

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración y Negocios Internacionales

“USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES Y LA GESTIÓN DE IMPORTACIONES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LIMA, 2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración y Negocios Internacionales

Autor:

Andrea Jasmin Deza Vasquez

Asesor:

Mg. Lic. Alfredo Martín Berrospi Ytahashi

<https://orcid.org/0000-0002-7910-9388>

Lima - Perú

2025

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	GISELA ANALY FERNANDEZ HURTADO
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	GUILLERMO JUNIORS MORALES BENAVIDES
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	ALFREDO MARTIN BERROSPI YTAHASHI
	Nombre y Apellidos

INFORME DE SIMILITUD



Página 2 of 101 - Descripción general de integridad

Identificador de la entrega trnoid::1:3284871360

18% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...




Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 16%  Fuentes de Internet
- 5%  Publicaciones
- 10%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis para optar el título profesional a mi padre ya se encuentra en el cielo, pero es mi principal motor y motivo para seguir adelante, con su sacrificio y sus enseñanzas pude empezar esta carrera universitaria.

También dedico la presente tesis para optar el título profesional a mi novio que estuvo en el momento más difícil de mi vida brindándome su apoyo incondicional y continúa haciéndolo para poder culminar mi carrera universitaria.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por mantenerme con vida y salud, por ser mi guía a lo largo de mi vida, ser mi fortaleza en aquellos momentos de difíciles.

Gracias a mi padre por ser el principal motor del sueño de ser profesional, por confiar y creer en mí, por los consejos, valores y principios que me ha inculcado.

TABLA DE CONTENIDOS

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDOS	6
ÍNDICE DE TABLAS	7
ÍNDICE DE FIGURAS	9
RESUMEN	10
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	11
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA	44
CAPÍTULO III: RESULTADOS	58
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.....	62
REFERENCIAS	66
ANEXOS	71

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Confiabilidad del cuestionario de uso de tecnologías digitales	51
Tabla 2. Confiabilidad del cuestionario de gestión de importaciones	51
Tabla 3. Confiabilidad de cuestionario uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones	52
Tabla 4. Matriz de consistencia	55
Tabla 5. Análisis de normalidad para las variables uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones.	58
Tabla 6. Relación entre uso de tecnologías digitales y control de inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	59
Tabla 7. Relación entre uso de tecnologías digitales y gestión documental aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	60
Tabla 8. Relación entre uso de tecnologías digitales y gestión logística - transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	61
Tabla 9. ¿Su empresa utiliza software digital para gestionar procesos internos?	81
Tabla 10. ¿El personal de su empresa dedica tiempo regular al uso de herramientas digitales?	82
Tabla 11. ¿Los procesos internos de su empresa se encuentran digitalizados?	82
Tabla 12. ¿Su empresa ha implementado un sistema ERP para la gestión integrada?	83
Tabla 13. ¿Su empresa organiza capacitaciones anuales sobre el uso de tecnologías digitales?	83
Tabla 14. ¿El personal de su empresa tiene conocimiento suficiente sobre herramientas digitales?	84
Tabla 15. ¿Su empresa destina presupuesto exclusivo para tecnología de la información	

(TI)?	84
Tabla 16. ¿Su empresa renueva periódicamente sus equipos tecnológicos y sistemas?	85
Tabla 17. ¿Su empresa utiliza múltiples plataformas digitales para sus actividades comerciales?	86
Tabla 18. ¿Su empresa mantiene una alta interacción con sus clientes mediante canales digitales?	86
Tabla 19. ¿Su empresa evalúa con regularidad la rotación de inventario?	87
Tabla 20. ¿Su empresa toma decisiones logísticas basadas en los datos de rotación del inventario?	87
Tabla 21. ¿Su empresa mantiene niveles adecuados de stock para responder a la demanda?	88
Tabla 22. ¿Su empresa calcula la cantidad económica de pedido (EOQ) al importar?	88
Tabla 23. ¿Su empresa aplica el EOQ para mejorar la eficiencia en sus pedidos internacionales?	89
Tabla 24. ¿La documentación presentada por su empresa en los procesos de importación es exacta?	89
Tabla 25. ¿Los procesos de autorización aduanera se realizan dentro de un tiempo razonable?	90
Tabla 26. ¿La eficiencia en los trámites aduaneros de su empresa es adecuada?	90
Tabla 27. ¿El tiempo de tránsito de sus productos importados se encuentra dentro de lo planificado?	91
Tabla 28. ¿El costo total del transporte internacional es gestionado eficazmente por su empresa?	92

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Muestra de correlación entre variables	45
---	----

RESUMEN

La presente investigación analiza la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en pequeñas y medianas empresas (PYMEs) de Lima. Bajo un enfoque cuantitativo, de tipo aplicado, nivel descriptivo-correlacional y diseño no experimental de corte transversal, se aplicó una encuesta estructurada tipo Likert a responsables del área de importaciones. Los resultados evidencian una relación significativa entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones, con un coeficiente de correlación general de 0.695 ($p = 0.00$). A nivel de dimensiones, se identificaron relaciones positivas moderadas con el control de inventarios ($\rho = 0.392$) y con la gestión logística ($\rho = 0.323$), mientras que la relación con la gestión documental fue débil ($\rho = 0.111$). Se concluye que la digitalización puede relacionarse con la optimización de procesos logísticos, mejorar la planificación y fortalecer la competitividad de las PYMEs importadoras en Lima.

PALABRAS CLAVES: Tecnologías digitales, Gestión de importaciones, PYMEs, Comercio internacional, Logística empresarial

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad problemática

En las últimas décadas, la economía global ha experimentado una transformación significativa a raíz de la digitalización de los procesos logísticos y comerciales. De acuerdo con el informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2024), las tecnologías digitales están redefiniendo el funcionamiento de la economía internacional, al mejorar la conectividad, la trazabilidad de mercancías y la eficiencia operativa. Esta transformación es particularmente relevante en el contexto del comercio internacional, donde las herramientas digitales permiten una mejor gestión de las cadenas de suministro, reduciendo tiempos y costos asociados al movimiento de mercancías.

El Banco Interamericano de Desarrollo (2020) destaca que la implementación de tecnologías avanzadas en la cadena de suministro —conocida como Cadena de Suministro 4.0— puede aumentar significativamente la eficiencia de las importaciones. Este modelo promueve la integración de soluciones como la inteligencia artificial, el internet de las cosas (IoT) y los sistemas de gestión automatizados, que permiten tomar decisiones estratégicas basadas en datos en tiempo real.

En el caso de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), la digitalización se presenta como una oportunidad estratégica para superar las barreras tradicionales del comercio exterior. Según Veiga (2021), las TIC constituyen una herramienta clave para la internacionalización de las PYMEs en América Latina y el Caribe, facilitando su acceso a nuevos mercados, la mejora de procesos logísticos y la optimización de los canales de importación. Sin embargo, también se evidencian brechas en infraestructura y capacitación digital que dificultan una adopción homogénea de estas herramientas.

En este contexto, el estudio de la influencia del uso de tecnologías digitales en la gestión de importaciones se vuelve pertinente y necesario, especialmente en economías emergentes como la peruana, donde las PYMEs representan un segmento crucial del tejido empresarial y enfrentan desafíos específicos para insertarse competitivamente en el entorno internacional.

En el Perú, las pequeñas y medianas empresas desempeñan un rol clave en la dinámica económica, y muchas de ellas participan en procesos de importación de insumos, maquinaria y productos terminados. Sin embargo, existen limitaciones estructurales que condicionan su desempeño en estos procesos. De acuerdo con el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR, 2020), si bien la mayoría de las exportaciones e importaciones se realizan con economías con acuerdos comerciales, no se cuenta con cifras actualizadas y desagregadas sobre el número de PYMEs importadoras específicamente en Lima, lo que evidencia una debilidad en la trazabilidad estadística del sector.

En términos de transformación digital, el Ministerio de la Producción (PRODUCE, 2022) ha implementado programas como *Mipyme Digital*, orientados a promover la adopción de herramientas tecnológicas para mejorar la competitividad empresarial. Aunque estas iniciativas no están enfocadas exclusivamente en las empresas importadoras, sí reflejan un esfuerzo institucional por cerrar la brecha digital en el sector MYPE.

No obstante, persisten diversas problemáticas que limitan la eficiencia de las operaciones de importación. Entre ellas, destacan los procesos burocráticos, los altos costos logísticos y la limitada interoperabilidad entre sistemas. MINCETUR (2012) reconoció estos desafíos en su informe sobre la implementación de la Ventanilla Única

de Comercio Exterior (VUCE), una herramienta digital diseñada para agilizar los trámites de importación y exportación. Aunque la VUCE representa un avance importante, aún existen barreras que dificultan su plena adopción por parte de muchas PYMEs.

En resumen, si bien existe un entorno institucional favorable para la digitalización y una creciente necesidad de transformación en los procesos de importación, las PYMEs importadoras en Lima enfrentan desafíos tanto tecnológicos como estructurales que requieren ser analizados para identificar oportunidades de mejora en su gestión logística y comercial.

1.2. Antecedentes de investigación

1.2.1. Antecedentes internacionales

Añón et al. (2023), en su trabajo denominado Digitalización y participación comercial de las pymes, tienen como objetivo analizar el impacto de la digitalización en las actividades de exportación e importación de las pequeñas y medianas empresas (PYME) en España. La metodología empleada incluye la construcción de un índice multidimensional de digitalización y la estimación de modelos dinámicos que evalúan los efectos directos e indirectos de la digitalización sobre la productividad y el comercio. Los resultados indican que la digitalización incrementa la probabilidad de que las PYME exporten e importen, siendo el efecto indirecto a través de la productividad más significativo. En conclusión, la digitalización no solo facilita el acceso a los mercados internacionales, sino que también mejora la eficiencia de las empresas, sugiriendo que los responsables políticos deben fomentar la transformación digital de las PYME para potenciar su competitividad en el comercio global.

Yordanova et al. (2024), en su trabajo titulado Tecnologías digitales e internacionalización de las pequeñas y medianas empresas, tienen como objetivo explorar

cómo las tecnologías digitales impactan la capacidad de las PYME para internacionalizarse y buscar oportunidades en mercados globales. La metodología incluye un análisis de diversos artículos que abordan la relación entre digitalización e internacionalización, utilizando enfoques tanto cualitativos como cuantitativos. Los resultados indican que las tecnologías digitales facilitan la creación de valor, optimizan estrategias de internacionalización y mejoran la innovación empresarial en contextos internacionales. En conclusión, el estudio resalta la importancia de que las PYME adopten tecnologías digitales para potenciar su crecimiento internacional y sugiere que se deben explorar más oportunidades digitales para integrar estas tecnologías en sus estrategias de internacionalización.

Garay et al. (2025) , tiene un trabajo investigativo sobre Digitalización y comercio exterior en América Latina, tiene como objetivo analizar el estado de la digitalización y su impacto en el comercio exterior de la región. La metodología incluye un análisis de datos cuantitativos y cualitativos sobre la implementación de tecnologías digitales en el comercio. Los resultados muestran que América Latina tiene una tasa de implementación del 71% en facilitación del comercio digital, aunque sigue rezagada en comparación con países desarrollados. En conclusión, a pesar de los avances en digitalización, la región enfrenta desafíos significativos, como la falta de infraestructura digital y la modernización de aduanas, lo que limita su competitividad en el comercio global. Se recomienda aumentar la inversión en infraestructura digital y modernizar los marcos regulatorios para mejorar la integración en la economía digital.

Gatica et al. (2024) , en su trabajo titulado Tecnologías Digitales 4.0 en Pequeñas y Medianas Industrias Fabricantes: Casos de la Región Centro de Argentina y la Región del Biobío de Chile, tienen como objetivo identificar los factores que influyen en la

adopción de tecnologías digitales 4.0 (TD 4.0) en PYME de estas regiones. La metodología incluye encuestas a 35 empresas y el uso del modelo de adopción de Tecnología, Organización y Entorno (TOE), junto con herramientas de ciencia de datos como análisis de conglomerados y árboles de decisión. Los resultados destacan la importancia del conocimiento de los líderes sobre TD 4.0, la necesidad de capital humano especializado y una cultura organizacional que fomente la innovación. En conclusión, se sugiere que las políticas públicas deben enfocarse en transformar el liderazgo empresarial y la dinámica organizacional para impulsar la transformación digital en las PYME de la región.

Dana et al. (2022), en su trabajo titulado Investigación del impacto de los mercados internacionales y las nuevas tecnologías digitales en la innovación empresarial en los mercados emergentes, tienen como objetivo analizar cómo los mercados internacionales y las tecnologías digitales influyen en la innovación empresarial en los mercados emergentes, considerando la mediación de la orientación emprendedora. La metodología incluye un enfoque cuantitativo basado en encuestas a 300 empresas en Teherán, utilizando un cuestionario estándar y el análisis modelado de ecuaciones estructurales con el software Smart PLS-3. Los resultados indican que tanto los mercados internacionales como las tecnologías digitales tienen un impacto positivo en la innovación empresarial, y que la orientación emprendedora refuerza esta relación. En conclusión, se sugiere que las empresas deben aprovechar las nuevas tecnologías digitales y la internacionalización para fomentar la innovación y asegurar su sostenibilidad en un entorno competitivo.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Simbrón et al. (2024), en su trabajo titulado *Relación entre el uso de tecnologías digitales y la oferta exportable en el sector de arándanos en La Libertad*, investiga un tema clave para el sector de exportación de arándanos en la región. El objetivo fue analizar cómo las tecnologías digitales impactan la capacidad exportadora de las empresas en 2023. Se utilizó un enfoque cuantitativo con un diseño aplicado y correlacional, empleando métodos científicos y deductivos. La investigación fue no experimental y transeccional, con una muestra no probabilística de 20 empresas productoras y exportadoras. Se aplicó una encuesta con un cuestionario de 12 ítems sobre tecnologías digitales y 9 sobre la oferta exportable, recolectando datos a través de medios digitales. La validez del instrumento fue confirmada por expertos, y la confiabilidad se midió con el Alfa de Cronbach, obteniendo valores de 0,861 y 0,802. La hipótesis general se validó mediante la prueba de evaluación rho de Spearman, con un p-valor de 0,000. En conclusión, se establece que el uso de tecnologías digitales está significativamente relacionado con la oferta exportable de las empresas de arándanos en La Libertad durante 2023.

