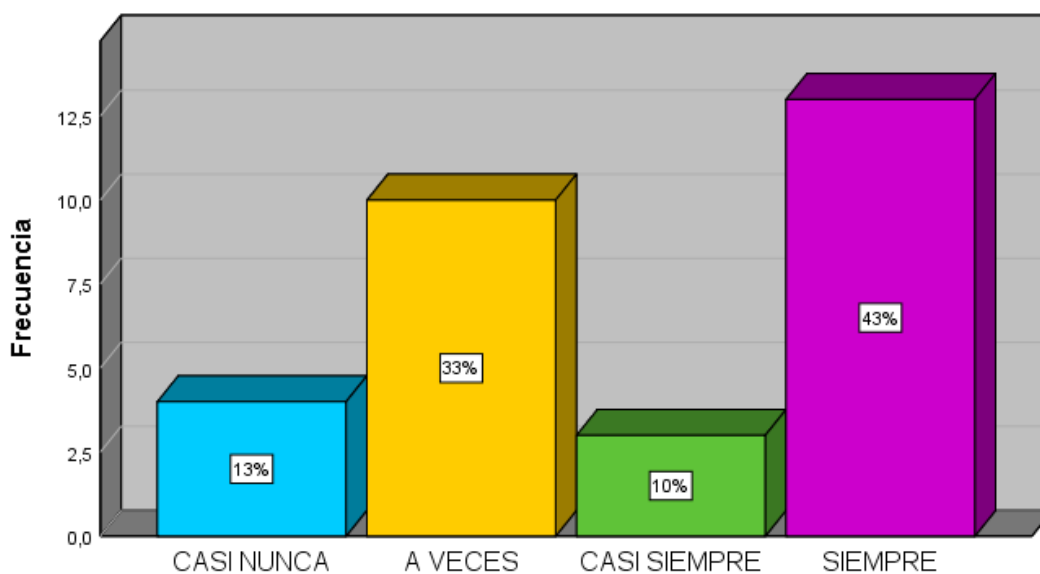


Figura 22 Resultado de tercerización de servicios

Interpretación: En la tabla 23 y figura 22 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 4 personas que es el 13.3% casi nunca tercerizaron para generar mayor rentabilidad y más flexibilidad, 10 personas que son el 33.3% a veces tercerizaron para menos costos, 3 personas igual al 10% casi siempre tercerizaron las mercancías y 13 personas que son el 43.3% dicen que siempre han tercerizado para mayor rentabilidad y flexibilidad.

Tabla 24:

Resultado de ingresos en los servicios.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	8	26,7	26,7	26,7
	SIEMPRE	22	73,3	73,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

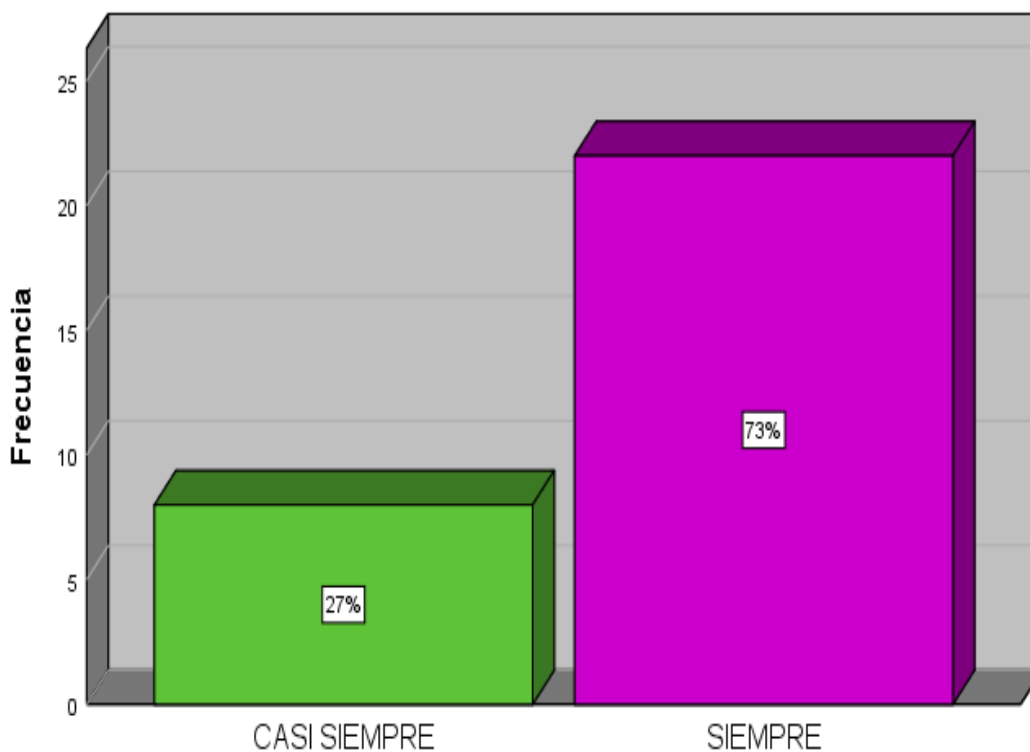


Figura 23 Resultado de ingreso en los servicios

Interpretación: En la tabla 24 y figura 23 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 8 personas es el 26.7% dicen que casi siempre obtuvieron óptimos resultados en los servicios que ofrecían hace dos años y 22 personas que son el 73.3% dicen que siempre obtuvieron un buen resultado (ingresos) en sus servicios ofrecidos.

Tabla 25:

Trasmisión electrónica de la DUA.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI SIEMPRE	12	40,0	40,0	40,0
	SIEMPRE	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

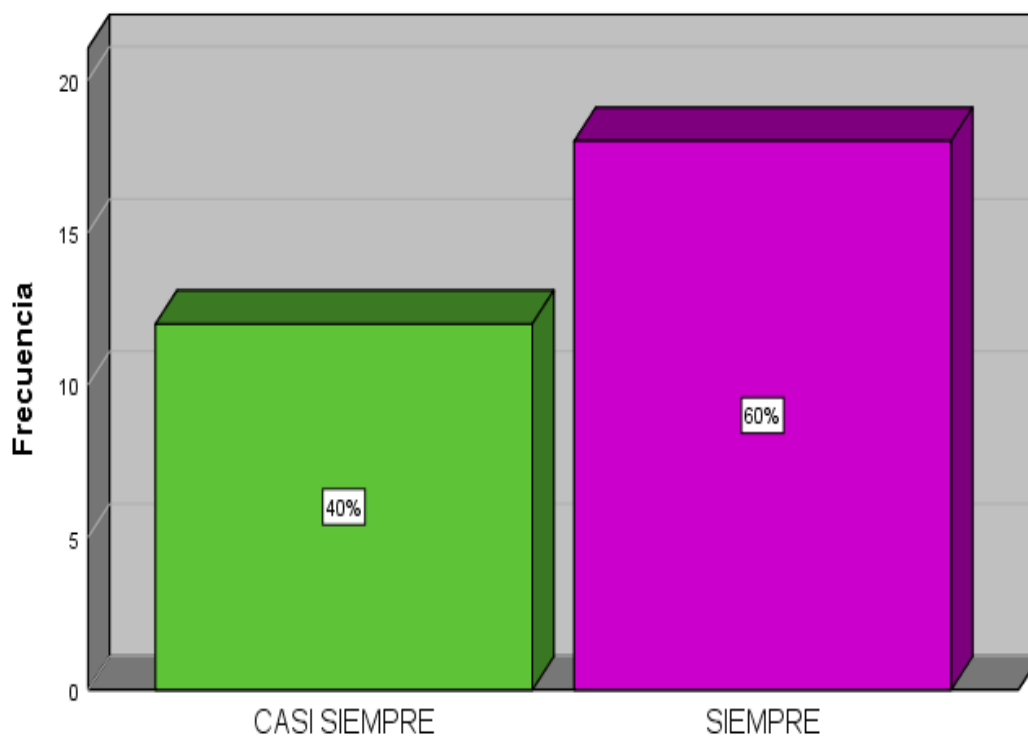


Figura 24 Resultado de transmisión de la Dua

Interpretación: En la tabla 24 y figura 23 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 8 personas es el 26.7% dicen que casi siempre obtuvieron óptimos resultados en los servicios que ofrecían hace dos años y 22 personas que son el 73.3% dicen que siempre obtuvieron un buen resultado (ingresos) en sus servicios ofrecidos.

Tabla 26:

Oficina virtual de certificados de origen.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
	A VECES	11	36,7	36,7	40,0
	CASI SIEMPRE	12	40,0	40,0	80,0
	SIEMPRE	6	20,0	20,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

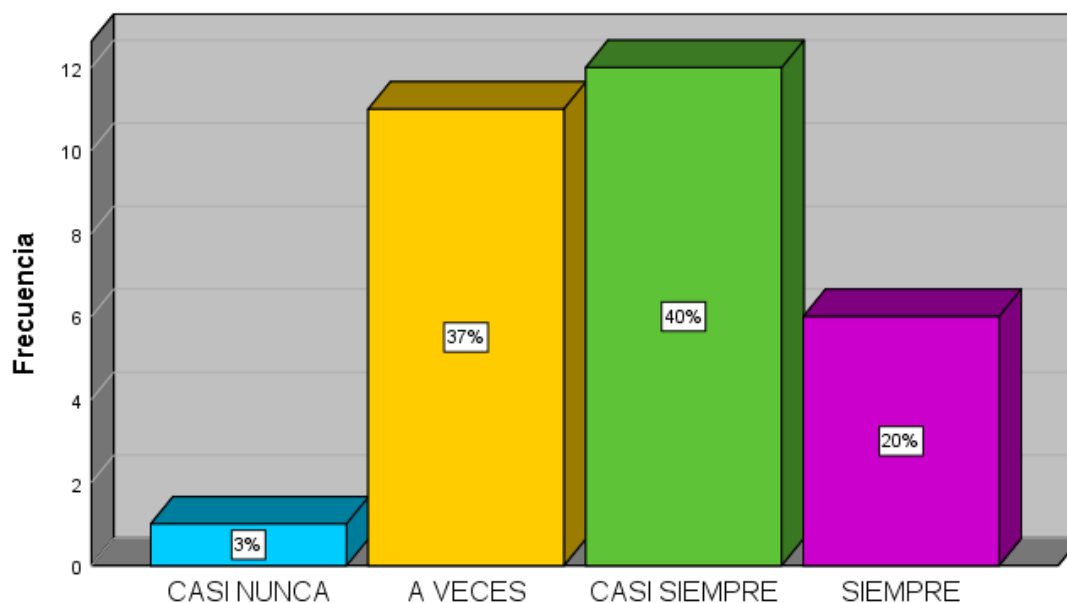


Figura 25 Resultado de certificado de origen

Interpretación: En la tabla 26 y figura 25 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 1 persona igual al 3.3% casi nunca recurrieron a la oficina virtual de certificado de origen estos dos últimos años, 11 personas que son el 36.7% a veces recurrieron a esta oficina, 12 personas igual al 40% casi siempre acudieron a la oficina y 6 personas igual al 20% mencionan que siempre recurrieron a esta oficina virtual.

