



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

**ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS**

**INTERNACIONALES**

**Gestión Logística y Negocio Electrónico en la Agencia de Aduana  
RRR del Pacífico, San Miguel 2020**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

Licenciada en Negocios Internacionales

**AUTORA:**

Morales Vilca, Karla Laura (orcid.org/0000-0003-0554-5328)

**ASESORA:**

Dra. Cavero-Egúsqiza Vargas, Lauralinda Leonor (orcid.org/0000-0001-5222-8865)

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

CALLAO - PERÚ

2020

### **Dedicatoria**

A mi mamá, quien me acompañó y luchó conmigo frente a todas las adversidades, a quien creo que jamás me alcanzará la vida para devolverle tanto amor y espero este sea un buen inicio.

### **Agradecimiento**

Agradezco a mi familia que con sus continuos consejos me animaron a añorar mucho más, a mis amigos que sin importar nada siempre estuvieron allí para mí, a los profesores que admiro y vieron un potencial en mí que ni yo misma creía que tenía, a mi centro de labores por la oportunidad de realizar mi tesis en su prestigiosa empresa. Muchas gracias.

## Índice de contenidos

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenidos .....	iv
Índice de tablas .....	v
Índice de gráficos y figuras.....	vi
Resumen .....	vii
Abstract.....	viii
I. Introducción .....	1
II. Marco teórico .....	4
III. Metodología .....	15
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	15
3.2. Variables y operacionalización .....	17
3.3. Población, muestra y muestreo .....	21
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	21
3.5. Procedimientos .....	23
3.6. Método de análisis de datos.....	24
3.7. Aspectos éticos.....	25
IV. Resultados.....	26
V. Discusión .....	49
VI. Conclusiones .....	51
VII. Recomendaciones .....	52
Referencias.....	53
Anexos	

## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Rangos de confiabilidad.....	22
<b>Tabla 2.</b> Confiabilidad gestión logística.....	23
<b>Tabla 3.</b> Confiabilidad negocio electrónico.....	23
<b>Tabla 4.</b> Resultado de compras y abastecimiento.....	26
<b>Tabla 5.</b> Resultado de revisión periódica .....	27
<b>Tabla 6.</b> Resultado de abastecimiento estratégico.....	28
<b>Tabla 7.</b> Resultado de tamaño de lote .....	29
<b>Tabla 8.</b> Resultado de fluctuación de la demanda .....	30
<b>Tabla 9.</b> Resultado de fluctuación de la entrada .....	31
<b>Tabla 10.</b> Resultado de acomodo .....	32
<b>Tabla 11.</b> Resultado de manejo de materiales .....	33
<b>Tabla 12.</b> Resultado de optimización de rutas .....	34
<b>Tabla 13.</b> Resultado de establecimiento de tarifas.....	35
<b>Tabla 14.</b> Resultado de negocio a negocio .....	36
<b>Tabla 15.</b> Resultado de negocio a consumidor .....	37
<b>Tabla 16.</b> Resultado de negocio a gobierno.....	38
<b>Tabla 17.</b> Resultado de bienes físicos .....	39
<b>Tabla 18.</b> Resultado de bienes digitales .....	40
<b>Tabla 19.</b> Resultado de servicios .....	41
<b>Tabla 20.</b> Resultado de finanzas.....	42
<b>Tabla 21.</b> Resultado de tiempo estático .....	43
<b>Tabla 22.</b> Resultado de tiempo semi-dinámico .....	44
<b>Tabla 23.</b> Resultado de tiempo dinámico .....	45
<b>Tabla 24.</b> Correlación con negocio electrónico .....	46
<b>Tabla 25.</b> Correlación con partes .....	47
<b>Tabla 26.</b> Correlación con objetos .....	47
<b>Tabla 27.</b> Correlación con tiempos .....	48

## Índice de figuras

<b>Figura 1.</b> Diseño de la investigación .....	15
<b>Figura 2.</b> Estructura de clasificación del espacio e-business .....	19
<b>Figura 3.</b> Herramientas Google .....	24
<b>Figura 4.</b> Porcentaje de compras y abastecimiento .....	26
<b>Figura 5.</b> Porcentaje de revisión periódica.....	27
<b>Figura 6.</b> Porcentaje de abastecimiento estratégico .....	28
<b>Figura 7.</b> Porcentaje de tamaño de lote.....	29
<b>Figura 8.</b> Porcentaje de fluctuación de la demanda.....	30
<b>Figura 9.</b> Porcentaje de fluctuación de la entrada.....	31
<b>Figura 10.</b> Porcentaje de acomodo.....	32
<b>Figura 11.</b> Porcentaje de manejo de materiales .....	33
<b>Figura 12.</b> Porcentaje de optimización de rutas.....	34
<b>Figura 13.</b> Porcentaje de establecimiento de tarifas .....	35
<b>Figura 14.</b> Porcentaje de negocio a negocio .....	36
<b>Figura 15.</b> Porcentaje de negocio a consumidor.....	37
<b>Figura 16.</b> Porcentaje de negocio a gobierno .....	38
<b>Figura 17.</b> Porcentaje de bienes físicos.....	39
<b>Figura 18.</b> Porcentaje de bienes digitales.....	40
<b>Figura 19.</b> Porcentaje de servicios .....	41
<b>Figura 20.</b> Porcentaje de finanzas .....	42
<b>Figura 21.</b> Porcentaje de tiempo estático .....	43
<b>Figura 22.</b> Porcentaje de tiempo semi-dinámico.....	44
<b>Figura 23.</b> Porcentaje de tiempo dinámico .....	45

## Resumen

El año 2020 ha representado ser un reto para todos, el estricto bloqueo a fin de contener la pandemia suspendió diversas actividades logísticas llevando a sus partícipes a realizar grandes cambios estructurales por lo que la presente investigación titulada “Gestión logística y negocio electrónico en la agencia de aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020” nace del interés de determinar la relación que existe entre la logística y el e-business en un periodo donde agencias de aduanas han debido implementar algún sistema de trabajo remoto y digital. Utilizando metodología de diseño no experimental y de enfoque cuantitativo, se obtuvo mediante un cuestionario aplicado en línea a clientes de la empresa y luego remitido al software SPSS se obtuvo un rango de relación “muy alta” concluyendo en la existencia de relación entre la gestión logística y el negocio electrónico en la agencia de aduana.

**Palabras clave:** Gestión logística, Negocio electrónico, Agencia de aduanas.

## **Abstract**

The year 2020 has represented a challenge for everyone, the pandemic has resulted in structural changes for various areas, so this research entitled "Logistics management and electronic business in the RRR del Pacífico customs agency, San Miguel 2020" is born of interest to determine the relationship that exists between logistics and e-business in a period when all customs agencies have had to implement some remote and digital work system. Using a non-experimental design methodology and a quantitative approach; It was obtained under a statistical study and by means of an online questionnaire applied to the company's clients, then it was sent in the SPSS software, a "very high" relationship range was obtained, concluding that there is a relationship between logistics management and electronic business in the Customs agency.

**Keywords:** Logistics management, e-business, customs agency.



## I. INTRODUCCIÓN

Desde los inicios más remotos el ser humano busca administrar de forma eficiente los pocos recursos que posee a fin de garantizar su propia supervivencia, y es con el paso del tiempo que la gestión logística se ha encargado de proveer sistemas que faciliten este flujo en un mundo donde todo se desea conseguir de forma más rápida y segura pero que en los últimos años temas como la guerra comercial y hasta la más reciente pandemia han representado ser todo un nuevo nivel de reto. En este sentido el negocio electrónico proveniente de los mismos inicios del internet se ha convertido en la vertiente moderna que ha reestructurado actividades y prácticas de la gestión empresarial basado principalmente en el uso de tecnologías de la información factor que en los últimos años se ha hecho de uso masivo pero que sin embargo sigue siendo adverso para muchos sectores de la población y en diversas partes del mundo negando así poder obtener el nivel de intercomunicación que se requiere para afianzar este tipo de negocio.

En el Perú la gestión logística ha tenido claroscuros en su historia puesto que la burocracia, los altos costos así como la falta de infraestructura en especial del rubro de transporte ha amedrentado un correcto avance en la logística nacional lo que hasta la fecha representan ser las mismas barreras que pese a los intentos de diversos organismos y hasta del mismo gobierno por brindar competitividad a este aspecto han resultado muchas veces ser infructuosos, por lo que abordar un tema tan complejo y diverso como lo es la gestión logística y analizarlo desde una macro perspectiva enfocada en sus procesos, puede brindar claridad en los temas mencionados. En materia de negocio electrónico no se difiere mucho puesto que el Perú ocupa el sexto lugar en Latinoamérica con un cinco por ciento del volumen e-commerce de la región debido en parte a la baja velocidad de internet en conexiones fijas así como en redes móviles, problema que se agrava aún más en provincias; aunque todo lo mencionado podría representar una oportunidad de cambio ante la actual coyuntura nacional que exige avanzar grandes pasos hacia la implementación de un mejor negocio electrónico en el menor tiempo posible.

La Agencia de Aduana RRR del Pacífico es un grupo logístico con más de 20 años en el sector que ofrece soluciones integrales en servicios de agenciamiento de aduanas, carga, transporte y operaciones conexas; como muchas empresas busca cumplir las expectativas de sus clientes bajo una gestión logística eficiente que en macroproceso plantea que para lograr un abastecimiento estratégico en compras se debe contar con selección de proveedores y revisión periódica de existencias, un inventario acorde al tamaño de lote de la fluctuación demandada evitando tiempos muertos en entrada, acomodo de almacén que facilite el manejo de materiales y distribución que optimice rutas reflejando tarifas competitivas. Aunado a lo mencionado, en el 2020 por Covid-19 se redujo el aforo a nivel nacional y se digitalizaron varios procesos aduaneros lo que generó la necesidad de implementar el negocio electrónico, modelo que tiene como escenario al alcance de tiempo el cual mide el dinamismo en el que perdura cada colaboración, apoyándose en objetos como bienes y servicios que son utilizados durante su proceso a fin de establecer la relación de las partes que participen en el tipo de negocio, la gestión de muchas empresas de aduanas se han visto abruptamente cambiadas y solo las empresas que han logrado una mejor adecuación al nuevo sistema se han podido sostener con resultados notables.

La presente investigación a fin de precisar los problemas expuestos busca concretar en una pregunta el problema general por lo que plantea esclarecer ¿Qué relación existe entre la gestión logística y el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020?; así mismo y a fin de dar mayor claridad a la pregunta principal se generan las siguientes preguntas específicas mediante el uso de dimensiones de negocio electrónico preguntando ¿Qué relación existe entre la gestión aduanera y las partes del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020?, ¿Qué relación existe entre la gestión aduanera y los objetos del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020? y por último ¿Qué relación existe entre la gestión aduanera y el alcance de tiempo del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020?.

La investigación requiere exposición detallada de las razones que justifiquen la realización del estudio por lo que la presente investigación se sostiene en las teorías de Luis Mora en referencia a la gestión de logística y en la teoría de Paul Grefen en materia de negocio electrónico, autores que presentan con conceptos idóneos relacionados plenamente con la realidad problemática. En la práctica, la presente investigación puede ser de utilidad a organizaciones que mantengan similitud de factores, en especial a agencias de aduanas que desean mejorar aspectos en relación a alguna de las variables mencionadas incluso pudiendo derivar a determinar un impacto económico en la rentabilidad de la empresa al mostrar de forma clara resultados que demuestran la relación entre ambos conceptos y cómo la implicancia del uso de un negocio electrónico puede presentar una mejora frente a la gestión logística desencadenando toma de decisiones que mantengan o eliminen procesos que demuestren ser competitivos y definatorios. En el aspecto metodológico se presenta como instrumento un cuestionario acorde a elementos problematizados medibles resultando ser una herramienta útil para un análisis estadístico y ser utilizado para futuros estudios.

Finalmente, el objetivo general de la investigación que enmarca su finalidad es determinar la relación que existe entre la gestión logística y el negocio electrónico en el área operativa de la empresa RRR del Pacífico así como sostenerse en los objetivos específicos al determinar la relación que existe entre la gestión logística y las partes del negocio electrónico en el área operativa de la empresa RRR del Pacífico, determinar la relación que existe entre la gestión logística y los objetos del negocio electrónico en el área operativa de la empresa RRR del Pacífico así como determinar la relación que existe entre la gestión aduanera y el alcance de tiempo en negocio electrónico en el área operativa de la empresa RRR del Pacífico. Por lo que, al tener en cuenta que la finalidad de una investigación radica en la evaluación de una hipótesis que defina la existencia o reconocimiento de una circunstancia, la presente investigación plantea que existe relación entre la gestión logística y los negocios electrónicos en el área operativa de la empresa RRR del pacífico, San Miguel 2020.

## II. MARCO TEÓRICO

Los trabajos previos representan ser pilares fiables para la investigación, por lo que en gestión logística se presentan los siguientes antecedentes nacionales:

Maraví, Matuk y Chong señalan en su artículo *Impacto de la infraestructura en las operaciones logísticas. Gestión de carga y entrega de mercancías* (2019) que las operaciones de abastecimiento y logística inversa de la cadena de suministros facilitan la entrega de mercancías al presentar uso multimodal del estacionamiento.

Fernandez (2019) en su tesis publicada en Alicia Concytec titulada *La logística y la calidad de la gestión de la empresa S&S Corporación Logística SRL, Callao, 2019* afirma que la logística influye en la calidad de gestión de la empresa por lo que al optimizarla bajo planes estratégicos y sistemáticos se puede llegar a satisfacer las necesidades del cliente lo que a su vez incrementa los ingresos.

Narvaez (2018) en el artículo *Importancia de la Administración de Procesos de Negocio para el Área de Transportes de los Operadores Logísticos*, menciona que operaciones logísticas, en especial las de transporte, se pueden gestionar bajo sistemas web y aplicaciones digitales brindando mejor eficiencia que otros métodos.

Morales (2018) en su tesis *Modelo de Gestión Logística para mejorar la eficiencia del área de mantenimiento de la empresa Midas - Valencia, 2016* diagnostica problemas de control de stock y plantea un modelo de gestión logística empleando un cuadro de seguimiento apoyado en áreas de tecnología e infraestructura, revelando relación de dependencia entre funciones logísticas y tecnológicas.

Rios (2018) desde una perspectiva contable plantea en su tesis *Influencia de la gestión logística en la determinación del costo de ventas en la empresa comercial Sekur Perú S.A. 2017*, la implicancia de la gestión logística en el costo de ventas precisando que una adecuada planeación, organización, dirección y control influye en los ingresos de la empresa por lo que recomienda la implementación de un sistema de inventarios computarizado que facilite el cálculo de los costos.

Goyzueta (2018) en su investigación denominada *Análisis de la gestión logística de la empresa de transportes Elio S.A.C. para la formulación de una propuesta de mejora, Arequipa 2017* observa que la empresa tiene un inadecuado manejo logístico por lo que propone un sistema de codificación alfanumérico en compras y almacenamiento que permita identificar los bienes almacenados.

A nivel internacional se presentan antecedentes en materia de gestión logística:

Cano y Alaya (2020) en su artículo *Educación en logística para estudiantes de gestión empresarial*, resaltan la importancia de tener un proceso logístico claro tanto para el campo laboral como para el educativo planteando evaluar aspectos en planificación, aprovisionamiento, inventarios, almacenamiento, distribución y transporte de la empresa con la finalidad de identificar oportunidades de mejora.

Singh, Kumar, Panchal y Kumar (2020) en su artículo denominado *Impacto del COVID-19 en los sistemas logísticos y las interrupciones en la cadena de suministro de alimentos* analizan los estragos de la restricción de actividades durante el periodo de pandemia centrándose en aquellos que afectasen la cadena de suministros y postulando un modelo resistente a las variabilidades del entorno adecuándose a la oferta y demanda de distintos sectores en diversos escenarios.

Oliveira, Maqueira, Bruque y Moyano (2020) en su artículo *Innovación en logística startups y nuevos modelos de negocio*, plantean que las Startups han transformado la manera en que se distribuyen y se entregan los productos haciendo énfasis en los vehículos aéreos no tripulados denominados drones y como ellos han automatizados entregas en puntos estratégicos de sistemas Pick Up and Drop Off.

Zambrano, Giler, Vera y Franco publicaron el artículo *Beneficios y desafíos del uso de las TIC en la cadena de suministro* (2020) donde revisaron la funcionalidad de las Tecnologías de la información y comunicación en la cadena de suministro estudiando procesos internos y externos de su integración hallando que estos contribuyen en reducción de tiempo, costos, respuesta al cliente, errores, etc.

Kilpatrick y Barter (2020) mencionan en su artículo *COVID-19: Gestionando el riesgo y ruptura de la cadena de suministro* el impacto que tiene China en las cadenas de suministro mundial dado que todas directa o indirectamente están relacionadas al país asiático planteando que las empresas con mejores redes logísticas flexibles no sólo van a verse mitigadas ante el impacto, sino que esta representará ser una oportunidad para conseguir nuevos y más amplios mercados.

Satolo, Campos y Andrade (2019) en su artículo *Evaluación de la sostenibilidad de las actividades logísticas en una lechería: un ejemplo de una economía emergente*, analizan las actividades logísticas de un producto lácteo midiendo el impacto en transporte, almacenamiento (incluidas las actividades de manejo de inventario y manejo de materiales), empaque y actividades de adquisición.