Díaz Zavaleta (2023), en su tesis titulada *Gestión de las importaciones y su influencia en la rentabilidad operativa de la empresa Inversiones Kayser SAC, Lurín, 2022*, tiene como objetivo analizar cómo la gestión de importaciones afecta la rentabilidad operativa de la empresa. La metodología incluyó una población de 60 personas, entre propietarios, empleados y funcionarios de Inversiones Kayser SAC, de la cual se tomó la totalidad como muestra. Se aplicó un cuestionario de 30 preguntas estructurado con una escala de Likert para evaluar las variables de gestión de importaciones y rentabilidad operativa. Los resultados revelaron que el 76.6% de los encuestados calificó la gestión de importaciones en un nivel medio, indicando deficiencias en planificación, logística y

control de costos, lo que impacta negativamente en la rentabilidad. Para validar las hipótesis, se utilizó la prueba de evaluación R de Spearman. En conclusión, se establece que hay una relación significativa entre la gestión de importaciones y la rentabilidad operativa, sugiriendo que mejorar los procesos de planificación y control es esencial para optimizar la rentabilidad de la empresa.

Ibarra et al. (2024), en su investigación titulada Impacto de las plataformas digitales en las MYPEs del Emporio Comercial Gamarra, se propuso analizar cómo estas plataformas han permitido a las MYPEs mantener su presencia en el mercado y los desafíos que enfrentan al utilizarlas. El estudio fue descriptivo, con un enfoque cuantitativo y no experimental. La población abarcó 39,630 empresas en Gamarra, y se seleccionó una muestra de 385 MYPEs dedicadas a la venta de ropa. Se utilizó una encuesta para la recolección de datos. Los resultados mostraron que el 67.5% de las MYPEs utilizan redes sociales como Facebook e Instagram, mientras que solo un 12.8% tiene una tienda en línea y un 18.9% cuenta con una página web. En conclusión, la mayoría de las MYPEs han optado por las redes sociales como su principal herramienta digital, reconociendo su relevancia para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios.

Murillo et al. (2023), en su investigación titulada "Intención de uso de tecnologías de la Industria 4.0 entre las Pymes agroexportadoras peruanas, utilizando el modelo TAM", se propone analizar cómo la intención de uso de tecnologías de la Industria 4.0 se ve influenciada por variables como la facilidad de uso percibida, la utilidad percibida y la actitud hacia el uso en pequeñas y medianas empresas agroexportadoras en Perú. Para ello, se realizó una encuesta virtual a una muestra representativa con el fin de establecer la relación entre estas variables y evaluar la aplicabilidad del modelo en el contexto peruano. La investigación se estructura en ocho capítulos, donde se aborda la

problemática nacional y se valida bibliográficamente el modelo en comparación con otros contextos agroexportadores. Los resultados indican que el modelo TAM efectivamente explica la intención de uso de tecnologías de la Industria 4.0 en estas empresas, y que las variables mencionadas tienen una relación directamente proporcional con dicha intención. En conclusión, se confirma que la facilidad de uso, la utilidad y la actitud son factores clave que condicionan la adopción de estas tecnologías en el sector agroexportador peruano.

1.4. Bases Teóricas

Uso de tecnologías digitales

En el contexto empresarial, las tecnologías digitales comprenden un conjunto de herramientas, sistemas y plataformas que utilizan datos y conectividad para optimizar procesos internos y externos. Estas tecnologías han transformado las cadenas de suministro, aportando mejoras sustanciales en eficiencia operativa, trazabilidad, toma de decisiones y capacidad de respuesta ante los mercados. Según Arenkov, Tsenzharik y Vetrova (2019), la digitalización permite integrar funciones clave del negocio, desde la logística hasta la planificación estratégica, reduciendo errores y costos.

Dentro del ámbito logístico, se reconocen diversos tipos de tecnologías digitales comúnmente implementadas. Kern (2023) identifica sistemas ERP, SCM, TMS, EDI, blockchain y plataformas colaborativas como componentes esenciales de la logística digital moderna. Estos sistemas no solo permiten la automatización de procesos, sino también el acceso en tiempo real a datos críticos para la gestión de las importaciones.

La adopción de estas tecnologías ha sido explicada por varios modelos teóricos. El Modelo de Aceptación de Tecnología (TAM), propuesto originalmente por Davis, ha sido aplicado en sectores logísticos para analizar la influencia de factores como la utilidad

percibida y la facilidad de uso en la implementación de soluciones digitales (Pham & Tran, 2025). De manera complementaria, Anton et al. (2023) proponen el Technology Adoption Model Canvas (TAMC), que amplía el enfoque del TAM al considerar también factores organizacionales, contextuales y tecnológicos en la decisión de adopción tecnológica por parte de microempresas y PYMEs.

Gestión de importaciones

La gestión de importaciones se refiere al conjunto de actividades estratégicas, operativas y administrativas que permiten planificar, ejecutar y controlar el ingreso de mercancías desde el extranjero. De acuerdo con Pyroh et al. (2021), una gestión eficiente en este ámbito implica una adecuada planificación, el uso de herramientas digitales para el control de procesos, y la toma de decisiones basadas en análisis de mercado y riesgos logísticos.

En el contexto peruano, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020) describe un proceso de importación compuesto por fases clave: identificación del producto, clasificación arancelaria, selección de proveedores, contratación del transporte, tramitación aduanera y recepción de mercancías. Cada una de estas etapas requiere una coordinación precisa, especialmente en lo relativo a documentación, cumplimiento normativo y control de tiempos.

Para evaluar la eficiencia de estas operaciones, se utilizan diversos indicadores de gestión logística. La Fundación de Estudios Superiores Comfanorte (2020) señala métricas como tiempo promedio de entrega, precisión en inventarios, nivel de cumplimiento de pedidos y costos operativos. Estos indicadores permiten identificar oportunidades de mejora y tomar decisiones basadas en evidencia para incrementar la competitividad de las empresas importadoras.

Variable 1, Uso de tecnologías digitales

En la actualidad, el uso de tecnologías digitales representa un componente fundamental para el desarrollo y sostenibilidad de las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), especialmente en contextos urbanos altamente competitivos como Lima. Las herramientas digitales permiten automatizar procesos, optimizar la comunicación, mejorar la atención al cliente y expandir la presencia en el mercado a través de plataformas digitales. Su implementación no solo responde a una necesidad operativa, sino que también constituye una estrategia clave para adaptarse a los cambios del entorno global, marcado por la digitalización acelerada. En este contexto, el análisis del uso de tecnologías digitales en las PYMEs resulta crucial para comprender cómo estas organizaciones pueden fortalecer su gestión, mejorar su productividad y mantener su competitividad en un entorno económico en constante transformación (Vergara, 2023).

Según Vergara (2023), la digitalización permite a las PYMEs optimizar procesos clave como la gestión de inventarios, la comunicación interna y externa, y la atención al cliente, lo que se traduce en una mayor eficiencia y ahorro de recursos. Además, la presencia en internet y redes sociales facilita la expansión hacia nuevos mercados de manera más económica y efectiva que los métodos tradicionales. Esta transformación digital no solo mejora la operatividad interna, sino que también fortalece la competitividad de las empresas en el mercado actual.

Por otro lado, Vigo Abanto (2024) destaca que muchas micro y pequeñas empresas en Lima, específicamente en el emporio comercial de Gamarra, aún no aprovechan plenamente el potencial de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) y el marketing digital en sus estrategias comerciales. Esta situación se ve agravada por la priorización de resultados inmediatos, la falta de conocimientos y

habilidades en estas áreas, y una resistencia al cambio e innovación. La pandemia del COVID-19 ha intensificado esta problemática, evidenciando la necesidad urgente de una mayor adopción de herramientas digitales para la supervivencia y crecimiento de estas empresas.

En este sentido, el uso de tecnologías digitales en las PYMEs de Lima no solo implica la adopción de nuevas herramientas, sino también un cambio cultural y organizacional que permita integrar estas tecnologías de manera efectiva en los procesos empresariales. La capacitación del personal, la inversión en infraestructura tecnológica y el desarrollo de estrategias digitales son aspectos fundamentales para lograr una transformación digital exitosa. Además, es importante considerar las particularidades del entorno local y las necesidades específicas de cada empresa para implementar soluciones digitales que realmente aporten valor y contribuyan al logro de los objetivos empresariales.

1.4.1. Dimensiones de uso de tecnologías digitales

El uso de tecnologías digitales en el ámbito empresarial puede analizarse a través de varias dimensiones que permiten evaluar su grado de adopción e impacto. Según Carrión Ramos (2021), una primera dimensión es la frecuencia de uso, la cual se refiere a cuán habitual es la implementación de herramientas digitales en las tareas operativas y estratégicas de la empresa. Otra dimensión es el nivel de integración tecnológica, que implica la manera en que estas tecnologías están incorporadas en los procesos internos, desde el control de inventarios hasta la atención al cliente.

Asimismo, se considera la dimensión de la capacidad del recurso humano, relacionada con las competencias digitales del personal para utilizar eficazmente estas herramientas (García García et al., 2022). Finalmente, una dimensión clave es la inversión

en infraestructura tecnológica, que representa los recursos económicos asignados a la adquisición, actualización y mantenimiento de tecnologías digitales. Estas dimensiones permiten no solo describir el uso actual de las tecnologías en una empresa, sino también identificar barreras y oportunidades para su adopción efectiva.

1.4.1.1. Frecuencia de uso

Su importancia es relevante en medir cómo y con qué regularidad las tecnologías digitales son empleadas dentro de una organización. Según Carrión Ramos (2021), este indicador refleja la integración cotidiana de herramientas digitales en las actividades laborales y administrativas. Un uso constante o diario de tecnologías digitales señala un nivel avanzado de adopción tecnológica que puede traducirse en mayor eficiencia operativa y mejor comunicación interna. Por el contrario, un uso esporádico o limitado puede indicar barreras organizativas o falta de competencias digitales en el personal.

Entre los indicadores específicos de esta dimensión se encuentra el número de veces que se emplean plataformas digitales semanal o mensualmente, y el tiempo promedio dedicado al uso de estas tecnologías en la jornada laboral. Estos indicadores permiten identificar no solo la frecuencia, sino también la intensidad del uso tecnológico en las tareas diarias. Por ejemplo, empresas que utilizan software de gestión o comunicación digital varias veces al día, probablemente están mejor posicionadas para enfrentar retos competitivos y adaptarse rápidamente a cambios del mercado.

1.4.1.1.1. Indicadores de frecuencia de uso

Uso mensual de software digital: Este indicador mide la frecuencia con la que los empleados utilizan herramientas digitales específicas dentro de un período mensual. Su seguimiento permite identificar patrones de adopción tecnológica y áreas que requieren intervención para mejorar la eficiencia operativa.

"La frecuencia de uso de herramientas digitales es un indicador clave para evaluar la adopción tecnológica en las organizaciones" (González, 2015, p. 45).

Tiempo promedio de uso: Este indicador cuantifica el tiempo medio que los usuarios dedican a interactuar con aplicaciones digitales durante sus jornadas laborales. Es útil para evaluar la eficiencia y la dependencia de las herramientas digitales en los procesos diarios.

El tiempo promedio de uso de aplicaciones digitales refleja el grado de integración de la tecnología en las actividades cotidianas de los empleados (Martínez, 2016, p. 78).

1.4.1.2. Integración en procesos internos

La integración en procesos internos se refiere a la coordinación eficiente de los procesos organizacionales que permiten alinear las operaciones de distintas áreas con el objetivo de mejorar la calidad y la eficiencia de la gestión. Este enfoque es uno de los pilares de la gestión por procesos, el cual prioriza el trabajo colaborativo entre departamentos, facilitando la continuidad operativa y una mayor satisfacción del cliente final. Según el texto *Gestión por procesos. Un principio de la gestión de calidad*, la integración busca asegurar que cada actividad dentro de la organización esté claramente definida, alineada con los objetivos estratégicos y orientada hacia la generación de valor (Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí, s.f.). Esto se logra mediante la eliminación de redundancias, la automatización de flujos de trabajo y el establecimiento de mecanismos de retroalimentación continua.

Asimismo, la integración de procesos empresariales implica la armonización de los flujos de trabajo entre distintas funciones y unidades dentro de una organización para mejorar el rendimiento general. Este tipo de integración permite lograr una mayor agilidad y eficiencia, ya que facilita la comunicación interdepartamental y la toma de

decisiones basada en información compartida. Como lo indica el *Manual de Integración de Procesos Empresariales*, este concepto abarca la coordinación y alineación de actividades clave con el propósito de optimizar recursos y aumentar la capacidad de respuesta ante las demandas del mercado (Instituto Tecnológico Metropolitano, 2018). De esta manera, la integración se convierte en una herramienta estratégica indispensable para impulsar la transformación digital y la competitividad organizacional.

1.4.1.2.1. Indicadores de integración de procesos internos

Porcentaje de procesos digitalizados: Este indicador representa la proporción de procesos internos que han sido transformados mediante tecnologías digitales. Un alto porcentaje indica un avance significativo hacia la automatización y eficiencia operativa.

La digitalización de procesos es esencial para mejorar la eficiencia y la competitividad de las organizaciones en la era digital (López, 2017, p. 102).

La implementación de herramientas como sistemas ERP (Enterprise Resource Planning): Evalúa la adopción de sistemas de planificación de recursos empresariales (ERP) en la organización. La implementación efectiva de ERP facilita la integración de procesos y la toma de decisiones basada en datos.

Los sistemas ERP son fundamentales para la integración de procesos y la mejora de la eficiencia organizacional (Ramírez, 2018, p. 89).