Tabla 27:

Documentos certificados para la Nacionalización.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
	A VECES	1	3,3	3,3	6,7
	CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	36,7
	SIEMPRE	19	63,3	63,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

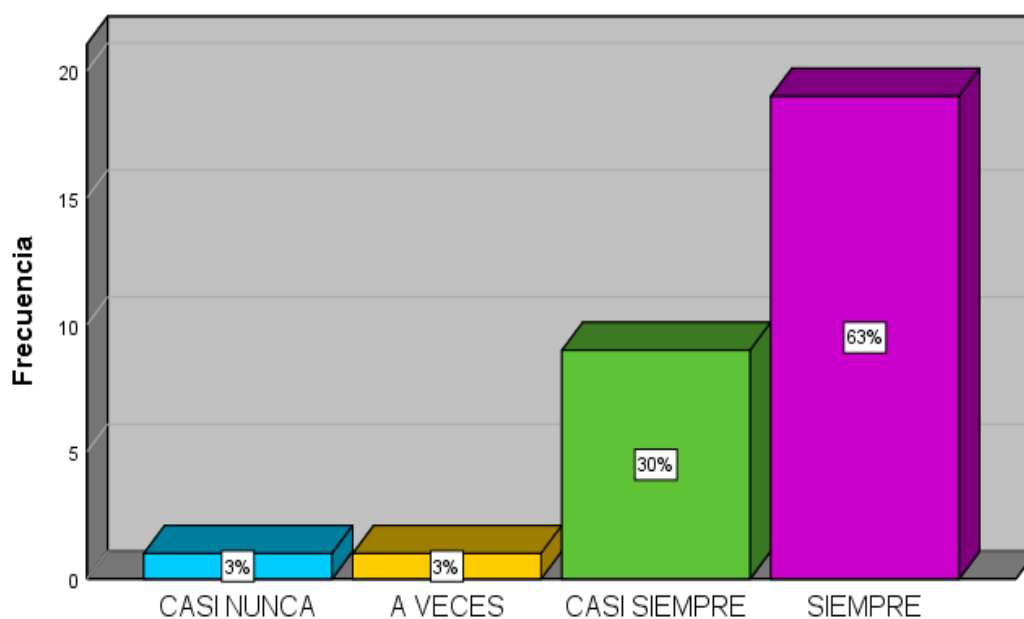


Figura 26 Resultado de documentación para nacionalizar

Interpretación: En la tabla 27 y figura 26 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 1 persona igual al 3.3% casi nunca presentaron documentos o certificados para el departamento de nacionalización, 1 persona 3.3% a veces presentaron dichos documentos, 9 personas igual al 30% casi siempre lo presentaron y 19 personas igual al 63.3% mencionan que siempre presentaron estos documentos y certificados.

Tabla 28:

Cumplimiento de deudas tributarias.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	1	3,3	3,3	3,3
	CASI SIEMPRE	4	13,3	13,3	16,7
	SIEMPRE	25	83,3	83,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

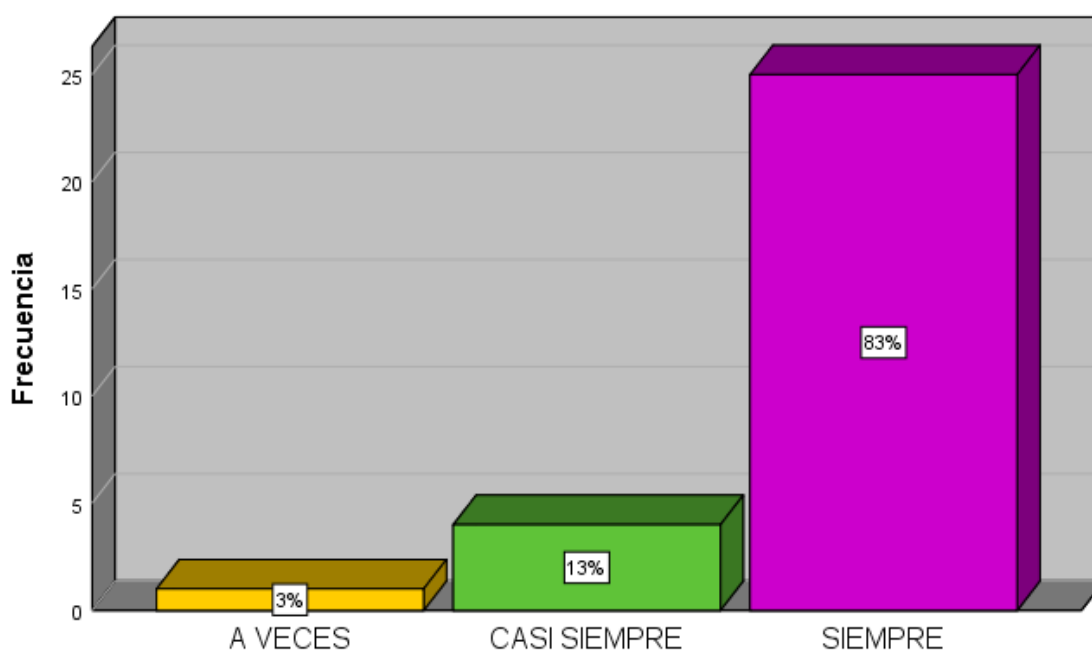


Figura 27 Resultado de deudas tributarias

Interpretación: En la tabla 28 y figura 27 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 1 persona que es el 3.3% a veces ha pagado las deudas tributarias a tiempo en los últimos dos años, 4 personas que es el 13.3% casi siempre pagaron a tiempo, 25 personas igual al 83.3% del total dicen que siempre pagaron sus deudas tributarias a tiempo en los dos años anteriores.

Tabla 29:

Tributos que gravan la exportación.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASI NUNCA	1	3,3	3,3	3,3
	A VECES	2	6,7	6,7	10,0
	CASI SIEMPRE	9	30,0	30,0	40,0
	SIEMPRE	18	60,0	60,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

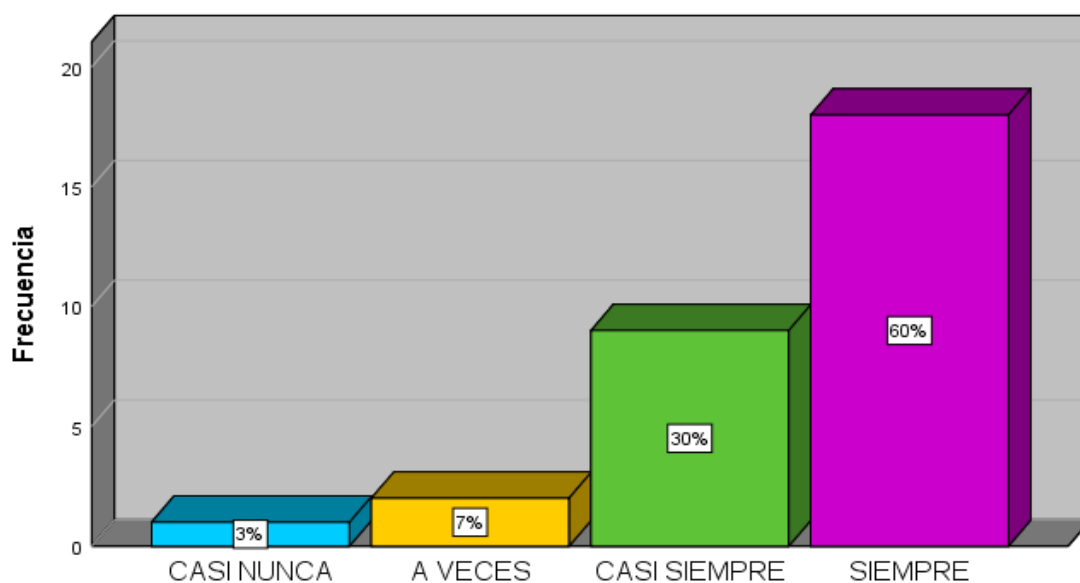


Figura 28 Resultado de tributos aduaneros

Interpretación: En la tabla 29 y figura 28 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 1 persona que es el 3.3% casi nunca utilizaron los tributos correctos para la exportación, 2 personas que es el 6.7% a veces utilizaron estos tributos, 9 personas igual al 30% casi siempre utilizaron los correctos tributos y 18 personas equivalente al 60% dicen que siempre usaron los correctos tributos para gravar la exportación.

