



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE ICA
FACULTAD DE INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN
PROGRAMA ACADÉMICO DE CONTABILIDAD

TESIS

COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA GESTIÓN DE CUENTAS
POR COBRAR DE LA EMPRESA LOGÍSTICA HUAYRURO
S.A.C. PUNO, 2024

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:
CULTURA Y ORGANIZACIÓN

PRESENTADO POR:
YASMINA, CUTIPA MENDOZA
JOSÉ GUIDO, PERCA MAMANI

TESIS DESARROLLADA PARA OPTAR EL TÍTULO
PROFESIONAL DE CONTADOR (A) PÚBLICO (A)

DOCENTE ASESOR:
Dr. JULIO CÉSAR ANGELES MORALES
CÓDIGO ORCID N° 0000-0002-7470-8154

CHINCHA, 2024

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DE INVESTIGACIÓN

Dra. Mariana Alejandra Campos Sobrino.

Decana de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración.

Presente. –

De mi especial consideración:

Sirva la presente para saludarle e informar que los estudiantes CUTIPA MENDOZA YASMINA y PERCA MAMANI JOSE GUIDO de la Facultad de Ingeniería, Ciencias y Administración, del programa académico de Contabilidad, han cumplido con elaborar su:

PROYECTO DE
TESIS

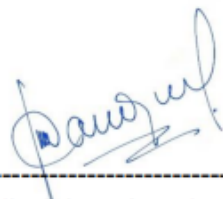
TESIS

Titulado: COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR DE LA EMPRESA LOGÍSTICA HUAYRURO S.A.C. PUNO, 2024.

Por lo tanto, quedan expeditos para continuar con el procedimiento correspondiente, remito la presente constancia adjuntando mi firma en señal de conformidad.

Agradezco por anticipado la atención a la presente, aprovecho la ocasión para expresar los sentimientos de mi especial consideración y deferencia personal.

Cordialmente,



Dr. Julio César Angeles Morales.
DNI N° 32796107
Código ORCID N° 0000-0002-7470-8154

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

**ESTE DOCUMENTO NO HA SIDO
REDACTADO EN ESTA NOTARÍA**

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **YASMINA CUTIPA MENDOZA**, identificado(a) con DNI N° **73513820** en mi condición de estudiante del programa de estudios de **CONTABILIDAD** de la Facultad de **INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN** en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: **COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR DE LA EMPRESA LOGÍSTICA HUAYRURO S.A.C. PUNO, 2024**, declaro bajo juramento que:

- a. La investigación realizada es de mi autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

17 %

Autorizo a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Chincha Alta, 19 de Diciembre del 2024



Yasmina Cutipa Mendoza

YASMINA CUTIPA MENDOZA
DNI: 73513820



CERTIFICO: LA AUTENTICIDAD DE LA FIRMA QUE ANTECEDE
DE: CUTIPA MENDOZA YASMINA

IDENTIFICADO CON D.N.I. N° 73513820
ES LA MISMA QUE USA EN TODOS SUS ACTOS PÚBLICOS Y
PRIVADOS, EL NOTARIO NO ASUME RESPONSABILIDAD
SOBRE EL CONTENIDO DEL DOCUMENTO. 19 D.I.C. 2024
PUNO,



Walter S. Galvez Condori
ABOGADO - NOTARIO





0109291264



**NOTARIA
GALVEZ CONDORI WALTER SALVADOR
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**



INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 73513820
Primer Apellido CUTIPA
Segundo Apellido MENDOZA
Nombres YASMINA

CORRESPONDE

La primera impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado. La segunda impresión dactilar capturada corresponde al DNI consultado.

Cutipa



**CUTIPA MENDOZA, YASMINA
DNI 73513820**

INFORMACIÓN DE CONSULTA DACTILAR

Operador: 70135532 - Rogelia Belizario Yana
Fecha de Transacción: 19-12-2024 18:55:19
Entidad: 10013209893 - GALVEZ CONDORI WALTER SALVADOR

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en:
<https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verification.do>
Número de Consulta: 0109291264



DECLARATORIA DE AUTENCIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Yo, **JOSÉ GUIDO PERCA MAMANI**, identificado(a) con **DNI N°70156407** en mi condición de estudiante del programa de estudios de **CONTABILIDAD** de la Facultad de **INGENIERÍA, CIENCIAS Y ADMINISTRACIÓN** en la Universidad Autónoma de Ica y que habiendo desarrollado la Tesis titulada: **COMERCIO ELECTRÓNICO Y LA GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR DE LA EMPRESA LOGÍSTICA HUAYRURO S.A.C. PUNO, 2024**, declaro bajo juramento que:

SE LEGALIZA LAS FIRMAS
NO EL CONTENIDO



- a. La investigación realizada es de mi autoría
- b. La tesis no ha cometido falta alguna a las conductas responsables de investigación, por lo que, no se ha cometido plagio, ni auto plagio en su elaboración.
- c. La información presentada en la tesis se ha elaborado respetando las normas de redacción para la citación y referenciación de las fuentes de información consultadas. Así mismo, el estudio no ha sido publicado anteriormente, ni parcial, ni totalmente con fines de obtención de algún grado académico o título profesional.
- d. Los resultados presentados en el estudio, producto de la recopilación de datos son reales, por lo que, el(la) investigador(a) no ha incurrido ni en falsedad, duplicidad, copia o adulteración de estos, ni parcial, ni totalmente.
- e. La investigación cumple con el porcentaje de similitud establecido según la normatividad vigente de la Universidad (no mayor al 28%), el porcentaje de similitud alcanzado en el estudio es del:

ESTE DOCUMENTO NO HA SIDO
REDACTADO EN ESTA NOTARIA

17 %

Autorizo a la Universidad Autónoma de Ica, de identificar plagio, autoplagio, falsedad de información o adulteración de estos, se proceda según lo indicado por la normatividad vigente de la universidad, asumiendo las consecuencias o sanciones que se deriven de alguna de estas malas conductas.

Scanned by TapScanner

Chincha Alta, 19 de Diciembre del 2024



[Handwritten signature]

JOSÉ GUIDO PERCA MAMANI
DNI: 70156407

SE LEGALIZA LAS FIRMAS
NO EL CONTENIDO

CERTIFICO: QUE LA FIRMA QUE
ANTECEDE CORRESPONDE A
José Guido Perca Mamani

IDENTIFICADOS CON DUI: 70156407

DOY FE

MOQUEGUA, 19 DIC. 2024



[Handwritten signature]
GISELLE VERA RIVERA
ABOGADA
NOTARIA PÚBLICA
MOQUEGUA - PERÚ

[Handwritten signature]



ESTE DOCUMENTO NO HA SIDO
REDACTADO EN ESTA NOTARIA



0109290232



**NOTARIA
VERA KIHEN MARIA ISABEL GUISELLE
SERVICIO DE AUTENTICACIÓN E IDENTIFICACIÓN BIOMÉTRICA**

CORRESPONDE

Al menos una impresión dactilar capturada (primera impresión dactilar) corresponde al DNI consultado.

INFORMACIÓN PERSONAL

DNI 70156407
Primer Apellido PERCA
Segundo Apellido MAMANI
Nombres JOSE GUIDO



**PERCA MAMANI, JOSE GUIDO
DNI 70156407**

**INFORMACIÓN DE CONSULTA
DACTILAR**

Operador: 73187956 - Juan Francisco Costa Gomez
Fecha de Transacción: 19-12-2024 18:13:45
Entidad: 10044157816 - VERA KIHEN MARIA ISABEL GUISELLE

VERIFICACIÓN DE CONSULTA

Puede verificar la información en línea en:
<https://serviciosbiometricos.reniec.gob.pe/identifica3/verification.do>
Número de Consulta: 0109290232



DEDICATORIA

Con profunda gratitud y emoción dedicamos este esfuerzo compartido:

A nuestras familias, pilares fundamentales de nuestra vida, por su amor incondicional, apoyo constante y sacrificios. Gracias por ser nuestra fortaleza en los momentos de duda y nuestra alegría en cada logro alcanzado.

Yasmina Cutipa Mendoza: Dedico este trabajo a mis padres, quienes con su ejemplo de perseverancia y dedicación me han inspirado a nunca rendirme. A mis hermanos, por su cariño y confianza en mis capacidades. Este logro también es de ustedes.

José Guido Perca Mamani: Dedico este proyecto a mis padres, quienes con su esfuerzo y enseñanzas me han mostrado el valor del trabajo duro y la honestidad. A mis amigos y seres queridos, por su compañía en este camino, que ha sido tanto un desafío como una oportunidad de crecimiento.

A todos los que creyeron en nosotros y nos alentaron, esta tesis es una expresión de nuestro compromiso y gratitud.

Los autores. Cutipa y Perca.

AGRADECIMIENTO

Deseamos expresar nuestro profundo agradecimiento a Dios por guiarnos nuestros pasos y brindarnos la oportunidad de emprender este camino de superación académica y crecimiento personal. Su sabiduría ha iluminado nuestra mente y fortalecido nuestro espíritu en los momentos de adversidad que todo reto conlleva.

Nuestro sincero reconocimiento y gratitud al Dr. Julio César Angeles Morales, cuyos invaluable aportes y guía de investigación han sido fundamentales en nuestra formación durante esta etapa del curso.

Los autores. Cutipa y Perca.

RESUMEN

Objetivo general.

El objetivo general de la presente investigación es Determinar qué relación existe entre el comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar, en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

Metodología.

El desarrollo de la presente investigación fue de enfoque Cuantitativo, Tipo de investigación descriptivo, Nivel de Investigación Descriptivo Correlacional, Diseño: no experimental, en una población conformado por los 15 trabajadores de la empresa Logística Huayruro S.A.C. y propiamente en una Muestra representado por los 15 trabajadores de la Empresa. Se consideró como Técnica e instrumentos; como Técnica: se desarrolló mediante una encuesta y el Instrumento fue el Cuestionario procesando los datos de información recopilado por SPSS v. 25

Resultados descriptivos.

Los resultados han demostrado que dentro del nivel de comercio electrónico el 6.7% de los encuestados considera como nivel Deficiente, el 60.0% lo califica como nivel regular y el 33.3% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular la implementación de Comercio electrónico. Respecto al nivel de Gestión de cuentas por cobrar, se observa los porcentajes, que no hubo porcentaje de calificación deficiente, lo cual el 53.3% lo califica como nivel regular y el 46.7% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular la eficiencia de Gestión de cuentas por cobrar dentro de la empresa.

Conclusiones

Con respecto al estudio de las variables de la relación entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C., Puno, 2024, se pudo concluir que si existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la Empresa Logística Huayruro, los datos

encontrados un Rho con significancia 0.001 el que es menor a 0.05 y con un grado de correlación positiva alta de 0.778, dándonos como respuesta que existe una relación significativa entre el Comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar. En este sentido, la integración del comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar no solo optimiza los procesos internos de la empresa, sino que también contribuye a mejorar la liquidez y la estabilidad financiera de la organización, demostrando ser una estrategia sumamente beneficiosa.

Palabras claves:

Comercio Electrónico, Cuentas, Cobranza, Gestión

ABSTRACT

General objective.

The general objective of this research is to determine the relationship between e-commerce and accounts receivable management in the logistics company Huayruro S.A.C., Puno, 2024.

Methodology.

The development of this research followed a Quantitative approach, with a Descriptive research type and a Descriptive Correlational research level, utilizing a non-experimental design. The population consisted of the 15 employees of the logistics company Huayruro S.A.C., with a representative sample also comprising these 15 employees. The methodology included using surveys as the technique, and questionnaires as the instrument. The collected data was processed using SPSS v. 25.

Descriptive results.

The results have shown that within the level of e-commerce, 6.7% of respondents consider it as Deficient, 60.0% rate it as Regular, and 33.3% regard it as Excellent. Therefore, it is considered that the majority of respondents rate the implementation of e-commerce as Regular. Regarding the level of accounts receivable management, the percentages show that there was no rating of Deficient, with 53.3% rating it as Regular and 46.7% considering it Excellent. Thus, it is considered that the majority of respondents rate the efficiency of accounts receivable management within the company as Regular.

Conclusions

Regarding the study of the variables related to the relationship between e-commerce and accounts receivable management in the logistics company Huayruro S.A.C., Puno, 2024, it was concluded that there is indeed a significant relationship between e-commerce and accounts receivable management in the logistics company Huayruro. The data found a Rho value with a significance of 0.001, which is less than 0.05, and a high positive correlation degree of 0.778, indicating a

significant relationship between e-commerce and accounts receivable management. In this sense, the integration of e-commerce into accounts receivable management not only optimizes the company's internal processes but also contributes to improving the organization's liquidity and financial stability, proving to be an extremely beneficial strategy.

Keywords:

E-commerce, Accounts, Collections, Management.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
Portada	i
Constancia de aprobación de la investigación	ii
Declaratoria de autenticidad de la investigación	iii
Dedicatoria	iv
Agradecimiento	v
Resumen	vi
Abstract	viii
Índice general /Índice de tablas académicas y de figuras	x
I. INTRODUCCIÓN	11
II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	13
2.1 Descripción del Problema	13
2.2. Pregunta de investigación general	14
2.3 Preguntas de investigación específicas	14
2.4 Objetivo general	14
2.5 Objetivos específicos	14
2.6 Justificación e importancia	15
2.7 Alcances y limitaciones	17
III. MARCO TEÓRICO	19
3.1 Antecedentes	19
3.2 Bases Teóricas	27
3.3 Marco conceptual	30
IV. METODOLOGÍA	32
4.1 Tipo y Nivel de la investigación	32
4.2 Diseño de la investigación	32
4.3 Hipótesis general y específicas	33
4.4 Identificación de las variables	33
4.5 Matriz de operacionalización de variables	35
4.6 Población-muestra	37
4.7 Técnicas e instrumentos de recolección de datos	38
4.8 Técnicas de análisis y procesamiento de datos	39

V. RESULTADOS		40
5.1	Presentación de Resultados	40
5.2	Interpretación de los Resultados	47
VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS		50
6.1	Análisis inferencial	50
VII. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS		58
7.1	Comparación de los resultados	58
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		61
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS		65
ANEXOS		70
Anexo 1: Matriz de consistencia		71
Anexo 2: Instrumento de recolección de datos		73
Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición		75
Anexo 4: Base de datos		81
Anexo 5: Evidencia fotográfica		83
Anexo 6: Informe de turniting al 28% de similitud		87

ÍNDICE DE TABLAS

No.	Título	Pág.
Tabla 1	Variable 1: Comercio Electrónico	40
Tabla 2	Dimensión 1: Plataformas de Comercio Electrónico	41
Tabla 3	Dimensión 2: Métodos de cobranza electrónico	42
Tabla 4	Dimensión 3: Tecnologías de integración y automatización	42
Tabla 5	Variable 2: Gestión de Cuentas por Pagar	43
Tabla 6	Dimensión 1: Eficiencia en el cobro de facturas	44
Tabla 7	Dimensión 2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar	45
Tabla 8	Dimensión 3: Políticas de crédito y cobranza	46
Tabla 9	Prueba de Normalidad	50
Tabla 10	Interpretación del coeficiente correlación Rho de Spearman	51
Tabla 11	Correlación de Variables Comercio Electrónico y la Gestión de cuentas por Cobrar	51
Tabla 12	Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 1	52
Tabla 13	Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 2	53
Tabla 14	Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 3	54
Tabla 15	Escala: Análisis de Fiabilidad – Comercio Electrónico	55
Tabla 16	Estadísticas de fiabilidad	56
Tabla 17	Escala: Análisis de Fiabilidad – Gestión de Cuentas por Cobrar	75

ÍNDICE DE FIGURAS

No.	Título	Pág.
Figura 1	Resultado de la Variable 1: Comercio Electrónico	40
Figura 2	Dimensión 1: Plataformas de Comercio Electrónico	41
Figura 3	Dimensión 2: Métodos de cobranza electrónico	42
Figura 4	Dimensión 3: Tecnologías de integración y automatización	43
Figura 5	Variable 2: Gestión de Cuentas por Pagar	44
Figura 6	Dimensión 1: Eficiencia en el cobro de facturas	45
Figura 7	Dimensión 2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar	46
Figura 8	Dimensión 3: Políticas de crédito y cobranza	47

I. INTRODUCCIÓN

El estudio del Comercio y la gestión de cuentas es un tema de vital importancia para la empresa Logística Huayruro S.A.C. Puno durante el periodo 2024, tal sentido que indica la importancia del comercio electrónico dentro de la empresa en cuanto al gestión de cuentas por cobrar.