1.4.1.3. Capacitación en competencias digitales

Dimensión clave en la transformación digital de las organizaciones, ya que permite a los colaboradores adquirir y desarrollar habilidades necesarias para interactuar eficazmente con las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

En primer lugar, la competencia digital se entiende como el uso crítico y seguro de las TIC para el trabajo, el ocio y la comunicación. Esta competencia implica un conjunto de conocimientos, habilidades, actitudes y estrategias necesarias para utilizar los medios digitales y las tecnologías de información y comunicación de manera efectiva. Según el Parlamento Europeo y el Consejo (2006), la competencia digital es una de las ocho competencias clave necesarias para la formación a lo largo de la vida, y se apoya en habilidades como el uso de ordenadores para recuperar, evaluar, almacenar, producir, presentar e intercambiar información, así como para comunicarse y participar en redes de colaboración a través de Internet.

En segundo lugar, la capacitación en competencias digitales debe ser continua y adaptarse a las necesidades cambiantes del entorno laboral y social. La formación en estas competencias no solo abarca el aprendizaje técnico, sino también el desarrollo de una actitud crítica y responsable hacia el uso de las tecnologías. Como señala la UNESCO, las competencias digitales son esenciales para el empleo y la inclusión social, y su adquisición requiere una formación en habilidades específicas y propias del universo virtual.

Por lo tanto, la capacitación en competencias digitales es fundamental para que los individuos puedan participar activamente en la sociedad digital, mejorar su empleabilidad y adaptarse a los cambios tecnológicos. Las organizaciones deben promover programas de formación que desarrollen estas competencias, asegurando así una fuerza laboral preparada para los desafíos del siglo XXI.

1.4.1.3.1. Indicadores de capacitación en competencias digitales

Cantidad de capacitaciones anuales: Este indicador mide el número de programas de formación en competencias digitales ofrecidos a los empleados cada año. Una mayor

cantidad de capacitaciones refleja el compromiso de la organización con el desarrollo de habilidades digitales.

La formación continua en competencias digitales es vital para mantener la competitividad en un entorno tecnológico en constante evolución (Fernández, 2019, p. 56).

Nivel de conocimiento del personal: Evalúa el grado de dominio que los empleados tienen sobre herramientas y conceptos digitales relevantes para sus funciones. Es crucial para identificar necesidades de formación y asegurar una adecuada adaptación a las tecnologías emergentes.

El nivel de competencias digitales del personal influye directamente en la capacidad de la organización para innovar y adaptarse al cambio (Sánchez, 2020, p. 34).

1.4.1.4. Inversión en infraestructura tecnológica

La inversión en infraestructura tecnológica es una dimensión crítica en la transformación digital de las organizaciones, ya que proporciona la base necesaria para implementar y sostener tecnologías que mejoran la eficiencia operativa y la competitividad.

En primer lugar, la infraestructura tecnológica comprende el conjunto de componentes físicos y lógicos que permiten el funcionamiento de los sistemas de información y comunicación en una organización. Esto incluye hardware, software, redes y servicios asociados que facilitan el procesamiento y almacenamiento de datos, así como la comunicación interna y externa. Según la Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa, la infraestructura de TI incluye inversiones en hardware, software y servicios

—como consultoría, entrenamiento y capacitación— que se comparten a través de la organización.

En segundo lugar, la inversión en infraestructura tecnológica debe alinearse con la estrategia organizacional para garantizar que las tecnologías implementadas apoyen los objetivos de negocio. Esto implica una planificación estratégica que considere la capacidad, disponibilidad y continuidad de los servicios tecnológicos. Como se señala en el módulo de "Dirección estratégica de la infraestructura y las operaciones" de la Universitat Oberta de Catalunya, la gestión de la infraestructura técnica o tecnológica de los sistemas de información de la empresa está intrínsecamente relacionada con la estrategia y el funcionamiento del negocio.

Por lo tanto, una inversión adecuada y estratégica en infraestructura tecnológica es esencial para que las organizaciones puedan adaptarse a los cambios del entorno digital, mejorar sus procesos internos y ofrecer servicios de calidad a sus clientes.

1.4.1.4.1. Indicadores de inversión de infraestructura tecnológica

Presupuesto destinado a TI: Refleja la proporción del presupuesto total de la organización asignado a tecnologías de la información. Una inversión adecuada en TI es esencial para mantener y mejorar la infraestructura tecnológica.

La asignación de recursos financieros a TI debe ser estratégica para garantizar el soporte adecuado a las operaciones y la innovación (Gómez, 2017, p. 67).

Renovación periódica de equipos/sistemas: Mide la frecuencia con la que la organización actualiza su hardware y software. La renovación periódica es crucial para evitar obsolescencia tecnológica y mantener la eficiencia operativa.

La actualización regular de la infraestructura tecnológica es necesaria para asegurar la compatibilidad y el rendimiento óptimo de los sistemas (Torres, 2018, p. 90).

1.4.1.5. Uso de canales digitales

En el contexto de la transformación digital de las organizaciones, ya que permite establecer una comunicación efectiva con los clientes y otros públicos a través de medios digitales.

En primer lugar, los canales digitales se definen como las plataformas o medios en línea que una empresa utiliza para comunicarse con su público y promover sus productos o servicios. Estos canales incluyen sitios web, redes sociales, correo electrónico, aplicaciones móviles, entre otros. Según Landingi (2024), un canal de marketing digital es cualquier plataforma o medio en línea que una empresa puede utilizar para comunicarse con su público y promover sus productos o servicios. [Landingi](#)

En segundo lugar, el uso de canales digitales en la comunicación interna de las organizaciones públicas y privadas ha cobrado relevancia debido a su inmediatez y eficiencia. Una investigación realizada por la Universidad de San Martín de Porres (2020) destaca que los canales digitales de comunicación interna, como la intranet, el correo electrónico y aplicaciones de mensajería instantánea, son priorizados por algunas entidades para transmitir información, gracias a su capacidad para comunicarse de manera inmediata con los colaboradores, aportando al logro de objetivos.

Por lo tanto, el uso estratégico de canales digitales no solo mejora la comunicación externa con los clientes, sino que también optimiza la comunicación interna, contribuyendo al logro de los objetivos organizacionales.

1.4.1.5.1. Indicadores de uso de canales digitales

Cantidad de plataformas utilizadas: Contabiliza el número de plataformas digitales que la organización emplea para interactuar con clientes y partes interesadas. Una mayor diversidad de canales puede mejorar el alcance y la satisfacción del cliente.

El uso de múltiples plataformas digitales permite a las organizaciones adaptarse a las preferencias de comunicación de sus clientes (Pérez, 2019, p. 112).

Nivel de interacción con clientes: Evalúa la frecuencia y calidad de las interacciones que la organización mantiene con sus clientes a través de canales digitales. Un alto nivel de interacción puede traducirse en una mejor experiencia del cliente y fidelización.

La interacción efectiva con los clientes en canales digitales es clave para construir relaciones sólidas y duraderas (Díaz, 2020, p. 76).

Características de tecnologías digitales

Las tecnologías digitales presentan una serie de características que las hacen fundamentales en la transformación de los procesos organizacionales. En primer lugar, se destaca su interactividad, es decir, la posibilidad de facilitar la comunicación entre usuarios y sistemas en tiempo real. También poseen flexibilidad, lo cual permite adaptarlas a distintas áreas de la empresa sin grandes cambios estructurales (Méndez et al., 2017). Otra característica esencial es la automatización, que reduce el esfuerzo humano en tareas repetitivas y aumenta la eficiencia operativa.

Además, estas tecnologías promueven la accesibilidad y el almacenamiento de datos en la nube, lo que facilita el acceso remoto a la información y mejora la toma de decisiones. Según Gómez-Cruz (2022), estas características convierten a las tecnologías

digitales en herramientas vitales para la innovación organizacional y el fortalecimiento de la competitividad, especialmente en economías emergentes como la peruana.

Tipos de tecnologías digitales

Los tipos de tecnologías digitales utilizadas en las PYMEs pueden clasificarse en función de sus funciones y aplicaciones. Uno de los más comunes es el sistema de planificación de recursos empresariales (ERP), que permite integrar la información contable, logística y operativa en un solo entorno. También están los sistemas de gestión de relaciones con clientes (CRM), enfocados en el seguimiento de prospectos, ventas y postventa. Las plataformas de comercio electrónico son otra categoría clave, ya que posibilitan la venta de productos y servicios a través de medios digitales (Revista Espacios, 2017).

Asimismo, se incluyen las herramientas colaborativas, como aplicaciones de mensajería instantánea, correo electrónico o plataformas de videoconferencias, que han sido esenciales para mantener la productividad en entornos de trabajo remoto. Finalmente, tecnologías emergentes como la inteligencia artificial y el big data están ganando terreno, especialmente en empresas que buscan anticiparse a las tendencias del mercado y optimizar sus procesos.

Variable 2, Gestión de importaciones

La gestión de importaciones es un proceso estratégico que abarca la planificación, ejecución y control de las actividades necesarias para adquirir bienes o servicios del extranjero, asegurando su ingreso legal y eficiente al país de destino. Según la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT, 2019), la importación para el consumo es el régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías al territorio nacional para su uso o consumo definitivo, previo cumplimiento

de las formalidades y obligaciones tributarias correspondientes. Este proceso es fundamental para las empresas que buscan diversificar sus fuentes de suministro, acceder a tecnologías avanzadas o reducir costos de producción.

1.4.2. Dimensiones de gestión de importaciones

1.4.2.1. Planeación y control de inventarios

La planeación y control de inventarios es una dimensión esencial en la gestión de importaciones, ya que permite determinar las cantidades óptimas de productos a importar y el momento adecuado para hacerlo, evitando tanto el exceso como la escasez de inventario. Según Carmona (2018), una adecuada gestión de inventarios garantiza la disponibilidad de productos para satisfacer la demanda del mercado, optimizando los recursos financieros y reduciendo costos asociados al almacenamiento y obsolescencia.

Esta dimensión implica la implementación de sistemas de información que permitan monitorear en tiempo real los niveles de inventario, así como la coordinación con proveedores y áreas internas de la empresa para alinear la oferta con la demanda. Una gestión eficiente de inventarios contribuye a mejorar la competitividad de la empresa en el mercado global.

1.4.2.1.1. Indicadores de planeación y control de inventarios

Rotación de Inventario

La rotación de inventario mide la frecuencia con la que una empresa vende y reemplaza su inventario durante un período determinado. Un índice alto indica una gestión eficiente del inventario, mientras que un índice bajo puede señalar sobrestock o problemas en la demanda. Este indicador se calcula dividiendo el costo de las mercancías vendidas entre el inventario promedio en el mismo período.

La rotación del inventario corresponde a la frecuencia media de renovación de las existencias consideradas, durante un tiempo dado

Cobertura de Stock

La cobertura de stock indica el número de días que las existencias actuales pueden satisfacer la demanda promedio. Este indicador ayuda a determinar si el nivel de inventario es adecuado para mantener la continuidad operativa sin incurrir en costos excesivos de almacenamiento.

La cobertura de stock indica el número de días de consumo que las existencias pueden cubrir. Se obtiene al dividir el stock entre el consumo medio de un período dado

Cantidad Económica de Pedido (EOQ)

La Cantidad Económica de Pedido (EOQ, por sus siglas en inglés) es el volumen óptimo de pedido que minimiza los costos totales de inventario, incluyendo los costos de pedido y de mantenimiento. Este modelo ayuda a las empresas a determinar la cantidad ideal de unidades a solicitar para optimizar recursos.

La cantidad económica de pedido es el modelo fundamental para el control de inventarios. Es un método que, tomando en cuenta la demanda determinista de un producto, el costo de mantener el inventario y el costo de solicitar un pedido, produce como salida la cantidad óptima de unidades a pedir para minimizar costos

1.4.2.2. Gestión documental y aduanera

La gestión documental y aduanera se refiere al conjunto de actividades relacionadas con la preparación, presentación y seguimiento de los documentos requeridos para el despacho aduanero de las mercancías importadas. Ramírez y Flores (2019) destacan que una gestión documental eficiente minimiza los riesgos de demoras,

sanciones y costos adicionales, asegurando el cumplimiento de las normativas legales y facilitando el flujo continuo de mercancías.

Esta dimensión requiere un conocimiento profundo de las regulaciones aduaneras, clasificación arancelaria, valoración de mercancías y tratados comerciales vigentes. La digitalización de los procesos documentales y la implementación de sistemas electrónicos de transmisión de datos han contribuido a mejorar la eficiencia y transparencia en las operaciones de importación.

1.4.2.2.1. Indicadores de gestión documental y aduanera

Tasa de Exactitud en Documentación

Este indicador mide el porcentaje de documentos de importación que se procesan sin errores. Una alta tasa de exactitud es crucial para evitar retrasos en la aduana y sanciones legales.

Contar con expedientes de documentos en tiempo y forma, no identificar errores en documentos de importación y exportación pueden generar demoras significativas" (Birdie, 2024).

Tiempo de Autorización Aduanera

Este KPI rastrea la duración requerida para que los envíos despejen las aduanas, influyendo en cada aspecto de eficiencia operativa y satisfacción del cliente. Una autorización aduanera eficiente garantiza un rendimiento ininterrumpido de la cadena de suministro, reduce los retrasos y, en última instancia, minimiza el riesgo de sanciones relacionadas con el incumplimiento de las regulaciones internacionales.

El tiempo de autorización de aduanas es una métrica crítica para cualquier negocio de logística de exportación de importación (Businessplan-templates.com, 2024).

Eficiencia de Autorización Aduanera

Este indicador mide la velocidad y precisión del proceso de autorización aduanera para envíos internacionales. Es fundamental para reducir el riesgo de retrasos y costos asociados, impactando directamente en la efectividad de la cadena de suministro y la satisfacción del cliente.

La eficiencia de la autorización aduanera es un indicador clave de rendimiento que mide la velocidad y la precisión del proceso de autorización aduanera para envíos internacionales (BPLAN, 2024).

1.4.2.3. Gestión logística y transporte internacional

La gestión logística y transporte internacional abarca la planificación, ejecución y control de las actividades relacionadas con el movimiento físico de las mercancías desde el país de origen hasta el destino final. Jiménez (2021) señala que una logística eficiente en las importaciones permite reducir tiempos de tránsito, costos de transporte y riesgos asociados al manejo de la carga, mejorando la satisfacción del cliente y la rentabilidad de la empresa.