Tabla 30:

Agente de aduana en cada aforo físico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	17	56,7	56,7	63,3
	SIEMPRE	11	36,7	36,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

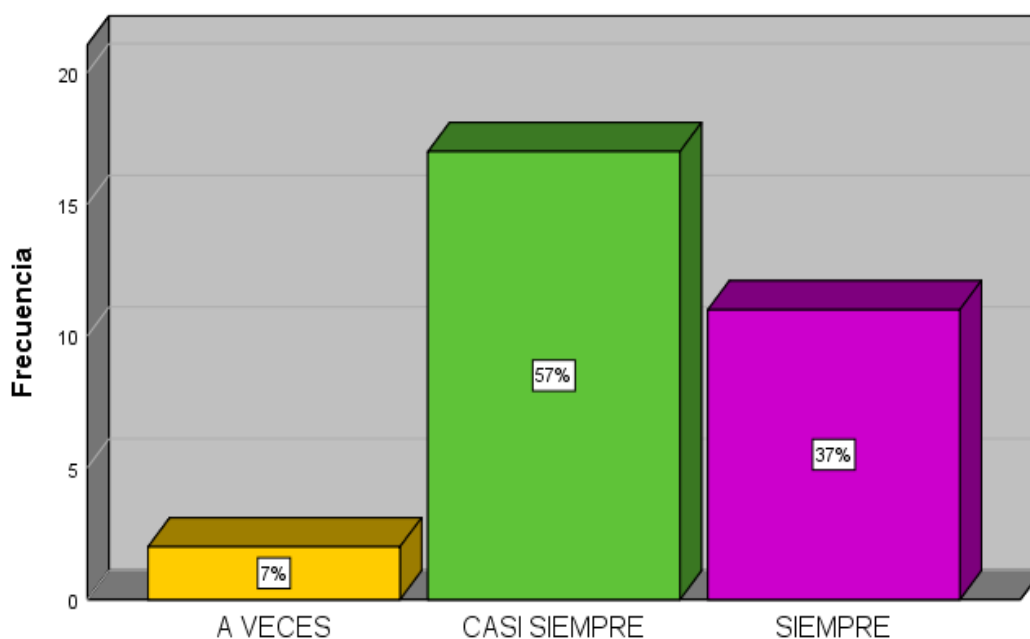


Figura 29 Resultado de agente de aduana

Interpretación: En la tabla 30 y figura 29 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 2 personas que es el 6.7% dicen que a veces el agente de aduana estaba presente en cada acto aforo físico en el 2017, 17 personas que es el 56.7% casi siempre estaba presente y 11 personas igual al 36.7% del total dicen que siempre estaba presente el agente de aduana acto físico de la mercancía.

Tabla 31:

Problemas de riesgo con la mercancía.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	A VECES	2	6,7	6,7	6,7
	CASI SIEMPRE	8	26,7	26,7	33,3
	SIEMPRE	20	66,7	66,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: SPSS Statistics 25

Elaboración: Propia

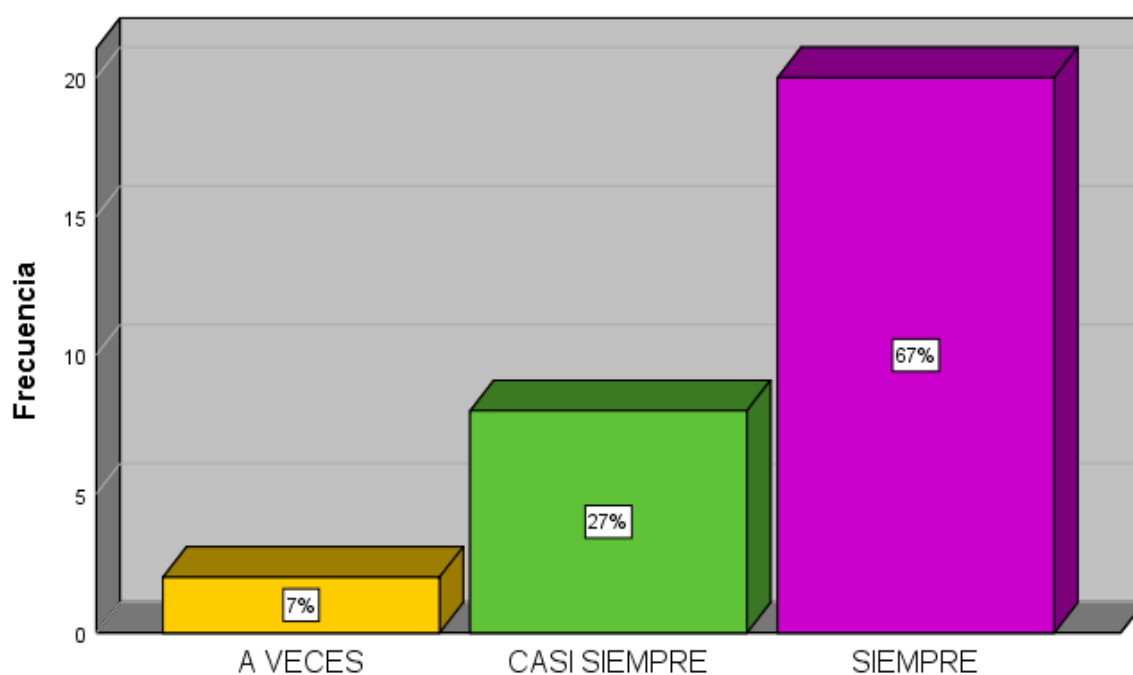


Figura 30 Resultado de riesgo de mercancías

Interpretación: En la tabla 31 y figura 30 de acuerdo a las 30 personas encuestadas equivalente al 100%, de lo cual 2 personas que es el 6.7% dijeron que a veces no tuvieron problemas de riesgo con la mercancía en estos últimos tres años, 8 personas que es el 26.7% casi siempre no han tenido estos problemas y 20 personas igual al 66.7% del total dicen que siempre la empresa no ha tenido problemas de riesgo con la mercancía hace tres años.

3.2 Prueba de confiabilidad

Tabla 32: Interpretación de los resultados de Alfa de Cronbach

<i>Resultados</i>	<i>Niveles de Confiabilidad</i>
<i>Coeficiente alta > 0,9</i>	Es excelente
<i>Coeficiente alta > 0,8</i>	Es bueno
<i>Coeficiente alta > 0,7</i>	Es aceptable
<i>Coeficiente alta > 0,6</i>	Es cuestionable
<i>Coeficiente alta > 0,5</i>	Es pobre
<i>Coeficiente alta < 0,5</i>	Es inaceptable

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33: Validación del procesamiento de los instrumentos

<i>Resumen de procesamiento de casos</i>			
		N	%
<i>Casos</i>	Válido	10	100.0
	Excluido ^a	0	0.0
	Total	10	100.0

Fuente: SPSS Statistics 25

En el resumen de procesamiento de casos los resultados demuestran el número de encuestados validados sin excluir alguna de ellas.

Tabla 34: Resultados de Alfa de Cronbach

<i>Estadísticas de fiabilidad</i>	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0.757	30

Fuente: SPSS Statistics 25

Según el método de Cronbach desarrollado en el sistema de SPSS Statistics 25, demuestra el número de elementos que fueron analizados, lo cual son 30 preguntas elaboradas del cuestionario y como resultado para determinar el grado de fiabilidad obtenemos un 0.757. Por lo tanto este resultado cuenta con una alta fiabilidad.

3.3 Prueba de Normalidad

Para este análisis se utilizará el coeficiente de Correlación de Pearson, dado que se aplicó la prueba de normalidad en el Sistema SPSS Statistics 25. Por ello mostrare los pasos en la que explique cada análisis de los resultados.

Tabla 35: Resultados de prueba de normalidad.

<i>Pruebas de normalidad</i>						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Inteligencia comercial	0.130	30	,200*	0.971	30	,577
Gestión de servicios logísticos	0.222	30	,001	0.848	30	,092

Fuente: Elaboración propia

Tenemos dos pruebas en este cuadro Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk. Si mi muestra (Gl) es mayor a 50, es el primero, sin embargo, si es menor a 50, es el segundo mencionado. Así que el resultado que apreciamos en el cuadro es el de Shapiro-Wilk, puesto que la cantidad de encuestados son 30.

Aquí tenemos los niveles de significancia, Inteligencia comercial con 0,577 y, Gestión de servicios logísticos con 0,092 ambos resultados son superiores a 0.05 lo que demuestra que son normales y por lo tanto se trabajará con el coeficiente de correlación de Pearson.

3.4 Correlación de Pearson

Cada proceso mencionando es para comprender todo lo que involucra para comprobar un resultado eficaz. Así que, mostrare el cuadro de correlación de Pearson, lo cual nos ayuda a identificar los valores según al resultado.

Tabla 36: Escala de valores del coeficiente de correlación

<i>Valor</i>	<i>Significado</i>
-1	Correlación negativa grande y perfecta
-0,9 a -0,99	Correlación negativa muy alta
-0,7 a -0,89	Correlación negativa alta
-0,4 a -0,69	Correlación negativa moderada
-0,2 a -0,39	Correlación negativa baja
-0,01 a -0,19	Correlación negativa muy baja
0	Correlación nula
0,01 a 0,19	Correlación positiva muy baja
0,2 a 0,39	Correlación positiva baja
0,4 a 0,69	Correlación positiva moderada
0,7 a 0,89	Correlación positiva alta
0,9 a 0,99	Correlación positiva muy alta
1	Correlación positiva grande y perfecta

Fuente: Elaboración propia

3.5 Resultados de la hipótesis general

Tabla 37: Hipótesis General, Inteligencia Comercial y Gestión de servicios logísticos.

