



UNIVERSIDAD
**SAN IGNACIO
DE LOYOLA**

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

Carrera de Negocios Internacionales

**IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL
TUKUTIN Y SU EFECTO EN LAS OPERACIONES DE
COMERCIO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA
PERÚ VENDE.COM SAC 2018 - 2019**

**Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en
Negocios Internacionales**

**CARLA PATRICIA ALBA VILLON
(0000-0002-2164-0264)**

**ENRIQUE TONY PACHECO ORTIZ
(0000-0003-1447-1746)**

Asesor:

**Juan Carlos Montero Ordinola
(0000-0002-8574-1152)**

**Lima – Perú
2021**

Dedicatoria

En primer lugar, a Dios por darnos vida y salud, a nuestros padres por ser la razón y motivo de nuestra formación y por su apoyo incondicional, a nuestro asesor, a las empresas motivo de estudio y a nuestros amigos quienes fueron de gran apoyo.

Resumen

El presente trabajo de investigación titulado “Implementación de la plataforma Tukutin y su efecto en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.com SAC 2018 - 2019”; se ha desarrollado con el objetivo de demostrar cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018-2019.

En el desarrollo del trabajo la metodología empleada ha sido la investigación cuantitativa, con diseño no experimental – transversal, de tipo tecnológica, teniendo como sujetos de estudio a las áreas de gerencia, comercio exterior, administrativa y logística de la empresa Perú Vende.com, las cuales la conforman un grupo de 12 personas. Se utilizó la técnica de la encuesta para el proceso de recolección de datos mediante un cuestionario.

Por último, se concluye que la implementación de la plataforma digital Tukutin influye positivamente en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende., además de conocer la apreciación de los colaboradores de la empresa quienes en su gran mayoría, (indicar un porcentaje) afirmaron conseguir un beneficio significativo en las operaciones logísticas de importación y exportación, reducción de costos, la significancia en la reducción de la carga laboral y la comunicación con los Operadores logísticos, considerados pieza clave para la ejecución del traslado de mercancías. Se destaca la colaboración de los trabajadores de la empresa, todos mostraron su disponibilidad para colaborar en el recojo de información.

Palabras clave:

Plataforma digital – Operaciones logísticas – Comercio internacional

Abstract

This research work entitled "Implementation of the Tukutin platform and its effect on the international trade operations of the company Peru vende.com SAC 2018 - 2019"; It will be developed with the general objective of demonstrating how the implementation of the Tukutin digital platform influences in the international trade operations of the company Peru Vende 2018-2019.

In the development of the work, quantitative research will be used, with a non-experimental - transversal design, of a technological nature, having as object of study the areas of management, foreign trade, administrative and logistics of the company Peru Vende.com, which make up a group of 12 people. The survey technique will be used for the data collection process through a questionnaire.

It was demonstrated how the implementation of the Tukutin digital platform positively influences the international trade operations of the Peru Vende company. The most important thing about the demonstration was to be able to know the appreciation of the company's collaborators because according to the valuation, the vast majority, affirmed a significant benefit in import and export logistics operations, cost reduction, significance in reducing workload and communication with logistics operators, who are key to the execution of the transfer of goods. What helped the most in demonstrating this platform implementation was the collaboration of the company's workers because of their availability of time to apply the research instrument.

Keywords:

Digital platform - Logistics operations - International trade

Índice general

Dedicatoria.....	i
Resumen.....	ii
Índice general.....	iv
Índice de tablas	vi
Índice de figuras.....	viii
Introducción.....	1
Capítulo 1.....	2
1.1. Problema de investigación	2
1.1.1. Planteamiento del problema.....	2
1.1.2. Formulación del problema.	4
1.1.2.1. Problema general.....	4
1.1.2.2. Problemas específicos.....	4
1.1.3. Justificación de la investigación.	5
1.1.3.1. Justificación teórica.....	5
1.1.3.2. Justificación práctica.....	5
1.2. Marco referencial	6
1.2.1. Antecedentes.....	6
1.2.1.1. Antecedentes nacionales.....	6
1.2.1.2. Antecedentes internacionales.....	8
1.2.2. Marco teórico.....	10
1.2.2.1. Plataforma digital.....	10
1.2.2.1.1. Entorno general.....	10
1.2.2.1.2. Plataforma Tukutin.	16
1.2.2.2. Operaciones de Comercio Internacional.....	23
1.2.2.2.1. Definición.....	23
1.2.2.2.2. Labores del área de comercio exterior.....	25
1.2.2.2.3. Operatividad aduanera.....	28
1.2.2.2.4. Operadores logísticos.....	28
1.2.2.2.5. Conectividad entre operadores logísticos y sus clientes.....	30
1.2.2.2.6. Costos de la logística internacional.....	32
1.3. Objetivos e hipótesis	37
1.3.1. Objetivos.....	37
1.3.1.1. Objetivo General.....	37
1.3.1.2. Objetivos Específicos.....	37
1.3.2. Hipótesis.....	37

1.3.2.1.	Hipótesis general.....	37
1.3.2.2.	Hipótesis específica.....	37
Capítulo 2.....		39
2.1.	Método.....	39
2.1.1.	Tipo de investigación.....	39
2.1.2.	Diseño de Investigación.....	39
2.1.3.	Variables.....	40
2.1.3.1.	Variable X: Plataforma Digital.....	40
2.1.3.2.	Variable Y: Operaciones de Comercio Internacional.....	40
2.1.4.	Muestra.....	41
2.1.5.	Instrumentos de investigación.....	42
2.1.6.	Procedimiento de recolección de datos.....	42
Capítulo 3.....		43
3.1.	Resultados.....	43
3.1.1.	Presentación de resultados.....	43
3.1.2.	Discusión.....	65
3.1.3.	Conclusiones.....	67
3.1.4.	Recomendaciones.....	69
Capítulo 4.....		70
4.1.	Recursos.....	70
4.1.1.	Calendario de actividades.....	70
4.1.2.	Recursos.....	71
4.1.3.	Presupuesto.....	71
Anexos.....		72
Referencias bibliográficas.....		101

Índice de tablas

Tabla 1 Población de 6 años y más de edad por sexo y grupos de edad, según tipo de actividad que realiza en Internet.....	12
Tabla 2 Características de las plataformas	14
Tabla 3 Ventas mensuales de la empresa Perú Vende.com	26
Tabla 4 Exportaciones e importaciones en el Año 2018 y 2019.....	27
Tabla 5 Datos generales de la empresa Perú Vende.com.....	27
Tabla 6 Impuestos grabados a la importación.....	35
Tabla 7 Operacionalización de la variable X.....	40
Tabla 8 Operacionalización de la variable Y.....	41
Tabla 9. Cantidad de colaboradores de la empresa Perú Vende.com	41
Tabla 10 Ficha técnica de la encuesta.....	42
Tabla 11 Tiempo de promedio de la respuesta del operador logístico mediante la plataforma.	43
Tabla 12 ¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?.....	44
Tabla 13 ¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?	44
Tabla 14 Valoración de la “Rapidez” en la implementación de la plataforma Tukutin.....	45
Tabla 15 Valoración de la “comodidad” en la implementación de la plataforma Tukutin	45
Tabla 16 ¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo?	46
Tabla 17 Importancia de la “Capacitación”	46
Tabla 18 Importancia del sistema modular de la plataforma	47
Tabla 19 Importancia de la seguridad.....	47
Tabla 20 Importancia de la Confidencialidad de la información.....	48
Tabla 21 Importancia de la Calidad de servicio.....	48
Tabla 22 Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.	49
Tabla 23 Comunicación con el Operador Logístico	49
Tabla 24 Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.	50
Tabla 25 Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.....	51
Tabla 26 Disminución de los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende	51
Tabla 27 Nivel porcentual de reducción de costos con Tukutin	52
Tabla 28 ¿La implementación de la plataforma ha sido beneficiosa?.....	53
Tabla 29 ¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?.....	53
Tabla 30 Valoración del tiempo de respuesta del operador logístico.	54
Tabla 31 Valoración de la Tarifa por servicio del Operador Logístico.	55

Tabla 32 Valoración de la Actualización de estados por el Operador Logístico.	55
Tabla 33 Valoración de la Comunicación con el operador Logístico	56
Tabla 34 Prueba de normalidad de Operaciones de Comercio Internacional.	57
Tabla 35 Prueba Wilcoxon de Operaciones de comercio internacional.....	58
Tabla 36 Prueba de normalidad de Gestión de Operaciones.....	59
Tabla 37 Prueba Wilcoxon de la Gestión de las Operaciones.....	59
Tabla 38 Prueba de normalidad de Costos Logísticos	61
Tabla 39 Prueba de Wilcoxon de los Costos Logísticos	61
Tabla 40 Prueba de normalidad de la Carga Laboral.....	62
Tabla 41 Prueba Wilcoxon de la Carga Laboral	62
Tabla 42 Prueba de normalidad de la Operadores Logísticos.....	63
Tabla 43 Prueba de Wilcoxon de Operadores Logísticos.	64

Índice de figuras

Figura 1 <i>Población por sexo y grupo de edad, según tipo de actividad en Internet.</i>	13
Figura 2 <i>Flujo de trabajo interno Corregir de acuerdo a guía.</i>	22
Figura 3 <i>Comparación de crecimiento en el 2019 respecto al 2018.</i>	26
Figura 4 <i>Proceso logístico de comercio internacional corregir.</i>	32
Figura 5 <i>Tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma.</i>	77
Figura 6 <i>¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?</i>	77
Figura 7 <i>¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?</i>	78
Figura 8 <i>Valoración de la “rapidez” en la implementación de la plataforma Tukutin.</i>	78
Figura 9 <i>Valoración de la “comodidad” en la implementación de la plataforma Tukutin</i>	79
Figura 10. <i>¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo</i>	79
Figura 11 <i>Importancia de la “Capacitación”</i>	80
Figura 12 <i>Importancia del sistema modular de la plataforma.</i>	80
Figura 13 <i>Importancia de la seguridad.</i>	81
Figura 14. <i>Importancia de la Confidencialidad de la información.</i>	81
Figura 15 <i>Importancia de la Calidad de servicio</i>	82
Figura 16 <i>Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.</i>	82
Figura 17. <i>Comunicación con el Operador Logístico.</i>	83
Figura 18 <i>Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.</i>	83
Figura 19 <i>Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.</i>	84
Figura 20 <i>Disminución de los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú</i> <i>Vende.</i>	84
Figura 21. <i>Nivel porcentual de reducción de costos con Tukutin.</i>	85
Figura 22 <i>¿La implementación de la plataforma ha sido beneficiosa?</i>	85
Figura 23 <i>¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?</i>	86
Figura 24 <i>Valoración del tiempo de respuesta del operador logístico.</i>	86
Figura 25 <i>Valoración de la Tarifa por servicio del Operador Logístico.</i>	87
Figura 26 <i>Valoración de la Actualización de estados por el Operador Logístico.</i>	87
Figura 27 <i>Valoración de la Comunicación con el operador Logístico.</i>	88

Introducción

Las plataformas digitales se pueden definir como una tendencia mundial puesto que las compañías de todo el mundo se suman a la tendencia de la digitalización de las operaciones, o también denominada como la cuarta revolución industrial. De la cual, el comercio internacional y sus áreas operativas no han sido ajenas.

La prestación de servicios relacionados con las operaciones logísticas de comercio internacional se ha adaptado de forma incremental, cuando de digitalización se habla, en el Perú. El sector estatal ha sido quien ha dado los primeros pasos para implementar herramientas digitales en todas sus instituciones, para brindar soporte, calidad de servicio y rapidez a sus usuarios. Por otro lado, el sector privado ha demostrado un arraigo a la forma tradicional de trabajo, lo que ha impedido que muchos de ellos opten por migrar hacia la digitalización.

En el presente estudio analizaremos, cual es el impacto de la implementación de la plataforma digital Tukutin en el área de comercio exterior de la empresa Perú Vende.com. Esto permitirá determinar la influencia de una sobre otra, de esta manera identificar los beneficios de usarla.

Para llevar a cabo el estudio, se ha estructurado en 4 capítulos. En el capítulo 1, se realizan algunas precisiones respecto al planteamiento del problema, bases teórico-conceptuales, tanto de las plataformas digitales como de las operaciones logística del comercio internacional. En el capítulo 2 se hace un análisis de la metodología del trabajo de investigación, muestra, instrumento de recolección de datos y el procedimiento de recolección de datos. En el capítulo 3 se indican los resultados de los datos recolectados, las discusiones, conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación. Finalmente, en el capítulo 4 se describe los recursos usados para el desarrollo del estudio.

Capítulo 1

1.1. Problema de investigación

1.1.1. Planteamiento del problema.

El comercio internacional ha experimentado frecuentes transformaciones debido a las nuevas tendencias de negociación, el desarrollo de los medios de transporte, el macro entorno, la comunicación y la tecnología. Estos factores están y estarán siempre en constante dinamismo, los cuales buscan realizar las operaciones con una mayor celeridad, y que se refleje en una reducción significativa del tiempo en cada etapa del proceso logístico y en la cadena de abastecimiento.

A nivel mundial, el comercio internacional se ha adaptado a la nueva tecnología y en el proceso se han implementado herramientas digitales que facilitan la labor de los operadores logísticos, generando una disminución de la carga laboral operativa diaria y reduciendo los procesos engorrosos y burocráticos. Como consecuencia de la optimización del tiempo, las empresas han reducido tiempos en procesos hasta en un 20% y se prevé que en unos años la cifra incremente entre 30 y 35 puntos porcentuales. (Poncela, 2019)

Gracias al avance de la tecnología, las compañías que brindan servicios logísticos a exportadores e importadores se han convertido en compañías competitivas y de reconocido nombre en el mercado internacional como son las navieras Maersk, Hapag-Lloyd, ONE, EVERGREEN, CMA CGM, entre otras, quienes han implementado nuevas herramientas facilitadoras de procesos dentro de sus plataformas digitales. De la misma manera, las líneas aéreas de carga y paquetería como DHL, FEDEX, UPS, Air France - KLM y más, se suman al cambio de la digitalización de sus operaciones de comercio internacional, permitiendo visualizar de manera instantánea el estado y las condiciones de la carga. Así como también, la geolocalización de la flota de transporte.

En Latinoamérica hacia el 2017, poco más del 50% de los habitantes usaba internet, lo cual restringe una acelerada adopción de las tecnologías digitales, a pesar de estas cifras, el impacto que ha tenido la digitalización en LATAM y el Caribe ha sido la contribución del 4.3% del PBI en 8 años. (CEPAL, 2017)

Las herramientas de digitalización permiten a las empresas, que realizan operaciones de comercio internacional, obtengan grandes beneficios operativos como gestionar con anticipación sus despachos, obtener una mayor organización en sus flujos, centralización de la información, planificación con los almacenes y despachos con los clientes. Es decir, les permite trabajar de una manera eficiente, evitando sobrecostos por almacenaje, declaraciones mal elaboradas, barreras no arancelarias, detención por productos con restricciones, entre otros, que pueden obstaculizar el libre flujo de las operaciones de la cadena de abastecimiento internacional.

En el Perú, las empresas que brindan servicios en el rubro de operaciones logísticas han obtenido avances humildes con respecto a la adaptación de las redes de comunicación e información para sus operaciones, haciendo de esto un vaivén de dificultades para el progreso de la gestión logística nacional. Existe un pequeño porcentaje de mercado indicar cifra, porcentaje (en su mayoría empresas grandes, líderes en el sector o transnacionales) que han adaptado a sus métodos de trabajo la emisión de información y documentación de manera digital y automatizada, tanto para el envío de información a sus clientes (Importadores y Exportadores) como para mantener una comunicación dinámica y constante.

Las carencias en infraestructura, ineficiencia en los canales de atención, comunicación, atención y calidad de servicio, afectan gravemente y se ven reflejados en un incremento de los costos logísticos, los cuales se pueden evitar si se implementan herramientas que permitan la transparencia de información y coordinación de operaciones logísticas. (Revista Logistec, 2018)

Por lo tanto, se puede concluir que las empresas importadoras y exportadoras del Perú, en su gran mayoría, carecen de los conocimientos necesarios para los trámites aduaneros, fletes y logística internacional. Por otro lado, la información que reciben en un correo electrónico por parte de los operadores logísticos no es amigable y algunas veces intuitiva, generando que la fluidez operativa se vea interrumpida entre ambas partes, lo que conlleva a sobrecostos por operatividad y una mala relación bilateral.

Por todo lo expuesto, se formula la siguiente interrogante de investigación: ¿Cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones logísticas, en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende, 2018-2019? Así mismo se plantean los siguientes problemas específicos: ¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende?, ¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en los costos logísticos de la empresa Perú Vende?, ¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende?, ¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación con el operador logístico y la empresa Perú Vende?

1.1.2. Formulación del problema.

1.1.2.1. Problema general.

¿Cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende, 2018-2019?

1.1.2.2. Problemas específicos.

¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende?

¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en los costos logísticos de la empresa Perú Vende?

¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende?

¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación con el operador logístico y la empresa Perú Vende?

1.1.3. Justificación de la investigación.

1.1.3.1. Justificación teórica

Las empresas alrededor del mundo han migrado a la digitalización de la logística lo cual les ha permitido ser más eficientes. En América latina se ha convertido en un aliado estratégico para facilitar los canales de distribución y la red logística. Perú no ha sido la excepción, han tomado la iniciativa para la transformación de sus procesos (Inlog, 2017). Sin embargo, cuando se refiere a operaciones logísticas de Comercio internacional, considera un enfoque en los servicios de puerta a puerta para el traslado de las mercancías.

La investigación permitirá proveer información teórica del efecto que puede llegar a tener la implementación de plataformas digitales como Tukutin en las operaciones logísticas.

1.1.3.2. Justificación práctica

El presente trabajo de investigación permitirá demostrar de manera práctica cómo la tecnología aporta y agiliza los procesos de las operaciones logísticas del comercio internacional en la empresa. También permitirá evaluar la adaptación de los colaboradores frente al uso de la plataforma y evaluar si existe una mayor productividad del equipo para poder cubrir de manera eficaz las necesidades del cliente. De otro lado, se pretende identificar la efectividad de la digitalización y automatización de procesos mediante el uso de la tecnología y redes de comunicación frente al método tradicional y manual que emplean las agencias de aduana, agencias de carga y demás servidores logísticos con sus clientes. Quiere decir, que tanto los

operadores logísticos como las empresas importadoras y exportadoras pueden implementar cambios tecnológicos como la plataforma en estudio para un mejor resultado.

1.2. Marco referencial

1.2.1. Antecedentes.

1.2.1.1. Antecedentes nacionales.

Asencios Y., (2020) realizó una tesis titulada “Plataforma web para mejorar el servicio de pedido en la Empresa “Inversiones Ventura Asto”, Trujillo 2020”. Su objetivo principal fue determinar en qué medida la aplicación de la plataforma web mejora el servicio de pedidos mediante en la Empresa “Inversiones Ventura Asto. La investigación concluyó que la plataforma web mejora de forma significativa el servicio de pedidos de la empresa. Mostró que la implementación de la plataforma web reduce en un 80.54% de tiempo promedio para la realización de pedidos. De otro lado, identificó la disminución de tiempo en las consultas de productos con un 61.26% en ahorro de tiempo. Finalmente, identificó un incremento de 38.2% en el nivel de satisfacción del cliente.

Loo D. & Mariátegui R., (2020) realizó una tesis titulada “Digitalización del proceso aduanero y su relación con la operatividad aduanera del puerto del Callao durante el periodo 2016 - 2020”. El cual consignó como objetivo principal determinar la relación entre la digitalización del proceso aduanero y la operatividad aduanera del puerto del Callao durante el periodo 2016 - 2020. Los resultados obtenidos para este estudio fueron los siguientes: Con respecto a la hipótesis general, logró comprobar que existe correlación entre la digitalización de procesos y la operatividad aduanera. Respecto a la primera hipótesis específica, comprobó que no existe correlación entre la calidad de servicio y la operatividad aduanera, de igual manera la segunda hipótesis específica, demostró que no existe una relación entre la innovación y la operatividad aduanera, sin embargo, para estudios referentes a la tercera hipótesis específica, logró comprobar que sí existe la correlación entre los costos y la operatividad

aduanera. Se demostró que la mejora de procesos con la digitalización, refleja una reducción en los costos para operadores y usuarios de los servicios de aduana.

Espinoza J., Huamán C. & Talledo M. (2017), realizaron la tesis titulada “Plan de negocios para la intermediación logística mediante una plataforma virtual”. El cual consignó como objetivo principal fue establecer mediante la evaluación de un plan de negocios, si la implementación de una plataforma virtual para la intermediación logística producirá una mejora significativa en los indicadores claves de las áreas logísticas y comerciales de los usuarios. La investigación llegó a la conclusión de que existe la oportunidad de negocios para la intermediación logística mediante una plataforma virtual, la investigación muestra la aceptación con un alto índice para la implementación de plataformas virtuales en la logística.

Mancilla B., (2016) realizó una tesis titulada “Propuesta de una mejora en la gestión de la cadena logística de una empresa manufacturera”. Su principal objetivo es elevar la eficiencia del sistema de logística a través del diseño e implantación de un modelo de gestión óptimo. Los resultados obtenidos para esta investigación fueron la adquisición de un sistema de adquisición de data avanzada tecnología con la capacidad de poder adaptarse al software que actualmente se tiene. Este trabajo se realizó para obtener el Título de Magíster en Dirección de Operaciones y Logística en la Escuela de Postgrado de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Perú.

Cervantes G., & Farfán G. (2015), realizaron una tesis titulada “Diagnóstico de la plataforma virtual Perú Trade Now y su impacto como facilitador de las exportaciones no tradicionales de la región Arequipa, para su renovación en 2015, desarrollado para Promperú”. El trabajo consignó como objetivo principal diagnosticar el impacto de la plataforma virtual Perú Trade Now como facilitador de las exportaciones no tradicionales de la región Arequipa, para renovar en 2015. Los resultados obtenidos para esta investigación evidencian que la plataforma Perú Trade Now no es relevante al no poseer indicadores de eficiencia que midan

los resultados y su impacto en las exportaciones de la región Arequipa, la plataforma no cumple su función principal de contribuir con el crecimiento de las exportaciones, siendo un deficiente facilitador del comercio internacional peruano. El presente trabajo se desarrolló para optar el título profesional de Ingeniero Comercial en la especialidad de Negocios Internacionales de la Universidad Católica de Santa María de Arequipa, Perú.

1.2.1.2. Antecedentes internacionales.

Pozo J., (2018), realizó una tesis titulada Implementación de sistemas tecnológicos en la Web para la logística de transportes, almaceneras y agentes de aduana en el Ecuador. Su objetivo es demostrar y comprobar la importancia de actualizar las formas de trabajo mediante la aplicación y desarrollo de sistemas personalizados en el sector logístico basándose en los resultados que estos sistemas han brindado a países desarrollados, los cuales invierten en tecnología. Este trabajo de investigación demuestra la importancia de los sistemas integrados de tecnología entre los operadores de comercio exterior y los despachadores de aduanas. Para lo cual analizó de forma cuantitativa los porcentajes de usuarios que utilizan el internet, la frecuencia de uso, cantidad de transacciones que realizan y los tipos de dispositivos. La data utilizada fue tomada de la INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos) y de la INEG (Instituto Nacional de Estadísticas y Geografía) del periodo comprendido entre 2012 al 2016. Este trabajo se realizó para obtener el grado de Ingeniero en Ciencias Empresariales de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo de Guayaquil, Ecuador.