En el artículo *Desarrollo del cuadro de mando integral de la logística inversa* (2019) Herrera, Suárez y Cantero plantean el uso del Cuadro de Mando Integral aplicando un mapa estratégico de perspectivas en formación y crecimiento, así como de análisis de procesos financieros se desarrolló el índice de efectividad de logística inversa, el cual evidenció deficiencias sustanciales en la organización.

Quintero y Sotomayor (2018) en su tesis *Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa Tramaco express CIA.LTDA del Cantón Durán*, en Ecuador, realizan una encuesta de satisfacción encontrando falencias en la gestión logística debido al desconocimiento de los trabajadores acerca de la realización de sus funciones por lo que plantea implementar indicadores de gestión logística manteniendo una capacitación constante al personal para mejorar su desempeño al reducir errores.

Ochoa y Davila (2018) en el artículo *Modelamiento de un sistema automatizado de logística integral usando redes de petri coloreadas*, postulan el uso de un sistema automatizado de máquinas sin participación humana directa emulando actividades de un centro logístico de distribución desde una orden de pedido hasta la entrega utilizando redes de Petri coloreadas a fin de tener una mejor comprensión de la dinámica de las relaciones entre estaciones, flujo de materiales y ciclos del proceso.

El artículo *Análisis del desarrollo y competitividad de la infraestructura de transporte en los países miembros de la Alianza del Pacífico (2007-2016)* de Cortés y Peña (2018) realizan un recuento que evidencia débil tendencia de desarrollo y asimetría entre los países miembros sugiriendo que variables significativas en que los costos de las inversiones en infraestructura de transporte se traspasan a agentes de carga.

Rood, Van den Berg, Niemann y Meyer en *El papel de las relaciones personales en las interrupciones de la cadena de suministro: Perspectivas de compradores y proveedores de servicios logísticos* (2018) estudian la interdependencia de las relaciones dada entre los clientes y proveedores con miembros de la empresa donde hallan ventajas para una subcontratación logística exitosa y cooperativa.

Pinheiro, Breval, Rodríguez y Follmann (2017) plantean en su artículo titulado *Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma*, que la logística interna define el nivel de competitividad y sostenibilidad de una empresa por lo que buscan analizar aspectos estructurales medibles para identificar sus componentes, pesos y prioridades, desempeño que permiten mejorar su competitividad.

Fabio (2016) a fin de obtener el grado de maestría plantea en su tesis titulada *Planificación y Gestión de Operaciones en Sistemas Logísticos de Distribución*, abordar un marco de tecnologías de la información a ser aplicada a la cadena de gestión de suministros para mejorar la eficiencia de la programación de operaciones en la planificación operativa de sistemas logísticos aplicado al ámbito del transporte recomendando se emplee en modelos que compartan características.

Alves, Siluk, Neuenfeldt, Soliman y Dorneles (2015) en su artículo *Evaluación del desempeño de la logística interna para empresas de servicios* propone un modelo de evaluación multicriterio a fin de encontrar oportunidades para mejorar procesos que desde una perspectiva organizacional está conformada por tres puntos básicos como el suministro (proveedores), la planta (interna) y la distribución (clientes) y que cualquier otra área representa ser subactividades de las mencionadas.

Asimismo, en materia de negocio electrónico los siguientes estudios nacionales se emplean como antecedentes que reflejan el planteamiento de la investigación:

Del Carpio, Salvador y Soria (2020) en su artículo *Innovación organizacional y persistencia de la innovación tecnológica*, proponen que economías en desarrollo como el Perú donde se invierte poco en investigación y tecnología, desarrollen la capacidad de absorción y generen vínculos en redes de mercadeo para lograr la persistencia de la innovación tecnológica al concluir la existencia de efecto sobre la persistencia de la innovación de productos y procesos.

Girón (2018) en su tesis titulada *El marketing digital y el e-commerce en las empresas agroexportadoras de la provincia de Barranca 2017*, tiene como objetivo demostrar la influencia del marketing digital en el comercio electrónico hallando una influencia significativa por lo que recomienda se capacite al personal encargado del área de marketing en nuevas herramientas digitales a fin de incrementar las ventas y acercarse a mercados físicamente distantes.

Aliaga y Flores en su tesis *Influencia del e-commerce en el desempeño de las Mypes del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra*, del 2017 plantean la hipótesis de la influencia del negocio electrónico en mypes del sector textil donde recomiendan priorizar el negocio electrónico en las empresas con la finalidad de adoptarlas en sus operaciones y generar valor.

Guzmán, Jaison, Anyosa y Alberto (2017) en la investigación *Análisis y diseño de un e-commerce constructor para mejorar el sistema de ventas en la empresa comercial santa rosa de la ciudad de Ica*, analizan la mejora en sistemas tradicionales de ventas utilizando servicios digitales de comercio electrónico, encontrando beneficios en reducción de tiempo y costo de proceso de ventas con grandes resultados en capital humano dado a otros modelos de ventas.

A nivel internacional el negocio electrónico es un término nuevo pero que es ampliamente estudiado por lo que se seleccionaron los siguientes antecedentes:



Tang y Wang (2020) en su artículo *Diseño y análisis de comercio electrónico y logística moderna para la integración económica regional en redes inalámbricas*, determinan que el vertiginoso desarrollo del comercio electrónico ha generado en gran medida el desarrollo de la logística moderna tomando nodos logísticos relevantes al comercio electrónico a través de redes inalámbricas regionales.

Labus, Despotović, Bogdanović, Barać y Popović (2020) en el artículo titulado *Gestión adaptativa de la continuidad del comercio electrónico: evidencia del sector financiero*, plantean que la gestión de continuidad empresarial tradicional hacia las tecnologías modernas de comercio electrónico como lo son el Internet, la informática móvil, los servicios electrónicos y la infraestructura virtual definiendo un marco integral que se adapte a los cambios en el entorno empresarial.

Baozhou y Song describen en su artículo *Un enfoque conjunto para comprender las decisiones de los compradores en línea hacia los mercados en línea* (2020) los atributos más relevantes para los consumidores en el tipo de mercado del comercio electrónico hallando niveles de interés en la facilidad de uso, utilidad, custodia, logística, retroalimentación, seguridad de la información y resolución de disputas con un alto impacto para su elección sobre todo en los usuarios jóvenes.

Ashok, Ayyasamy, Ashok y Arunachalam (2020) postulan en su artículo titulado *Análisis de comercio electrónico a través del ETL y la herramienta de inteligencia empresarial de autoservicio*, la creación de una fuente de información centralizada mediante los procesos ETL abocados a la extracción, transformación y carga de datos que son de utilidad en el proceso de toma de decisiones no solo administrativas sino también a sus usuarios a nivel superior.

Häckel, Übelhör y Voit en su artículo denominado *Creando una ventaja competitiva en las cadenas de valor del comercio electrónico mediante el uso del exceso de capacidad en mercados IT habilitados* (2020) sostienen que el progreso tecnológico permite a los proveedores de servicios ofrecer una amplia gama de servicios digitalizados y estandarizados a clientes comerciales resolviendo ineficiencias.

Cataldo, Astudillo, Guitierrez, Gonzales y McQueen en su artículo denominado *Hacia un modelo de madurez integrado de sistemas y aplicaciones de comercio electrónico en una economía emergente* (2020) observan que aunque existe una gran cantidad de modelos de sistemas de información, la mayoría tienen limitaciones por lo que proponen un modelo que aborde un enfoque de minería de datos obteniendo que las empresas se agrupan en tres etapas de madurez orientados a obtener mayores eficiencias y fortalecer la relación con los clientes.

Qin, Liu y Tian en su artículo *La combinación óptima entre modo de venta y estrategia de servicio logístico en un mercado de comercio electrónico* (2020) plantean que las plataformas en línea operan como modo de venta por lo que examinan la interacción de elección de venta con la estrategia del servicio logístico, encontrando que el proveedor prefiere mejor servicio logístico a costo del servicio.

Shuang en su tesis *Distribución logística en el entorno del comercio electrónico* (2019) indica que el comercio electrónico ha logrado solucionar variados problemas logísticos en especial en distribución, pero también dificultades en su desarrollo, por lo que plantea encontrar su relación hallando que los problemas de distribución logística encontrados bajo entorno de comercio electrónico tienen soluciones.

Andresen e Istad (2019) en su tesis de maestría *La logística inversa del comercio electrónico: un estudio de caso múltiple de cuatro compañías e-commerce*, manifiestan los retos de empresas con mayor trayectoria en comercio electrónico al distinguir logística de retorno y logística inversa donde la primera se enfoca a productos físicos y la segunda a reutilizar procesos útiles para su mejora.

Del Carpio y Millares (2019) en el artículo *Propensión a la innovación tecnológica de las empresas manufactureras peruanas que no desarrollan actividades de Investigación y Desarrollo (I&D)*, concluyen en que las empresas manufactureras se encuentran en categoría de baja y baja media de intensidad tecnológica hallando que las empresas que adquieren maquinaria y técnicas tecnológicas fomentan las actividades de innovaciones tanto en productos como en procesos.

En el 2019, Perdigón y Pérez publicaron el artículo titulado *Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019* afirman que la implementación del negocio electrónico influye en las actividades y desarrollo empresarial en América Latina que examinado como fenómeno holístico social constata que el impacto en la población, sector jurídico, empleos, gobiernos, sector financiero y medio ambiente son esferas donde influyen directamente.

De Oliveira, Magalhães y Muzzi en su artículo *Análisis de accesibilidad desde los puntos de recogida y entrega: hacia la sostenibilidad del delivery e-commerce* (2019) plantean como una alternativa para reducir las entregas fallidas a domicilio analizar la accesibilidad de puntos ubicados en establecimientos comerciales más atractivos para e-consumidores en base a datos socioeconómicos considerando la infraestructura de transporte, ubicación de la población y de oportunidades.

Kabbaj (2018) en su tesis *Los mayores factores que contribuyen en el crecimiento del comercio electrónico en los Estados Unidos y China: análisis y adopción en Morocco*; analizan el crecimiento del comercio electrónico estadounidense y chino enfocándose en la evolución del m-commerce en celulares y tabletas reconociendo los factores que brindan éxito en el comercio electrónico aplicables a su país que en similitud al peruano es un país que ha ido adoptando sistemas tecnológicos

Villa, Ruiz, Valencia y Picón (2018) identifican en el artículo denominado *Comercio electrónico, Factores involucrados en su adopción desde un análisis bibliométrico*; los principales factores que son requerido para incorporar el negocio electrónico en la empresa por que a través de publicaciones científicas encuentra nuevos modelos que contribuyen en su adopción, así como análisis de estudio en la materia.

Mejía en el 2017 en su artículo *Modelo conceptual de innovación en el comercio electrónico: hacia un marco de referencia para las pymes*, propone un constructo de innovación en negocio electrónico para las Pymes dado que CEOs opinaron que varios modelos académicos le faltan claridad y son imprácticos de implementar, medir o monitorear por lo determina que la esencia del modo de negocio de la empresa es saber cómo atrae, crea, almacena, transforma y entrega valor.

Moreira y Sousa (2017) en su artículo titulado *Antecedentes estratégicos y consecuencias para el desempeño de las compañías de negocio electrónico*, examinan la influencia de antecedentes estratégicos de una propuesta de valor a fin de investigar el desempeño del negocio electrónico con resultados que indican que la segmentación del mercado, el modelo de ingresos, las capacidades, la relación con el cliente y las alianzas influyen en la propuesta de valor.

Finalmente, el artículo de García, Nájera y De Pablos denominado *Evolución del negocio electrónico: Un análisis bibliométrico de su adopción del 2016* estipula que el negocio electrónico ha impulsado innovación en producción y distribución de productos y servicios por lo que una definición diferenciada de conceptos análogos como comercio electrónico, servicios electrónicos, entre otros, y los factores que influyen en la adopción de esta herramienta optimizando su uso.

La investigación requiere de teorías que sirvan como base para contextualizar la significancia de cada variable por lo que la presente investigación se sustenta en las siguientes teorías:

En materia de gestión logística se utiliza como teoría general la teoría de restricciones de Eliyahu M. Goldratt quien en su manuscrito del 2010 plantea que cada proceso tiene una limitación y que el rendimiento total del proceso, en este caso logístico, solo se puede mejorar cuando se mejora la restricción brindando cinco procesos cíclicos con los que eliminar las restricciones como lo son el identificar, aprovechar, subordinar, elevar y repetir hasta eliminar la restricción.

Así mismo, dada la mención de gestión, es importante resaltar la teoría clásica de la administración desarrollada por Henri Fayol que en 1916 enfatizó que la importancia de la administración no radica solo en su dirección o mando sino en hallar la eficiencia que con relación a sus catorce principios fundamentales de gestión planteados se muestra como una cadena de factores que la componen.

En negocio electrónico como teoría general se halla la Teoría de la Información de Shannon y Weaver (1940) quienes estudian la transmisión y procesamiento de la información midiendo la capacidad de los sistemas de comunicación que aplicada a la tecnología sigue protocolos de comunicación más compleja a fin de conectar individuos a través de las actuales tecnologías de información digitales, por lo que guarda simetría con lo estudiado en materia de negocio electrónico dado que esta se basa en sistema integral en uso total de las tecnologías de la información.

Así mismo, la Teoría de la estructuración adaptativa de De Sanctis y Poole (1994) estudian la participación de las tecnologías de información avanzadas en el cambio organizacional analizando los tipos de estructura y la interacción humana con estas tecnologías para lograr una mejor comprensión de cómo implementar tecnologías y también cómo poder desarrollar diseños mejorados o programas educativos que promuevan adaptaciones productivas en la organización. Desde este punto de vista estructural ello está evaluado a la existencia de partes en el negocio electrónico.

En relación con lo expuesto, la investigación presenta los siguientes enfoques conceptuales que sirven para desarrollar entendimiento de las variables a tratar:

En gestión logística, Mora (2016) menciona en su libro *Gestión Logística Integral* que “la buena administración logística observa cada una de las actividades en la cadena de abastecimiento y analiza cómo contribuyen para el proceso de agregar valor” presentando el enfoque conceptual idóneo a la variable puesto que no solo plantea a la logística como un constructo de procesos sino se centra en su gestión al poner énfasis en el resultado principal de la misma que es la eficiencia.

Otros enfoques conceptuales relevantes son las de Escudero quien menciona que la logística es “una parte de la cadena de suministro encargada de planificar, gestionar y controlar el flujo y almacenamiento de los bienes, los servicios y la información generada” en su libro *Gestión Logística Comercial* (2019) donde lastimosamente no se desarrollan dimensiones apropiadas a la problemática de estudio por lo que es un concepto algo austero para desarrollar la variable.

También se encuentra Castellanos (2015) quien menciona en su libro *Logística Comercial Internacional* que “la gestión logística de distribución física de mercancías trata todo lo relacionado con el movimiento del producto desde el productor hasta el usuario final”, concepto que no cumple con el requisito de idoneidad careciendo de especificación en materia de gestión logística dado que ahonda en el proceso de distribución física olvidando los componentes que la logística en una visión macro tiene.

Por otro lado, se encuentran los enfoques conceptuales de negocio en el cual Martínez y Rojas (2016) afirman que “el avance del e-business, o negocio electrónico, conlleva la implementación y utilización de plataformas electrónicas” siendo un punto importante para tomar en cuenta en el estudio, pero no definitorio dado que recurrentemente mezcla varios conceptos similares con el de negocio electrónico uso recurrente hace años pero que en la actualidad ya se ha definido.

Así mismo, en el 2019 Chaffey, Edmundson y Hemphill publican *Gestión de negocios digitales y comercio electrónico*, donde analizan las diferencias entre ambos conceptos mencionando que “el negocio digital tiene un alcance más amplio que el comercio electrónico” mostrando un concepto para la investigación pero que lastimosamente no es muy útil puesto que profundizado a más detalle.

En cambio, Grefen (2016) realiza un estudio detallado del negocio electrónico definiéndolo como “la conducción de actividades empresariales centrales mediante el uso integrado de las tecnologías de la información para el procesamiento y comunicación de la información en la empresa” concepto plenamente adecuado para el enfoque conceptual requerido para la variable.

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

La presente investigación es de tipo aplicada dado a que es estudiada a través del conocimiento científico dirigido a determinarse por medios metodológicos, a base de protocolos y tecnologías por los cuales se pueda solucionar una necesidad reconocida y específica al poder aplicarse en el estudio sistemas y medidas útiles también para futuras investigaciones (Concytec, 2010).

De diseño no-experimental transversal correlacional que es la investigación que no busca manipular las variables solo observa los fenómenos tal como se dan en su contexto natural recolectando datos dados en un momento determinado como tomar una fotografía de algo que sucede y que es manifestado entre dos variables aclarando que esta puede limitarse únicamente a una correlación entre variables sin precisar en un sentido de causalidad, bajo un planteamiento e hipótesis correlacional (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

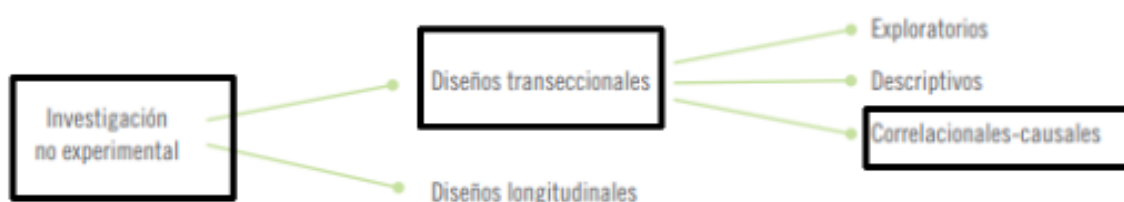


Figura 1. Diseño de la investigación

El enfoque es de categoría cuantitativa puesto que la investigación busca o indaga acerca de fenómenos que sean medibles acorde con el tipo de realidad al que pertenece el objetivo a investigar (Muñoz, 2015) por lo que al tomar en cuenta base teorías y enfoques conceptuales estudiados con la finalidad de generar factores medibles con los que se logre plasmar los resultados de forma clara.