<i>Correlaciones</i>			
		Inteligencia comercial	Gestión de servicios logísticos
Inteligencia comercial.	Correlación de Pearson	1	,651**
	Sig. (bilateral)		0.000
	N	30	30
Gestión de servicios logísticos.	Correlación de Pearson	,651**	1
	Sig. (bilateral)	0.000	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

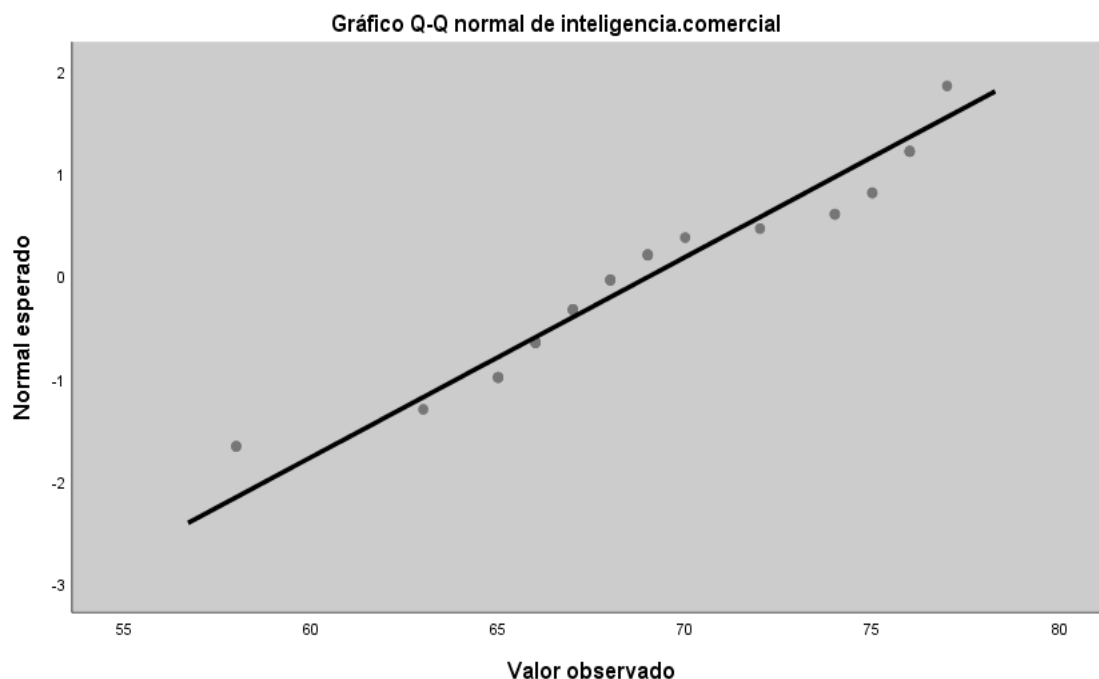


Figura 31 Resultado de la hipótesis general

En la primera información de la tabla 37 y figura 31, la Correlación de Pearson (0,651) manifiesta que las variables tienen una correlación positiva moderada. Por otro parte, el nivel de significancia (0,000) es menor a 0,05 así que esto nos indica que hay relación entre las variables, con ello se aprueba la hipótesis general.

3.6 Resultados de las hipótesis específicas

Tabla 38: *Hipótesis específicas 1, PORTAL SUNAT y Gestión de servicios logísticos.*

		Correlaciones	
		PORTAL.SUNAT	Gestión de servicios logísticos
PORTAL.SUNAT	Correlación de Pearson	1	,490**
	Sig. (bilateral)		0.006
	N	30	30
Gestión de servicios logísticos	Correlación de Pearson	,490**	1
	Sig. (bilateral)	0.006	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

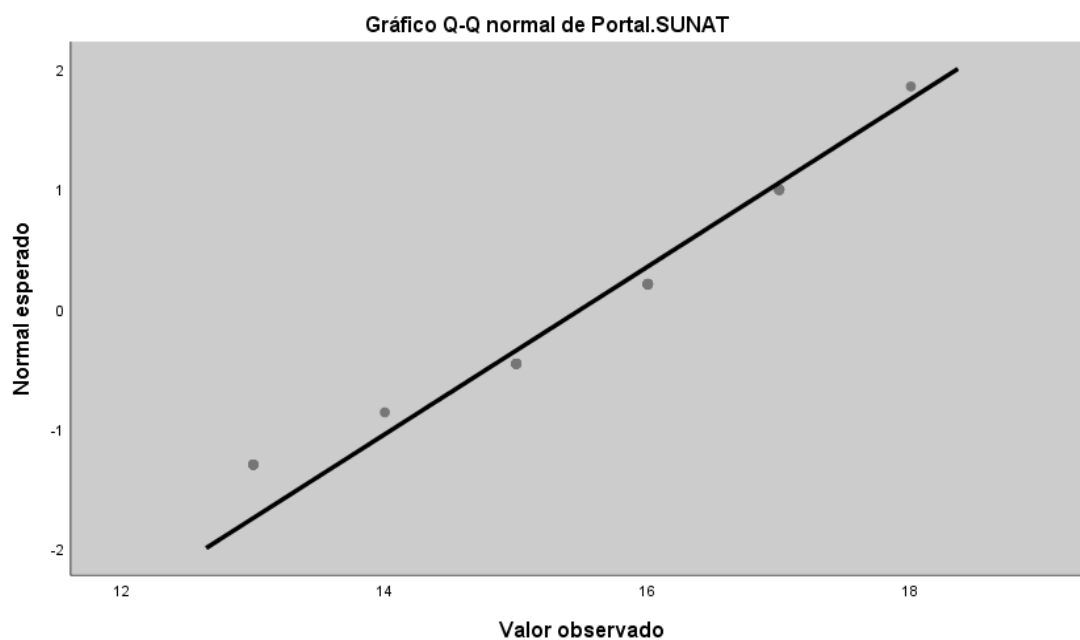


Figura 32 Resultado de la hipótesis específica 1

En la primera información de la tabla 38 y figura 32, la Correlación de Pearson (0,490) manifiesta que las variables tienen una correlación positiva moderada. Por otro parte, el nivel de significancia (0,006) es menor a 0,05 así que esto nos indica que hay relación entre las variables, con ello se aprueba la hipótesis específica 1.

Tabla 39: Hipótesis específicas 2, TRADE MAP y Gestión de servicios logísticos.

<i>Correlaciones</i>			
		Gestión de servicios logísticos	TRADE.MAP
Gestión de servicios logísticos	Correlación de Pearson	1	,539**
	Sig. (bilateral)		0.002
	N	30	30
TRADE.MAP	Correlación de Pearson	,539**	1
	Sig. (bilateral)	0.002	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

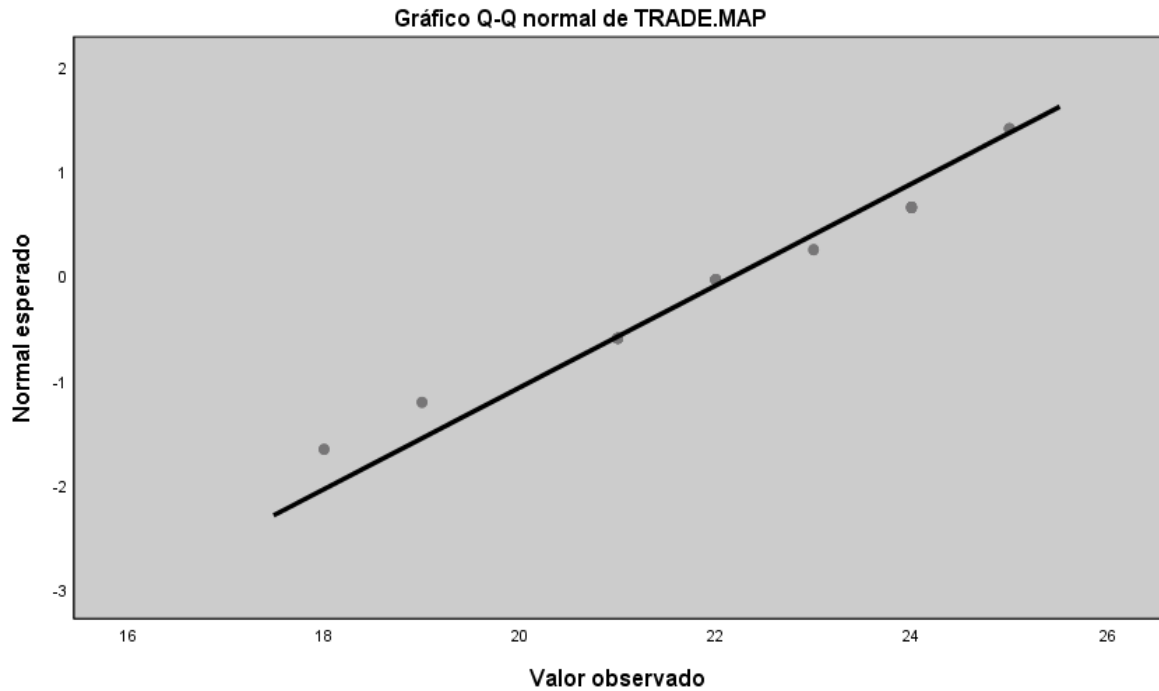


Figura 33 Resultado de la hipótesis específica 2

En la primera información de la tabla 39 y figura 33, la Correlación de Pearson (0,651) manifiesta que las variables tienen una correlación positiva moderada. Por otro parte, el nivel de significancia (0,002) es menor a 0,05 así que esto nos indica que hay relación entre las variables, con ello se aprueba la hipótesis específica 2.

Tabla 40: Hipótesis específicas 3, SIICEX y Gestión de servicios logísticos.