El propósito de la investigación es conocer la relación entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa Huayruro S.A.C. Puno, 2024; para ello se tiene facilidad de obtener la información a fin de realizar propuestas de mejora en la difusión del comercio electrónico y con ello la gestión de cuentas por cobrar, si estuvieran asociadas.

Se pretende identificar y comprender el comercio electrónico en la Empresa Huayruro S.A.C. y cómo estos factores afectan su comportamiento en la gestión de cuentas por cobrar.

Este estudio examina cómo el comercio electrónico impacta la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. La investigación aspira a optimizar procesos financieros y mejorar la eficiencia en la recaudación, promoviendo una gestión más ágil y efectiva en el contexto digital actualizado.

El desarrollo del presente proyecto se encuentra estructurado de la siguiente manera;

En el capítulo I, comprende el desarrollo a la introducción.

En el Capítulo II, se encuentra el desarrollo del planteamiento del problema, o descripción del problema, los objetivos de la investigación y justificación e importancia.

En el Capítulo III, corresponde su desarrollo referente al marco teórico, en donde se muestra los antecedentes bibliográficos, bases teóricas, y el marco conceptual.

En el Capítulo IV, corresponde al desarrollo a la metodología de la investigación, tipo y nivel de investigación, diseño de investigación, hipótesis de la investigación, identificación de variables, matriz de operacionalización de variables, población y muestra, técnicas e instrumentos de recolección de información, técnicas de análisis y procesamiento de datos.

En el capítulo V, Se describe la presentación de los resultados, los cuales fueron recolectados para ambas variables de estudio. Para procesar la información

obtenida del cuestionario aplicado a cada trabajador de la empresa, se utilizó el software SPSS (Versión 25).

En el capítulo VI, Se ilustra el análisis de los resultados, considerando como análisis inferencial la prueba de normalidad, comparando su comportamiento entre Kolmogorov-Smirnov y Shapiro-Wilk. Como las distribuciones no son normales, se usó la prueba no paramétrica de Rho Spearman. Además, en el análisis de fiabilidad para cada variable, se utilizó el coeficiente alfa de Cronbach, el cual indicó una consistencia interna alta en ambas variables.

En el capítulo VII, se detalla las discusiones de los resultados obtenidos del análisis inferencia, respecto a las pruebas de normalidad en comparación de su comportamiento.

Y finalmente se establecieron las conclusiones y recomendaciones del objetivo general y los objetivos específicos.

Los autores. Cutipa y Perca.

II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Descripción del problema

En el ámbito global, el comercio electrónico ha revolucionado profundamente la manera en que las empresas llevan a cabo sus operaciones. La adopción de plataformas de comercio electrónico, métodos de cobranza electrónicos y tecnologías de integración y automatización ha permitido a las empresas optimizar sus procesos, así como mejorar la eficiencia operativa y ampliar su alcance internacional. Sin embargo, la gestión de cuentas por cobrar sigue siendo un reto considerable, ya que requiere una administración eficaz de facturas, un control meticuloso y un seguimiento riguroso de las cuentas, junto con la implementación de políticas de crédito y cobranza sólidas.

A nivel internacional, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento explosivo, transformando la forma en que las empresas operan. Las plataformas digitales, como Amazon, Alibaba, Aliexpress, Hotmart, Temu y Mercado Libre, han demostrado ser esenciales para conectar empresas y consumidores. No obstante, este crecimiento también presenta importantes desafíos financieros, particularmente en la cobranza. La falta de tecnologías automatizadas integradas y métodos de cobranza electrónicos fiables complica el flujo de caja de las empresas, provocando retrasos en el cobro de facturas y afectando su liquidez.

En el contexto nacional, en Perú, el comercio electrónico ha mostrado un crecimiento constante en los últimos años, lo cual ha sido impulsado por el mayor acceso a internet y la digitalización de las transacciones comerciales. Sin embargo, muchas empresas enfrentan obstáculos para adoptar plataformas digitales avanzadas, especialmente en los sectores logísticos y de servicios. Las metodologías de cobranza electrónica, como las transferencias bancarias y las pasarelas de pago, suelen ser ineficaces debido a fallos en los sistemas, lo que incrementa los niveles de morosidad. Además, el control y seguimiento de cuentas por cobrar

sigue siendo manual en muchas empresas, lo que afecta negativamente la eficiencia en la cobranza.

A nivel local, la empresa logística Huayruro S.A.C., situada en Puno, enfrenta serios retos para implementar el comercio electrónico como una herramienta para optimizar la gestión de sus cuentas por cobrar. Actualmente, sus procesos de cobranza son lentos debido a la falta de tecnologías de integración y automatización que permitan un monitoreo eficiente de sus transacciones. Esto resulta en demoras en el cobro de facturas, afectando la estabilidad financiera de la empresa. Además, las políticas de crédito y cobranza no están estandarizadas, generando incertidumbre tanto en los clientes como en la administración interna.

En este contexto, es necesario investigar cómo el comercio electrónico, a través de sus dimensiones, así como las plataformas de comercio electrónico, métodos de cobranza electrónicos y tecnologías de integración y automatización, puede mejorar la gestión de cuentas por cobrar en Huayruro S.A.C. Esto se enfocará en la eficiencia en el cobro de facturas, el control y seguimiento de cuentas por cobrar, y el diseño de políticas de crédito y cobranza efectivas. La investigación permitirá proponer estrategias integrales que optimicen los procesos y fortalezcan la competitividad de la empresa en el mercado.

2.2. Pregunta de investigación general

¿Cuál es la relación entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?

2.3. Preguntas de investigación específicas

P.E.1:

¿Cuál es la relación entre las Plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?

P.E.2:

¿Cuál es la relación entre los Métodos de cobranza Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?

P.E.3:

¿Cuál es la relación entre las Tecnologías de Integración y Automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?

2.4. Objetivo General

Determinar qué relación existe entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar, en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

2.5. Objetivos específicos.

O.E.1:

Identificar la relación entre las plataformas de comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

O.E.2:

Identificar la relación entre los métodos de cobranza electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

O.E.3:

Identificar la relación entre las tecnologías de integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

2.6. Justificación e Importancia

Justificación

Justificación Científica

La justificación científica del comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa Logística Huayruro S.A.C., ubicada en Puno, en el año 2024, se justifica en la necesidad de evaluar cómo las

tecnologías digitales influyen en la eficiencia financiera de las empresas logísticas. Una gestión adecuada de las cuentas por cobrar es esencial para mantener la liquidez y evitar problemas de flujo de caja. El comercio electrónico proporciona herramientas que optimizan estos procesos, mejorando los tiempos de cobro y la precisión en la facturación.

Este estudio ofrecerá soluciones tecnológicas de acuerdo a la actualidad digital para la empresa Huayruro S.A.C., con el potencial de ser aplicadas en el sector logístico en general, y contribuye al conocimiento académico sobre la integración tecnológica en la gestión financiera.

Justificación Práctica

La justificación práctica de este estudio tiene como objetivo generar beneficios concretos para la empresa logística Huayruro S.A.C., ubicada en la ciudad de Puno, al enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar.

El estudio proporcionará recomendaciones aplicables para mejorar la eficiencia operativa y la estabilidad financiera mediante la implementación de plataformas de comercio electrónico y tecnologías de automatización. Estos cambios tienen el potencial de optimizar el flujo de caja y fortalecer las relaciones con clientes y proveedores, incrementando así la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Justificación Metodológica

La justificación metodológica de este estudio se centra en establecer un enfoque sólido y sistemático para investigar cómo el comercio electrónico influye en la gestión de cuentas por cobrar, utilizando un diseño cuantitativo, donde se recopilarán datos empíricos a través de la técnica de encuestas y considerando como instrumento el cuestionario, asegurando así la validez y confiabilidad de los resultados.

Además, este estudio servirá como una referencia valiosa para futuras investigaciones en los campos de la gestión financiera y el comercio electrónico.

Importancia

La importancia del Comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024, es crucial porque examina la intersección clave entre tecnología y finanzas en una empresa logística. Dado el rápido crecimiento del comercio electrónico, es fundamental comprender su impacto en la gestión de cuentas por cobrar, además, es un elemento esencial para el flujo de caja y la estabilidad financiera de la empresa.

Este estudio ofrece valiosos conocimientos sobre la implementación de plataformas de comercio electrónico, métodos de cobranza electrónicos y tecnologías de integración y automatización para mejorar la eficiencia en el cobro de facturas, el control y seguimiento de cuentas por cobrar, y las políticas de crédito y cobranza. Los resultados y recomendaciones de esta investigación podrán aplicarse para optimizar los procesos internos de la empresa, mejorando su competitividad y sostenibilidad en el mercado.

2.7. Alcances y limitaciones

Alcances

La presente investigación busca determinar la relación entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. en Puno para el año 2024. Aborda principalmente cómo las plataformas de comercio electrónico, los métodos de cobranza electrónicos y las tecnologías de integración y automatización impactan la eficiencia en el cobro de facturas, el control y seguimiento de cuentas por cobrar y las políticas de crédito y cobranza. Este estudio se centra en la mejora de procesos financieros a través de herramientas digitales, evaluando cómo estas innovaciones tecnológicas pueden optimizar la gestión de las cuentas por cobrar, mejorando la liquidez y reduciendo el riesgo de impagos para la empresa.

Adicionalmente, la investigación analizará los beneficios y desafíos asociados con la implementación de tecnologías de comercio electrónico

y su impacto en las operaciones financieras de Huayruro S.A.C. Mediante un enfoque cuantitativo, se recopilarán datos a través de técnicas de encuestas y usando instrumentos como el cuestionario al personal relevante de la empresa. Los resultados esperados incluyen la identificación de prácticas óptimas y recomendaciones para mejorar la gestión de cuentas por cobrar utilizando soluciones de comercio electrónico, proporcionando así un marco de referencia valioso para otras empresas logísticas en contextos similares.

Limitaciones

Una de las principales limitaciones de esta investigación radica en la disponibilidad y precisión de los datos financieros proporcionados por la empresa Huayruro S.A.C. La fiabilidad de estos datos puede afectar la validez de los resultados obtenidos. Adicionalmente, la rápida evolución de las tecnologías de comercio electrónico y los métodos de gestión financiera puede hacer que algunas conclusiones del estudio queden obsoletas en un corto periodo de tiempo, limitando su aplicabilidad futura.

Otra limitación importante es la representación geográfica y sectorial de la muestra. Al enfocarse exclusivamente en la empresa Huayruro S.A.C. en Puno, los hallazgos pueden no ser generalizables a otras regiones o sectores logísticos. Además, la percepción y disposición del personal hacia las nuevas tecnologías puede variar, influyendo en los resultados de las encuestas y entrevistas, lo cual introduce un sesgo que debe ser considerado en el análisis de los datos.

III. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Al revisar las fuentes físicas y virtuales se ha podido ubicar trabajos que guardan relación indirecta con cada una de nuestras variables, siendo estos valiosos aportes:

Internacionales

Nardi (2020), en una investigación se planteó como propósito de evaluar la gestión financiera de la empresa MAN-SER S.R.L partiendo de sus áreas críticas de Compras Cuentas por cobrar y pagar, a través del análisis de los estados contables, La investigación, de naturaleza básica y diseño no experimental con enfoque cuantitativo, llegando a una conclusión en términos generales, la empresa se encuentra en una buena situación económica y financiera, aunque presenta inconvenientes y desfase en las cuentas por cobrar y las cuentas por pagar que debían ser contemplados.

Jiménez, Martínez y Silva, (2021), en un estudio se plantearon como objetivo identificar oportunidades de colaboración para integrar nuevos modelos de negocio y adaptar estrategias que ayuden a promover la difusión cultural y proporcionen un mayor apoyo al desarrollo de las pequeñas empresas dedicadas al sector comercial, La investigación, de naturaleza básica y diseño no experimental con enfoque cuantitativo, concluyendo que los sitios de comercio electrónico deben poder operar en unidades métricas o imperiales. La capacidad de trabajar en diferentes monedas fáciles de usar que les permiten fijar el precio correcto de los productos en su propia moneda y el sitio de comercio electrónico también debería poder bloquear ciertos países y simplemente rechazar pedidos de países con altas tasas de fraude.

Peralta y Delcy (2021) plantean en su estudio como propósito de su investigación, analizar cómo las cuentas por cobrar afectan la liquidez corriente del Colegio Adventista del Atlántico Max Trummer en Colombia,

durante el período 2017-2018. Se empleó un enfoque cuantitativo, descriptivo y explicativo, con un diseño no experimental y longitudinal. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la revisión de documentos y una muestra de registros financieros. Los resultados indican que las cuentas por cobrar de los estudiantes de preescolar influyen en un 16% en la liquidez del colegio; las de los estudiantes de primaria, en un 45.6%; las de los estudiantes de secundaria, en un 58.2%; y, en general, las cuentas por cobrar afectan en un 54.5% la liquidez del colegio. Se concluyó que la influencia de todas las cuentas por cobrar de la institución fue positiva y significativa.

Heredia y Villarreal (2022), realizaron un estudio acerca del comercio electrónico si el comercio se adapta a los cambios generacionales y tecnológicos donde el método utilizado en este estudio se basa en el análisis de la literatura, es decir analizar el contenido del archivo por referencia a la rama de conocimiento y este estudio es parte de una serie de artículos, libros y leyes relacionadas con tema, en el cual concluye que el negocio ha cambiado los modelos de negocio clásicos deben reinventarse e innovarse para permanecer en el mercado como también el comercio electrónico está encontrando formas de expandirse a través de diferentes modelos de análisis y el emprendimiento es un fenómeno natural para los humanos y cambia constantemente debido a cambios importantes.

Mendoza y Muñoz (2023), presentaron un estudio científico cuyo objetivo fue analizar la incidencia de la gestión de las cuentas por cobrar sobre la liquidez en la Fundación Centro de Apoyo y Solidaridad "Alianza", cantón Portoviejo, año 2020 - 2021. La investigación fue no experimental, transversal, descriptiva, llegando a una conclusión que la gestión de cuentas por cobrar afecta la liquidez del fondo, es decir, cada programa de préstamo y cobranzas, indicadores de desempeño, son el efecto sobre la liquidez se refleja los indicadores de liquidez actuales.

Nacionales

Cordova (2020), realizó el estudio sobre el comercio electrónico en las micro y pequeñas empresas (MYPES) de Chachapoyas, Perú, tuvo como objetivo identificar los factores que dificultan su implementación. La investigación, de tipo básica y diseño no experimental con enfoque cuantitativo, se basó en cuestionarios aplicados a 49 estudiantes. Los resultados mostraron que el 53.1% de los encuestados no ha implementado el comercio electrónico en sus empresas, el 24.5% lo ha hecho muy poco, el 16.3% poco y solo el 6.1% de manera regular. Los principales obstáculos identificados fueron la falta de interés de los empresarios (85.7%), la desconfianza tanto de vendedores como de compradores (73.5%), el desconocimiento de los clientes sobre el comercio electrónico (73.5%), la escasa capacitación en el tema (71.4%) y el limitado acceso a internet (67.3%). Además, los encuestados señalaron como factores específicos más limitantes el desconocimiento de las ventajas del comercio electrónico (media: 4.7), la desconfianza de los consumidores (media: 4.6) y los sistemas de seguridad insuficientes para proteger los datos del cliente (media: 4.6). El autor concluye que, una mayor proporción de encuestados considera que las características del dueño o gerente, así como los factores logísticos y organizacionales de la empresa, son los principales impedimentos para la implementación del comercio electrónico. El autor concluye que estos elementos restringen de manera considerable la implementación del comercio electrónico en las micro y pequeñas empresas (MYPES).