La presente utiliza un método observacional el cual hace uso del sentido de la vista, a fin de prestar atención a las conductas o características del objeto o hecho de estudio y para que la observación sea considerada apropiadamente un método de investigación, esta debe ser planificada en el cumplimiento de un objetivo, viabilizando la medición y registro de los hechos observables (Alan y Cortez, 2018).

También de nivel descriptivo dado que se emplea cuando lo que se requiere es describir las características en la muestra seleccionada que puede ser un grupo o no seleccionado al azar, así como también para aquellos elegidos de forma establecida mientras la hipótesis también es descriptiva (Hernández, Ramos, Placencia, Indacochea, Quimis y Moreno, 2018) por lo que la presente tesis al tener las cualidades mencionadas que busca describir factores estipulados en la investigación de con la finalidad de documentarlos.

Por lo antes mencionado, la investigación también es de carácter documental puesto que según a lo que indican Parraguez, Chunga, Flores y Romero (2017) forma parte de la investigación científica al emplear técnicas de búsqueda, selección, organización y asimilación del conocimiento a ser atendidas en un proceso de formación integral al utilizar una técnica de estudio ampliamente utilizada bajo una estructura referencial que evoque los principios de una investigación científica al cumplir con el rol estipulado.

Es de estudio estadístico puesto que como mencionan Salazar y Del Castillo (2018) la estadística es la ciencia que se encarga de la recolección, ordenamiento, representación, análisis e interpretación de datos generados en una investigación sobre hechos, individuos o grupos para deducir de ello conclusiones precisas o de estimaciones futuras aplicando conceptos para su fin de la investigación como lo pueden ser la población, muestra, censo, muestreo, parámetros, entre otros factores relevantes al estudio.

Finalmente, la investigación utiliza el método hipotético deductivo que Farji-Brener (2017) cataloga como una herramienta para comprender el funcionamiento de los sistemas naturales por lo que solo se necesita primero definir un fenómeno que deseamos conocer a fin de lograr proponer varias hipótesis que lo expliquen para deducir los resultados de cada hipótesis y contrastar estas predicciones con nuestras observaciones descartando aquellas hipótesis cuyas predicciones no son avaladas por los datos.



### 3.2. Variables y operacionalización

La definición operacional detalla la forma en que las variables proyectan indicadores medibles bajo una escala nominal que Garrido y Álvaro (2015) mencionan “es aquella que, además de relaciones de igualdad/desigualdad, nos permite establecer relaciones de orden entre los objetos que estamos midiendo. Dado cualquier par de números de una escala ordinal, podemos determinar si son iguales o diferentes y si uno es mayor o menor que el otro” (pág. 21).

La variable gestión logística es definida por Mora (2016) quien estipula que “la buena administración logística observa cada una de las actividades en la cadena de abastecimiento y analiza cómo contribuyen para el proceso de agregar valor” (p. 36) por lo que operacionalmente se evalúa acorde a lo que él denomina macroprocesos de la gestión logística presentando indicios y señales con los cuales se elabora un cuestionario de respuestas cerradas de diez indicadores.

El primer macroproceso es denominado *Gestión de compras y abastecimiento* donde “las compras constituyen ser la primera función de la cadena de suministro” (p. 78) con indicadores medibles como la selección de proveedores que es “uno de los procesos claves en la organización, ya que genera y mantiene la competitividad de la misma”, el sistema de revisión periódico que “a diferencia de los sistemas de punto de reorden [...] se hacen revisiones en intervalos fijos y predeterminados” y finalmente el abastecimiento estratégico donde enfatiza que “es preciso contar con procedimientos que optimicen la forma en que las compañías participantes del proyecto adquieren sus bienes y servicios”.

Al segundo macroproceso lo titula *Gestión moderna de inventarios* definido como “recursos utilizables que se encuentran almacenados en algún punto específico del tiempo” (pág. 127) tomando como indicadores al tamaño de lote estableciendo que “su función es desacoplar las operaciones de fabricación”, fluctuación de la demanda que se utiliza para “equilibrar la compañía aun cuando la demanda fluctúa demasiado” y a la fluctuación de entrada que “ayuda a no dejar de producir en épocas en que escasea la materia prima, evitando tiempos muertos y extras, así como mala calidad por materiales sustituidos”.

El tercer macroproceso es la *Gestión logística en distribución y almacenes* donde indica que “una bodega o almacén puede definirse como un espacio planificado para ubicar, mantener y manipular mercancías y materiales” (pág. 151) manteniendo como indicadores al almacenamiento y acomodo que recomienda “cada almacén debe utilizar al máximo el volumen del edificio, definiendo el sentido del flujo de materiales con base en el tipo de operación, con una clara zonificación sobre la base de velocidad de los productos” y al equipo de manejo de materiales que menciona “constituyen un amplio grupo de diversas soluciones, que varían de acuerdo con las necesidades de manejo; a los tamaños de las cargas; a las condiciones particulares de cada bien”.

Finalmente, al cuarto macroproceso lo denomina Gestión del transporte y distribución de carga definido como “la función de transporte se ocupa de todas las actividades relacionadas directa o indirectamente con la necesidad de situar los productos en los puntos de destino correspondientes” (pág. 195) en el cual enfatiza los siguientes puntos que fueron tomados como indicadores: el establecimiento de tarifas donde menciona que “el precio de un servicio de transporte puede dividirse en la tarifa por el servicio en sí y en la tarifa por servicios especiales” y la optimización de rutas definida como “las aplicaciones de software de planificación y optimización de rutas de transporte que actualmente están siendo usadas por un número limitado de compañías”.

Por otro lado, el negocio electrónico es definido por Grefen (2016) como “la conducción de actividades empresariales centrales mediante el uso integrado de las tecnologías de la información para el procesamiento y comunicación de la información en la empresa” el cual en el mismo capítulo menciona una estructura del escenario e-business tal como se aprecia líneas abajo por lo que se puede definir operacionalmente que el negocio electrónico se evalúa en consideración de sus escenarios partes, objetos y tiempo de alcance; sin embargo se requieren de elementos observables que serán admitidos a través de un cuestionario de respuestas cerradas, obteniendo tres variables y diez dimensiones:

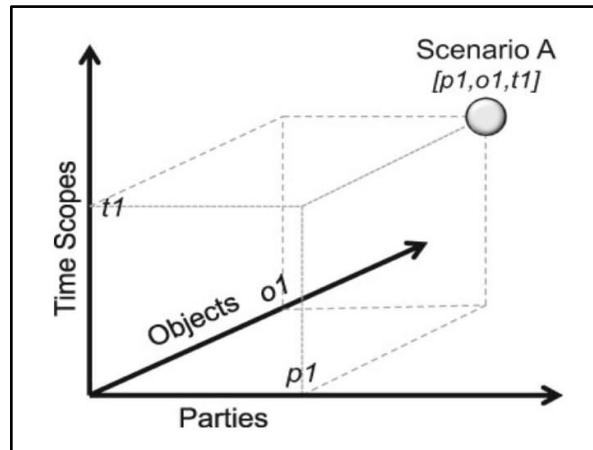


Figura 2. Estructura de clasificación del espacio e-business

El primer escenario es el de *partes* que hace referencia a los participantes involucrados en la realización del negocio electrónico como lo son el negocio, el consumidor y el gobierno haciendo énfasis en el desarrollo de sus principales interacciones ligadas al negocio por lo que brinda también tres cruciales operaciones, iniciando con el B2B que es el negocio a negocio, prosiguiendo con el B2C que es negocio a consumidor y finalizando el B2G que es el negocio al gobierno. Acorde a lo mencionado define al negocio a negocio como al que “provee grandes cantidades de transacciones bajo gigantescos montos entre empresas a través de canales y colaboraciones e-business comercia todo tipo de productos y servicios” (p. 36) relevando que es del tipo de interacción con mayor impacto en el mercado por las grandes cantidades que en ella se generan. El siguiente es el negocio a consumidor lo que define como “la forma de e-business con la que la mayoría está familiarizada dado que mucho de nosotros usamos tiendas por internet de forma regular para comprar una variedad de productos considerado como el modelo e-retailing del negocio” donde realiza el creciente uso de este tipo de colaboración en plataformas virtuales que ahora son ampliamente conocidas. Finalmente menciona al negocio a gobierno donde indica que principalmente en “los escenarios del G2C y G2B incluyen un ente gubernamental como una de las partes. Ejemplos de entes gubernamentales son las oficinas municipales, oficinas de impuestos y oficinas que expiden documentos, licencias y permisos” por lo que acorde a lo que indica es el entorno gubernamental donde directa o indirectamente un tipo de comercio se realiza, planteándolos como indicadores de la dimensión.

El segundo escenario son los objetos que que son definidos como los objetos que son “manipulados y/o comercializados en el e-business como lo son los bienes físicos, bienes digitales, los servicios, los bienes financieros y los objetos híbridos” (pág 41) y es aquí donde explica las cuatro clases de objetos que existen en el negocio electrónico, mencionando a los Bienes físicos que define como “bienes tangibles que se intercambian físicamente entre las partes en un escenario de negocio electrónico, como libros, ropa o motores de aviones”, a los Bienes digitales que menciona son “bienes intangibles electrónicamente intercambiados entre las partes en el escenario del negocio electrónico, tales como informes electrónicos o música en formato MP3”, así también a los Servicios anotando que son “actividades que una parte del negocio electrónico realiza para otra parte, teniendo en cuenta las características relevantes de esta otra parte, tal como el transporte o mantenimiento” y Finanzas que “son bienes financieros son sumas de dinero o formas específicas de garantías para la entrega posterior de una suma de dinero que se transfieren entre las partes del escenario de e-business”.

El tercer escenario lo plantea como alcance de tiempo haciendo referencia a la duración que requiere cada colaboración en e-business; es decir “cuánto dura el ciclo de vida en escena desde el primer contacto entre las partes involucradas hasta la disolución completa de la colaboración” desglosándolo en dimensiones de tiempo estático donde “la naturaleza de la colaboración se define por la relación a largo plazo entre las partes, no por la ejecución de órdenes e-business individuales”, la de tiempo semi-dinámico denominada así por ser “la colaboración se define tanto por la relación entre las partes como por las reales circunstancias del mercado acorde a las características de lotes ejecutados o lotes de órdenes pronosticadas para ser ejecutadas pueden conducir a la reelección de socios” y tiempo dinámico, que afirma “se basa en las características de una sola orden e-business y las actuales circunstancias del mercado; por lo tanto, una colaboración e-business se basa en un solo pedido e-business”.

En anexos se considera a la matriz de operacionalización de variables detallando la definición conceptual, operacional, indicadores y escala de medición.

### **3.3. Población, muestra, muestreo, unidad de análisis**

Con la finalidad de establecer parámetros de atención para la investigación y bajo características homogéneas se suministra datos de manera más exacta ayudando a conseguir un margen eficiente para la investigación por lo que para efectos de esta investigación se considera como universo a las personas que laboran en la empresa RRR del Pacífico que al ser población tipo finita y acorde a Sabrino (2002) quien afirma que si el universo es menor a cien mil es accesible y finito.

Debido a que se cuenta con la posibilidad de poder entrevistar a todo el personal y acorde a lo planteado por Bavaresco (2001) la investigación será censal puesto el censo es un estudio de todo y cada uno de los elementos de la población a fin de obtener la misma información, por lo que se procede a encuestar a los 28 trabajadores de la empresa Agencia de Aduana RRR del Pacífico.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

La técnica de recolección para Gil (2016) son vías por las cuales el investigador puede registrar datos observables como conceptos o variables medibles que constituyen herramientas engloba las formas técnicas que se utilizan para el registro de observaciones y tratamiento por las cuales se levanta los registros necesarios para comprobar un hecho de fenómeno en estudio por lo que de las técnicas como encuesta, entrevista, observación y análisis documental, es la encuesta instrumento con el cual la presente recurre a la aplicación de instrumentos a fin de recolectar datos que cumplan con los objetivos planteados.

El instrumento de recolección de datos menciona Arias (2017) tiene diferentes componentes en base a los propósitos que requiera por lo que el análisis múltiple, de contenidos descriptivo así como el recojo de materiales, selección de categorías y posterior análisis son necesarios al obtener las opiniones de individuos con relación a los objetivos de la investigación por lo que el instrumento utilizado para la recolección de datos es la encuesta la cual estará conformada por 20 preguntas basadas en las siete dimensiones de las dos variables.

La herramienta o instrumento de medición utilizado será la escala de Likert que como menciona Jiménez (2013) permite clasificar en base de cinco enunciados las opiniones de lo que se esté midiendo, por lo que planteado en preguntas cerradas que solo dejan espacio a gradualidad se toman los enunciados: nunca, casi nunca, a veces, casi siempre y siempre. Por lo que al ser planteado de esta forma se brinda un encuadre adecuado que regular en un estándar de respuesta las opiniones variadas de cada persona encuestada en la investigación.

En confiabilidad Soler explica (2012) que de aplicarse el mismo instrumento varias veces a las mismas personas es muy probable que se obtengan resultados diferentes lo que determinaría un grado de variabilidad que a mayor sea menor será tomado con la precisión de las conclusiones derivadas del instrumento por lo que menciona surge la necesidad de controlar esta variabilidad en la cuantificación de los puntajes, a lo que plantea que la relación de los rangos se derivan de la evaluación del dato estadístico de confiabilidad o fiabilidad, señalando que existen rangos a tomar en cuenta a fin de definir la conclusión de la fiabilidad del Alfa de Cronbach que muestren de forma clara y precisa los alcances que tiene las variables de la investigación con la finalidad de encontrar una base firme del grado de fiabilidad que existe en la presente escala.

Tabla 1:

*Rangos de confiabilidad*

<b>Rangos</b>	<b>Magnitud</b>
0,81 a 1,00	Muy alta
0,61 a 0,80	Alta
0,41 a 0,60	Moderada
0,21 a 0,40	Baja
0,01 a 0,20	Muy baja

El coeficiente alfa de Cronbach es una de esas fórmulas propuestas de recurso numérico más utilizado para evaluar la consistencia interna siendo ampliamente citado durante todo el quinquenio anterior al 2000 con eficiencia en los resultados.

Tabla 2:

*Confiabilidad Gestión Logística*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,811	10

La estadística de fiabilidad arroja una confiabilidad de la variable Gestión Logística “muy alto” al obtener ,811 en sus 10 elementos en el análisis en el Alfa de Cronbach.

Tabla 3:

*Confiabilidad Negocio Electrónico*

Alfa de Cronbach	N de elementos
,819	10

La confiabilidad de la variable Negocio Electrónico se considera de rango muy alto al haber obtenido ,819 en sus 10 elementos en el análisis Alfa de Cronbach.

### **3.5. Procedimientos**

Procedimientos describe el modo en que la información fue recolectada, manipulada o controlada en sus variables, así como las coordinaciones institucionales requeridas para la realización de la investigación, cuyo documento de aceptación está incluido en anexos.

En el presente trabajo de investigación, tomo principio al hallar problemáticas en el objeto observable que en este caso la empresa, por lo que se procedió a buscar las variables adecuadas a las problemáticas observadas y en base a constante documentación se encontró antecedentes útiles al propósito del estudio a los que se sumó teorías establecidas y confiables que brinden soporte científico necesario. Para proseguir con el estudio se ingresó la parte metodológica mediante la creación de un cuestionario que sopesen datos confiables y verídicos haciendo uso de una

encuesta, que, por circunstancias principalmente salubres, fue realizada de forma virtual en el periodo de una semana haciendo uso de una de las herramientas de Google denominada *Google formularios* que permitió brindar el cuestionario a los 28 trabajadores de la empresa de forma remota como se aprecia en la figura.

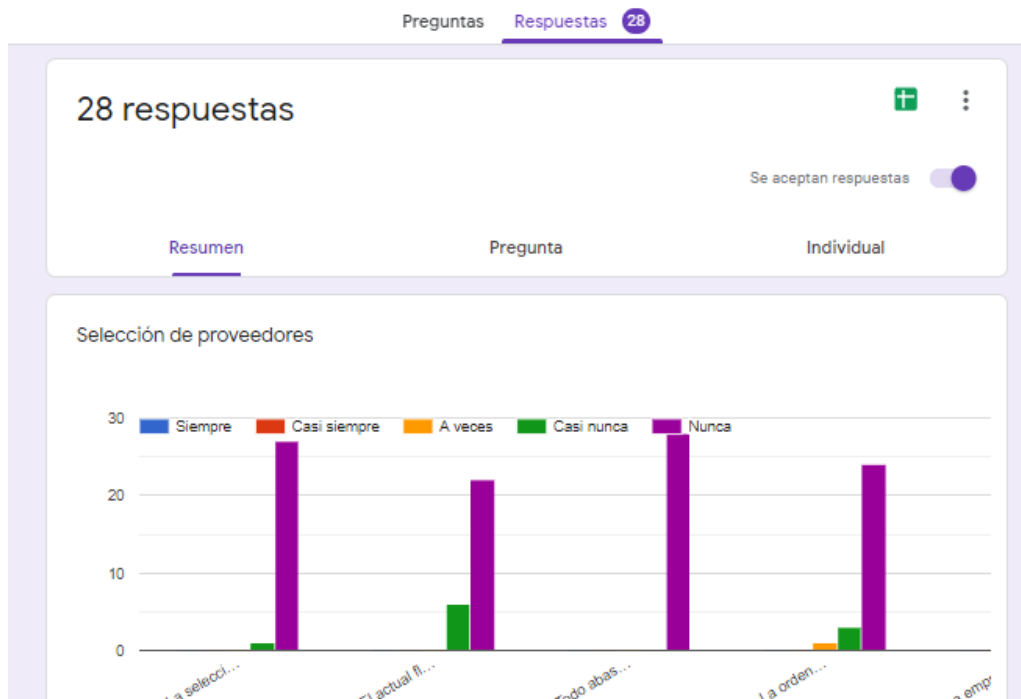


Figura 3. Herramientas Google

Con las respuestas obtenidas del instrumento que es la encuesta mediante la técnica del cuestionario, se procedió mediante la aplicación del software estadístico SPSS versión 25 con la finalidad de realizar un análisis de la relación entre las variables de investigación.

