

FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de **ADMINISTRACIÓN**

“EL E-BUSINESS Y SU RELACIÓN CON LA
CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA
REPUBLICA PERUCHA S.A.C., MIRAFLORES,
2023”

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Administración

Autores:

Angela Ariana Alccahuaman Ruiz
Angela Xiomara Azañero Tejada

Asesor:

Dr. José Luis Soriano Colchado
<https://orcid.org/0000-0001-9000-0570>

Lima - Perú

2024

JURADO EVALUADOR

Jurado 1 Presidente(a)	Guillermo Juniors Morales Benavides
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	Mario Edison Ninaquispe Soto
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	Jose Luis Soriano Colchado
	Nombre y Apellidos




19% 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 10 palabras)
- ▶ Trabajos entregados

Fuentes principales

- 19%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 0%  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

A nuestros padres, hermanos y abuelos por el apoyo, por la confianza y por los valores que nos inculcaron. Ahora podemos sentir satisfacción por todo el camino recorrido, y alegría por la culminación de nuestra carrera profesional.

Angela Alcahuaman y Angela Azañero.

AGRADECIMIENTO

A todos nuestros docentes que nos compartieron sus conocimientos, los cuales nos ayudaron a mejorar nuestro perfil profesional. Además, a nuestros compañeros de estudios, quienes nos dieron ánimos y nos apoyaron para seguir adelante en este largo camino.

TABLA DE CONTENIDO

JURADO EVALUADOR.....	2
INFORME DE SIMILITUD.....	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TABLA DE CONTENIDO	6
Índice de tablas	9
RESUMEN	10
ABSTRACT	11
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	12
1.1. <i>Realidad problemática.....</i>	12
1.2. <i>Antecedentes.....</i>	15
1.2.1. Antecedentes internacionales.....	15
1.2.2. Antecedentes nacionales.....	16
1.2.3. Antecedentes locales.....	17
1.3. <i>Bases teóricas.....</i>	18
1.3.1. Negocio electrónico (E- Business)	18
1.3.2. Cadena de suministro.....	23
1.3.3. Marco conceptual.....	26
1.4. <i>Justificación.....</i>	27
1.4.1. Justificación teórica	27
1.4.2. Justificación práctica	27
1.4.3. Justificación metodológica	27
1.5. <i>Limitaciones</i>	28
1.6. <i>Formulación del problema</i>	28
1.6.1. Pregunta general	28
1.6.2. Preguntas específicas.....	28
1.7. <i>Objetivos.....</i>	29
1.7.1. Objetivo general	29
1.7.2. Objetivos específicos.....	29

1.8.	<i>Hipótesis</i>	29
1.8.1.	Hipótesis general	29
1.8.2.	Hipótesis específicas.....	29
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA		30
2.1.	<i>Diseño de investigación</i>	30
2.1.1.	Enfoque de la investigación: Cuantitativo	30
2.1.2.	Diseño de investigación: No experimental de corte transversal	30
2.1.3.	Tipo de investigación: Correlacional	30
2.2.	<i>Unidad de muestra</i>	31
2.2.1.	Población	31
2.2.2.	Muestra	31
2.3.	<i>Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos</i>	32
2.3.1.	Técnica: encuesta.....	32
2.3.2.	Instrumento: cuestionario	33
2.3.3.	Validez del instrumento.....	34
Resultados de la validez del instrumento		34
2.3.4.	Confiabilidad del instrumento.....	34
2.3.5.	Procesamiento de recolección de datos:	35
2.3.6.	Procesamiento de análisis de datos:	36
2.4.	<i>Aspectos éticos</i>	36
CAPÍTULO III: RESULTADOS		37
3.1.	<i>Análisis de fiabilidad</i>	37
3.2.	<i>Objetivo general</i>	38
3.2.1.	Análisis inferencial	39
3.3.	<i>Hipótesis Específico 1</i>	40
3.3.1.	Análisis descriptivo	40
3.3.2.	Análisis Inferencial	41
3.4.	<i>Hipótesis Específica 2</i>	43
3.4.1.	Análisis Descriptivo.....	43
3.4.2.	Análisis Inferencial	44
3.5.	<i>Hipótesis específica 3</i>	45
3.5.1.	Análisis Descriptivo.....	45

3.5.2. Análisis Inferencial.....	46
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES	48
Referencias	54
Anexos	59

Índice de tablas

Tabla 1. Resultados de la validez del instrumento	34
Tabla 2. Rangos Alfa de Cronbach.....	35
Tabla 3. Resumen de procesamiento de casos	37
Tabla 4. Alfa de Cronbach.....	37
Tabla 5. Análisis descriptivo de la variable independiente y dependiente.....	38
Tabla 6. Resultados del análisis de normalidad de la hipótesis general	39
Tabla 7. Correlación de Pearson de la hipótesis general	40
Tabla 8. Análisis descriptivo de la Dimensión 1 y la Variable Dependiente	40
Tabla 9. Prueba de normalidad de la hipótesis específica 1	42
Tabla 10. Correlación entre Dimensión 1 y Variable dependiente	42
Tabla 11. Análisis descriptivo de la dimensión 2 y la variable dependiente	43
Tabla 12. Prueba de normalidad de la hipótesis específica 2	44
Tabla 13. Correlación entre dimensión 2 y variable dependiente	45
Tabla 14. Análisis descriptivo de la dimensión 3 y la variable dependiente	45
Tabla 15. Prueba de Normalidad de la Hipótesis Específica 3	46
Tabla 16. Correlación entre dimensión 3 y variable dependiente	47

RESUMEN

El objetivo de la presente investigación fue determinar la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

Se realizó un análisis cuantitativo, tipo descriptivo-correlacional con corte transversal y diseño no experimental. La muestra estuvo conformada por 16 trabajadores, a quienes se les aplicó la técnica de la encuesta mediante un cuestionario, validado por expertos, con escala de tipo Likert para cada variable y se determinó su confiabilidad mediante el Alfa de Cronbach. Se usó el programa SPSS versión 26 para el procesamiento de datos y la elaboración de tablas estadísticas, a su vez se usó la prueba de Pearson y Spearman para establecer la relación entre ambas variables.

Se concluyó que sí existe una relación entre el e-business y la cadena de suministros en la empresa Republica Perucha S.A.C., 2023, ya que el coeficiente de correlación de Pearson de ambas variables es de 0,675, lo que indica que existe relación significativa y positiva.

PALABRAS CLAVES: e-business, cadena de suministro.

ABSTRACT

The objective of this research was to determine the relationship that exists between e-business and the supply chain in the company Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

A quantitative analysis was carried out, descriptive-correlational type with cross-section and non-experimental design. The sample was made up of 16 workers, to whom the survey technique was applied through a questionnaire, validated by experts, with a Likert-type scale for each variable and its reliability was determined using Cronbach's Alpha. The SPSS version 26 program was used for data processing and the preparation of statistical tables. In turn, the Pearson and Spearman test was used to establish the relationship between both variables.

It was concluded that there is a relationship between e-business and the supply chain in the company Republica Perucha S.A.C., 2023, since the Pearson correlation coefficient of both variables is 0.675, which indicates that there is a significant and positive relationship.

KEYWORDS: e-business, supply chain.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1. Realidad problemática

A nivel mundial, las empresas han cambiado radicalmente su modo de funcionamiento tradicional debido a la pandemia mundial del COVID 19. Esta situación originó el cierre de negocios pequeños, medianos y grandes, pocas empresas estuvieron preparadas para cambiar sus modelos de negocio y adaptarse a la transformación digital, esto conllevó a que muchas de ellas redujeran su productividad y con ello sus ganancias. Los negocios electrónicos se han potenciado significativamente, formando parte de estos las TIC, esto permite que las organizaciones tengan un mejor manejo de la cadena de suministro, y así una mejor interacción con sus clientes, lo que permite mejorar las estrategias para tomar decisiones y optimizar la eficacia de sus recursos.

Debido a la crisis del Covid-19, las cadenas de suministro globales estuvieron bajo una enorme presión en los años 2020 y 2021. La pandemia, la escasez de recursos y el comercio electrónico, han llevado a las cadenas de suministro al frente de los modelos comerciales de muchas empresas (Zambrano, Giler, Vera y Medranda, 2020).

Las micro y pequeñas empresas están comprometidas a innovar y adaptar sus procesos a los cambios originados por la pandemia, esto obliga a los negocios a realizar una valoración de su cadena de suministros, incorporando los negocios electrónicos mediante las plataformas e-commerce, estas plataformas permiten una mejor flexibilidad de pago, efectuando una mejor eficacia económica frente a los recientes acontecimientos a nivel mundial. Los e-business otorgan mayor velocidad en las transacciones, consienten el progreso económico de las empresas y les otorgan empoderamiento a los clientes para su

participación en el mercado, esto genera mayores oportunidades de negocio, ya que se mejora la comunicación con el target y se pueden plantear estrategias efectivas para encontrar nuevos nichos de mercado (Perdigón y Pérez, 2020).

A su vez, el rendimiento de las organizaciones depende de los resultados de las TIC, cuando el medio opta por adquirir y crear nuevas plataformas digitales, las empresas se ven obligadas a innovar para generar mayores beneficios en ellas. Las empresas han optado por realizar mejoras continuas en las plataformas digitales que emplean tanto sus trabajadores como sus clientes. Por una parte, en los trabajadores los sistemas de información dejan de ser convencionales para darle paso a la nueva tecnología y emplear herramientas que permitan mejorar la eficiencia de estos. Por otro parte, en los clientes las páginas digitales han permitido que se mejore la comunicación entre la organización y el consumidor, ya que cada plataforma digital posee un algoritmo que permite entender el comportamiento del cliente, es allí donde este pasa a tener una participación activa en el mercado. Es así que, debido a las constantes innovaciones tecnológicas, las organizaciones optan por realizar cambios estructurales que las beneficien, pues el uso de las tecnologías de la información influye en el incremento de ganancias, ventas y flujo de caja (Oliva y Cataldo, 2018).

La importancia del negocio electrónico radica en la demanda de las empresas para utilizar mejor las herramientas informáticas y realizar innovaciones tecnológicas que mejoren la comunicación entre los clientes y proveedores. Cabe mencionar que el e-business emplea la estrategia business to business, pero su desarrollo ha permitido que se ejecute en base al business to consumer. Como lo menciona Vásquez (2019) las TIC, entre ellas el internet, negocios electrónicos y la comercialización a través de la web, les brindan a las empresas Latinoamericanas oportunidades para competir a nivel global. El gran resultado de

esta estrategia es la ampliación del mercado y la fidelización del cliente al crear un valor agregado.

A nivel nacional, el desarrollo de los negocios electrónicos en la cadena de abastecimiento está cambiando la industria minorista peruana, obligando a muchas personas a cambiar la forma en que hacen negocios. En la industria minorista actual, los minoristas enfrentan la presión de los consumidores para brindar una mejor experiencia de compra que incluya una mayor flexibilidad para una entrega más eficiente. Los problemas en la cadena de suministro generan una mala experiencia de compra y el riesgo de perder clientes en las empresas peruanas. La función más básica y tradicional del supply chain es la gestión de costes y abastecimiento, pero hoy en día la cadena de suministro juega un papel estratégico en las ventas de una empresa, lo que significa que su importancia ha aumentado con el tiempo (García, Díaz y Arias, 2017).