<i>Correlaciones</i>			
		Gestión de servicios logísticos	SIICEX
Gestión de servicios logísticos	Correlación de Pearson	1	,370*
	Sig. (bilateral)		0.044
	N	30	30
SIICEX	Correlación de Pearson	,370*	1
	Sig. (bilateral)	0.044	
	N	30	30

Fuente: SPSS Statistics 25

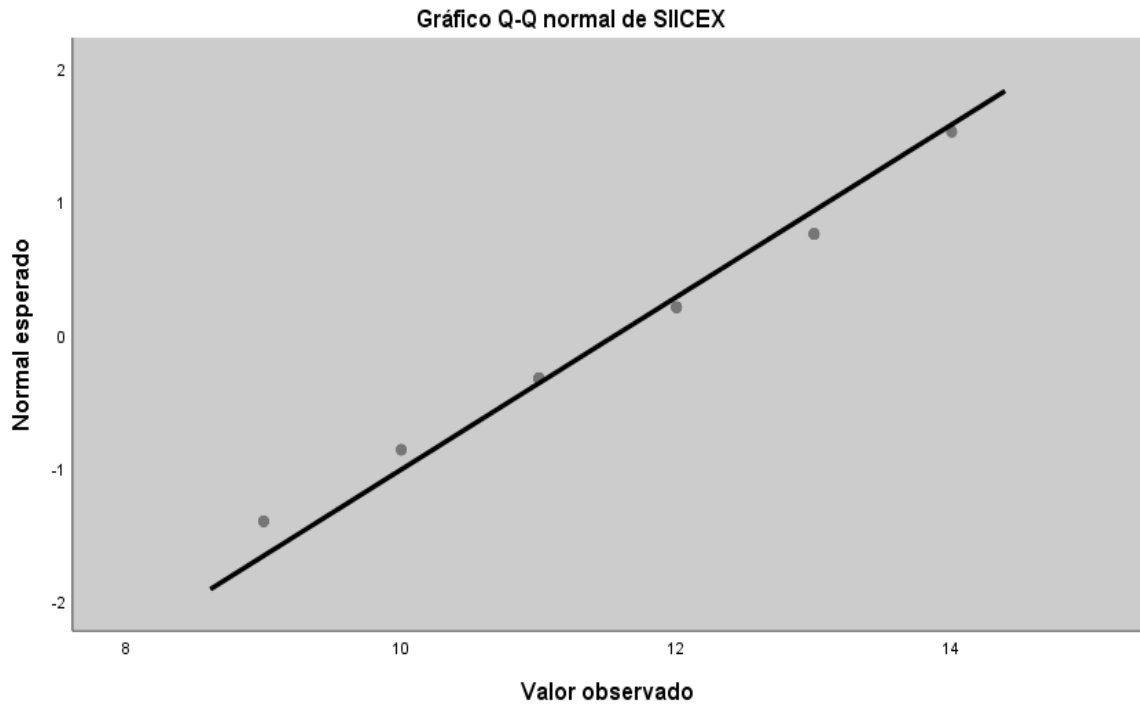


Figura 34 Resultado de la hipótesis específica 3

En la primera información de la tabla 40 y figura 34, la Correlación de Pearson (0,370) manifiesta que las variables tienen una correlación positiva moderada. Por otro parte, el nivel de significancia (0,044) es menor a 0,05 así que esto nos indica que hay relación entre las variables, con ello se aprueba la hipótesis específica 3.

IV. DISCUSIÓN

1. El resultado que preciso en la correlación entre las variables inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos se puede deducir que, con una mayor comercialización, se necesita una mayor gestión logística en las empresas ya que realizan sus actividades comerciales ya sea a través de terceros o producidos por ellos mismos, en donde las herramientas de inteligencia comercial o de negocios vendrían a ser un soporte para mejorar el desarrollo de su exportación o importación. El 65.1% determina la correlación directa de esta variable positiva moderada y aceptable que lo predice de esta forma. Por otro lado, Mendocilla (2017) en su investigación de Servicios logísticos en el puerto del Callao manifiesta que es primordial tener una buena gestión con respecto a la competitividad de los trabajadores ya sea en agencias aduaneras u operadores logísticos para así reforzar la cadena del nivel de servicio logístico con calidad (disponibilidad) y capacidad internacional. Además, Saldaña y Terrones (2018) en su investigación de inteligencia comercial a través de la investigación de mercados, para la exportación de sombreros de paja da un aporte complementario a la relación de mis variables aduciendo que la importancia de la inteligencia comercial es debido a que principalmente las empresas, en la actualidad, luchan constantemente por destacar en un mercado globalizado y competitivo, es por ello que resulta la necesidad de analizar información para poder decidir de manera adecuada sobre cómo gestionar los procesos logísticos que conlleva la comercialización.
2. El resultado que preciso en la correlación de mi hipótesis específica uno entre Portal Sunat y Gestión de servicios logísticos con una correlación positiva moderada de 0.490, se deduce que esta plataforma es de gran aporte para el desarrollo de gestión de procesos logísticos. Por otro lado, Saldaña y Terrones (2018) en su investigación de inteligencia comercial a través de la investigación de mercados, para la exportación de sombreros de paja da un aporte complementario a la relación de mis variables aduciendo que esta herramienta de búsqueda de inteligencia comercial es fundamental puesto que muestra informes estadísticos tanto de exportación como de importación (operatividad aduanera), los cuales luego de un conciso proceso de análisis muestran características detalladas de una empresa exportadora, además integran información relacionada con el comercio internacional. Es por ello que crece la necesidad de información y capacitación en estas áreas de gestión logística en donde la mayoría de empresarios tiene dificultades para

desarrollarlas, sin embargo, al emplearlas brinda la posibilidad de tener éxito en las negociaciones.

3. El resultado de mi hipótesis específica dos que preciso en la correlación entre Trade Map y gestión de servicios logísticos con una correlación positiva moderada de 0.539, se deduce que esta plataforma contribuye al desarrollo de actividades comerciales en la gestión de servicios logísticos ya sea en una empresa exportadora o importadora o de servicios. Por otro lado, Ruiz (2016) en su investigación de influencia de la gestión logística en la rentabilidad de una empresa da un aporte complementario a la relación de mis variables aduciendo que esta plataforma es elemental puesto que señala estadísticas mundiales de comercio exterior por producto, agrupación de productos/países/socios según criterios de usuarios, además de que se menciona marcos legales para el proceso logístico de un producto o servicio a través de Sunat en complementación con estas plataformas. Además, Choquehuanca (2018) en su investigación Gestión de almacenes en una empresa logística manifiesta que es necesario una capacidad continua a los operadores de una empresa para que tengan conocimiento de las políticas y procedimientos establecidos en las áreas logísticas, también en el rendimiento de recepción de mercancías conjuntamente con esta plataforma se da los indicadores del desempeño del producto y así se da una mejora en el almacenamiento.

4. El resultado de mi hipótesis específica tres que preciso en la correlación entre Siicex y gestión de servicios logísticos con una correlación positiva moderada de 0.370, se deduce que esta herramienta de inteligencia comercial ha favorecido para los distintos procesos que conlleva realizar toda la gestión logística en una empresa de servicios. Por otro lado, Ruiz (2016) en su investigación de influencia de la gestión logística en la rentabilidad de una empresa da un aporte complementario a la relación de mis variables aduciendo que recolectar datos estadísticos es importante ya que estos te dan indicadores nacionales e internacionales de empresas exportadoras y de cómo está la competitividad en el mercado. Además, Choquehuanca (2018) en su investigación Gestión de almacenes en una empresa logística manifiesta que en el rendimiento recepcionista para la mercadería sería favorable trabajar conjuntamente con esta plataforma donde se da indicadores de desempeño del producto y el entorno del mercado aparte de información de empresas logísticas con servicios sobre almacenamiento.

V. CONCLUSIONES

1. Conforme a nuestro objetivo general, hemos confirmado que, si existe relación entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A logistics group s.a.c. 2016-2018, pero con una correlación positiva moderada. Aseveramos esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba de correlación de pearson (0,651), adicional que el grado de significancia alcanzado fue de 0,000, el cual es menor que 0,05.
2. Conforme a nuestro primer objetivo específico, hemos confirmado que, si existe relación entre portal sunat y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A logistics group s.a.c. 2016-2018, con una correlación positiva moderada. Afirmamos esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba de correlación de pearson (0,490), adicional que el grado de significancia alcanzado fue de 0,006, el cual es menor que 0,05.
3. Conforme a nuestro segundo objetivo específico, hemos confirmado que, si existe relación entre Trade Map y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A logistics group s.a.c. 2016-2018, con una correlación positiva moderada. Afirmamos esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba de correlación de pearson (0,651), adicional que el grado de significancia alcanzado fue de 0,002, el cual es menor que 0,05.
4. Conforme a nuestro tercer objetivo específico, hemos confirmado que, si existe relación entre Siicex y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A logistics group s.a.c. 2016-2018, con una correlación positiva moderada. Afirmamos esta interpretación luego de observar el resultado proporcionado por la prueba de correlación de pearson (0,370), adicional que el grado de significancia alcanzado fue de 0,044, el cual es menor que 0,05.

VI. RECOMENDACIONES

1. Las herramientas de inteligencia comercial son poco usadas en la gestión de servicios logísticos, precisamente, en los operadores logísticos en donde se realizan diversas actividades que necesitan plataformas de inteligencia de negocios. Acorde a todas las investigaciones, la empresa encuestada en algunas ocasiones ha utilizado alguna de estas plataformas o portales para su gestión logística y poder así mejorar su servicio. Esto beneficia a estar más capacitado e informado para luego con ello poder captar nuevos clientes. Por ello, aplicar una estrategia de inteligencia de negocios sería favorable para conseguir vender el servicio lo cual genera mayor contribución y rentabilidad sobre las actividades de la empresa, esto genera que se mantenga activa, lo cual estará al alcance de cualquier contacto.
2. El portal web Sunat, te brinda información necesaria para cualquier tipo de actividades empresariales, ya sea para exportar o importar sus productos o promover sus servicios. Dentro de todos estos elementos es imprescindible considerar más la información aduanera y logística, hay distintas empresas que no tienen ese mismo enfoque y solo se orientan en lo personal, lo cual logra que en un tiempo no consiga éxito, por ello se prioriza ingresar a este portal ya sea para tener información estadística de comercio exterior o las fiscalizaciones de agencias aduaneras, fiscalizar distribuciones de mercancías o información arancelaria. Finalmente, hay que tener en claro cómo utilizarlo para aprovechar información tributaria y aduanera.
3. La plataforma Trade Map te habilita toda información en tablas o figuras mostrando indicadores de lo cual te informa de desempeño exportador o demanda internacional, por ello les conviene utilizar esta plataforma a empresas logísticas como operadores logísticos ya que te muestran un directorio de empresas importadoras y exportadoras puesto que con esto se podrá captar nuevos clientes y observar mercados competitivos. Dado que, te muestra 5300 productos en el sistema armonizado cubriendo 220 países, con ello se podrá saber que producto especialmente comercializa el cliente, y así cuando este requiera el servicio ya tendría una noción de que producto comercializara y que elementos logísticos utilizara como el contenedor o el país al que se dirige; es una ventaja para una fidelización por parte del cliente, por otro lado, es un formato muy fácil y accesible de usar.