### 3.6. Método de análisis de datos

Método de recolección de datos para el análisis de datos se desarrolló con la ayuda del software estadístico SPSS en su versión 25 de la compañía IBM, se ingresaron los datos recopilados para obtener resultados, se analizaron las preguntas a través de tablas de frecuencia, obteniendo resultados para el análisis correspondiente, permitiendo plantear una propuesta de solución. Al efectuarse la recolección de datos; se realizó la tabulación de estos empleando el programa Excel; para luego



exportar los datos al programa SPSS donde se obtuvieron los resultados estadísticos que fueron interpretados. La finalidad del análisis de datos según Hernández y Col (2006) es describir las variables y explicar sus cambios y movimientos bajo las características que lo componen usando la sistematización e utilización intensiva de la estadística basada en variables para la recolección de datos.

El método de recolección de datos es cuantitativo puesto que como lo mencionan Iñiguez, Medel, Ávila, Cruz, De la Cruz y Jarquín (2017) apoya las teorías de las cuales surgirán las hipótesis que las contrasta por lo que el método cuantitativo es el mejor para explicar la relación e inferencias que se realiza a partir de los datos recabados en función de qué se quiere estudiar, para quién va a servir la información y sobre todo qué problema resuelve al conocimiento.

### **Pearson**

Los niveles de correlación dependiendo del coeficiente  $r$  (positivo o negativo) guardan el siguiente significado; de 0,00 a 0,19 tiene una correlación muy débil, de 0,20 a 0,39 una correlación débil, de 0,40 a 0,69 una correlación moderada; de 0,70 a 0,89 una correlación fuerte y una correlación 0,90 a 1,00 una correlación muy fuerte.

### **3.7. Aspectos éticos**

Las encuestas se realizaron bajo el consentimiento de cada uno de los trabajadores de la empresa y de los funcionarios, realizándose la sinceridad y veracidad de toda la información recogida. Respecto a los autores fundamentales en el estudio de la ética, no puede obviarse al Alemán Immanuel Kant, quien reflexionó acerca de cómo organizar las libertades humanas y límites morales para opinar libremente sin ningún miedo.

#### IV. RESULTADOS

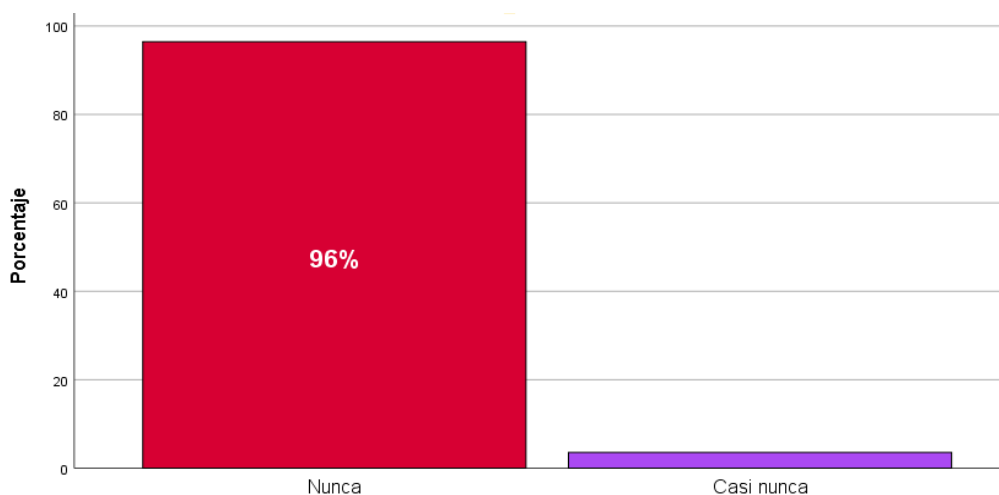
Después de aplicar la encuesta se hallaron los siguientes resultados, donde primero se realizó un análisis descriptivo de cada indicador para luego sustentar la prueba de hipótesis de correlación entre las variables.

##### 01. Los proveedores son elegidos por el comité especializado en compras y abastecimientos

Tabla 4:

*Resultado de compras y abastecimiento*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	96,4	96,4	96,4
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 4: Porcentaje de compras y abastecimiento*

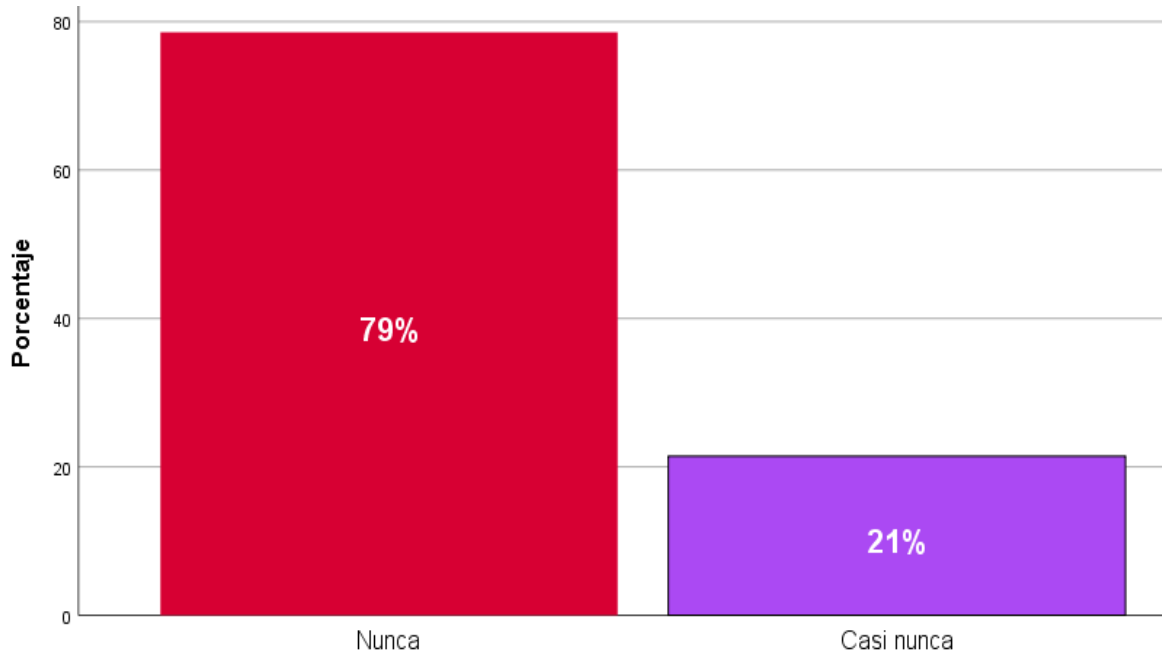
En la tabla 4 y figura 4 se observa que de los trabajadores de la empresa Agencia de Aduana RRR del Pacífico, el 96% (27) indicó que los proveedores nunca son elegidos por el comité especializado en compras y abastecimientos y sólo el 4% (1) indicó casi nunca, evidenciando deficiencia en el área o incluso ausencia de un comité que evidencia competitividad en el área.

## 02. La revisión periódica se transparenta en un kardex de registro de compras

Tabla 5:

*Resultado de revisión periódica*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	22	78,6	78,6	78,6
	Casi Nunca	6	21,4	21,4	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 5. Porcentaje de revisión periódica*

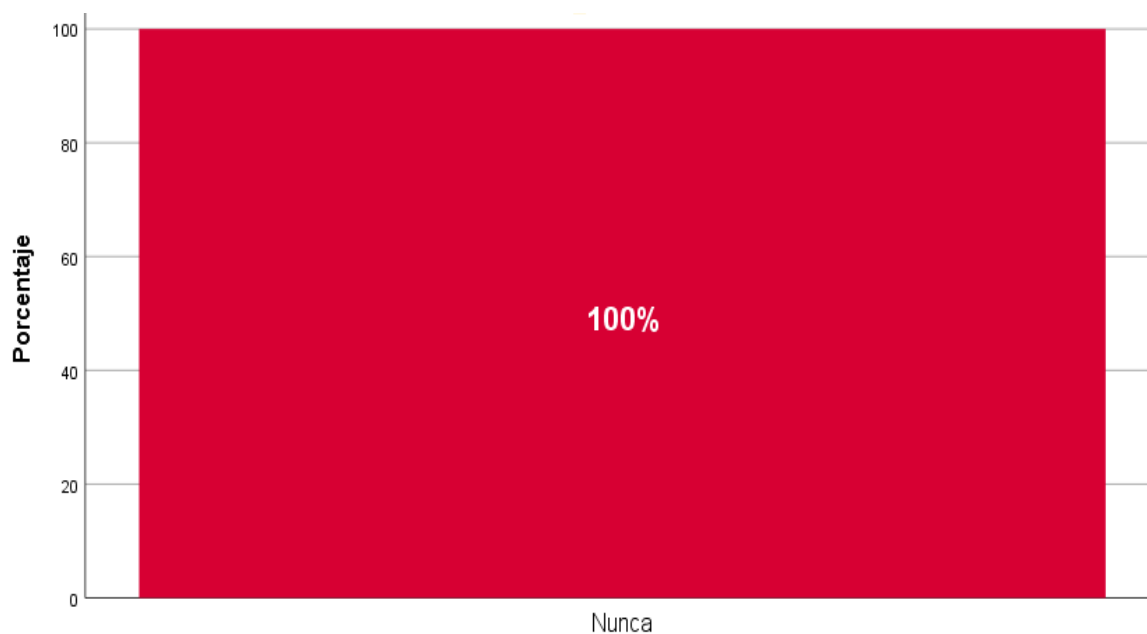
En la tabla 5 y figura 5, el 79% (22) de los trabajadores de la Agencia de Aduana RRR del Pacífico opinan que la revisión periódica nunca se transparenta en un kardex de registro de compras y sólo el 21% (6) indicó que casi nunca se transparenta la revisión periódica en un Kardex para registrar las compras.

### 03. El flujo de compras presenta abastecimiento estratégico en todas las áreas de la empresa

Tabla 6:

*Resultado de abastecimiento estratégico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	100,0	100,0	100,0



*Figura 6: Porcentaje de abastecimiento estratégico*

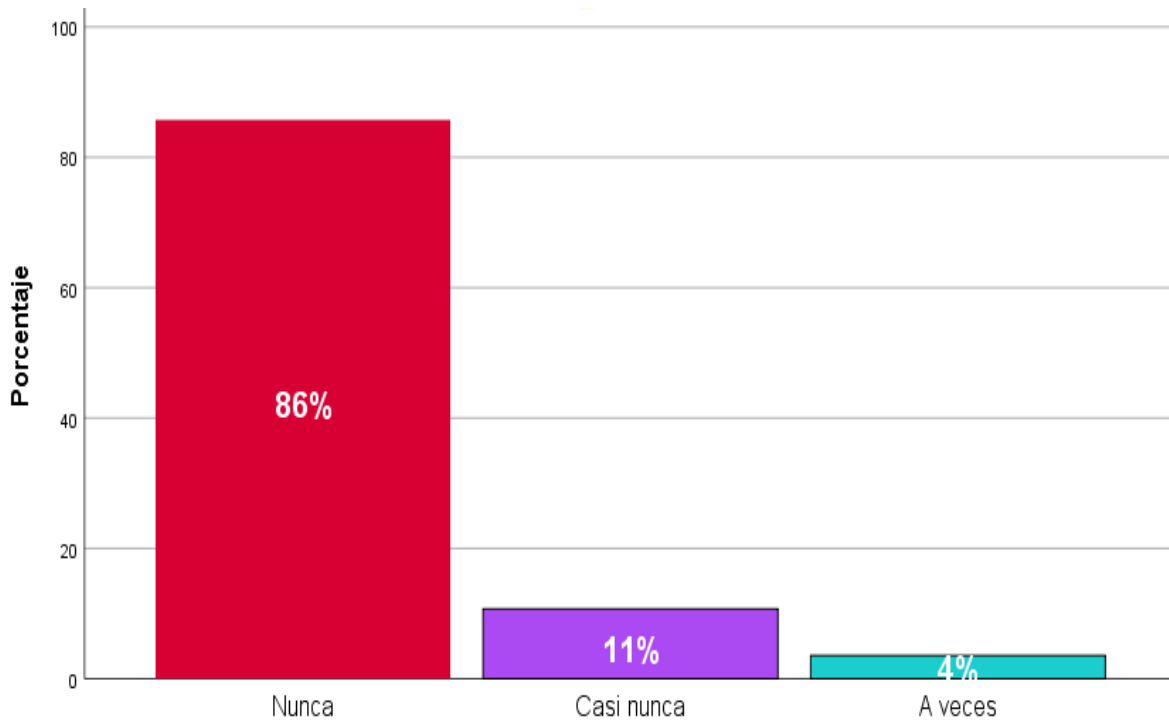
En la tabla 6 y figura 6, el 100% (28) de los trabajadores de la Agencia de Aduana RRR del Pacífico opinan que el flujo de compras nunca presenta abastecimiento estratégico en todas las áreas de la empresa.

**04. Se desarrollan los inventarios mediante una estricta codificación según el tamaño de lote producido**

Tabla 7:

*Resultado de tamaño de lote*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	85,7	85,7	85,7
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	95,4
	A veces	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 7: Porcentaje de tamaño de lote*

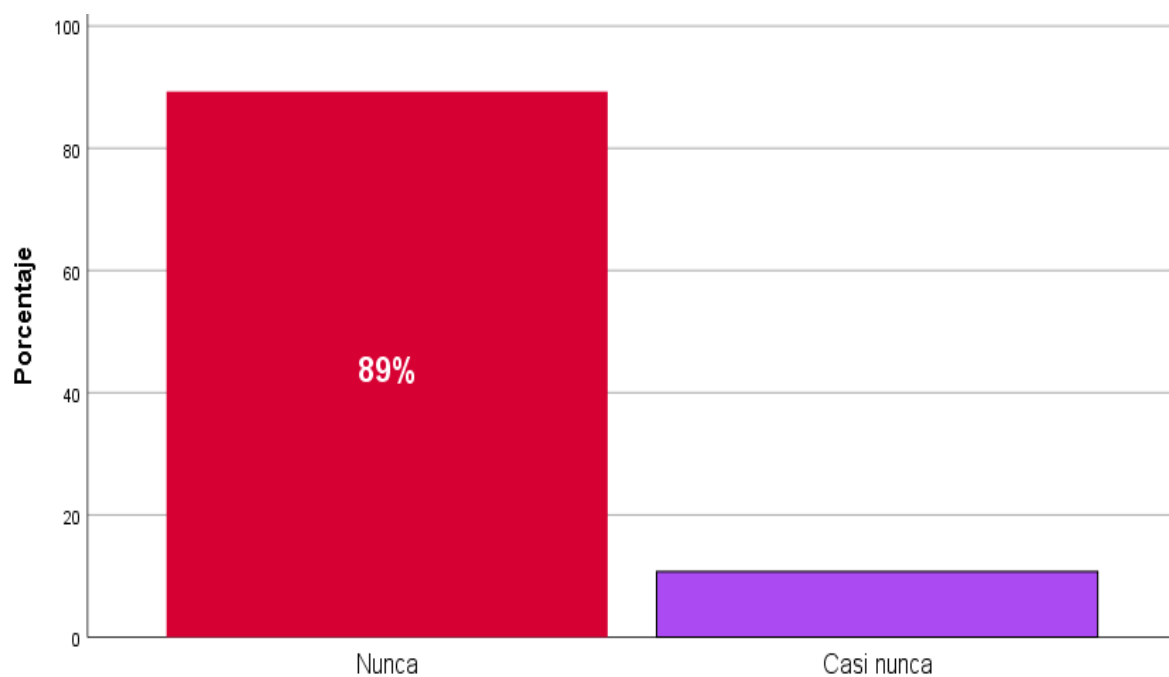
En la tabla 7 y figura 7, el 86% (24) de los trabajadores de la Agencia de Aduana RRR del Pacífico opinan que nunca se desarrollan los inventarios mediante una estricta codificación según el tamaño de lote producido, el 11% (3) que casi nunca y el 4% (1) que a veces sí se realiza.