A nivel local, el estudio se desarrolla en República Perucha, es una empresa que produce pasteles y repostería profesional para toda ocasión. La empresa se caracteriza por su sabor único y calidad en sus productos, dichas características la posicionan en el mercado como uno de los preferidos del distrito de Miraflores. Los productos que ofrece la empresa son: pasteles, bocaditos dulces y salados, y café.

Como estructura productiva, la planta se encarga de los productos base y la producción final. La tienda es responsable de la mayor cantidad de líneas de productos en la zona para satisfacer las necesidades de los consumidores. Sin embargo, la empresa ha estado presentando inconvenientes en la gestión de la cadena de abastecimiento, los cuales se han visto reflejados en los costos elevados de las compras por falta de planificación, el costo alto en la distribución y un mal procedimiento en las entregas del producto.

Por otra parte, se pretende plantear una solución para mejorar la logística del supply chain y que esto permita disminuir los costos logísticos en las áreas de distribución, compras y producción.

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes internacionales

Llivicota (2022) en su tesis *“Gestión de la cadena de suministros a través del e-Commerce en Jambi Kiwa, ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo”*. Presenta como objetivo gestionar la cadena de suministro mediante el comercio electrónico, permitiendo optimizar los procesos en la SCM. El estudio concluye que el comercio electrónico permite generar mejoras en el supply chain, esto mediante la aplicación de herramientas, las cuales son claves para superar los costos existentes y generar nuevos ingresos ilimitados (entre otros objetivos comerciales importantes) en línea y en nuevos canales para la empresa.

Naranjo & Vera (2016) en su tesis *“Beneficio de la aplicación de la tecnología y del e-business en el sistema de logística e importación de contenedores hacia el Ecuador”*. Presenta como objetivo determinar los beneficios de aplicar la tecnología y negocios electrónicos en el sistema de logística. El estudio concluyó que el sistema de negocios electrónicos les ha dado éxito a diversas organizaciones a nivel mundial en diferentes campos comerciales. Además, es un escenario estratégico que le da pase a la innovación y optimización en las herramientas tecnológicas de cada área.

Garzón (2020) en su tesis *“Logística del comercio electrónico y su participación en la comercialización de artesanías colombianas”*. Presenta como objetivo diagnosticar cómo la logística del e-commerce incide en el desarrollo del comercio de artesanías colombianas. El estudio concluye que el comercio electrónico en América Latina está siendo

implementado poco a poco, pero en el futuro facilitará las transacciones, generará grandes volúmenes de ventas y beneficiará a todas las partes del SCM.

Pérez (2018) en su tesis *“Modelación de factores en la integración de la TIC en la cadena de suministro en empresas de Baja California, México”*. Presenta como propósito relacionar los factores que hallan la integración de la TIC en el supply chain. El estudio concluye que para invertir en las TIC debe de existir responsabilidad en el alto mando directivo y un entrenamiento completo para obtener beneficios tangibles al integrarlas en los procesos de la cadena de abastecimiento. Por lo tanto, se recomienda que las inversiones en TIC se enfoquen en la capacitación para traer beneficios positivos a las empresas.

1.2.2. Antecedentes nacionales

Díaz (2021) en su investigación *“Relación del e-business en la cadena de suministros del sector lácteo de Cajamarca en la empresa Perú Cheese S.R.L”*. Presenta como objetivo determinar la relación del negocio electrónico en el supply chain. El estudio concluye que existe correlación positiva entre los negocios electrónicos y el supply chain, ya que se muestra un porcentaje de satisfacción del 70% en su implementación. Por ello, se considera que la implementación de la tecnología es importante, ya que ayuda a las empresas a ser más competitivas.

Lau (2022) en la investigación *“E-commerce y supply chain de una empresa comercial, Chimbote, 2022”*, presenta por objetivo analizar el E-Commerce en Ecuador, así como reconocer los factores de contribución o limitantes de esta acción. El estudio concluye que el E-Commerce está transformando la manera de hacer las cosas mostrando un medio para que las empresas y negocios incrementen sus clientes en mercados extranjeros y nacionales a través de plataformas digitales.

Landa y Núñez (2017) en su investigación *“Impacto de la cadena de suministros courier en el comercio internacional del país”*. Presenta por objetivo el análisis cualitativo y cuantitativo de tal cadena de suministros, observándose su relación directa con el crecimiento económico del país en términos comerciales. El estudio concluye que para implementar y optimizar la propuesta es necesario contar con una inversión de US\$ 21,2 millones, con un período de recuperación de 12 meses.

1.2.3. Antecedentes locales

Benavides y Bernal (2021) en su investigación *“Relación de la tecnología de la información y comunicación y la gestión de la cadena de suministro en las droguerías importadoras de pruebas serológicas para la detección del sars-cov-2 en Lima Metropolitana”*. Presenta como objetivo analizar la relación de la TIC y la SCM. El estudio concluye que las TIC tienen un vínculo esencial para la coordinación estratégica y efectiva de SCM. Añadiéndole que la eficiencia y sincronización del flujo de información en las empresas son factores que contribuyen al éxito empresarial. También se encontró que existe un vínculo directo entre las TIC y la SCM para las farmacias de importación; esta relación contribuye al aumento de eficiencia permitiendo enfrentar situaciones inciertas.

Camacho (2021) en su investigación *“El comercio electrónico y gestión logística en empresas retail de Lima”*. Presenta como propósito determinar la relación entre el e-commerce y la gestión logística. El estudio concluyó que existe una correlación débil y significativamente positiva entre el e-commerce y la gestión logística.

Alarcón (2018) en su investigación *“El uso de las TIC y la cadena de suministro en los trabajadores de la empresa Descartables para alimentos S.A.C., en el distrito de Ate, 2018”*. Presenta como objetivo determinar la relación entre el uso de las TIC y la cadena de suministro. En el estudio se concluye que existe correlación entre el uso de las TIC y el

supply chain, es decir, los procesos de la cadena de suministro pueden optimizarse mediante el uso eficaz de la tecnología de la información, centrándose en la infraestructura técnica y la gestión de datos compartidos. Además, la cadena de suministro se ha digitalizado en gran medida, la información ya no se almacena físicamente y el conocimiento reemplaza al poder físico en sus procesos.

1.3. Bases teóricas

1.3.1. Negocio electrónico (E- Business)

Definición de los Negocios electrónicos

El e-business se ha definido como el uso de herramientas tecnológicas en las organizaciones con el fin de ejecutar funciones administrativas y productivas que hacen más sencillo el proceso de compraventa, así como el intercambio de información mediante los canales digitales. La aplicación de los sistemas digitales permite que las organizaciones interactúen con los clientes para mejorar la resolución de los problemas (Perdigón y Pérez, 2020).

Los negocios electrónicos son el conjunto de actividades empresariales realizadas a través de vínculos electrónicos entre los clientes, proveedores, trabajadores y otros actores del proceso productivo. En síntesis, son un conjunto de herramientas que permiten a las organizaciones usar el internet para gestionar el negocio tanto interna como externamente (Grandón, Ramírez y Orrego, 2019).

Por su parte Perdigón (2020) sostiene que los negocios electrónicos son un conjunto de herramientas digitales que mejoran la promoción, el acceso a nuevos clientes y, lo más importante, reducen costos relacionados al proceso de contratación, marketing y transacciones. Añadiéndole a ello que el e-business está conformado por actividades como

el marketing digital, el comercio y la banca electrónica, todo ello origina el intercambio de información mediante los canales digitales.

Los e-business son herramientas en desarrollo que describen el proceso de intercambio de información mediante el internet. En ese sentido, es el proceso de optimizar la comercialización digital de servicios o productos que contribuyan a satisfacer las expectativas de los clientes (Perdigón, Viltres y Madrigal, 2018).

Importancia de los negocios electrónicos

La importancia del negocio electrónico radica en la demanda de las empresas por querer mejorar su competitividad a través de herramientas digitales. Como lo menciona Vásquez (2019), los negocios electrónicos y la comercialización a través del internet, les brindan a las empresas Latinoamericanas oportunidades para ser competitivas y mantener su liderazgo. Esto conlleva a la mejora en la presentación de sus productos y mayor eficacia en el proceso productivo. Asimismo, los sistemas de información son esenciales ya que son un elemento clave de difusión, mejora la toma de decisiones, incrementa los conocimientos tanto de los colaboradores como de los clientes y, mejora la experiencia y valores culturales, todo ello los convierte en un instrumento potencial que genera valor agregado en las empresas.

Beneficios de los negocios electrónicos

La estrategia digital permite potenciar la gestión empresarial y, con ello, se mejora la competitividad de la organización. Resulta pertinente mencionar que la empresa le otorga valor al cliente mediante el diseño y ejecución de las plataformas digitales, fomentando la participación del cliente y generando engagement. De acuerdo con Perdigón (2020) la participación de los clientes en las redes informáticas mejora la atención de sus necesidades

y eleva sus niveles de satisfacción. En síntesis, esto originaría que el cliente actual se convierta en un cliente fiel de la empresa, lo que conllevaría a que la organización reduzca costos en la adquisición de nuevos clientes, añadiéndole a ello que realizar las ventas sería más sencillo y barato.

A su vez, cuanto mayor sea el rendimiento y uso de las TIC en las organizaciones, el entorno se ve obligado a innovar y adaptarse a los cambios tecnológicos y, de esta manera, generan mayores beneficios. Por lo que las empresas latinoamericanas realizan mantenimiento a sus plataformas digitales y emplean nuevas opciones que satisfagan la necesidad tecnológica de los clientes. Es por ello que las páginas digitales han permitido relacionar mejor a las empresas y los consumidores, porque las herramientas digitales permiten entender la conducta de los clientes y la preferencia de sus gustos. Es así que, las organizaciones optan por adaptarse las nuevas tendencias tecnológicas que las beneficien mediante el incremento de ganancias y liquidez (Oliva y Cataldo, 2018).

Crecimiento de los negocios electrónicos

Magadán y Rivas (2019) sostienen que los negocios electrónicos o digitales han incrementado significativamente debido a la innovación y el cambio del entorno, por lo que se ha incrementado la aparición de nuevas tecnologías radicales como lo son el internet, los dispositivos con aplicaciones y las páginas web, lo que ha conllevado a un cambio o mejora continua en las organizaciones ya existentes y en los modelos de negocios tradicionales. Por ello, el sector empresarial se ha visto obligado a innovar y transformar su modelo de negocio, otorgando un valor agregado mediante el uso de nuevas tecnologías y softwares.

En los últimos años las empresas latinoamericanas, especialmente las pymes y micro pymes, están experimentando un cambio acelerado en la realización de negocios. Ello debido

a que los móviles, tabletas y ordenadores portátiles han ganado posición en el mercado, lo que conlleva que el cliente incremente su demanda de acceso a las redes porque esto les permite conectarse y satisfacer sus necesidades desde cualquier lugar, en cualquier momento y desde cualquier dispositivo. Por ello, cada vez crecen más las empresas y los clientes que realizan transferencias y pagos mediante medios electrónicos, haciendo uso de las tarjetas de crédito, débito u otra aplicación que les permita realizar las transacciones (Carrión, 2020).