Esta dimensión incluye la selección de modos de transporte adecuados (marítimo, aéreo, terrestre o multimodal), la negociación de tarifas y condiciones con los operadores logísticos, la gestión de seguros y la coordinación de actividades como el embalaje, etiquetado y almacenamiento. Una logística bien gestionada es clave para el éxito de las operaciones de importación en un entorno globalizado y competitivo.

1.4.2.3.1 Indicadores de gestión logística y transporte internacional

Tiempo de Tránsito

El tiempo de tránsito mide el período que transcurre desde que una mercancía sale del punto de origen hasta que llega a su destino final. Este indicador es esencial para la planificación de inventarios y la satisfacción del cliente.

Este KPI mide el tiempo que toma un embarque desde su punto de origen hasta su destino final" (Birdie, 2024).

Costo Total de Transporte

Este indicador incluye todos los costos asociados al traslado de mercancías, desde fletes marítimos y aéreos hasta gastos aduanales. Controlar este indicador permite identificar áreas de ahorro y evaluar opciones más eficientes.

Incluye todos los costos asociados al traslado de mercancías, desde fletes marítimos y aéreos hasta gastos aduanales (Birdie, 2024).

Características de gestión de importaciones

a) Multidisciplinariedad

La multidisciplinariedad es una característica intrínseca de la gestión de importaciones, ya que involucra diversas áreas del conocimiento como comercio internacional, logística, finanzas, derecho aduanero y gestión de riesgos. Según García (2012), la importación se basa en proyectar una estrategia para buscar y obtener proveedores de calidad en mercados exteriores, lo que requiere la integración de diferentes disciplinas para una toma de decisiones efectiva. [1Library](#)

Esta característica implica la necesidad de contar con equipos de trabajo multidisciplinarios que colaboren de manera coordinada, aportando sus conocimientos y habilidades específicas para optimizar el proceso de importación y adaptarse a las dinámicas del comercio internacional.

b) Cumplimiento normativo

El cumplimiento normativo es fundamental en la gestión de importaciones, ya que las operaciones deben ajustarse a las leyes y regulaciones tanto del país importador como del exportador. La SUNAT (2019) establece que la importación para el consumo requiere el cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras, incluyendo el pago de derechos arancelarios y demás impuestos aplicables. [Gestión+31Library+31Library+3](#)

El incumplimiento de las normativas puede generar sanciones, retenciones de mercancías y pérdida de credibilidad en el mercado. Por ello, es esencial que las empresas importadoras mantengan una actualización constante sobre los cambios legislativos y desarrollen sistemas de control interno que aseguren la conformidad con las disposiciones legales.

c) Adaptabilidad al entorno internacional

La adaptabilidad al entorno internacional es una característica clave en la gestión de importaciones, debido a la constante evolución de los mercados, las tecnologías y las políticas comerciales. Según Hernández (2013), es fundamental poseer una eficiente gestión administrativa que permita tener una pronta respuesta a las fluctuaciones del mercado, asegurando la competitividad de la empresa. [1Library](#)

Esta adaptabilidad implica la capacidad de anticiparse a los cambios en las condiciones del comercio internacional, como variaciones en los tipos de cambio, modificaciones arancelarias o la aparición de nuevas barreras comerciales, ajustando las estrategias de importación para mantener la eficiencia y rentabilidad de las operaciones.

Tipos de gestión de importaciones

a) Gestión directa

La gestión directa de importaciones implica que la empresa importadora asume de manera integral todas las actividades relacionadas con la adquisición de mercancías en el extranjero, desde la negociación con proveedores hasta el despacho aduanero y la logística de transporte. Este tipo de gestión permite un mayor control sobre el proceso y la posibilidad de establecer relaciones comerciales más estrechas con los proveedores.

Sin embargo, también requiere una inversión significativa en recursos humanos y tecnológicos, así como un conocimiento profundo de las normativas y procedimientos involucrados. Según García (2012), la importación se basa en proyectar una estrategia para buscar y obtener proveedores de calidad en mercados exteriores, lo que demanda una gestión proactiva y especializada. [1Library](#)

b) Gestión tercerizada

La gestión tercerizada consiste en delegar total o parcialmente las actividades de importación a terceros especializados, como agentes de aduana, operadores logísticos o empresas de comercio exterior. Ramírez y Flores (2019) destacan que esta modalidad es común en PYMEs que buscan reducir riesgos y costos operativos mediante la contratación de expertos que manejen los trámites aduaneros y logísticos.

Esta opción permite a las empresas concentrarse en su actividad principal, aprovechando la experiencia y recursos de los terceros para asegurar una gestión eficiente de las importaciones. No obstante, es crucial establecer acuerdos claros y mecanismos de control para garantizar la calidad y cumplimiento de las operaciones externalizadas.

c) Gestión híbrida

La gestión híbrida combina elementos de la gestión directa y tercerizada, permitiendo a la empresa mantener el control estratégico de las importaciones mientras

delega ciertas funciones operativas a terceros. Este enfoque flexible permite adaptar la gestión de importaciones a las capacidades internas de la empresa y a las condiciones del entorno comercial.

Por ejemplo, una empresa puede encargarse de la selección y negociación con proveedores, mientras confía la logística y el despacho aduanero a operadores especializados. Esta modalidad busca optimizar recursos, reducir costos y mejorar la eficiencia del proceso de importación, adaptándose a las necesidades específicas de cada organización.

1.5. Relación entre uso digital y gestión de importaciones

La relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones ha sido objeto de creciente interés en la literatura académica y técnica. Poncela García (2019) destaca que herramientas como el seguimiento satelital, la optimización de rutas, los servicios telemáticos y las plataformas de gestión en línea han transformado la forma en que las empresas gestionan sus operaciones logísticas, reduciendo costos y mejorando la transparencia.

En la misma línea, la Cámara de Comercio de Madrid (2023) resalta el impacto de la automatización, la inteligencia artificial y la robótica en el comercio exterior, subrayando su contribución a la eficiencia operativa y a la disminución de los tiempos de entrega. Estas innovaciones permiten que las empresas respondan con mayor agilidad ante los cambios en la demanda o en las condiciones del mercado internacional.

Desde una perspectiva teórica, la relación entre tecnologías digitales y comercio internacional ha sido explicada a través de modelos como el TAM y el Modelo de Difusión de Innovaciones (DOI). Según autores de la Universidad de La Habana (2021), estos marcos conceptuales permiten entender cómo las empresas adoptan tecnologías

según su percepción de utilidad, compatibilidad con los procesos existentes, y capacidad para generar ventajas competitivas en la gestión de importaciones.

1.6. Justificación del estudio

El presente estudio se justifica por diversas razones de carácter social, académico, institucional y práctico. En primer lugar, desde una perspectiva social y económica, las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) constituyen un pilar fundamental del aparato productivo peruano, representando más del 95% de las unidades empresariales del país. En el contexto de Lima, muchas de estas empresas participan activamente en procesos de importación, abasteciendo el mercado nacional con productos tecnológicos, bienes de consumo e insumos clave para otras industrias. Sin embargo, enfrentan limitaciones estructurales y tecnológicas que afectan su competitividad en el comercio internacional.

Desde el plano académico, la investigación aporta a la literatura existente al abordar la interacción entre dos variables clave: el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones. Aunque se han desarrollado estudios relacionados en contextos internacionales, en el ámbito nacional aún es incipiente la evidencia empírica que explore esta relación de forma específica y cuantitativa en el caso de las PYMEs importadoras. Esta brecha teórica y metodológica justifica la necesidad de profundizar en el análisis de cómo las herramientas digitales pueden optimizar procesos logísticos, documentarios y estratégicos vinculados a las importaciones.

A nivel institucional, el estudio ofrece insumos valiosos para entidades públicas como el Ministerio de la Producción, MINCETUR y PROMPERÚ, que impulsan la digitalización y la internacionalización del tejido empresarial peruano. Los resultados permitirán orientar políticas de fomento, asistencia técnica y fortalecimiento de

capacidades digitales en las PYMEs, especialmente en aquellas que enfrentan dificultades para adaptarse a los entornos tecnológicos actuales.

En cuanto a su utilidad práctica, la investigación generará conocimiento aplicable para los propios gestores de empresas importadoras, quienes podrán identificar oportunidades de mejora en sus procesos a través de la adopción de soluciones digitales. Asimismo, el estudio busca ofrecer una herramienta de diagnóstico que permita evaluar el nivel de madurez digital y su relación con la eficiencia de las operaciones de importación, aportando insumos para la toma de decisiones estratégicas y procesos de mejora continua.

En suma, este trabajo no solo responde a una necesidad académica de comprensión del fenómeno, sino que también tiene implicancias directas para el desarrollo sostenible y competitivo de las pequeñas y medianas empresas en el Perú.

1.7. Delimitación de la investigación

La presente investigación se delimita en los siguientes aspectos:

a) Delimitación espacial:

El estudio se desarrollará en la ciudad de Lima, capital del Perú, por ser el principal centro económico y comercial del país. Lima concentra una alta proporción de pequeñas y medianas empresas (PYMEs) que participan en actividades de importación, lo que permite un acceso más viable a la población objetivo y una mayor representatividad para el análisis de los procesos logísticos y digitales en el comercio internacional.

b) Delimitación temporal:

La investigación se llevará a cabo durante el año 2025, tanto en la etapa de recolección de datos como en el análisis e interpretación de resultados. Esta temporalidad

se justifica por la necesidad de comprender la situación actual y reciente del uso de tecnologías digitales en la gestión de importaciones, especialmente en un contexto postpandemia caracterizado por una acelerada transformación digital.

c) Delimitación temática:

El enfoque del estudio se centra en analizar la relación entre el uso de tecnologías digitales (variable independiente) y la gestión de importaciones (variable dependiente) en PYMEs. No se abordarán aspectos relacionados con exportaciones, comercio electrónico para consumo directo o procesos productivos internos, a menos que estén vinculados directamente con la actividad importadora.

d) Delimitación poblacional:

La población está conformada por responsables de importaciones, gerentes generales o encargados logísticos de pequeñas y medianas empresas importadoras con sede en Lima. Se excluyen empresas grandes, microempresas no formales, así como aquellas que no realizan operaciones de comercio internacional de manera continua o documentada.

e) Delimitación metodológica:

El estudio adopta un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental y transversal. Se aplicará una encuesta estructurada tipo Likert para recolectar información sobre el nivel de adopción tecnológica y la eficiencia en la gestión de importaciones. No se utilizarán entrevistas ni otras técnicas cualitativas, dado que el objetivo principal es identificar correlaciones y patrones generales a partir de datos cuantificables.

Estas delimitaciones permiten acotar el campo de estudio y garantizar la viabilidad metodológica y contextual de la investigación, alineándose con los objetivos propuestos y facilitando la validez interna del estudio.

1.7. Formulación del problema

1.7.1. Problema general

¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales en la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?

1.7.2. Problemas específicos

A) ¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y control de inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?

B) ¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión documental y aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?

C) ¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?

1.8. Objetivos

1.8.1. Objetivo general

Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

1.8.2. Objetivos específicos

A) Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y control de inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

- B) Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión documental y aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.
- C) Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

1.9. Hipótesis

1.9.1. Hipótesis general

El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

1.9.2. Hipótesis específicas

H1: El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con control de inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

H2: El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con la gestión documental aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

H3: El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con la gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Enfoque, tipo, nivel y diseño de investigación

La presente investigación adopta un enfoque cuantitativo, ya que se orienta a la recolección y análisis de datos numéricos con el fin de identificar patrones, relaciones y tendencias entre variables previamente definidas. Este enfoque permite medir el grado de uso de tecnologías digitales y su relación con la gestión de importaciones en pequeñas y medianas empresas de Lima, a partir de la aplicación de instrumentos estructurados y la utilización de técnicas estadísticas.

En cuanto al tipo de investigación, se clasifica como básica, debido a que busca generar conocimientos útiles para resolver un problema concreto que afecta la eficiencia de las PYMEs en su desempeño logístico-comercial. A través de los resultados obtenidos, se espera proponer recomendaciones prácticas que contribuyan a la optimización de los procesos de importación mediante el uso de herramientas digitales.

El nivel de investigación es descriptivo-correlacional. Es descriptivo porque caracteriza las variables de estudio (uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones) en términos de frecuencia, intensidad y comportamiento dentro de la población objetivo. Es correlacional porque analiza la posible relación estadística entre ambas variables, con el objetivo de establecer si existe una asociación significativa que pueda ser utilizada como base para la toma de decisiones estratégicas.

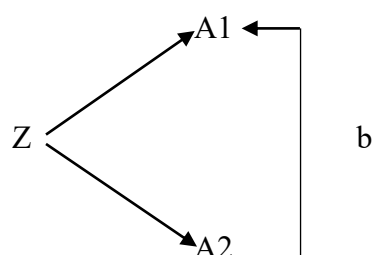
El diseño metodológico es no experimental y de corte transversal. Es no experimental porque no se manipulan intencionalmente las variables, sino que se observan tal como ocurren en su contexto natural. Es transversal porque la recolección de datos se realizará en un único momento del tiempo, permitiendo obtener una fotografía

diagnóstica de la situación actual de las PYMEs importadoras respecto al uso de tecnologías digitales y la eficiencia de sus procesos.

El diseño del estudio es el siguiente:

Figura 1.

Muestra de correlación entre variables



Donde:

Z= Muestra

A1= Variable de uso de tecnologías digitales

A2= Variable de gestión de importaciones

b= relación de las variables de estudio

2.2. Población y muestra

La población de estudio está conformada por las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) ubicadas en Lima Metropolitana que realizan actividades de importación de bienes, insumos o tecnología durante el año 2025. Según McClave (2022) la población lo define como grupo completo de unidades que pueden ser individuos, cosas, acuerdos o intercambios sobre los cuales se desea realizar un estudio. Por lo tanto, Hernández et al. (2014) una población infinita lo define como elementos son imposibles de enumerar o su número es tan grande que se puede considerar ilimitado. Estas empresas participan activamente en el comercio internacional y forman parte fundamental del tejido empresarial urbano, especialmente en sectores como electrónica, maquinaria, textiles, productos de consumo y suministros industriales. Para efectos de esta investigación, se

considera como unidad de análisis al representante responsable de las importaciones dentro de cada empresa, ya sea el gerente general, el jefe de logística o el encargado del área de comercio exterior.