Freire R. & Rojas E., (2018) elaboraron un trabajo de tesis titulado Elaboración de una plataforma digital para el desarrollo comercial de las PYMES productoras de miel de abeja del Ecuador para fomentar su consumo. Este informe tiene como objetivo desarrollar un proceso en el cual los apicultores puedan tener mayor posibilidad de venta de sus productos gracias a la publicación en el sitio web de ventas de miel de abejas. Para el proyecto utilizaron los

métodos, cualitativo y cuantitativo; el cualitativo, al recopilar información bibliográfica, data de Instituciones como el Ministerio de Agricultura y Pesca, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, páginas web, entrevistas de profundidad, entre otros. El cuantitativo, hizo encuestas a los consumidores. Como resultado de la investigación determinaron que el tener una plataforma virtual agilizará la venta de los productos y brindará a los apicultores una mayor difusión de su marca. Este trabajo se realizó para obtener el Título de Ingeniero en Comercio Electrónico de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, Ecuador.

Calixto C., (2017) desarrolló una tesis titulada Avance de la Tecnología y su impacto en el Comercio Internacional de México. Este trabajo tiene como objetivo general diagnosticar los beneficios que ha tenido México debido al avance tecnológico en materia de comercio internacional, particularmente en las exportaciones e importaciones y las ventajas que obtuvo el país al adoptar nuevas tecnologías en el comercio. Para este estudio se utilizó el método deductivo, mientras que el tipo de investigación fue explicativa y descriptiva, con un enfoque cualitativo. En la primera etapa se hizo una evaluación documental; en la segunda etapa, se expusieron los conceptos y hechos del pasado para comprender las acciones presentes y futuras, en la tercera etapa, se analizó la evolución tecnológica mientras que en la última etapa se explicó la importancia y beneficios de la adopción de la tecnología en el comercio de México. Este trabajo se realizó para obtener el Título de Licenciada en Administración de la Universidad Autónoma del Estado de México de Texcoco, México.

Díaz V., (2016) elaboró una tesis titulada Innovación tecnológica y comercio internacional: un análisis para los países de la Comunidad Andina de Naciones: Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. Este informe tiene como objetivo general de la investigación, estudiar el impacto de los procesos de innovación tecnológica en los flujos bilaterales de comercio de Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. El aporte que la investigación realiza a los estudios empíricos sobre tecnología y comercio, es un análisis que pone a prueba los efectos

de la capacidad tecnológica de los países de la CAN sobre sus flujos comerciales y los de sus socios. Como resultado se obtuvo que a los países de la CAN les conviene desarrollar su capacidad de absorción tecnológica que conlleve gradualmente a un cambio en la distribución productiva de sus ventajas comparativas. Este trabajo se realizó para obtener el Título de Magíster en Economía Aplicada en la Universidad del Valle de Santiago de Cali, Colombia.

Medina M., (2014) realizó la tesis titulada Análisis de la gestión de las tecnologías de la información y comunicación en el sector del aceite de oliva ecológico. La cual tiene como objetivo general obtener un conocimiento profundo de cómo las empresas comercializadoras de aceite de oliva ecológico están haciendo uso de las TIC para ayudar y mejorar el proceso de comercialización de sus productos en el mercado nacional y extranjero. El método utilizado para este informe es a través de entrevistas telefónicas dirigidas a los máximos responsables de la administración de las empresas o directores, abarcando un total de 195 empresas. Como resultado se obtuvo que el sector del aceite de oliva ecológico en España no se está valiendo de las TIC para solventar la dispersión entre la oferta y demanda en el mercado interior y el gap entre la producción y el consumo en España. La participación en el comercio exterior, como estrategia de internacionalización puede ser apoyada de manera decisiva por el comercio electrónico, dado el escaso tamaño de las empresas del sector. Este trabajo se realizó para obtener el Título de Doctorado de la Universidad de Jaén en España.

1.2.2. Marco teórico.

1.2.2.1. Plataforma digital.

1.2.2.1.1. Entorno general.

Una Plataforma digital es un espacio virtual localizado en Internet la cual puede tener diferente fin, dependiendo de las necesidades por las cuales fueron creadas como: entretenimiento, educación, información, relaciones sociales, cálculos, simulaciones, trabajos

específicos para cada área, entre otras. Las plataformas digitales se pueden considerar como programas creados por diferentes usuarios.

1.2.2.1.1.1. Definición.

Una de las definiciones conceptuales para describir de manera cercana este estudio es la que menciona Giraldo V. (2019) en el Blog Rock Content, donde señala lo siguiente: “Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos.”

Así mismo, la web de guías jurídicas, Wolters K. (2019), la define como: “Herramienta de carácter digital que ofrece productos y servicios a dos o más tipos de usuarios diferentes pero dependientes y que interaccionan. El modelo de plataforma digital es el utilizado por muchas de las startups actuales y se basa en la explotación de algunas características económicas singulares, como las externalidades de red o la capacidad de ganar escala sin adquirir activos tangibles.”

De otro lado, Pérez J. (2019) conceptualiza a las plataformas digitales como un modelo de negocio con una funcionalidad adicional para las empresas, puesto que facilita el intercambio de información entre varios grupos, en los cuales la gran mayoría se refiere a los consumidores y los productores o los proveedores de servicios y los compradores.

Cabe resaltar que las plataformas digitales cuentan con distintas funciones que facilitan el trabajo a los usuarios para que puedan resolver distintos problemas de manera automatizada y ahorrando recursos.

1.2.2.1.1.2. Importancia.

En los últimos años las plataformas digitales han tomado más importancia debido a la coyuntura sanitaria. No es ajeno saber que el mundo pasa por una crisis sanitaria, por lo cual

muchas personas y empresas se han visto obligadas a laborar de distintas formas. Entre ellas, la más importante ha sido el trabajo remoto donde las plataformas digitales han tomado un rol muy importante, explotando su potencial en la agilización, ahorro de tiempo y recursos para las empresas y sus colaboradores.

Uno de los principales factores del uso de Internet para la población de Perú es la comunicación debido a su naturaleza empática, laboral y de convivencia. En una encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), en el primer trimestre del 2020 demostró que el 92,1% de la población navega en Internet para comunicarse, 88,8% recurre a Internet para realizar actividades de entretenimiento como juegos de videos y obtener películas o música y el 87,8% utiliza Internet para obtener información.

Tabla 1

Población de 6 años y más de edad por sexo y grupos de edad, según tipo de actividad que realiza en Internet.

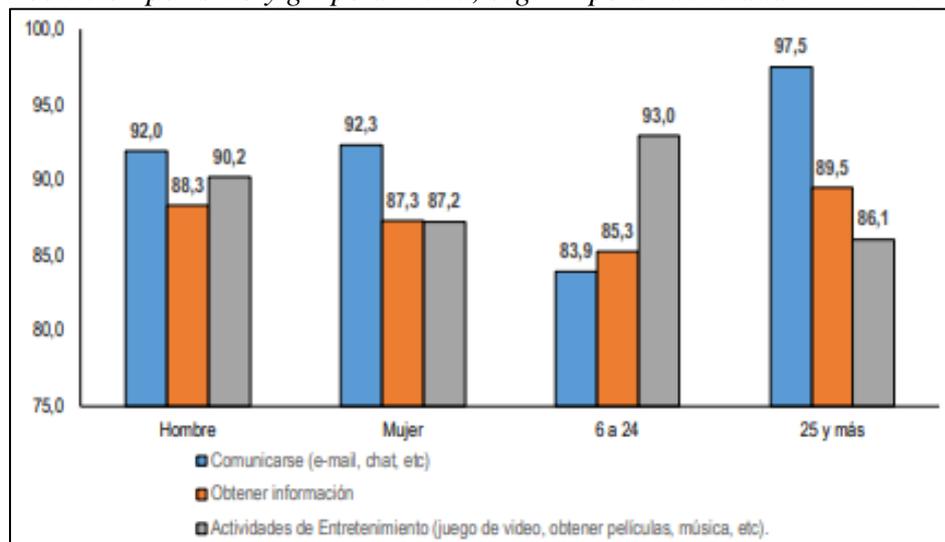
Actividades	Total	Sexo		Grupos de edad	
		Hombre	Mujer	6 a 24 años	25 y más años
Comunicarse (e-mail, chat, etc.)	92.1	92.0	92.3	83.9	97.5
Obtener información	87.8	88.3	87.3	85.3	89.5
Actividades de Entretenimiento (juegos de video, obtener películas, música, etc.)	88.8	90.2	87.2	93.0	86.1

Nota: INEI
Adaptación propia

Además, demostró también que, del total de hombres y mujeres usuarios de Internet, el 92,0% y el 92,3%, respectivamente, lo utilizan para comunicarse vía correo, chat, etc.; y el 88,3% de hombres y el 87,3% de mujeres, lo usan para obtener información. Por grupos de edad, es mayor el porcentaje de uso de Internet para comunicarse en el grupo de 25 y más años de edad (97,5%). (INEI, 2020)

Figura 1

Población por sexo y grupo de edad, según tipo de actividad en Internet.



Nota: INEI

De otro lado, para lograr que el flujo de información se realice de manera efectiva, estas plataformas deben estar conectadas digitalmente de forma masiva desde el exterior al interior para recolectar todos los datos posibles y habilitadas de forma cognitiva desde el interior al exterior, ya que el cómputo cognitivo para empresas logra identificar patrones. (Pérez J., 2019)

1.2.2.1.1.3. Características

Según la Universidad Internacional de Valencia (2018), las plataformas digitales o virtuales deben cumplir con algunas características básicas que deben estar fuertemente interconectados y ligados, de manera que fluya la información y la comunicación. Se puede visualizar en la Tabla 2. Algunas características y sus interpretaciones conceptuales que se deben cumplir en las plataformas digitales.

Tabla 2
Características de las plataformas

Características	Concepto
Centralización y automatización	Toda la información en un solo lugar con funciones que facilitan la labor.
Flexibilidad	Las plataformas permiten adaptarse a cualquier ambiente, ya sea el educativo o el empresarial
Interactividad	Cada uno de los usuarios trabaja de manera autónoma de manera sencilla.
Escalabilidad	Las plataformas pueden funcionar según las cantidades de usuarios solicitadas por cada organización.
Funcionalidad	Hacen que la labor sea desarrollada dependiendo del sector al cual va a servir, con los componentes necesarios que aseguren un correcto funcionamiento.
Usabilidad	Cumplen una función de UX (User experience) asegurando que la complejidad del uso de las plataformas sea mínima.
Ubicuidad	Facilidad de brindar al usuario todo lo que necesita de manera sencilla dentro de los distintos paneles.
Integración	Las plataformas deben permitir la integración de otras usadas por las distintas áreas de las empresas, como recursos humanos, contabilidad, marketing, etc. Lo que permite medir la eficacia y el impacto de los costos.

Nota: Tomado de Universidad Nacional de Valencia

1.2.2.1.1.4. Ventajas

Realizar acciones sin ayuda de un medio digital puede ser un proceso lento y complicado en estos tiempos, lo cual puede representar más gastos y un resultado ineficiente.

Las plataformas digitales o virtuales pueden traer una gran serie de ventajas como las que se detallarán a continuación:

- **Ahorro de tiempo:** La automatización de los procesos ayuda a ser más eficiente con las cantidades de horas utilizadas para determinados trabajos.

- Personal necesario: El equipo de trabajo solo se hará responsable del monitoreo y control de los resultados de la plataforma, por lo cual no requiere de mayor cantidad de colaboradores para ejecutar varias acciones, sino sólo una que controle.
- Medición de resultados: Con una plataforma digital se automatizan los resultados en tiempo real, por lo que el equipo únicamente debe dar seguimiento a los resultados.
- Flexibilidad: Hoy en día es mucho más sencillo elaborar o encontrar plataformas que se usen para cualquier proceso dentro de las organizaciones, ya sea una plataforma para finanzas, marketing, operaciones o atención a los clientes.
- Disminución de errores: Los seres humanos tendemos a fallar por lo que usar una plataforma permite reducir las incidencias en el trabajo de las personas.
- Intuitivas: las plataformas están diseñadas para brindar una experiencia agradable, todo el proceso manual ya está programado, por lo que no se necesita ser un experto para poder manipularla.
- Costos: en la mayoría de los casos existen dos formas de adquirir el servicio de una plataforma digital. Las gratuitas que brindan las herramientas básicas y tienen cierta limitación y la versión de pago, que tienen el paquete completo con una franquicia anual o mensual. Sin embargo, el costo de adquirirla supera notablemente el beneficio que brinda.

Incorporar herramientas digitales en la comunicación digital transforma el método de trabajo entre todos los colaboradores de las diferentes áreas, supervisores, puestos gerenciales y muchos actores dentro el ambiente de la organización, lo cual hace un flujo de información mucho más fluido. Con la inclusión y el uso continuo de la comunicación en las empresas se consiguen grandes beneficios dentro de estas, con comunicación más abierta, accesible, transparente y participativa para todos, logrando un sentimiento democrático y credibilidad en

las compañías, son cualidades que el consumidor reclama en las diversas compañías hoy en día. (TRESCE,2019)

A nivel general, la digitalización es un gran aporte para cada ámbito, tanto laboral, económico, social, cultural y empresarial.

1.2.2.1.2. Plataforma Tukutin.

1.2.2.1.2.1. Definición.

Es la primera plataforma digital peruana desarrollada para simplificar y agilizar las operaciones de comercio internacional, integrando a los diferentes actores de la gestión exportadora e importadora como: agentes de aduana, agentes de carga internacional, importadores y exportadores. Logrando minimizar los costos asociados a las operaciones y reduciendo los tiempos de respuesta del proceso de coordinación debido a la visualización del status de la orden en tiempo real.

La plataforma no sólo brinda la trazabilidad de las operaciones en tiempo real, sino que también cuenta con herramientas adicionales como el cotizador online; el cual brinda las tarifas del servicio logístico después de completar la información requerida dándole al importador o exportador una aproximación de los costos para cada uno de sus embarques. Además, el exportador/ importador podrá comunicarse con su operador logístico a través del chat online sin necesidad del uso del teléfono, llamadas o correos.

La plataforma fue construida con las versiones más actuales de los recursos de código abierto (Open Source). El back-end de la solución utiliza Node JS y Express. Actualmente utiliza servidores en la nube AWS, que son reconocidos por su seguridad y su escalabilidad según demanda.

Finalmente, cabe resaltar que Tukutin es una plataforma online enfocada en el servicio de atención al cliente (customer service), que permite facilitar la gestión logística de las operaciones de comercio internacional. Brindando canales de comunicación, negociación y

trabajo conjunto entre Operadores de Comercio Exterior (Agentes de carga y/o aduana) con empresas Exportadoras – Importadoras.

En resumen, habilita una ventana de conexión para los servicios logísticos permitiendo el envío y recepción de requerimientos mediante un calculador que permite obtener el costo por los servicios integrales solicitados por los USUARIOS, también centraliza el intercambio de información y de la documentación necesaria para el despacho de mercancías, transparentando la trazabilidad de las operaciones logísticas y la gestión en aduanas en tiempo real, ofreciendo servicios de calidad; tal y como lo exige la autoridad aduanera en la norma.

1.2.2.1.2.2. Características.

La plataforma digital Tukutin cuenta con módulos interactivos los cuales la hacen una herramienta particular. Entre ellos tenemos el cotizador online, donde el usuario podrá ingresar información específica de su operación y cotizar el servicio logístico requerido. Obtendrá una respuesta dentro de las 48 horas. Una vez aprobada la tarifa, el usuario continuará con el Dashboard de la Importación, donde podrá ingresar la información de su embarque y visualizar paso a paso el status de su operación en tiempo real según los cambios que realice el operador logístico. Mientras que el Dashboard de Exportación lo podrá utilizar de igual manera, visualizando paso a paso cada detalle de su mercadería. Toda comunicación con su operador podrá realizarse mediante el chat o el cuadro de incidencias de la plataforma.

La plataforma virtual Tukutin es una herramienta en el formato SAS, denominado en español como software como servicio, se les brinda a los usuarios el acceso a un software en la nube de algún proveedor. Es decir, los usuarios no tienen la necesidad de instalar aplicaciones en sus dispositivos, sino que las aplicaciones residen en una red de nube remota a la que se accede por medio de un API o una web.

Otros beneficios que brindan este tipo de servicios son que los datos en la nube están asegurados, puesto que no se pierden en caso el sistema falle. Según la necesidad de los servicios, el usuario puede escalar el incremento o ampliación de éste. Además, estas aplicaciones son accesibles desde cualquier parte del mundo en cualquier dispositivo conectado.

Para detallar los beneficios brindados por la plataforma se mostrará los beneficios para los dos principales actores de un lado tenemos a los Operadores Logísticos (Socios) y de otro lado a los Usuarios (Importadores y Exportadores):

Operadores Logísticos (Socios)

TUKUTIN permite reforzar dos áreas de trabajo dentro de la estructura de los SOCIOS; de un lado el área comercial que se encarga netamente de vender, la búsqueda y captación de nuevos clientes, recepción y envío de cotizaciones, respuesta de requerimientos y cierre del coste por concepto de servicios logísticos, entre otros.

Y de otro lado el área operativa que cumple funciones como el seguimiento de cada una de las operaciones que se le asignan, informar al cliente el estado de su carga, solicitar la información necesaria para cumplir con las formalidades aduaneras de numeración, gestión de retiro de mercancías, entrega o recojo interna de la carga. Cumplir con las funciones fundamentales para una adecuada gestión logística de una importación, desde la llegada de la mercancía a puerto hasta la entrega de ésta en el almacén del cliente. En el caso de las exportaciones, desde las coordinaciones para recoger la carga en el almacén del cliente exportador hasta el embarque o zarpe de la nave.

Área Comercial

- a) Refuerza el área de ventas mediante una herramienta que permite solicitar cotizaciones de manera directa con el área comercial de los operadores logísticos con sus clientes.
- b) Mantiene registro de las actividades y cotizaciones en el momento.
- c) Gestiona las cotizaciones para sus clientes en una plataforma Online.
- d) Amplía su red de alcance, Tukutin está comprometido con la digitalización de las actividades logísticas, es por eso que actúa como un Market Place que ofrece un canal de ventas adicional al que se trabaja internamente con los clientes habituales.

Área Operativa

- a) Centraliza la información y documentación de los despachos asignados mediante la plataforma
- b) Gestiona de forma sencilla todos los despachos asignados por el área comercial.
- c) Solicita la documentación y las especificaciones necesarias para el seguimiento de cada actividad.
- d) Brinda la trazabilidad de las operaciones logísticas en un panel dinámico.
- e) Realiza el seguimiento de cada una de las operaciones de importación o exportación pendientes.
- f) Visualiza de manera general el estatus de cada uno de los despachos.
- g) Brinda información actualizada de la carga de los clientes en todo momento y de manera automática.

Usuarios (Importadores y Exportadores)

El principal compromiso de Tukutin con sus USUARIOS empresarios, se vincula con las actividades que realizan cada una de ellas respecto a la gestión de sus operaciones logísticas

para el comercio internacional. Con la plataforma buscan ayudar al gremio importador y exportador a coordinar de manera eficiente sus despachos, de la mano de los operadores logísticos, con los que trabajen actualmente o con los que les sean asignados en el momento de enviar sus requerimientos (Solicitud de cotización de servicio logístico). De esta manera, evitar los temibles sobrecostos logísticos lo cual tiene como consecuencia perder competitividad en el mercado internacional en el caso de las exportaciones y el encarecimiento del producto final en el caso de las importaciones.

¿De qué manera ayudan a los empresarios importadores o exportadores?

- Brindan una herramienta digital para gestionar importaciones y/o exportaciones.
- Un canal de comunicación para coordinar de manera eficiente y sin descuidar ningún paso fundamental para una correcta operación.
- Medios predeterminados para la solicitud de requerimientos según las especificaciones de la carga de cada cliente.
- Reduce el tiempo de espera por una cotización de servicios.

Tukutin cuenta con tres pilares fundamentales:

- ✓ Ahorra tiempo y dinero
- ✓ Agiliza tus operaciones
- ✓ Aumenta tus ventas

1.2.2.1.2.3. Operaciones

Como un sistema de información es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de apoyar las actividades de una empresa o negocio. Estos elementos son de naturaleza diversa y normalmente incluyen:

El equipo computacional: El hardware necesario para que el sistema de información pueda operar.

El recurso humano: Aquel que interactúa con el sistema de información, alimentándose con datos o utilizando los resultados que genere.

Los datos o información: Son aquellos datos que son introducidos en el sistema que sirven para generar como resultado la información que se desea.

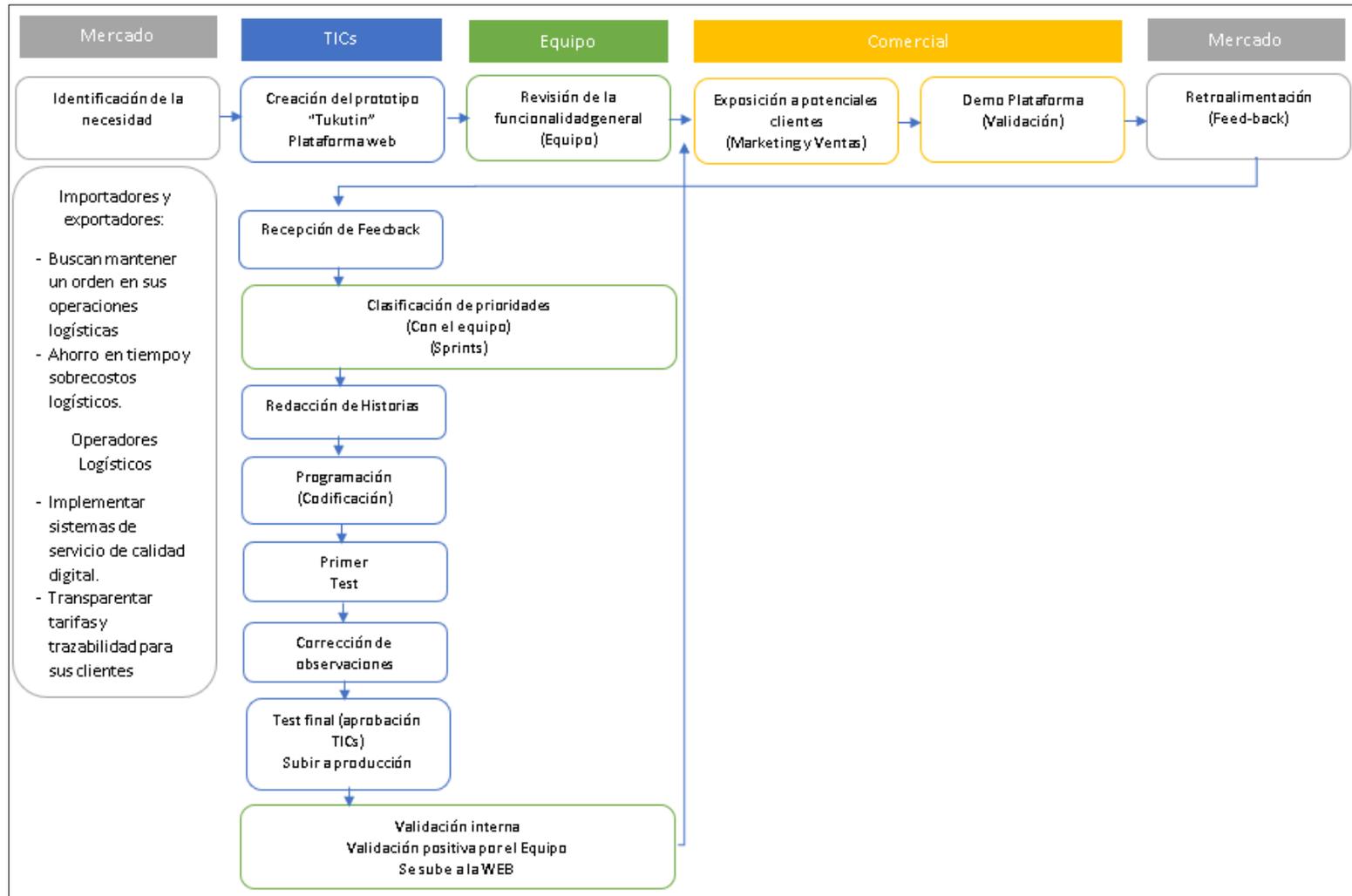
Las telecomunicaciones: Son básicamente hardware y software, facilitan la transmisión de texto, datos, imágenes en forma electrónica.