Como lo menciona Salas, Ábrego y Mendoza (2021), hoy por hoy el uso de las TIC se han incrementado rápidamente, considerando que la tendencia va en aumento. Tanto las empresas como los clientes tienen fácil acceso al internet para realizar transacciones y cumplir con sus actividades comerciales, todo esto ha permitido el desarrollo de otras tecnologías, entre ellas se encuentra el negocio electrónico de tipo business to consumer (B2C), es decir, de empresa a consumidor. Este es uno de los canales de compra y venta con mayor uso y ha permitido que el internet tome mayor posición en el mercado.

En el último siglo, el desarrollo tecnológico se ha convertido en un importante factor influyente de la sociedad generando cambios significativos. En ese sentido, el uso del internet ha incrementado notablemente, ya que según el sitio We Are Social en el 2018 reportó que el 55% de las personas a nivel mundial eran usuarios del internet. Por ello, el uso mundial de las plataformas digitales ha modificado los modelos tradicionales de negociar, lo que conllevó al surgimiento del e-business (Perdigón y Pérez, 2020).

Cabe mencionar que los negocios electrónicos son un elemento potenciador en el desarrollo económico empresarial, porque permiten mejorar las estrategias y alianzas comerciales. El crecimiento de los usuarios que usan el internet obliga a que las empresas tomen estrategias de marketing aceleradas como la creación de nuevas aplicaciones que permitan realizar pagos fácilmente y originen la atracción de los clientes.

A. Dimensiones e indicadores

Dimensiones del e-business

León (2018) sostiene que el desarrollo de estas tecnologías ha dado espacio a las organizaciones para nuevas oportunidades, convirtiéndolas en recursos estratégicos que pueden abrir nuevas oportunidades, con costos reducidos y una alta probabilidad de éxito en el mercado, por ello, es necesario conocer la transformación digital, influencia social y factor tecnológico.

a) **Transformación digital:**

Este indicador es la innovación de las herramientas digitales en los departamentos organizacionales, implica promover la competencia digital y agilidad de cambio, las cuales darán como beneficio la reducción de costes.

b) **Influencia social:**

El desarrollo del internet ha provocado grandes cambios en la sociedad porque es uno de los factores más influyentes, es así como la sociedad se ve obligada a adaptarse a los nuevos procesos tecnológicos, lo que a su vez permite desarrollar habilidades tecnológicas.

c) **Nivel tecnológico:**

Es la conexión que existe entre el sistema y el usuario, ya que es el soporte humano que se ve reflejado detrás del sistema de red durante el proceso de pre y post compra, así como los medios para brindar conectividad y tecnología al dispositivo (software). Un buen nivel tecnológico permite el desarrollo de procesos más eficaces en la empresa.

1.3.2. Cadena de suministro

Se refiere a todas las actividades directas o indirectas de abastecimiento, que permiten cumplir las necesidades del usuario. Inicia desde el fabricante, proveedor de proveedores, proveedor directo, transportistas, vendedores y a los clientes, es decir, por completo todas las funciones necesarias desde la recepción hasta el cumplimiento de los deseos del cliente (Sablón, Acevedo y Medina, 2015).

La cadena de suministro es un sistema que abarca tanto a la empresa como a su entorno, esto permite otorgarle valor agregado a la organización al innovar para crear oportunidades de mejora, todo ello permite que la empresa sea un agente de cambio para el logro de un mundo sostenible (Tundidor, et al., 2018).

Además, Pinheiro, Breval, Rodríguez y Follman (2017) consideran que la cadena de abastecimiento es el grupo de personas y recursos tecnológicos que están involucrados en la entrega de un producto desde el abastecedor hasta el cliente.

Por su parte Espinal, Montoya y Pérez (2012) sostienen que la cadena de suministros relaciona a los proveedores, productores y distribuidores en el proceso productivo para otorgar el producto final al cliente y así satisfacer la demanda. En ese sentido, la cadena de suministros engloba a los consumidores y proveedores, quienes trabajan en conjunto para cumplir actividades comerciales como comprar, transformar, distribuir y vender bienes o servicios.

A. Dimensiones

Para Díaz y Pérez (2012) la cadena de suministros está conformada por empresas independientes que entablan lazos de colaboración para satisfacer la demanda de los clientes mediante los productos o servicios. Para ello, es importante los flujos de material y de

información que se intercambian desde el proveedor hasta el consumidor, esto requiere un gran nivel de comunicación y cooperación para tener éxito en cada eslabón de la cadena.

Para el presente trabajo de acuerdo con nuestra investigación se van a emplear las siguientes dimensiones internas:

a) **Objetivo de la cadena de suministro:** Para Zuluaga, Gómez y Fernández (2014)

el supply chain tiene como objetivo identificar y controlar la logística de producción en las empresas para garantizar los niveles óptimos de prestación de servicios o adquisición de un producto a los clientes, siempre bajo los estándares de calidad que cumplan con la planeación estratégica de las empresas.

b) **Elementos de la cadena de suministro:** Como lo mencionan Camacho, Gómez

y Monroy (2012), el supply chain está conformada por 3 partes claves para su correcto funcionamiento y desarrollo: suministros, fabricación y distribución.

- **Suministro:** Pinheiro, Breval, Rodríguez y Follmann (2017) lo definen como el proceso en el cual se obtiene la materia prima, se encarga de establecer la información básica para conseguir la materia prima y poder producirla.
- **Fabricación:** Es la transformación de la materia prima, es aquí donde se emplean todos los suministros obtenidos para generar un producto que satisfaga la necesidad y la demanda del cliente (Chávez, 2012).
- **Distribución:** Chávez (2012) menciona que en este último elemento la empresa busca entregar al cliente el producto final, puede comercializarse por medio de mercados minoristas o mayoristas.

c) **Integración en la cadena de suministro:** Para Sablón, et al., (2017) la integración en el supply chain se refiere a la relación de los procesos internos de

la organización y la combinación de estos haciendo uso de recursos tecnológicos para satisfacer al cliente.

Es así como la integración engloba dos perspectivas: vertical y horizontal. En la integración vertical cada eslabón de la cadena acepta el hecho de que se trate de un solo eslabón el que transmita la información a los demás eslabones para que se desarrolle correctamente el proceso correspondiente. Mientras que, en la integración horizontal, por tratarse de una tendencia actual, cada eslabón de la cadena de abastecimiento se une con el que considere más apropiado para generar relaciones colaborativas, según sean las necesidades (Frankle, et al., 2012).

Pardillo y Gómez (2013) mencionan que hay integración centralizada y descentralizada. En la integración centralizada se toman decisiones de forma independiente en cada eslabón de integración de la supply chain. En tanto que, la integración descentralizada hay un gestor global que coordina las decisiones en toda la cadena. En ambas integraciones se consideran las competencias laborales de cada actor.

Para el desarrollo de la integración se deben considerar etapas importantes según el grado de complejidad, tales como: asignación, en esta fase se asignaran los recursos principales; negociaciones de mercado, esta etapa incluye decisiones enfocadas en el precio y las relaciones con los socios; la etapa de la asociación, en la cual se establecen acuerdos económicos; etapa de la cooperación, en esta se busca formalizar contratos a largo plazo con la menor cantidad de proveedores; la coordinación, la cual se encarga de compartir información mediante el uso de la TIC; finalmente, la fase de colaboración, en donde se planifica y se comparte medios tecnológicos para integrar la cadena (Bautista, et. al., 2015).

Cabe mencionar que las razones principales para la Integración de las Cadenas de Suministros son: necesidad por la competitividad del **mercado**, menor integración vertical y la búsqueda de proveedores para garantizar el abastecimiento con materia prima de alta calidad y a un bajo precio (Sablón, et al., 2021).

La incorporación del supply chain es indispensable para generar competitividad en la cadena, este es un eslabón muy importante para alcanzar objetivos y obtener altos niveles de posicionamiento, también influye en la relación entre los socios al mejorar la visión de la cadena y establece planes de compras más ajustados a las ventas (Sablón, et al., 2021).

1.3.3. Marco conceptual

- **E-Business:** “Son un conjunto de herramientas digitales que mejoran la promoción, el acceso a nuevos clientes y, lo más importante, reducen costos relacionados al proceso de contratación y transacciones” (Perdigón, 2020).
- **Tecnologías de la información y las comunicaciones:** “Son herramientas digitales que permiten a las organizaciones usar el internet para gestionar el negocio tanto interna como externamente” (Grandón, Ramírez y Orrego, 2019).
- **Desarrollo tecnológico:** “Desarrollo y producción de dispositivos o sistemas digitales mediante la utilización de conocimientos científicos” (Suarez, 2018).
- **Cadena de suministro:** “Es un sistema que abarca tanto a la empresa como a su entorno, esto permite otorgarle valor agregado a la organización al innovar para crear oportunidades de mejora y convertirse en agente de cambio para lograr sostenibilidad” (Tundidor, et al., 2018).

La presente investigación se efectuó con el propósito de determinar la relación entre dos variables: el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha, Miraflores 2023. Las empresas buscan generar ingresos para tener liquidez y junto con ello aumentar su competitividad, por lo cual es necesario conocer y saber cómo reducir los costos del negocio y así mejorar la rentabilidad.

1.4.1. Justificación teórica

El presente trabajo se elaboró con el objetivo de demostrar que el e-business es una parte esencial del supply chain en las empresas. Igualmente, resaltar la importancia de los negocios electrónicos dentro de las empresas, con el fin de crear una marca exitosa y optimizar los procesos de adquisición, logrando un incremento en las ventas.

1.4.2. Justificación práctica

Se busca identificar la relación causa–efecto que determine los principales indicadores influyentes del e-business en la cadena de suministros. Los resultados obtenidos contribuirán a la mejora de la situación económica y financiera de la empresa; generando a su vez una mayor fidelización en sus clientes.

1.4.3. Justificación metodológica

Esta investigación es descriptiva – correlacional de diseño transversal la cual tiene por propósito determinar la relación entre el e-business y la cadena de suministro en los colaboradores de la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. Así mismo, el diseño de investigación es no experimental, puesto que la investigación se realiza sin manipulación de variables.

El análisis realizado a cada variable permite que los cuestionarios puedan ser usados por otros investigadores, esto contribuirá a que se pueda medir el nivel de cada variable en el mismo rubro o diferente, ya que están validados por especialistas.

1.5. Limitaciones

- Una de las consecuencias de la pandemia (COVID-19) ha sido que las organizaciones opten por el trabajo remoto y reduzcan su personal, siendo un porcentaje mínimo de colaboradores que acuden a laborar presencialmente, y ello originó que se aminore el número de encuestados.
- La empresa de estudio tiene una alta rotación de personal, por ello se tuvo que elegir a un grupo reducido y específico de colaboradores que conocen el proceso de la cadena de suministro a detalle.

1.6. Formulación del problema

1.6.1. Pregunta general

¿Cuál será la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?

1.6.2. Preguntas específicas

¿Cuál será la relación que existe entre la transformación digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?

¿Cuál será la relación que existe entre la influencia social y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?

¿Cuál será la relación que existe entre el nivel tecnológico y la cadena de suministros en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?