Dado que no se cuenta con un registro público actualizado y consolidado que identifique a todas las PYMEs importadoras en Lima, la investigación utilizará un muestreo no probabilístico por conveniencia, seleccionando aquellas empresas que cumplan con los siguientes criterios de inclusión:

- Ser una empresa formalmente constituida bajo la categoría MYPE o PYME según la clasificación vigente en Perú.
- Tener domicilio fiscal o local de operaciones en Lima Metropolitana.
- Haber realizado al menos una operación de importación en los últimos 12 meses.
- Contar con un responsable disponible para responder la encuesta estructurada.

De acuerdo con el informe *Las MiPyME en cifras 2023*, elaborado por el Ministerio de la Producción [PRODUCE] con datos de SUNAT, se identifican 12 740 empresas importadoras a nivel nacional, clasificadas por tamaño empresarial. No obstante, el documento no presenta una desagregación regional, por lo que no es posible determinar cuántas de estas empresas están ubicadas en Lima Metropolitana. Esta ausencia de datos desagregados justifica la imposibilidad de trabajar con una población censal precisa para este estudio.

El tamaño de la muestra se definirá en función de la viabilidad de acceso a los informantes clave, tomando en cuenta criterios de representatividad mínima y saturación de datos. De acuerdo con Kerlinger (2002) una muestra es un conjunto representativo de casos o elementos seleccionados de una población, utilizado para obtener información y

hacer inferencias sobre dicha población sin necesidad de estudiarla en su totalidad. Se estima aplicar encuestas a un número no menor de 80 empresas como punto de partida, ampliando la muestra en caso de que las condiciones logísticas lo permitan. Se aplica el muestreo por conveniencia, según Sampieri (2018) la muestra por conveniencia es un tipo de muestreo no probabilístico en el que los sujetos se seleccionan debido a su disponibilidad o accesibilidad para el investigador. No se eligen al azar, lo cual puede limitar la representatividad de los resultados.

Esta delimitación permite recopilar información relevante de actores estratégicos directamente involucrados en los procesos de importación y toma de decisiones tecnológicas dentro de las PYMEs limeñas.

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección de datos

Para la recolección de datos se empleará como técnica principal la encuesta estructurada, en virtud de su eficacia para recopilar información cuantificable de manera sistemática, rápida y uniforme. Esta técnica resulta adecuada para estudios que requieren medir percepciones, niveles de adopción y comportamientos en relación con variables claramente definidas.

El instrumento de recolección será un cuestionario tipo Likert, elaborado específicamente para esta investigación, con base en los objetivos, dimensiones y variables previamente establecidas. Estará compuesto por preguntas cerradas con cinco niveles de respuesta, distribuidas en dos bloques temáticos principales:

- **Bloque I: Uso de tecnologías digitales**

Incluirá ítems relacionados con la frecuencia, funcionalidad y nivel de implementación de herramientas digitales en los procesos logísticos, documentarios y

operativos de importación. Se evaluarán dimensiones como sistemas de gestión (ERP, SCM), automatización, trazabilidad y plataformas colaborativas.

- **Bloque II: Gestión de importaciones**

Medirá el desempeño percibido en aspectos clave como planificación logística, cumplimiento de tiempos, control de costos, gestión documental y relación con proveedores. También se incluirán indicadores operativos relacionados con eficiencia y calidad del proceso importador.

El cuestionario será aplicado directamente a los responsables de importaciones o áreas afines dentro de las pequeñas y medianas empresas seleccionadas. Para su implementación, se considerará tanto el formato físico como la versión digital (Google Forms o similar), con el fin de facilitar la recolección remota en caso de limitaciones logísticas.

Antes de su aplicación definitiva, el instrumento será sometido a un proceso de validación por juicio de expertos y prueba piloto, con el propósito de verificar su claridad, pertinencia y consistencia interna.

2.4. Procedimientos de recolección y análisis

El proceso de recolección de datos se desarrollará en varias fases secuenciales, asegurando la rigurosidad metodológica y la validez de la información obtenida.

Fase 1: Validación del instrumento

Previo a su aplicación definitiva, el cuestionario estructurado será sometido a un juicio de expertos, compuesto por docentes investigadores y profesionales en comercio exterior y métodos cuantitativos. Su objetivo será evaluar la pertinencia de los ítems, la redacción, la coherencia con las variables, y la escala de medición. Posteriormente, se

realizará una prueba piloto con un grupo reducido de empresas (no incluidas en la muestra final) para identificar posibles dificultades en la comprensión o aplicación del instrumento.

Fase 2: Aplicación del instrumento

Una vez validado, el cuestionario será distribuido a los responsables de importación de las pequeñas y medianas empresas seleccionadas en Lima. La aplicación se realizará de forma presencial o virtual (según disponibilidad), garantizando la confidencialidad y voluntariedad de las respuestas. Se estimará un tiempo promedio de 10 a 15 minutos por encuesta.

Fase 3: Codificación y tabulación de datos

Los datos recopilados serán organizados en una base de datos utilizando Microsoft Excel o software estadístico, codificando las respuestas según las escalas Likert utilizadas. Esta fase permitirá estructurar los resultados para su posterior análisis.

Fase 4: Análisis estadístico

El tratamiento de los datos incluirá dos niveles de análisis:

- Análisis descriptivo, para caracterizar las variables de estudio mediante frecuencias, porcentajes, medias y desviaciones estándar.
- Análisis correlacional, utilizando pruebas estadísticas como el coeficiente de correlación de Pearson o Spearman (según normalidad de datos) con el fin de determinar la existencia y magnitud de la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones.

En todos los casos, se considerará un nivel de significancia estadística de $p < 0.05$.

Este procedimiento permitirá obtener resultados válidos y confiables para responder a los objetivos e hipótesis planteadas, así como formular conclusiones relevantes desde el punto de vista académico y empresarial.

2.5. Validación del instrumento

La validación del instrumento de recolección de datos es un paso esencial para garantizar su calidad, pertinencia y confiabilidad. En esta investigación, la validación se llevará a cabo a través de dos procedimientos complementarios: la validación de contenido y la validación de confiabilidad interna.

a) Validación de contenido (juicio de expertos):

El cuestionario diseñado será evaluado por un panel de tres a cinco expertos en comercio internacional, gestión logística y metodología de investigación. Estos especialistas valorarán la claridad de las preguntas, la congruencia entre los ítems y las dimensiones teóricas, así como la adecuación de la escala de medición. Las sugerencias recibidas serán consideradas para realizar los ajustes necesarios antes de aplicar el instrumento a la muestra definitiva.

b) Prueba piloto:

Con el objetivo de verificar la comprensión de los ítems y detectar posibles ambigüedades o errores de diseño, se aplicará una prueba piloto a un grupo de 5 a 10 empresas que cumplan con los criterios de inclusión pero que no formen parte de la muestra oficial. Los resultados permitirán realizar ajustes en la redacción o en la estructura del instrumento, si fuera necesario.

c) Confiabilidad interna:

Una vez aplicada la prueba piloto, se calculará el coeficiente alfa de Cronbach para determinar la consistencia interna del cuestionario, tanto para la variable “uso de tecnologías digitales” como para “gestión de importaciones”. Un valor igual o superior a 0.70 será considerado aceptable para continuar con la aplicación del instrumento.

Estas estrategias de validación permitirán asegurar que el cuestionario mida de forma precisa y coherente las variables del estudio, fortaleciendo la validez de los resultados obtenidos.

Tabla 1.

Confiabilidad del cuestionario de uso de tecnologías digitales

Alfa de Cronbach	Uso de tecnologías digitales	
	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.838	.840	10

En la tabla 1, El valor del Alfa de Cronbach de 0.838 indica una muy buena fiabilidad interna del instrumento que mide el uso de tecnologías digitales. Esto significa que los 10 ítems que componen el cuestionario están altamente correlacionados entre sí y miden consistentemente el mismo constructo. Un alfa superior a 0.8 generalmente se interpreta como una consistencia interna sólida, lo que sugiere que el instrumento es confiable para su uso en estudios similares.

Tabla 2.

Confiabilidad del cuestionario de gestión de importaciones

Alfa de Cronbach	Gestión de importaciones	
	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.861	.861	10

En la tabla 2, el Alfa de Cronbach obtenido 0.861 refleja una excelente consistencia interna del cuestionario relacionado con la gestión de importaciones. Al igual que en el caso anterior, el valor supera el umbral comúnmente aceptado de 0.80, indicando que los ítems del instrumento están coherentemente estructurados y miden de forma estable el constructo planteado. Esto fortalece la validez interna del instrumento y sugiere que los resultados pueden ser considerados confiables.

Tabla 3.

Confiabilidad de cuestionario uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones

Estadísticas de fiabilidad		
Alfa de Cronbach	Alfa de Cronbach basada en elementos estandarizados	N de elementos
.911	.911	20

En la tabla 3, se realizó un análisis de confiabilidad mediante el coeficiente Alfa de Cronbach con el objetivo de evaluar la consistencia interna del cuestionario aplicado. El resultado obtenido fue de 0.911, tanto en el cálculo tradicional como en la versión basada en elementos estandarizados, considerando un total de 20 ítems.

Este valor indica una alta confiabilidad del instrumento, ya que supera ampliamente el umbral mínimo aceptado de 0.70. Por lo tanto, se puede afirmar que los ítems del cuestionario muestran una coherencia interna sólida y miden de manera consistente las variables de estudio: uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones.

2.6. Consideraciones éticas

La presente investigación se regirá por principios éticos fundamentales que garantizan el respeto a los derechos, la dignidad y la integridad de los participantes, así como la transparencia en el manejo de la información recolectada.

En primer lugar, se asegurará el consentimiento informado de todos los participantes. Cada encuestado será debidamente informado sobre los objetivos del estudio, la naturaleza voluntaria de su participación, el tiempo estimado de duración de la encuesta, y el uso estrictamente académico de la información proporcionada. Solo se procederá a aplicar el cuestionario una vez que el participante haya expresado su conformidad para colaborar.

Asimismo, se garantizará la confidencialidad y el anonimato de las respuestas. No se solicitarán nombres ni datos personales que permitan identificar a las empresas o a los encuestados. La información recolectada será almacenada en una base de datos protegida y será utilizada únicamente con fines de análisis estadístico, sin fines comerciales ni de divulgación pública individualizada.

Del mismo modo, se velará por el uso ético de los resultados, evitando la manipulación de los datos, la distorsión de la información o la apropiación indebida de aportes ajenos. Se reconocerá adecuadamente la autoría de las fuentes utilizadas mediante el uso del formato de citación APA 7.^a edición.

Finalmente, se asegura que esta investigación no implica riesgos físicos, psicológicos ni legales para los participantes, y cumple con los criterios de integridad académica y respeto a las buenas prácticas científicas.

Tabla 4.

Matriz de consistencia

TÍTULO: USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES Y LA GESTIÓN DE IMPORTACIONES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LIMA, 2023.							
AUTOR: ANDREA DEZA							
PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPÒTESIS	VARIABLES			METODOLOGÍA	POBLACIÓN
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÒTESIS GENERAL	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES		
¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?	Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	Uso de tecnologías digitales	Frecuencia de uso	Uso mensual de software digital Tiempo promedio de uso	TIPO DE INVESTIGACIÓN: Enfoque: Cuantitativo Tipo: básico Nivel: Relacional DISEÑO DE INVESTIGACIÓN: Diseño: No experimental Corte: Transversal UNIDAD DE ESTUDIO: Pequeñas y medianas empresas en Lima TÉCNICA: Encuesta INSTRUMENTO: Cuestionario	POBLACIÓN: La población en el presente estudio estuvo conformada por pequeñas y medianas empresas en Lima. MUESTRA: *Por conveniencia *80 Pequeñas y medianas empresas en Lima
PROBLEMA ESPECÍFICO 01	OBJETIVO ESPECÍFICO 01	HIPOTESIS ESPECÍFICA 01		Integración en procesos internos	La implementación de sistemas ERP		
¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y control de inventarios en las pequeñas y	Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y control de	El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con control de inventarios en las		Capacitación en competencias digitales	Cantidad de capacitaciones anuales Nivel de conocimiento del personal		

Uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023

medianas empresas en Lima, 2023?	inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.				
PROBLEMA ESPECÍFICO 02	OBJETIVO ESPECÍFICO 02	HIPOTESIS ESPECÍFICA 02		Inversión en infraestructura tecnológica	Presupuesto destinado a TI	
¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión documental y aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?	Determinar la relación entre el uso de tecnologías digitales y gestión documental y aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	El uso de tecnologías digitales se relaciona significativamente con la gestión documental aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.		Uso de canales digitales	Renovación periódica de equipos/sistemas	
					Cantidad de plataformas utilizadas	
			Gestión de importaciones		Nivel de interacción con clientes	DESCRIPTIVA: Frecuencias y porcentajes. INFERENCIAL: Análisis de normalidad, Coeficiente de correlación Rho de Spearman.
					Rotación de Inventario	
PROBLEMA ESPECÍFICO 03	OBJETIVO ESPECÍFICO 03	HIPOTESIS ESPECÍFICA 03		Control de inventarios	Cobertura de Stock	
¿Cuál es la relación entre el uso de tecnologías	Determinar la relación entre el uso de	El uso de tecnologías digitales se relaciona		Gestión documental y aduanera	Cantidad Económica de Pedido (EOQ)	
					Tasa de Exactitud en Documentación	

Uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en
pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023

digitales y gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023?	tecnologías digitales y gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.	significativamente con la gestión logística y transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.			Tiempo de Autorización Aduanera		
					Eficiencia de Autorización Aduanera		
					Tiempo de Tránsito		
					Costo Total de Transporte		
				Gestión logística y transporte internacional			

CAPÍTULO III: RESULTADOS

Por lo tanto, se detallan los resultados obtenidos en relación con las variables uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones dentro del contexto del presente estudio, conforme a los objetivos planteados. Los datos fueron analizados mediante el software estadístico SPSS, versión Statistics 27, utilizando las pruebas de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk con el fin de verificar la normalidad de la distribución. Los resultados mostraron valores de significancia inferiores al nivel crítico de 0.05 en ambas variables, lo cual indica que los datos no se distribuyen normalmente. En consecuencia, se procedió a emplear técnicas de estadística no paramétrica para los análisis posteriores.