Procedimientos: Que incluyen las políticas y reglas de operación, tanto en la parte funcional del proceso de negocio como los mecanismos para hacer trabajar una aplicación en la computadora. (Daniel Cohen Karen,1994)

Los sistemas facilitan las operaciones entre las diferentes áreas de una empresa, creando una sinergia y centralización de la información. Automatizan los procesos operativos, generan la centralización de la información, logran una ventaja competitiva y facilitan la toma de decisiones.

Tukutin cuenta con un proceso organizacional que permite la recolección de la información de los usuarios para la retroalimentación y mejora continua de las funcionalidades y procesos de la plataforma. Es así que luego de identificar las necesidades del mercado, estas son elaboradas en borrados por el equipo completo para posteriormente asignar la codificación por el equipo de Tics. Para asegurar que las codificaciones sean las adecuadas y cumplan su funcionalidad, el equipo en reunión evalúa la plataforma mediante test internos para su aprobación y salida al mercado. Posteriormente, el equipo comercial presenta como speech de ventas y demos para los usuarios, es ahí donde se recibe la evaluación y experiencia de los usuarios para mantener la mejora continua en el proceso.

Figura 2
Flujo de trabajo interno Corregir de acuerdo a guía.



Tomado de Tukutin SAC

1.2.2.2. Operaciones de Comercio Internacional.

1.2.2.2.1. Definición.

Según el Diccionario de Comercio Internacional. (Arcila, C.,2015) El comercio internacional es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones que cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones, es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas. El empleo del término Comercio Internacional amplía el ángulo de visión de tal forma que ya no se representa a un país como mercado central y el objetivo de los negocios, sino que trata del mundo en su conjunto.

La participación de diferentes entidades públicas y privadas que regulan o modifican las formas, métodos y legislación del comercio internacional a nivel mundial. El comercio internacional contribuye con el desarrollo de los países mediante el crecimiento de sus empresas y el desarrollo de sus ciudades. Es muy importante porque contribuye a incrementar las riquezas de los países y sus pueblos, riqueza que es medida por intermedio de indicadores de bienes y servicios que genera un país anualmente. Además, permite contar con avances tecnológicos con los que países de diferentes partes del mundo no contarían en un corto plazo o incluso no serían capaces de producirlo, además permite que los productores cada vez sean más competitivos entre sí (Huesca C., 2012).

Desde el 2002, el Perú ha desarrollado una política activa de promoción de las exportaciones y de apertura a mercados externos a través de tratados de libre comercio (TLC). El comercio internacional se incrementó en forma dramática alcanzando el 41.8% del PBI en el año 2006. (UNCTAD, 2011)

1.2.2.2.1.1. Importación.

La importación de mercancías es la modalidad de comercialización internacional que consiste en la compra de productos desde una zona fuera de las limitaciones geográficas de cada nación hacia el interior de estas.

Régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero de ciertas mercancías, con suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo y recargos de corresponder, siempre que sean identificables y estén destinadas a cumplir un fin determinado en un lugar específico para ser reexportadas en un plazo determinado sin experimentar modificación alguna, con excepción de la depreciación normal originada por el uso que se haya hecho de las mismas (Ley General de Aduanas, 2008).

Las importaciones cumplen un papel importante en el comercio internacional, pues permiten disponer de bienes, insumos o partes que la propia nación no produce por distintos factores como inversiones, condiciones geográficas, capacidad de producción, ciencia, tecnología, etc.

1.2.2.2.1.2. Exportación.

Según el glosario del portal de SIICEX (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior) la definición de exportación es aquel régimen aduanero que permite la salida legal de bienes y servicios de origen nacional.

Por otro lado, el diccionario de Comercio Internacional (2016) nos menciona que el término de exportación corresponde a toda operación que supone la salida de mercancías de un territorio aduanero y que produce como contrapartida una entrada de divisas.

1.2.2.2.2. Labores del área de comercio exterior.

1.2.2.2.2.1. Operaciones de Comercio Exterior de Perú Vende.com.

Empresa peruana dedicada a la importación, comercialización y exportación de productos hidrobiológicos congelados. Teniendo como principales clientes a los mayoristas y distribuidores de los terminales pesqueros de Ventanilla y Villa María en Lima y en provincias.

Inició operaciones el año 2006 y son parte de la tercera generación familiar de empresarios pesqueros los cuales cuentan con el respaldo y conocimiento de los productos hidrobiológicos para consumo humano e industrial.

Perú Vende nació con el fin de brindarle al sector pesquero la innovación en el desarrollo comercial y productivo en la exportación e importación de productos marinos congelados. Además de garantizar la oferta exportable y nacional de productos hidrobiológicos congelados, ya que cuenta con socios estratégicos conformados por grupos de empresas involucradas del norte y centro del Perú. Por otro lado, dentro de los principales productos importados que maneja en su catálogo, se encuentran los filetes de tilapia, los tubos de calamar, el calamar congelado provenientes de mercados de China, USA, Europa y Ecuador. Así mismo, la empresa exporta pota entera congelada, concha de pala y anchoveta a destinos como Corea, Tailandia, México, USA, entre otros.

En el 2019, la empresa duplicó la facturación frente al período anterior, motivo por el cual necesitan buscar procesos más efectivos y herramientas digitales que los ayuden a seguir aumentando su productividad y utilidad.

Tabla 3
Ventas mensuales de la empresa Perú Vende.com

PERIODO	2018	2019
ENERO	S/. 1,888,915.00	S/. 2,348,512.00
FEBRERO	S/. 1,037,450.00	S/. 2,086,273.00
MARZO	S/. 1,274,717.00	S/. 1,807,225.00
ABRIL	S/. 1,323,965.00	S/. 1,310,667.00
MAYO	S/. 1,022,251.00	S/. 1,121,151.00
JUNIO	S/. 858,708.00	S/. 1,108,715.00
JULIO	S/. 742,066.00	S/. 2,045,341.00
AGOSTO	S/. 1,697,274.00	S/. 2,552,073.20
SETIEMBRE	S/. 2,220,542.00	S/. 2,250,358.00
OCTUBRE	S/. 1,278,735.00	S/. 2,538,554.00
NOVIEMBRE	S/. 1,426,223.00	S/. 2,117,601.00
DICIEMBRE	S/. 1,224,010.00	S/. 2,357,110.00
TOTAL	S/. 15,994,856.00	S/. 23,643,580.20

Tomado de Perú Vende.com
Elaboración propia

Figura 3
Comparación de crecimiento en el 2019 respecto al 2018.

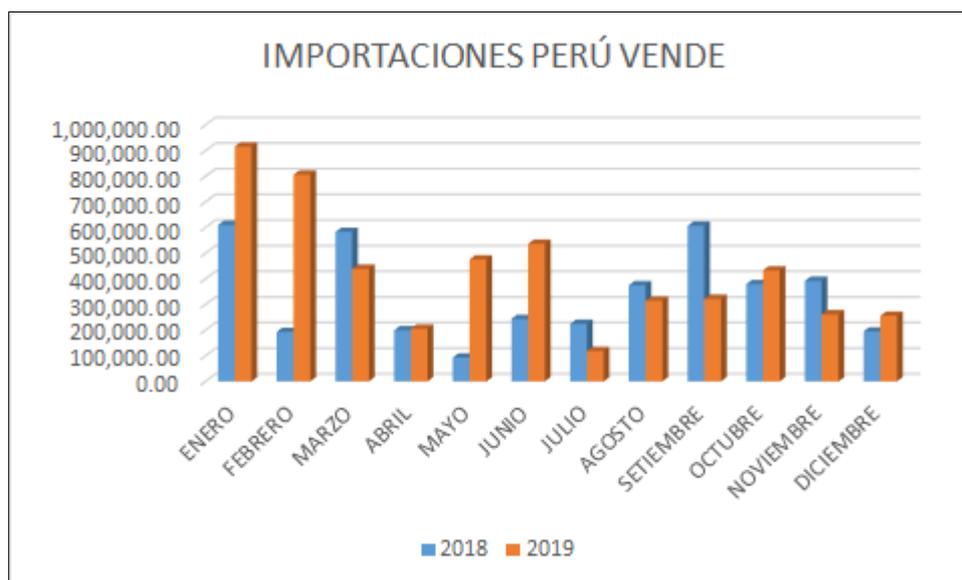


Tabla 4
Exportaciones e importaciones en el Año 2018 y 2019

Período	2018		2019	
	Exportaciones	Importaciones	Exportaciones	Importaciones
Contenedores	3	119	18	135
Monto total	US\$82,190.00	US\$4,308,434.00	US\$963,833.00	US\$5,078,429.10

Tomado de Perú Vende.com
Elaboración propia

Para el 2019, la empresa Perú Vende importó 135 contenedores frente a los 119 que había importado durante el 2018. Esto permitió la consolidación de la marca, la ampliación de su cartera de productos y un mayor alcance en el mercado.

Mientras que las exportaciones incrementaron once veces más que el período anterior. Generando una mayor exposición de los productos de la empresa en el mercado de México, Japón y Vietnam tras las alianzas creadas con dos empresas importantes del sector.

Tabla 5
Datos generales de la empresa Perú Vende.com

Datos Generales	
Razón Social:	Perú Vende.com SAC
Tipo de Contribuyente:	Sociedad Anónima Cerrada
RUC:	20513509287
Dirección fiscal:	Calle José Granda nro. 565, Int. B San Isidro.
Fecha de Inscripción:	06 de Julio del 2006
Representante Legal:	Carlos Guillermo Morales-Macedo Perata
Actividades Económicas:	Venta May. Alimentos, Bebidas y Tabaco Venta Min. en almacenes no especializados
Website:	www.peruvende.pe

Nota: Sunat
Elaboración propia

1.2.2.2.3. Operatividad aduanera.

Las relaciones internacionales entre países de diferentes partes del mundo conllevan al intercambio cultural, costumbres, modos de vida y demás factores que diferencian a las poblaciones del mundo en lo que interculturalidad se refiere.

Los estados del mundo, para mantener control sobre las migraciones, tránsito de mercancías o personas y comercio internacional, incorporan, crean o modifican la legislación para tener un manejo adecuado de las operaciones en frontera, o a lo que se le puede llamar operaciones aduaneras.

Para motivos de esta investigación, definiremos al Control aduanero de mercancías como las operaciones que son necesarias en el control fronterizo, terminales, puertos o aeropuertos para regular las operaciones de comercio internacional del Perú con el mundo, para el ingreso y salida de carga.

Las funciones y atribuciones que posee las Aduanas en el Perú - SUNAT, según el Reglamento de Organizaciones y Funciones de la Sunat, menciona en su Artículo 4. Véase en el ANEXO 1

1.2.2.2.4. Operadores logísticos.

Según el Artículo 15 de Las Normas legales de Aduanas GJA-03 Ley General de Aduanas define como Operadores de Comercio Exterior a los despachadores de aduana, transportistas o sus representantes, agentes de carga internacional, almacenes aduaneros, empresas del servicio postal, empresas de servicio de entrega rápida, almacenes libres (Duty Free), beneficiarios de material de uso aeronáutico, dueños, consignatarios y en general a cualquier persona natural o jurídica interviniente o beneficiaria, por sí o por otro, en los regímenes aduaneros previstos en el presente Decreto Legislativo sin excepción alguna.

Para el comercio internacional, los servicios que brindan estos actores de la cadena son esenciales y están direccionados a facilitar y simplificar las operaciones. Además de contribuir con el desarrollo interno del país y velar el control aduanero.

1.2.2.2.4.1. Agentes de aduana.

Un agente de aduana es aquella empresa encargada de declarar y fiscalizar ante la Sunat toda transacción comercial. Tanto para el ingreso como para la salida de las mercancías en el territorio aduanero. Según el Glosario de Siicex, el agente de aduanas es la persona jurídica encargada de la tramitación documentación aduanera.

Según el Reglamento de la Ley General de Aduanas-SUNAT, Sección 3, De los Despachadores oficiales y de las agencias de aduana.

El Artículo Nro. 148 menciona que el titular de la agencia de aduana persona natural, deberá ser residente en el país, ciudadano en ejercicio, carecer de antecedentes penales por delitos dolosos y tener Título de Agente de Aduana expedido por la Escuela Nacional de Aduanas.

La agencia de aduana persona jurídica, deberá estar constituida en el país, como sociedad civil o mercantil, con arreglo a las disposiciones pertinentes, debiendo constar en sus estatutos como finalidad exclusiva la realización de regímenes, operaciones aduaneras y destinos especiales o de excepción. Adicionalmente, en el caso de Sociedades Anónimas el representante legal deberá ser miembro del directorio y en el caso de Sociedades Comerciales de Responsabilidad Limitada deberá ser socio de la misma.

Artículo 156° El mandato para despachar, otorgado en favor de la agencia de aduana, persona natural o jurídica, incluye la facultad de desaduanar y retirar las mercancías de las aduanas, formular pedidos y reclamos, realizar actos y trámites relacionados con el despacho.

1.2.2.2.4.2. Agentes de carga.

Los agentes de carga internacional o también llamados “Transitarios” son aquella persona jurídica que realiza y recibe embarques, consolida, des consolida carga y actúa como operador de transporte multimodal, según el Glosario de Siicex (Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior).

En el mercado podemos encontrar diversas empresas como Neptunia que brindan sus servicios de agentes de carga internacional marítima, ofreciéndole al cliente fletes marítimos desde y hacia cualquier puerto. Además del traslado de los contenedores y la trazabilidad de la operación a lo largo de todo el proceso.

El agente de carga internacional se transforma en el aliado perfecto del importador o exportador, puesto que éste no sólo le ayudará a gestionar sus operaciones de manera rápida y eficiente, sino que también será el responsable de que el producto llegue en buenas condiciones hasta el almacén del cliente.

1.2.2.2.5. Conectividad entre operadores logísticos y sus clientes.

El problema de la crisis sanitaria en torno al Covid-19 en el 2020, ha permitido que se refuerce y se tome importancia a la conectividad. ¿Qué es conectividad? La página web Definición de (2018) la define como “la capacidad de establecer una conexión: una comunicación, un vínculo. El concepto suele aludir a la disponibilidad que tiene de un dispositivo para ser conectado a otro o a una red.”. Es de entender que es necesaria la intervención de equipos que cuenten con radares de comunicación para la emisión y recepción de la información.

Teniendo claro el concepto de Conectividad, se puede mencionar que usar vías de comunicación entre los Operadores logísticos y sus Clientes es de suma importancia para las coordinaciones relacionadas al intercambio de información. De lo contrario presentaría

deficiencias en el proceso. Partiendo de un análisis documentario para los despachos de importación y exportación la ineficiencia de la conectividad puede generar grandes problemas. Teamnet.mx (2019), una compañía mexicana especializada en sistemas de la información menciona alguno de los problemas más frecuentes por la carencia de una adecuada comunicación, las cuales se mencionan a continuación:

- No informar que el despacho de la mercancía ya llegó a puerto, esto puede incurrir en el incremento de costos por almacenaje.
- No revisar previamente la documentación necesaria para el despacho afectando en el flujo operativo, dificultando un adecuado trámite aduanero lo cual puede generar problemas de tiempo y dinero.
- Envío de mercancía a otros destinos o a otros procesos (régimenes) aduaneros, tanto la redacción de los BL como las declaraciones de exportación o importación deben consignar datos validados por el usuario.
- Desconocer el flujo del proceso de importación o exportación. La poca información y conocimiento de los usuarios puede provocar un aprovechamiento de algunos operadores logísticos, algunos errores propios de los agentes de carga y aduana que se hacen pasar como errores del usuario, cubriendo su responsabilidad y convirtiendo una falencia en una verdad, responsabilizando a otros e incrementando los costos por conceptos de multas o sanciones.
- Obtención de reportes o resúmenes de cada una de las operaciones, esto permite crear un historial del cual se puede rescatar las buenas actividades en cada uno de los eslabones de la cadena de suministro, para replicarlas en los próximos despachos. De otro lado tomar acciones estratégicas en aquellas que tuvo inconvenientes.

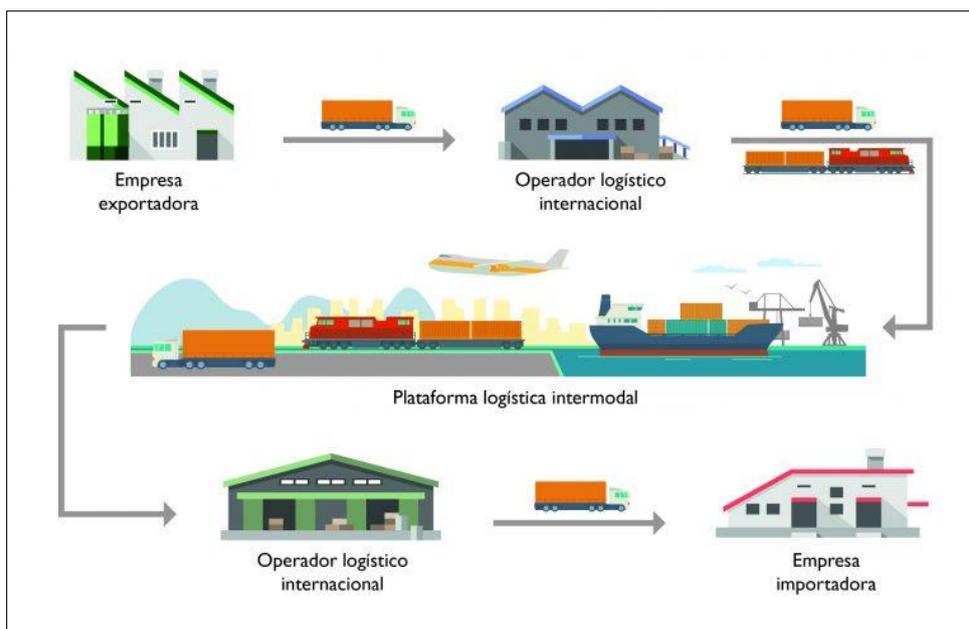
1.2.2.2.6. Costos de la logística internacional.

En el proceso de planificación, proceso, ejecución y traslado de mercancías incluyen diferentes aspectos relacionados a la gestión logística del comercio internacional. Para aspectos relacionados a esta investigación tendrá un alcance de influencia en las operaciones logísticas post producción de la materia prima y post aceptación de las características de compra para los casos de exportación e importación respectivamente.

Por tanto, los costos incluidos en el trabajo de investigación están ligados a los costos relacionados con el transporte internacional, tributos y derechos, servicios aduaneros y servicios de traslado interno.

Figura 4

Proceso logístico de comercio internacional corregir.



Nota: Diario el exportador

1.2.2.2.6.1. Transporte internacional.

El transporte internacional de mercancías cumple un rol importante dentro de la cadena de abastecimiento y la cadena de distribución física internacional, puesto que se encarga de velar por el traslado, movimiento y entrega de la carga.

Acorde con las tendencias globales se prevé que para el año 2050 el comercio global valdrá, cuando menos, el 50 por ciento del Producto Global Bruto (Reyes, 2009). Por lo cual, se muestra la importancia de su desarrollo para beneficios de las negociaciones internacionales en el futuro.

Podemos clasificar los tipos de transporte Internacional de mercancías de la siguiente manera, entre los principales tenemos: marítimo, aéreo y terrestre.

A. Transporte marítimo: Es el traslado de mercancías o personas de una nación a otra usando como medio de transporte embarcaciones y posee las siguientes características:

- a. Único medio de transporte económico para transportar grandes volúmenes de mercancía.
- b. Gran capacidad de carga, superando el medio millón de toneladas.
- c. Es flexible porque existe la posibilidad de contratar buques de todos los tamaños.
- d. Es competitiva, la mayor parte del movimiento de mercancías a nivel mundial se realizan por transporte marítimo.
- e. Existen variedad de tipos de buque que se adaptan a los diferentes tipos de carga. (Guía Marítima - SIICEX, 2019)

B. Transporte Aéreo: Es el medio de transporte más caro de todos, ya que tiene en cuenta como factor principal el peso. Sin embargo, su principal ventaja es la rapidez, por lo que son ideales para mercancías con ciclos de vida cortos que necesitan ser transportados a largas distancias. Cabe mencionar que el tamaño y peso de la carga es un factor limitante para este medio de transporte debido a las dimensiones del avión (Kanvel.com, 2017). Es un medio de transporte que se debe elegir sólo si los costos son justificados con la rentabilidad para actividades comerciales.

C. Transporte Terrestre: Este medio de transporte posee una gran variedad de tipos de vehículos, es flexible permitiendo que puedan trasladar la cantidad, tipo y tamaño de carga que requiera. Además, ofrece un menor costo.

Tiene como características las siguientes:

- a. Permite realizar un servicio "door to door"
- b. Es flexible puesto que ofrece una gran variedad de tipos de vehículos para todo tipo de productos.
- c. La facilidad de carga y descarga son las más simples a comparación con otros medios de transporte.
- d. Facilita el transbordo de cargas en el medio multimodal.

1.2.2.2.6.2. Tributos y derechos.

La deuda aduanera es el monto que se debe pagar en el Perú, por el concepto de derechos arancelarios y los demás tributos aduaneros. Se aplican en la Importación para el consumo y el Despacho anticipado de Importación, los cuales se detallan en el Procedimiento DESPA.PE.01.08. Aplicación de Derechos Arancelarios y demás tributos a la Importación.

La tasa de los derechos arancelarios se aplica según la tabla de la partida en el Arancel de Aduanas. La tasa de los demás tributos pertenece a la importación para el consumo. Todos los valores expresados en monedas extranjeras se convertirán en Dólares de Estados Unidos de América, siempre y cuando no se considere lo contrario.

Tabla 6
Impuestos grabados a la importación

Tributos y derechos	Descripción
Derechos AD-Valorem	Tasa impositiva: cuatro (04) niveles: 0%, 4%, 6% y 11%, según subpartida nacional
Derechos Específicos-Sistema de Franja de Precios	Este tributo que tiene la naturaleza de derecho arancelario, grava las importaciones de los productos agropecuarios tales como arroz, maíz amarillo, leche y azúcar (productos marcadores y vinculados), fijando derechos variables adicionales y rebajas arancelarias según los niveles de Precios Piso y Techo determinados en las Tablas Aduaneras.
Impuesto Selectivo al Consumo	Una de sus finalidades es desincentivar el consumo de productos que generan externalidades negativas en el orden individual, social y medioambiental, como, por ejemplo: las bebidas alcohólicas, cigarrillos y combustibles.
Impuesto General a las ventas - IGV	Tasa impositiva: 16%
Impuesto de promoción municipal –IPM	Tasa impositiva: 2%
Derechos Antidumping o compensatorios	Los derechos antidumping y los compensatorios tienen la condición de multa. La base imponible, lo constituye el monto al que asciende el valor FOB consignado en la Factura Comercial o en base al monto fijo por peso o por precio unitario. <u>Monto</u> : variable.
Régimen de Percepción	Porcentaje sobre el importe de la operación: -10% Cuando el importador se encuentre a la fecha en que se efectúa la numeración de la DAM o DSI. -5% cuando el importador nacionalice bienes usados. -3.5% cuando el importador no se encuentre en ninguno de los supuestos antes mencionados.