## 05. El inventario se desarrolla con confiabilidad sistematizando la información según los volúmenes de compra

Tabla 8:

*Resultado de fluctuación de la demanda*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 8: Porcentaje de fluctuación de la demanda*

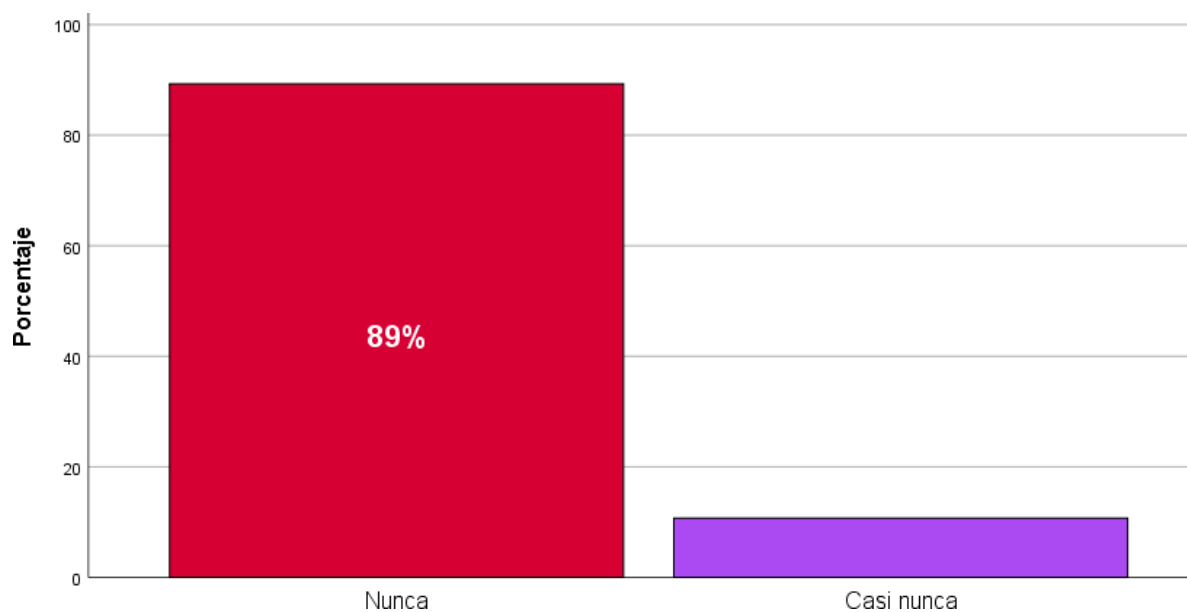
En la tabla 8 y figura 8, el 89% (25) de los trabajadores de la empresa opinan que el inventario nunca se desarrolla con confiabilidad sistematizando la información según los volúmenes de compra y el 11% (3) que casi nunca.

## 06. Cuando los productos ingresan al almacén, se planifica el tiempo asignado a su gestión

Tabla 9:

*Resultado de fluctuación de la entrada*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 9: Porcentaje de fluctuación de la entrada*

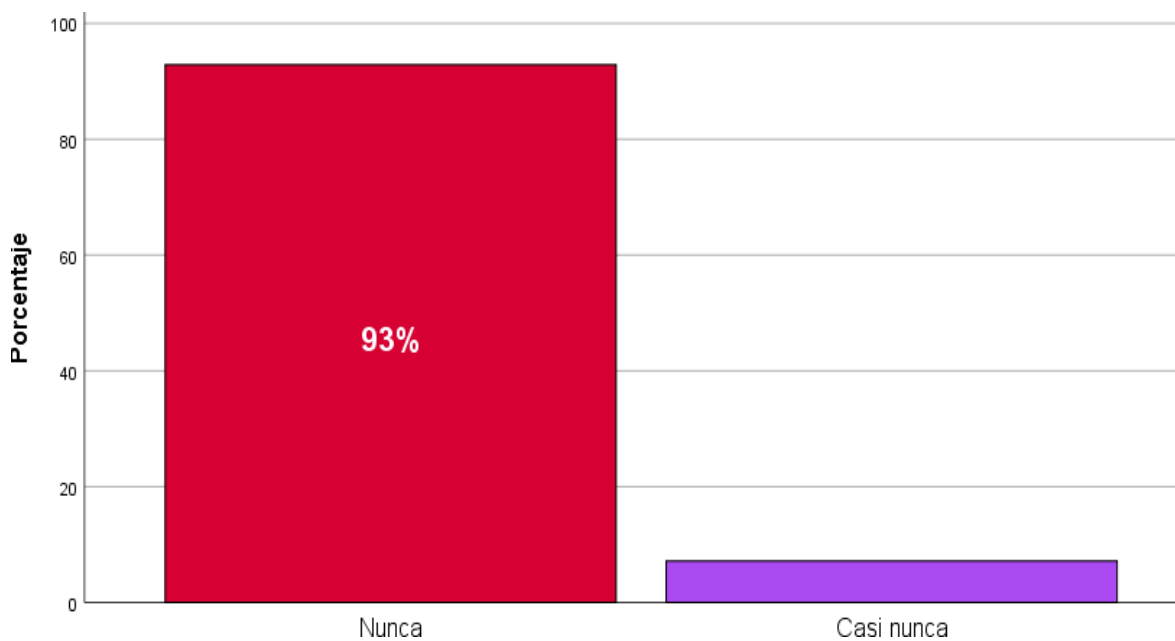
En la tabla 9 y figura 9, el 89% (25) de los trabajadores de la empresa opinan que cuando los productos ingresan al almacén nunca se planifica el tiempo asignado a su gestión y el 11% (3) que casi nunca.

## 07. El almacenamiento es utilizado al máximo volumen del área al ser previamente calculado y determinado

Tabla 10:

*Resultado de Acomodo*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	26	92,9	92,9	92,9
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 10: Porcentaje de Acomodo*

En la tabla 10 y figura 10, el 93% (26) de los trabajadores de la empresa opinan que el almacenamiento nunca es utilizado al máximo volumen del área al no ser previamente calculado ni determinado y el 7% (2) que casi nunca.

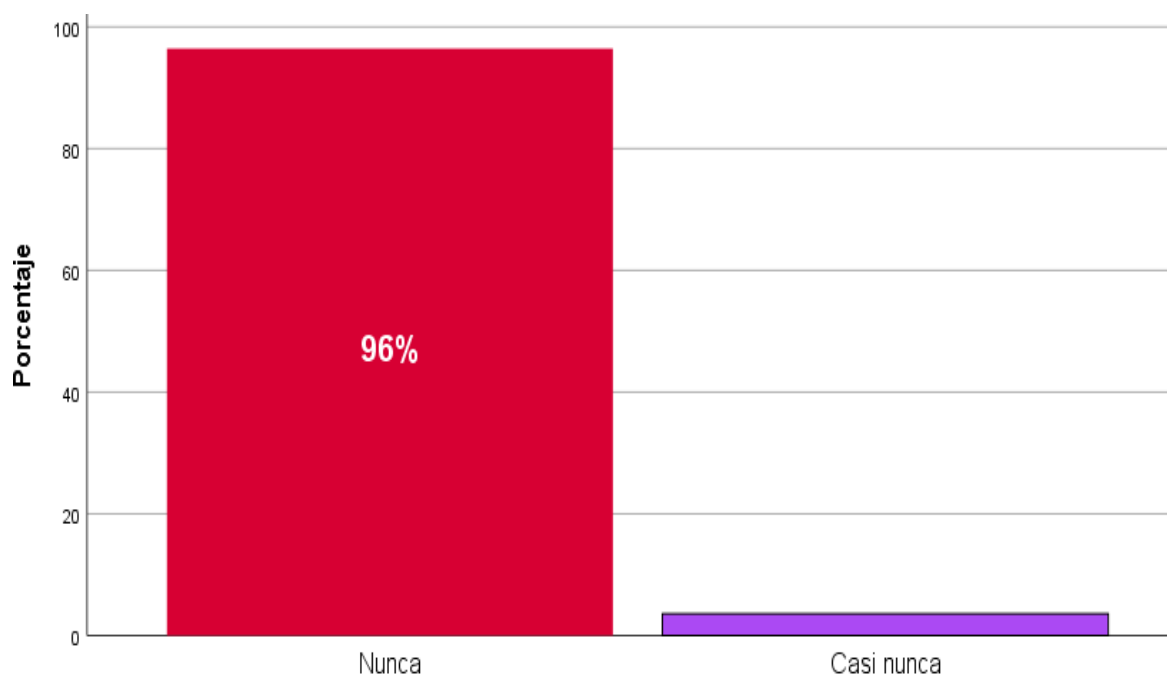


## 08. El almacén cuenta con clara zonificación que facilita la movilización y acceso a los equipos de manejo de materiales

Tabla 11:

*Resultado de manejo de materiales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	96,4	96,4	96,4
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 11: Porcentaje de manejo de materiales*

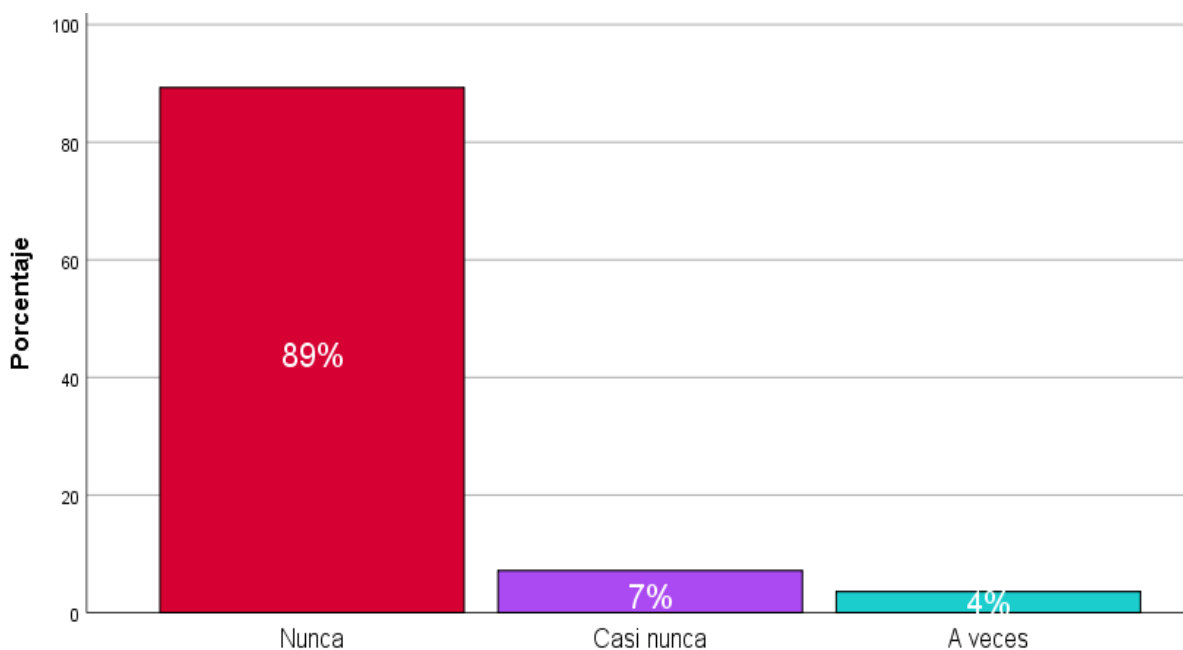
En la tabla 11 y figura 11, el 96% (27) de los trabajadores de la empresa opinan que el almacén nunca cuenta con clara zonificación que facilite la movilización ni el acceso a los equipos de manejo de materiales y el 4% (1) que casi nunca.

## 09. Las rutas de transporte muestran óptimos resultados cumpliendo todas las expectativas del cliente

Tabla 12:

*Resultado de optimización de rutas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	96,4
	A veces	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 12: Porcentaje de optimización de rutas*

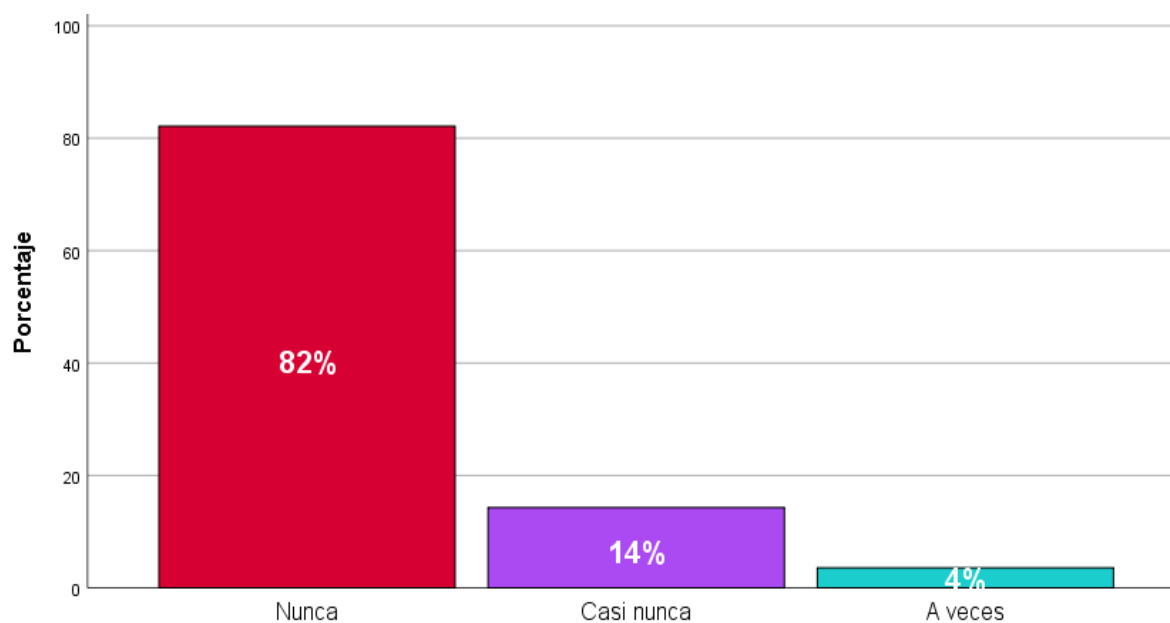
En la tabla 12 y figura 12, el 89% (25) de los trabajadores opinan que las rutas de transporte nunca muestran óptimos resultados ni cumplen con todas las expectativas del cliente, el 7% (2) que casi nunca y el 4% (1) que a veces.

## 10. El incremento de clientes es el resultado de las buenas tarifas del servicio de transporte

Tabla 13:

*Resultado de establecimiento de tarifas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	82,1	82,1	82,1
	Casi Nunca	4	14,3	14,3	96,4
	A veces	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 13: Porcentaje de establecimiento de tarifas*

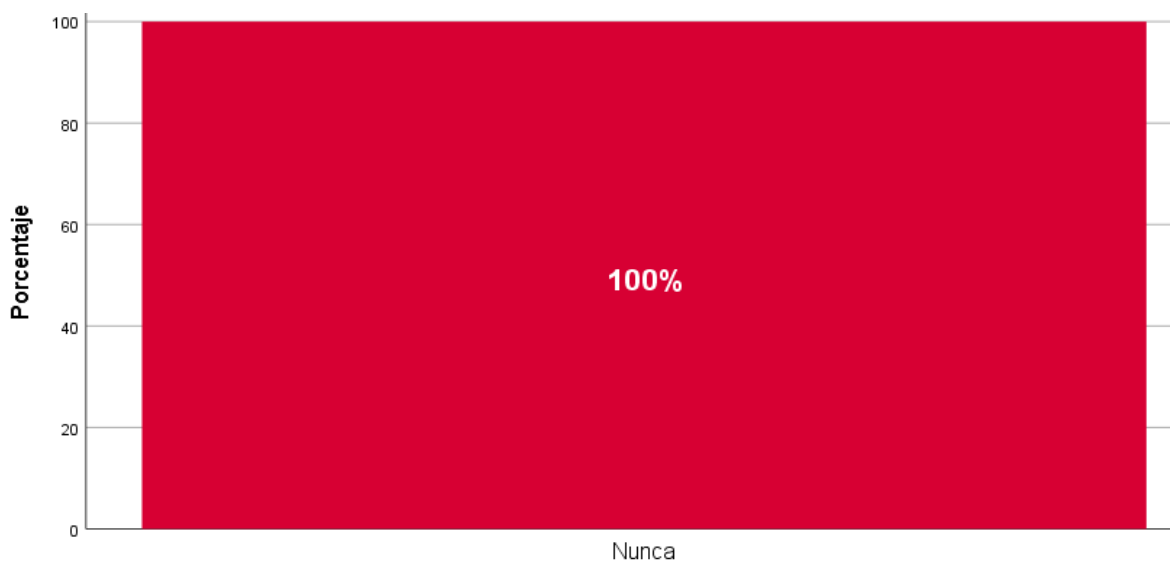
En la tabla 13 y figura 13, el 82% (23) de los trabajadores opinan que el incremento de clientes nunca es el resultado de las buenas tarifas del servicio de transporte, el 14% (4) que casi nunca y el 4% (1) que a veces.

## 11. La página web de la organización facilita el contacto con nuevas empresas colaboradoras

Tabla 14:

*Resultado de negocio a negocio*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	28	100,0	100,0	100,0



*Figura 14: Porcentaje de negocio a negocio*

En la tabla 14 y figura 14, el 100% (28) de los trabajadores de la Agencia de Aduana RRR del Pacífico opinan que la página web de la organización nunca facilita el contacto con nuevas empresas colaboradoras.