Huamán y Mendoza (2021), Llevó a cabo una investigación cuyo objetivo fue determinar la relación entre el comercio electrónico y la función comercial en estas empresas. La investigación, de naturaleza básica y diseño no experimental con enfoque cuantitativo, se realizó en una población de 5169 MIPYMES, tomando una selección de muestras de 72 empresas. Los datos para esta investigación se recopilieron mediante encuestas y cuestionarios dirigidos a los propietarios de las MIPYMES. La prueba de hipótesis se efectuó con un nivel de confianza del 95% una

significancia de 0.05, utilizando el test de Rho de Spearman conforme a la prueba de normalidad. El autor concluye que existe una relación alta y significativa entre el comercio electrónico y la función comercial en las MIPYMES de Huancavelica, con un nivel de confianza del 95%. En particular, tanto las telecomunicaciones como las transacciones monetarias electrónicas muestran una fuerte correlación con la función comercial, según los resultados de las pruebas de hipótesis realizadas.

Camacho (2021), en su investigación definió el objetivo de analizar la relación entre el comercio electrónico y la gestión logística en estas empresas. La investigación, de naturaleza básica y enfoque cuantitativo, utilizó un diseño correlacional y transversal. Se utilizaron dos cuestionarios: uno enfocado en el comercio electrónico y otro en la gestión logística. La muestra incluyó a 30 especialistas en logística y gestión de la cadena de suministro de empresas minoristas en Lima. Los resultados indicaron una correlación positiva leve ($Rho= 0.384$) pero estadísticamente significativa ($p<0.05$) entre el comercio electrónico y la gestión logística. También se encontró una relación positiva débil y significativa entre el comercio electrónico y las dimensiones de control de inventario ($Rho= 0.430$) y canales de distribución ($Rho= 0.369$). No obstante, no se encontró una relación significativa con la dimensión de control de pedidos ($Rho= 0.138$; $p>0.05$). Los resultados fueron comparados con estudios anteriores y se formularon conclusiones y recomendaciones basadas en los hallazgos. El autor concluye que el estudio identificó una relación positiva débil pero significativa entre el comercio electrónico y la gestión logística. En particular, se observó una relación positiva débil y significativa con el control de inventario y los canales de distribución. Sin embargo, la relación con el control de pedidos fue muy débil y no significativa.

Soler (2021), Durante la pandemia de Covid-19 en Perú, se llevó a cabo una investigación sobre el comercio electrónico en una empresa privada. El propósito del estudio fue comprender cómo el comercio electrónico puede mejorar la economía de la empresa, utilizando estrategias

publicitarias para incrementar las ventas y atraer más clientes, así como optimizar el marketing digital. La investigación fue de tipo aplicada, con un diseño no experimental y un enfoque cuantitativo. El autor realizó el estudio en una población de 1200 clientes, seleccionando una muestra de 291. La técnica de recolección de datos fue la encuesta, utilizando cuestionarios como instrumento. Los resultados indicaron que tanto el comercio electrónico como el marketing digital se encuentran en un nivel regular, debido a la implementación limitada de acciones en estos ámbitos. El autor concluyó que el comercio electrónico tiene un impacto positivo en la mejora del marketing digital, y que la empresa podría obtener mejores resultados en la captación de clientes y en las ventas si incorpora estas herramientas en sus políticas.

Cruz y Hernandez (2020), Llevó a cabo una investigación con el objetivo de determinar la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez. Utilizó una metodología aplicada, con enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transeccional, correlacional simple. El estudio se realizó con una muestra de 15 trabajadores de la empresa, analizando los estados financieros de 2017-2018 mediante el programa SPSS. Los resultados de las encuestas indicaron que la gestión de cuentas por cobrar es esencial y está directamente relacionada con la liquidez de la empresa. El autor concluye que, en la empresa MAC Ingeniería SAC, la falta de un responsable para créditos y cobranzas y el control deficiente de los instrumentos de crédito afectan negativamente la liquidez. La cartera de cuentas por cobrar aumentó significativamente, reduciendo la liquidez. El control inadecuado y la gestión deficiente de cobranzas contribuyen a estos problemas.

Alza, Curahua, y Portugal (2022), En su investigación, el objetivo principal fue determinar cómo una gestión ineficiente de las cuentas por cobrar puede impactar negativamente la liquidez de las empresas, utilizando indicadores financieros. Para ello, se recopiló información de diversos autores que tratan las variables de cuentas por cobrar y liquidez. Los autores concluyeron que la empresa no maneja adecuadamente sus

cuentas por cobrar, lo que resulta en una falta de liquidez y el incumplimiento de sus obligaciones financieras. Los resultados mostraron que, si el saldo de las cuentas por cobrar comerciales aumenta, la liquidez de la empresa disminuye debido a la falta de ingresos. El análisis de datos permitió comparar los indicadores presentados, confirmando las hipótesis planteadas. Se concluyó que una gestión deficiente de las cuentas por cobrar genera una falta de liquidez en la empresa, por lo que se recomienda implementar políticas de cobro adecuadas.

Rodriguez y Estefanno (2022), En su investigación escriben como objetivo de estudio, determinar la relación entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez en una empresa agrícola. Para lograr este objetivo, se empleó una metodología explicativa con un enfoque cuantitativo y un diseño descriptivo-correlacional y no experimental. El autor realizó el presente estudio con una población y muestra respectiva de 10 trabajadores de la empresa FEZANO S.C.R.L. durante el año 2020. La técnica de recolección de datos empleada fue la encuesta, utilizando como instrumento un cuestionario de 15 ítems. Este cuestionario fue validado por expertos y su confiabilidad fue verificada mediante el programa estadístico SPSS. Los resultados mostraron que los empleados consideran fundamental la gestión de cuentas por cobrar para asegurar una liquidez óptima. Por lo tanto, el autor concluye que existe una relación significativa entre la gestión de cuentas por cobrar y la liquidez, ya que una gestión inadecuada de las cuentas por cobrar puede tener un impacto negativo considerable en la liquidez de la empresa.

Locales o regionales

Mamani (2024), considera en su investigación como objetivo principal examinar cómo el comercio electrónico afecta las obligaciones fiscales de las micro y pequeñas empresas que venden ropa en la ciudad de Juliaca. se utilizó una metodología básica con un enfoque cuantitativo, un alcance explicativo y un diseño no experimental de corte transversal.

La recolección de datos se llevó a cabo mediante encuestas dirigidas a una muestra de micro y pequeños empresarios que venden ropa a través del comercio electrónico, con el fin de evaluar su nivel de conocimiento y cumplimiento de sus obligaciones tributarias, así como su percepción sobre el impacto de las ventas en línea en su actividad económica. Los resultados mostraron que el 65% de los encuestados considera que su conocimiento sobre sus obligaciones tributarias es bajo, mientras que el 70% tiene una percepción media sobre el impacto del comercio electrónico. En base a estos resultados, el autor concluyó que el comercio electrónico tiene un efecto negativo en las obligaciones tributarias de los microempresarios estudiados.

Huarachi (2020), en su investigación tiene como propósito analizar la literatura existente sobre los factores determinantes en la adopción del comercio electrónico, así como las ventajas y desventajas de su implementación en las MIPYMES del sector turístico. La investigación es de carácter descriptivo y se realizó mediante un análisis exploratorio de artículos indexados en los motores de búsqueda Redalyc y Elsevier Scopus. El autor concluye que los principales factores que afectan su implementación son: el conocimiento limitado de la web 2.0, la escasa o nula presencia en páginas web especializadas, la baja percepción de utilidad por parte de los propietarios o gerentes de establecimientos turísticos, el bajo nivel de preparación digital, el uso inadecuado de las redes sociales y el tamaño de la organización.

Carranza (2022), señala en su investigación como objetivo fue identificar la relación entre las variables mencionadas. Se trató de un estudio correlacional con un enfoque cuantitativo, utilizando dos encuestas aplicadas a una muestra probabilística de 74 agencias de viajes y turismo, basándose en las variables previamente indicadas. Para evaluar la variable de comercio electrónico, se consideraron las dimensiones de seguridad, distribución y segmentación. El 73.0% de los encuestados considera que la seguridad en el comercio electrónico es casi siempre importante; en cuanto a la distribución, el 66.2% afirma que casi siempre

se lleva a cabo; y respecto a la segmentación, el 58.1% indica que casi siempre se utiliza. Para analizar la variable de competitividad empresarial, se tomaron en cuenta las dimensiones de innovación, tecnología y agilidad comercial. El 41.9% de los encuestados señala que, a veces apuesta por la innovación, el 70.3% indica que casi siempre apuesta por la tecnología y el 64.9% menciona que casi siempre apuesta por la agilidad comercial. El autor concluye que, existe una correlación moderada de $r = 0.516$ entre la distribución y la competitividad empresarial, según la tabla de valores.

Gutierrez (2022), considera en su investigación como objetivo fue evaluar cómo la gestión de cuentas por cobrar afecta la liquidez de la empresa Negolatina S.C.R.L. durante el año 2020. El diseño del estudio fue de campo, no experimental, con un enfoque cuantitativo. Se utilizaron métodos deductivos, analíticos y descriptivos, y las técnicas incluyeron la observación directa, el análisis documental y la aplicación de encuestas. Según los resultados la empresa desconoce la existencia de políticas de crédito, y no cuenta con un manual de políticas de crédito, lo que aumenta el riesgo crediticio y compromete la liquidez de la empresa. Asimismo, la empresa presenta deficiencias en la generación de un soporte documentario para controlar los plazos de vencimiento del crédito y hacer seguimiento de estos. El autor concluyó, que la empresa Negolatina presenta serias deficiencias en su gestión de crédito y cobranza. Un alto porcentaje de los empleados desconoce las políticas de crédito y la empresa carece de un manual formal que las regule. Además, los controles internos para el seguimiento de los créditos son insuficientes. Estos problemas se reflejan en una baja liquidez, lo que pone en riesgo la estabilidad financiera de la empresa. Por otra parte, la gestión de cobranza es ineficiente, con plazos de pago promedio que exceden significativamente los plazos de crédito otorgados. En resumen, la empresa necesita implementar mejoras urgentes en sus procesos de crédito y cobranza para garantizar su sostenibilidad a largo plazo.

Laura y Huillcanina (2022), indican en su investigación como objetivo fue identificar la relación entre las cuentas por cobrar y la morosidad en las entidades financieras del distrito de Juliaca, Puno, durante el año 2021. Para obtener esta información y comprender el vínculo entre las cuentas pendientes de cobro, la tasa de morosidad y los factores que afectaron la capacidad de pago de las obligaciones financieras tras la crisis económica post-COVID-19, se planteó una investigación de tipo descriptivo-correlacional con un enfoque cuantitativo no experimental de corte transversal. Se utilizó un cuestionario de 21 preguntas, diseñado en la escala de Likert, como instrumento de recolección de datos. La muestra estuvo compuesta por 50 colaboradores de diversas entidades financieras del distrito de Juliaca, representando el 40% de la población. La información fue procesada utilizando el programa SPSS, donde se verificó la confiabilidad del instrumento, con resultados cercanos a 1, y se demostró una correlación regular entre ambas variables de estudio para la prueba de normalidad. El autor concluyó que existe una relación significativa entre las cuentas por cobrar y la morosidad.

3.2. Bases Teóricas

3.2.1. Variable 1: Comercio Electrónico

Definición:

Según Laudon y Traver (2018), indican que el comercio electrónico, se refiere a la compra y venta de bienes o servicios a través de plataformas digitales, utilizando internet como medio principal para las transacciones. La compra y venta en línea, la transferencia electrónica de fondos, la gestión de la cadena de suministro y el marketing digital son ejemplos de este tipo de comercio.

Para Higuerey (2019) revela que el comercio electrónico implica la adquisición, venta, transferencia, prestación de servicios o intercambio de información y bienes a través de redes informáticas, incluyendo Internet. Además, para muchas personas, el comercio electrónico se asocia principalmente con las compras en línea. Sin embargo, también abarca otras actividades, como las transacciones entre empresas y los

procesos internos que las organizaciones emplean para comprar, vender, contratar, planificar y realizar diversas tareas.

Teorías relacionadas al Comercio Electrónico

Según Mahadevan (2000), considera que el comercio electrónico, también conocido como e-commerce, se describe como una rama del negocio electrónico (Ebusiness) que abarca la compra, venta e intercambio de productos y servicios tanto con clientes como con otras empresas, utilizando redes de sistemas informáticos.

Dimensiones.

Plataforma de comercio electrónico

Para Monterrubio (2021), define que las plataformas de comercio electrónico son herramientas virtuales esenciales para la gestión de marketing, cuyo objetivo es incrementar las ventas y reducir los costos de productos y servicios. Además, estas plataformas cuentan con políticas para el uso adecuado de sus servicios.

Métodos de cobranza electrónico

Para Castillo (2021), "La Aplicación de las Finanzas en la Gestión Empresarial" afirma que "la estrategia no es más que decisiones sobre las metas, objetivos y actividades de una empresa". Las organizaciones prosperan en su entorno. Esta información se obtiene analizando el entorno, el mercado y los competidores de la organización. La estrategia consiste en definir metas y objetivos clave a largo plazo, Tomar medidas y asignar los recursos necesarios para lograr estos objetivos.
Tecnologías de integración y automatización

Tecnologías de integración y automatización

Besembe y Chacón (2001), indican que actualmente existe una clara necesidad de integrar el software utilizado en la empresa a varios niveles para poder gestionar los procesos operativos, incluyendo las siguientes tareas: seguimiento de procesos, control de seguimiento, adaptación de

datos, optimización de instalaciones productivas e instalaciones productivas, diagnóstico de defectos de procesos, seguimiento, control, planificación y planificación del trabajo.

3.2.2. Variable 2 Gestión de cuentas por cobrar

Definición:

Según Bravo y Sidney (1997), indica que la gestión de deudores, incluidos los derechos de representación montos a pagar por ventas, servicios prestados, subvenciones un préstamo o cualquier otro concepto similar es una solicitud en que los activos de la empresa se convertirán en efectivo para completar el ciclo financiero en el corto plazo.

Para Brachfield (2003) el crédito empresarial se emite a los clientes en un plazo de tiempo razonable, en la mayoría de los casos es una herramienta utilizada en marketing para promover las ventas y por ende las ganancias; retener a los antiguos clientes y atraer nuevos. Por lo tanto, de acuerdo a las variables analizadas, la mejor gestión de cuentas por cobrar se aplica si la empresa logra obtener la liquidez necesaria en el tiempo especificado para poder realizar los pagos.

Teorías relacionadas a la Gestión de cuentas por cobrar

Según Yaurivilca y Gastelú (2019), indican que la administración de las cuentas por cobrar implica gestionar las ventas a crédito. Para llevar a cabo esta gestión de manera efectiva, es necesario realizar una evaluación mensual de las políticas y procedimientos de cobranza, con el fin de prever el nivel de morosidad de los clientes.

Dimensiones.

Control y seguimiento de cuentas por cobrar

Para Lara y Perez (2021), Indican que las funciones del área deben separarse al comprar en el área de pago, se debe conservar los documentos con información del acreedor, incluidos los recibos de pago e Información relacionada con el pago. Se deben informar las obligaciones de pago no liquidadas, detallando la relación de cada

acreedor, indicando fechas de pago, antigüedad de las deudas, declaraciones y reclamaciones presentadas para mantener informes actualizados para que los valores registrados en el sistema contable correspondan a los valores cancelados.