1.7.1. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

1.7.2. Objetivos específicos

Determinar la relación que existe entre la transformación digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

Determinar la relación que existe entre la influencia digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

Determinar la relación que existe entre el nivel tecnológico y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

1.8. Hipótesis

1.8.1. Hipótesis general

El e-business se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministros en la empresa República Perucha S.A.C, Miraflores, 2023.

1.8.2. Hipótesis específicas

La transformación digital se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministros en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

La influencia social se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

El nivel tecnológico se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C, Miraflores, 2023.

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

2.1. Diseño de investigación

2.1.1. Enfoque de la investigación: Cuantitativo

En el presente trabajo el enfoque de investigación es cuantitativo porque en la práctica se utilizó estadística inferencial para sustentar y probar la hipótesis. Para Sánchez (2019), la estadística se utiliza para analizar un conjunto de datos con el fin de explicar por qué se obtienen los resultados y cómo interpretarlos.

2.1.2. Diseño de investigación: No experimental de corte transversal

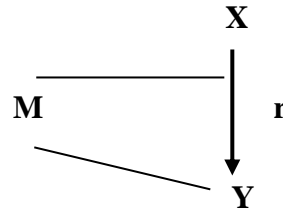
El tipo de diseño de la investigación es no experimental porque no se realizó manipulación de variables y se evaluó en su composición inicial. Pérez (2020) señala que las investigaciones no experimentales no alteran las variables; por el contrario, observan las distintas rarezas que surgen en su ambiente natural.

Así mismo, el corte del estudio es transversal porque el cuestionario sólo se aplicó una vez. Arrieta, Paredes, Flores, Romero y Andersson (2019) sostienen que este corte de estudio se usa en trabajos de investigación de fenómenos reales en un determinado periodo.

2.1.3. Tipo de investigación: Correlacional

La investigación es de tipo descriptiva - correlacional, puesto que se busca determinar la relación entre el e-business y la cadena de suministro. Ortiz, Coronell, Hamburger y Orozco (2019) indican que los estudios correlaciones cuantifican la relación de las variables mediante un modelo predecible para una muestra.

La presente investigación se representa por el siguiente esquema:



Donde:

M: Colaboradores de la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

X: E-business.

Y: Cadena de suministro.

R: La relación entre X y Y (variables)

2.2. Unidad de muestra

La unidad de análisis es un trabajador de la empresa Republica Perucha S.A.C del distrito de Miraflores.

2.2.1. Población

La población está conformada por los empleados de la empresa, siendo así un total de 19 trabajadores de Republica Perucha S.A.C. del distrito de Miraflores. Para Ventura (2017) la población “está conformada por características en común que deben ser estudiadas” (p.648).

2.2.2. Muestra

Otzen y Manterola (2017) indican que la muestra está conformada por un grupo de la población del cual se recolectan datos. La muestra de esta investigación la conforman los 16 trabajadores de la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores.

En esta investigación se utilizó la muestra probabilística y aplicó la fórmula de población finita para obtener el subgrupo requerido:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{E^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Los datos que se consideraron fueron los siguientes:

n: Tamaño de la muestra

N: Tamaño de la población, 19 colaboradores de la empresa República Perucha S.A.C. pertenecientes al año 2023.

Z: Nivel de confianza (1.0364), 95%

P: Casos favorables (0.50)

Q: Casos desfavorables (0.50)

E: Margen de error (0.05)

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.0364)^2 (0.5) (0.5) (19)}{(0.05)^2 (19 - 1) + (1.0364)^2 (0.5) (0.5)}$$

$$n = 16 \text{ trabajadores}$$

2.3. Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

2.3.1. Técnica: encuesta

La técnica desarrollada en el estudio es la encuesta. Al respecto Pereira y Orellana (2015) sostienen que esta técnica sirve para las investigaciones sociales por sus

características que son versatilidad, objetividad, utilidad y sencillez, en esta técnica se recolectan datos para poder aplicar preguntas formuladas tanto directa o indirectamente.

Para obtener información sobre el e-business y la cadena de suministros se aplicó esta técnica con interrogantes referentes a las variables mencionadas, cada una con alternativas múltiples.

2.3.2. Instrumento: cuestionario

El instrumento es el cuestionario, está conformado por 18 preguntas las cuales permiten mediar a cada variable del estudio; la variable e-business está conformada por 3 dimensiones (transformación digital, influencia social y nivel tecnológico) las cuales cuentan con 3 preguntas cada una; asimismo, la variable cadena de suministro cuenta con tres dimensiones (objetivos de la cadena de suministro, elementos de la cadena de suministro e integración de la cadena de suministro) las cuales tienen 3 preguntas cada uno.

Meneses (2016) señala que el cuestionario es una herramienta metodológica de aplicación de la encuesta. Cabe resaltar que lo identifican como un instrumento en su totalidad, y no como un componente estructural del cual se despliegan las preguntas. El cuestionario (Anexo N°3) tendrá como opciones de respuesta múltiple la escala Likert que consta:

- 1 = Totalmente en desacuerdo
- 2 = En desacuerdo
- 3 = Indiferente
- 4 = De acuerdo
- 5 = Totalmente de acuerdo

2.3.3. Validez del instrumento

López, et al. (2019) argumentan que la validez es el grado en que un instrumento mide realmente la variable que debe medir. Por ello, se contó con la validación de tres especialistas profesionales que tienen conocimiento de las variables a medir, es así que confirmaron la validez de las dimensiones y escalas.

Tabla 1

Resultados de la validez del instrumento

Datos de expertos	Especialidad	% Validación	Resultado
Juan Daniel Quintana Portal	Mgtr. Administración y Finanzas	92%	Válido, aplicar
Milagros Sofía Huerta Tapia	Mgtr. Administración y Finanzas	94%	Válido, aplicar
Wilfredo Ubillus Mauricio	Mgtr. Administración	94%	Válido, aplicar

Nota. Elaboración propia

En este caso se obtiene una validez del 93% lo que indica que los instrumentos utilizados son válidos y pueden ser aplicados de manera efectiva para evaluar la relación entre el e-business y la cadena de suministro (Anexo N°5, Anexo N°6 y Anexo N°7).

2.3.4. Confiabilidad del instrumento

La confiabilidad es considerada para López, et al. (2019) como el grado de congruencia en el cual se mide la variable mediante un instrumento. Se obtiene de evaluar la correlación en las mediciones de diferentes momentos y, por otro lado, la fiabilidad, que es la exactitud de las mediciones en diferentes momentos.

Al tratarse de la escala de Likert se utilizó el análisis de confiabilidad del Alfa de Crobach. Ruiz (2018) lo determina como el indicador de confiabilidad más usado en estudios de correlación. Asimismo, esto permite medir la consistencia interna de los ítems

que componen la escala, ya que si da como resultado un número mayor a 0.8, asumimos que tenemos evidencia de homogeneidad en escala, es decir, los proyectos están indicando la misma dirección, son fiables y buenos. En la presente investigación, este proceso se realizó en el Sistema estadístico SPSS Versión 26.

Fórmula alfa de Cronbach 1951:

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[\frac{\sum Vi}{Vt} \right]$$

α = Alfa de Cronbach

K= Número de Ítem

Vi= Varianza de cada Ítem

Vt= Varianza total

Tabla 2

Rangos Alfa de Cronbach

Rangos	Magnitud
0.81 a 1.00	Muy alta
0.61 a 0.80	Alta
0.41 a 0.60	Moderada
0.21 a 0.40	Baja
0.01 a 0.20	Muy baja

Nota. Adaptado de *Metodología de la Investigación Cuantitativa* (p. 169), por Palella Stracuzzi y Martins Pestana, 2012.

2.3.5. Procesamiento de recolección de datos:

El procesamiento de recolección de datos se ejecutó a través de los resultados de las encuestas por Google Forms; luego los resultados se tabularon en una hoja de Excel para ser ingresados al Sistema Estadístico SPSS. Vr. 26.

2.3.6. Procesamiento de análisis de datos:

Para tabular la información recolectada, se analizó la confiabilidad y validez técnica de los instrumentos de investigación mediante el análisis alfa de Cronbach.

Estas dos variables (e-business y cadena de abastecimiento) fueron analizadas mediante tablas que mostrarán la frecuencia y distribución de la información. Además, se realizó el análisis inferencial para determinar la contracción de la hipótesis con el fin de aceptar o rechazar la hipótesis de investigación. Para ello, el nivel de significancia debe ser menor a 0,05 para aceptar la hipótesis planteada.

2.4. Aspectos éticos

La investigación se realizó con total transparencia, se respetó los derechos de propiedad intelectual, se citó correctamente a los autores según los estándares APA y las pautas universitarias.

La recolección de datos se ejecutó con un instrumento validado y se presentó la información de forma honesta y transparente sin ninguna alteración de los resultados.

Así mismo, los colaboradores fueron informados que su participación sería anónima y que debían responder con total sinceridad y sin presiones.

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3.1. Análisis de fiabilidad

Se determinó el Coeficiente de *Alfa de Cronbach* para medir la confiabilidad. Martinez (2013) afirma que la confiabilidad es un atributo necesario que se aplica en todas las pruebas cuantitativas para evaluar algo o a alguien.

Se evaluó el nivel de consistencia de las 18 preguntas realizadas a los 16 trabajadores referentes a ambas variables: e-business y cadena de suministro. Se elaboró una tabla de datos con la recolección de información del formulario y se transfirió a SPSS, resultando en una recolección del 100% de los casos sin excepciones.

Tabla 3

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	16	100,0
	Excluido	0	,0
	Total	16	100,0

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Tabla 4

Alfa de Cronbach

Alfa de Cronbach	N de elementos
,876	18

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Como se muestra en la Tabla 4, el valor Alfa de Cronbach resultante es 0,876, que es un buen indicador cercano al estándar excelente. Por lo tanto, la recolección de datos se consideró válida debido al buen nivel de consistencia interna del cuestionario.

3.2. Objetivo general

Determinar la relación que existe entre el E-business (VI) y la cadena de suministro (VD) de la empresa República Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

Tabla 5

Análisis descriptivo de la variable independiente y dependiente

		Descriptivos		
		Estadístico	Error estándar	
VARIABLE INDEPENDIENTE	Media	41,1250	,66380	
	95% de intervalo de confianza para la media	<u>Límite inferior</u>	39,7102	
		Límite superior	42,5398	
	Media recortada al 5%	41,1944		
	Mediana	41,5000		
	Varianza	7,050		
	Desviación estándar	2,65518		
	Mínimo	36,00		
	Máximo	45,00		
	Rango	9,00		
	Rango intercuartil	3,75		
	Asimetría	-,422	,564	
	Curtosis	-,502	1,091	
	VARIABLE DEPENDIENTE	Media	32,7500	,46993
95% de intervalo de confianza para la media		<u>Límite inferior</u>	31,7484	
		Límite superior	33,7516	
Media recortada al 5%		32,7222		
Mediana		33,0000		
Varianza		3,533		
Desviación estándar		1,87972		
Mínimo		30,00		
Máximo		36,00		
Rango		6,00		
Rango intercuartil		3,00		
Asimetría		-,206	,564	
Curtosis		-,995	1,091	

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Como se menciona en la Tabla 5, se contempla que el promedio de la variable independiente es 41,13; la mediana es 41,50 y su varianza es 7,05. En la variable dependiente el promedio es 32,75; la mediana es 33,00 y su varianza es 3,53.