4. Sobre el portal Siicex, es necesario utilizarlo y saberlo manejar ya que básicamente este te brinda información relacionada con el comercio exterior lo cual te permitirá reducir costos de transacción puesto que facilita la búsqueda y te brinda reglas sobre las obligaciones en actividades exportadoras, por otro lado, manifiesta información sobre estadísticas y directorio exportador, donde es un punto clave para un operador logístico como la empresa encuestada. Finalmente hay boletines de facilitación comercial, diagnóstico financiero y herramientas logísticas para aumentar la productividad, esto genera que la empresa se sustente de datos estadísticos avanzados que le permitirá estar al alcance de otras empresas con respecto a su competitividad.

REFERENCIAS

- Alfaro, J. (2018). Gestión Logística. [Diapositivas]. Lima: ADEX (Asociación de exportadores).
- Alarcón, C. (2018). Marco legal de las operaciones aduaneras [Diapositivas]. Lima: ADEX (Asociación de exportadores).
- Alonso, A. y Felipe, P. (2014). Servicios logísticos al cliente en empresas de servicios: procedimiento para su diseño. Cuba: Universidad de la Habana. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/4255/425541210012.pdf>
- Bassat, L. (2011). *Inteligencia comercial*. Barcelona: Plataforma editorial
- Cabello M. y Cabello J. (2014). *Las Aduanas y el Comercio Internacional*. (4.ª ed.). Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Castellanos R., A. (2016). *Logística Comercial Internacional*. Colombia: Ediciones UniNorte.
- Calderón, G. y Cornetero, A. (2014). Evaluación de la gestión logística y su influencia en la determinación del costo de ventas de la empresa distribuciones Naylamp S.R.L. ubicada en la ciudad de Chiclayo en el año 2013. (Tesis de Titulado). Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/usat/213/1/TL_CalderonAlvarezGraciela_CorneteroSu_ybateAuri.pdf
- Cano, P. et al. (2014). *Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Jorge/Downloads/8-8-1-PB.pdf>
- Carreño, A. (2011). *Logística de la A a la Z*. Lima: Fondo Editorial PUCP.
- Choquehuanca, H. (2018). Gestión de almacenes en una empresa logística, Lima 2016 – 2017. (Tesis de Maestría). Recuperado de: http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/14217/Choquehuanca_HHF.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Córdova, A. (2018). Comercio Internacional. [Diapositivas]. Lima: ADEX (Asociación de exportadores).

- Cotrina, S. (2018). *Herramientas de Inteligencia Comercial [Diapositivas]*. Lima: PROMPERÚ.
- De la Arada, M. (2015). *Optimización de la cadena logística*. España: Paraninfo
- Departamento de Asesoría empresarial y Capacitación. (Agosto, 2012). *Herramientas de Inteligencia Comercial [Diapositivas]*. Lima: PROMPERÚ.
- Fernández, M. y Yancunta, C. (2017). Propuesta de mejora de los procesos de recepción y almacenamiento de materia prima en una empresa de producción de especialidades veterinarias 2017. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de: <http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/12604/Tesis%20-%20Miguel%20Guillermo%20Fern%C3%A1ndez%20Espinoza.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Fernández, M. (2016). Análisis y diseño de un sistema de gestión de inventarios para una empresa de servicios logísticos. Recuperado de: <file:///C:/Users/Jorge/Downloads/FERNANDEZ MARIA SISTEMA GESTION INVENTARIOS SERVICIOS LOGISTICOS.pdf>
- Gutiérrez, P. (2012). Metodología de uso de Herramientas de Inteligencia de Negocios como Estrategia para aumentar la Productividad y Competitividad de una PYME. Recuperado de: <http://148.204.210.201/tesis/1359572993732PamelaGutirre.pdf>
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación*. (6.ª ed.). México: Mc GRAW-HILL/Interamericana editores, S.A. de C.V. Recuperado de: https://periodicooficial.jalisco.gob.mx/sites/periodicooficial.jalisco.gob.mx/files/metodologia_de_la_investigacion_-_roberto_hernandez_sampieri.pdf
- Iglesias L., A. (2018). *Manual de Logística Inversa*. Madrid: ESIC. Recuperado de: <https://books.google.com.pe/books?id=4PBJDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=logística+inversa&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiDkbig8YfiAhUNuVvKkHaHBDcgQ6AEILDAB#v=onepage&q&f=false>
- Martin. Q., Cabero, M. y De Paz, Y. (2008). *Tratamiento estadístico de datos con SPSS*. Madrid: Paraninfo S.A

- Medina, A., De la Herrán, A. y Domínguez, M. (2014). *Fronteras en la investigación de la Didáctica*. Madrid: UNED. Recuperado de : https://books.google.com.pe/books?id=XlpOAwAAQBAJ&pg=PT119&dq=definicion+de+dise%C3%B1o+de+investigacion+2014&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWji5L_mipniAhVqk-AKHqBcUcQ6AEIQzAF#v=onepage&q=definicion%20de%20dise%C3%B1o%20de%20investigacion%202014&f=false
- Ministerio de Comercio exterior y Turismo. (Diciembre, 2014). *Guía Herramientas de Inteligencia Comercial*. Recuperado de: file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/Guia_15_Herramientas_Inteligencia_Comercial_2014_keyword_principal.pdf
- Operador económico autorizado, SUNAT. (2017). *Superintendencia nacional de arbitrios y tributos*. Recuperado de <http://oea.sunat.gob.pe/>
- Ortiz, F. (2004). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. México: Limusa. Recuperado de : <https://books.google.com.pe/books?id=3G1fB5m3eGcC&pg=PA48&dq=dise%C3%B1o+transeccional+correlacional&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEWjnofSqwZniAhXDneAKHbiSBTUQ6AEIKDAA#v=onepage&q=dise%C3%B1o%20transeccional%20correlacional&f=false>
- Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018). Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tamacoexpress CIA.LTDA del Cantón Duran. (Tesis de Titulado). Recuperado de: <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/28590/1/TESIS%20Quintero-Sotomayor.pdf>
- Ruiz, R. (2016). Influencia de la gestión logística en la rentabilidad de la empresa embotelladora la selva s.a., periodo 2011 – 2015. (Tesis de Magister). Recuperada de: http://repositorio.unapiquitos.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/4237/Rom%C3%A1n_Tesis_Maestr%C3%ADa_2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Saldaña, A. y Terrones, B. (2018). La inteligencia comercial y su aplicación a través de la investigación de mercados, para la exportación de sombreros de paja toquilla de Celendín en el año 2019. (Tesis de Licenciatura). Recuperado de:

<http://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/14948/Salda%C3%B1a%20Ch%C3%A1vez%20Anie%20Gladys%20del%20Carmen%20-%20Terrones%20Ruiz%20Betsy%20Jakelyne.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Salkind, N. (1999). *Métodos de Investigación*. (3.ª ed.). México: PRENTICE HALL HISPANOAMERICANA. Recuperado de :
<https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=3uIW0vVD63wC&oi=fnd&pg=PR19&dq=investigacion+no+experimental&ots=aILBji6VdQ&sig=3LmtlhThAmOZZZ126X1m1K0YDUo#v=onepage&q=investigacion%20no%20experimental&f=false>

Sánchez, H. y Reyes, C. (2017). *Metodología y diseño en la investigación científica*. (5.ª ed.). Lima: PUCP.

Solís, M. (16 de marzo, 2008). Exportación Definitiva. Recuperado de
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/manuelsolis/2008/03/16/exportacion-definitiva/>

Soret L., I. (2006). *Logística y Marketing para la distribución comercial*. (3.ª ed.). Madrid: ESIC. Recuperado de:
https://books.google.com.pe/books?id=fFUFMBIkmcEC&pg=PA321&dq=operador+logistico&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjKg_vG7ofiAhVLUVkKHUgfDscQ6AEILjAB#v=onepage&q=operador%20logistico&f=false

Valderrama, S. (2013). *Pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación científica*. (2.ª ed.). Lima: San Marcos.

ANEXOS

Matriz de consistência

Título: La Inteligencia Comercial y gestión de servicios logísticos internacionales de la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.