Eficiencia en el cobro de facturas

Según Arteta (2018), considera que el cobro de una factura simple se complica en nuestra legislación cuando el deudor es una persona natural, ya que la factura por sí sola no es prueba suficiente. En estos casos, se requieren pruebas adicionales, como guías de remisión o un contrato mercantil, para respaldar el proceso de cobro.

Políticas y créditos de cobranza

Según Chiriani y Alegre (2017), Indican que la política crediticia de la empresa, también se ven afectados las condiciones financieras, los precios de los productos y su calidad. El factor más importante que afecta las cuentas por cobrar de una empresa. Todos menos el último ha escapado en gran medida al escrutinio. El director financiero, sin embargo, al igual que con otros activos circulantes, los administradores pueden cambiar las cuentas por cobrar y mantener un equilibrio entre rentabilidad y riesgo. Reducir los estándares crediticios puede estimular la demanda, lo que significa mayores ventas y ganancias. Sin embargo, esto incluye los costos de mantenimiento de la cuenta. Además del creciente riesgo de pérdidas causadas por pérdidas para los deudores, también hay un aumento de las cuentas por cobrar.

3.3. Marco conceptual

Comercio

El comercio es una actividad económica que abarca la adquisición, venta o intercambio de bienes y servicios entre personas, empresas o naciones. Este proceso facilita la distribución de productos y recursos, promoviendo el desarrollo económico y el bienestar social. Mediante el comercio, se cubren necesidades y se crean oportunidades para el crecimiento y la colaboración, (Coll, 2024).

Plataforma de comercio electrónico

Las plataformas de comercio electrónico están diseñadas específicamente para facilitar transacciones, ya sea a través de un sitio web autónomo o mediante una aplicación integrada en sistemas de gestión de contenido. Estas herramientas de software son esenciales para que las empresas puedan realizar ventas y establecer conexiones con sus clientes, (Rodríguez, 2023).

Digitalización

La digitalización consiste en transformar información y objetos tangibles en formatos digitales, lo que permite su manipulación y almacenamiento mediante dispositivos electrónicos. Este proceso optimiza la gestión de datos, incrementa la eficiencia y fomenta la accesibilidad en múltiples sectores, (Westreicher, 2021).

Red social

Una red social es una estructura social formada por un grupo de usuarios, ya sean individuos u organizaciones, que están conectados según algún criterio, como relaciones profesionales, amistades o parentescos. Normalmente, se representan visualmente con los actores como nodos y las relaciones como líneas que los unen. El tipo de conexión que se puede representar en una red social es una relación diádica o vínculo interpersonal (Desiree, 2019).

Cobranza

Las políticas de cobranza, junto con sus procedimientos, son fundamentales para lograr una gestión exitosa de los cobros. El proceso comienza con una llamada telefónica a los clientes para indagar sobre las razones del retraso en el pago. Si esto no resulta efectivo, se envía una carta de cobranza. En algunos casos, es necesario contactar al departamento jurídico de la organización (Andrade y Camones, 2020).

Documentos por Cobrar

En relación con las ventas a crédito, estas se caracterizan por permitir el pago en una fecha posterior a la entrega del producto o la prestación del servicio. Esta modalidad adquiere particular relevancia cuando no se cumple con la fecha de pago acordada, (Andrade, 2016).

Gestión de cuentas por cobrar

La gestión de las cuentas por cobrar es una herramienta fundamental en la administración empresarial, ya que optimiza el capital de trabajo y aumenta la rentabilidad de la empresa. Estas cuentas se originan del crédito que una empresa otorga a sus clientes al vender bienes y servicios. Este crédito actúa como una forma de financiamiento a corto plazo, otorgado a los clientes bajo condiciones específicas que determinan los términos de pago, (Vega & Ushella, 2015).

Cuentas por cobrar

Las cuentas por cobrar son el monto de dinero que los clientes deben a la empresa por la venta de bienes o servicios a crédito. No todas las cuentas por cobrar provienen de las operaciones comerciales; algunas pueden ser préstamos a empleados, anticipos u otras transacciones similares, (Meza, 2007).

IV. METODOLOGÍA

4.1. Tipo y nivel de la investigación.

Enfoque.

Enfoque cuantitativo

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) señala que “El enfoque cuantitativo utiliza la recolección de datos para probar hipótesis con base a la medición numérica y el análisis estadístico, con el fin de establecer pautas de comportamiento y probar teorías”.

En la presente investigación se utilizó el Enfoque Cuantitativo, porque se describe, explica, comprueba y se predice fenómenos (causalidad) de las dos variables.

Tipo.

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) La investigación básica o fundamental es como guía para el desarrollo del presente proyecto para comprender los principios fundamentales y teorías relacionadas con el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar. Por lo tanto, Este enfoque permite generar conocimientos que pueden ser aplicados en futuras investigaciones o mejoras prácticas

Nivel.

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) señala que, La investigación descriptiva correlacional se enfoca en observar y analizar cómo se relacionan dos o más variables sin intervenir en ellas. Este tipo de estudio permite descubrir patrones y asociaciones naturales en los datos, ofreciendo una comprensión detallada de las relaciones entre las variables en su contexto natural. A diferencia de los estudios experimentales, no pretende establecer causalidad, sino describir y predecir comportamientos basados en las correlaciones encontradas. Es una herramienta útil para generar hipótesis y orientar investigaciones futuras más detalladas.

4.2. Diseño de Investigación

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) manifiestan, que el “Diseño no experimental son estudios que no alteran deliberadamente la

variable independiente para analizar su efecto en otras variables”. En cambio, se observan los fenómenos tal como se presentan en su entorno natural para su análisis. Estos estudios son de tipo transversal o transeccional, ya que los datos se recopilan en un solo momento en el tiempo.

4.3. Hipótesis general y específicas.

4.3.1. Hipótesis general

Existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

4.3.2. Hipótesis específicas.

H.E.1:

Existe una relación significativa entre las plataformas de comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

H.E.2:

Existe una relación significativa entre los métodos de cobranza electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

H.E.3:

Existe la relación significativa entre las tecnologías de integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

4.4. Identificación de las variables.

Variable 1:

Comercio electrónico

Dimensiones:

Plataformas de comercio electrónico

Métodos de cobranza electrónico

Tecnologías de integración y automatización

Variable 2:

Gestión de cuentas por cobrar

Dimensiones:

Eficiencia en el cobro de facturas

Control y seguimiento de cuentas por cobrar

Políticas de crédito y cobranza.

4.5. Matriz de operacionalización de variables

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
Comercio electrónico	D.1: Plataformas de comercio electrónico	- Tiempo promedio de carga de la página. - Número de transacciones realizadas.	1 – 2 3 – 4	Siempre (5) Casi siempre (4)	Deficiente (12- 27) Regular (28- 43) Excelente (44- 60)	ordinal
	D.2: Métodos de cobranza electrónico	-Porcentaje de pagos procesados. -Tiempo promedio de procesamiento de cobros.	5 – 6 7 – 8	A veces (3) Casi nunca (2)		
	D.3: Tecnologías de integración y automatización	- Porcentaje de procesos automatizados. - Frecuencia de actualizaciones tecnológicas.	9 – 10 11 – 12	Nunca (1)		

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	ESCALA DE VALORES	NIVEL Y RANGOS	TIPO DE VARIABLE ESTADÍSTICA
Gestión de cuentas por cobrar	D.1: Eficiencia en el cobro de facturas	- Porcentaje de facturas cobradas a tiempo. - Índice de rotación de cuentas por cobrar.	1 – 2 3 – 4	Siempre (5) Casi siempre (4) A veces (3) Casi nunca (2) Nunca (1)	Deficiente (12- 27) Regular (28- 43) Excelente (44- 60)	ordinal
	D.2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar	- Frecuencia de revisiones de cuentas por cobrar. - Número de facturas vencidas por cliente.	5 – 6 7 – 8			
	D.3: Políticas de crédito y cobranza.	- Tasa de incumplimiento de crédito. - Porcentaje de clientes que cumplen con las políticas de crédito.	9 – 10 11 – 12			

4.6. Población – Muestra

Población.

En el presente proyecto la población comprendida como un conjunto de unidades de análisis, lo cual se encuentra conformado por 15 trabajadores de la empresa Logística Huayruro S.A.C., entre ellos (Personas que trabajan en diversas agencias de la empresa, considerando Puno, Juliaca, Arequipa, Cusco, Lima).

AGENCIA	PERSONALES	PORCENTAJE
PUNO	3	20%
JULIACA	4	27%
AREQUIPA	3	20%
CUSCO	2	13%
LIMA	3	20%
TOTAL	15	100%

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) señalan que La población se refiere al grupo completo de elementos o unidades que se encuentran dentro de un área geográfica específica y que forman parte del contexto en el cual se lleva a cabo la investigación. Este conjunto incluye todos los componentes relevantes que serán considerados en el estudio.

Muestra.

Considerado como la parte representativa de una unidad de análisis se consideró a los 15 trabajadores de la mencionada empresa en sus diversas agencias ya anteriormente mencionada.

AGENCIA	PERSONALES	PORCENTAJE
PUNO	3	20%
JULIACA	4	27%
AREQUIPA	3	20%
CUSCO	2	13%
LIMA	3	20%
TOTAL	15	100%

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) indican que se trata de determinar la cantidad de participantes necesarios para alcanzar los objetivos de la investigación. Este cálculo se realiza mediante fórmulas

matemáticas o programas estadísticos y depende del diseño del estudio, las hipótesis formuladas, la cantidad de grupos a analizar y la forma en que se medirán las variables.

Muestreo.

La muestra probabilística censal a todos lo cual consiste en un total de 15 trabajadores de la mencionada empresa dentro de los cuales son personas que trabajan en diversas agencias de la empresa, considerando (Puno, Juliaca, Arequipa, Cusco, Lima).

Según Hernández, Fernández y Baptista, (2014) para el proceso cuantitativo, la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse y delimitarse de antemano con precisión, además de que debe ser representativo de la población.

4.7. Técnicas e instrumentos de recolección de información.

Técnica

Encuesta

La investigación considera la técnica de recolección de datos a través de encuestas. Este método consiste en recopilar información de las personas sobre diversos temas con un objetivo específico, y puede realizarse de diferentes maneras dependiendo del tipo de encuesta y los objetivos que se busquen alcanzar, (Hernández y Mendoza, 2018).

Instrumento.

Cuestionario

a) El instrumento empleado en la presente investigación se considera el cuestionario de escala Likert Ordinal con las siguientes opciones: “Nunca”, “Casi nunca”, “a veces”, “Casi Siempre”, “Siempre” de los cuales será aplicado según muestra de estudio.

b) Confiabilidad, para dar la fiabilidad y valides de los respectivos instrumentos se utilizó el criterio de los expertos.

Según Hurtado, (2000) señala que se trata de los métodos empleados para recolectar datos sobre el tema en estudio. Estas herramientas

facilitan la recopilación, organización, análisis, evaluación y presentación de la información obtenida.

4.8. Técnicas de análisis y procesamiento de datos.

Para el procesamiento de datos, se utilizó el programa SPSS v. 25 para analizar la información recopilada durante el estudio. En cuanto a la prueba de normalidad, se empleó Shapiro-Wilk, que es especialmente adecuada para muestras pequeñas (menos de 50 casos). De tal modo, se pudo apreciar que los datos no tienen una distribución normal, lo que induce a utilizar estadística no paramétrica para el análisis correlacional.

V. RESULTADOS

5.1. Presentación de Resultados

Se expondrán los datos recolectados para ambas variables del estudio, utilizando el software SPSS 25 para procesar la información obtenida a través del cuestionario aplicado a cada trabajador de la empresa Huayruro S.A.C., quienes participaron en el estudio.

Datos descriptivos Variable 1: Comercio Electrónico y sus Dimensiones.

Tabla 1

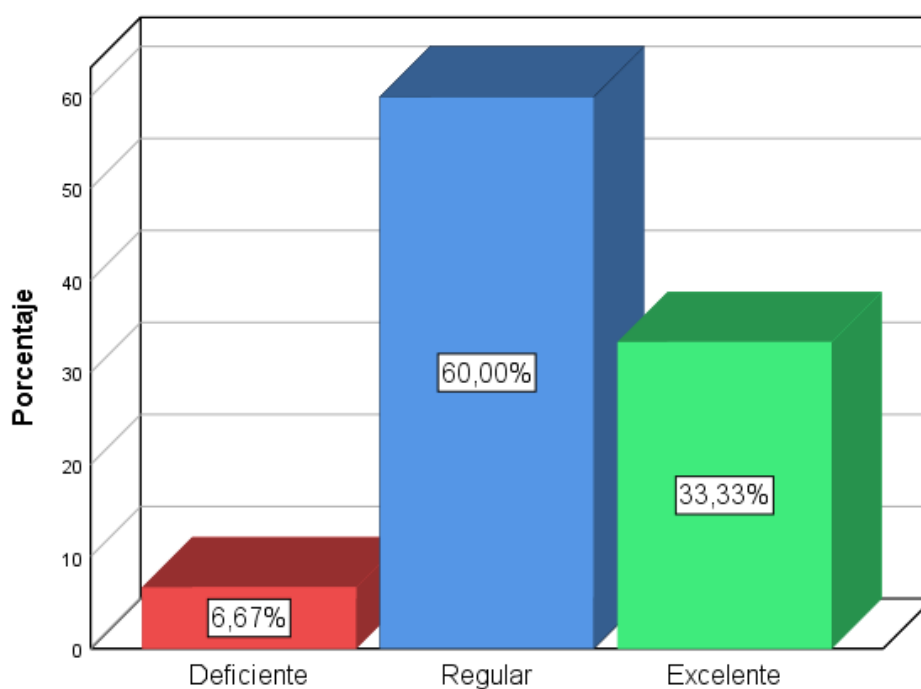
Variable 1: Comercio Electrónico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido				
Deficiente	1	6,7	6,7	6,7
Regular	9	60,0	60,0	66,7
Excelente	5	33,3	33,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 1

Resultado de la Variable 1: Comercio Electrónico



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

Tabla 2

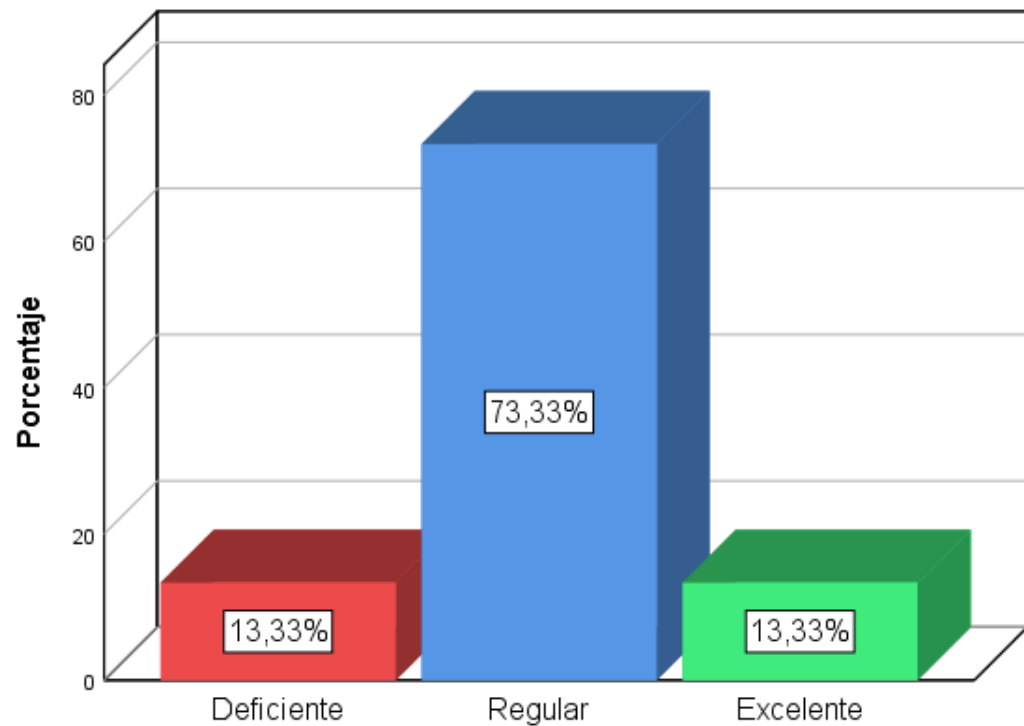
Dimensión 1: Plataformas de Comercio Electrónico