Tabla 5.

Análisis de normalidad para las variables uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones.

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
Uso de tecnologías digitales	.170	80	.000	.887	80	.000
Gestión de importaciones	.161	80	.000	.909	80	.000

Nota. $p < 0.05$; se rechaza la normalidad en ambas variables.

En la tabla 1, se presentan los resultados del análisis de normalidad mediante las pruebas de Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk. Se observa que la variable uso de tecnologías digitales obtuvo un valor de significancia de 0.000, al igual que la variable gestión de importaciones, en ambas pruebas. Estos resultados indican que ninguna de las dos variables sigue una distribución normal. Por lo tanto, se optará por aplicar pruebas estadísticas no paramétricas, específicamente la correlación de Rho de Spearman.

H0: No existe relación significativa entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

H1: Existe relación significativa entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

Prueba estadística

Se aplicó la prueba de correlación de Spearman (Rho).

Regla de decisión:

Si $p < 0.05$, se acepta la H1 y se rechaza la H0.

Si $p > 0.05$, se rechaza la H1 y se acepta la H0.

Correlaciones

Tabla 6.

Relación entre uso de tecnologías digitales y control de inventarios en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

		Uso de tecnologías digitales	Control de inventarios
Rho de Spearman	Uso de tecnologías digitales	1.000	,392**
		Sig. (bilateral)	.000
		N	80
Control de inventarios		,392**	1.000
		Sig. (bilateral)	.000
		N	80

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

Nota. $p < 0.01$; correlación significativa.

En la tabla 2, Según los resultados obtenidos mediante la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, se observa un coeficiente de correlación de 0.392 entre la variable

uso de tecnologías digitales y control de inventarios, con un valor de significancia bilateral de 0.000.

Dado que el valor de $p < 0.01$, la correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1%. Esto indica que existe una relación positiva y moderada entre ambas variables. En otras palabras, a mayor uso de tecnologías digitales en las pequeñas y medianas empresas, mejor es el control de inventarios.

Por tanto, se rechaza la hipótesis nula (H_0) y se acepta la hipótesis alterna (H_1), confirmando que sí existe una relación significativa entre el uso de tecnologías digitales y el control de inventarios en el contexto evaluado.

Tabla 7.

Relación entre uso de tecnologías digitales y gestión documental aduanera en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

		Uso de tecnologías digitales	Gestión documental y aduanera
Rho de Spearman	Uso de tecnologías digitales	Coeficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	.111
		N	80
	Gestión documental aduanera	Coeficiente de correlación	.111
		Sig. (bilateral)	.329
		N	80

Nota. $p > 0.05$; no se encuentra correlación significativa

En la tabla 3, a través del análisis no paramétrico de Rho de Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.111 entre las variables uso de tecnologías digitales y gestión documental y aduanera, con un valor de significancia bilateral de 0.329.

Dado que el valor de $p > 0.05$, esta correlación no es estadísticamente significativa, lo que implica que no se puede afirmar la existencia de una relación entre

el uso de tecnologías digitales y la gestión documental y aduanera en las pequeñas y medianas empresas evaluadas. En este caso, se acepta la hipótesis nula (H0) y se rechaza la hipótesis alterna (H1), concluyendo que no existe una asociación significativa entre ambas variables en el nivel de confianza del 95%.

Tabla 8.

Relación entre uso de tecnologías digitales y gestión logística - transporte internacional en las pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023.

		Uso de tecnologías digitales	Gestión logística - transporte internacional
Rho de Spearman	Uso de tecnologías digitales	Coefficiente de correlación	1.000
		Sig. (bilateral)	,323**
		N	80
	Gestión logística - transporte internacional	Coefficiente de correlación	,323**
		Sig. (bilateral)	.003
		N	80

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

Nota. $p < 0.01$; correlación significativa.

En la tabla 4, mediante la prueba no paramétrica de Rho de Spearman, se identificó un coeficiente de correlación de 0.323 entre las variables uso de tecnologías digitales y gestión logística - transporte internacional, con un valor de significancia bilateral de 0.003.

Dado que el valor de $p < 0.01$, se concluye que existe una correlación positiva y significativa entre ambas variables, aunque de magnitud baja a moderada. Esto sugiere que un mayor uso de tecnologías digitales en las pequeñas y medianas empresas está asociado con una mejor gestión en el ámbito logístico y del transporte internacional. Por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula (H0) y se acepta la hipótesis alterna (H1), evidenciando una relación estadísticamente significativa en el contexto analizado.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

En esta sección se presenta la discusión de los resultados obtenidos en relación con el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas (PYMEs) de Lima. Se examinarán estos resultados en comparación con información previa para corroborar las bases teóricas de las variables analizadas.

Respecto a la hipótesis específica sobre la relación entre el uso de tecnologías digitales y el control de inventarios, se encontró un coeficiente de compensación de 0.392, lo que indica una compensación positiva moderada. Este hallazgo sugiere que a medida que las PYMEs adoptan herramientas digitales, como sistemas de gestión de inventarios, su capacidad para controlar y optimizar sus existencias mejora significativamente. Este resultado es consistente con la investigación de Añón et al. (2023), que también destaca cómo la digitalización incrementa la eficiencia operativa en las empresas.

Respecto a la hipótesis específica sobre la relación entre el uso de tecnologías digitales y el control de inventarios, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0.392, lo cual indica una relación positiva moderada. Este resultado sugiere que, a medida que las PYMEs adoptan herramientas tecnológicas, mejoran su capacidad para controlar y optimizar sus niveles de inventario. Este hallazgo es consistente con lo reportado por Añón et al. (2023), quienes destacaron cómo la digitalización incrementa la eficiencia operativa y logística en las pequeñas y medianas empresas.

En cuanto a la gestión documental y aduanera, se obtuvo un coeficiente de correlación de 0.111, lo que indica una relación débil y no significativa entre el uso de tecnologías digitales y esta dimensión. Este resultado evidencia que las PYMEs aún enfrentan barreras para integrar eficazmente herramientas digitales en los procesos

aduaneros, como lo advierten Gatica et al. (2024), quienes enfatizan la necesidad de fortalecer las competencias del personal y la inversión en infraestructura digital.

Por otro lado, la relación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión logística y transporte internacional presentó un coeficiente de correlación de 0.323, lo cual representa una asociación positiva baja pero significativa. Este resultado sugiere que las empresas que utilizan tecnologías digitales en sus operaciones logísticas tienden a experimentar mejoras en la eficiencia, reducción de tiempos de tránsito y mayor control de costos. Este hallazgo guarda coherencia con lo expuesto por Poncela García (2019), quien sostiene que la digitalización transforma la logística internacional, aumentando la capacidad de respuesta en mercados cambiantes.

Sin embargo, es importante señalar algunas limitaciones en esta investigación. En primer lugar, la muestra se limitó a PYMES en Lima, lo que puede restringir la generalización de los resultados a otras regiones del país. Además, la dependencia de autoinformes puede introducir sesgos en las respuestas de los encuestados, afectando la validez de los datos. Por lo tanto, se sugiere que futuras investigaciones amplíen el alcance geográfico y utilicen métodos complementarios para obtener una visión más completa.

Las implicancias prácticas de este estudio son significativas. Para las PYMES, es crucial invertir en tecnologías digitales que optimicen la gestión de inventarios y logística, así como en capacitación para el personal. Además, los resultados pueden servir como insumo para políticas públicas que fomenten la digitalización en el sector, facilitando el acceso a recursos y herramientas que permitan a las PYMEs mejorar su competitividad.

Desde una perspectiva teórica, los hallazgos corroboran la literatura existente sobre la importancia de la digitalización en la gestión de importaciones. La investigación

de Díaz Zavaleta (2023) y otros estudios previos refuerzan la idea de que la adopción de tecnologías digitales no solo mejora la eficiencia operativa, sino que también es fundamental para la sostenibilidad y crecimiento de las PYMEs en un entorno globalizado.

Conclusión general: Se concluye que existe una relación significativa entre el uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en las pequeñas y medianas empresas de Lima. El coeficiente de correlación de 0.695 con un valor $p = 0.00$ confirma una asociación positiva considerable entre ambas variables, lo cual valida la hipótesis general de la investigación.

Conclusión específica 1: Se identificó una relación positiva moderada ($\rho = 0.392$) entre el uso de tecnologías digitales y el control de inventarios. Este resultado sugiere que la adopción de herramientas digitales permite a las PYMEs mejorar la planificación de stock, optimizar la rotación de productos y minimizar sobrecostos.

Conclusión específica 2: El coeficiente de correlación entre el uso de tecnologías digitales y la gestión documental y aduanera fue de 0.111, lo cual indica una relación débil. Esto implica que, aunque existen avances tecnológicos, aún se requiere fortalecer la implementación digital en los procesos aduaneros y documentarios.

Conclusión específica 3: Se evidenció una correlación positiva baja ($\rho = 0.323$) entre el uso de tecnologías digitales y la gestión logística y transporte internacional. Las empresas que integran herramientas digitales en esta área logran mejoras en la eficiencia operativa y una mejor coordinación logística.

REFERENCIAS

- Añon Higon, D., & Bonvin, D. (05 de Julio de 2023). *link.springer.com*.
link.springer.com: <https://link.springer.com/article/10.1007/s11187-023-00799-7>
- Bustamante Nunura, C. G., & Canelo Aguilar, F. B. (2022). *repositorio.usmp.edu.pe*.
repositorio.usmp.edu.pe:
<https://repositorio.usmp.edu.pe/handle/20.500.12727/10593>
- Carmona, J. (2018). *Gestión de inventarios en el comercio internacional*. Logística Global.
- Carrión Ramos, R. V. (2021). *ciencialatina.org*. *ciencialatina.org*:
<https://ciencialatina.org/index.php/cienciala/article/view/609>
- CIBERTEC. (2018). *es.scribd.com*. *es.scribd.com*:
<https://es.scribd.com/document/396986556/Manual-2018-I-04-Integracion-de-Procesos-Empresariales-2403-1>
- Coll, P., & Coll, C. (2022). *books.google.com.pe*. *books.google.com.pe*:
https://books.google.com.pe/books/about/Manual_de_gesti%C3%B3n_aduanera_Normativas_y.html?id=yeHeEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Cujia, S., & Martelo, R. (2017). *www.revistaespacios.com*. *www.revistaespacios.com*:
<https://www.revistaespacios.com/a17v38n30/17383002.html>
- Custodio Marroquín, J. A. (2015). *tesis.usat.edu.pe*. *tesis.usat.edu.pe*:
<https://tesis.usat.edu.pe/handle/20.500.12423/282>
- Dana, L., Salamzadeh, A., Mortazavi, S., & Hadizadeh, M. (16 de Enero de 2022). *mdpi*.
mdpi: <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/2/983>
- Diaz Zavaleta, L. G. (31 de Octubre de 2023). *repositorio.unjfsc.edu.pe*.
repositorio.unjfsc.edu.pe:
<https://repositorio.unjfsc.edu.pe/handle/20.500.14067/8419>

- Díaz, L. (2020). *Estrategias de comunicación digital*. Comunicación Efectiva.
- Fernández, M. (2019). *Formación en competencias digitales: Clave para la transformación organizacional*. Innovación. <https://doi.org/Innovación>
- Garay Canales , H. B., Casas Luna, S. A., Malaga Davila, C. P., Aponte Cajavilca, J. M., & Cano Ccoa, D. M. (01 de Marzo de 2025). *journal.qubahan.com*. journal.qubahan.com:
<https://journal.qubahan.com/index.php/qaj/article/view/1514/370>
- García, G. (2012). *Estrategias de internacionalización de la empresa: cómo realizar negocios internacionales*. Universitaria.
- Gatica Neira, F., Ramos Maldonado , M., Fernández , V., & Ascuá, R. A. (16 de Mayo de 2024). *journals.sagepub.com*. [journals.sagepub.com](https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440241249285):
<https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/21582440241249285>
- Gómez , R. (2017). *Gestión estratégica de tecnologías de la información*. Empresarial.
- Gómez Cruz, E. (2022). www.researchgate.net. [www.researchgate.net](https://www.researchgate.net/publication/374259179_Gomez-Cruz_Edgar_2022_Tecnologias_Vitales_Pensar_las_culturas_digitales_Latinoamerica_Universidad_Panamericana_y_Puerta_Abierta_Editores_Mexico):
https://www.researchgate.net/publication/374259179_Gomez-Cruz_Edgar_2022_Tecnologias_Vitales_Pensar_las_culturas_digitales_Latinoamerica_Universidad_Panamericana_y_Puerta_Abierta_Editores_Mexico
- González , A. (2015). *Adopción tecnológica en entornos laborales*. Editorial Tecnología y Sociedad. Universal.
- Hernández Zamora, G., & Peñalosa, E. (Diciembre de 2015). *researchgate.net*. [researchgate.net](https://www.researchgate.net/publication/322862616_Las_tecnologias_digitales_como_herramientas_de_ensenanza-aprendizaje):
https://www.researchgate.net/publication/322862616_Las_tecnologias_digitales_como_herramientas_de_ensenanza-aprendizaje
- Hernández, R. (2013). *Administración de operaciones internacionales*. Comercio exterior.
- Ibarra Fretell, W. G., & Grijalva-Salazar, R. V. (01 de Enero de 2025). *revistas.udes.edu.co*. revistas.udes.edu.co:

<https://revistas.udes.edu.co/aibi/article/view/3530>

Jiménez, L. A. (2021). *Logística internacional y su impacto en la gestión de importaciones en PYMEs*. Tesis de Maestría-UNAM.

Lago Martínez, S., Gendler, M., & Méndez, A. (2027). *www.aacademica.org*.
www.aacademica.org: <https://www.aacademica.org/anahi.mendez/79>

López, J. (2017). *Digitalización de procesos empresariales*. Modernas.

