

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VI. Vol. VI. N°1. Edición Especial. 2020

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

[DOI 10.35381/cm.v6i1.351](https://doi.org/10.35381/cm.v6i1.351)

E-logistic: Herramienta en la cadena de suministro para el manejo del comercio electrónico

E-logistic: Tool in the supply chain for the management of electronic commerce

Raysa Chirino-García

rchirino@urbe.edu.ve

Universidad Privada Rafael Beloso Chacín, Maracaibo

<https://orcid.org/0000-0002-0336-2870>

Geovanni Urdaneta

giovanniurdaneta@unicersar.edu.co

Universidad Popular del Cesar, Valledupar

Colombia

<https://orcid.org/0000-0002-9536-5277>

Marlene Mejías-Reales

marlenemejia@unicesar.edu.co

Universidad Popular del Cesar, Valledupar

Colombia

<https://orcid.org/0000-0001-6654-3989>

Recibido: 01 de abril de 2020

Aprobado: 15 de junio de 2020

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VI. Vol. VI. N°1. Edición Especial. 2020

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación fue analizar la E-logística como herramienta en la cadena de suministro para el manejo del Comercio Electrónico. Esta investigación se fundamentó en los postulados teóricos de los autores Ruiz (2015), Robusté y Dante, (2003), Gariboldi (2009), De Navarro (2007), Serra de la Figuera (2005), entre otros, además se cataloga como un estudio documental bibliográfico, orientado a evaluar la importancia de la e-logística como herramienta en la cadena de suministro para el manejo del Comercio Electrónico, conocido también como e-commerce o e-business. De ahí que, con el resultado de este estudio se arguye que tanto la e-logística como el comercio electrónico van a permitir mitigar el problema de satisfacción del cliente, pues proporcionarán mecanismos de apoyo a los procesos de negocio mediante el internet o la red, en mercados globalizados y altamente competitivos, redundando en disminución de costos y mejoras en la cadena de suministro.

Descriptor: Comercio electrónico; suministro; satisfacción; mercado. (Palabras del Tesoro UNESCO).

ABSTRACT

The main objective of this research was to analyze E-logistics as a tool in the supply chain for the management of Electronic Commerce. This research was based on the theoretical postulates of the authors Ruiz (2015), Robusté and Dante, (2003), Gariboldi (2009), De Navarro (2007), Serra de la Figuera (2005), among others, it is also classified as a bibliographic documentary study, aimed at evaluating the importance of e-logistics as a tool in the supply chain for the management of Electronic Commerce, also known as e-commerce or e-business. Hence, with the result of this study, it is argued that both e-logistics and electronic commerce will mitigate the problem of customer satisfaction, since they will provide support mechanisms for business processes through the internet or the network, in globalized and highly competitive markets, resulting in lower costs and improvements in the supply chain.

Descriptors: Electronic Commerce; supply; satisfaction; market. (Words from UNESCO Thesaurus).

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

INTRODUCCIÓN

El auge en las plataformas de negocios que vinculan su actividad comercial con el entorno electrónico y digital dependen de la correcta integración de todas las etapas por las que transcurre la actividad de una empresa y en las que se genera valor agregado, por cuanto es menester poseer una adecuada gestión logística asegurando la colaboración y cooperación entre las distintas partes implicadas, bien sea desde sus proveedores hasta conseguir la fidelización de los potenciales clientes finales.

De manera que, para que estos procesos se realicen de forma automática y con una integración completa de la gestión a través de Internet se han desarrollado distintas aplicaciones de software que ponen en contacto toda la cadena de suministro tales como las SCM, CRM, y ERP; ello es, planificación de recursos empresariales, gestor de relaciones con el cliente y administración de redes de suministro, entre otros.

En ese sentido, el comercio electrónico incluye diversas vías de transacción de negocios, en las cuales las partes interactúan electrónicamente, en lugar de hacerlo en forma física; Implica establecer contacto con clientes, intercambiar información, vender, realizar soporte pre y posventa, efectuar pagos electrónicos y distribuir productos entre otras maneras de negociar electrónicamente.