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	2	13,3%	13,3
	Regular	11	73,3%	86,7
	Excelente	2	13,3%	100,0
	Total	15	100,0%	100,0

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 2

Dimensión 1: Plataformas de Comercio Electrónico

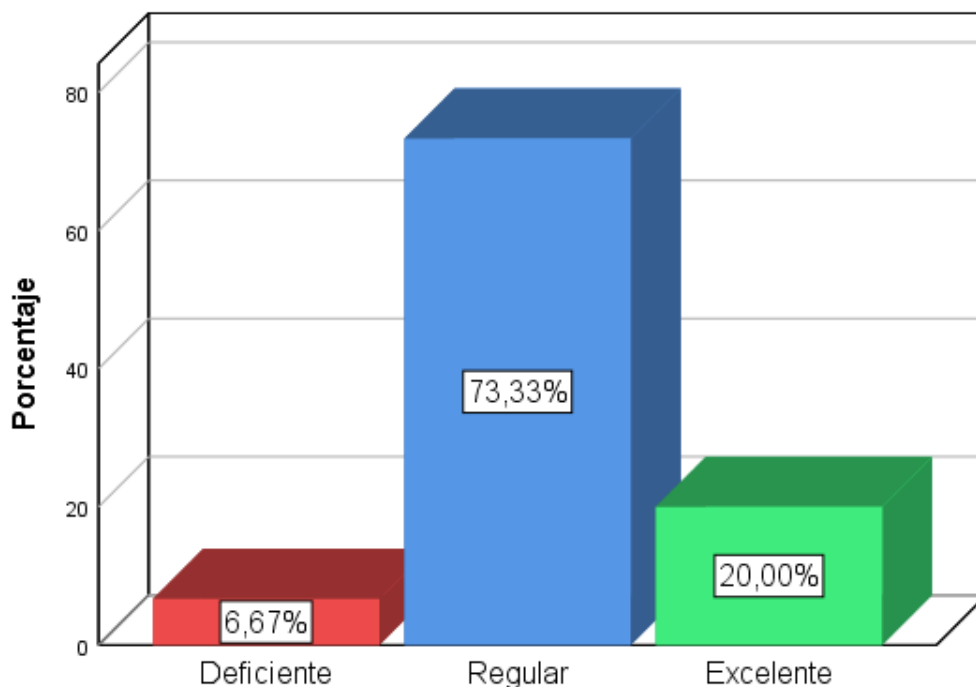


Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

Tabla 3*Dimensión 2: Métodos de cobranza electrónico*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	6,7	6,7
	Regular	11	73,3	80,0
	Excelente	3	20,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 3*Dimensión 2: Métodos de cobranza electrónico*

Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

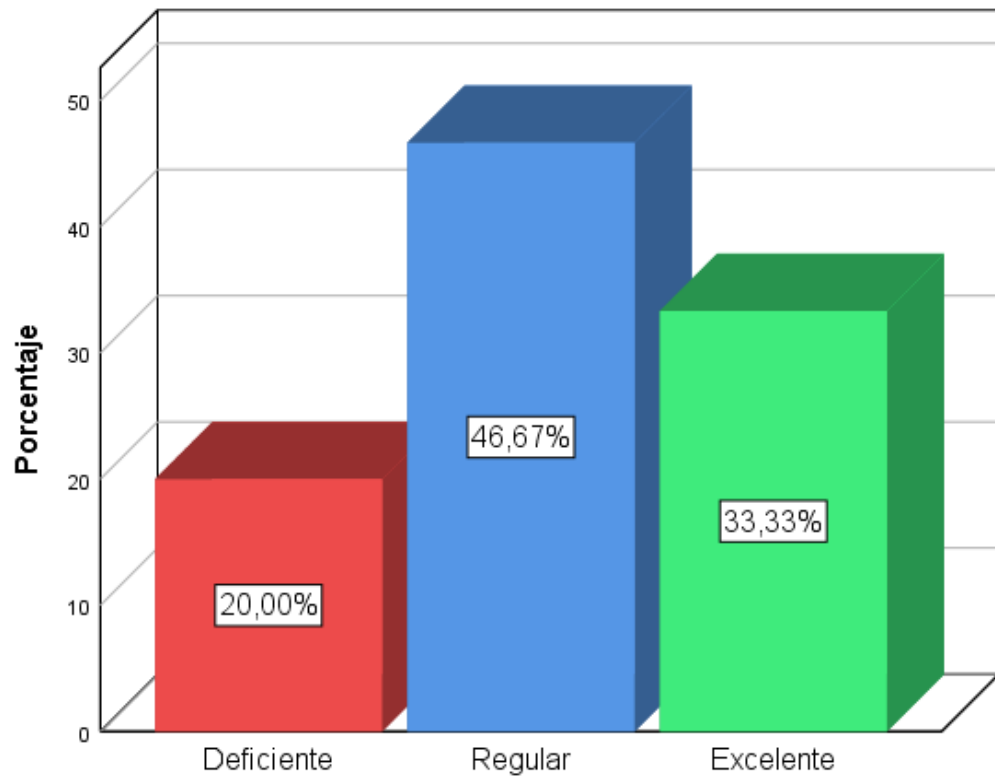
Tabla 4*Dimensión 3: Tecnologías de integración y automatización*

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	3	20,0	20,0
	Regular	7	46,7	66,7
	Excelente	5	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 4

Dimensión 3: Tecnologías de integración y automatización



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

Datos descriptivos Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar y sus Dimensiones.

Tabla 5

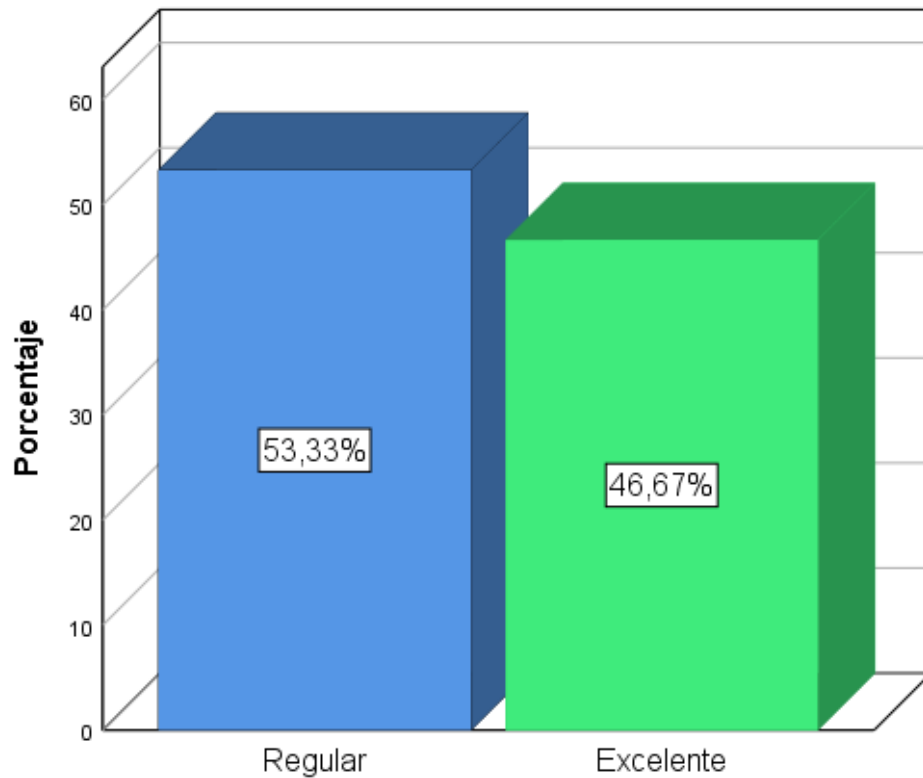
Variable 2: Gestión de Cuentas por Pagar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	8	53,3	53,3	53,3
Válido Excelente	7	46,7	46,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 5

Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

Tabla 6

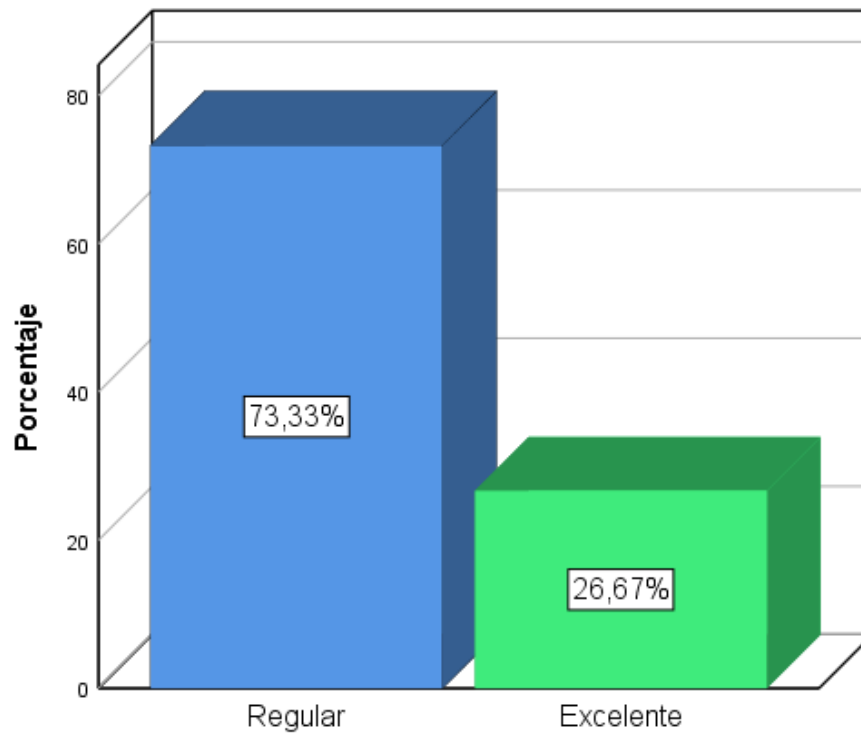
Dimensión 1: Eficiencia en el cobro de facturas

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	11	73,3	73,3	73,3
Válido Excelente	4	26,7	26,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 6

Dimensión 1: Eficiencia en el cobro de facturas



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

Tabla 7

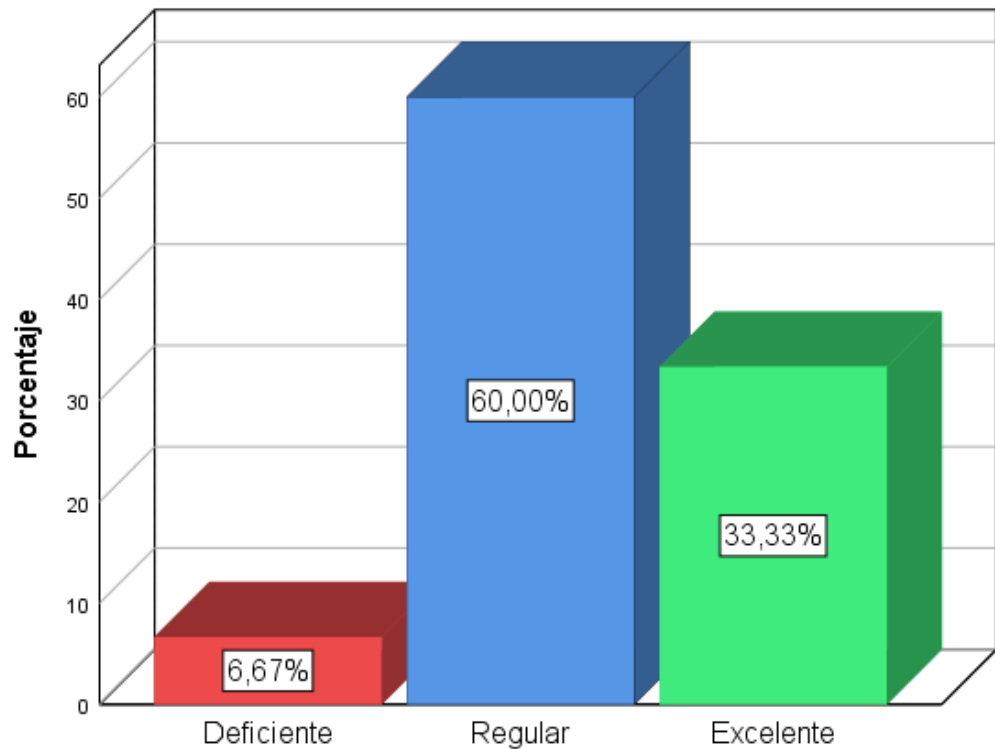
Dimensión 2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Deficiente	1	6,7	6,7
	Regular	9	60,0	66,7
	Excelente	5	33,3	100,0
	Total	15	100,0	100,0

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 7

Dimensión 2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

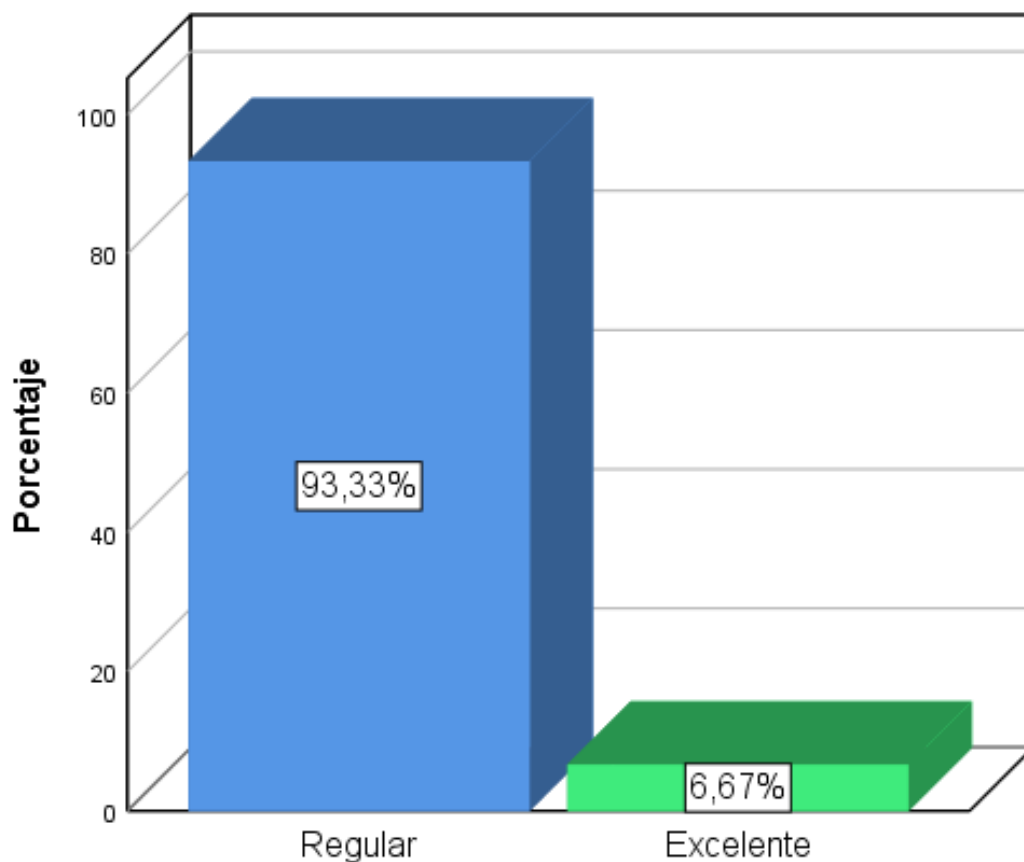
Tabla 8

Dimensión 3: Políticas de crédito y cobranza

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Regular	14	93,3	93,3	93,3
Válido Excelente	1	6,7	6,7	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Nota. Datos Procesados con Software SPSS (versión 25)

Figura 8
Dimensión 3: Políticas de crédito y cobranza



Nota. Figura procesada y Extraído del Software SPSS (versión 25)

5.2. Interpretación de resultados

En la tabla 1 y figura 1, se observa los porcentajes obtenidos de la variable de comercio electrónico; el 6.7% lo califica como nivel Deficiente, el 60.0% lo califica como nivel regular y el 33.3% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular a la variable de Comercio electrónico.