3.2.1. Análisis inferencial

Comparación de la hipótesis general con estadísticas comparativas basadas en las variables muestrales (independiente y dependiente) del estudio. *Shapiro Wilk* utilizó una pequeña muestra de datos de menos o igual a 30, y este estudio tiene un tamaño de muestra de 16 empleados, por lo que se utiliza esta prueba estadística.

3.2.1.1. Prueba de normalidad:

Se logra con una regla de decisión: como el nivel de significancia es $\leq 0,05$, los datos de la muestra no provienen de una distribución normal, y como el nivel de significancia (Sig.) $> 0,05$, los datos sí se distribuyen de forma normal.

Tabla 6

Resultados del análisis de normalidad de la hipótesis general

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
VARIABLE INDEPENDIENTE	,135	16	,200*	,952	16	,524
VARIABLE DEPENDIENTE	,184	16	,148	,915	16	,140

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

De los datos de muestra procesados en la Tabla 6, el nivel de sig. de la variable independiente (e-business) es 0,524 y el nivel de sig. de la variable dependiente (cadena de suministro) es 0,140. Se infiere que ambas variables, dado que sus denominadores son mayores que 0,05, provienen de una distribución normal. En este caso, ambas variables son

paramétricas y se utiliza la *estadística de Pearson* para analizar el coeficiente de correlación entre estas.

3.2.1.2. Contratación de Hipótesis General: Prueba de Pearson

Se utilizó la prueba de Pearson porque las dos variables: independiente (e-business) y la dependiente (cadena de suministro), siguen una distribución normal. Por ello, se realizó el análisis correlacional, para la contratación de hipótesis general.

Tabla 7

Correlación de Pearson de la hipótesis general

Correlaciones			
		VARIABLE INDEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE
VARIABLE INDEPENDIENTE	Correlación de Pearson	1	,675**
	Sig. (bilateral)		,004
	N	16	16
VARIABLE DEPENDIENTE	Correlación de Pearson	,675**	1
	Sig. (bilateral)	,004	
	N	16	16

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

De acuerdo con Tabla 7, existe una correlación de 0,675 entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores 2023. Es decir, se acepta la hipótesis general porque entre las 2 variables hay una correlación significativa y positiva.

3.3. Hipótesis Específico 1

3.3.1. Análisis descriptivo

Tabla 8

Análisis descriptivo de la Dimensión 1 y la Variable Dependiente

Descriptivos			
		Estadístico	Error estándar
DIMENSION 1	<u>Media</u>	13,8750	,22127

	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	13,4034	
		Límite superior	14,3466	
	Media recortada al 5%		13,9167	
	Mediana		14,0000	
	Varianza		,783	
	Desviación estándar		,88506	
	Mínimo		12,00	
	Máximo		15,00	
	Rango		3,00	
	Rango intercuartil		1,75	
	Asimetría		-,392	,564
	Curtosis		-,281	1,091
VARIABLE DEPENDIENTE	Media		32,7500	,46993
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	31,7484	
		Límite superior	33,7516	
	Media recortada al 5%		32,7222	
	Mediana		33,0000	
	Varianza		3,533	
	Desviación estándar		1,87972	
	Mínimo		30,00	
	Máximo		36,00	
	Rango		6,00	
	Rango intercuartil		3,00	
	Asimetría		-,206	,564
	Curtosis		-,995	1,091

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Analizamos estadísticas descriptivas para la primera hipótesis específica, que incluye la dimensión1 (transformación digital) y la variable dependiente (cadena de suministro). En la Tabla 8, se verifica que el valor medio de la dimensión1 es 13,88, la mediana es 14,00 y la varianza es 0,783. La media de la variable dependiente es 32,75, la mediana es 33,00 y la varianza es 3,53.

3.3.2. Análisis Inferencial

La primera hipótesis específica debe contrastarse utilizando una comparación estadística de medias. Por ello, se utilizó la prueba de Shapiro Wilk, ya que funciona bien para datos inferiores a 30.

3.3.2.1. Prueba de normalidad

Tabla 9

Prueba de normalidad de la hipótesis específica 1

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
DIMENSION 1 (VARIABLE INDEPENDIENTE - VI)	,244	16	,012	,878	16	,036
VARIABLE DEPENDIENTE (VD)	,184	16	,148	,915	16	,140

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

- La significancia de la dimensión 1 de la VI es 0,036, por lo que se denota un comportamiento no paramétrico.
- La significancia de la VD es 0,140 por lo que denota un comportamiento paramétrico.

3.3.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica 1: Prueba de Spearman

Los datos de “DIMENSION 1” no son paramétricos y los datos de la “VARIABLE DEPENDIENTE” son paramétricos. Como resultado, se utilizará la prueba *estadística de Spearman* para analizar la relación entre estas dos.

Tabla 10

Correlación entre Dimensión 1 y Variable dependiente

			DIMENSION 1	VARIABLE DEPENDIENTE
Rho de Spearman	DIMENSION 1	Coeficiente de correlación	1,000	,666**
		Sig. (bilateral)	.	,005
		N	16	16
	VARIABLE DEPENDIENTE	Coeficiente de correlación	,666**	1,000
		Sig. (bilateral)	,005	.
		N	16	16

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

En la primera dimensión “transformación digital” (DIMENSIÓN 1) el coeficiente de la correlación es de 0,666, lo que muestra una fuerte correlación positiva. Por tanto, la hipótesis es válida: la transformación digital se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro de la empresa República Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

3.4. Hipótesis Específica 2

3.4.1. Análisis Descriptivo

Tabla 11

Análisis descriptivo de la dimensión 2 y la variable dependiente

		Descriptivos		
		Estadístico	Error estándar	
DIMENSION 2	Media	13,2500	,35940	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	12,4840	
		Límite superior	14,0160	
	Media recortada al 5%	13,3333		
	Mediana	13,5000		
	Varianza	2,067		
	Desviación estándar	1,43759		
	Mínimo	10,00		
	Máximo	15,00		
	Rango	5,00		
	Rango intercuartil	1,75		
	Asimetría	-,808	,564	
	Curtosis	,299	1,091	
	VARIABLE DEPENDIENTE	Media	32,7500	,46993
95% de intervalo de confianza para la media		Límite inferior	31,7484	
		Límite superior	33,7516	
Media recortada al 5%		32,7222		
Mediana		33,0000		
Varianza		3,533		
Desviación estándar		1,87972		
Mínimo		30,00		
Máximo		36,00		
Rango		6,00		
Rango intercuartil		3,00		
Asimetría		-,206	,564	
Curtosis		-,995	1,091	

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Como se observa en la tabla 11, la Dimensión 2 (influencia social) el promedio es de 13,25; la mediana es 13,50 y la varianza es 2,07; y en la variable dependiente (cadena de suministro) el promedio es de 32,75; la mediana es 33,00 y la varianza es 3,53.

3.4.2. Análisis Inferencial

La segunda hipótesis específica debe compararse utilizando la estadística de comparación de medias. Se usará la prueba *Shapiro Wilk* debido a la muestra pequeña de esta investigación.

3.4.2.1. Prueba de Normalidad

Tabla 12

Prueba de normalidad de la hipótesis específica 2

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
DIMENSION 2 (VARIABLE INDEPENDIENTE – VI)	,199	16	,090	,910	16	,118
VARIABLE DEPENDIENTE (VD)	,184	16	,148	,915	16	,140

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

- La significancia de la segunda dimensión de la VI es 0,118, por lo que se denota una distribución normal.
- La significancia de la VD es 0,140 por lo que denota una distribución normal.

3.4.2.2. Contrastación de la Hipótesis Específica 2: Prueba de Pearson

Dado que los datos de la dimensión 2 son paramétricos al igual que los datos de la variable dependiente, se utilizará la prueba estadística de Pearson para analizar la correlación entre variables.

Correlación entre dimensión 2 y variable dependiente

		DIMENSION2	VARIABLE DEPENDIENTE
DIMENSION 2	Correlación de Pearson	1	,543*
	Sig. (bilateral)		,030
	N	16	16
VARIABLE DEPENDIENTE	Correlación de Pearson	,543*	1
	Sig. (bilateral)	,030	
	N	16	16

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

El coeficiente de correlación de Pearson de la Dimensión 2 es 0,543 lo que significa que la correlación es significativa y positiva. Se concluye que se acepta la hipótesis 2: La influencia social se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

3.5. Hipótesis específica 3

3.5.1. Análisis Descriptivo

Tabla 14

Análisis descriptivo de la dimensión 3 y la variable dependiente

		Descriptivos		
		Estadístico	Error estándar	
DIMENSION 3	Media	14,0000	,18257	
	95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	13,6109	
		Límite superior	14,3891	
	Media recortada al 5%	14,0000		
	Mediana	14,0000		
	Varianza	,533		
	Desviación estándar	,73030		
	Mínimo	13,00		
	Máximo	15,00		
	Rango	2,00		
	Rango intercuartil	1,50		
	Asimetría	,000	,564	
	Curtosis	-,907	1,091	
VARIABLE DEPENDIENTE	Media	32,7500	,46993	
	Límite inferior	31,7484		

95% de intervalo de confianza para la media	Límite superior	33,7516	
Media recortada al 5%		32,7222	
Mediana		33,0000	
Varianza		3,533	
Desviación estándar		1,87972	
Mínimo		30,00	
Máximo		36,00	
Rango		6,00	
Rango intercuartil		3,00	
Asimetría		-,206	,564
Curtosis		-,995	1,091

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

Como se observa en la Tabla 13 la media estadística de la Dimensión 3 es 14,00; la mediana es 14,00 y su varianza es 0.53. En la variable dependiente la media estadística es 32,75; la mediana es 33,00 y su varianza es 5,53.

3.5.2. Análisis Inferencial

3.5.2.1. Prueba de Normalidad

Tabla 15

Prueba de Normalidad de la Hipótesis Especifica 3

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
DIMENSION 3 (VARIABLE INDEPENDIENTE – VI)	,250	16	,009	,820	16	,005
VARIABLE DEPENDIENTE (VD)	,184	16	,148	,915	16	,140

Fuente: SPSS versión 26

Elaboración propia

- La significancia de la tercera dimensión de la VI es 0,005, por lo que se denota un comportamiento no paramétrico.
- La significancia de la VD es 0,140 por lo que denota un comportamiento paramétrico.

3.5.2.2. Contrastación de la hipótesis específica 3: Prueba de Spearman

Los datos de la tercera dimensión “nivel tecnológico” (DIMENSION 3) tiene un comportamiento no paramétrico y los datos de la “cadena de suministro” (VARIABLE DEPENDIENTE) representan un comportamiento paramétrico; se utilizará la prueba *estadística de Spearman* para determinar el coeficiente de correlación.

Tabla 16

Correlación entre dimensión 3 y variable dependiente

			DIMENSION3	VARIABLE DEPENDIENTE
Rho de Spearman	DIMENSION 3	Coeficiente de correlación	1,000	,617*
		Sig. (bilateral)	.	,011
		N	16	16
VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE DEPENDIENTE	Coeficiente de correlación	,617*	1,000
		Sig. (bilateral)	,011	.
		N	16	16

Nota: Adaptado de SPSS versión 26.