Martínez, S. (2016). *Uso eficiente de herramientas digitales en el trabajo*. Productividad.

Ministerio de la Producción [PRODUCE]. (2023). Las MiPyME en cifras 2023. Unidad de Estudios Económicos. https://www.producesempresarial.pe/wp-content/uploads/2024/10/130-Mipyme_2023_UEF.pdf

Murillo Jarama, C. S., & Cabanillas Mostacero, A. K. (2023). *repositorio.ulima.edu.pe*.
repositorio.ulima.edu.pe:
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/19717>

Palacio Puerta, M. (2022). *revistas.usergioarboleda.edu.co*.
revistas.usergioarboleda.edu.co:
https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/ccsh/article/view/uniformidad_concesion_registro_marcas

Pérez, T. (2019). *Marketing digital y canales de comunicación*. Editorial Mercadeo.

Ramírez, C. (2018). *Implementación de sistemas ERP en organizaciones*. Editorial Tecnología Empresarial.

Ramírez, P., & Flores, M. (15 de Marzo de 2019). Optimización de la gestión aduanera para pequeñas y medianas empresas importadoras en Colombia. *Latinoamericana de Comercio Exterior*, págs. 45-60.

Ruiz Alcantara, C. P. (2020). *repositorio.usmp.edu.pe*. *repositorio.usmp.edu.pe*:
https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/7610/RUIZ_AC.pdf?sequence=

- Sánchez, E. (2020). *Competencias digitales y desarrollo profesional*. Ediciones Futuro.
- Simbron Ruiz, G., Egoavil Lara, J. Y., & Cardenas Vilcapoma, L. G. (24 de Septiembre de 2024). *repositorio.continental.edu.pe*. [repositorio.continental.edu.pe: https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/15569](https://repositorio.continental.edu.pe/handle/20.500.12394/15569)
- SUNAT. (31 de Agosto de 2020). *www.sunat.gob.pe*. [www.sunat.gob.pe: https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm](https://www.sunat.gob.pe/legislacion/procedim/despacho/importacion/importac/procGeneral/despa-pg.01.htm)
- Torres, H. (2018). *Mantenimiento y actualización de infraestructuras tecnológicas*. Editorial Técnica.
- Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. (2017). *libros.uleam.edu.ec*. [libros.uleam.edu.ec: https://libros.uleam.edu.ec/producto/gestion-por-procesos-un-principio-de-la-gestion-de-calidad/](https://libros.uleam.edu.ec/producto/gestion-por-procesos-un-principio-de-la-gestion-de-calidad/)
- Vergara, M. M. (10 de Mayo de 2023). *www.esan.edu.pe*. Esan: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/digitalizacion-la-puerta-al-exito-para-las-pymes-peruanas>
- Vigo Abanto, K. N. (2024). *repositorio.ulima.edu.pe*. [repositorio.ulima.edu.pe: https://hdl.handle.net/20.500.12724/22267](https://hdl.handle.net/20.500.12724/22267)
- Yordanova, D., Dana, L.-P., Manolova, T., & Pergelova, A. (24 de Marzo de 2024). *www.mdpi.com*. [www.mdpi.com: https://www.mdpi.com/2071-1050/16/7/2660](https://www.mdpi.com/2071-1050/16/7/2660)

ANEXOS

Anexo 1. Operacionalización de variables


TÍTULO: USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES Y LA GESTIÓN DE IMPORTACIONES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LIMA, 2023.							
AUTOR: ANDREA DEZA							
VARIABLE	DEFINICION	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	CATEGORÍA	NIVEL
Uso de tecnologías digitales	Según Hernández et al. (2015), las tecnologías digitales son herramientas que, al integrarse en los procesos educativos, permiten la innovación en las prácticas de enseñanza y aprendizaje, facilitando la interacción y el acceso a la información.	De acuerdo con Custodio et al. (2015), el uso de las tecnologías de información y comunicación por los docentes se manifiesta en la implementación de recursos digitales en sus metodologías de enseñanza, con el objetivo de optimizar el proceso educativo y adaptarse a las nuevas demandas tecnológicas.	1. Frecuencia de uso	1.1. Uso mensual de software digital	1	Siempre (5) Casi siempre (4) Algunas veces (3) Muy pocas veces (2) Nunca (1)	Alto Medio Bajo
				1.2. Tiempo promedio de uso	2		
			2. Integración en procesos internos	2.1. Porcentaje de procesos digitalizados	3		
				2.2. La implementación de sistemas ERP	4		
			3. Capacitación en competencias digitales	3.1. Cantidad de capacitaciones anuales	5		

Uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023

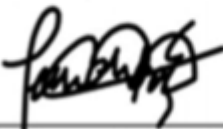
				3.2. Nivel de conocimiento del personal	6	
			4. Inversión en infraestructura tecnológica	4.1. Presupuesto destinado a TI	7	
				4.2. Renovación periódica de equipos/sistemas	8	
			5. Uso de canales digitales	5.1. Cantidad de plataformas utilizadas	9	
				5.2. Nivel de interacción con clientes	10	
Gestión de importaciones	Según Coll et al. (2022), la gestión de importaciones implica la aplicación de procedimientos y normativas para llevar a cabo operaciones de	En base a Bustamante et al. (2022), existe una ineficiente codificación de la partida arancel y existe una baja experiencia en el área de logística; esto se debe a	1. Control de inventarios	1.1. Rotación de Inventario	11,12	
				1.2. Cobertura de Stock	13	

compraventa internacional de mercancías, considerando aspectos como la política comercial y las regulaciones de la Organización Mundial de Comercio	una débil gestión logística e inadecuado manejo de los costos de importación.		1.3. Cantidad Económica de Pedido (EOQ)	14,15
			2. Gestión documental y aduanera	2.1. Tasa de Exactitud en Documentación
		2.2. Tiempo de Autorización Aduanera		17
		2.3. Eficiencia de Autorización Aduanera		18
		3. Gestión logística y transporte internacional	3.1. Tiempo de Tránsito	19
			3.2. Costo Total de Transporte	20


Anexo 2. Validación de instrumentos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la Investigación:		"Uso de tecnologías digitales y la gestión de Importaciones en pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023"		
Linea de Investigación:				
Apellidos y nombres del experto:		SANCHEZ LEON JUDITH CORAL		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Sugerencias: Ninguna				
Firma del experto:				
				
Mg. Coral Sánchez DNI 41901885				

Anexo 3. Validación de expertos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la Investigación:		"Uso de tecnologías digitales y la gestión de importaciones en pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023"		
Línea de Investigación:				
Apellidos y nombres del experto:		FERNANDEZ ESPINOZA, JESSICA		
El instrumento de medición pertenece a la variable:		Uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones		
<p>Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.</p>				
Ítems	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Sugerencias: Ninguna				
Firma del experto:				
				
FERNANDEZ ESPINOZA, JESSICA DNI 70193395				

Anexo 4. Validación de expertos

MATRIZ PARA EVALUACIÓN DE EXPERTOS				
Título de la Investigación:		"Uso de tecnologías digitales y la gestión de Importaciones en pequeñas y medianas empresas en Lima, 2023"		
Linea de Investigación:				
Apellidos y nombres del experto:		GONZALES ORDINOLA URSULA GRISEL		
El Instrumento de medición pertenece a la variable:		Uso de tecnologías digitales y gestión de importaciones		
Mediante la matriz de evaluación de expertos, Ud. tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "x" en las columnas de SÍ o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems, indicando sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de las preguntas sobre la variable en estudio.				
Items	Preguntas	Aprecia		Observaciones
		SÍ	NO	
1	¿El instrumento de medición presenta el diseño adecuado?	✓		
2	¿El instrumento de recolección de datos tiene relación con el título de la investigación?	✓		
3	¿En el instrumento de recolección de datos se mencionan las variables de investigación?	✓		
4	¿El instrumento de recolección de datos facilitará el logro de los objetivos de la investigación?	✓		
5	¿El instrumento de recolección de datos se relaciona con las variables de estudio?	✓		
6	¿La redacción de las preguntas tienen un sentido coherente y no están sesgadas?	✓		
7	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	✓		
8	¿El diseño del instrumento de medición facilitará el análisis y procesamiento de datos?	✓		
9	¿Son entendibles las alternativas de respuesta del instrumento de medición?	✓		
10	¿El instrumento de medición será accesible a la población sujeto de estudio?	✓		
11	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo de responder para, de esta manera, obtener los datos requeridos?	✓		
Sugerencias: Ninguna				
Firma del experto:				
				
Mg. Ursula Gonzales Ordinola				

INSTRUMENTO PARA APLICAR

Anexo 5. Cuestionario

TÍTULO: USO DE TECNOLOGÍAS DIGITALES Y LA GESTIÓN DE IMPORTACIONES EN PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS EN LIMA, 2023.					
AUTOR: ANDREA DEZA					
CUESTIONARIO					
Sección 1: Uso de tecnologías digitales					
Dimensión: Frecuencia de uso					
Indicador: Uso mensual de software digital	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
1. Su empresa utiliza software digital para gestionar procesos internos.					
Indicador: Tiempo promedio de uso					
2. El personal de su empresa dedica tiempo regular al uso de herramientas digitales.					
Dimensión: Integración en procesos internos					
Indicador: Porcentaje de procesos digitalizados	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
3. Los procesos internos de su empresa se encuentran digitalizados.					
Indicador: La implementación de					

sistemas ERP					
4. Su empresa ha implementado un sistema ERP para la gestión integrada.					
Dimensión: Capacitación en competencias digitales					
Indicador: Cantidad de capacitaciones anuales	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
5. Su empresa organiza capacitaciones anuales sobre el uso de tecnologías digitales.					
Indicador: Nivel de conocimiento del personal					
6. El personal de su empresa tiene conocimiento suficiente sobre herramientas digitales.					
Dimensión: Inversión en infraestructura tecnológica					
Indicador: Presupuesto destinado a TI	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
7. Su empresa destina presupuesto exclusivo para tecnología de la información (TI).					
Indicador: Renovación periódica de equipos/sistemas					
8. Su empresa renueva periódicamente sus equipos tecnológicos y sistemas.					
Dimensión: Uso de canales digitales					

Indicador: Cantidad de plataformas utilizadas	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
9. Su empresa utiliza múltiples plataformas digitales para sus actividades comerciales.					
Indicador: Nivel de interacción con clientes					
10. Su empresa mantiene una alta interacción con sus clientes mediante canales digitales.					
Sección 2: Gestión de importaciones					
Dimensión: Control de inventarios					
Indicador: Rotación de Inventario	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
11. Su empresa evalúa con regularidad la rotación de inventario.					
12. Su empresa toma decisiones logísticas basadas en los datos de rotación del inventario.					
Indicador: Cobertura de Stock					
13. Su empresa mantiene niveles adecuados de stock para responder a la demanda.					
Indicador: Cantidad Económica de Pedido (EOQ)					
14. Su empresa calcula la cantidad económica de pedido (EOQ) al					

importar.					
15. Su empresa aplica el EOQ para mejorar la eficiencia en sus pedidos internacionales.					
Dimensión: Gestión documental y aduanera					
Indicador: Tasa de Exactitud en Documentación	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
16. La documentación presentada por su empresa en los procesos de importación es exacta.					
Indicador: Tiempo de Autorización Aduanera					
17. Los procesos de autorización aduanera se realizan dentro de un tiempo razonable.					
Indicador: Eficiencia de Autorización Aduanera					
18. La eficiencia en los trámites aduaneros de su empresa es adecuada.					
Dimensión: Gestión logística y transporte internacional					
Indicador: Tiempo de Tránsito	Siempre	Casi siempre	Algunas veces	Muy pocas veces	Nunca
19. El tiempo de tránsito de sus productos importados se encuentra dentro de lo planificado.					
Indicador: Costo Total de					

Transporte					
20. El costo total del transporte internacional es gestionado eficazmente por su empresa.					

Anexo 6. Puntuación y escala de calificación

Escala likert	
Siempre (4)	4
Casi siempre (3)	3
Algunas veces (2)	2
Muy pocas veces (1)	1
Nunca (0)	0

Tabla 9.

¿Su empresa utiliza software digital para gestionar procesos internos?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	10	10	10
Muy pocas veces	12	15	15	25
Algunas veces	20	25	25	50
Casi siempre	18	22.5	22.5	72.5
Siempre	22	27.5	27.5	100
Total	80	100	100	

En la tabla 6, según las personas encuestadas, el 27.5% considera que siempre utilizan software digital para gestionar procesos internos, mientras que el 22.5% respondió que lo hacen casi siempre. Un 25% señaló que lo hace algunas veces, el 15% muy pocas veces y un 10% nunca. Por lo tanto, se concluye que la mayoría de empresas emplea software digital con cierta regularidad, aunque todavía existe un grupo

significativo que lo hace de forma ocasional o no lo usa.

Tabla 10.

¿El personal de su empresa dedica tiempo regular al uso de herramientas digitales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	8	10	10	10
Muy pocas veces	17	21.3	21.3	31.3
Algunas veces	25	31.3	31.3	62.6
Casi siempre	16	20	20	82.6
Siempre	14	17.5	17.5	100
Total	80	100	100	

En la tabla 7, el 17.5% de las empresas manifestó que su personal siempre dedica tiempo al uso de herramientas digitales, mientras que el 20.0% respondió que lo hace casi siempre. Un 31.3% lo hace algunas veces, el 21.3% muy pocas veces, y un 10.0% indicó que nunca. Por tanto, se concluye que la mayoría del personal hace uso moderado o frecuente de herramientas digitales, aunque un grupo significativo aún mantiene una baja o nula frecuencia.

Tabla 11.

¿Los procesos internos de su empresa se encuentran digitalizados?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	19	23.8	23.8	23.8
Muy pocas veces	19	23.8	23.8	47.6
Algunas veces	16	20	20	67.6
Casi siempre	14	17.5	17.5	85.1
Siempre	12	15	15	100
Total	80	100	100	

En la tabla 8, el 15.0% de los encuestados indicó que los procesos internos de su empresa siempre están digitalizados, mientras que el 17.5% señaló que esto ocurre casi

siempre. El 20.0% dijo que ocurre algunas veces, un 23.8% muy pocas veces, y un 23.8% nunca. Por tanto, se concluye que la digitalización de procesos internos aún no es predominante en muchas empresas, lo cual representa una brecha tecnológica importante.