Nota: Sunat

Este detalle es de carácter público, cualquier importador, puede realizar la consulta a través del portal de Sunat, en el Aduanet. Para realizar la consulta se debe de ingresar el número de partida arancelaria o sub partida requerida y automáticamente el portal te arroja el detalle de los gravámenes vigentes y el porcentaje de los mismos.

Esta información es de suma importancia para el importador, puesto que, en caso de no contemplar y realizar el pago de los tributos a tiempo, no podrá realizar el retiro de su mercancía o se presentarán retrasos en el mismo.

En cuanto a las exportaciones, Sunat indica que la exportación de mercancía no está sujeta al pago de ningún tributo.

1.2.2.2.6.3. Servicios aduaneros.

Según las Normas Legales GJA-03 Ley General de Aduanas, Artículo 4°-Facilitación del Comercio Exterior menciona que los servicios aduaneros son esenciales y están destinados a facilitar el comercio exterior, a contribuir al desarrollo nacional, a velar por el control aduanero y el interés fiscal. Para el desarrollo y facilitación de las actividades aduaneras, la Administración aduanera deberá expedir normas que regulen la emisión, transferencia, uso y control de documentos e información, relacionados con tales actividades, sea ésta soportada por medios documentales o electrónicos que gozan de plena validez legal.

Dentro de los principales servicios aduaneros están la declaración de bienes, inspección de mercancías o también llamados aforos, control y supervisión durante los procedimientos de carga y descarga, el servicio de custodia y protección de las mercancías hasta el almacén de destino.

1.2.2.2.6.4. Costos de transporte local.

Los costes de transporte local o también conocidos como costos terrestres puerto – puerta – puerto. Siempre y cuando el usuario lo requiera como parte del servicio de los Operadores logísticos. Este costo incluye la entrega o recogida del contenedor y su traslado por tierra, pero no la carga o descarga de los mismos, por lo cual puede aplicar algunos recargos para esa extensión del servicio denominada también como costos por cuadrilla. El costo de cuadrilla complementa al costo de transporte local, ya que, casi en todas las situaciones el cliente solicita este servicio para la descarga del contenedor y acomodo de los paquetes en el

almacén del cliente o viceversa desde el almacén del cliente para ser acomodados en el interior del contenedor.

1.3. Objetivos e hipótesis

1.3.1. Objetivos.

1.3.1.1. Objetivo General.

Demostrar cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018-2019.

1.3.1.2. Objetivos Específicos.

Comprobar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Evaluar cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en los costos logísticos de la empresa Perú Vende.

Determinar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa de las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.

Determinar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.

1.3.2. Hipótesis.

1.3.2.1. Hipótesis general.

La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019

1.3.2.2. Hipótesis específica.

La plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende.

La plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.

La plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.

Capítulo 2

2.1. Método

El método que se ha usado para esta investigación posee un enfoque cuantitativo, puesto que refleja la necesidad de medir y estimar resultados del problema general y específicos. Debido a que los datos son productos de mediciones, se presentan mediante números y se analizan con métodos estadísticos. La recolección de datos se basa en la medición mediante encuestas, donde se miden las variables y conceptos contenidos en las hipótesis. De otro lado posee un nivel explicativo y descriptivo. (Hernández, R., Fernández C. & Baptista M., 2014)

2.1.1. Tipo de investigación.

El tipo corresponde a una investigación tecnológica, busca la aplicación de los conocimientos y herramientas tecnológicas en favor de la naturaleza y la sociedad. (Rincón, 2012)

De la misma forma se coincide con Bello (2006) quien no duda en sostener que “la Investigación Tecnológica tiene como finalidad solucionar problemas o situaciones que el conocimiento científico consolidado como tecnología demanda: por lo tanto, no sería su finalidad descubrir nuevas leyes, y casualidades, sino la de reconstruir procesos en función de descubrimientos ya realizados.”

Además, cumple un papel importante porque los desarrollos tecnológicos mejoran la productividad de las industrias, tal como enfatiza De la Cruz (2016)

2.1.2. Diseño de Investigación.

El diseño de investigación es no experimental, por lo que no se hace variar de forma intencional la variable independiente para ver su efecto en otras variables, el estudio se realiza tal y como se encuentra en su naturaleza. Y por su dimensión temporal o el número de

momentos o puntos en el tiempo en los cuales se recolectan datos es transeccional o transversal. (Hernández, R., Fernández C. & Baptista M., 2014).

2.1.3. Variables.

2.1.3.1. Variable X: Plataforma Digital

Pérez, J. (2019) Conceptualiza a las plataformas digitales como un modelo de negocio con una funcionalidad adicional para las empresas, puesto que facilita el intercambio de información entre varios grupos, en los cuales la gran mayoría se refiere a los consumidores, productores o los proveedores de servicios y los compradores.

Tabla 7

Operacionalización de la variable X

Dimensiones	Indicadores
X1. Tiempo de respuesta	Duración
X2. Accesibilidad	Experiencia del usuario
X3. Funcionalidad	Módulo de exportación
	Módulo de importación
X4. Comunicación	Contenido
	Orden

2.1.3.2. Variable Y: Operaciones de Comercio Internacional

Según el Diccionario de Comercio Internacional. (Arcila, C.,2015). El comercio internacional es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cuales quiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones, es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas. El empleo del término Comercio Internacional amplía el ángulo de visión de tal forma que ya no se representa a un país como mercado central y el objetivo de los negocios, sino que trata del mundo en su conjunto.

Tabla 8
Operacionalización de la variable Y

Dimensiones	Indicadores
Y1. Gestión de operaciones	Número de exportaciones Número de importaciones
Y2. Costos logísticos	Costo por operación
Y3. Carga laboral	Número de operaciones por Persona
Y4. Operadores Logísticos	Calidad de servicio óptimo/excelente/insuficiente/Nulo

Elaboración propia

2.1.4. Muestra.

Para el presente estudio se utilizó un tipo de muestreo no probabilístico. Este es el tipo de muestreo que sigue el criterio del conocimiento del investigador, economía, comodidad y alcance, se procura que la muestra obtenida sea lo más representativa posible. Sin embargo, aunque existe una limitación además del sesgo son necesarias e inevitables porque son más económicos, rápidos y menos complicados. Éste es típico y necesario cuando están realizando investigaciones cualitativas, históricas, documentales o de análisis de casos.

El muestreo intencional se realiza sobre la base del conocimiento y criterios del investigador, además de las facilidades de acceso a la población.

Tabla 9.
Cantidad de colaboradores de la empresa Perú Vende.com

Área	Cantidad de colaboradores
Gerencia General	1 colaborador
Área de Administración	4 colaboradores
Área de Comercio Internacional	3 colaboradores
Área de Logística	4 colaboradores
Área de Ventas	2 colaboradores
Área de Limpieza	2 colaboradores
Área de Cómputo y Mantenimiento	2 colaboradores

Nota: Administración Perú Vende.com

2.1.5. Instrumentos de investigación.

El instrumento empleado para este estudio es un cuestionario que consta de 15 preguntas, con el objetivo de demostrar cual o como es la influencia de la plataforma Tukutin en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.com

Tabla 10

Ficha técnica de la encuesta

FICHA TÉCNICA ENCUESTA (2021)	
Nombre	Cuestionario sobre la implementación de la plataforma Tukutin
Autores	Carla Alba, Enrique Pacheco
Objetivo	Demostrar la influencia de plataforma Digital Tukutin en las Operaciones de comercio internacional en la empresa Perú Vende.com 2018-2019
Procedencia	Lima
Dirigido a:	Colaboradores de la empresa Perú Vende.com
Lugar	San Isidro
Tipo de aplicación	Individual y colectiva Envió de correo con link de cuestionario hecho en formulario de Google
Tiempo de aplicación	5 minutos
Total de ítems	15

Elaboración propia

2.1.6. Procedimiento de recolección de datos.

Las encuestas son desarrolladas en la empresa Perú Vende.com por modalidad virtual a las distintas áreas de interés: comercio exterior, administrativa, gerencial y logística. Además, se obtuvieron datos estadísticos e informativos del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI), Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT), blogs y libros especializados en materia digital y de comercio exterior.

Capítulo 3

3.1. Resultados

3.1.1. Presentación de resultados.

Se aplicó el cuestionario a 12 colaboradores de la empresa Perú Vende.com, de las diferentes áreas, las cuales fueron: la gerencia, administración, comercio exterior y logística.

ANÁLISIS DESCRIPTIVO.

En el siguiente análisis descriptivo se visualiza a través de tablas los resultados de la investigación.

- **X1: Tiempo de respuesta**

Tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma.

Tabla 11

Tiempo de promedio de la respuesta del operador logístico mediante la plataforma.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	De 1 a 2 horas	8	66,7	66,7	66,7
	De 2 a 5 horas	1	8,3	8,3	75,0
Válido	Más de un día	1	8,3	8,3	83,3
	Un día	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se puede observar que el 66.7% de los colaboradores, consideran que el tiempo promedio de respuesta del operador logístico ha sido entre una y dos horas. El 8.3% indica que es de dos a cinco horas y un 8.3% que el tiempo de respuesta es de más de un día. Y el 16.7% confirmó que solo demora un día.

- **X2: Accesibilidad**

¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?

Tabla 12

¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Difícil	2	16,7	16,7
	Fácil	6	50,0	66,7
Válido	Muy fácil	1	8,3	75,0
	Neutral	3	25,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0

Elaboración propia

Aquí se observa que el 50% de los colaboradores, consideran que la implementación de la plataforma en su área de trabajo fue fácil. El 25% la valora como neutral. El 16.67% la califica como difícil mientras que el 8.33% confirmó que fue muy fácil.

¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?

Tabla 13

¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	Difícil	1	8,3	8,3
	Fácil	6	50,0	58,3
Válido	Muy fácil	1	8,3	66,7
	Neutral	4	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0

Elaboración propia

Se advierte que el 50% de los colaboradores considera el uso de los módulos de la plataforma como fácil. Lo neutral lo califica el 33.33%. El 8.33% como difícil. Y el 8.33% le resultó muy fácil.

- **X3: Funcionalidad**

¿Qué valora de la implementación de la plataforma Tukutin? (Marque según el nivel que corresponda) [Rapidez]

Tabla 14

Valoración de la “Rapidez” en la implementación de la plataforma Tukutin.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor	10	83,3	83,3	83,3
	Menor	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia.

No existen diferencias notables del porcentaje de los colaboradores que aprecian tanto la rapidez como la comodidad. El 83.33% lo aprecian así.

¿Qué valora de la implementación de la plataforma Tukutin? (Marque según el nivel que corresponda) [Comodidad]

Tabla 15

Valoración de la “comodidad” en la implementación de la plataforma Tukutin

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Mayor	10	83,3	83,3	83,3
	Menor	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo?

Tabla 16

¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	41,7	41,7
	Ni en desacuerdo ni en acuerdo	3	25,0	66,7
	Totalmente de acuerdo	4	33,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0

Elaboración propia

Se observa que el 41.7% de los colaboradores consideran estar de acuerdo con el flujo conveniente que las funcionalidades de Tukutin refleja. El 33.33% confirma estar totalmente de acuerdo mientras que el 25% califica estar ni en desacuerdo ni en acuerdo.

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Capacitación]

Tabla 17

Importancia de la “Capacitación”

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	3	25,0	25,0
	4	4	33,3	58,3
	5	5	41,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0

Elaboración propia

Se observa que el 41.7% de los colaboradores aprecia la capacitación como muy importante. El 33.33% la califica como importante. Y el 25% como regular.

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Sistema modular de la plataforma]

Tabla 18
Importancia del sistema modular de la plataforma

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	1	8,3	8,3
	4	9	75,0	83,3
	5	2	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 75% de los colaboradores considera el sistema modular de la plataforma como importante; el 16.67% confirma como muy importante. Y el 8.33% como regular.

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Seguridad]

Tabla 19
Importancia de la seguridad

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	3	1	8,3	8,3
	4	7	58,3	66,7
	5	4	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se observa que el 58.33% de los colaboradores considera que la seguridad fue importante. El 33.33% la califica como muy importante. Mientras que el 8.33% indicó que fue regular.

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Confidencialidad de la información]

Tabla 20
Importancia de la Confidencialidad de la información

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	3	1	8,3	8,3
	4	7	58,3	66,7
Válido	5	4	33,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se advierte que el 58.33% de los colaboradores considera la confidencialidad de la información como importante. El 33.33% confirmó que fue muy importante. Y el 8.33% indicó que fue regular.

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Calidad de Servicio]

Tabla 21
Importancia de la Calidad de servicio.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	3	3	25,0	25,0
	4	6	50,0	75,0
Válido	5	3	25,0	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 50% de los colaboradores considera que la calidad de servicio fue importante. El 25% la considera como muy importante mientras que el 25% indica que fue regular.

X4: Medios de Comunicación

Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.

Tabla 22

Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Correo corporativo	10	83,3	83,3	83,3
	Llamadas telefónicas	2	16,7	16,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 83.33% de los colaboradores indica que el medio más utilizado con el operador fue el correo corporativo. Mientras que el 16.67% fue mediante llamadas telefónicas.

La comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin es considerada como:

Tabla 23

Comunicación con el Operador Logístico

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bueno	6	50,0	50,0	50,0
	Muy bueno	5	41,7	41,7	91,7
	Regular	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se advierte que el 50% de los colaboradores considera que la comunicación fue buena. El 41.67% la califica como muy buena. Y el 8.33% indica que fue regular.

- **Y1: Gestión de las operaciones de importación y exportación**

Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.

Tabla 24

Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces sí, algunas veces no	8	66,7	66,7	66,7
	La mayoría de veces sí	2	16,7	16,7	83,3
	Nunca	1	8,3	8,3	91,7
	Siempre	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se observa que la frecuencia de uso de Tukutin fue de 66.67% algunas veces sí y algunas veces no. El 16.67% la consideró como la mayoría de veces sí. El 8.3% indicó que fue siempre mientras que el 8.3% la consideró como nunca.

Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.

Tabla 25

Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Algunas veces sí, algunas veces no	7	58,3	58,3	58,3
	La mayoría de veces sí	2	16,7	16,7	75,0
	Nunca	2	16,7	16,7	91,7
	Siempre	1	8,3	8,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 58.33% de los colaboradores considera que la frecuencia de uso en las exportaciones fue de algunas veces sí y algunas veces no. El 16.67% la califica como la mayoría de las veces. El 16.67% indicó que nunca. Y el 8.33% confirmó que siempre.

- **Y2: Costos por operación**

Los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende, disminuyeron:

Tabla 26

Disminución de los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Bastante	3	25,0	25,0	25,0
	Nada	1	8,3	8,3	33,3
	Regular	8	66,7	66,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se observa que el 66.67% de los colaboradores considera que la disminución de los costos mensuales fue regular. El 25% los califica como bastante mientras que el 8.33% indicó que fue nula.

Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.

Tabla 27
Nivel porcentual de reducción de costos con Tukutin

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De 0% a 10%	3	25,0	25,0	25,0
De 11% a 20%	1	8,3	8,3	33,3
Válido De 21% a 30%	6	50,0	50,0	83,3
Ninguno	2	16,7	16,7	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se advierte que el 50% de los colaboradores considera que el nivel porcentual de reducción de costos fue de 21% a 30%. El 25% indica que fue de 0% a 10%. El 16.67% la calificó como nula. Mientras que el 8.33% indica que fue de 11% a 20%.

- **Y3: Carga Laboral**

¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?

Tabla 28

¿La implementación de la plataforma ha sido beneficiosa?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	No	2	16,7	16,7	16,7
Válido	Sí	10	83,3	83,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 83.33% de los colaboradores confirmó que la implementación de la plataforma ha sido beneficiosa. Mientras que el 16.67% indicó que no.

¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?

Tabla 29

¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	De 1 a 4 horas	5	41,7	41,7	41,7
Válido	De 4 a 8 horas	7	58,3	58,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se observa que el 58.33% de los colaboradores considera que la diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo fue de 4 a 8 horas. Y el 41.67% indica que fue de 1 a 4 horas.

- **Y4: Operadores logísticos**

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Tiempo de respuesta]

Tabla 30

Valoración del tiempo de respuesta del operador logístico.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	2	16,7	16,7
	2	3	25,0	41,7
	3	2	16,7	58,3
	4	4	33,3	91,7
	5	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se advierte que el 33.33% de los colaboradores considera que la valoración del tiempo de respuesta del operador logístico fue poco importante. El 25% indica que fue importante. El 16.67% confirmó que fue muy importante a comparación del otro 16.67% que la calificó como regular importancia. Y para el 8.33% fue nada importante.

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Tarifa por servicio]

Tabla 31

Valoración de la Tarifa por servicio del Operador Logístico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	4	33,3	33,3	33,3
	3	3	25,0	25,0	58,3
	4	5	41,7	41,7	100,0
Total		12	100,0	100,0	

Elaboración propia

Se observa que el 41.67% de los colaboradores calificó que la tarifa por el servicio del operador logístico fue de poca importancia. El 33.33% la califica como importante. Y el 25% como regular.

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Actualización de estados]

Tabla 32

Valoración de la Actualización de estados por el Operador Logístico.

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	2	6	50,0	50,0	50,0
	3	1	8,3	8,3	58,3
	4	5	41,7	41,7	100,0
Total		12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 50% de los colaboradores considera que la actualización de los estados por el operador fue importante. El 41.67% como poco importante. Mientras que el 8.33% confirmó que fue regular.

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Comunicación]

Tabla 33
Valoración de la Comunicación con el operador Logístico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1	2	16,7	16,7
	2	4	33,3	50,0
	3	1	8,3	58,3
	4	4	33,3	91,7
	5	1	8,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Elaboración propia

El 33.33% de los colaboradores consideran que la comunicación con el operador logístico fue importante. El 33.33% la califica como de poca importancia. El 16.67% indica que fue de mucha importancia mientras que el 8.33% fue regular. Y el 8.33% restante la consideró como nada importante.

ANÁLISIS ESTADÍSTICO INFERENCIAL

Para ello es necesario contrastar las hipótesis mediante estadígrafos de análisis con medias para demostrar la influencia lograda con la implementación de la plataforma digital Tukutin.

Análisis de hipótesis general

Ha: La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019

Regla de decisión:

Si ρ valor ≤ 0.05 , la distribución es no paramétrica.

Si ρ valor >0.05 , la distribución es paramétrica.

Tabla 34

Prueba de normalidad de Operaciones de Comercio Internacional.

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Operaciones de Comercio Internacional	,139	12	,000	,865	12	,000

En la tabla 34, se puede observar que la significancia de la variable es de 0.000 teniendo un comportamiento no paramétrico. Por ello, para contrastar la hipótesis general se usó el estadígrafo Wilcoxon.

Prueba de hipótesis general

La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019

Hipótesis

Ho: La implementación de la plataforma digital Tukutin no influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019

Ha: La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019

Regla de decisión:

Ho: $\rho \text{ valor} \geq 0.05$

Ha: $\rho \text{ valor} < 0.05$

Estadísticos de prueba

Tabla 35

Prueba Wilcoxon de Operaciones de comercio internacional.

	Test Operaciones de Comercio Internacional
Z	-4,774 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaboración propia

Se observa en la tabla 35, se muestra el nivel de significancia de 0,000 con dirección a Wilcoxon siendo menor del 0.05, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula y acepta la hipótesis de investigación. Por ende, la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende. Esta información es respaldada por Pozo J. (2018) puesto que su investigación sobre la implementación de sistemas tecnológicos en la Web para la logística de transportes, almaceneras y agentes de carga y aduana en Ecuador, demostró que estos sistemas automatizan los procesos y genera una mayor

productividad en esas áreas específicas, además recomienda que se deberían implementar en las demás áreas de la empresa.

Prueba de la hipótesis específica 1

La plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Hipótesis

Ho: La plataforma digital Tukutin no influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Ha: La plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Regla de decisión:

Ho: $p\text{valor} \geq 0.05$

Ha: $p\text{valor} < 0.05$

Tabla 36

Prueba de normalidad de Gestión de Operaciones.

Grupo	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Gestión de las Operaciones TEST	,199	12	,000	,904	12	,000

Elaboración propia

Estadísticos de prueba

Tabla 37

Prueba Wilcoxon de la Gestión de las Operaciones.

	Test Gestión de las Operaciones
Z	-4,702 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaboración propia

Se observa en la tabla 36 y 37 que el nivel de significancia es de 0,000 siendo menor a 0,05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y por tanto la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Así mismo, el resultado es validado por Loo D. & Mariátegui R., (2020), puesto que su investigación sobre la digitalización del proceso aduanero y su relación con la operatividad aduanera concluyó con la relación existentes entre ambas. De otro lado, Cervantes G., & Farfán G. (2015), menciona en su diagnóstico de la plataforma virtual Perú Trade Now y su impacto como facilitador de las exportaciones no tradicionales de la región Arequipa, que no es relevante al no poseer indicadores de eficiencia claros que midan sus resultados y su impacto directo en las exportaciones, comprobando que la plataforma como herramienta de promoción no cumple con su objetivo principal que es contribuir al incremento de las exportaciones de valor agregado.

Prueba de la hipótesis específica 2

La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende.

Hipótesis

Ho: La implementación de la plataforma digital Tukutin no influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende.

Ha: La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende.

Regla de decisión:

Ho: $p\text{valor} \geq 0.05$

Ha: $p\text{valor} < 0.05$

Tabla 38
Prueba de normalidad de Costos Logísticos

Grupo		Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	Gl	Sig.
Costos Logísticos	TEST	,235	12	,000	,884	12	,000

Elaboración propia

Estadísticos de prueba

Tabla 39
Prueba de Wilcoxon de los Costos Logísticos

	Test Costos Logísticos
Z	-4,664 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaboración propia

Se observa en la tabla 38 y 39 que el nivel de significancia es de 0,000 siendo menor a 0,05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y por tanto la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende. Este resultado es respaldado por Cervantes G., & Farfán G. (2015), en su investigación “Diagnóstico de la plataforma virtual Perú Trade Now” concluye que la plataforma tiene influencia en el costo de exportación de productos no tradicionales de la región Arequipa.

Prueba de la hipótesis específica 3

La plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.

Hipótesis

Ho: La plataforma digital Tukutin no influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.

Ha: La plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.

Regla de decisión:

Ho: $p\text{valor} \geq 0.05$

Ha: $p\text{valor} < 0.05$

Tabla 40

Prueba de normalidad de la Carga Laboral

	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Carga Laboral	,121	12	,000	,725	12	,000

Elaboración propia

Estadísticos de prueba

Tabla 41

Prueba Wilcoxon de la Carga Laboral

	Test Carga Laboral
Z	-4,564 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaboración propia

Se observa en la tabla 40 y 41 que el nivel de significancia es de 0,000 siendo menor a 0,05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y por tanto la plataforma digital Tukutin

influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende. Tal como lo indica Pozo J. (2018) en su estudio sobre la implementación de sistemas tecnológicos dentro de la logística portuaria para agentes de carga y despachadores de aduana en el Ecuador, los sistemas digitales permiten un mejor seguimiento de los trámites, facilitando al personal en sus labores sin reducir la calidad de servicio.

Prueba de la hipótesis específica 4

La plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.