En la Dimensión 3 (nivel tecnológico) el coeficiente de correlación es 0,617; es decir, tiene una correlación significativa y positiva con la variable dependiente. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3: El nivel tecnológico se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

DISCUSIÓN

En la investigación titulada “E-business y su relación con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023”, se aplicó un cuestionario a los colaboradores de la empresa, posteriormente se procesaron los datos obtenidos con el objetivo de determinar si existe relación positiva entre el E-business y la cadena de suministro.

El objetivo general para la investigación fue determinar la relación que existe entre el E-business y la cadena de suministro de los colaboradores de la empresa Republica Perucha S.A.C., del distrito de Miraflores en el 2023. En los resultados encontrados se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0,675, lo que indica la existencia de una relación positiva entre el E-business y la cadena de suministro. Los resultados obtenidos concuerdan con el estudio presentado por Diaz (2020), donde se concluye que existe relación significativa y positiva entre los negocios electrónicos y la cadena de suministros. Cabe precisar que el estudio se realizó en una empresa láctea bajo condiciones de investigación similares al presente trabajo. En síntesis, se considera que la implementación de la tecnología es importante, ya que ayuda a las empresas a ser más competitivas generando valor agregado.

Asimismo, con respecto al primer objetivo específico se planteó determinar la relación que existe entre la transformación digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. El resultado obtenido a través del coeficiente de correlación de Spearman es de 0,666, lo que muestra una fuerte correlación positiva. Por lo tanto, la transformación digital se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro de la empresa República Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.

Con el estudio presentado por Benavides y Bernal (2021) se concuerda que existe una fuerte relación entre las TIC y la SCM, ya que el estudio se realizó en una empresa farmacéutica y las aplicaciones se realizaron en entornos similares. Esta unión puede mejorar las estrategias organizacionales, orientadas al cliente y proveedores, ayudando a aumentar la eficiencia y la competitividad para navegar situaciones inciertas. Además, es un factor estratégico que puede generar oportunidades para optimizar los procesos técnicos en cada sector.

En cuanto al segundo objetivo específico; determinar la relación que existe entre la influencia digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. El resultado obtenido a través del coeficiente de correlación de Pearson de es 0,543 lo que significa que la correlación es significativa y positiva entre la influencia digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. Los resultados obtenidos concuerdan con el estudio presentado por Vásquez (2019) donde indica que existe una relación fuerte entre la influencia digital y la cadena de suministro, debido a que le otorga oportunidades a las empresas para ser competitivas y mantener su liderazgo. Esto conlleva a la mejora en la presentación de sus productos y mayor eficacia en el proceso productivo. Asimismo, los sistemas de información son esenciales ya que son un elemento clave de difusión, mejora la toma de decisiones, incrementa los conocimientos tanto de los colaboradores como de los clientes y, mejora la experiencia y valores culturales, todo ello los convierte en un instrumento potencial que genera valor en las empresas.

El tercer objetivo específico fue; determinar la relación que existe entre el nivel tecnológico y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha SA.C., Miraflores, 2023. El resultado obtenido en la investigación a través del coeficiente de correlación de Spearman es 0,617; es decir, tiene una relación positiva entre el nivel tecnológico y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. De igual modo,

con el estudio presentado por Alarcón (2018) se concuerda que existe correlación positiva entre el uso de las TIC y supply chain, debido a que el estudio se realizó en una empresa de alimentos desechables y las condiciones de aplicación fueron las mismas. Es decir, los procesos de la cadena de abastecimiento pueden optimizarse mediante el uso eficaz de las TIC, una buena implementación tecnológica en la cadena de suministro maximiza la velocidad y eficiencia para que el producto llegue en óptimas condiciones al cliente.

La limitación más importante que tuvimos fue solicitar el acceso a República Perucha S.A.C. para poder realizar la encuesta a sus trabajadores, ya que el proceso de espera para la firma de la carta de autorización fue muy extenso. Adicional a ello, no se encontraron fácilmente estudios similares al tema en investigación, esto debido a que los estudios en muchos casos abordaban sobre el e-commerce, pero no explicaban sobre la relación entre el E-business y la cadena de suministro, simultáneamente solo se enfocaban en países desarrollados y no consideraban a países de Latinoamérica.

La investigación tiene una implicancia práctica importante, ya que demuestra la relación específica entre el E-Business y la cadena de suministro de una empresa de producción panadera y pastelera del distrito de Miraflores, esto permitirá generar más ventas y junto con ello aumentar su competitividad, por lo cual es necesario conocer y saber cómo reducir los costos del negocio y así mejorar la rentabilidad.

En cuanto a su implicancia teórica, este estudio tanto en su fundamentación teórica como en sus hallazgos, indica que el E-Business permite que las organizaciones tengan un mejor manejo de la SCM y así una mejor interacción con sus clientes, lo que permite optimizar las estrategias en sus tomas de decisiones y mejorar la eficacia de sus recursos, a su vez, para la subsistencia de las organizaciones en el ambiente actual.

En términos de implicaciones metodológicas, esta investigación proporciona un marco teórico y una metodología que servirán como base para nuevas investigaciones relacionadas con cada variable de estudio.

CONCLUSIONES

A continuación, se presentan conclusiones que están relacionadas directamente con los objetivos establecidos.

De los resultados obtenidos se concluye que el E-business se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023. Por medio del cuestionario y el análisis en el estadígrafo de Pearson se comprobó una correlación positiva fuerte entre las variables, independiente (e-business) y dependiente (cadena de suministro) en la empresa Republica Perucha S.A.C., cumpliendo con el propósito de la investigación. De esta manera, las organizaciones pueden mejorar la gestión de la cadena de suministro e interactuar mejor con los clientes, planteando mejores estrategias para la toma de decisiones, optimizando la eficiencia de los recursos y contribuyendo a la supervivencia organizacional del entorno actual.

Así mismo, la transformación digital se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro. Por medio del cuestionario y el análisis en los estadígrafos Shapiro Wilk y Spearman, se obtuvo un coeficiente de correlación de Spearman de 0,666, lo que muestra una fuerte correlación entre la Dimensión 1 (transformación digital) y la Variable Dependiente (cadena de suministro) en la empresa Republica Perucha S.A.C. en el 2023, cumpliendo con el propósito de la investigación. Se deduce que la incorporación de tecnología en las áreas de una organización implica promover la competencia digital y agilidad de cambio, que dará como beneficio la reducción de costes.

La influencia social tiene una relación fuerte con la cadena de suministro. Por medio del cuestionario y el análisis en el estadígrafo de Pearson se obtuvo un coeficiente de correlación de Pearson de 0,543 lo que significa que la correlación es significativa y positiva entre ambas variables de investigación en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023, cumpliendo con el propósito de la investigación. De esta manera se deduce que uno de los factores que ha tenido más influencia en la sociedad lo ha constituido el desarrollo tecnológico, el cual ha provocado cambios significativos en la cultura organizacional debido a las nuevas tendencias generadas.

El nivel tecnológico se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro. Por medio del cuestionario y el análisis en el estadígrafo Shapiro Wilk y Spearman se obtuvo un coeficiente de 0,617; es decir, se tiene una correlación significativa y positiva con la variable dependiente. Por lo tanto, se acepta la hipótesis específica 3: El nivel tecnológico se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023, cumpliendo con el propósito de la investigación. Se determina que existe una relación entre el sistema y el usuario, ya que es el soporte humano que se ve reflejado detrás del sistema de red durante el proceso de pre y post compra, así como los medios para brindar conectividad y tecnología al dispositivo (software).

RECOMENDACIONES

Implementar las TIC en la SCM para integrar y optimizar cada proceso de la cadena de suministro, mejorando así el control de las áreas que hacen posible el e-commerce, como

el control de inventarios, el control de pedidos y la selección del canal de distribución adecuados, para reducir los errores y aumentar la eficiencia de la empresa.

Fortalecer la SCM en todos sus procesos, como la automatización digital, implementación y desarrollo de modos alternativos de transporte, revisión de la política de stock y gestión con proveedores. Es decir, la incorporación de tecnología digital en todos los sectores de la empresa ayudará a promover la competencia digital y agilidad de cambio, que dará como beneficio la reducción de costes.

Optimizar los canales de comunicación, ya que esto incrementará la eficiencia y productividad de la empresa. Es decir, capacitar a todos los empleados para que comprendan la secuencia de cada operación y proceso para aumentar la eficiencia y la eficacia.

Cumplir los requerimientos del cliente, esto implica que los procesos sean más flexibles, ya que cada cliente tiene requerimientos diferentes, por lo que deben de adaptarse a ellos en cuanto a procesos y servicios del negocio.

Fomentar los distintos usos de medios de pago electrónicos, ya que el comercio peruano brinda cada vez más soporte digital, lo que ayudará a las empresas a controlar la disponibilidad de productos a una mayor parte del público y el flujo de su información.

Referencias

- Alarcón Yaya, J. (2018). *El uso de las TIC y la cadena de suministro en los trabajadores de la empresa Descartables para alimentos S.A.C., en el distrito de Ate, 2018* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio institucional de la UCV. https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/34134/ALARCON_YJ.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Arrieta, L., Paredes, S., Flores, M., Romero, N. & Andersson, N. (2019). *Prevalencia de caries y factores asociados: estudio transversal en estudiantes de preparatoria de Chilpancingo, Guerrero, México*. Revista odontológica mexicana, 23(1), 31-41. Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?pid=S1870-199X2019000100031&script=sci_abstract&tlng=pt
- Bautista-Santos, H., Martínez-Flores, J. L., Fernández-Lambert, G., Bernabé-Loranca, M. B., Sánchez-Galván, F., & Sablón-Cossío, N. (2015). *Modelo de integración de cadenas de suministro colaborativas*. Dyna, 82(193), 145-154. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/496/49642141019.pdf>
- Bernal, J., Benavides, K. (2021). *Relación de la Tecnología de la Información y Comunicación (TIC) y la Gestión de la Cadena de Suministro en las droguerías importadoras de pruebas serológicas para la detección del SARS-CoV-2 en Lima Metropolitana en el primer semestre del año 2020* [Tesis, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC)]. <http://hdl.handle.net/10757/655852>
- Bernal-Jiménez, M., & Rodríguez-Ibarra, D. (2019). *Las tecnologías de la información y comunicación como factor de innovación y competitividad empresarial*. Scientia et Technica, 24 (1), 85-96. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84959429009>
- Camacho, D. (2021). *El comercio electrónico y gestión logística en empresas retail de Lima, Perú 2021*. Perú: (Tesis de Licenciatura), Universidad César Vallejo. <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/83829>
- Camacho, H., Espinosa, K., & Monroy, C. (2012). *Importancia de la cadena de suministros en las organizaciones*. Recuperado de <http://www.laccei.org/LACCEI2012-Panama/RefereedPapers/RP200.pdf>
- Carrión, J. (2020). *El impacto del e-commerce en las PYMES de la provincia de El Oro*. Revista Universidad y Sociedad, 12(2), 473-479. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s2218-36202020000200473