Autor: Caycho Balboa Melannie

Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables e indicadores				
<p>Problema General: ¿Cómo se vincula la inteligencia comercial y la gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018?</p> <p>Problemas Específicos: - ¿Cómo se relaciona el portal Sunat y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018? - ¿Cómo se relaciona Trade Map y la Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018? - ¿Cómo se relaciona Siicex y la Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016- 2018?</p>	<p>Objetivo general: Analizar y evaluar la relación existente entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.</p> <p>Objetivos específicos: - Determinar la relación existente entre el portal Sunat y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018. - Determinar la relación existente entre Trade Map y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016- 2018. - Determinar la relación existente entre Siicex y Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016- 2018.</p>	<p>Hipótesis general: Existe relación significativa entre la inteligencia comercial y gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.</p> <p>Hipótesis específicas: - Existe relación significativa entre el portal Sunat y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018. - Existe relación significativa entre Trade Map y Gestión de servicios Logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018. - Existe relación significativa entre Siicex y Gestión de servicios logísticos en la empresa F & A Logistic Group S.A.C 2016-2018.</p>	Variable 1: Inteligencia Comercial				
			Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos
			PORTAL SUNAT	Exportación Definitiva	1-2	Escala de Likert: Siempre (S) Casi Siempre (CS) A Veces (AV) Casi Nunca (CN) Nunca (N)	Alto: 51 - 70
				Importación definitiva	3-4		
				OEA (Operador económico autorizado)	5-6		
			TRADE MAP	Productos	7-8		
				Países	9-10		
				Socio comercial	11		
			SIICEX	Producto	12-13		
				Mercado	14		
Empresas Exportadoras	15-16						
Variable 2: Gestión de servicios logísticos internacionales							
Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de medición	Niveles y rangos			
Gestión Logística	Documentación para el comercio internacional	1	Escala de Likert: Siempre (S) Casi Siempre (CS) A Veces (AV) Casi Nunca (CN) Nunca (N)	Alto: 51 - 70			
	Almacenaje y manejo de mercancía	2-3					
	Modos y medios de Transporte	4-5					
	Seguro de mercancías	6-7					
		8-9					
Gestión Aduanera	SIGAD	10-11-12					
	Tributación Aduanera	13-14					
	Operadores de Comercio Exterior	13-14					

CUESTIONARIO

Siempre	(S)	= 5
Casi siempre	(CS)	= 4
A veces	(AV)	= 3
Casi nunca	(CN)	= 2
Nunca	(N)	= 1

Ítems/ preguntas	5	4	3	2	1
VARIABLE 1: INTELIGENCIA COMERCIAL	S	CS	AV	CN	N
D1: PORTAL SUNAT					
1. - De acuerdo a SUNAT presenta los documentos comerciales que amparan el régimen de exportación definitiva.					
2. - Utiliza SUNAT para la trazabilidad en sus servicios de exportaciones e importaciones.					
3. - Presenta de acuerdo a SUNAT los documentos que exige para el régimen de importación para el consumo.					
4. - Revisa que mercancías restringidas y prohibidas se encuentra en SUNAT para mayor control en sus servicios.					
5. - Toman en cuenta los regímenes aduaneros marítimos o aéreos y permisos correspondientes para cada servicio.					
6. - Para cada servicio presenta el certificado de operador económico autorizado por la SUNAT.					
D2: TRADE MAP					
7. - En los últimos años para estar informados de los productos de sus clientes utiliza TRADE MAP en su Logística.					
8. - Frecuentemente toma en cuenta el valor importado o exportado de productos que tienen sus clientes a través de TRADE MAP.					
9. - Los países proveedores de sus clientes para su producto importado son obtenidos generalmente de TRADE MAP.					
10. - Los países del comercio bilateral que ofrece TRADE MAP les facilitan normalmente en su búsqueda de empresas.					
11. - Visualizan los socios comerciales de sus clientes mediante TRADE MAP la cual le da una perspectiva de cómo es la competencia internacional.					
D3: SIICEX					
12. - La información de exportación de productos de sus clientes normalmente son obtenidos a través de la plataforma SIICEX.					
13. - Se verifica a través de SIICEX que productos importan sus clientes.					
14. - El estudio mercado que ofrece SIICEX le facilita el proceso de inteligencia comercial para decisiones más rápidas.					
15. - La búsqueda de empresas exportadoras mediante la plataforma SIICEX le da una perspectiva de cómo es la competencia nacional e internacional.					

16. - Se captan a nuevas empresas exportadoras como clientes a través de SIICEX como estrategia en su inteligencia comercial.

Siempre	(S)	= 5
Casi siempre	(CS)	= 4
A veces	(AV)	= 3
Casi nunca	(CN)	= 2
Nunca	(N)	= 1

Ítems/ preguntas	5	4	3	2	1
VARIABLE 2: GESTION DE SERVICIOS LOGISTICOS	S	CS	AV	CN	N
D1: GESTION LOGISTICA					
1. - Las rutas comerciales que son parte del transporte internacional son usadas frecuentemente en sus servicios de distribución.					
2. - El año anterior fueron precavidos al almacenar artículos frágiles, peligrosos o perecibles en cada transcurso de mercancía.					
3. - En el 2016- 2018 en cada proceso de servicios para sus clientes, realizaban las buenas prácticas de almacenamiento.					
4. - Verifican el medio de transporte de acuerdo a los canales de distribución según los pedidos de sus clientes en sus servicios de logística.					
5. - En los últimos años en el traslado de las mercancías ha sufrido alguna pérdida o daño.					
6. - En base a los costos que genera cada tipo de mercancía, tercerizan para tener más flexibilidad y generar mayor rentabilidad.					
7.- Hace dos años obtuvieron un buen resultado (ingresos) en los servicios que les ofrecen a sus consumidores.					
D2: GESTION ADUANERA					
8.- Realiza correctamente la trasmisión electrónica de la información de la DUA en cada proceso de servicio.					
9.- En estos últimos dos años ha recurrido a la oficina virtual de certificados de origen.					
10.- Presenta documentos originales o copias certificadas por notario para los documentos de acompañamiento al departamento de Nacionalización.					
11.- Los dos años anteriores ha pagado a tiempo sus deudas tributarias.					
12.- Últimamente utiliza los tributos correctos que gravan la exportación.					
13.- En el 2017 el agente de aduana estaba presente en cada acto aforo físico de las mercancías.					
14.- En los últimos tres años su empresa tuvo problemas relacionados con el delito de contrabando.					

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Inteligencia comercial

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: PORTAL SUNAT							
1	De acuerdo a SUNAT presenta los documentos comerciales que amparan el régimen de exportación definitiva.	✓		✓		✓		
2	Utiliza SUNAT para la trazabilidad en sus servicios de exportaciones e importaciones.	✓		✓		✓		
3	Presenta de acuerdo a SUNAT los documentos que exige para el régimen de importación para el consumo.	✓		✓		✓		
4	Revisa que mercancías restringidas y prohibidas se encuentra en SUNAT para mayor control en sus servicios.	✓		✓		✓		
5	Toman en cuenta los regímenes aduaneros marítimos o aéreos y permisos correspondientes para cada servicio.	✓		✓		✓		
6	Para cada servicio presenta el certificado de operador económico autorizado por la SUNAT.	✓		✓		✓		
	D2: TRADE MAP	Si	No	Si	No	Si	No	
7	En los últimos años para estar informados de los productos de sus clientes utiliza TRADE MAP en su Logística.	✓		✓		✓		
8	Frecuentemente toma en cuenta el valor importado o exportado de productos que tienen sus clientes a través de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
9	Los países proveedores de sus clientes para su producto importado son obtenidos generalmente de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
10	Los países del comercio bilateral que ofrece TRADE MAP les facilitan normalmente en su búsqueda de empresas.	✓		✓		✓		
11	Visualizan los socios comerciales de sus clientes mediante TRADE MAP la cual le da una perspectiva de cómo es la competencia internacional.	✓		✓		✓		
	D3: SIICEX	Si	No	Si	No	Si	No	
12	La información de exportación de productos de sus clientes normalmente son obtenidos a través de la plataforma SIICEX.	✓		✓		✓		
13	Se verifica a través de SIICEX que productos importan sus clientes.	✓		✓		✓		
14	El estudio mercado que ofrece SIICEX le facilita el proceso de	✓		✓		✓		

	inteligencia comercial para decisiones más rápidas.						
15	La búsqueda de empresas exportadoras mediante la plataforma SIICEX le da una perspectiva de cómo es la competencia nacional e internacional.						
16	Se captan a nuevas empresas exportadoras como clientes a través de SIICEX como estrategia en su inteligencia comercial.						

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable Suficiente

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

Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: Zorate Suary Luján DNI: 10868418

Especialidad del validador: Adm. Negocios Internacionales

Lima... de... de... del 2019

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

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



Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Gestión de servicios logísticos

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	D1: Gestión Logística							
1	Las rutas comerciales que son parte del transporte internacional son usadas frecuentemente en sus servicios de distribución.	✓		✓		✓		
2	El año anterior fueron precavidos al almacenar artículos frágiles, peligrosos o perecibles en cada transcurso de mercancía.	✓		✓		✓		
3	En el 2016- 2018 en cada proceso de servicios para sus clientes, realizaban las buenas prácticas de almacenamiento.	✓		✓		✓		
4	Verifican el medio de transporte de acuerdo a los canales de distribución según los pedidos de sus clientes en sus servicios de logística.	✓		✓		✓		
5	En los últimos años en el traslado de las mercancías ha sufrido alguna pérdida o daño.	✓		✓		✓		
6	En base a los costos que genera cada tipo de mercancía, tercerizan para tener más flexibilidad y generar mayor rentabilidad.	✓		✓		✓		
7	Hace dos años obtuvieron un buen resultado (ingresos) en los servicios que les ofrecen a sus consumidores.	✓		✓		✓		
	D2: Gestión Aduanera	Si	No	Si	No	Si	No	
8	Realiza correctamente la transmisión electrónica de la información de la DUA en cada proceso de servicio.	✓		✓		✓		
9	En estos últimos dos años ha recurrido a la oficina virtual de certificados de origen.	✓		✓		✓		
10	Presenta documentos originales o copias certificadas por notario para los documentos de acompañamiento al departamento de Nacionalización.	✓		✓		✓		
11	Los dos años anteriores ha pagado a tiempo sus deudas tributarias.	✓		✓		✓		

12	Últimamente utiliza los tributos correctos que gravan la exportación.	✓	✓	✓	✓
13	En el 2017 el agente de aduana estaba presente en cada acto aforo físico de las mercancías.	✓	✓	✓	✓
14	En los últimos tres años su empresa tuvo problemas relacionado con el delito de contrabando.	✓	✓	✓	✓

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Aplicable Suficiente

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

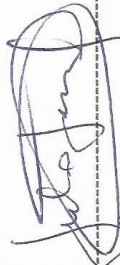
Apellidos y nombres del juez validador: Dr Mg: Zarate Suarez Luis DNI: 10868418