Hipótesis

Ho: La plataforma digital Tukutin no influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.

Ha: La plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.

Regla de decisión:

Ho: $p\text{valor} \geq 0.05$

Ha: $p\text{valor} < 0.05$

Tabla 42
Prueba de normalidad de la Operadores Logísticos.

Grupo	TEST	Kolmogórov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		Estadístico	Gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Operadores Logísticos		,199	12	,000	,904	12	,000

Elaboración propia

Estadísticos de prueba

Tabla 43

Prueba de Wilcoxon de Operadores Logísticos.

	Test Operadores Logísticos
Z	-4,722 ^b
Sig. asintótica(bilateral)	,000

Elaboración propia

Se observa en la tabla 42 y 43 que el nivel de significancia es de 0,000 siendo menor a 0,05, lo cual indica que se rechaza la hipótesis nula y por tanto la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende. Este resultado es respaldado por TRESCE (2019) en su artículo donde explica el por qué es necesaria la comunicación digital en empresas, donde afirma que incorporar herramientas digitales en la comunicación digital transforma el método de trabajo entre todos los colaboradores de las diferentes áreas, supervisores, puestos gerenciales y muchos actores dentro el ambiente de la organización, lo cual hace un flujo de información mucho más fluido.

3.1.2. Discusión.

De acuerdo al objetivo formulado se puede afirmar que la plataforma digital Tukutin, influye positivamente en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende. Los resultados muestran un nivel de significancia sig. 0,000 siendo menor del 0,05, y es totalmente correcto rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis de estudio.

Estos resultados concuerdan con lo que sostienen Loo D. & Mariátegui R., (2020), Pozo J., (2018) quienes señalan que la tecnología y la digitalización permite un desarrollo idóneo de las operaciones de comercio internacional, y se es coincidente en que la mejora de procesos con la digitalización refleja una reducción en los costos para los usuarios de los servicios de aduana.

Se puede agregar como sustento, la investigación de Díaz (2016) quien sostiene que el progreso tecnológico si influye en los flujos comerciales de las mercancías y que la capacidad de innovación ejerce un efecto positivo y significativo sobre los bienes con contenido tecnológico.

Resultados similares en esa perspectiva, se muestran en la investigación de Medina (2014) donde confirma que existe la intencionalidad de las empresas de aumentar el uso de las TIC y la formación de su capital humano para obtener mayores beneficios para la empresa. Además de ratificar que es indispensable el aumento de la dimensión de las empresas, el establecimiento de departamentos de comercio exterior y el aumento del número de empleados encargados de llevar a cabo las tareas correspondientes. Lo que demuestra que la tecnología influye directamente en las funciones y carga laboral diaria de los colaboradores.

Por otro lado, la investigación de Espinoza, Huamán & Talledo (2017) sugieren que sus resultados confirmaron el alto grado de aceptación de plataformas web logísticas.

El optar por procesos digitalizados le brinda a la empresa la posibilidad de obtener información en tiempo real, disminuir los tiempos de respuesta, contar con información

integrada, mejor organizada y maximizar la productividad. Para poder tomar decisiones efectivas y prever cualquier tipo de falencia que se pueda presentar.

En base a la primera hipótesis específica, los hallazgos mostraron que existe una relación directa entre la plataforma digital Tukutin y la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.

Los resultados orientan a que la empresa Perú Vende debería continuar con la digitalización de sus procesos con la finalidad de seguir mejorando la eficiencia de sus importaciones y exportaciones.

3.1.3. Conclusiones.

Como primera conclusión, se puede señalar que la implementación de la plataforma digital Tukutin influye positivamente en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende. Lo más importante de la demostración fue poder conocer la apreciación de los colaboradores de la empresa porque según la valoración, en su gran mayoría, afirmaron de manera general un beneficio significativo en las operaciones logísticas de importación y exportación, reducción de los costos, la significancia en la reducción de la carga laboral y la comunicación con los Operadores logísticos, quienes son pieza clave para la ejecución del traslado de mercancías. Lo que más ayudo en demostrar esta implementación de plataforma fue la colaboración de los trabajadores de la empresa porque mostraron su disponibilidad de tiempo para aplicar el instrumento de investigación.

Como segunda conclusión, la plataforma digital Tukutin influye moderadamente en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende. Los resultados de la investigación determinaron un alto grado de aprobación para la gestión de operaciones de comercio internacional. Los colaboradores indicaron haber usado en alguna ocasión la plataforma. Sin embargo, demuestra un índice regular en la frecuencia de uso, lo que ayudó a determinar este resultado, fueron los resultados obtenidos, donde se muestra que solo el 6.33% usó siempre la plataforma y el 16.67% la usó la mayoría de veces, de tal manera se puede concluir en una baja valoración.

Como tercera conclusión, la implementación de la plataforma digital Tukutin influye positivamente en la reducción los costos logísticos de la empresa Perú Vende. Lo notable de esta precisión fue la identificación de los valores de aprobación y la cuantificación porcentual de la reducción de costos logísticos porque se define más de un noventa por ciento de aprobación de los colaboradores al afirmar este dato, como consecuencia se afirma que las reducciones, según la apreciación de los colaboradores oscila entre un veintiuno y treinta por

ciento y un grupo reducido afirma una reducción de entre diez y veinte por ciento. Lo que más ayudó a precisar este dato fue el cambio de operadores logísticos y la comparativa de costos, eligiendo aquel que brinda la menor propuesta.

Como cuarta conclusión, la plataforma digital Tukutin influye en la reducción de la carga laboral operativa de las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende. Lo destacable fue conocer el beneficio que brinda como facilitador de operaciones a los colaboradores de la empresa, la aceptación es apreciada positivamente por el 83.33% de los encuestados, así mismo cabe resaltar que el tiempo de trabajo y la relación con el tiempo de seguimiento fue como máximo una jornada laboral, de la cual se define como una reducción de tiempo entre una y cuatro horas de seguimiento, con una aceptación del 58.23% de encuestados y entre cuatro y ocho horas mencionada por el 41.67%. Lo que delimita este resultado fue la manifestación y apreciación de la carga laboral de los colaboradores con respecto al seguimiento de las operaciones logística de importación y exportación.

Como quinta conclusión, la plataforma digital Tukutin influye de manera regulada en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende. Lo más importante de este análisis fue identificar la estimación de los colaboradores respecto al tiempo de respuesta, las tarifas ofrecidas, la indicación de los estatus de las importaciones y exportaciones, además de la comunicación en general teniendo como canal la plataforma digital. De estos cuatro factores, los encuestados precisaron que la actualización de estados y la comunicación en general son muy importantes, seguida por el tiempo de respuesta y finalmente las tarifas ofrecidas por el Operador Logístico. Lo que más ayudó en este análisis fue la identificación de los factores claves dentro de la plataforma en estudio como parte del uso cotidiano de los colaboradores de la empresa.

3.1.4. Recomendaciones.

Evaluar el alcance de la plataforma a una población mayor contrastando una de la otra a fin de obtener datos puntuales sobre las facilidades en las operaciones, seguimiento y comunicación de las importaciones y exportaciones.

Realizar una evaluación entre el ahorro de los costos y los costos de la implementación de la plataforma.

Demostrar que los medios digitales agilizan la solicitud de información a su operador logístico.

Finalmente, identificar los cuellos de botella advertidos en el área de comercio exterior durante todo el proceso logístico.

Se tiene un respaldo teórico que garantiza la relación entre la digitalización de procesos y la operatividad aduanera que asegura una mayor celeridad de las operaciones de comercio exterior, con la consiguiente calidad de servicio brindada los clientes.

Capítulo 4

4.1. Recursos

4.1.1. Calendario de actividades.

Actividades	CRONOGRAMA (MESES)											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Formulación de Proyecto	X											
Diseño y validación de instrumentos		X	X	X								
Aplicación de instrumentos y de recolección de datos					X	X						
Análisis de los datos y resultados							X	X				
Redacción y revisión del informe									X	X		
Redacción y entrega del informe final											X	X

Nota: Elaboración propia

4.1.2. Recursos.

Los recursos utilizados para el presente estudio de investigación fueron dos laptops personales, que sirvieron como la principal fuente de trabajo para la recopilación y el análisis de la información.

En cuanto a servicios, se utilizaron principalmente el internet y la luz para poder tener desarrollar la data y en dos oportunidades se realizaron reuniones de coordinación. Cabe resaltar que el estudio se realizó durante un proceso de crisis sanitaria bajo estrictas restricciones.

4.1.3. Presupuesto.

Las partidas gestionadas para el presupuesto del estudio están conformadas por útiles de escritorio, servicios y movilidad.

Según el siguiente detalle.

PRESUPUESTO				
Partida Presupuestal	Descripción	Costo	Cantidad	Total
Útiles de Escritorio	Laptops Personales	S/ 1,500.00	2	S/3,000.00
Servicios	Internet y Luz	S/ 120.00	2	S/240.00
Viáticos	Movilidad	S/ 10.00	2	S/20.00
TOTAL				S/3,260.00

Nota: Elaboración propia

Anexos

Anexo 1 – Reglamento de Organización y Funciones Sunat - Art. 4

Artículo 4 – ROF-Sunat

Administrar los tributos internos del Gobierno Nacional, así como los conceptos tributarios y no tributarios cuya administración o recaudación se le encargue por Ley o Convenio Interinstitucional.

Proponer al Ministerio de Economía y Finanzas la reglamentación de las normas tributarias, aduaneras y otras de su competencia.

Expedir, dentro del ámbito de su competencia, disposiciones en materia tributaria y aduanera, estableciendo obligaciones de los contribuyentes, responsables y/o usuarios del servicio aduanero, disponer medidas que conduzcan a la simplificación de los trámites correspondientes a los regímenes aduaneros, así como normar los procedimientos que se deriven de éstos.

Dictar normas en materia de organización y gestión interna en el ámbito de su competencia.

Sistematizar y ordenar la legislación e información estadística de comercio exterior, a fin de brindar información general sobre la materia conforme a Ley, así como la vinculada con los tributos internos y aduaneros que administra.

Celebrar acuerdos y convenios de cooperación técnica y administrativa en materia de su competencia.

Promover, coordinar y ejecutar actividades de cooperación técnica, de investigación, de capacitación y perfeccionamiento en materia tributaria y aduanera, en el país o en el extranjero.

Otorgar el aplazamiento y/o fraccionamiento para el pago de la deuda tributaria o aduanera, de acuerdo con la Ley.

Solicitar, y de ser el caso ejecutar, medidas destinadas a cautelar la percepción de los tributos que administra y disponer la suspensión de las mismas cuando corresponda, de acuerdo a Ley.

Controlar y fiscalizar el tráfico de mercancías, cualquiera sea su origen y naturaleza a nivel nacional.

Inspeccionar, fiscalizar y controlar las agencias de aduanas, despachadores oficiales, depósitos autorizados, almacenes fiscales, terminales de almacenamiento, consignatarios y medios de transporte utilizados en el tráfico internacional de personas, mercancías u otros.

Prevenir, perseguir y denunciar el contrabando, la defraudación de rentas de aduanas, la defraudación tributaria y el tráfico ilícito de mercancías, así como aplicar medidas en resguardo del interés fiscal.

Desarrollar y aplicar sistemas de verificación y control de calidad, cantidad, especie, clase y valor de las mercancías, excepto las que estén en tránsito y transbordo, a efectos de determinar su clasificación en la nomenclatura arancelaria y los derechos que le son aplicables.

Desarrollar y administrar los sistemas de análisis y fiscalización de los valores declarados por los usuarios del servicio aduanero.

Resolver asuntos contenciosos y no contenciosos y, en este sentido, resolver en vía administrativa los recursos interpuestos por los contribuyentes o responsables; elevar los recursos de apelación y dar cumplimiento a las Resoluciones del Tribunal Fiscal, y en su caso a las del Poder Judicial.

Sancionar a quienes contravengan las disposiciones legales y administrativas de carácter tributario y aduanero, con arreglo a Ley.

Ejercer los actos y medidas de coerción necesarios para el cobro de deudas por los conceptos que administra.

Mantener en custodia las mercancías y bienes incautados, embargados o comisados, efectuando el remate de los mismos cuando ello proceda en el ejercicio de sus funciones.

Adjudicar mercancías de acuerdo a Ley.

Desarrollar programas de información, divulgación y capacitación en materia tributaria y aduanera.

Editar, reproducir y publicar oficialmente el Arancel Nacional de Aduanas actualizado, los tratados y convenios de carácter aduanero, así como las normas y procedimientos aduaneros para su utilización general.

Determinar la correcta aplicación y recaudación de los tributos que administra y de otros cuya recaudación se le encargue, así como de los derechos que cobren por los servicios que prestan, de acuerdo a Ley.

Liderar las iniciativas y proyectos relacionados con la cadena logística del comercio exterior cuando tengan uno o más componentes propios de las actividades aduaneras, coordinando con las entidades del sector público y privado que corresponda, las cuales deberán implementar los procesos armonizados que se establezcan

Controlar y fiscalizar el ingreso, permanencia, transporte o traslado y salida de los bienes controlados que puedan ser utilizados en la minería ilegal, así como en la elaboración de drogas ilícitas.

Ejercer las demás funciones que le señale la Ley.

Nota: Sunat¹

Sólo por Ley se pueden establecer funciones adicionales a la SUNAT.

¹ (Establecido en el artículo 4° del Reglamento de Organización y Funciones de la SUNAT, aprobado por Resolución de Superintendencia N° 122-2014/SUNAT y modificatorias)

ANEXO 2 – Matriz de consistencia

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGIA
<u>Problema general</u>	<u>Objetivo general</u>	<u>Hipótesis general</u>	<u>Variable independiente (X)</u>	<u>Método general</u>
¿Cómo de la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende, 2018-2019?	Demostrar cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018-2019.	La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende 2018 - 2019	Plataforma digital (Tiempo de respuesta, accesibilidad, funcionalidad, Comunicación)	Cuantitativo <u>Tipo de investigación</u> Aplicada Tecnológica
<u>Problemas específicos</u>	<u>Objetivos específicos</u>	<u>Hipótesis específicas</u>	<u>Variable dependiente (Y)</u>	<u>Diseño de investigación</u>
¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende?	Comprobar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.	La plataforma digital Tukutin influye en la gestión de operaciones de importación y exportación de la empresa Perú Vende.	Operaciones de comercio internacional (Gestión de operaciones, Costos logísticos, carga laboral, operadores logísticos)	No experimental - Transversal
¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en los costos logísticos de la empresa Perú Vende?	Evaluar cómo la implementación de la plataforma digital Tukutin influye en los costos logísticos de la empresa Perú Vende.	La implementación de la plataforma digital Tukutin influye en la disminución de los costos logísticos de la empresa Perú Vende.		
¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende?	Determinar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa de las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.	La plataforma digital Tukutin influye en la carga laboral operativa en las operaciones de comercio internacional de la empresa Perú Vende.		
¿Cómo la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende?	Determinar cómo la plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.	La plataforma digital Tukutin influye en la comunicación del operador logístico y la empresa Perú Vende.		
			MUESTRA	TÉCNICA E INSTRUMENTO
			Colaboradores de las áreas de gerencia, administrativa, comercio exterior y logística de la empresa Perú vende.com	<u>Técnica</u> Encuesta <u>Instrumento</u> Cuestionario
			<u>Muestreo</u>	
			No probabilístico intencional	

ANEXO 3 – Encuesta

APRECIACIÓN ACERCA DE LA IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL TUKUTIN EN LA EMPRESA PERÚ VENDE.COM

Estimado usuario(a), estamos interesados en conocer su experiencia en la implementación de la plataforma digital Tukutin en sus operaciones logísticas del comercio internacional. Las respuestas que usted comparta serán utilizadas únicamente con fines académicos y garantizamos la confidencialidad de sus apreciaciones. Siéntase en libertad de expresar lo que piense y sienta.

No hay respuestas buenas o verdaderas, se requiere simplemente recoger su primera impresión

1. Tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma

- a. De 1 a 2 hora. b. De 2 a 5 horas c. De 5 a 6 horas d. Un día
e. Más de un día

2. ¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?

- a. Muy difícil b. Difícil c. Neutral d. Fácil e. Muy fácil

3. ¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?

- a. Muy difícil b. Difícil c. Neutral d. Fácil e. Muy fácil

4. ¿Qué valora de la implementación de la plataforma Tukutin? (Marque según el nivel que corresponda. Marque con una X)

Factores/Niveles	Menor	Mayor
Rapidez		
Comodidad		

5. ¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un beneficioso conveniente flujo?

- a. Totalmente de acuerdo b. De acuerdo c. Ni de acuerdo ni en desacuerdo
d. En desacuerdo e. Totalmente en desacuerdo

6. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante”

Factores / Niveles	1	2	3	4	5
Capacitación					
Sistema modular de la plataforma					
Seguridad					
Confidencialidad de la información					
Calidad de servicio					

7. Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma

- a. Correo corporativo
- b. Llamadas telefónicas
- c. Mensajes de WhatsApp
- d. Mensajes de Texto

8. La comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin es considerada como:

- a. Muy bueno
- b. Bueno
- c. Regular
- d. Malo
- e. Muy malo

9. Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones

- a. Siempre
- b. La mayoría de las veces si
- c. Algunas veces sí algunas veces no
- d. La mayoría de las veces no
- e. Nunca.

10. Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones

- a. Siempre
- b. La mayoría de las veces si
- c. Algunas veces sí algunas veces no
- d. La mayoría de las veces no
- e. Nunca.

11. Los costos de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende, disminuyeron

- a. Bastante
- b. Regular
- c. Poco
- d. Nada

12. Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.

- a. Ninguno
- b. De 0% a 10%
- c. De 11% a 20%
- d. De 21% a 30%
- e. De 31% a 40%
- f. De 40% a más

13. ¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?

- a. Si
- b. No

14. ¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?

- a. De 1 a 4 horas
- b. De 4 a 8 horas
- c. De 1 día
- d. De 1 día a mas

15. Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es de muy importante y 5 es de poco importante.

Valores / niveles	1	2	3	4	5
Tiempo de respuesta					
Tarifa por servicio					
Actualizaciones de estados					
Comunicación					

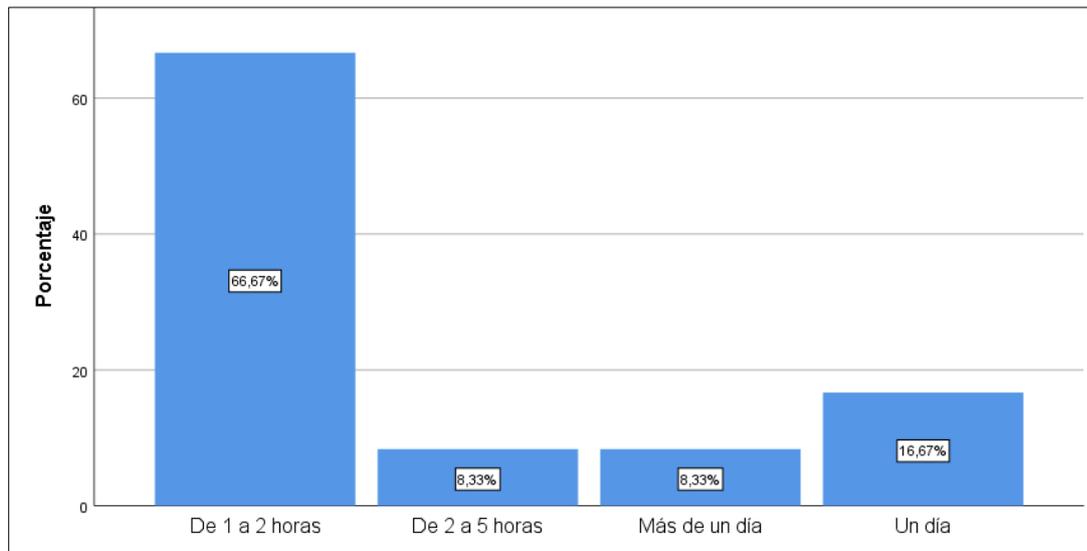
Anexo 4 – Gráfico de resultados

- **X1: Tiempo de respuesta**

Tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma.

Figura 5

Tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma.



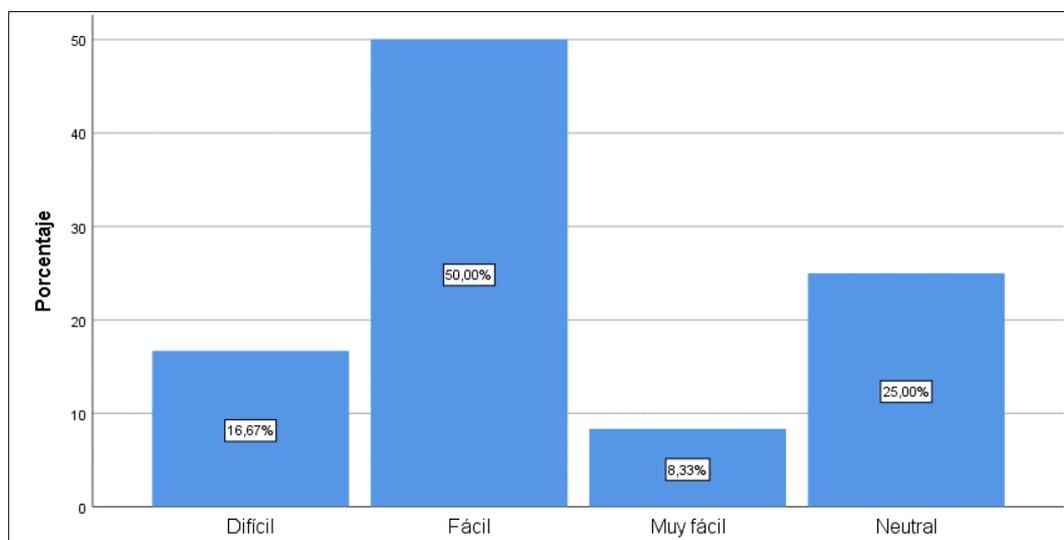
Elaboración propia

- **X2: Accesibilidad**

¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?

Figura 6

¿La implementación de la plataforma en su área de trabajo le resultó?

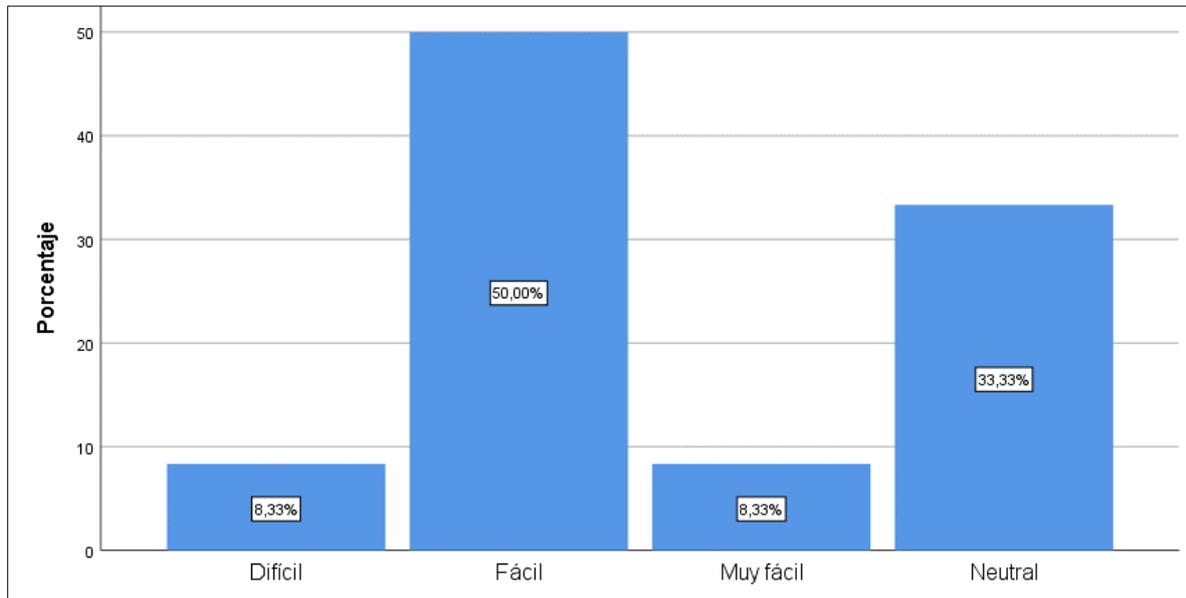


Elaboración propia

¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?