Referente a la tabla 2 y figura 2, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Plataformas de Comercio; el 13.3 % lo califica como nivel Deficiente, el 73.3% lo califica como nivel regular y el 13.3% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría

de los encuestados califica con un nivel Regular de la Dimensión de Plataformas de Comercio, dentro de la Empresa.

Referente a la tabla 3 y figura 3, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Métodos de cobranza electrónico; que el 6.7 % lo califica como nivel Deficiente, el 73.3% lo califica como nivel regular y el 20.0% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular de la Dimensión de Métodos de cobranza electrónico, dentro de la Empresa.

Referente a la tabla 4 y figura 4, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Tecnologías de integración y automatización; que el 20.0 % lo califica como nivel Deficiente, el 46.7% lo califica como nivel regular y el 33.3% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular de la Dimensión de Tecnologías de integración y automatización, dentro de la Empresa.

En la tabla 5 y figura 5, se observa los porcentajes obtenidos de la segunda variable de estudio que es Gestión de Cuentas por Cobrar; se pudo apreciar que no hubo porcentaje de calificación deficiente, lo cual el 53.3% lo califica como nivel regular y el 46.7% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular a la segunda variable de Gestión de cuentas por cobrar dentro de la empresa.

Referente a la tabla 6 y figura 6, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Eficiencia en el cobro de facturas se pudo apreciar que no hubo porcentaje de calificación deficiente, lo cual el 73.3% lo califica como nivel regular y el 26.7% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular la primera dimensión de la segunda variable que es Eficiencia en el cobro de facturas dentro de la empresa.

Referente a la tabla 7 y figura 7, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Control y Seguimiento de Cuentas por Cobrar; que el 6.7 % lo califica como nivel Deficiente, el 60.0% lo califica como nivel regular y el 33.3% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular de la segunda Dimensión y de la segunda variable que es Control y Seguimiento de Cuentas por Cobrar, dentro de la Empresa.

Referente a la tabla 8 y figura 8, se observa los porcentajes obtenidos de la Dimensión de Políticas de crédito y cobranza se pudo apreciar que no hubo porcentaje de calificación deficiente, lo cual el 93.3% lo califica como nivel regular y el 6.7% lo considera como nivel Excelente. Entonces se considera que la mayoría de los encuestados califica con un nivel Regular la tercera dimensión y propiamente de la segunda variable que es Políticas de crédito y cobranza dentro de la empresa.

VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

6.1. Análisis inferencial.

Prueba de normalidad

Tabla 9

Prueba de Normalidad

	Pruebas de normalidad					
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
COMERCIO ELECTRÓNICO	,233	15	,028	,853	15	,019
GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR	,184	15	,184	,854	15	,020

Nota. Prueba de Normalidad procesada con Software SPSS (versión 25)

Interpretación:

Según la tabla 9 de la prueba de normalidad mostrada, utilizaremos los resultados de Shapiro-Wilk, ya que el número de encuestados es menor a 50. En este estudio, con un total de 15 encuestados, el nivel de significancia para Comercio electrónico es 0.019 y para la variable de Gestión de cuentas por cobrar es 0.020. Ambos resultados son menores a 0.05, por lo que se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna, indicando que los datos no tienen una distribución normal. Por otro lado, la contrastación de hipótesis a utilizar es no paramétrica, por lo cual usaremos el Rho de Spearman.

Contraste de Hipótesis

En esta investigación se llevó a cabo la prueba de correlación de Rho Spearman para examinar las variables y dimensiones del estudio, conforme a las hipótesis formuladas.

La aplicación de esta prueba se basó en los siguientes criterios:

Si el valor de significancia es menor a 0.05, se rechaza la hipótesis nula (H_0).

Si el valor de significancia es mayor a 0.05, se acepta la hipótesis nula (Ho).

Tabla 10

Interpretación del coeficiente correlación Rho de Spearman.

VALOR	INTERPRETACIÓN
-1.00	Correlación negativa perfecta.
-0.90	Correlación negativa muy fuerte.
-0.75	Correlación negativa considerable.
-0.50	Correlación negativa media.
-0.25	Correlación negativa débil.
-0.10	Correlación negativa muy débil.
0	No existe correlación
0.10	Correlación positiva muy débil.
0.25	Correlación positiva débil.
0.50	Correlación positiva media.
0.75	Correlación positiva considerable.
0.90	Correlación positiva muy fuerte.
1.00	Correlación positiva perfecta

Fuente: Valderrama y Jaimes (2019).

Correlación no Paramétrica Rho de Spearman

Prueba de Hipótesis General

H1: Existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

H0: No Existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

Tabla 11

Correlación de Variables Comercio Electrónico y la Gestión de cuentas por Cobrar

		Variable 1: Comercio Electrónico		Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar	
Rho de Spearman	V_1: Comercio Electrónico	Coeficiente de correlación	1,000	,778**	
		Sig. (bilateral)	.	,001	
		N	15	15	
	V_2: Gestión de Cuentas por Cobrar	Coeficiente de correlación	,778**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,001	.	
		N	15	15	

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

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la tabla 11 se observa una significancia de 0.001 para las variables Comercio Electrónico y la Gestión de cuentas por Cobrar, la cual es menor a la planteada (0.05), es por ello que rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, en el Rho de Spearman se tiene 0.778, en cuanto la correlación es positiva alta por lo tanto deducimos existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la Empresa logística Huayruro S.A.C, Puno, 2024.

Hipótesis Especifica

Correlación hipótesis Especifica 1

H1: Existe una relación significativa entre las Plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

H0: No Existe una relación significativa entre las Plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

Tabla 12

Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 1

	D.1: Plataformas de comercio electrónico		D.1: Plataformas de comercio electrónico	Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar
Rho de Spearman		Coeficiente de correlación	1,000	,771**
		Sig. (bilateral)	.	,001
		N	15	15
	Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar	Coeficiente de correlación	,771**	1,000
		Sig. (bilateral)	,001	.
		N	15	15

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

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la tabla 12 observamos que el nivel de sig. es 0.001, siendo menor a 0.05. Por eso rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. En el Rho de Spearman, el valor es 0.771, lo cual indica una correlación positiva considerable. Por lo tanto, concluimos que existe una relación significativa entre las Plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. en Puno, 2024.

Correlación hipótesis Específica 2

H1: Existe una relación significativa entre los Métodos de cobranza Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

H0: No Existe una relación significativa entre los Métodos de cobranza Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

Tabla 13

Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 2

		D.2: Métodos de cobranza electrónico	Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar
Rho de Spearman	D.2: Métodos de cobranza electrónico	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	1,000 ,753**
		N	. ,001
			15 15
	Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar	Coeficiente de correlación Sig. (bilateral)	,753** ,001
		N	15 15

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

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la tabla 13 observamos que el nivel de sig. es 0.001, siendo menor a 0.05. Por eso rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. En el Rho de Spearman, el valor es 0.753, lo cual indica una correlación altamente positiva considerable. Por lo tanto, concluimos que existe una relación significativa entre los Métodos de cobranza

Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística
Huayruro S.A.C. Puno, 2024

Correlación hipótesis Específica 3

H1: Existe la relación significativa entre las Tecnologías de Integración y Automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

H0: No Existe la relación significativa entre las Tecnologías de Integración y Automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

Tabla 14

Correlación de Rho de Spearman – Hipótesis específica 3

		D.3: Tecnologías de integración y automatización		Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar	
Rho de Spearman	D.3: Tecnologías de integración y automatización	Coeficiente de correlación	1,000	,643**	
		Sig. (bilateral)	.	,010	
		N	15	15	
	Variable 2: Gestión de Cuentas por Cobrar	Coeficiente de correlación	,643**	1,000	
		Sig. (bilateral)	,010	.	
		N	15	15	

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

Fuente: Elaboración Propia

Interpretación:

En la tabla 14 observamos que el nivel de sig. es 0.010, siendo menor a 0.05. Por eso rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna. En el Rho de Spearman, el valor es 0.643, lo cual indica una relación positiva alta. Por lo tanto, concluimos que existe la relación significativa entre las Tecnologías de Integración y Automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

ANÁLISIS DE DATOS

La recolección de datos se llevó a cabo con una población de 15 trabajadores de la empresa Huayruro S.A.C., quienes participaron en el estudio. Para el análisis, se utilizaron cuestionarios que evaluaron

diferentes aspectos relacionados con el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa

Análisis de Fiabilidad

Validez

La validación de los instrumentos se llevó a cabo en el marco teórico de la "validez de contenido". Para ello, se empleó el método del "Juicio de expertos", que ayudó a refinar las preguntas del cuestionario conforme a las variables específicas de esta investigación.

Confiabilidad

Se ha determinado el tamaño de confiabilidad con la siguiente fórmula:

$$\alpha = \frac{K}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Dónde:

α = Coeficiente de Alfa de Crombach

K = N° de ítems utilizados para el cálculo

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza Total

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Reemplazando:

$\alpha = 0.879$

K = 12

$V_i = 11.236$

$V_t = 57.760$

Tabla 15

Escala: Análisis de Fiabilidad – Comercio Electrónico

Resumen de procesamiento de casos

		N	%
Casos	Válido	15	100 %
	Excluido ^a	0	0,0%
	Total	15	100 %

Tabla 16
Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Nº de elementos
0,879	12

Nota. Estadística de Fiabilidad procesado por SPSS (versión 25)

Interpretación:

El coeficiente Alfa de Cronbach se utiliza para evaluar la fiabilidad de una escala de medida y cuantificar la relación entre las variables en una investigación. Los valores comprendidos entre 0.70 y 0.90 señalan una sólida consistencia interna (Celina y Campo, 2005).

En este estudio, la confiabilidad de la primera variable Comercio Electrónico fue medida con el Alfa de Cronbach en un cuestionario comprendida de 12 preguntas, encuestadas a 15 trabajadores de la empresa, obteniéndose un valor estadístico de fiabilidad de 0.879, lo cual indica una consistencia interna “ALTA” su propósito es correlacionar con la segunda variable Gestión de cuentas por Cobrar.

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR

Confiabilidad

Para la segunda variable de la Investigación Se ha determinado el tamaño de confiabilidad con la siguiente formula:

$$\alpha = \frac{K}{k - 1} \left[1 - \frac{\sum V_i}{V_t} \right]$$

Dónde:

α = Coeficiente de Alfa de Crombach

K = N° de ítems utilizados para el cálculo

V_i = Varianza de cada ítem

V_t = Varianza Total

ANÁLISIS DE FIABILIDAD DE COMERCIO ELECTRÓNICO

Reemplazando:

$$\alpha = 0.779$$

$$K = 12$$

$$V_i = 8.933$$

$$V_t = 31.200$$

Tabla 17

Escala: Análisis de Fiabilidad – Gestión de Cuentas por Cobrar

Resumen de procesamiento de casos			
		N	%
Casos	Válido	15	100,0
	Excluido ^a	0	0,0
	Total	15	100,0

Nota. Análisis de Fiabilidad procesado por SPSS (versión 25)

Estadísticas de fiabilidad	
Alfa de Cronbach	N de elementos
0,779	12

Nota. Estadística de Fiabilidad procesado por SPSS (versión 25)

Interpretación:

En este estudio, de la misma forma para la confiabilidad de la segunda variable; Gestión de Cuentas por Cobrar, fue medida con el Alfa de Cronbach en un cuestionario comprendida por 12 preguntas, encuestadas a 15 trabajadores de la empresa, obteniéndose un valor estadístico de fiabilidad de 0.779, lo cual indica una consistencia interna “ALTA” para determinar la correlación con la primera variable comercio electrónico.

VII. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

7.1. Comparación de resultados.

En esta investigación se utilizaron dos cuestionarios, cada uno con 12 preguntas para cada variable estudiada. Tras realizar un análisis de fiabilidad utilizando el Alfa de Cronbach, se comprobó que ambos cuestionarios tenían una fiabilidad adecuada, lo que permitió su uso continuado en la ejecución del estudio.

Esta tesis tiene como principal objetivo determinar la relación entre el comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C., Puno, 2024.

En cuanto a los resultados obtenidos utilizando Rho de Spearman relacionado a la hipótesis general planteada si existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la Empresa Logística Huayruro, los datos encontrados un Rho con significancia 0.001 el que es menor a 0.05 y con un grado de correlación positiva alta de 0.778, dándonos como respuesta que existe una relación significativa entre el Comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar, de la misma forma que los resultados obtenidos concuerdan con Huamán y Mendoza (2021) en su investigación sobre el Comercio Electrónico y la Función Comercial donde tuvieron un Rho Spearman de 0.05 con una fuerte correlación positiva de 0.923 y con un nivel de confianza del 95% lo que indica que a mayor aplicación del comercio electrónico será mejor la función comercial en las Mypes de la provincia de Huancavelica.

En relación a la primera hipótesis específica, se obtuvo una significancia de 0.01 menor a 0.05 es por ello que se rechaza a la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna la cual nos dice que existe una relación significativa entre las Plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro. También se obtuvo una correlación de 0.771 positiva considerable entre la primera dimensión y la segunda variable, de igual forma los estudios realizados

por, Camacho (2021) Los resultados demostraron una relación positiva, aunque débil y significativa ($Rho= 0.384$; $p=0.036$) entre las variables Comercio Electrónico y Gestión Logística; es decir, los empleados involucrados en el comercio electrónico realizan actividades que incluyen la gestión logística.

En relación a la Segunda hipótesis específica, se obtuvo un nivel de significancia de 0.001, siendo menor a 0.05. Por eso rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, lo que indica que, existe una relación significativa entre métodos de cobranza electrónico y la Gestión de cuentas por cobrar en la Empresa Logística Huayruro, procesado el resultado con una correlación de 0.753, lo cual indica una correlación altamente positiva considerable entre la segunda dimensión y la segunda variable, de igual forma los estudios realizados por, Cruz y Hernández (2020) Conforme a la tercera hipótesis específica de su investigación, se confirma que la implementación de los métodos y las políticas de cobranza en la gestión de las cuentas por cobrar tiene una relación directa con la liquidez de la empresa MAC Ingeniería, en Lima durante el 2018.

En relación a la tercera hipótesis específica, se obtuvo un nivel de significancia de 0.010, siendo menor a 0.05. Por eso rechazamos la hipótesis nula y aceptamos la hipótesis alterna, lo que indica que existe una relación significativa entre tecnologías de Integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la Empresa Logística Huayruro procesado el resultado con una correlación de 0.643, lo cual indica una relación positiva considerable entre la Tercera dimensión y la segunda variable, de igual forma los estudios realizados por, Soler (2021) considerando las tecnologías como marketing Digital, determinó la normalidad de sus datos considerando la prueba de Kolmogorov – Smirnov debido a que su muestra era superior a 50 Individuos, demostrando que el nivel de significancia es mayor a 0.05 lo que demostró que los datos están distribuidos de manera normal, el

autor realizó en su investigación un análisis descriptivo a través del cálculo de la Media, promedio mediana, varianza, valor mínimo y valor máximo, de las cuales se procesaron que se encuentra una media de 46,3230, acompañada de una mediana de 45 y una moda de 43. La desviación estándar alcanzó 15,31797, mientras que la varianza fue de 234,640, con valores que oscilan entre un mínimo de 17 y un máximo de 79. Además, el marketing digital es mayormente percibido como regular en un 48%, lo que indica que la mayoría de los clientes consideran que la empresa utiliza estrategias para ser visible, difundir su contenido y retener clientes a través del marketing digital.