## 12. Los clientes que ingresan a cualquiera de las plataformas virtuales cuentan con soporte inmediato en línea

Tabla 15:

Resultado de negocio a consumidor

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	27	96,4	96,4	96,4
	Casi Nunca	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

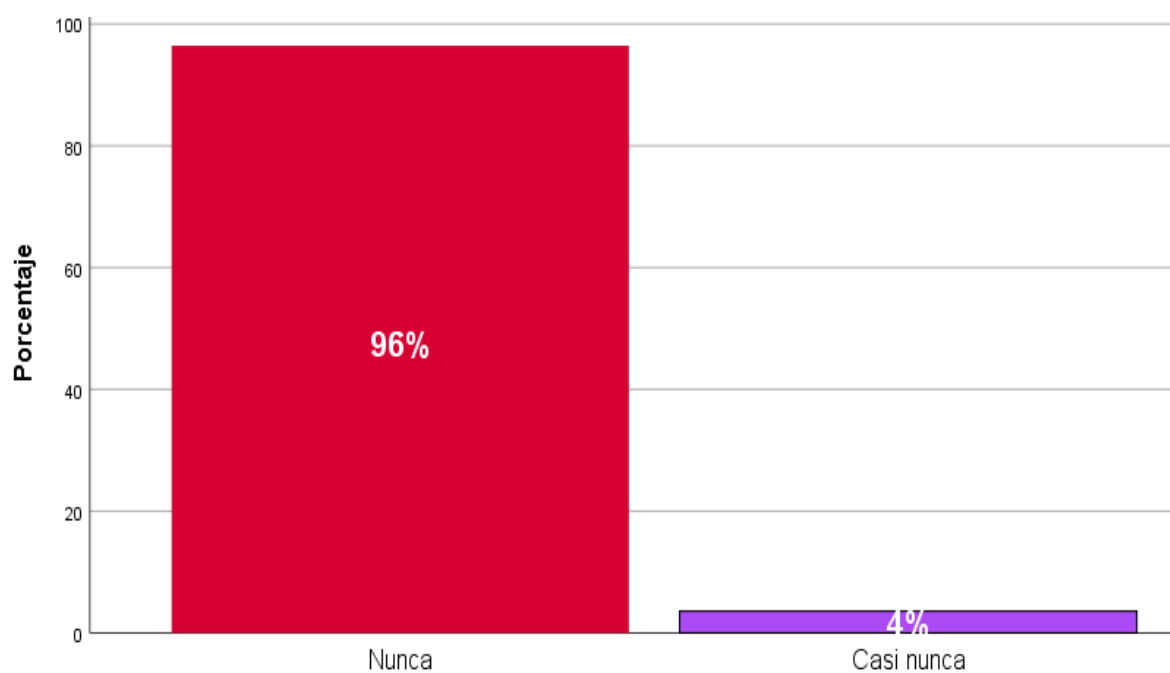


Figura 15: Porcentaje de negocio a consumidor

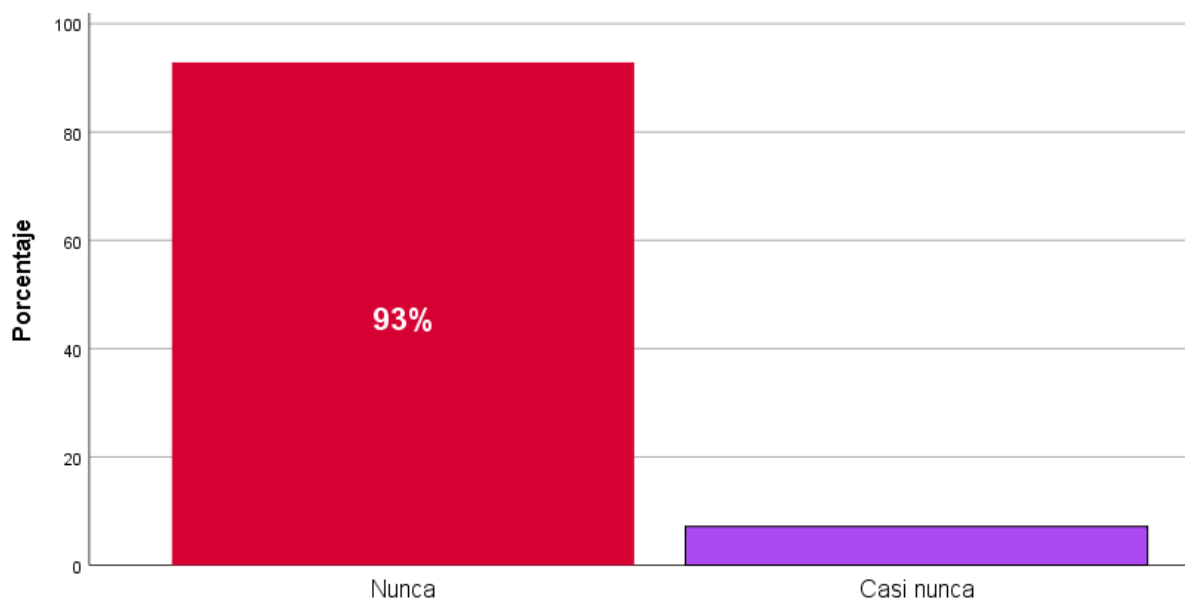
En la tabla 15 y figura 15, el 96% (27) de los trabajadores de la empresa opinan que los clientes que ingresan a cualquiera de las plataformas virtuales nunca cuentan con soporte inmediato en línea y el 4% (1) que casi nunca.

### 13. Las licencias y permisos brindados por instituciones gubernamentales son todos digitalizados como backup

Tabla 16:

*Resultado de negocio a gobierno*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	26	92,9	92,9	92,9
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	96,4
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 16: Porcentaje de negocio a gobierno*

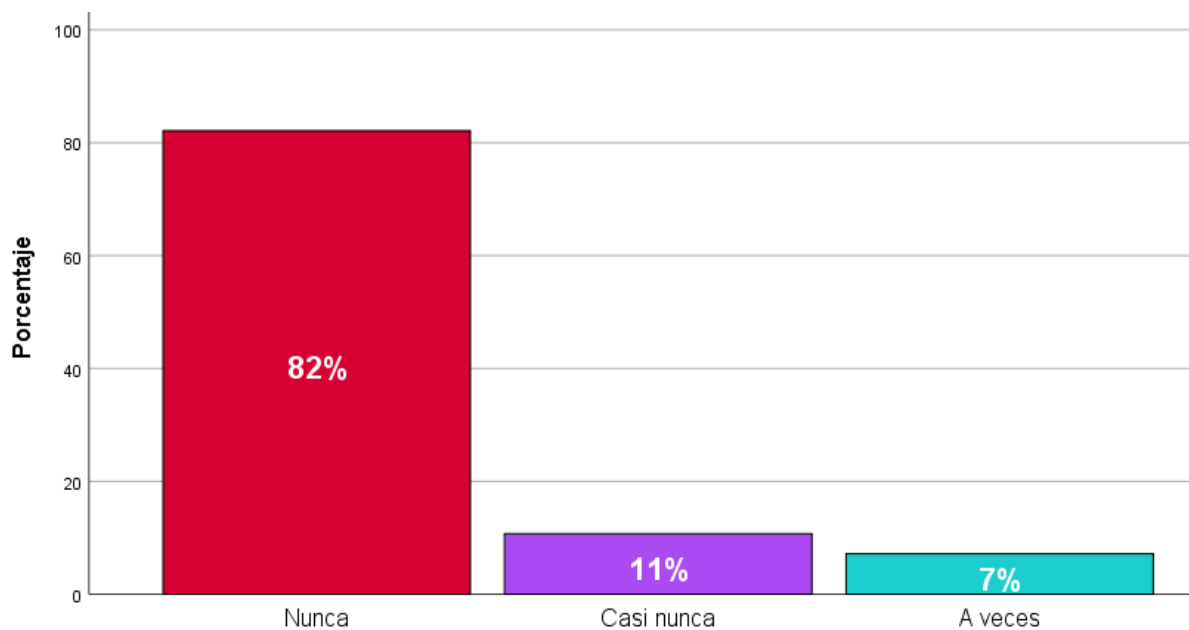
En la tabla 16 y figura 16, el 93% (26) de los trabajadores de la empresa opinan que las licencias y permisos brindados por instituciones gubernamentales nunca son todos digitalizados como backup y el 7% (2) que casi nunca.

## 14. Se cuenta con instrumentos y bienes físicos que facilitan la virtualización de la empresa

Tabla 17:

*Resultado de bienes físicos*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	82,1	82,1	82,1
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	92,9
	A veces	2	7,1	7,1	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 17: Porcentaje de bienes físicos*

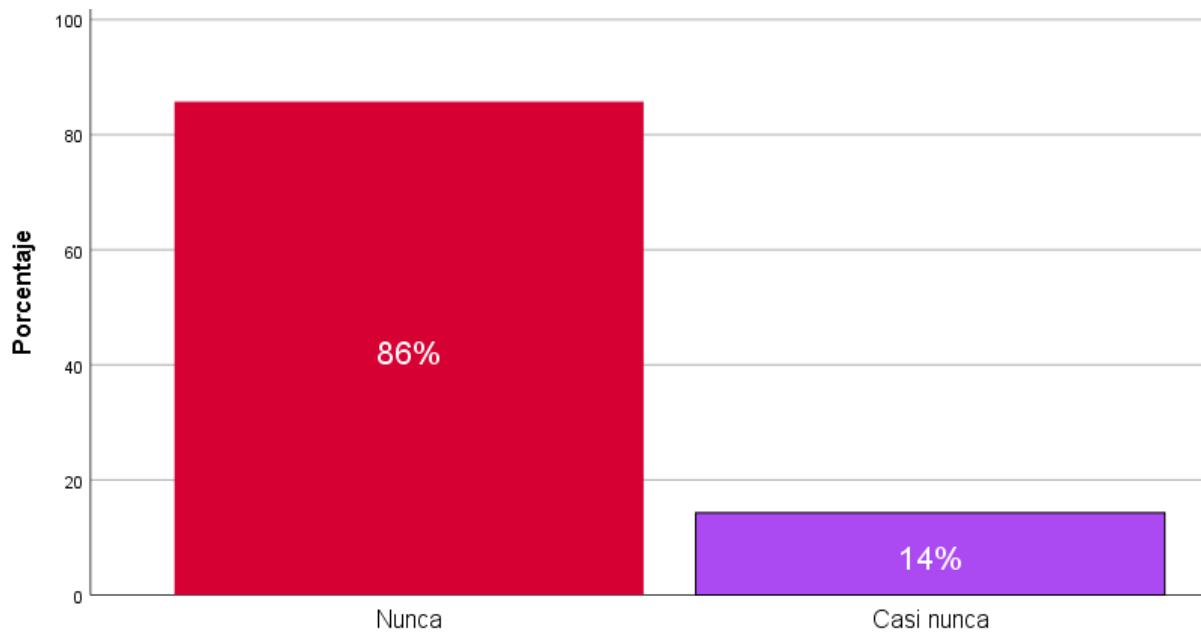
En la tabla 17 y figura 17, el 82% (23) de los trabajadores de la empresa opinan que nunca se cuenta con instrumentos y bienes físicos que faciliten la virtualización de la empresa, 11% (3) que casi nunca y el 7% (2) a veces.

## 15. Todos los bienes digitales de la empresa cuentan con un software de almacenamiento big data

Tabla 18:

*Resultado de bienes digitales*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	24	85,7	85,7	85,7
	Casi Nunca	4	14,3	14,3	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 18: Porcentaje de bienes digitales*

En la tabla 18 y figura 18, el 86% (24) de los trabajadores de la empresa opinan que los bienes digitales de la empresa nunca han contado con un software de almacenamiento big data y el 14% (4) opina que casi nunca.

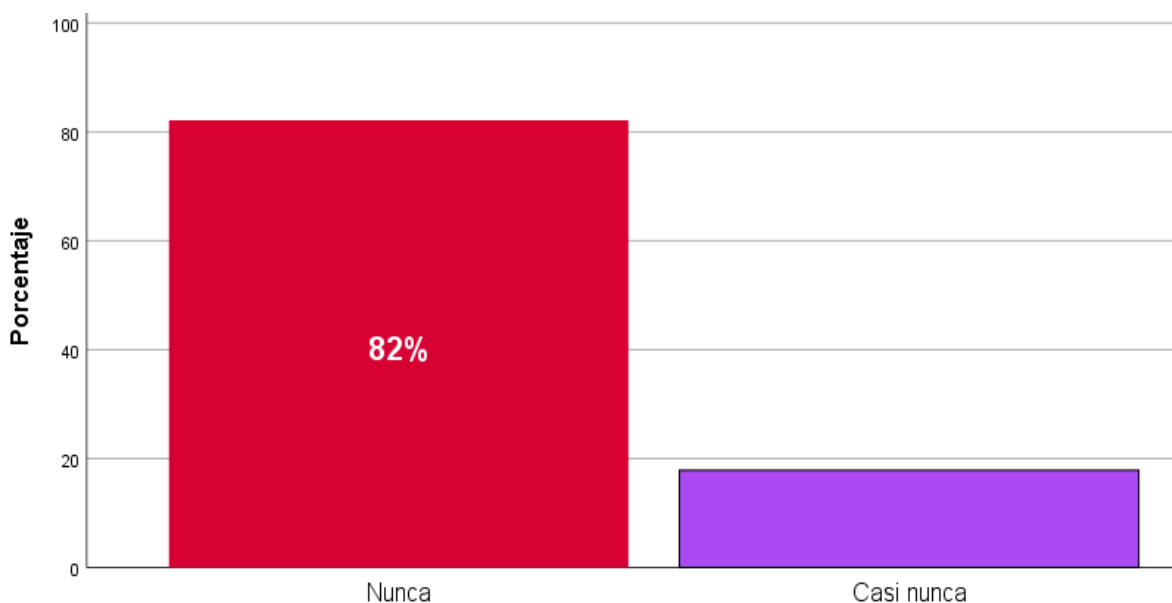


## 16. La diversidad de los servicios brindados por la empresa son difundidos atractivamente por un equipo de marketing digital

Tabla 19:

*Resultado de servicios*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	82,1	82,1	82,1
	Casi Nunca	5	17,9	17,9	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 19: Porcentaje de servicios*

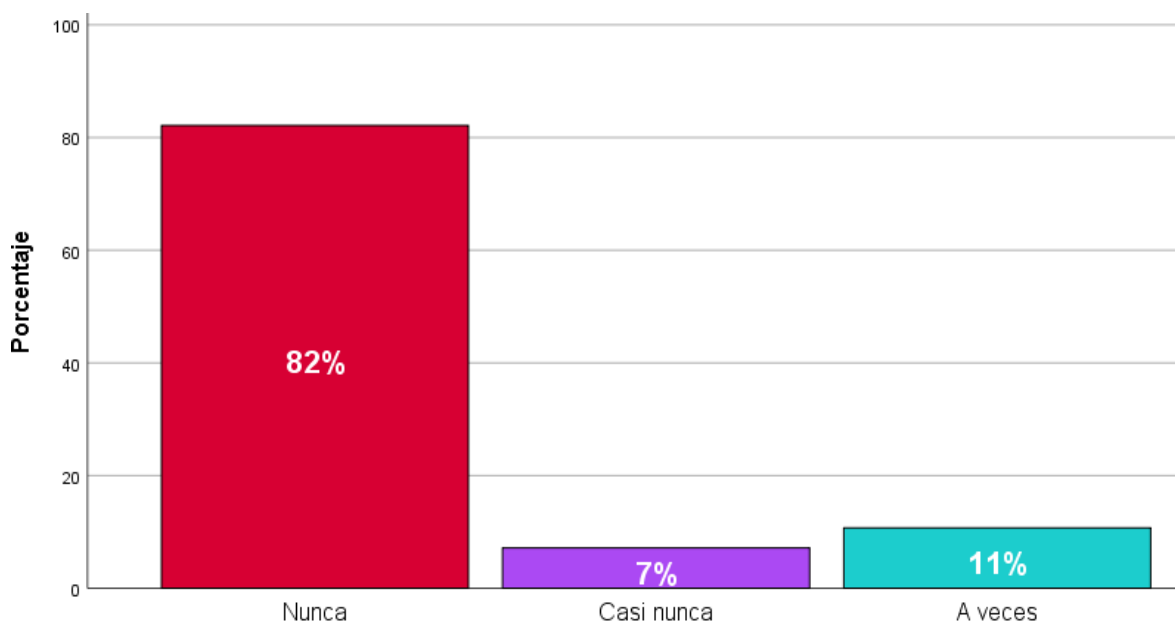
En la tabla 19 y figura 19, el 82% (23) de los trabajadores de la empresa opina que la diversidad de los servicios brindados por la empresa nunca son difundidos atractivamente por un equipo de marketing digital y el 18% (5) que casi nunca.