Especialidad del validador: Adm. Negocios Internacionales

Lima, 17 de Junio del 2019

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

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


 Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Inteligencia comercial

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	Dimensión 1: SUNAT							
1	Para la exportación definitiva presenta de acuerdo a SUNAT los documentos comerciales que amparan este régimen.	✓		✓		✓		
2	Utiliza SUNAT para realizar la trazabilidad continua en sus servicios de exportaciones e importaciones.	✓		✓		✓		
3	Presenta de acuerdo a SUNAT los documentos que exige para el régimen de importación para el consumo.	✓		✓		✓		
4	Revisa que mercancías restringidas y prohibidas se encuentra en SUNAT para mayor control en sus servicios.	✓		✓		✓		
5	Toman en cuenta los regímenes aduaneros marítimos o aéreos y permisos correspondientes para cada servicio.	✓		✓		✓		
6	Para cada servicio presenta el certificado de operador económico autorizado por la SUNAT.	✓		✓		✓		
	D2: TRADE MAP	Si	No	Si	No	Si	No	
7	En los últimos años para estar informados de los productos de sus clientes utiliza TRADE MAP en su Logística.	✓		✓		✓		
8	Frecuentemente toma en cuenta el valor importado o exportado de productos que tienen sus clientes a través de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
9	Los países proveedores de sus clientes para su producto importado son obtenidos generalmente de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
10	Los países del comercio bilateral que ofrece TRADE MAP les facilitan normalmente en su búsqueda de empresas.	✓		✓		✓		
11	Visualizan los socios comerciales de sus clientes mediante TRADE MAP la cual le da una perspectiva de cómo es la competencia internacional.	✓		✓		✓		
	D3: SIICEX	Si	No	Si	No	Si	No	
12	La información de exportación de productos de sus clientes normalmente son obtenidos a través de la plataforma SIICEX.	✓		✓		✓		
13	Se verifica a través de SIICEX que productos importan sus clientes.	✓		✓		✓		
14	El estudio mercado que ofrece SIICEX le facilita el proceso de inteligencia comercial para decisiones más rápidas.	✓		✓		✓		

	La búsqueda de empresas exportadoras mediante la plataforma SIICEX le da una perspectiva de cómo es la competencia nacional e internacional.				
15	Se captan a nuevas empresas exportadoras como clientes a través de SIICEX como estrategia en su inteligencia comercial.	✓	✓	✓	
16					

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador, Dr/ Mg. *Negocio Intelectuales* DNI: *077 66628*

Especialidad del validador: *Abog. F. Muñoz Castro*

Lima *17* de *Junio* del 2019

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

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

[Firma manuscrita]
Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Gestión de servicios logísticos

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	D1: Gestión Logística							
1	Las rutas comerciales que son parte del transporte internacional son usadas frecuentemente en sus servicios de distribución.	✓		✓		✓		
2	El año anterior fueron precavidos al almacenar artículos frágiles, peligrosos o perecibles en cada transcurso de mercancía.	✓		✓		✓		
3	En el 2016- 2018 en cada proceso de servicios para sus clientes, realizaban las buenas prácticas de almacenamiento.	✓		✓		✓		
4	Verifican el medio de transporte de acuerdo a los canales de distribución según los pedidos de sus clientes en sus servicios de logística.	✓		✓		✓		
5	En los últimos años en el traslado de las mercancías ha sufrido alguna pérdida o daño.	✓		✓		✓		
6	En base a los costos que genera cada tipo de mercancía, tercerizan para tener más flexibilidad y generar mayor rentabilidad.	✓		✓		✓		
7	Hace dos años obtuvieron un buen resultado (ingresos) en los servicios que les ofrecen a sus consumidores.	✓		✓		✓		
	D2: Gestión Aduanera	Si	No	Si	No	Si	No	
8	Realiza correctamente la trasmisión electrónica de la información de la DUA en cada proceso de servicio.	✓		✓		✓		
9	En estos últimos dos años ha recurrido a la oficina virtual de certificados de origen.	✓		✓		✓		
10	Presenta documentos originales o copias certificadas por notario para los documentos de acompañamiento al departamento de Nacionalización.	✓		✓		✓		
11	Los dos años anteriores ha pagado a tiempo sus deudas tributarias.	✓		✓		✓		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

12	Últimamente utiliza los tributos correctos que gravan la exportación.	✓	✓	✓	
13	En el 2017 el agente de aduana estaba presente en cada acto aforo físico de las mercancías.	✓	✓	✓	
14	En los últimos tres años su empresa tuvo problemas relacionado con el delito de contrabando.	✓	✓	✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ M^{ra}: Roque P. Muzo Casero DNI: 07766626

Especialidad del validador: No se ha informado

Lima 17 de Junio del 2019

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

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


 Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 1: Inteligencia comercial

N°	Dimensiones / ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
Dimensión 1: PORTAL SUNAT								
1	De acuerdo a SUNAT presenta los documentos comerciales que amparan el régimen de exportación definitiva.	✓		✓		✓		
2	Utiliza SUNAT para la trazabilidad en sus servicios de exportaciones e importaciones.	✓		✓		✓		
3	Presenta de acuerdo a SUNAT los documentos que exige para el régimen de importación para el consumo.	✓		✓		✓		
4	Revisa que mercancías restringidas y prohibidas se encuentra en SUNAT para mayor control en sus servicios.	✓		✓		✓		
5	Toman en cuenta los regímenes aduaneros marítimos o aéreos y permisos correspondientes para cada servicio.	✓		✓		✓		
6	Para cada servicio presenta el certificado de operador económico autorizado por la SUNAT.	✓		✓		✓		
D2: TRADE MAP								
7	En los últimos años para estar informados de los productos de sus clientes utiliza TRADE MAP en su Logística.	✓		✓		✓		
8	Frecuentemente toma en cuenta el valor importado o exportado de productos que tienen sus clientes a través de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
9	Los países proveedores de sus clientes para su producto importado son obtenidos generalmente de TRADE MAP.	✓		✓		✓		
10	Los países del comercio bilateral que ofrece TRADE MAP les facilitan normalmente en su búsqueda de empresas.	✓		✓		✓		
11	Visualizan los socios comerciales de sus clientes mediante TRADE MAP la cual le da una perspectiva de cómo es la competencia internacional.	✓		✓		✓		
D3: SIICEX								
12	La información de exportación de productos de sus clientes normalmente son obtenidos a través de la plataforma SIICEX.	✓		✓		✓		
13	Se verifica a través de SIICEX que productos importan sus clientes.	✓		✓		✓		
14	El estudio mercado que ofrece SIICEX le facilita el proceso de inteligencia comercial para decisiones más rápidas.	✓		✓		✓		

15	La búsqueda de empresas exportadoras mediante la plataforma SIICEX le da una perspectiva de cómo es la competencia nacional e internacional.	✓	✓	✓	
16	Se captan a nuevas empresas exportadoras como clientes a través de SIICEX como estrategia en su inteligencia comercial.	✓	✓	✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Aplicable después de corregir No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: *Madmir Villanueva Obregón* DNI: *99685615*

Especialidad del validador: *Finanzas y Proyectos de inversión*

Lima *17* de *Junio* del 2019

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

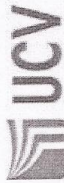
Nota: Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

[Firma manuscrita]

Firma del Experto Informante.

Anexo 4 Certificado de validez del contenido del instrumento que mide la variable 2: Gestión de servicios logísticos

N°	Dimensiones / Ítems	Pertinencia ¹		Relevancia ²		Claridad ³		Sugerencias
		Si	No	Si	No	Si	No	
	D1: Gestión Logística							
1	Las rutas comerciales que son parte del transporte internacional son usadas frecuentemente en sus servicios de distribución.	✓		✓		✓		
2	El año anterior fueron precavidos al almacenar artículos frágiles, peligrosos o perecibles en cada transcurso de mercancía.	✓		✓		✓		
3	En el 2016- 2018 en cada proceso de servicios para sus clientes, realizaban las buenas prácticas de almacenamiento.	✓		✓		✓		
4	Verifican el medio de transporte de acuerdo a los canales de distribución según los pedidos de sus clientes en sus servicios de logística.	✓		✓		✓		
5	En los últimos años en el traslado de las mercancías ha sufrido alguna pérdida o daño.	✓		✓		✓		
6	En base a los costos que genera cada tipo de mercancía, tercerizan para tener más flexibilidad y generar mayor rentabilidad.	✓		✓		✓		
7	Hace dos años obtuvieron un buen resultado (ingresos) en los servicios que les ofrecen a sus consumidores.	✓		✓		✓		
	D2: Gestión Aduanera	Si	No	Si	No	Si	No	
8	Realiza correctamente la transmisión electrónica de la información de la DUA en cada proceso de servicio.	✓		✓		✓		
9	En estos últimos dos años ha recurrido a la oficina virtual de certificados de origen.	✓		✓		✓		
10	Presenta documentos originales o copias certificadas por notario para los documentos de acompañamiento al departamento de Nacionalización.	✓		✓		✓		
11	Los dos años anteriores ha pagado a tiempo sus deudas tributarias.	✓		✓		✓		



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

12	Últimamente utiliza los tributos correctos que gravan la exportación.	✓		✓		✓	
13	En el 2017 el agente de aduana estaba presente en cada acto aforo físico de las mercancías.	✓		✓		✓	
14	En los últimos tres años su empresa tuvo problemas relacionado con el delito de contrabando.	✓		✓		✓	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): _____

Opinión de aplicabilidad: Aplicable No aplicable

Apellidos y nombres del juez validador. Dr/ Mg: Wladimir Villanueva Obregon DNI: 29688615

Especialidad del validador: Finanzas y Proyectos de Inversión

Lima 17 de Junio del 2019

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

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



 Firma del Experto Informante.