CONCLUSIONES

Con respecto a la relación entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C., Puno, 2024, correspondiente al Objetivo General, se puede concluir que existe una correlación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar. Se encontró un valor de Rho con una significancia de 0.001, lo cual es menor a 0.05, indicando una alta correlación positiva de 0.778. En este sentido, la integración del comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar no solo optimiza los procesos internos de la empresa, sino que también contribuye a mejorar la liquidez y la estabilidad financiera de la organización, demostrando ser una estrategia sumamente beneficiosa.

En relación entre las plataformas de comercio electrónico y la Gestión de cuentas por Cobrar considerado como objetivo específico 1, se concluye que se obtuvo un nivel de significancia de $Rho = 0.01$, menor a 0.05; por ello, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Además, se encontró una correlación positiva considerable de 0.771 entre la primera dimensión y la segunda variable de esta investigación, indicando una relación significativa entre las plataformas de comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Cabe destacar que la integración de plataformas de comercio electrónico no solo optimiza los procedimientos internos de la empresa, sino que también mejora su liquidez y estabilidad financiera, brindando una ventaja competitiva en un entorno logístico cada vez más digitalizado.

En relación entre los métodos de cobranza electrónico y la Gestión de cuentas por Cobrar considerado como objetivo específico 2, se concluye que se obtuvo un nivel de significancia de $Rho = 0.001$, menor a 0.05; por ello, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Además, se encontró una correlación positiva considerable de 0.753 entre la segunda dimensión y la segunda variable de esta investigación.

La adopción de métodos de cobranza electrónica en la Empresa Logística Huayruro S.A.C. no solo mejora la gestión de cuentas por cobrar, sino que también fortalece la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente, demostrando una correlación significativa entre ambas variables.

En relación entre las tecnologías de integración u automatización y la Gestión de cuentas por Cobrar considerado como objetivo específico 3, se concluye que se obtuvo un nivel de significancia de $Rho = 0.010$, menor a 0.05; por ello, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis alterna. Además, se encontró una correlación positiva considerable de 0.643 entre la tercera dimensión y la segunda variable, lo que indica una relación significativa entre las tecnologías de integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la Empresa Logística Huayruro S.A.C. Esta integración potenciará la eficiencia, transparencia y efectividad de la gestión de cuentas por cobrar, estableciendo una relación significativa entre ambas variables y destacando el valor estratégico de la digitalización en la gestión financiera.

RECOMENDACIONES

Primero.

se recomienda encarecidamente que la empresa logística Huayruro S.A.C. continúe y profundice la implementación de plataformas de comercio electrónico en sus procesos de gestión de cuentas por cobrar. Dada la alta correlación positiva encontrada ($Rho = 0.778$) y la significancia de los resultados (0.001), esta estrategia no solo mejora significativamente la eficiencia operativa y la liquidez de la empresa, sino que también refuerza la estabilidad financiera a largo plazo. Es aconsejable que la empresa invierta en capacitación para su personal y en tecnologías avanzadas de comercio electrónico, asegurando una integración fluida y efectiva que maximice estos beneficios estratégicos.

Segundo.

se sugiere que la empresa logística Huayruro S.A.C. continúe fortaleciendo la implementación de plataformas de comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar. La correlación positiva significativa ($Rho = 0.771$) y la alta significancia estadística (0.01) subrayan la eficacia de esta estrategia para optimizar los procedimientos internos, mejorar la liquidez y estabilidad financiera, y brindar una ventaja competitiva en un entorno digitalizado. Es aconsejable que la empresa invierta en la actualización constante de estas plataformas y en la capacitación de su personal para garantizar una integración eficaz y el aprovechamiento pleno de los beneficios asociados a estas tecnologías.

Tercero.

Se propone que, en función y en base a los resultados obtenidos y la correlación altamente positiva ($Rho = 0.753$) entre los métodos de cobranza electrónicos y la gestión de cuentas por cobrar, se recomienda que la Empresa Logística Huayruro S.A.C. continúe y refuerce la implementación de estos métodos en sus operaciones financieras. La significancia de 0.001, que es considerablemente menor a 0.05, respalda la eficacia de estas prácticas para optimizar la eficiencia operativa y

mejorar la liquidez de la empresa. Además, se sugiere que la empresa invierta en la capacitación del personal y en la actualización constante de sus sistemas de cobranza electrónica, garantizando así una integración efectiva y adaptativa a las necesidades cambiantes del mercado. Este enfoque no solo fortalecerá la estabilidad financiera de Huayruro S.A.C., sino que también le otorgará una ventaja competitiva significativa en el sector logístico.

Cuarto.

se recomienda que la Empresa Logística Huayruro S.A.C. invierta en la integración y automatización de tecnologías en la gestión de cuentas por cobrar. La correlación positiva considerable ($Rho = 0.643$) y la significancia de 0.010 indican una relación significativa entre estas tecnologías y la eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar. Esta implementación no solo optimizará los procesos internos, sino que también mejorará la transparencia y efectividad, fortaleciendo la estabilidad financiera de la empresa. La digitalización de estas operaciones posicionará a Huayruro S.A.C. como un competidor robusto en un mercado cada vez más digitalizado, ofreciendo una ventaja estratégica en la gestión financiera.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alza Wong, C. E., Curahua Marrujo, C. N., & Portugal Manzaneda, R. P. (2022). las cuentas por cobrar y la liquidez de las empresas manufactureras de metales y aluminio. Callao-Lima, Perú:
<https://repositorio.unac.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12952/7365/TESIS%20FCC%20ALZA%20WONG-CURAHUA%20MARRUJO-%20PORTUGAL%20MANZANEDA%202022.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Andrade Dominguez, V. K. (2016). El Control Interno de las Cuentas y Documentos por Cobrar de la Empresa Geovisión S.A. Año 2015.
<https://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/8299/1/TTUACE-2016-CA-CD00033.pdf>.
- Andrade Gómez, K. J., & Camones Fernandez, J. A. (2020). Las cuentas por cobrar y su relación con la liquidez en las MYPES del sector comercial farmacéutico Lima Metropolitana 2020. Lima, Perú:
https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/11487/1/IV_FCE_310_TE_Andrade_Camones_2022.pdf.
- Arteta Acosta, E. (2018). La factura comercial y su proceso de cobro en el ordenamiento jurídico ecuatoriano. Ecuador:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=600263661010>.
- Besembe, I. M., & Chacón, E. (2001). Objetos y Reglas de Negocios en la Integración y automatizacion de procesos de produccion continua.
https://clei.org/proceedings_data/CLEI2001/CLEI%20XXVII_Por%20Capitulo_OCR/CLEI%20XXVI_37_OCR.pdf.
- Brachfield, P. (2003). Cómo vender a crédito y cobrar sin contratiempos.
<https://www.marcialpons.es/libros/como-vender-a-credito-y-cobrar-sin-contratiempos/9788480889612/>.
- Bravo, M., & Sidney, A. (1997). Contratos modernos empresariales. Lima, Perú:
<https://legales.pe/producto/1691/contratos-modernos-empresariales>.
- Camacho Quintana, D. (2021). El comercio electrónico y gestión logística en empresas retail de Lima, Perú en el 2021. Lima, Perú:

- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/83829/Camacho_QDC-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y7.
- Carranza Lope, B. V. (2022). El comercio electrónico y su relación con la competitividad empresarial en las agencias de viajes y turismo de la Región Puno, 2020. Puno, Perú:
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/21365/Carranza_Lope_Belizabeth_Virginia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Castillo Cordoba, G. Y. (2021). Estrategias de cobranza para mejorar la liquidez de la empresa negocios Semper EIRL-Lambayeque, 2019.
<https://repositorio.uss.edu.pe//handle/20.500.12802/8005>.
- Chiriani Cabello, J. E., & Alegre Brítez, M. A. (2017). Gestión de las políticas de crédito y cobranza de las MIPYMES para su sustentabilidad financiera, Asunción. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8953140>.
- Coll Morales, F. (2024). economipedia. Obtenido de [https://economipedia.com/definiciones/intercambio-comercial.html#:~:text=El%20intercambio%20comercial%20es%20cuando,otra%20a%20cambio%20de%20algo.&text=Puede%20ser%20monetaria%20\(dinero\)%20o,para%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20riqueza](https://economipedia.com/definiciones/intercambio-comercial.html#:~:text=El%20intercambio%20comercial%20es%20cuando,otra%20a%20cambio%20de%20algo.&text=Puede%20ser%20monetaria%20(dinero)%20o,para%20la%20generaci%C3%B3n%20de%20riqueza).
- Cordova Martinez, L. (2020). Factores que Limitan la Implementación del Comercio Electronico en la MYPES de la Ciudad de Chachapoyas 2019. Chachapoyas – Perú:
<https://repositorio.untrm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14077/2126/Leyla%20Cordova%20Martinez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Cruz Montenegro , L. P., & Hernández Jara, R. D. (2020). Gestión de Cuentas por Cobrar y su Relación con Liquidez de la Empresa MAC Ingeniería S.A.C. . Lima, Perú:
<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/22880/Cruz%20Montenegro%20Liz%20Pamela%20-%20Hernandez%20Jara%20Ricardo%20Daniel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Desiree, M. (2019). Revista Digital de Redes Sociales.
https://issuu.com/pablobastidas1/docs/redes_sociales-convertido__1_.
- Gonzales, E. (2014). Finanzas en las empresas. Nautech, p. 99.

- Gutierrez Luque, S. (2022). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa Negolatina S.C.R.L. Puno, 2020. Puno, Perú:
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/18072/Gutierrez_Luque_Sonia.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Heredia Pincay, D. E., & Villarreal Satama, F. L. (2022). El comercio electrónico y su perspectiva en el mercado ecuatoriano. Ecuador:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8517517>.
- Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado , C., & Baptista Lucio , P. (2014). Metodología de la Investigación - 6º Edición . Mexico :
<https://www.esup.edu.pe/wp-content/uploads/2020/12/2.%20Hernandez,%20Fernandez%20y%20Baptista-Metodolog%C3%ADa%20Investigacion%20Cientifica%206ta%20ed.pdf>.
- Hernández-Sampieri, R., & y Mendóza, C. (2018). Metodología de la investigación, las rutas cuantitativa cualitativa y mixta. Ciudad de México, México: c Graw Hill. doi:ISBN 978-1-4562-6096-5.
- Higuerey, E. (2019). Comercio electrónico.
<https://rockcontent.com/es/blog/comercio-electronico/>.
- Huamán Pichihua, I. J., & Mendoza Soto , J. (2021). Relacion del Comercio Electronico en la Funcion Comercial de las MIPYMES de la Provincia de Huancavelica 2020. Huancavelica, Perú:
<https://apirepositorio.unh.edu.pe/server/api/core/bitstreams/45f44a72-8987-49fa-94de-31367803fe9b/content>
- Huarachi Butrón, F. (2020). Comercio electrónico en las micro, pequeñas y medianas empresas del sector turismo. Puno, Perú:
http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/18598/Huarachi_Bu tron_Felix_Eloy.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Hurtado, J. (2000). Metodología de la Investigación Holística. Caracas:
<https://ayudacontextos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/jacqueline-hurtado-de-barrera-metodologia-de-investigacion-holistica.pdf>.
- Jiménez Cervantes, V., Martínez Prats, G., & Silva Hernández, F. (2021). Revista de Investigación Académica sin Frontera. Obtenido de

- <https://revistainvestigacionacademicasinfrontera.unison.mx/index.php/RDIA/SF/article/view/372/357>
- Lara, G., & Perez, L. (2021). Procedimientos de control interno para el ciclo de ventas, cuentas por cobrar y cobros: Internal control procedures for the sales cycle, accounts receivable and collections. Editorial Yvaga: <https://revistamaya.org/index.php/maya/article/view/401/1130>.
- Laudon, K., & Traver, C. (2018). business, technology, society. Pearson. <https://thuvienshoasen.edu.vn/bitstream/handle/123456789/12669/Contents.pdf?sequence=5>.
- Laura Layme, D. M., & Huillcanina Mirano, R. (2022). Cuentas por cobrar y su relación con la morosidad de entidades financieras,. Juliaca - Puno, Perú: https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/110431/Laura_LDM-Huillcanina_MR-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Mahadevan, B. (2000). Business models for Internet-based ECommerce: : An anatomy. California Management Review, . https://www.researchgate.net/publication/228718351_Business_Models_for_Internet-Based_E-Commerce_An_Anatomy.
- Mamani Cosi, M. A. (2024). El comercio electrónico y su incidencia en las obligaciones tributarias de las mypes comercializadoras de ropa de la ciudad de Juliaca, 2021. Puno, Perú: http://tesis.unap.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14082/21624/Mamani_Cosi_Marthy_Aracely.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- Mendoza Saltos, M., & Muñoz Tuárez, G. (2023). Gestión de las cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la Fundación Centro de Apoyo y Solidaridad “Alianza”, cantón Portoviejo, año 2020. cantón Portoviejo: <file:///C:/Users/Guido/Downloads/Dialnet-GestionDeLasCuentasPorCobrarYSuIncidenciaEnLaLiqui-8995436.pdf>.
- Meza Vargas, C. (2007). Contabilidad analisis de cuentas. <https://books.google.co.cr/books?id=FdcD5qOwcMcC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>.
- Monterrubio Hernández, E. (2021). Plataformas de comercio electronico.E-commerce platforms.

- <https://repository.uaeh.edu.mx/revistas/index.php/ixtlahuaco/article/view/7623/8240>.
- Nardi, E. M. (2020). La gestión de cuentas por cobrar y pagar en la empresa MAN-SER SRL. Obtenido de <https://repositorio.21.edu.ar/handle/ues21/20287>
- Peralta, U., & Delcy, M. (2021). Incidencia de las cuentas por cobrar sobre la liquidez, en el Colegio Adventista del Atlántico Max Trummer, Colombia, durante el período 2017-2018. Colombia: <https://educas.com.pe/index.php/hechoscontables/article/view/57>.
- Rodriguez, E., & Estefanno, C. (2022). Gestión de cuentas por cobrar y su incidencia en la liquidez de la empresa agrícola Fezano S.C.R.L. de la provincia de cañete. Lima Perú: <https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/33766/Escalante%20Rodriguez%2c%20Carlos%20Estefanno.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.
- Rodriguez, J. (2023). Las 13 mejores plataformas de comercio electrónico para 2022. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/plataformas-comercio-electronico#:~:text=Las%20plataformas%20de%20comercio%20electr%C3%B3nico%20son%20aquellas%20que%20est%C3%A1n%20optimizadas,y%20conectar%20con%20sus%20clientes>.
- Soler Grillo, S. (2021). Comercio electrónico y marketing digital en tiempos de Covid-19. Análisis en una empresa privada peruana. Lima, Perú: <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/administrativas/article/view/21819/17410>.
- Vega, A. M., & Ushella, J. E. (2015). Las políticas de cobranza y su influencia en la gestión de las empresas de venta de maquinaria industrial [Universidad Nacional del Callao]. Lima, Perú: <https://repositorio.unac.edu.pe/handle/20.500.12952/1556>.
- Westreicher, G. (2021). Economipedia. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/digitalizacion.html>
- Yaurivilca Barreto , P. A., & Gastelú Ayala, T. (2019). Gestión de las cuentas por cobrar: una herramienta para mejorar las finanzas. Lima: <https://repositorio.upeu.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3f419225-7e19-4c4f-9ae8-01366f58ab51/content>.