- Díaz, U. E. (2021). *Relación del e-business en la cadena de suministros del sector lácteo de Cajamarca en la empresa Perú Cheese S. R. L en el año 2020* [Tesis de licenciatura, Universidad Privada del Norte]. Repositorio de la Universidad Privada del Norte. <https://hdl.handle.net/11537/29506>
- Díaz-Batista, J., & Pérez-Armayor, D. (2012). *Optimización de los niveles de inventario en una cadena de suministro*. Ingeniería Industrial, 33(2), 126-132. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=s1815-59362012000200004
- Espinal, A., Montoya, R. & Pérez, C. (2012). *La Ingeniería de Métodos y Tiempos como herramienta en la Cadena de Suministro*. Revista Soluciones de Postgrado, 4(8), 89-109. Recuperado de <https://revistapostgrado.eia.edu.co/index.php/SDP/article/view/356/349>
- García, A., Díaz, H., & Arias, J. (2017). *Capacidades de tecnologías de información y capacidades de negocio electrónico (e-business): efecto mediador de la capacidad de absorción*. Información Tecnológica, 28(1), 47–64. Recuperado de: <https://doi.org/10.4067/S0718-07642017000100006>
- Garzón, J. (2020). *Logística del comercio electrónico y su participación en la comercialización de artesanías colombianas*. Colombia: (Tesis de licenciatura), Universidad Agustiniana.
- Grandón, E. E., Ramírez-Correa, P. E., & Orrego, J. S. L. (2019). *Modelo de aplicaciones e-Business en grandes empresas: una validación empírica*. Interciencia, 44(4), 210-217. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/339/33959119004/33959119004.pdf>
- Lau, R. (2022). *E-commerce y supply chain de una empresa comercial, Chimbote, 2022*. Perú: (Tesis de maestría), Universidad Cesar Vallejo. Recuperado de <https://repositorio.ucv.edu.pe/handle/20.500.12692/99538>
- Landa Gálvez, G., Núñez Pauca, D., & Valdivia Navarro, M. (2017). *Impacto de la cadena de suministros courier en el comercio internacional del país* (Tesis de maestría, Universidad del Pacífico, Lima, Perú). Recuperado de <http://hdl.handle.net/11354/1971>
- León, O. (2018). *Relación directa y mediadora de las TIC sobre el rendimiento de la diversificación empresarial*. Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa, 25, 93-110. Recuperado de: <https://www.econstor.eu/handle/10419/195400>
- Llivicota, E. (2022). *Gestión de la cadena de suministros a través del e-Commerce en “Jambi Kiwa”, ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo*. Ecuador: (Tesis de Bachiller), Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. <http://dspace.esPOCH.edu.ec/handle/123456789/17579>
- López Fernández, R., Avello Martínez, R., Palmero Urquiza, D. E., Sánchez Gálvez, S., & Quintana Álvarez, M. (2019). *Validación de instrumentos como garantía de la credibilidad en las*

- Investigaciones científicas*. Revista cubana de medicina militar, 48. Recuperado de:
<http://www.revmedmilitar.sld.cu/index.php/mil/article/view/390/331>
- Magadán, M., & Rivas García, J. (2019). *Digitalización y modelos de negocio en la industria editorial española*. Journal of technology management & innovation, 14(1), 63-72. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242019000100063&script=sci_arttext
- Naranjo Jijón, J. P., & Vera Navarrete, C. E. (2016). *Beneficio de la aplicación de la tecnología y del e-business en el sistema de logística e importación de contenedores hacia el Ecuador*. Ecuador: (Tesis de Maestría), Universidad de Guayaquil. https://www.lareferencia.info/vufind/Record/EC_51af46c8d98227f63e0da7fd2e5a49fa
- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. Recuperado de <https://femrecerca.cat/meneses/publication/cuestionario/cuestionario.pdf>
- Oliva, R., Carvajal, K., & Cataldo, A. (2018). *Impacto de TI en las pequeñas y medianas empresas ¿es su efecto moderado por la intensidad de uso de TI de la industria?*. Journal of technology management & innovation, 13(2), 82-93. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-27242018000200082&script=sci_arttext
- Ortiz-Campillo, L., Ortiz-Ospino, L. E., Coronell-Cuadrado, R. D., Hamburger-Madrid, K., & Orozco-Acosta, E. (2019). *Incidencia del clima organizacional en la productividad laboral en instituciones prestadoras de servicios de salud (IPS): un estudio correlacional*. <http://bonga.unisimon.edu.co/bitstream/handle/20.500.12442/3289/IncidenciaClimaOrganizacional.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Otzen, Tamara, & Manterola, Carlos. (2017). *Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio*. International Journal of Morphology, 35(1), 227-232. Recuperado de: https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-95022017000100037
- Parella Stracuzzi, S., & Martins Pestana, F. (2012). *Metodología de la Investigación Cuantitativa*. Caracas: Fedupel. <https://www.calameo.com/read/000628576f51732890350>
- Pardillo, Y. & Gómez, M. (2013). *Modelo de diseño de nodos de integración en las cadenas de suministro*. Ingeniería Industrial, 34(1), 96-107. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1815-59362013000100010&script=sci_arttext&tlng=en
- Perdigón, R. & Pérez, M. (2020). *Análisis holístico del impacto social de los negocios electrónicos en América Latina, de 2014 a 2019*. PAAKAT: revista de tecnología y sociedad, 10(18): Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-36072020000100006

- Perdigón, R. (2020). *Estrategia digital para fortalecer la gestión comercial de las cooperativas agropecuarias cubanas*. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(1), 33-44. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310-340X2020000100033&script=sci_abstract&tlng=pt
- Perdigón, R., Viltres, H. & Madrigal, I. (2018). *Estrategias de comercio electrónico y marketing digital para pequeñas y medianas empresas*. *Revista Cubana de Ciencias Informáticas*, 12(3), 192-208. Recuperado de: http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=s2227-18992018000300014&script=sci_arttext&tlng=en
- Pereira, A. & Orellana, V. O. (2015). *¿Para qué sirven las encuestas? Análisis de caso*. In *Videojuegos y sociedad digital: nuevas realidades de estudio para la percepción del pasado histórico* (pp. 41-52). Universidad Nacional de Mar del Plata. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6329279>
- Pérez, D. (2020). *Revisión del concepto de causalidad en el marco del Análisis Factorial Confirmatorio*. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación-e Avaliação Psicológica*, 1(54), 103-117. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/journal/4596/459664448011/459664448011.pdf>
- Pérez, R. (2018). *Modelación de factores en la integración de la TIC en la cadena de suministro en empresas de Baja California, México*. México: (Tesis de Doctorado), Universidad Autónoma de Baja California. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/handle/20.500.12930/94>
- Pinheiro de Lima, O., Breval Santiago, S., Rodríguez Taboada, C. M., & Follmann, N. (2017). *Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma*. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2), 264-276. Recuperado de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052017000200264&script=sci_arttext&tlng=en
- Ruiz, L. (2018). Alfa de Cronbach (α): qué es y cómo se usa en estadística. *Miscelánea*. Recuperado de: <https://psicologiaymente.com/miscelanea/alfa-decronbach>
- Sablón, N., Acevedo, A., Acevedo, J. & Medina, A. (2015). *Propuesta para la evaluación de la planificación colaborativa de la cadena de suministro*. *Ingeniería Industrial*, 36(1), 580-597. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362015000100011
- Sablón, N., Crespo, E., Pulido, A., Acevedo, A. & Ruiz, S. (2021). *Análisis de integración de la cadena de suministros en la industria textil en Ecuador*. Un Caso de Estudio. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 29(1), 94-108. Recuperado de

https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-33052021000100094&script=sci_arttext&tlng=pt

- Sablón, N., Hernández, A., Urquiaga, A., Acevedo, J., Bautista, H. & Acevedo, A. (2017). *Matriz de selección de estrategias de integración en las cadenas de suministro*. *Ingeniería Industrial*, 38(3), 333-344. Recuperado de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362017000300011
- Salas, M., Ábrego, D. & Mendoza, J. (2021). *Intención, actitud y uso real del e-commerce*. *Investigación administrativa*, 50(127). Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7970367>
- Sánchez Flores, F. (2019). *Fundamentos epistémicos de la investigación cualitativa y cuantitativa: Consensos y disensos*. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 13(1), 102-122. Recuperado de: http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=s2223-25162019000100008&script=sci_arttext
- Suarez Mella, R. (2018). *Reflexiones sobre el concepto de innovación*. *Revista San Gregorio*, 1390-7247. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6839735>
- Tundidor, A., Hernández, E., Peña, C., Martínez, J., Campos, J. & Hernández, C. (2018). *Cadena de suministro 4.0*. Marge Books. Recuperado de <https://books.google.es/books?id=LjB8DwAAQBAJ&lpq=PA7&ots=WZMgAM4g0p&dq=qu%C3%A9%20es%20la%20cadena%20de%20suministros&lr&hl=es&pg=PA7#v=onepage&q&f=false>
- Vásquez, I. (2019). *Factores críticos de éxito en el comercio digital de las pymes exportadoras costarricenses*. *Tec Empresarial*, 13(1), 19-34. Recuperado de: https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S1659-33592019000100019&script=sci_arttext
- Ventura-León, J. (2017). *¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria*. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4), pp. 648-649. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/214/21453378014.pdf>.
- Zambrano, C., Giler, E., Vera, M. & Medranda, F. (2020). *Beneficios y desafíos del uso de las TIC en la cadena de suministro*. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información*, págs. 128-142. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7473761>
- Zuluaga, A., Gómez, R. A. & Fernández, S. (2014). *Indicadores logísticos en la cadena de suministro como apoyo al modelo scor*. *Clio américa*, 8(15), 90-110. Recuperado de <https://revistas.unimagdalena.edu.co/index.php/cliouamerica/article/view/832/757>

Anexos

ANEXO 1. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

VARIABLES	CONCEPTO	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	PREGUNTAS
Variable 1: E-business	“Los negocios electrónicos o e-business son herramientas en desarrollo que describen el proceso de intercambio de productos e información mediante el Internet” (Perdigón, Viltres y Madrigal, 2018).	Transformación digital	Acceso digital	P1	¿Cuenta con acceso a red de internet para el desarrollo de sus actividades dentro de la empresa?
			Agilidad de cambio	P2	¿Utiliza la web para descargar o subir información necesaria sobre la documentación de la empresa?
			Adopción tecnológica	P3	¿Tiene acceso a herramientas y dispositivos tecnológicos para el desarrollo de sus funciones?
		Influencia social	Nuevas tendencias	P4	¿La empresa busca la preparación individual a través de capacitaciones de nuevos sistemas de información?
			Preparación digital	P5	¿Considera que su nivel de destreza en el uso de la tecnología es el adecuado?
			Evolución de capacidades	P6	¿El uso de la tecnología le permite desarrollar nuevas competencias?
		Nivel tecnológico	Innovación tecnológica	P7	¿Considera que los sistemas operativos disponibles permiten incrementar el nivel de innovación en los procesos?
			Procesos eficaces	P8	¿Considera que la inserción de nuevas tecnologías genera valor a los procesos de la empresa?