Tabla 12.

¿Su empresa ha implementado un sistema ERP para la gestión integrada?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	17	21.3	21.3	21.3
Muy pocas veces	21	26.3	26.3	47.6
Algunas veces	24	30	30	77.6
Casi siempre	9	11.3	11.3	88.9
Siempre	9	11.3	11.3	100
Total	80	100	100	

En la tabla 9, se observa que el 11.3% de las empresas encuestadas manifestó que siempre ha implementado un sistema ERP, mientras que otro 11.3% respondió que lo hace casi siempre. Un 30.0% lo hace algunas veces, el 26.3% muy pocas veces y un 21.3% nunca. Por tanto, se concluye que una gran parte de las empresas aún no ha integrado completamente un sistema ERP, lo cual puede afectar la eficiencia en la gestión de recursos empresariales.

Tabla 13.

¿Su empresa organiza capacitaciones anuales sobre el uso de tecnologías digitales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	14	17.5	17.5	17.5
Muy pocas veces	19	23.8	23.8	41.3
Algunas veces	22	27.5	27.5	68.8
Casi siempre	9	11.3	11.3	80.1
Siempre	16	20	20	100
Total	80	100	100	

En la tabla 10, el 20.0% de las empresas indicó que siempre realizan capacitaciones anuales sobre el uso de tecnologías digitales, mientras que el 11.3% lo hace casi siempre. Por su parte, el 27.5% respondió que lo hace algunas veces, el 23.8% muy pocas veces, y el 17.5% nunca. Se concluye que aunque hay empresas que capacitan constantemente a su personal, aún existe una proporción significativa que no lo hace o lo hace muy esporádicamente, lo cual limita el desarrollo de competencias digitales.

Tabla 14.

¿El personal de su empresa tiene conocimiento suficiente sobre herramientas digitales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	19	23.8	23.8	23.8
Muy pocas veces	21	26.3	26.3	50.1
Algunas veces	16	20	20	70.1
Casi siempre	10	12.5	12.5	82.6
Siempre	14	17.5	17.5	100
Total	80	100	100	

En la tabla 11, el 17.5% de las empresas considera que su personal siempre tiene conocimiento suficiente sobre herramientas digitales, el 12.5% lo indica casi siempre y el 20.0% algunas veces. Sin embargo, un 26.3% lo hace muy pocas veces y un 23.8% nunca. Esto sugiere que casi la mitad del personal aún no domina adecuadamente las herramientas digitales, lo que representa una limitación crítica en entornos altamente tecnificados.

Tabla 15.

¿Su empresa destina presupuesto exclusivo para tecnología de la información (TI)?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	24	30	30	30
Muy pocas veces	21	26.2	26.2	56.2

Algunas veces	12	15	15	71.2
Casi siempre	8	10	10	81.2
Siempre	15	18.8	18.8	100
Total	80	100	100	

En la tabla 12, el 18.8% de los encuestados manifestó que su empresa siempre destina presupuesto exclusivo para tecnología de la información (TI), mientras que un 10.0% indicó que lo hace casi siempre. Asimismo, un 15.0% respondió que ocurre algunas veces, un 26.2% muy pocas veces, y un 30.0% nunca. Por lo tanto, se concluye que más de la mitad de las empresas no cuenta con un presupuesto regular para TI, lo cual puede afectar negativamente la innovación y la transformación digital.

Tabla 16.

¿Su empresa renueva periódicamente sus equipos tecnológicos y sistemas?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	16.2	16.2	16.2
Muy pocas veces	25	31.2	31.2	47.4
Algunas veces	18	22.5	22.5	69.9
Casi siempre	11	13.8	13.8	83.7
Siempre	13	16.3	16.3	100
Total	80	100	100	

En la tabla 13, el 16.3% de las empresas manifestó que siempre renuevan sus equipos tecnológicos y sistemas, mientras que el 13.8% señaló que lo hacen casi siempre. Un 22.5% respondió que lo hacen algunas veces, el 31.2% muy pocas veces, y un 16.2% nunca. En consecuencia, se concluye que la mayoría de las empresas no cuenta con una renovación tecnológica constante, lo que puede afectar la eficiencia operativa y competitividad.

Tabla 17.

¿Su empresa utiliza múltiples plataformas digitales para sus actividades comerciales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	11	13.7	13.7	13.7
Muy pocas veces	21	26.3	26.3	40
Algunas veces	23	28.7	28.7	68.7
Casi siempre	13	16.3	16.3	85
Siempre	12	15	15	100
Total	80	100	100	

En la tabla 14, el 15.0% de las empresas manifestó que siempre utilizan múltiples plataformas digitales para sus actividades comerciales, mientras que el 16.3% lo hace casi siempre. Un 28.7% respondió que lo hace algunas veces, un 26.3% muy pocas veces y un 13.7% nunca. Se concluye que más de la mitad de las empresas aún no integra diversas plataformas digitales en sus operaciones comerciales de forma frecuente, lo que representa una oportunidad de mejora en términos de digitalización comercial.

Tabla 18.

¿Su empresa mantiene una alta interacción con sus clientes mediante canales digitales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	6	7.5	7.5	7.5
Muy pocas veces	13	16.2	16.2	23.7
Algunas veces	24	30	30	53.7
Casi siempre	24	30	30	83.7
Siempre	13	16.3	16.3	100
Total	80	100	100	

En la tabla 15, el 16.3% de las empresas indicó que siempre mantienen alta interacción con sus clientes por canales digitales, mientras que el 30.0% respondió que lo hace casi siempre. Del mismo modo, un 30.0% lo hace algunas veces, el 16.2% muy pocas veces, y un 7.5% nunca. Por tanto, se concluye que la mayoría de las empresas

muestra un grado aceptable de interacción digital con sus clientes, aunque aún existe una parte que necesita fortalecer estos canales para mejorar su competitividad.

Tabla 19.

¿Su empresa evalúa con regularidad la rotación de inventario?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	14	17.5	17.5	17.5
Muy pocas veces	22	27.5	27.5	45
Algunas veces	22	27.5	27.5	72.5
Casi siempre	8	10	10	82.5
Siempre	14	17.5	17.5	100
Total	80	100	100	

En la tabla 16, el 17.5% de las empresas indicó que siempre evalúa la rotación de inventario, mientras que el 10.0% respondió que lo hace casi siempre. Un 27.5% lo hace algunas veces, el mismo porcentaje (27.5%) muy pocas veces, y un 17.5% nunca. Esto permite concluir que aunque muchas empresas evalúan la rotación de inventario de forma ocasional o regular, todavía existe un grupo importante que no lo hace sistemáticamente, lo cual puede impactar negativamente en la eficiencia logística y financiera.

Tabla 20.

¿Su empresa toma decisiones logísticas basadas en los datos de rotación del inventario?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	19	23.8	23.8	23.8
Muy pocas veces	25	31.3	31.3	55.1
Algunas veces	16	20	20	75.1
Casi siempre	6	7.5	7.5	82.6
Siempre	14	17.5	17.5	100
Total	80	100	100	

En la tabla 17, el 17.5% de las empresas afirmó que siempre toma decisiones logísticas basadas en la rotación del inventario, mientras que el 7.5% respondió que lo

hace casi siempre. El 20.0% lo hace algunas veces, el 31.3% muy pocas veces, y el 23.8% nunca. Esto indica que una gran proporción de empresas aún no incorpora la rotación de inventario como criterio clave para la toma de decisiones logísticas, lo cual representa un riesgo para la eficiencia operativa.

Tabla 21.

¿Su empresa mantiene niveles adecuados de stock para responder a la demanda?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	15	18.7	18.7	18.7
Muy pocas veces	31	38.8	38.8	57.5
Algunas veces	15	18.7	18.7	76.2
Casi siempre	6	7.5	7.5	83.7
Siempre	13	16.3	16.3	100
Total	80	100	100	

En la tabla 18, el 16.3% de las empresas respondió que siempre mantiene niveles adecuados de stock, mientras que el 7.5% lo hace casi siempre. Un 18.7% lo hace algunas veces, un 38.8% muy pocas veces, y un 18.7% nunca. Se concluye que una mayoría significativa de empresas no mantiene niveles óptimos de stock, lo que puede comprometer su capacidad de respuesta ante la demanda del mercado.

Tabla 22.

¿Su empresa calcula la cantidad económica de pedido (EOQ) al importar?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	12	15	15	15
Muy pocas veces	21	26.2	26.2	41.2
Algunas veces	24	30	30	71.2
Casi siempre	11	13.8	13.8	85
Siempre	12	15	15	100
Total	80	100	100	

En la tabla 19, el 15.0% de las empresas respondió que siempre calcula la cantidad

económica de pedido (EOQ) al importar, mientras que un 13.8% indicó que lo hace casi siempre. El 30.0% manifestó que lo hace algunas veces, el 26.2% muy pocas veces, y un 15.0% nunca. Se concluye que solo una parte de las empresas aplica regularmente el cálculo del EOQ, lo cual limita el control eficiente de sus costos de importación.

Tabla 23.

¿Su empresa aplica el EOQ para mejorar la eficiencia en sus pedidos internacionales?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	13	16.2	16.2	16.2
Muy pocas veces	19	23.8	23.8	40
Algunas veces	25	31.2	31.2	71.2
Casi siempre	12	15	15	86.2
Siempre	11	13.8	13.8	100
Total	80	100	100	

En la tabla 20, el 13.8% de las empresas indicó que siempre aplica el EOQ para mejorar la eficiencia en sus pedidos internacionales, mientras que el 15.0% lo hace casi siempre. Un 31.2% lo realiza algunas veces, el 23.8% muy pocas veces, y el 16.2% nunca. Se concluye que la mayoría de las empresas aplica el EOQ de manera parcial o esporádica, lo que sugiere una necesidad de fortalecer la gestión cuantitativa en sus operaciones internacionales.

Tabla 24.

¿La documentación presentada por su empresa en los procesos de importación es exacta?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	16	20	20	20
Muy pocas veces	20	25	25	45
Algunas veces	19	23.8	23.8	68.8
Casi siempre	15	18.8	18.8	87.6
Siempre	10	12.5	12.5	100

Total	80	100	100
-------	----	-----	-----

En la tabla 21, el 12.5% de las empresas afirmó que siempre presentan documentación exacta en sus procesos de importación, mientras que el 18.8% lo hace casi siempre. Un 23.8% indicó que lo hace algunas veces, el 25.0% muy pocas veces, y un 20.0% nunca. Esto refleja que una parte importante de las empresas presenta inconsistencias en la documentación aduanera, lo que podría causar retrasos y sanciones en sus operaciones de comercio exterior.

Tabla 25.

¿Los procesos de autorización aduanera se realizan dentro de un tiempo razonable?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	9	11.2	11.2	11.2
Muy pocas veces	19	23.8	23.8	35
Algunas veces	21	26.2	26.2	61.2
Casi siempre	15	18.8	18.8	80
Siempre	16	20	20	100
Total	80	100	100	

En la tabla 22, el 20.0% de las empresas respondió que siempre logran que los procesos de autorización aduanera se realicen en un tiempo razonable, mientras que el 18.8% señaló que esto ocurre casi siempre. Un 26.2% respondió que lo consigue algunas veces, el 23.8% muy pocas veces, y un 11.2% nunca. En consecuencia, se concluye que aunque una parte de las empresas logra eficiencia en la gestión aduanera, más de la mitad enfrenta demoras o irregularidades en los tiempos de autorización, lo cual puede afectar la continuidad operativa.

Tabla 26.

¿La eficiencia en los trámites aduaneros de su empresa es adecuada?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	20	25	25	25
Muy pocas veces	26	32.5	32.5	57.5
Algunas veces	16	20	20	77.5
Casi siempre	7	8.8	8.8	86.3
Siempre	11	13.8	13.8	100
Total	80	100	100	

En la tabla 23, el 13.8% de las empresas manifestó que siempre consideran adecuada la eficiencia en sus trámites aduaneros, mientras que el 8.8% indicó que esto ocurre casi siempre. Un 20.0% respondió que se da algunas veces, el 32.5% muy pocas veces y el 25.0% nunca. Por lo tanto, se concluye que la mayoría de las empresas encuestadas considera inadecuada la eficiencia en sus trámites aduaneros, lo que puede significar cuellos de botella y mayores costos logísticos.

Tabla 27.

¿El tiempo de tránsito de sus productos importados se encuentra dentro de lo planificado?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	18	22.5	22.5	22.5
Muy pocas veces	19	23.8	23.8	46.3
Algunas veces	21	26.2	26.2	72.5
Casi siempre	9	11.3	11.3	83.8
Siempre	13	16.3	16.3	100
Total	80	100	100	

En la tabla 24, el 16.3% de las empresas señaló que siempre sus productos llegan dentro del tiempo de tránsito planificado, el 11.3% respondió que ocurre casi siempre, mientras que un 26.2% lo hace algunas veces. No obstante, un 23.8% indicó que se cumple muy pocas veces, y un 22.5% nunca. Esto refleja que una gran proporción de

empresas enfrenta variabilidad en los tiempos de entrega de sus importaciones, lo que puede generar desajustes logísticos y retrasos operativos.

Tabla 28.

¿El costo total del transporte internacional es gestionado eficazmente por su empresa?

Válido	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Nunca	10	12.5	12.5	12.5
Muy pocas veces	24	30	30	42.5
Algunas veces	20	25	25	67.5
Casi siempre	11	13.7	13.7	81.2
Siempre	15	18.8	18.8	100
Total	80	100	100	

En la tabla 25, el 18.8% de las empresas indicó que siempre gestionan eficazmente el costo total del transporte internacional, mientras que el 13.7% afirmó que lo hacen casi siempre. Un 25.0% señaló que ocurre algunas veces, el 30.0% muy pocas veces, y un 12.5% nunca. En consecuencia, se concluye que aunque un sector relevante de empresas muestra eficiencia en la gestión del costo del transporte internacional, aún existe una proporción considerable que no lo logra de manera efectiva, lo que puede elevar sus gastos operativos.