Figura 7

¿El uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias le resultó?



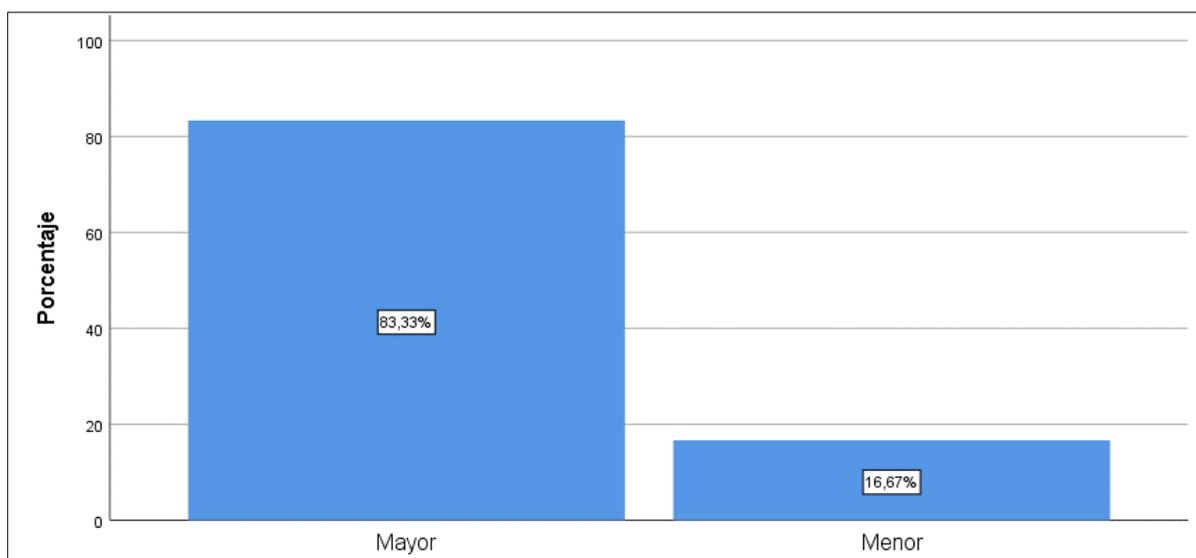
Elaboración propia

- **X3: Funcionalidad**

¿Qué valora de la implementación de la plataforma Tukutin? (Marque según el nivel que corresponda) [Rapidez]

Figura 8

Valoración de la “rapidez” en la implementación de la plataforma Tukutin

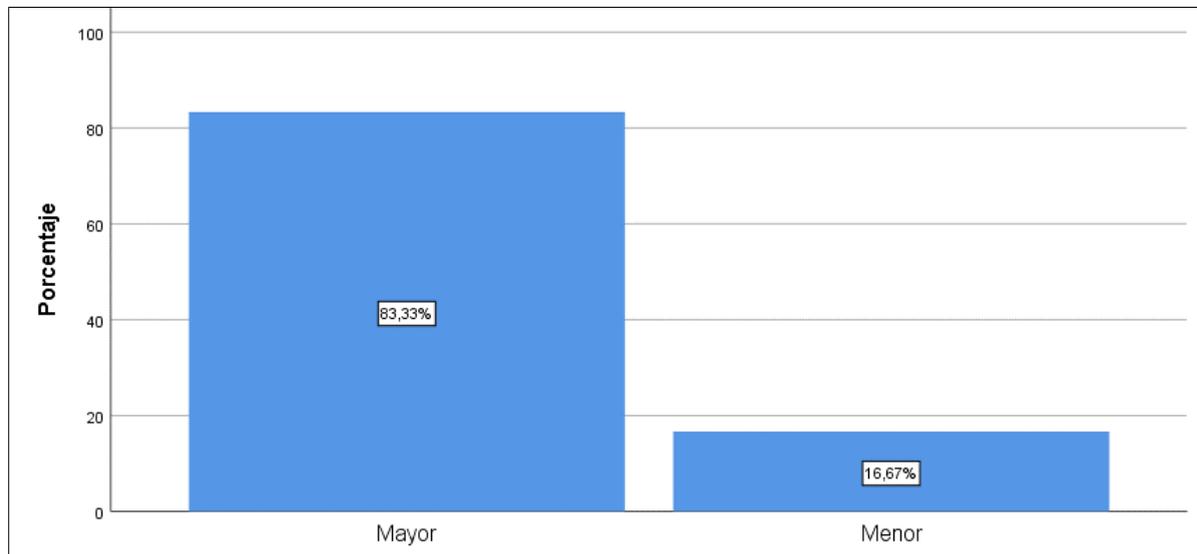


Elaboración propia

¿Qué valora de la implementación de la plataforma Tukutin? (Marque según el nivel que corresponda) [Comodidad]

Figura 9

Valoración de la “comodidad” en la implementación de la plataforma Tukutin

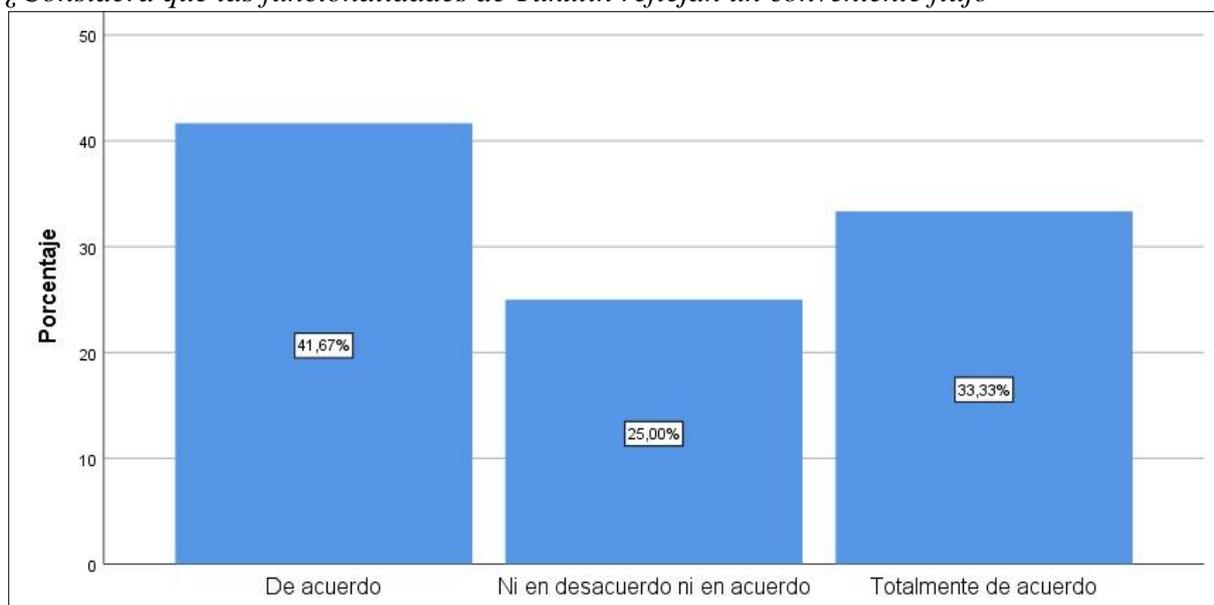


Elaboración propia

¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo?

Figura 10.

¿Considera que las funcionalidades de Tukutin reflejan un conveniente flujo?

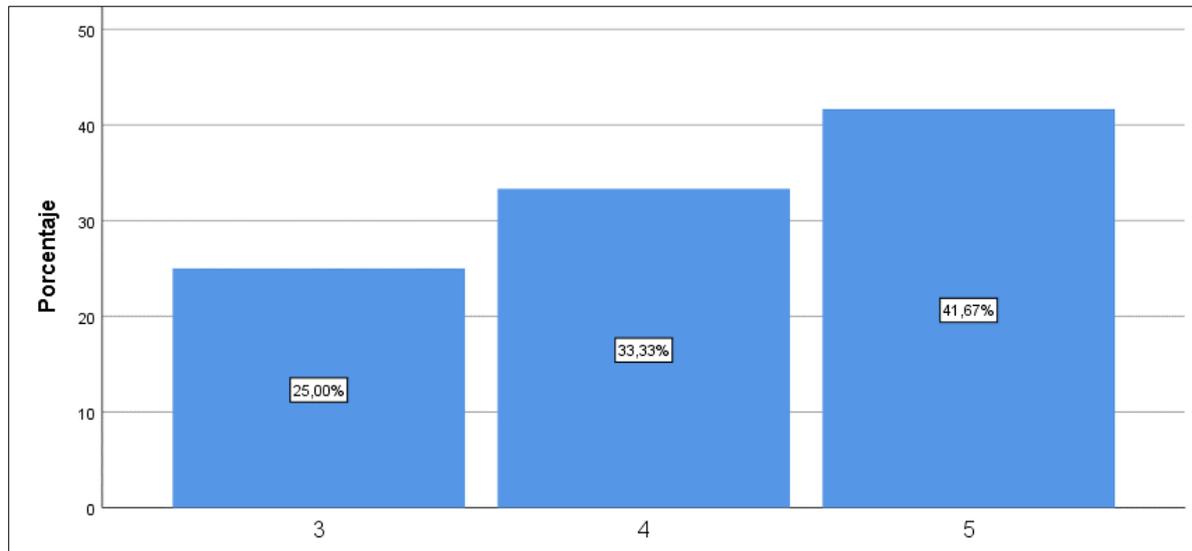


Elaboración propia

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Capacitación]

Figura 11

Importancia de la “Capacitación”

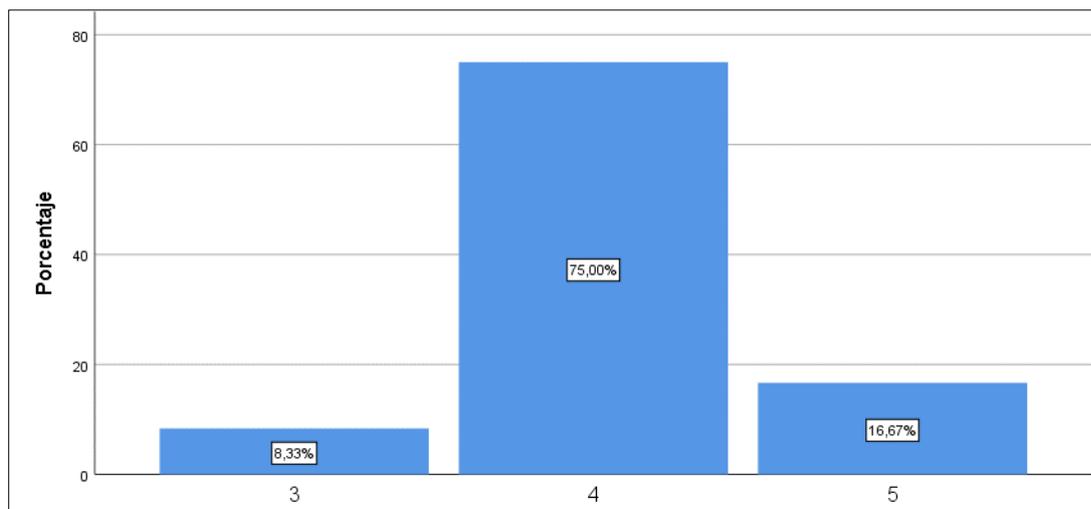


Elaboración propia

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Sistema modular de la plataforma]

Figura 12

Importancia del sistema modular de la plataforma.

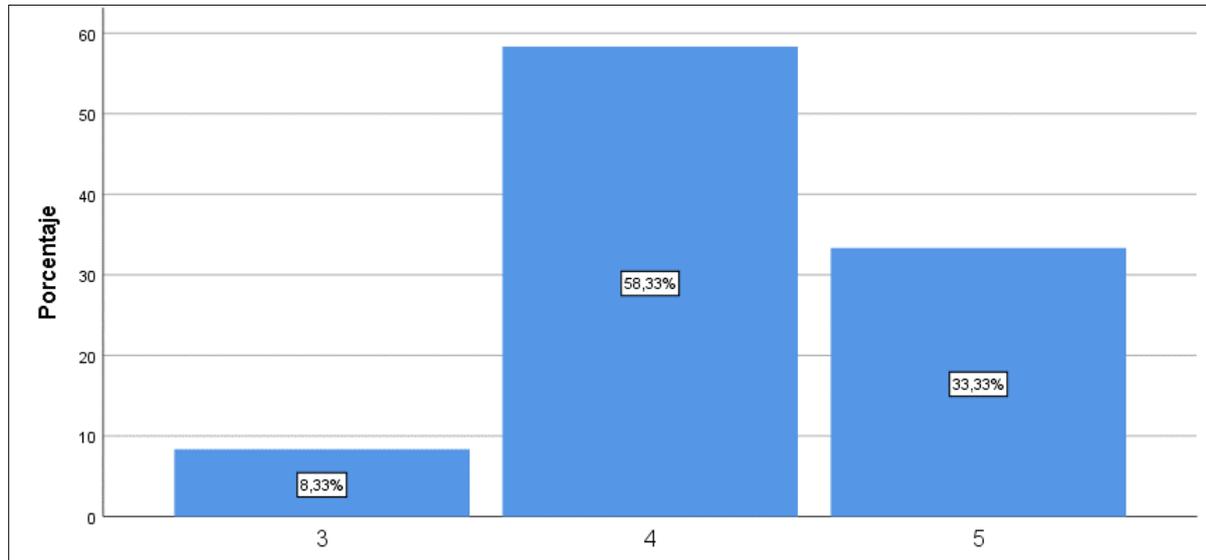


Elaboración propia

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Seguridad]

Figura 13

Importancia de la seguridad

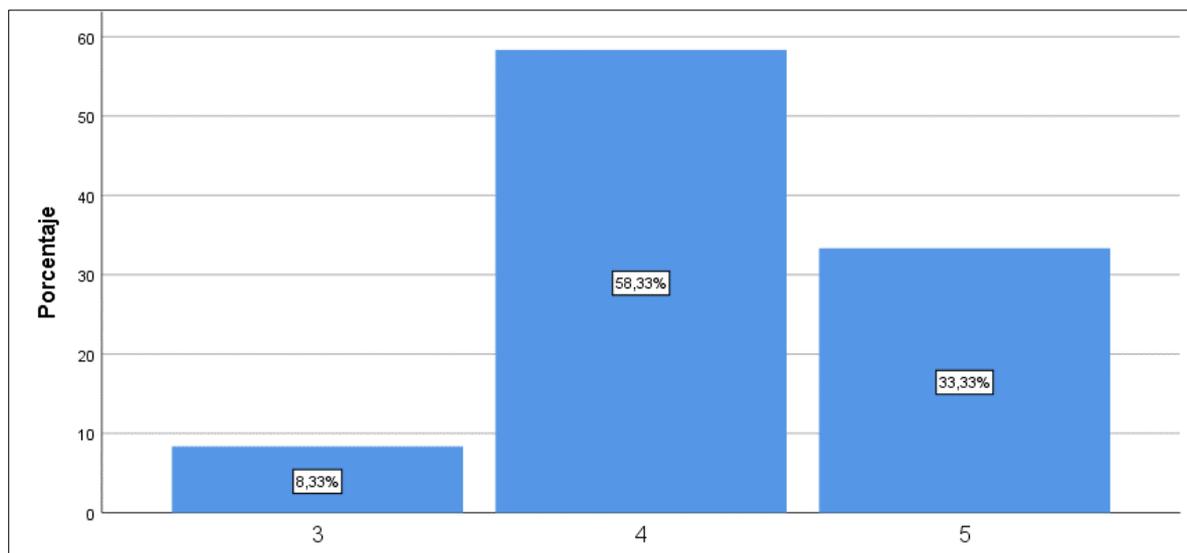


Elaboración propia

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Confidencialidad de la información]

Figura 14.

Importancia de la Confidencialidad de la información

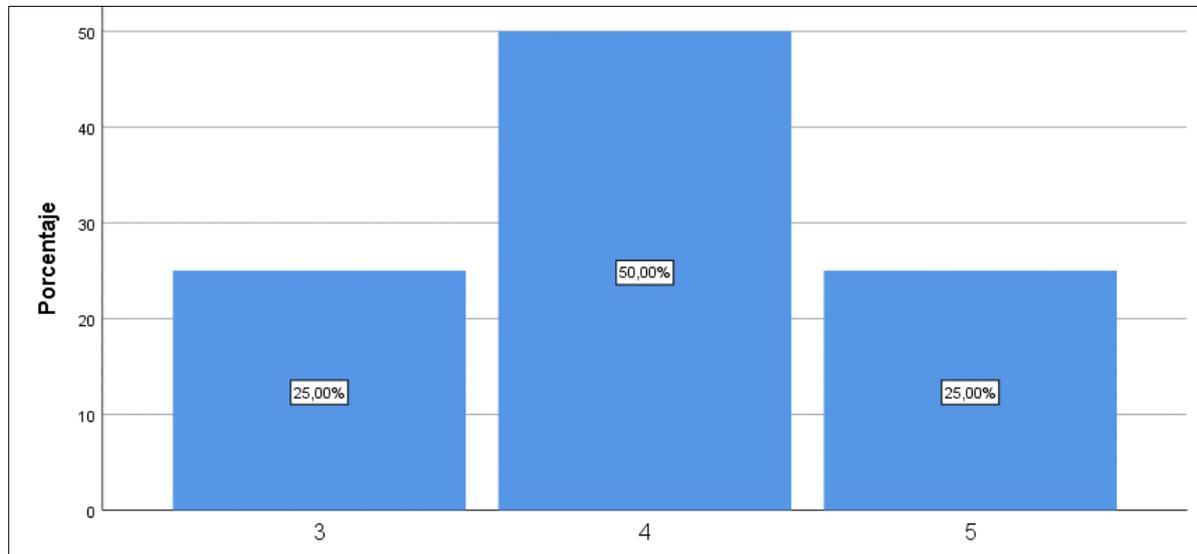


Elaboración propia

Aspectos en el uso de la plataforma. Marque el orden de importancia que considera. Donde 1 se considera “Nada importante” y 5 es “Muy importante” [Calidad de Servicio]

Figura 15

Importancia de la Calidad de servicio



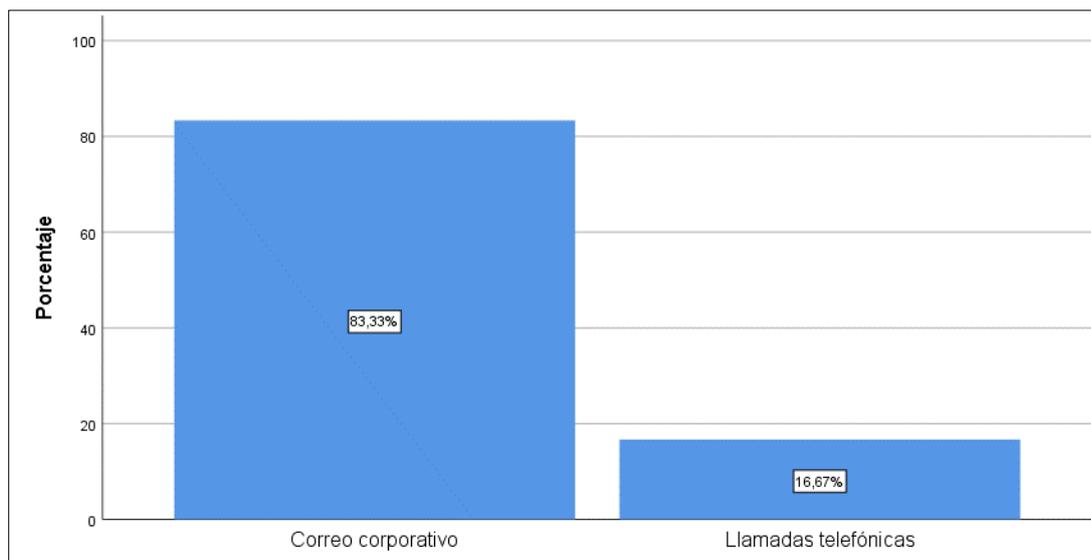
Elaboración propia

- **X4: Medios de Comunicación**

Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.

Figura 16

Medios de comunicación utilizados con el operador antes de la implementación de la plataforma.

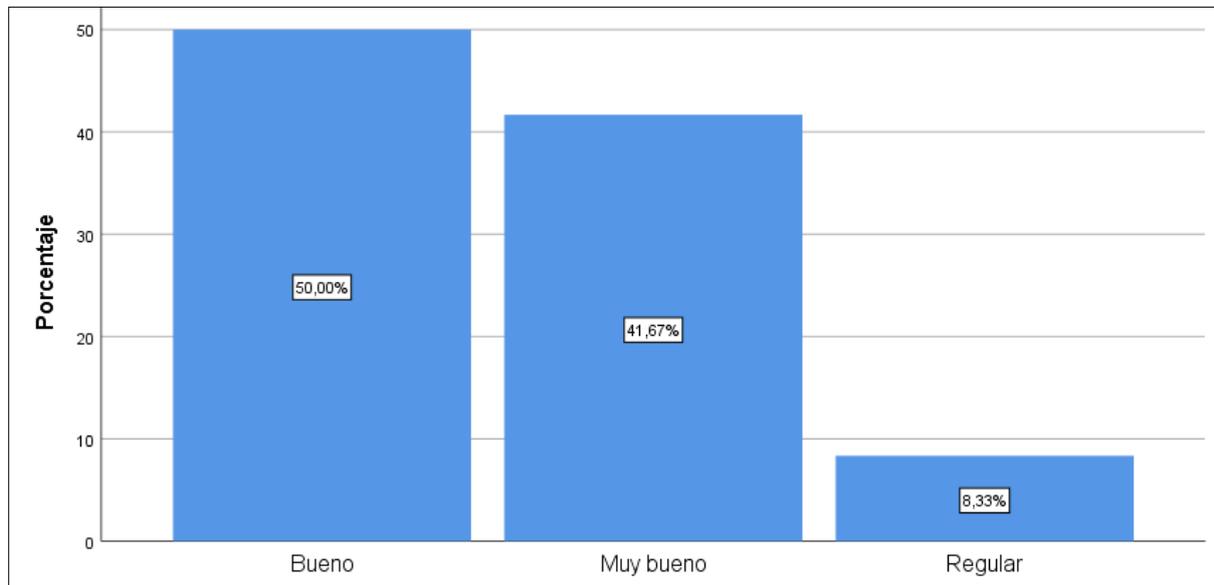


Elaboración propia

La comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin es considerada como:

Figura 17.

Comunicación con el Operador Logístico.