## 17. El área de finanzas presenta control de todas las plataformas virtuales requeridas por los clientes

Tabla 20:

*Resultado de finanzas*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	23	82,1	82,1	82,1
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	89,3
	A veces	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 20: Porcentaje de finanzas*

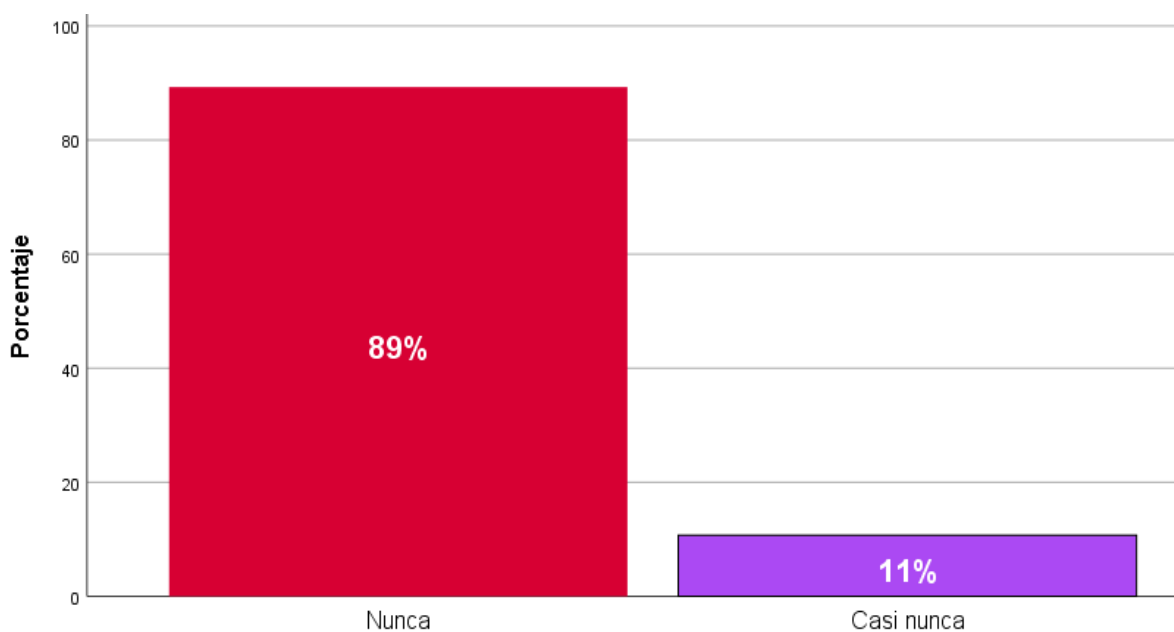
En la tabla 20 y figura 20, el 82% (23) de los trabajadores de la empresa opina que el área de finanzas nunca presenta control de todas las plataformas virtuales requeridas por los clientes, el 7% (2) que casi nunca y el 11% (3) que a veces.

## 18. Las relaciones de largo plazo de la empresa cuentan con análisis benchmarking

Tabla 21:

*Resultado de tiempo estático*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	3	10,7	10,7	100,0
	Total	28	100,0	100,0	



*Figura 21: Porcentaje de tiempo estático*

En la tabla 21 y figura 21, el 89% (25) de los trabajadores de la empresa opina que las relaciones de largo plazo de la empresa nunca cuentan con análisis benchmarking y el 11% (3) opina que casi nunca lo realizan.

## 19. La empresa controla eficientemente su red digital acorde al dinamismo del mercado

Tabla 22:

*Resultado de tiempo semi-dinámico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	96,4
	A veces	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

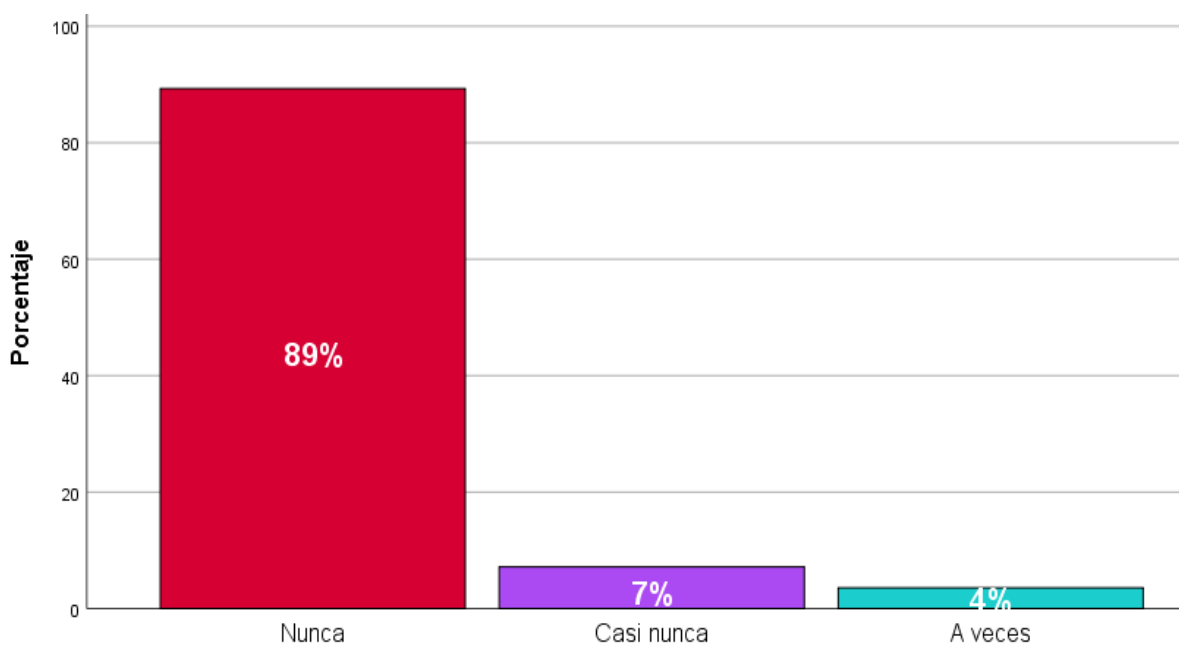


Figura 22: Porcentaje de tiempo semi-dinámico

En la tabla 22 y figura 22, el 89% (25) de los trabajadores opina que la empresa nunca controla eficientemente su red digital acorde al dinamismo del mercado, el 7% (2) que casi nunca y el 4% (1) opina que a veces lo realizan.

## 20. El área competente selecciona las órdenes con mayor dinamismo a fin de proyectarlos en un análisis de calidad digital

Tabla 23:

*Resultado de tiempo dinámico*

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Nunca	25	89,3	89,3	89,3
	Casi Nunca	2	7,1	7,1	96,4
	A veces	1	3,6	3,6	100,0
	Total	28	100,0	100,0	

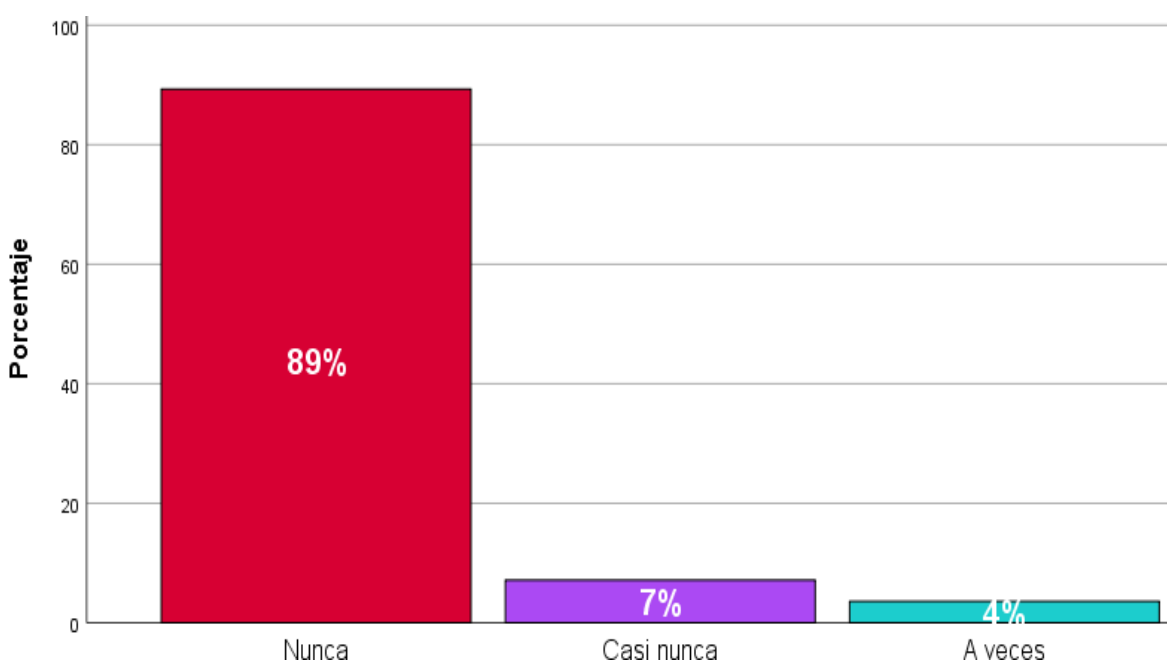


Figura 23: Porcentaje de tiempo dinámico

En la tabla 23 y figura 23, se observa que el 89% (25) de los trabajadores de la empresa opina que el área competente nunca selecciona las órdenes con mayor dinamismo a fin de proyectarlos en un análisis de calidad digital, el 7% (2) que casi nunca y el 4% (1) opina que a veces lo realizan.

## Contrastación de hipótesis

### Hipótesis general:

H0: No existe relación entre la gestión logística y el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

H1: Existe relación entre la gestión logística y el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

Tabla 24:

*Correlación con negocio electrónico*

		GESTION LOGISTICA	NEGOCIO ELECTRÓNICO
GESTION	Correlación de Pearson	1	,752**
LOGISTICA	Sig. (bilateral)		< 0,001
	N	28	28
NEGOCIO	Correlación de Pearson	,752**	1
ELECTRONICO	Sig. (bilateral)	< 0,01	
	N	28	28

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

En la Tabla 24 se analizan los resultados de la prueba de hipótesis que en base a la correlación de Pearson se obtiene un valor de 0,752 lo que indica la existencia de relación fuerte entre la gestión logística y el negocio electrónico; así mismo, gracias al nivel de significancia obtenido < 0,01 que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna donde se postula que existe relación entre las variables de gestión logística y negocio electrónico de forma significativa.

### Primera hipótesis específica:

H0: No existe relación entre la gestión logística y las partes del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

H1: Existe relación entre la gestión logística y las partes del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

Tabla 25:  
Correlación con partes

		GESTION LOGISTICA	NEGOCIO ELECTRÓNICO
GESTION LOGISTICA	Correlación de Pearson	1	,767**
	Sig. (bilateral)		< 0,001
	N	28	28
Partes	Correlación de Pearson	,767**	1
	Sig. (bilateral)	< 0,01	
	N	28	28

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

Los resultados en la tabla 25 analizan la prueba de hipótesis que en base a la correlación de Pearson obtiene un valor de 0,767 lo que indica la existencia de relación alta entre la gestión logística y el negocio electrónico; así mismo, gracias al nivel de significancia obtenido 0,00 que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna donde se postula que existe relación entre las variables de gestión logística y negocio electrónico de forma significativa.

### Segunda hipótesis específica:

H0: No existe relación entre la gestión logística y los objetos del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

H1: Existe relación entre la gestión logística y los objetos del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

Tabla 26:  
Correlación con objetos

		GESTION LOGISTICA	NEGOCIO ELECTRÓNICO
GESTION LOGISTICA	Correlación de Pearson	1	,708**
	Sig. (bilateral)		< 0,001
	N	28	28
Objetos	Correlación de Pearson	,708**	1
	Sig. (bilateral)	< 0,01	
	N	28	28

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

La tabla 26 analiza el coeficiente de correlación de Pearson que con un valor de 0,767 prueba la existencia de relación fuerte entre la gestión logística y los objetos del negocio electrónico con una significancia de 0,00 que rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna que postula existe relación significativa.

### Tercera hipótesis específica:

H0: No existe relación entre la gestión logística y el alcance de tiempo en el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

H1: Existe relación entre la gestión logística y el alcance de tiempo en el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020.

Tabla 27:

*Correlación con tiempos*

		GESTION LOGISTICA	NEGOCIO ELECTRÓNICO
GESTION LOGISTICA	Correlación de Pearson	1	,642**
	Sig. (bilateral)		< 0,000
	N	28	28
NEGOCIO ELECTRONICO	Correlación de Pearson	,642**	1
	Sig. (bilateral)	< 0,00	
	N	28	28

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

Finalmente, los resultados en la tabla 27 muestran en base a la correlación de Pearson un valor de 0,642 mostrando una correlación moderada entre la gestión logística y el alcance de tiempo en negocio electrónico; así mismo, gracias al nivel de significancia obtenido 0,00 que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna donde se postula que existe relación entre gestión logística y alcance de tiempo en negocio electrónico.



## V. DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos en la presente investigación denotan la importancia que ha ido adquiriendo la digitalización a través de los años, en el 2020 a causa de la pandemia se ha visto más diversificada, en especial en logística donde se ha convertido en el aliado ideal para evitar estancamientos en sus largos procesos integrales mostrando todo el campo que puede abarcar, razón por la cual se ha convertido en el tema favorito de investigación de la última década brindando una perceptiva actual y útil en concordancia a diversos resultados publicados.

Muchos autores han discutido temas en referencia a gestión logística y negocio electrónico así como a su posible relación y hasta dependencia; entre ellos, Del Carpio, Salvador y Soria quienes el 2020 analizaron que las empresas presentes en países en desarrollo tienen la necesidad de persistir en innovación tecnológica dado que plantean la hipótesis que la innovación organizacional está relacionada a la persistencia en la producción de innovación de empresas en especial aquellas con bajo nivel de tecnología por lo que al someterlo a un análisis estadístico de variables dependientes e independientes observaron que ser un productor de innovación persistente disminuye la posibilidad de pertenecer a la segunda categoría denominada innovador de producto esporádico por un 0.19% a un 0.5% mostrando un alto nivel de significancia en la relación de innovación tecnológica y gestión organizacional, que para estudios de la presente investigación muestran resultados analíticos útiles dado que brindan mayor base en relación a materia organizacional siempre en búsqueda de innovación.

Así mismo, en uno de los más recientes planteamientos elaborado por Zambrano, Giler, Vera y Franco (2020) se analiza los beneficios y desafíos del uso de las TIC en la cadena de suministro ante la necesidad también reciente surgida por la pandemia por lo que se ha debido incursionar en el uso de tecnologías convirtiéndose en el único medio de reactivación empresarial. Como resultado de su estudio encontraron beneficios en reducción de tiempos, facilidad en intercambio de información, disminución de errores, entre otros factores que bajo planificación estratégica desarrolla a profundidad el impacto que se tiene en la operatividad real

de las empresas por lo que al guardar el mismo planteamiento de la presente investigación sobre todo en la alusión de una gestión efectiva para lograr la rápida adaptación a las exigencias de la industria donde todo es cada días más voraz y competitivo.

Otro estudio relevante de presentar comparativa es el de Ochoa y Dávila del 2018 donde plantean un modelo integral automatizado de logística usando Redes de Petri de colores en sistemas de elementos heterogéneos presentes en la organización con la finalidad de automatizarlos al punto donde no sea requerido la participación de un operador humano, finalmente concluyendo en que es posible obtener este modelo que acorde a los resultados demuestran que permite procesar todo tipo de órdenes de uno a cuatro productos acorde a la solicitud del cliente. La presente investigación guarda soporte en el artículo en mención dado a que elementos como en el análisis de la dinámica del sistema, las relaciones entre cada estación, el flujo de materiales y los ciclos de estaciones susceptibles son conceptos que guardan similitud con los indicadores planteados en la investigación mostrando también iguales resultados positivos de relacionamiento.

Por último, en el 2020 Cataldo, Astudillo, Guitiérrez, Gonzales y MacQueen plantean un modelo maduro de sistema integral de aplicación en el negocio electrónico que busca eliminar las limitaciones que en ella se presentan por lo que aplicando un enfoque empírico basado en el análisis de encuestas contribuyendo en la creación de una metodología general en fases de adquisición de tecnologías de la información encontrando once tipos que pertenecen a sistemas empresariales así como en aplicación al negocio electrónico. En base a datos de una encuesta nacional forma tres grupos de análisis donde compara compañías de trece actividades económicas diferentes donde el 80% de las empresas han adquirido alguna tecnología de información especialmente las relacionadas con servicios de Internet como sitios web o computación en la nube, que para el presente estudio donde se postula abierta relación entre la organización y las tecnologías este análisis demuestra el incremento constante que tiene el uso de nuevas tecnologías en organizaciones de diferentes áreas.

## VI. CONCLUSIONES

Luego de analizar y discutir los resultados obtenidos se realizan a las siguientes conclusiones:

Se concluye que existe relación entre la gestión logística y el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020, al obtener un nivel de significancia  $< 0,01$  aceptando la hipótesis general alterna y al obtener un valor de 0,752 en la correlación de Pearson se indica que existe una relación fuerte entre las variables.

Se concluye que existe relación entre la gestión logística y las partes del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020 dado que se obtuvo nivel de significancia 0,00 aceptando la hipótesis específica alterna que en base a la correlación de Pearson obtiene un valor de 0,767 lo que indica la existencia de relación alta entre ellas.

Se concluye que existe relación entre la gestión logística y los objetos del negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020 al obtener una significancia de 0,00 que rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna y que en correlación de Pearson con un valor de 0,767 prueba la existencia de relación fuerte entre las variables.

Se concluye que existe relación entre la gestión logística y el alcance de tiempo en el negocio electrónico en la Agencia de Aduana RRR del Pacífico, San Miguel 2020 dado al nivel de significancia obtenido 0,00 que rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna aunados a los resultados en la correlación de Pearson de un valor de 0,642 mostrando una correlación moderada entre la gestión logística y el alcance de tiempo.

## VII. RECOMENDACIONES

En relación con las conclusiones se realizan las siguientes recomendaciones:

Se recomienda a la empresa RRR del Pacífico y agencias de aduanas que presenten las mismas problemáticas, implementen el negocio electrónico en sus empresas con el objetivo de mejorar su gestión logística dada a la fuerte relación que existe entre ellas lo que puede ser determinante en la eficiencia de sus procesos y resistencia ante las eventualidades del mercado.