			Conocimiento digital	P9	¿Considera que su nivel de conocimiento sobre las herramientas tecnológicas es suficiente?
Variable 2: Cadena de suministros	“Está conformada por todas las actividades directas o indirectas que permiten cubrir las necesidades del usuario, ante esto la cadena de abastecimiento, engloba por completo todas las funciones necesarias desde la recepción hasta el cumplimiento de los deseos del cliente” (Sablón, Acevedo y Medina, 2015).	Objetivos de la Cadena de Suministro	Estándares de calidad	P10	¿Existen políticas para evitar y/o subsanar los errores en los pedidos de los clientes?
			Satisfacer al cliente	P11	¿Los insumos de los postres y/o tortas son de gran calidad y satisfacen las necesidades de los consumidores?
			Planeación estratégica	P12	¿Se realiza seguimiento al pedido desde la orden hasta la entrega del producto final?
		Elementos de la Cadena de Suministro	Suministro	P13	¿La empresa cuenta con todos los insumos y/o materia prima para la fabricación de los pedidos?
			Fabricación	P14	¿La empresa realiza la preparación del producto rápidamente y lo entrega dentro del tiempo estimado?
			Distribución	P15	¿La empresa realiza el delivery en óptimas condiciones y el pedido llega tal cual se solicita?
		Integración de la Cadena de Suministro	Centralizada	P16	¿El gerente toma las principales decisiones de la empresa, por lo que se realizan cambios continuos y mejoras?
			Descentralizada	P17	¿Las decisiones de la empresa se toman en conjunto para dar paso a la innovación y adaptación al cambio?
			Perspectiva vertical y horizontal	P18	¿La empresa genera lazos colaborativos, especialmente en el eslabón de la distribución, ya que cuentan con una persona externa que realiza la entrega de los productos?

ANEXO 2. MATRIZ DE CONSISTENCIA

TITULO	PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS	
<p>“El E-BUSINESS Y su relación con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023”</p>	GENERAL	GENERAL	GENERAL	<p>Variable Independiente: E-business</p>	Transformación digital	Acceso digital	P1	
	<p>¿Cuál será la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>	<p>El e-business se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministros en la empresa República Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>			Agilidad de cambio	P2	
						Adopción tecnológica	P3	
					Influencia social	Nuevas tendencias	P4	
	Preparación digital	P5						
	Evolución de capacidades	P6						
	ESPECÍFICOS:	ESPECÍFICOS:	ESPECÍFICOS:		<p>La transformación digital se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>	Nivel tecnológico	Innovación tecnológica	P7
	<p>¿Cuál será la relación que existe entre la transformación digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre transformación digital y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>	<p>La influencia social se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>				Procesos eficaces	P8
							Crecimiento digital	P9
	<p>¿Cuál será la relación que existe entre la influencia social y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre la influencia social y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>	<p>La influencia social se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>		<p>Variable dependiente: Cadena de suministro</p>	Objetivos de la Cadena de Suministro	Estándares de calidad	P10
Satisfacer al cliente				P11				
Planeación estratégica				P12				
Elementos de la Cadena de Suministro				Suministro		P13		
				Fabricación		P14		
	Distribución	P15						
	Centralizada	P16						
	Descentralizada	P17						

	<p>¿Cuál será la relación que existe entre el nivel tecnológico y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha, Miraflores, 2023?</p>	<p>Determinar la relación que existe entre el nivel tecnológico y la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>	<p>El nivel tecnológico se relaciona significativamente y en forma positiva con la cadena de suministro en la empresa Republica Perucha S.A.C., Miraflores, 2023.</p>		<p>Integración de la Cadena de Suministro</p>	<p>Perspectiva vertical y horizontal</p>	<p>P18</p>
--	--	---	---	--	---	--	------------

ANEXO 3. ENCUESTA SOBRE EL E-BUSINESS Y SU RELACIÓN CON LA CADENA DE SUMINISTROS EN LA EMPRESA REPUBLICA PERUCHA S.A.C.

Objetivo: Determinar la relación que existe entre el e-business y la cadena de suministros en la empresa Republica Perucha, Miraflores, 2023.

ESCALA DE MEDIDA	Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
	1	2	3	4	5
VARIABLE: USO DE LAS TICS					
Accesibilidad digital					
	1	2	3	4	5
1	Cuenta con acceso a red de internet para el desarrollo de sus actividades dentro de la empresa.				
2	Utiliza la web para descargar o subir información necesaria sobre la documentación de la empresa.				
3	Tiene acceso a herramientas y dispositivos tecnológicos para el desarrollo de sus funciones.				
Integración digital					
	1	2	3	4	5
4	La empresa busca la preparación individual a través de capacitaciones de nuevos sistemas de información.				
5	Considera que su nivel de destreza en el uso de la tecnología es el adecuado.				
3	El uso de la tecnología le permite desarrollar nuevas competencias.				
Gestión del conocimiento					
	1	2	3	4	5
7	Considera que los sistemas operativos disponibles permiten incrementar el nivel de innovación en los procesos.				
8	Considera que la inserción de nuevas tecnologías genera valor a los procesos de la empresa.				
9	Considera que su nivel de conocimiento sobre las herramientas tecnológicas es suficiente.				
VARIABLE: CADENA DE SUMINISTRO					
Objetivos de la cadena de suministro					
	1	2	3	4	5
10	Existen políticas para evitar y/o subsanar los errores en los pedidos de los clientes.				
11	Los insumos de los postres y/o tortas son de gran calidad y satisfacen las necesidades de los consumidores.				
12	Se realiza seguimiento al pedido desde la orden hasta la entrega del producto final.				
Elementos de la cadena de suministro					
	1	2	3	4	5
13	La empresa cuenta con todos los insumos y/o materia prima para la fabricación de los pedidos.				

14	La empresa realiza la preparación del producto rápidamente y lo entrega dentro del tiempo estimado.					
15	La empresa realiza el delivery en óptimas condiciones y el pedido llega tal cual se solicita.					
Integración de la cadena de suministro		1	2	3	4	5
16	El gerente toma las principales decisiones de la empresa, por lo que se realizan cambios continuos y mejoras.					
17	Las decisiones de la empresa se toman en conjunto para dar paso a la innovación y adaptación al cambio.					
18	La empresa genera lazos colaborativos, especialmente en el eslabón de la distribución, ya que cuentan con una persona externa que realiza la entrega de los productos.					

ANEXO 4. TABLA DE DATOS EXCEL PARA ANÁLISIS EN SPSS

ENCUESTADOS	VARIABLE 1									VARIABLE 2									D1	D2	D3	VI	D1	D2	D3	VD
	D1			D2			D3			D1			D2			D3										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18								
1	3	5	4	3	5	5	4	4	5	3	3	4	5	5	3	3	4	4	12	13	13	38	10	13	11	34
2	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	14	14	13	41	12	11	11	34
3	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	13	11	13	37	11	11	12	34
4	3	5	5	4	3	3	4	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	13	10	13	36	10	11	12	33
5	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	14	12	14	40	11	10	12	33
6	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	14	14	14	42	10	12	13	35
7	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	13	15	15	43	12	10	11	33
8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	15	14	14	43	11	11	13	35
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	5	4	4	15	15	15	45	12	13	13	38
10	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	15	14	14	43	12	12	12	36
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	15	15	15	45	11	11	12	34
12	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	14	14	15	43	12	11	13	36
13	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	14	13	14	41	12	11	12	35
14	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	13	13	14	40	12	13	13	38
15	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	14	14	14	42	10	11	12	33
16	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	14	13	14	41	11	11	11	33

1	Totalmente en desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Fuente: Elaboración propia

ANEXO 5. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

- 1.1. Apellidos y nombres del experto: Quintana Portal Juan Daniel
- 1.2. Grado académico y/o título: Magister.
- 1.3. Cargo e institución donde labora: Universidad Privada del Norte.
- 1.4. Título de la investigación: EL E-BUSINESS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA REPUBLICA PERUCHA S.A.C., MIRAFLORES, 2023.
- 1.5. Nombre del instrumento: Cuestionario.
- 1.6. Autor del instrumento: Angela Alcahuaman Ruiz y Angela Azañero Tejada.
- 1.7. Para obtener el título de: Licenciada en administración.

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
1. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
2. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
3. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología		X			
4. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	X				
5. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.		X			
6. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
7. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
8. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.		X			
9. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.		X			
10. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		30	16			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="text"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="text"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="text"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input type="text" value="46"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES:



Lima, 29 de junio del 2023

ANEXO 6. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

III. DATOS GENERALES

- 3.1. Apellidos y nombres del experto: Huerta Tapia Milagros Sofia.
- 3.2. Grado académico y/o título: Magister.
- 3.3. Cargo e institución donde labora: Contraloría General de la República – Escuela Nacional de Control.
- 3.4. Título de la investigación: EL E-BUSINESS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA REPUBLICA PERUCHA S.A.C., MIRAFLORES, 2023.
- 3.5. Nombre del instrumento: Cuestionario.
- 3.6. Autor del instrumento: Angela Alcahuaman Ruiz y Angela Azañero Tejada.
- 3.7. Para obtener el título de: Licenciada en administración.

IV. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
11. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
12. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.	X				
13. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología	X				
14. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	X				
15. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
16. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.		X			
17. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.		X			
18. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.	X				
19. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.		X			
20. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		35	12			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES: La primera pregunta debería ser cerrada, no tiene grado de medida.

Lima, 15 de febrero del 2024.



Firma

ANEXO 7. MATRIZ DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

V. DATOS GENERALES

- 5.1. Apellidos y nombres del experto: Ubillus Mauricio Wilfredo.
 5.2. Grado académico y/o título: Magister en Administración
 5.3. Cargo e institución donde labora: APC CORPORACION S.A.
 5.4. Título de la investigación: EL E-BUSINESS Y SU RELACIÓN CON LA GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO EN LA EMPRESA REPUBLICA PERUCHA S.A.C., MIRAFLORES, 2023.
 5.5. Nombre del instrumento: Cuestionario.
 5.6. Autor del instrumento: Angela Alcahuaman Ruiz y Angela Azañero Tejada.
 5.7. Para obtener el título de: Licenciada en administración.

VI. ASPECTOS DE VALIDACIÓN

INDICADORES DE EVALUACIÓN	CRITERIOS	EXCELENTE (5)	BUENO (4)	REGULAR (3)	INSUFICIENTE (2)	MALA (1)
21. CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado.	X				
22. OBJETIVIDAD	Está expresado en lo observado bajo metodología científica.		X			
23. ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología		X			
24. ORGANIZACIÓN	Existe una organización lógica.	X				
25. SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.	X				
26. INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar los aspectos de las variables a estudiar.	X				
27. COHERENCIA	Entre los problemas, objetivos e hipótesis.	X				
28. CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos y científicos.		X			
29. CONVENIENCIA	Adecuado para resolver el problema.	X				
30. METODOLOGÍA	Cumple con los procedimientos adecuados para alcanzar los objetivos.	X				
TOTAL - PARCIAL		35	12			

PUNTUACIÓN

De 10 a 20:	<input type="checkbox"/>	No válido, reformular
De 21 a 30:	<input type="checkbox"/>	No válido, modificar
De 31 a 40:	<input type="checkbox"/>	Validar, mejorar
De 41 a 50:	<input checked="" type="checkbox"/>	Válido, aplicar

OBSERVACIONES:

Lima, 29 de febrero del 2024.



Wilfredo Ubillus Mauricio
SUB GERENTE DE OPERACIONES
APC CORPORACION S.A

Firma