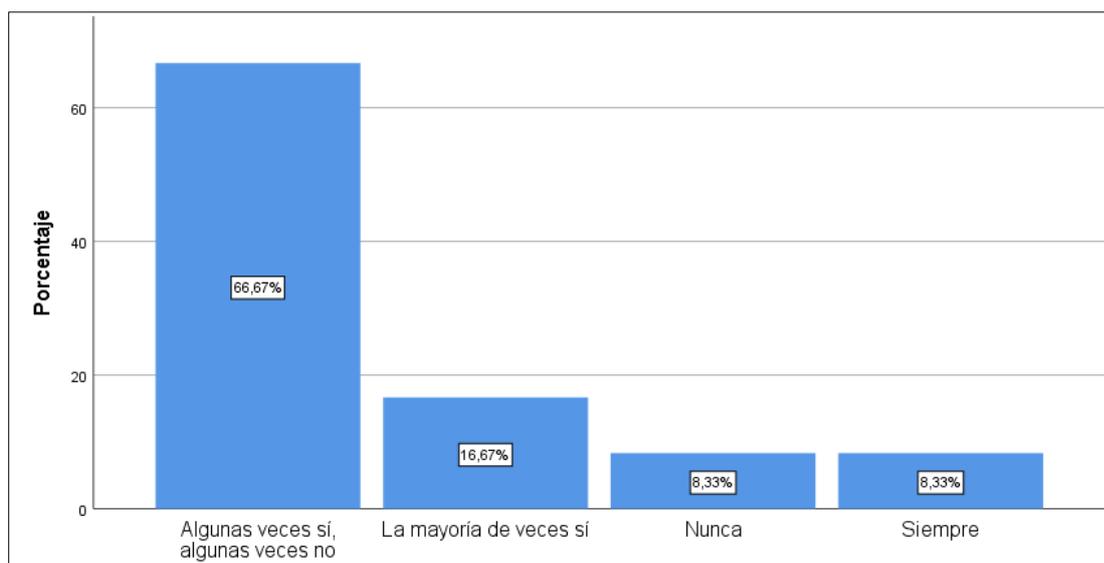
Elaboración propia

- **Y1: Gestión de las operaciones de importación y exportación**

Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.

Figura 18

Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones.

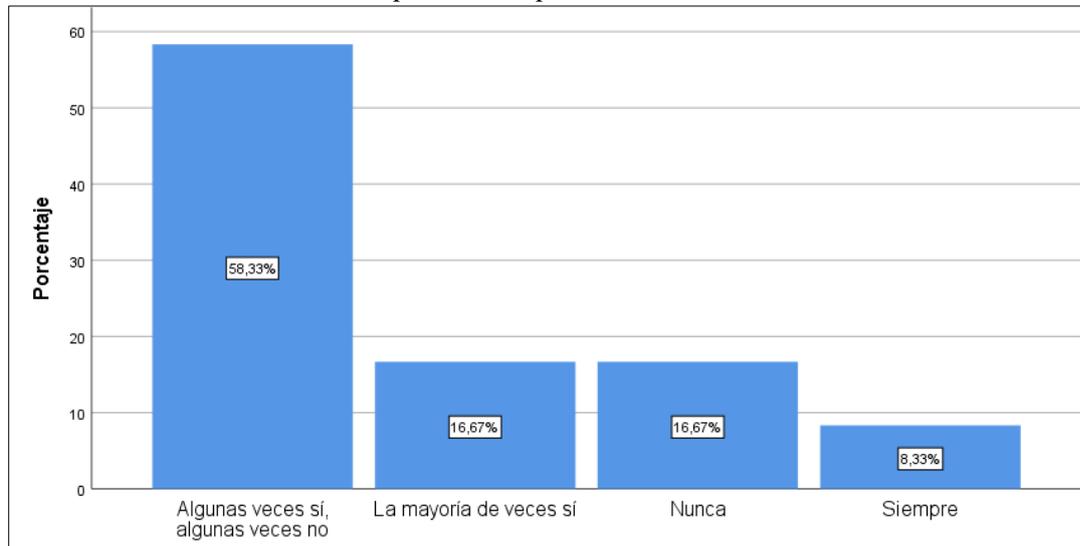


Elaboración propia

Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.

Figura 19

Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones.



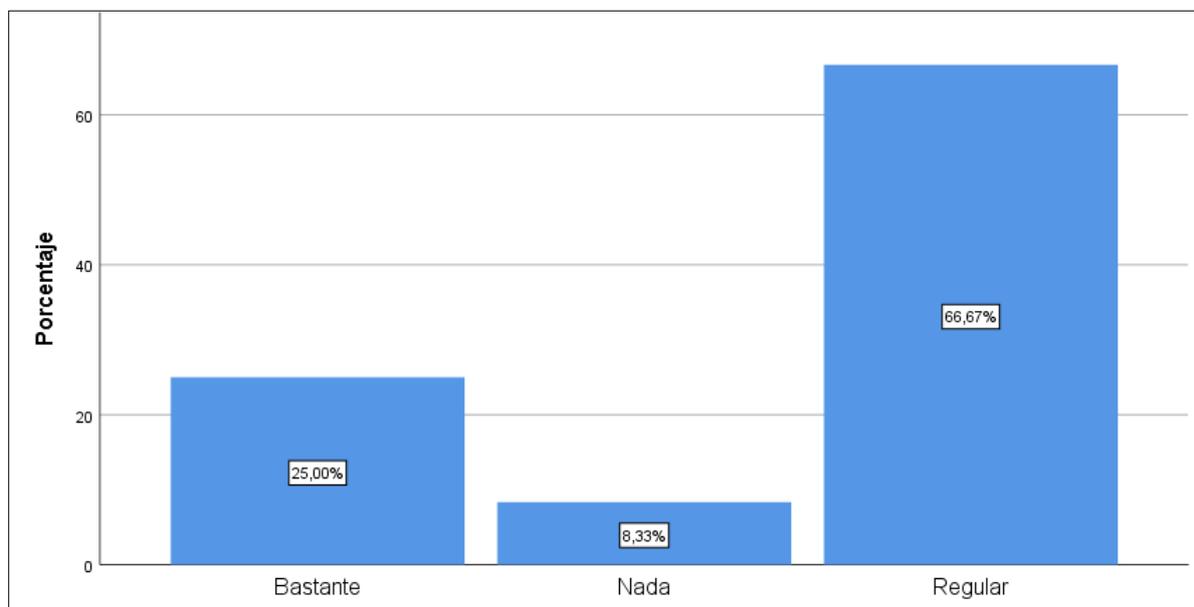
Elaboración propia

- **Y2: Costos por operación**

Los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende, disminuyeron:

Figura 20

Disminución de los costos mensuales de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende.

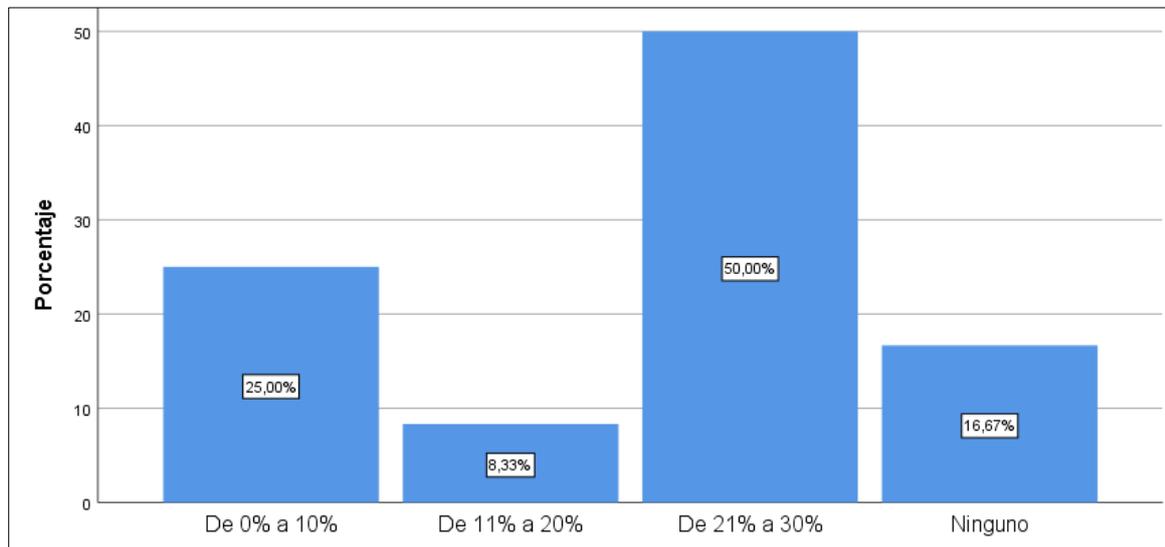


Elaboración propia

Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.

Figura 21.

Nivel porcentual de reducción de costos con Tukutin.



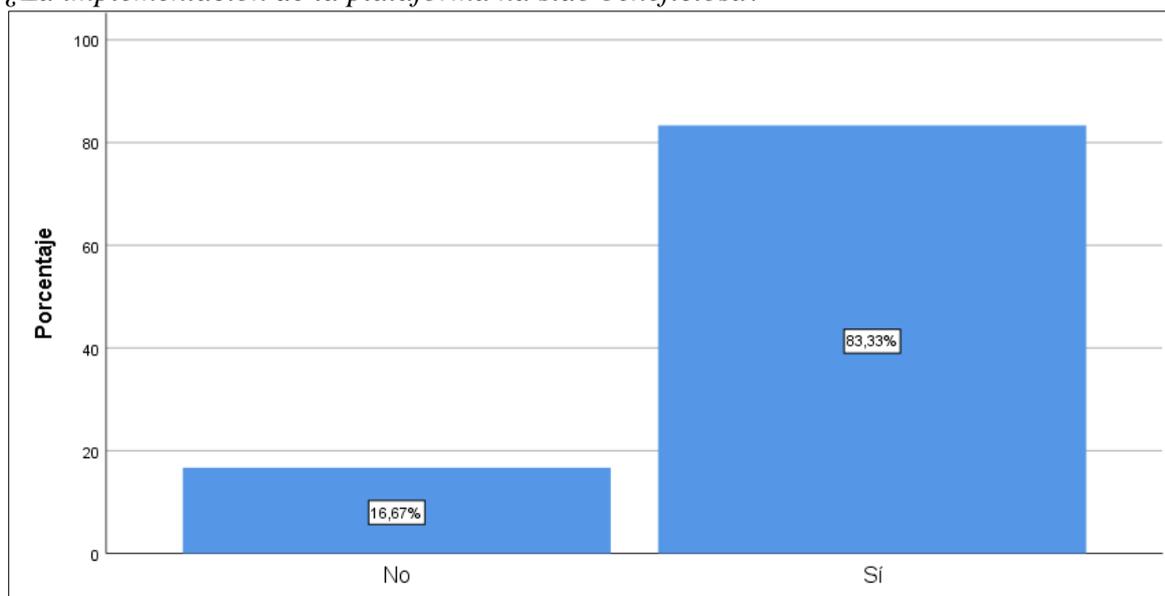
Elaboración propia

- **Y3: Carga Laboral**

¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?

Figura 22

¿La implementación de la plataforma ha sido beneficiosa?

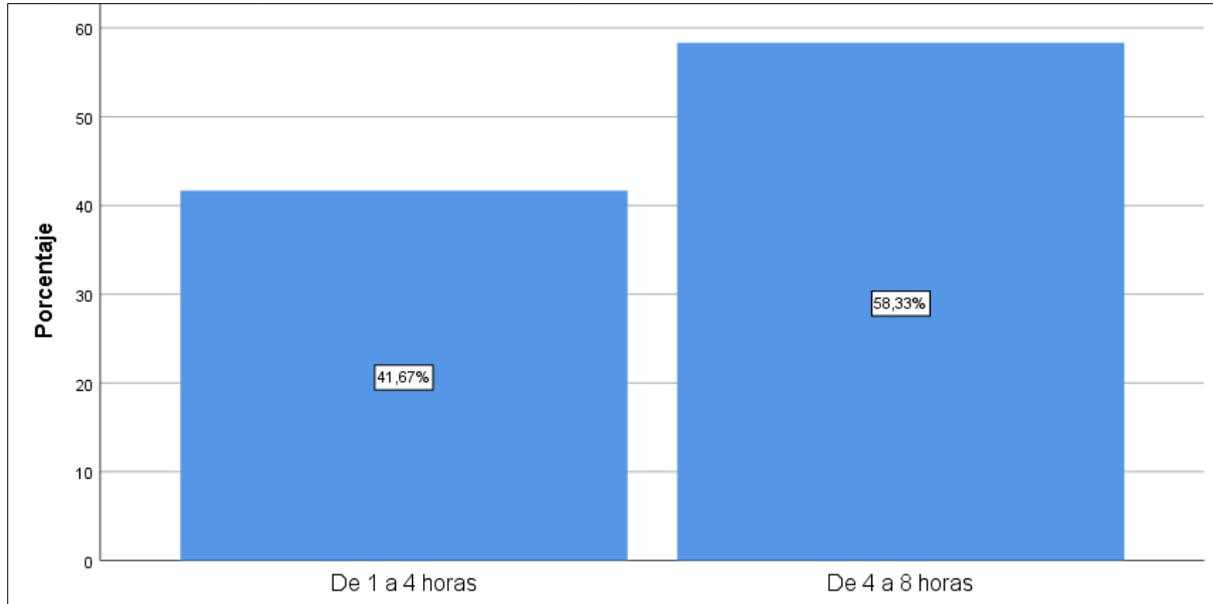


Elaboración propia

¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?

Figura 23

¿Diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no hacerlo?



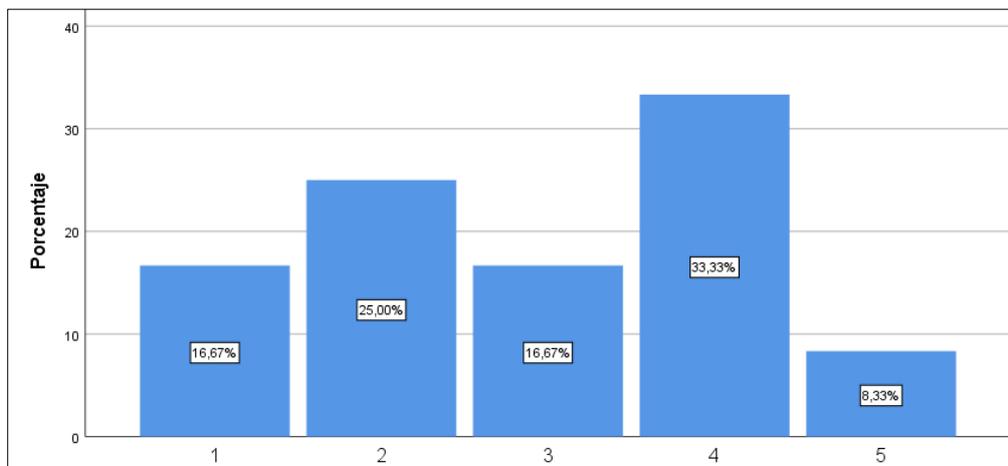
Elaboración propia

- **Y4: Operadores logísticos**

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Tiempo de respuesta]

Figura 24

Valoración del tiempo de respuesta del operador logístico.

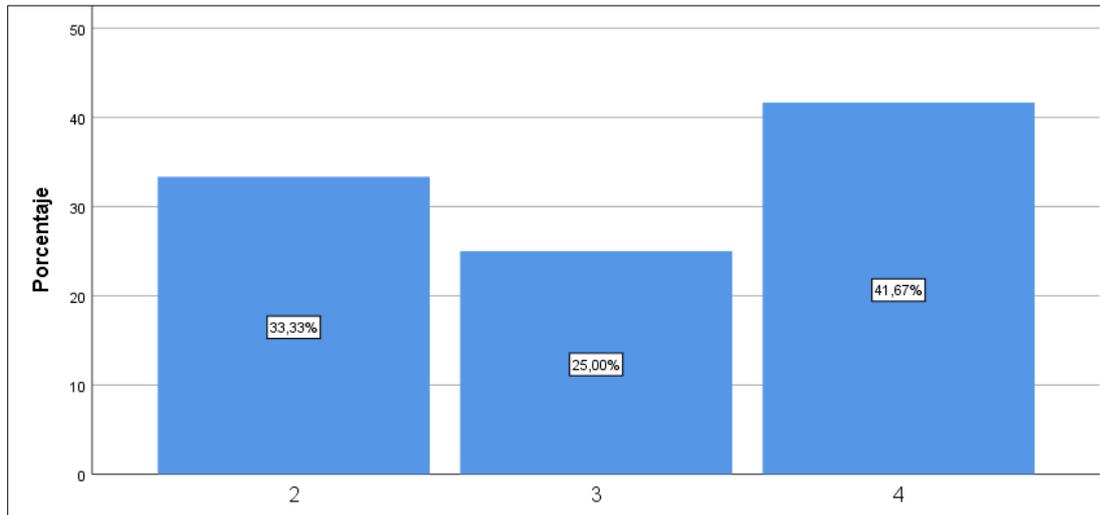


Elaboración propia

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Tarifa por servicio]

Figura 25

Valoración de la Tarifa por servicio del Operador Logístico.

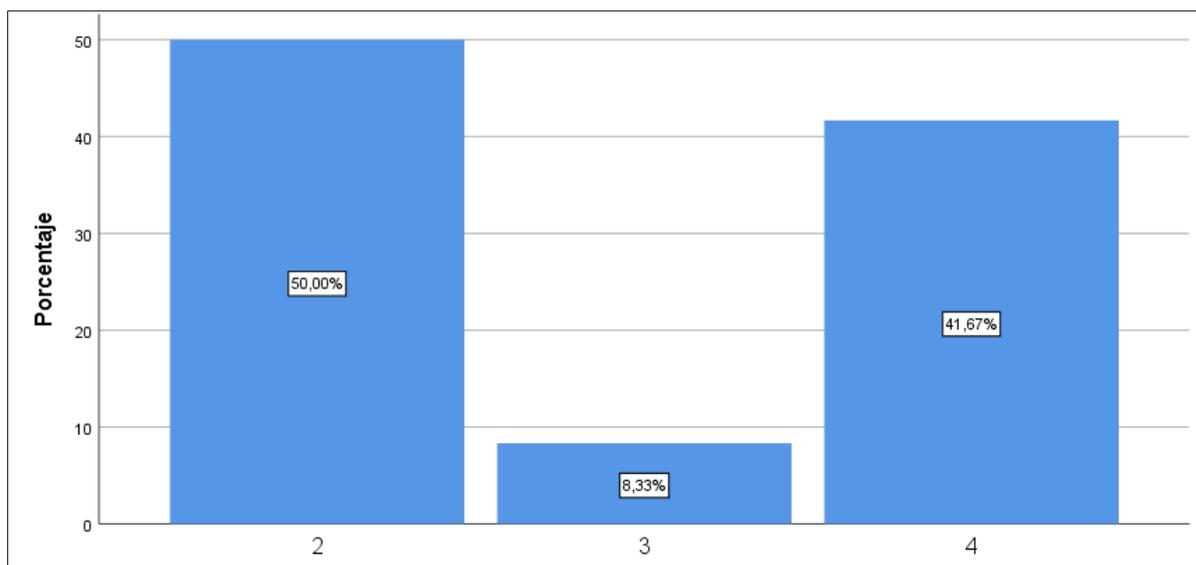


Elaboración propia

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Actualización de estados]

Figura 26

Valoración de la Actualización de estados por el Operador Logístico.

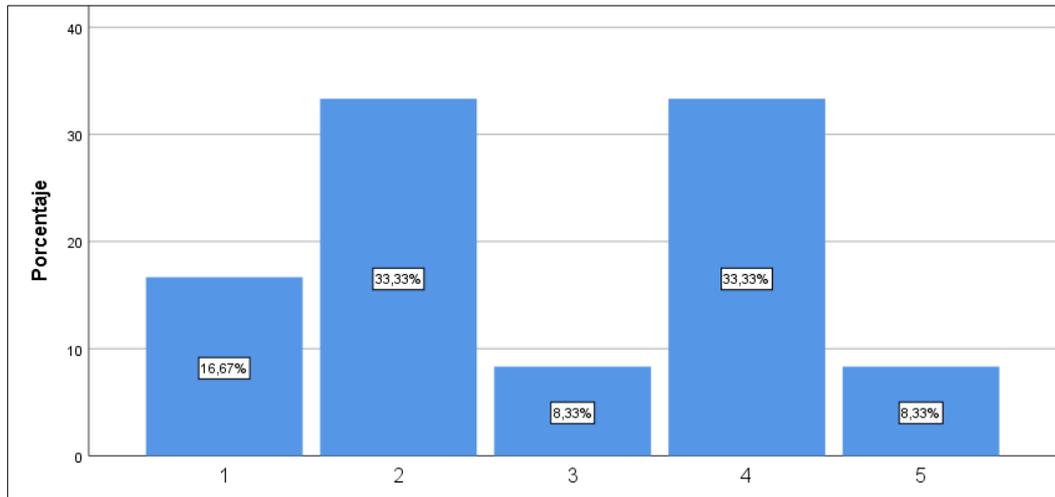


Elaboración propia

Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es muy importante y 5 es nada importante [Comunicación]

Figura 27

Valoración de la Comunicación con el operador Logístico.



Elaboración propia

ANEXO 5 – Validación de la Encuesta

CARTA DE PRESENTACIÓN

Señor: Alex Morales Guzmán Barrón

Presente

Asunto: VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS A TRAVÉS DE JUICIO DE EXPERTO.

Nos es muy grato comunicarnos con usted para expresarle nuestros saludos y así mismo, hacer de su conocimiento que, siendo estudiante de la carrera de Negocios Internacionales de la Universidad San Ignacio de Loyola, en la sede La Molina, promoción 2018, requerimos validar los instrumentos con los cuales recogeremos la información necesaria para poder desarrollar nuestra investigación y con la cual optaremos el grado de Licenciado.

El título nombre de nuestro proyecto de investigación es: **Implementación de la plataforma digital Tukutin en las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende.com 2018 - 2019** y siendo imprescindible contar con la aprobación de docentes especializados para poder aplicar los instrumentos en mención, hemos considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas educativos y/o investigación educativa.

El expediente de validación, que le hacemos llegar contiene:

- Carta de presentación.
- Definiciones conceptuales de las variables y dimensiones.
- Matriz de Operacionalización de las variables.
- Certificado de validez de contenido de los instrumentos.

Expresándole nuestros sentimientos de respeto y consideración nos despedimos de usted, no sin antes agradecerle por la atención que dispense a la presente.

Atentamente



Firma

Carla Patricia Alba Villón

D.N.I: 47069879

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Plataforma digital

Pérez, J. (2019) Conceptualiza a las plataformas digitales como un modelo de negocio con una funcionalidad adicional para las empresas, puesto que facilita el intercambio de información entre varios grupos, en los cuales la gran mayoría se refiere a los consumidores, productores o los proveedores de servicios y los compradores.

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Tiempo de Respuesta

Es el tiempo de respuesta que le lleva a un sistema reaccionar a una entrada dada (intercambio de datos).

Dimensión 2: Accesibilidad

Se refiere a la facilidad de manejo de la plataforma. (User experience)

Dimensión 3: Funcionalidad

Contempla los módulos necesarios para la ejecución de las actividades del usuario.

Dimensión 4: Comunicación

Acción consciente de intercambiar y transmitir información entre dos o más participantes.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Plataforma digital

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Tiempo de respuesta	Duración	1
Accesibilidad	User Experience	2 y 3
Funcionalidad	Módulo de exportación Módulo de importación	4, 5 y 6
Comunicación	Contenido Orden	7 y 8

DEFINICIÓN CONCEPTUAL DE LAS VARIABLES Y DIMENSIONES

Variable: Operaciones del comercio internacional

Según el Diccionario de Comercio Internacional. (Arcila, C.,2015). El comercio internacional es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cuales quiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones, es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas. El empleo del término Comercio Internacional amplía el ángulo de visión de tal forma que ya no se representa a un país como mercado central y el objetivo de los negocios, sino que trata del mundo en su conjunto.