Se recomienda a la Agencia de Aduana RRR del Pacífico identificar a los partícipes del negocio electrónico haciendo uso de los indicadores de la presente investigación con la finalidad de brindar un trato acorde a las necesidades de cada proveedor, cliente o ente gubernamental que guarde relación con la empresa dado a la implicancia que este tiene en su gestión logística y proceso de agregar valor.

Se recomienda que la Agencia de Aduana RRR del Pacífico de San Miguel adquiera objetos que faciliten la digitalización de sus procesos y mejoren su sostenimiento logístico a través de estos implementos dado a que estos demostraron alto grado de relación.

Se recomienda a la Agencia de Aduana RRR del Pacífico que analice el alcance de tiempo en el que perdura cada relación comercial que mantiene con proveedores y clientes con la finalidad de analizar el grado de influencia que tienen cada uno de ellos en la logística de la empresa.

## REFERENCIAS

- Akinfieva, Y. (2018). El comercio electrónico en el moderno mundo de las transacciones electrónicas y algunos desafíos y perspectiva: análisis comparativo de las legislaciones del Reino Unido, Egipto y Sudáfrica (tesis de maestría). Universidad de Liverpool, Inglaterra, Reino Unido.
- Alan, D. y Cortez, L. (2018). Procesos y fundamentos de la investigación científica (1° ed., p. 25). Machala: Ediciones UTMACH.
- Alarcón, B. (2016). La certificación BASC y las actividades de la cadena logística del Grupo Scharff Logística Integrada, 2012 – 2015 (tesis de pregrado). Universidad César Vallejo, Lima, Perú.
- Aliaga, D. y Flores, W. (2017). Influencia del e-commerce en el desempeño de las mypes del sector textil peruano en el emporio comercial de Gamarra (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Alves, V, Siluk, J., Neuenfeldt, A., Soliman, M. y Dorneles, L. (2015). Performance assessment of internal logistics for service companies. Revista Facultas de ingeniería Universidad de Antioquia.
- Andresen, C. e Istad, J. (2019). La logística inversa del comercio electrónico: un estudio de caso múltiple de cuatro compañías e-commerce (tesis de pregrado). Universidad de Molde, Molde, Noruega.
- Ashok, H., Ayyasamy, S., Ashok, A. y Arunachalam, V. (2020). E-business Analytics through ETL and Self-Service Business Intelligence Tool. Proceedings of the 2nd International Conference on Inventive Research in Computing Applications, ICIRCA 2020, 9183336, Pages 747-751.
- Arias, C. (2017) Hacia una inclusión óptima en el modelo educativo de la UNAH (p. 161). Alemania: Deutsche Nationalbibliothek.

- Baozhou, L., y Song, Z. (2020). A Conjoint Approach to Understanding Online Buyers' Decisions towards Online Marketplaces. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 15(3)
- Cano, J. y Alaya, C. (2020). Logistics education for business management students. *Opción: Revista de Ciencias Humanas y Sociales*, 1012(92), 12-26.
- Castaño, J. y Jurado, S. (2016) Comercio electrónico (p. 39). Madrid: Editex.
- Castellanos, A. (2009). Manual de gestión logística del transporte y distribución de mercancías (p. 13). Barranquilla: Ediciones Uninorte.
- Cataldo, A., Astudillo, C., Gutiérrez, J., González, L. y McQueen, R. (2020). Towards an Integrated Maturity Model of System and E-Business Applications in an Emerging Economy. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 15(2).
- Cortez, R y Peña, N. (2018). Analysis of transport infrastructure development and competitiveness in the member countries of the Pacific Alliance (2007-2016). *Investigación articles*.
- Cuatrecasas, L. (2012). Logística: Gestión de la cadena de suministro (p. 531). Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Escudero, J. (2019). Gestión logística y comercial (2° ed., p. 1). España: Paraninfo.
- Del Carpio, J., Salvador, A. y Soria, E. (2020). Organizational Innovation and Tech Innovation Persistence. *Journal of Technology Management & Innovation*, 2724(15), 52-61.

- Del Carpio, J. y Miralles, F. (2019). Propensión a la innovación tecnológica de las empresas manufactureras peruanas que no desarrollan actividades de Investigación y Desarrollo (I&D). *Universidad & Empresa*, 4639(37), 31-51.
- De Pablos, C., López, J., Romo, S. y Medina, S. (2004). *Informática y Comunicaciones en la empresa* (p. 34). Madrid: ESIC Editorial.
- Fabio, M. (2016). *Planificación y Gestión de Operaciones en Sistemas Logísticos de Distribución* (tesis de maestría). Universidad Nacional del Sur, Bahía Blanca, Argentina.
- Farji-Brener, A. (2017). Una forma alternativa para la enseñanza del método hipotético-deductivo. *Scielo*, v. 32.
- Fernandez, M. (2019). *La logística y la calidad de la gestión de la empresa S&S CORPORACIÓN LOGÍSTICA SRL*, Callao, 2019 (tesis de pregrado). Universidad Cesar Vallejo, Callao, Perú.
- Franklin, E. (2004). *Organización de Empresas* (4° ed., p. 362). Mexico: McGraw-Hill.
- García, M., Nájera, J., García, S. y De Pablos, C. (2016). Evolución del negocio electrónico: un análisis bibliométrico de su adopción. *Interciencia*, 41(3), 148-153.
- Gallardo, P. (2015). *Diseño de una solución sistémica para la gestión logística de una empresa salmonera* (tesis de pregrado). Universidad Austral de Chile, Puerto Montt, Chile.
- Gil, J. (2016). *Técnicas e instrumentos para la recogida de información* (p.18). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.

- Girón, J. (2018). El Marketing Digital y el E-commerce en las Empresas Agroexportadoras de la provincia de Barranca 2017 (tesis de pregrado). Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Huacho, Perú.
- Goyzueta, C. (2018). Análisis de la Gestión Logística de la Empresa de Transportes Elio S.A.C. para la Formulación de una Propuesta de Mejora, Arequipa 2017 (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa.
- Grefen, P. (2016). Más allá del e-business: hacia las estructuras en red (p. 30). Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group.
- Guzmán, A. y Jaison, I. (2020). Análisis y diseño de un E-COMMERCE constructor para mejorar el sistema de ventas en la empresa comercial santa rosa de la ciudad de Ica. (tesis de grado) Alicia Concytec.
- Häckel, B., Übelhör, J. y Voit, C. (2020). Creating Competitive Advantage in E-Business Value Chains by Using Excess Capacity via IT-enabled Marketplaces. Data Base for Advances in Information Systems, 51(3), 97-118.
- Helal, M. (2017). Una investigación del uso de la red social para comercio electrónico en las pequeñas empresas de Arabia Saudita (tesis de doctorado). Universidad de Salford, Reino Unido.
- Hernández, A., Ramos, M., Placencia, B., Indacochea, B., Quimis, A. y Moreno, L. (2018). Metodología de la investigación científica (1° ed., p. 88). Manabí: Editorial área de innovación y desarrollo.
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación (6° ed., p.157). Mexico: McGraw Hill.



- Herrera, Y., Suárez, L. y Cantero H. (2019). Desarrollo del cuadro de mando integral de la logística inversa. *Ciencias Técnicas*, 25(4)
- Iñiguez, P. Medel, R., Ávila, J., Cruz, E., De la Cruz, F. y Jarquín, D. (2017). Métodos cuantitativos, métodos cualitativos o su combinación en la investigación: un acercamiento en las ciencias sociales. *Scielo*, vol. 8.
- Jiménez, S. (2013). Investigación y recogida de información de mercados. (1° ed., p. 159). Andalucía: IC Editorial.
- Kabbaj, M. (2018). Los mayores factores que contribuyen en el crecimiento del comercio electrónico en los Estados Unidos y China: análisis y adopción en Morocco (tesis de pregrado). Universidad del estado de Salem, Estados Unidos.
- Kilpatrick, J. y Barter, L. (2020). Beneficios y desafíos del uso de las TIC en la cadena de suministro. *Deloitte*: Canada.
- Labus, M. Despotović, M., Bogdanović, Z., Barać, D., y Popović, S. (2020). Adaptive e-business continuity management: Evidence from the financial sector. *Computer Science and Information Systems*, 17(2), 553-580.
- Lacalle, G. (2013). *Gestión Logística y comercial* (p. 151). España: Editex.
- Lara, C. (2017). *Gestión Logística para la satisfacción de los clientes de una empresa industrial*, Lima 2017 (tesis de pregrado). Universidad Norbert Wiener, Lima, Perú.
- Ley N° 30806, Ley que modifica diversos artículos de la ley 28303, Ley Marco De Ciencia, Tecnología E Innovación Tecnológica; y de la ley 28613, Ley Del Consejo Nacional de Ciencia, Tecnología e Innovación Tecnológica (CONCYTEC). *Diario oficial El Peruano*, Lima, Perú, 5 de julio de 2018.

- Liberos, E. (2011). El libro del comercio electrónico (2° ed., p. 319). Madrid: ESIC Editorial.
- López, P. y Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa (1° ed., p. 22). Barcelona: Creative Commons.
- Manterola, C. y Otzen, T. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. Scielo, v. 35. (227-232).
- Mariví, G., Matuk, D. y Chong, M. (2019) Impacto de la infraestructura en las operaciones logísticas. Gestión de carga y entrega de mercancías. *Memoria Investigaciones en Ingeniería*, 2301(17), 31-48.
- Martínez, F. (2017). Impacto del transporte de mercancías en la ciudad de la paz: Su análisis para la construcción de una plataforma logística (tesis maestría) Universidad Autónoma de Baja California Sur, La Paz, México.
- Martínez, J. y Rojas, F. (2016). Comercio electrónico (1° ed., p. 3). Madrid: Paraninfo.
- Mejía, J. (2017). e-Business Innovation Conceptual Model: Towards a Reference Framework for SME's. Ciencias Sociales, Humanidades y Artes
- Mora, L. (2016). Gestión Logística integral (2° ed., p. 36). Bogota: ECOE ediciones.
- Morales, K. (2018). Modelo de Gestión Logística para mejorar la eficiencia del área de mantenimiento de la empresa Midas – Valencia, 2016 (tesis de pregrado). Universidad Señor de Sipán, Chiclayo, Perú.
- Moreira, E. y Sousa, P. (2017). Strategic Antecedents and Consequents for the Performance of E-Business Companies. FUCAPE Business School.

- Muñoz, C. (2015). Metodología de la investigación (1° ed., p. 394). Mexico: Oxford University.
- Narvaez, C. (2018) Importancia de Administración de Procesos de Negocio para el Área de Transportes de los Operadores Logísticos. *Industrial Data*,
- Ochoa, M. y Davila J. (2018). Modeling of an automated integral logistics system using colored petri nets. *Artículos*
- Oliveira, D., Maqueira, J., Bruque, S. y Moyano J. (2020). Innovación en logística. *Revista DYNA*, 0012(95), 14-14.
- Oliveira, L., Magalhães, R. y Muzzi, L. (2019). Analysis of accessibility from collection and delivery points: towards the sustainability of the e-commerce delivery. *Thematic Section: Understanding Smart and Sustainable Cities*
- Parraguez, S. Chunga, G., Flores, M. y Romero, R. (2017). El estudio y la investigación documental. (1° ed., p. 21). Chiclayo: EMDECOSEGE.
- Perdigón, R, y Péres, M. (2019). Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019. *TELCHAK*.
- Pinheiro, O, Breval, S y Rodríguez, C. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare*, 25(2)
- Qin, X., Liu, Z. y Tian, L. (2020). The optimal combination between selling mode and logistics service strategy in an e-commerce market. *European Journal of Operational Research*, 289(2), 639-651.
- Quintero, A. y Sotomayor, J. (2018). Propuesta de mejora del proceso logístico de la empresa tramacoexpress CIA.LTDA del Cantón Durán (tesis de pregrado). Universidad de Guayaquil, Ecuador.

- Rahayu, R. y Day, J. (2015). Factores determinantes en la adopción del comercio electrónico de las pequeñas empresas en países en desarrollo: evidencia de Indonesia (revista indexada). University of Huddersfield, Inglaterra.
- Reyes, O. (2013). Nuevas tendencias en el negocio electrónico (p. 4) EEUU: Biblioteca del congreso.
- Ríos, R. (2018). Influencia de la gestión logística en la determinación del costo de ventas en la empresa comercial Sekur Perú S.A. 2017 (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica del Perú, Arequipa, Perú.
- Rood, C., Berg, D., Niemann, W. y Meyer, A. (2018). disruptions: Perspectives from buyers and suppliers of logistics services. *Acta Commercii*, 1684(18)
- Saavedra, A. (2016). Análisis y diseño de un sistema e-commerce para la gestión de ventas: caso empresa World of Cakes (tesis de pregrado). Universidad de Piura, Perú.
- Salazar C., Del Castillo, S. (2018). Fundamentos básicos de estadística (1° ed., p. 13). Quito: Sin editorial.
- Sanabria, V. y Torres, L. (2015). Impacto del comercio electrónico en el nivel de ventas de las mipyme del sector comercio, industria y servicios de la ciudad de Ibagué (tesis de pregrado). Universidad del Tolima, Ibagué, Colombia.
- Satolo, E., Campos, R. y Andrade, G. (2019). Sustainability Assessment of logistics activities in a dairy: An example of an emerging economy. *Production*, 0103(30)
- Shuang, Y. (2019). Logistic distribution in e-commerce environment. Savonia,

- Singh, S., Kumar R., Panchal, R. y Kumar, M. (2020). Impact of COVID-19 on logistics systems and disruptions in food supply chain. *International Journal of Production Research*,
- Soler, S. y Soler, L. (2012). Usos del coeficiente alfa de Cronbach en el análisis de instrumentos escritos. *Scielo*, vol. 34.
- Tang, X. y Wang, G. (2020). Design and analysis of e-commerce and modern logistics for regional economic integration in wireless networks. *Eurasip Journal on Wireless Communications and Networking*, 208(1)
- Tran, K. (2015). La adopción del negocio electrónico en las microempresas en Nueva Gales del Sur, Australia: ¿El gobierno marca las casillas correctas? Un estudio de caso cualitativo múltiple (tesis de pregrado). Universidad Southern Cross, Nueva Gales del Sur, Australia.
- Urday, C. y Cebreros P. (2017). La gestión logística y su influencia en la competitividad en las pymes del sector construcción importadoras de maquinarias, equipos y herramientas del distrito de Puente Piedra (tesis de pregrado). Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Villa, E., Ruiz, L, Valencia, A. y Picón, E. (2018). Electronic Commerce: Factors Involved in its Adoption from a Bibliometric Analysis. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 13(1).
- Zambrano, C., Giler, E., Vera, E. y Franco, Y. (2020). Beneficios y desafíos del uso de las TIC en la cadena de suministro. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 2387(5), 128-152

## ANEXOS

VARIABLES DE ESTUDIO	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIÓN	INDICADORES	
<b>GESTIÓN LOGÍSTICA</b>	La buena administración logística observa cada una de las actividades en la cadena de abastecimiento y analiza cómo contribuyen para el proceso de agregar valor.  Luis Mora, Gestión Logística Integral, 2016, pág 36.	La gestión logística se evalúa tomando en cuenta sus macroprocesos que son compra y abastecimiento, inventario, almacenes, transporte y distribución de carga; sin embargo, se requiere de evidencias que presenten indicios y señales con los cuales se elabora un cuestionario de respuestas cerradas.	<b>Compras y abastecimientos</b>	Selección de proveedores	
				Revisión periódica	
				Abastecimientos estratégicos	
			<b>Inventarios</b>	Tamaño de lote	
				Fluctuación de la demanda	
				Fluctuación de la entrada	
			<b>Almacenes</b>	Acomodo	
				Manejo de materiales	
				<b>Transporte y distribución</b>	Establecimiento de tarifas
					Optimización de rutas
<b>NEGOCIO ELECTRÓNICO</b>	El negocio electrónico es la conducción de actividades empresariales centrales mediante el uso integrado de las tecnologías de la información para el procesamiento y comunicación de la información en la empresa.  Paul Grefen, Más allá del e-business: hacia las estructuras en red, 2016, pág. 30.	El negocio electrónico se evalúa en consideración de la estructura de partes, objetos y tiempo de alcance; sin embargo, se requieren de elementos observables que serán admitidos a través de un cuestionario de respuestas cerradas.	<b>Partes</b>	Negocio a negocio	
				Negocio a consumidor	
				Negocio a gobierno	
			<b>Objetos</b>	Bienes físicos	
				Bienes digitales	
				Bienes financieros	
				Servicios	
			<b>Alcance de tiempo</b>	Tiempo estático	
				Tiempo semi-dinámico	
				Tiempo dinámico	

Matriz operacional



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES de la escuela profesional de NEGOCIOS INTERNACIONALES de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - CALLAO, asesor de Tesis titulada: "GESTIÓN LOGÍSTICA Y NEGOCIO ELECTRÓNICO EN LA AGENCIA DE ADUANA RRR DEL PACÍFICO, SAN MIGUEL 2020", cuyo autor es MORALES VILCA KARLA LAURA, constato que la investigación cumple con el índice de similitud establecido, y verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 22 de Diciembre del 2020

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
CAVERO EGUSQUIZA VARGAS LAURALINDA LEONOR <b>DNI:</b> 08879583 <b>ORCID</b> 0000-0001-5222-8865	Firmado digitalmente por: LCAVEROE el 22-12- 2020 01:42:04

Código documento Trilce: TRI - 0091561