ANEXOS

Anexo 01: Matriz de consistencia

Título: Comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

Responsables: Cutipa Mendoza, Yasmina y Perca Mamani, José Guido

PROBLEMA	OBJETIVO	HIPÓTESIS	VARIABLES	METODOLOGÍA
<p>Problema general ¿Cuál es la relación entre el comercio electrónico en la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C., Puno, 2024?</p> <p>Problemas específicos P.E.1 ¿Cuál es la relación entre las plataformas de Comercio Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?</p>	<p>Objetivo general Determinar qué relación existe entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar, en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>Objetivos específicos: O.E.1 Identificar la relación entre las plataformas de Comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa</p>	<p>Hipótesis general Existe una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>Hipótesis específicas: H.E.1 Existe una relación significativa entre las plataformas de comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la</p>	<p>Variable 1: Comercio electrónico</p> <p>Dimensiones:</p> <ul style="list-style-type: none"> - D.1: plataformas de comercio electrónico - D.2: métodos de cobranza electrónico - D.3.: Tecnologías de integración y automatización <p>Variable 2: Gestión de cuentas por cobrar</p>	<p>Enfoque: Cuantitativo</p> <p>Tipo de investigación: Básica o fundamental de corte transversal</p> <p>Nivel de Investigación: Descriptivo correlacional</p> <p>Diseño: no experimental</p> <p>Población: conformado por los</p>

<p>P.E.2 ¿Cuál es la relación entre los métodos de cobranza Electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?</p> <p>P.E.3 ¿Cuál es la relación entre las tecnologías de integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024?</p>	<p>logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>O.E.2 Identificar la relación entre los métodos de cobranza electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>O.E.3 Identificar la relación entre las tecnologías de Integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p>	<p>empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>H.E.2 Existe una relación significativa entre los métodos de cobranza electrónico y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p> <p>H.E.3 Existe la relación significativa entre las tecnologías de integración y automatización y la gestión de cuentas por cobrar en la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.</p>	<p><u>Dimensiones:</u></p> <p>- D.1: Eficiencia en el cobro de Facturas</p> <p>- D.2: Control y Seguimiento de cuentas por cobrar</p> <p>- D.3.: Políticas de crédito y cobranza.</p>	<p>15 trabajadores de la empresa Logística Huayruro S.A.C.</p> <p>Muestra: Estará representado por los 15 trabajadores de la Empresa.</p> <p>Técnica e instrumentos: Técnica: encuesta</p> <p>Instrumentos: Cuestionario</p> <p>Métodos de análisis de datos: SPSS v. 25</p>
---	--	---	---	---

Anexo 2: Instrumentos de recolección de datos

Cuestionario para medir el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa Logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024. Estimado (a) Participante: El objetivo de este cuestionario es realizar una investigación académica para determinar la conexión entre el comercio electrónico y la gestión de cuentas por cobrar de la empresa Logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024.

INDICACIONES.

1. Marque la casilla con una (X)
2. Se le solicita que conteste cada pregunta de acuerdo con las siguientes recomendaciones:

Nunca (1)	Casi nunca (2)	A veces (3)	Casi siempre (4)	Siempre (5)
-----------	----------------	-------------	------------------	-------------

Variable 1: Comercio Electrónico								
Dimensiones	Indicadores	Ítem	preguntas	1	2	3	4	5
D.1: Plataformas de comercio electrónico	Tiempo promedio de carga de la página.	01	¿Qué tan satisfecho(a) está con el tiempo de carga de la plataforma de comercio electrónico utilizada por Huayruro S.A.C.?					
		02	¿Considera que el tiempo de carga de la página influye en la decisión de los clientes al momento de completar una transacción?					
	Número de transacciones realizadas.	03	¿Considera que la plataforma de Huayruro S.A.C. facilita la realización de múltiples transacciones de manera eficiente?					
		04	¿El incremento en el número de transacciones realizadas, está directamente relacionado con las mejoras en la plataforma de comercio electrónico?					
D.2: Métodos de cobranza electrónico	Porcentaje de pagos procesados.	05	¿Qué tan satisfecho(a) estás con el porcentaje de pagos procesados a través de los métodos de cobranza electrónicos?					
		06	¿Consideras que el porcentaje de pagos procesados electrónicamente cumple con las expectativas de la empresa?					
	Tiempo promedio de procesamiento de cobros.	07	¿Qué tan eficiente consideras el tiempo promedio de procesamiento de los cobros mediante métodos electrónicos?					
		08	¿Las plataformas de comercio electrónico utilizada por Huayruro, S. A. C, minimizan los retrasos en el procesamiento de pagos?					
D.3: Tecnologías de integración y automatización	Porcentaje de procesos automatizados.	09	¿En qué medida considera que los procesos de gestión de cuentas por cobrar en la empresa están automatizados?					
		10	¿Cree que la automatización de procesos ha mejorado la eficiencia en la gestión de cuentas por cobrar?					

	Frecuencia de actualizaciones tecnológicas.	11	¿La empresa actualiza regularmente sus sistemas tecnológicos para adaptarse a las nuevas demandas del comercio electrónico?					
		12	¿Las actualizaciones tecnológicas en los sistemas de cobro y pago ocurren con la frecuencia necesaria para mantener un rendimiento óptimo?					

Variable 2: Gestión de cuentas por cobrar

Dimensiones	Indicadores	Ítem	preguntas	1	2	3	4	5
D.1: Eficiencia en el cobro de facturas	Porcentaje de facturas cobradas a tiempo.	13	¿Con qué frecuencia las facturas de la empresa Huayruro S.A.C. son cobradas dentro del plazo establecido?					
		14	¿Considera que el sistema actual de cobro de facturas garantiza que la mayoría de las facturas sean pagadas a tiempo?					
	Índice de rotación de cuentas por cobrar.	15	¿Con qué frecuencia la empresa Huayruro S.A.C. logra convertir sus cuentas por cobrar en efectivo en un plazo adecuado?					
		16	¿La empresa Huayruro S.A.C. logra recuperar sus cuentas por cobrar en un período de tiempo razonable?					
D.2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar	Frecuencia de revisiones de cuentas por cobrar	17	¿Con qué frecuencia se realizan las revisiones de las cuentas por cobrar en su área de trabajo?					
		18	¿Cuán a menudo se realiza el seguimiento de las facturas vencidas por cliente en su departamento?					
	Número de Facturas Vencidas por Cliente.	19	¿La empresa mantiene un registro actualizado de la cantidad de facturas vencidas por cada cliente?					
		20	¿Cree que el costo de cobranza actual afecta significativamente la rentabilidad de la empresa?					
D.3: Políticas de crédito y cobranza.	Tasa de incumplimiento de crédito.	21	¿Con qué frecuencia la empresa enfrenta incumplimientos de crédito por parte de sus clientes?					
		22	¿Considera que la tasa de incumplimiento de crédito de los clientes ha mejorado en el último año?					
	Porcentaje de clientes que cumplen con las políticas de crédito.	23	¿Qué tan efectivos son los controles actuales para asegurar que los clientes cumplan con las políticas de crédito?					
		24	¿El porcentaje de clientes que cumplen con las políticas de crédito, es satisfactorio para la empresa?					

Anexo 3: Ficha de validación de instrumentos de medición



UNIVERSIDAD
AUTÓNOMA
DE ICA

INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Comercio electrónico y la Gestión de cuentas por cobrar
En la Empresa Logística Huayuro SAC, Puno 2024
Nombre del Experto: Alexander Guzman Caxi Lari et al.

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	

9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

III. OBSERVACIONES GENERALES



Apellidos y Nombres del validador: *Cezar Larico Herder Gizeh*
 Grado académico: *Magister contador público*
 N°. DNI: *02416530*

Adjuntar al formato:

- *Matriz de consistencia de la investigación (Cuantitativo) ó matriz de categorización apriorística (cualitativo)
- *Matriz de Operacionalización de variables (Cuantitativo) ó matriz de categorías y subcategorías (Cualitativo)
- *Instrumento(s) de recolección de datos



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Comercio electrónico y la Gestión de cuentas por cobrar de la empresa logística Huayruro S.A.C. Puno, 2024

Nombre del Experto: MARIELA SALAS LUZA

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	CUMPLE	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	CUMPLE	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	

MARIELA SALAS LUZA
MAT. Nº 104-05674
Código de identificación profesional

9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

III. OBSERVACIONES GENERALES



MARIELA SALAS LUZA
 MAT. N° 09-05674
 COLEGIO DE CONTADORES PÚBLICOS DE PUNO

Apellidos y Nombres del validador: SALAS LUZA MARIELA
 Grado académico: CONTADORA PÚBLICA
 N°. DNI: 46898494

Adjuntar al formato:

- *Matriz de consistencia de la investigación (Cuantitativo) ó matriz de categorización apriorística (cualitativo)
- *Matriz de Operacionalización de variables (Cuantitativo) ó matriz de categorías y subcategorías (Cualitativo)
- *Instrumento(s) de recolección de datos



INFORME DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES

Título de la Investigación: Comercio electrónico y la Gestión de cuentas por cobrar
de la Empresa Logística Huayruro S.A.C. Puno 2024.

Nombre del Experto: DANTE PARI CCANCAFA

II. ASPECTOS QUE VALIDAR EN EL INSTRUMENTO:

Aspectos Para Evaluar	Descripción:	Evaluación Cumple/ No cumple	Preguntas por corregir
1. Claridad	Las preguntas están elaboradas usando un lenguaje apropiado	Cumple	
2. Objetividad	Las preguntas están expresadas en aspectos observables	Cumple	
3. Conveniencia	Las preguntas están adecuadas al tema a ser investigado	Cumple	
4. Organización	Existe una organización lógica y sintáctica en el cuestionario	Cumple	
5. Suficiencia	El cuestionario comprende todos los indicadores en cantidad y calidad	Cumple	
6. Intencionalidad	El cuestionario es adecuado para medir los indicadores de la investigación	Cumple	
7. Consistencia	Las preguntas están basadas en aspectos teóricos del tema investigado	Cumple	
8. Coherencia	Existe relación entre las preguntas e indicadores	Cumple	

CPIC DANTE PARI CCANCAFA
MANT. N° 50922
CARRERA DE INGENIERIA EN SISTEMAS DE INFORMATICA

9. Estructura	La estructura del cuestionario responde a las preguntas de la investigación	Cumple	
10. Pertinencia	El cuestionario es útil y oportuno para la investigación	Cumple	

III. OBSERVACIONES GENERALES



Apellidos y Nombres del validador: PARI CCANCAPA DANTE
 Grado académico: CONTADOR PUBLICO
 N° DNI: 44780800

Adjuntar al formato:

- *Matriz de consistencia de la investigación (Cuantitativo) ó matriz de categorización apriorística (cualitativo)
- *Matriz de Operacionalización de variables (Cuantitativo) ó matriz de categorías y subcategorías (Cualitativo)
- *Instrumento(s) de recolección de datos

Anexo 4: Base de datos

Dimensiones	V_1: COMERCIO ELECTRÓNICO												V_2: GESTIÓN DE CUENTAS POR COBRAR												
	D.1: Plataformas de comercio electrónico				D.2: Métodos de cobranza electrónico				D.3: Tecnologías de integración y automatización				D.1: Eficiencia en el cobro de facturas				D.2: Control y seguimiento de cuentas por cobrar				D.3: Políticas de crédito y cobranza				
Indicadores	Tiempo promedio de carga de la página.		Número de transacciones realizadas.		Porcentaje de pagos procesados		Tiempo promedio de procesamiento de cobros		Porcentaje de procesos automatizados		Frecuencia de actualizaciones tecnológicas		Porcentaje de facturas cobradas a tiempo.		Índice de rotación de cuentas por cobrar.		Frecuencia de revisiones de cuentas por cobrar		Número de Facturas Vencidas por Cliente.		Tasa de incumplimiento de crédito.		Porcentaje de clientes que cumplen con las políticas de crédito.		
Sujeto	Ítem m1	Ítem m2	Ítem 3	Ítem 4	Ítem m5	Ítem m6	Ítem 7	Ítem 8	Ítem 9	Ítem 10	Ítem 11	Ítem 12	Ítem 13	Ítem 14	Ítem 15	Ítem 16	Ítem 17	Ítem 18	Ítem 19	Ítem 20	Ítem 21	Ítem 22	Ítem 23	Ítem 24	
Trab_01	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	5	3	3	4	3
Trab_02	2	4	1	4	2	2	4	2	3	3	5	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	2	2
Trab_03	4	3	2	4	4	5	2	2	3	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3
Trab_04	4	2	4	5	4	5	4	2	4	5	4	5	4	3	5	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4
Trab_05	2	1	3	2	2	3	2	1	2	3	1	1	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2
Trab_06	3	3	1	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	4	2	3	2	2
Trab_07	2	5	3	4	2	5	3	4	3	5	5	4	4	4	3	2	4	4	5	5	2	2	2	5	5
Trab_08	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	2	4	3	4	4	4
Trab_09	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4
Trab_10	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4
Trab_11	2	4	2	3	2	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	2	3	4	5	4	3	4	4	4
Trab_12	4	3	3	4	4	5	4	2	3	4	4	2	3	5	2	4	4	3	5	4	2	5	2	3	3
Trab_13	2	4	3	5	3	4	3	3	5	5	3	3	4	5	4	4	2	3	4	5	3	4	3	4	4
Trab_14	2	3	1	3	2	3	3	2	2	3	3	1	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2
Trab_15	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Anexo 5: Evidencia fotográfica









Anexo 6: Informe de turnitin al 28% de similitud



17% Similitud general

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

Filtrado desde el informe

- ▶ Bibliografía
- ▶ Coincidencias menores (menos de 15 palabras)

Fuentes principales

- 13% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alerta de integridad para revisión

- Texto oculto**
141 caracteres sospechosos en N.º de página
El texto es alterado para mezclarse con el fondo blanco del documento.

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.



Fuentes principales

- 13% Fuentes de Internet
- 2% Publicaciones
- 10% Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	repositorio.automadeica.edu.pe	3%
2	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2024-06-12	2%
3	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	2%
4	Internet	hdl.handle.net	2%
5	Internet	www.repositorio.automadeica.edu.pe	1%
6	Trabajos entregados	Universidad Autónoma del Peru on 2022-02-24	1%
7	Trabajos entregados	Universidad Peruana de Las Americas on 2022-10-30	1%
8	Trabajos entregados	College of Alameda on 2023-07-20	1%
9	Internet	repositorio.upci.edu.pe	0%
10	Trabajos entregados	Universidad Peruana de Las Americas on 2022-05-13	0%
11	Trabajos entregados	Escuela de Posgrado Newman on 2024-01-11	0%

12	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2023-06-10	0%
13	Internet	repositorio.utelesup.edu.pe	0%
14	Publicación	Sonia Francisca Soler Grillo. "Comercio electrónico y marketing digital en tiempos...	0%
15	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2023-07-02	0%
16	Internet	tesis.unap.edu.pe	0%
17	Internet	docs.google.com	0%
18	Internet	repositorio.autonoma.edu.pe	0%
19	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2018-12-10	0%
20	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-07	0%
21	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-12-12	0%
22	Trabajos entregados	Universidad Privada del Norte on 2024-07-02	0%
23	Publicación	Juan José Climent Ferrer. "Educación en información comunicación: análisis y pro...	0%
24	Trabajos entregados	Universidad Nacional Federico Villarreal on 2024-08-23	0%
25	Trabajos entregados	Universidad San Ignacio de Loyola on 2024-07-01	0%

26	Internet	repositorio.uss.edu.pe	0%
27	Trabajos entregados	Dept Uniagraria Fundación Universitaria Agraria de Colombia on 2024-07-12	0%
28	Trabajos entregados	Universidad Cesar Vallejo on 2016-03-04	0%
29	Trabajos entregados	Universidad Peruana de Las Americas on 2021-10-07	0%