Dimensiones de las variables:

Dimensión 1: Gestión de operaciones

Control de forma eficaz de los recursos de una empresa para mantener satisfecho a los clientes.

Dimensión 2: Costos logísticos

La suma de costos ocultos que se producen por las actividades de comercio exterior.

Dimensión 3: Carga laboral

Grupo de requerimientos psicofísicos a los que se somete a un trabajador en su jornada laboral.

Dimensión 4: Operadores logísticos

Empresa que diseña, gestiona y controla los procesos de la cadena de suministro de otra empresa.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Variable: Operaciones del comercio internacional

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS
Gestión de las operaciones	Cantidad de Exportaciones Cantidad de Importaciones	9 y 10
Costos logísticos	Costo por operación	11 y 12
Carga laboral	Operaciones por persona	13 y 14
Operadores logísticos	Calidad de servicios	15

ANEXO 6 - Validación de la Encuesta

Ficha de evaluación por Ítem o indicadores

Por favor indique si cada uno de los Ítems que conforman el instrumento cumple con los criterios señalados. Para aquellos que no, especifique en comentarios el por qué.

Variable	Indicador	Ítem	Criterios			Comentarios
			Buena redacción	Mide la variable de estudio	Validez de contenido	
PLATAFORMA DIGITAL	Tiempo de Respuesta	1. ¿Cuál es el tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma?	Bien	Bien	Bien	
	Accesibilidad	2. ¿Cómo le resultó la implementación de la plataforma en su área de trabajo?	Bien	Bien	Bien	
		3. ¿Cómo le resultó el uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias?	Bien	Bien	Bien	
	Funcionalidad	4. ¿Qué es lo que más valora de la implementación de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Bien	
		5. ¿Considera que las funcionalidades de Tukutin refleja un adecuado flujo?	Bien	Bien	Bien	
		6. ¿Qué aspectos considera usted para el uso de la plataforma? Enumere en el orden de importancia que usted considera. Donde 1 es "Nada importante" y 5 es "Muy importante"	Bien	Bien	Bien	
	Comunicación	7. ¿Qué medios de comunicación utilizaba con el operador antes de la implementación de la plataforma?	Bien	Bien	Bien	

		8. ¿Cómo considera la comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Bien	
OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL	Gestión de operaciones	9. Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones	Bien	Bien	Bien	
		10. Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones	Bien	Bien	Bien	
	Costos Logísticos	11. Califica. ¿Cuánto disminuyeron los costos de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende?	Bien	Bien	Bien	
		12. Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.	Bien	Bien	Bien	
	Carga laboral	13. ¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?	Bien	Bien	Bien	
		14. ¿Cuál es la diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no utilizarlo?	Bien	Bien	Bien	
	Operadores logísticos	15. Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es de mucha importancia y 5 es de poca importancia	Bien	Bien	Bien	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Las variables, la operacionalización y ficha muy bien estructuradas.

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [X] Aplicable después de corregir [] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg: Alex Nicolás Morales Guzmán Barrón

DNI: 07777275

Febrero del 2021

Especialidad del validador: Comercio Internacional, planes de negocios

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

Ficha de evaluación por Ítem o indicadores

Por favor indique si cada uno de los Ítems que conforman el instrumento cumple con los criterios señalados. Para aquellos que no, especifique en comentarios el por qué.

Variable	Indicador	Ítem	Criterios			Comentarios
			Buena redacción	Mide la variable de estudio	Validez de contenido	
PLATAFORMA DIGITAL	Tiempo de Respuesta	16. ¿Cuál es el tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma?	Bien	Bien	Bien	
	Accesibilidad	17. ¿Cómo le resultó la implementación de la plataforma en su área de trabajo?	Bien	Bien	Mejorar	Precisar a qué se refiere con resultado
		18. ¿Cómo le resultó el uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias?	Bien	Bien	Mejorar	Precisar resultado en que aspectos
	Funcionalidad	19. ¿Qué es lo que más valora de la implementación de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Bien	
		20. ¿Considera que las funcionalidades de Tukutin refleja un adecuado flujo?	Bien	Bien	Mejorar	Se supone que el entrevistado comprende la terminología flujo
		21. ¿Qué aspectos considera usted para el uso de la plataforma? Enumere en el orden de importancia que usted considera. Donde 1 es “Nada importante” y 5 es “Muy importante”	Bien	Bien	Bien	
	Comunicación	22. ¿Qué medios de comunicación utilizaba con el operador antes de la implementación de la plataforma?	Bien	Bien	Bien	
		23. ¿Cómo considera la comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Mejorar	Se supone que la pregunta es abierta

OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL	Gestión de operaciones	24. Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones	Bien	Bien	bien	
		25. Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones	Bien	Bien	Bien	
	Costos Logísticos	26. Califica. ¿Cuánto disminuyeron los costos de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende?	Mejorar	Bien	Bien	Precisar periodo
		27. Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.	Bien	Bien	Bien	
	Carga laboral	28. ¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?	Bien	Bien	Bien	
		29. ¿Cuál es la diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no utilizarlo?	Bien	Bien	Bien	
	Operadores logísticos	30. Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es de mucha importancia y 5 es de poca importancia	Bien	Bien	Bien	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [] Aplicable después de corregir [x] No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Mg FLORES BASHI CARLOS ANTONIO

DNI: 08186262

Especialidad del validador: INGENIERO INDUSTRIAL

Febrero del 2021

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



Ficha de evaluación por Ítem o indicadores

Por favor indique si cada uno de los Ítems que conforman el instrumento cumple con los criterios señalados. Para aquellos que no, especifique en comentarios el por qué.

Variable	Indicador	Ítem	Criterios			Comentarios
			Buena redacción	Mide la variable de estudio	Validez de contenido	
PLATAFORMA DIGITAL	Tiempo de Respuesta	31. ¿Cuál es el tiempo promedio de respuesta del operador logístico mediante la plataforma?	Bien	Bien	Bien	
	Accesibilidad	32. ¿Cómo le resultó la implementación de la plataforma en su área de trabajo?	Bien	Bien	Bien	
		33. ¿Cómo le resultó el uso de los módulos de la plataforma en sus labores diarias?	Bien	Bien	Bien	
	Funcionalidad	34. ¿Qué es lo que más valora de la implementación de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Bien	
		35. ¿Considera que las funcionalidades de Tukutin refleja un adecuado flujo?	Bien	Bien	Bien	
		36. ¿Qué aspectos considera usted para el uso de la plataforma? Enumere en el orden de importancia que usted considera. Donde 1 es “Nada importante” y 5 es “Muy importante”	Bien	Bien	Bien	
	Comunicación	37. ¿Qué medios de comunicación utilizaba con el operador antes de la implementación de la plataforma?	Bien	Bien	Bien	
		38. ¿Cómo considera la comunicación con su Operador logístico a través de la plataforma Tukutin?	Bien	Bien	Bien	

OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL	Gestión de operaciones	39. Frecuencia de uso de Tukutin para las importaciones	Bien	Bien	bien	
		40. Frecuencia de uso de Tukutin para las exportaciones	Bien	Bien	Bien	
	Costos Logísticos	41. Califica. ¿Cuánto disminuyeron los costos de las operaciones logísticas de la empresa Perú Vende?	Mejorar	Bien	Bien	
		42. Según su respuesta anterior califique en qué nivel porcentual se redujo el costo operativo desde la implementación de Tukutin.	Bien	Bien	Bien	
	Carga laboral	43. ¿Considera que la implementación de la plataforma Tukutin ha sido beneficiosa para la empresa?	Bien	Bien	Bien	
		44. ¿Cuál es la diferencia de tiempo entre utilizar Tukutin y no utilizarlo?	Bien	Bien	Bien	
	Operadores logísticos	45. Valore el servicio del operador logístico del 1 al 5 donde 1 es de mucha importancia y 5 es de poca importancia	Bien	Bien	Bien	

Observaciones (precisar si hay suficiencia): Si hay suficiencia

Opinión de aplicabilidad:

Aplicable [x]

Aplicable después de corregir []

No aplicable []

Apellidos y nombres del juez validador. Dr./ Mg:

Dr. Flores Zafra David

DNI: 08186262

Especialidad del validador: INGENIERO INDUSTRIAL

Febrero del 2021

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



Anexo 7 – Carta de autorización Perú Vende.com



Lima, 30 de Abril del 2021

Dr. Justo Fernando Balmaceda Quirós
 Director del programa CPEL
 Universidad San Ignacio de Loyola

Tengo el agrado de dirigirme a Ud. para hacerle llegar la Carta de Autorización de la Empresa Perú Vende.com SAC con RUC: 20513509287 para autorizar el uso de datos e información que la Empresa Perú Vende.com SAC Proporcione a los alumnos VILLÓN ALBA, CARLA PATRICIA con DNI 47069879 y PACHECO ORTIZ, ENRIQUE TONY con DNI 48002764.

Además, se autoriza su publicación en el Repositorio de la Universidad para que pueda ser conocido públicamente la investigación desarrollada en la Tesis:

La información es con fines exclusivamente académicos para la obtención del título profesional a través del desarrollo de la tesis.

"IMPLEMENTACIÓN DE LA PLATAFORMA DIGITAL TUKUTIN Y SU EFECTO EN LAS OPERACIONES DE COMERCIO INTERNACIONAL DE LA EMPRESA PERÚ VENDE.COM SAC 2018-2019"

A través de este medio autorizo a la Universidad San Ignacio de Loyola publicar las versiones impresa y electrónica del presente trabajo en la Biblioteca y en el repositorio de la página web de la Universidad.

Esta autorización se extiende a las páginas relacionadas o enlaces oficiales de la Universidad San Ignacio de Loyola.

El autor reconoce la originalidad de su trabajo y mantiene la propiedad intelectual del contenido de la publicación.

El autor tiene conocimiento que, por disposición legal, copias del presente trabajo serán remitidas a la SUNEDU.

Sin otro particular me despido.

PERU VENDE.COM S.A.C

CARLOS GUILLERMO MORALES MACEDO
GERENTE GENERAL

Carlos Guillermo Morales-Macedo Perata

Representante Legal

DNI Nro. 40290179

Dirección.- Av. Petit Thouars 1775, Oficina 1304. Lince – Perú
 Teléfono.- 602-8238 email. info@peruvende.net
 www.peruvende.pe

Referencias bibliográficas

- Asencios Y., (2020) *“Plataforma web para mejorar el servicio de pedido en la Empresa “Inversiones Ventura Asto”, Trujillo 2020”* (Maestría). Universidad Cesar Vallejo, Trujillo, Perú
- Bello, F. (2006). Reflexión: *“La Investigación Tecnológica o cuando la solución es el problema.”* Revista FACES. Universidad de Carabobo
- Cacho-Elizondo, S.; Lázaro, J. (2018) *“Transformación digital de los negocios de network marketing, multinivel y ventas directas. El impacto de nuevas herramientas y plataformas digitales”*
- Cervantes, G., & Farfán, G. (2015). *“Diagnóstico de la plataforma virtual PERUTRADENOW y su impacto como facilitador de las exportaciones no tradicionales de la región Arequipa, para su renovación en el 2015, desarrollado para Promperú”*. (Licenciatura). Universidad Católica de Santa María, Arequipa, Perú.
- De la Cruz, C. (2016). *“Metodología de la investigación tecnológica en ingeniería”* Revista Ingenium. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.18259/ing.2016007>
- Espinoza, J., Huamán, C. & Talledo, M. (2017) *“Plan de negocios para la intermediación logística mediante una plataforma virtual”* (Maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Glaser, E., y Abelson, H., y Garrison, K, putting knowledge to use: *“facilitating the diffusion of knowledge and the implementation of planned change”*, San Francisco (California), Jossey-Bass, 1983
- Hernández R., Fernández C. & Baptista M. (2014) *“Metodología de la Investigación”* (3ra. Ed.) México, DF. McGraw-Hill. Recuperado de: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Huesca Rodríguez, C. (2012). *Comercio Internacional*. 1st ed. Tlalneantia, México
- Loo D. & Mariátegui R (2020) *“Digitalización del proceso aduanero y la operatividad aduanera del puerto del Callao durante el periodo 2016 - 2020”* (Licenciatura). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú

- Mansilla B., (2016). *“PROPUESTA DE UNA MEJORA EN LA GESTIÓN DE LA CADENA LOGÍSTICA DE UNA EMPRESA MANUFACTURERA”*. (Maestría). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Oppenheimer, A. (2018). *Sálvese quien pueda. El futuro del trabajo en la era de la automatización*. Buenos Aires: Debate.
- Reyes, E. (2009). *Comercio Global, Global Business University*, México, D.F.
- Rincón, *“Investigación científica y tecnológica como factores de innovación”*, Entelequia: Revista Interdisciplinar, n.º 14, 2012.

Electrónicas

- A. Muñoz, L. (2017). *La Cuarta Revolución Industrial en España*. Eunsa, p.290. Recuperado de <https://books.google.com.pe>
- Baéz A., Gómez S., Marcos J., Miravalles C., Palacios E. (2018) *Las plataformas digitales en España*. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/detail/>
- Barrueco, L. C. H. (2016). *Aurum 1. Técnicas logísticas para innovar planificar y gestionar* (Vol. 1). Marge Books. Disponible en: <https://books.google.com.pe/>
- Bisbal, E., Antonio, J., Nivin, H., Augusto, C., Torre, T., & Julia, M. (2017). *Plan de negocios para la intermediación logística mediante una plataforma virtual*. (Tesis Maestría) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Lima, Perú. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10757/623204%0A>
- Bueno, J. and Ferreira, M. (2016). *La ruta de la Transformación Digital: Descubre las claves de la digitalización en la empresa*. CreateSpace Independent Publishing Platform, p.168. Recuperado de <https://www.amazon.com>
- Codina, J. B., & Vela Quintero, J. H. (2015). *Impacto de las Tics en la Gestión de Negocios Internacionales*. Revista Daena (International Journal of Good Conscience), 10(3). [http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10\(3\)18-33.pdf](http://www.spentamexico.org/v10-n3/A3.10(3)18-33.pdf)

- García, L. A. M. (2016). *GESTION LOGISTICA INTEGRAL: las mejores prácticas en la cadena de abastecimiento*. Ecoe Ediciones. Disponible en: <https://books.google.com.pe/>
- Giraldo V. (2019). *Las plataformas digitales son soluciones online que posibilitan la ejecución de diversas tareas en un mismo lugar a través de internet*. [Blog]. Recuperado de <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>
- González Correa, J. A. (2015). *Contratación logística en Colombia: implementación de un operador logístico integral*. *Semestre Económico*, 18(38), 215- 237. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v18n38/v18n38a9.pdf>
- Hernandez, R. and Fernandez, C., 2010. *METODOLOGÍA DE LA Investigación*. 5th ed. [PDF] Mexico.:
<https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%205ta%20Edici%C3%B3n.pdf> [Accessed 15 January 2021].
- Loconi E. (2017). “*EL FUTURO DIGITAL DEL TRANSPORTE Y LA CADENA DE SUMINISTRO*”. [Publicación electrónica]. Instituto peruano de Logística Aplicada. Recuperado de <https://www.inlog.edu.pe/noticias/el-futuro-digital-del-transporte-y-la-cadena-de-suministro/>
- Lopera, E. (2018). *Expansión de mercado por medio de las plataformas virtuales* (Tesis Pregrado) Institución Universitaria Tecnológico de Antioquia, Medellín, Colombia. Disponible en: <http://dspace.tdea.edu.co/>
- Martínez, R. M., & Jacobo, J. L. G. (2017). *Las tecnologías de información y comunicación: su evolución y aplicación en los negocios internacionales*. *Revista de Investigación en Ciencias de la Administración*, 7(12), 440-467. <https://www.inceptum.umich.mx/>
- Maqueira Marín, J. M., Moyano Fuentes, J., Bruque Cámara, S., & Nuñez-Cacho Utrilla, P. (2017). *Diseño e implementación de una plataforma ERP como entorno de aprendizaje en Dirección de Operaciones*. Working Papers on Operations Management, 8.
- Pérez, J. (2019). “*La importancia de las plataformas digitales en los negocios*” [Blog]. Jorge Perez Colin. Recuperado de: <https://blog.jorgeperezcolin.mx/la-importancia-de-las-plataformas-digitales-para->

negocios/#:~:text=En%20el%20contexto%20empresarial%2C%20una,casos%2C%20entre%20consumidores%20y%20productores.

Raygoza, Ricardo O; Ixmatlahua, Sergio D, Romero, Omar (2016) *Un Modelo para la integración de Mipymes, Sociedad y Gobierno de la zona Metropolitana De Orizaba en el uso de las TICS*. Recuperado de: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-98952016000100006&lang=es

Rubio Sánchez, J. (2016). *Automatización Industrial*. Madrid, España: Centro de Estudios Financieros (CEF), p.371. Recuperado de <https://www.marcialpons.es>

Salvador, P., & Eduardo, J. (2018). *IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMAS TECNOLÓGICOS EN LA WEB PARA LA LOGÍSTICA DE TRANSPORTE, ALMACENERAS Y AGENTES DE ADUANA EN EL ECUADOR* (Bachelor's thesis). <http://repositorio.uees.edu.ec/>

Schwab, K. (2016). *La cuarta revolución industrial*. Debate. Edición 001. Recuperado de <https://books.google.com.pe>

Slotnisky, D. (2016). *Transformación Digital: Cómo las empresas y los profesionales deben adaptarse a esta revolución*. 1st ed. Buenos Aires: Digital House Publishing. Recuperado de <https://www.amazon.es>

Tamames, R. and Muñoz, F. (2018). *¿Qué robot se ha llevado mi queso?* [Barcelona]: Editorial Alienta. Recuperado de <https://static0planetadelibroscom.cdnstatics.com>

Travaglini, M. (2016). *Logística en las empresas virtuales* (Tesis Doctoral). Universidad de Málaga, Málaga, España. Disponible en: <https://riuma.uma.es/xmlui/>

Tundidor Diaz, A. (2016). *Cómo innovar en las Pymes. Manual de mejora a través de la innovación*. 1st ed. Marge Books. Recuperado de <https://books.google.com.pe/>

Universidad Internacional de Valencia (2018). *Características, tipos y plataformas más utilizadas para estudiar a distancia*. [Publicación electrónica]. UIV. Recuperado de <https://www.universidadviu.com/int/actualidad/nuestros-expertos/caracteristicas-tipos-y-plataformas-mas-utilizadas-para-estudiar>

Valderrama Pérez, L. W., Dr, Ben Y P Yabar, V., Velarde Molina, J.,F., Dr(c), Yván, F. D., & Mg. (2018). *DISEÑO DE UN MODELO DE E-LOGÍSTICA PARA UN OPERADOR*

LOGÍSTICO PERUANO. 3C Tecnología, 7(4), 86-103. Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/2166773167?accountid=43847>

Víctor Fernando Barrera Rea y Ana Guapi Mullo (2018): “*La importancia del uso de las plataformas virtuales en la educación superior*”, *Revista Atlante: Cuadernos de Educación y Desarrollo* (julio 2018). En línea: <https://www.eumed.net/rev/atlante/2018/07/plataformas-virtuales-educacion.html>

Wilson, A. (2018). *El Ascenso de la Automatización: La Tecnología y los Robots reemplazarán a los humanos*. 1st ed. Babelcube Inc. Recuperado de https://books.google.com.pe/booksid=6c1YDwAAQBAJ&printc=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Wolker Kluwer, (2019). “Plataforma digital” [Blog]. Wolker Kluwer. Recuperado de: <https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAA AAAEAMtMSbF1jTAAAKMTC1MjC7Wy1KLizPw8WyMDQ0tDA4hAZlqlS35ySGVBqm1aYk5xKgDkeWXsNQAAAA%3D%3DWKE>

Zucco M., Gómez, F., Carrera, R., Alveo C., & Vargas-Lombardo, M. (2017). *Los cuatro ejes «WMS, SCM, CRM y ERP» para la e-logística*. *Revista De Iniciación Científica*, 2(2), 95-102. Recuperado a partir de <https://revistas.utp.ac.pa/index.php/ric/article/view/1252>

Artículo de Página Web

Conexión ESAN. (2016). *Componentes y operadores de la distribución física internacional*. [online] Available at: <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/08/componentes-y-operadores-de-la-distribucion-fisica-internacional/> [Accessed 22 Jul. 2019].

Comercio y Aduanas. (2012). *Qué es Comercio Internacional*. [online] Available at: <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-comercio-internacional/> [Accessed 22 Jul. 2019].

- Comex Peru.com. Automatización "Inteligente" de Procesos. (2017). *Negocios Internacionales*, [online] (239), pp.14-16. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/revista/>
- Comex Peru.com. *Digitalización e Innovación, avanzando hacia la armonía social*. (2018). *Negocios Internacionales*, [online] (Volumen 22), pp.28-33. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/>
- Comex Peru.com. *La Tecnología y el Comportamiento Humano*. (2018). *Negocios Internacionales*, [online] (Volumen 22), pp.76-78. Recuperado de: <https://www.comexperu.org.pe/upload/articles/revista/noviembre2018/index.html#p=76> [Acceso 8 May 2019].
- DEFINICIÓN (2018). "Definición de conectividad". Diccionario Online. Recuperado de: <https://definicion.de/conectividad/>
- INEI, (2019). "*Estadísticas de la tecnología de la información y la comunicación en los hogares*". [Boletín-online] https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/boletines/boletin_tics.pdf
- Kanvel Logistics & Business Worldwide. (2017). *Todo lo que debe saber sobre el transporte internacional de mercancías*. [online] Available at: <https://kanvel.com/transporte-internacional-de-mercancias/> [Accessed 22 Jul. 2019].
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2008). *Glosario*. 02/2021, de SIICEX Sitio web: https://www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?scriptdo=cc_glosario&pletra=A&pNumPagina=2&_portletid_=SGlosario&_page_=155.00000
- Ministerio de la Producción. (2017) *Estadística MIPYME*. [online] Recuperado de: <http://ogeiee.produce.gob.pe/index.php/shortcode/estadistica-oe/estadisticas-mipyme>
- Real Academia Española, Diccionario de la real academia de la lengua española, [online]. <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=implementar>
- Reyes R. (2018). "*Los 10 problemas más comunes en logística y documentación*". Artículo [Online]. TEAM. Recuperado de: <https://www.teamnet.com.mx/blog/problemas-comunes-en-log%C3%ADstica-y-documentaci%C3%B3n>

Search Cloud Computing. (2019). *Software as a Service (SaaS)*. [online] Available at: <https://searchcloudcomputing.techtarget.com/definition/Software-as-a-Service> [Accessed 22 Jul. 2019].

Sunat (2018). *Tributos que gravan a la importación*. Recuperado de: <http://www.aduanet.gob.pe/aduanas/informag/tribadua.htm>

SUNAT (2014). *Reglamento de Organización y Funciones- ROF Sistematizado de la Sunat*. [online] Lima, Peru, p.304. Available at: http://www.sunat.gob.pe/institucional/quienessomos/igo/rof/ROF_sistematizado.pdf [Accessed 22 Jul. 2019].

TRESCE (2019). “¿Por qué es necesaria la comunicación digital en empresas?”. Artículo [online] at: <https://www.tresce.com/blog/necesaria-comunicacion-digital-en-empresas/>