Sobre la base de las ideas anteriormente planteadas, con este estudio se pretendió analizar la E-logística como herramienta en la cadena de suministro para el manejo del Comercio Electrónico, describiendo la importancia de las fases de la cadena de suministro en el contexto del e-commerce o e-business también conocido como comercio electrónico. Cabe resaltar que, en la actualidad los costos, la rentabilidad así como la tecnología desempeñan un papel determinante en los modelos de negocios modernos considerando las oportunidades que se presentan en el entorno virtual para agilizar los procesos con relación al acceso de información de la empresa además de la realización de compras en tiempo real que puedan efectuar los clientes.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

METODOLOGÍA

Esta investigación se encuentra definida por el contenido que se aborda. En este sentido, el tipo de investigación es documental y descriptivo. En este sentido, Hernández, Fernández y Baptista (2016) consideran la investigación documental como aquel “estudio sistemático, secuencial, formal y teórico que recolecta, científicamente los datos. Debido a ello, la información fue estructurada de acuerdo con su complementariedad y complejidad; seleccionada, clasificada, evaluada con base a la técnica de análisis de contenido: empírico, impreso o publicado en medios electrónicos, entre otros, que sirven de fuente para este estudio documental con diseño bibliográfico, donde se analizaron, desde una perspectiva teórica, las categorías que lo sustentan.

Al respecto, Fontaines (2012, p.130) señala que la modalidad documental se orienta hacia “la recolección de datos mediante el manejo de documentos de diversa índole”; por consiguiente, se procedió a la búsqueda de información preliminar en fuentes bibliográficas, escritas y electrónicas referidas, para organizar y desarrollar la presente investigación.

ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

En este segmento, se efectuará el abordaje de los basamentos teóricos que sustentan las variables objeto de análisis de esta investigación como lo son: E-logistic y Comercio electrónico o e-commerce conocido también como e-business. Dentro de este contexto, es perentorio aclarar que esta disciplina tiene sus cimientos en la logística o logística integral, la cual de acuerdo con Dekker, Bloemhof & Mallidis (2011) citado por Manjarres y Chirino (2020), la logística siempre ha sido un aspecto importante dentro de las organizaciones, pues sirve de apoyo empresarial dada la incorporación de las nuevas tecnologías para el manejo de las operaciones, lo cual se traduce en un rol fundamental que además genera valor agregado.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

Complementan Manjarres y Chirino (2020) que, la logística ejerce un rol estratégico en las funciones empresariales vinculadas a la cadena de suministros tanto de los clientes, proveedores; así como, a los procesos de producción, para ulteriormente lograr la satisfacción del cliente, lo cual redundará en beneficios, tales como: reducción de costos, calidad y seguridad del servicio. En este sentido, en el próximo segmento se ilustra en la figura No. 1, un diagrama que refleja el proceso logístico, así como distribución:

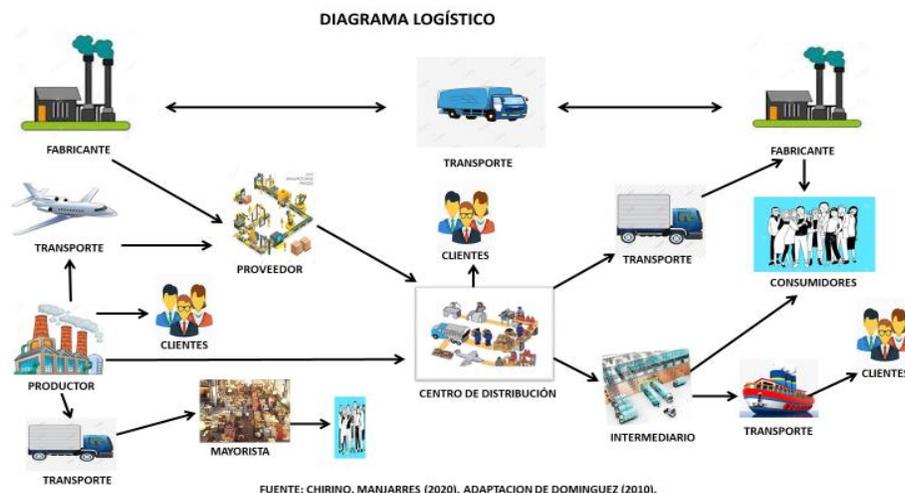


Figura 1. Diagrama Logístico.

Volviendo la mirada a lo antes planteado, Gariboldi (2009) refiere que las nuevas modalidades de comercio provocan la modificación de toda la cadena de producción, como también la forma de venta de productos y servicios. Asimismo, señala: Una empresa que vende a través de la Red u online, ordenará que sus proveedores tengan la capacidad de interactuar fluidamente por mediante el mismo canal. De modo que, se producen los distintos intercambios comerciales, donde los clientes, socios, proveedores y distribuidores estarán interconectados, generando y compartiendo información.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

Por su parte, Robusté y Dante, (2003), señalan que la logística del comercio electrónico o E-logistics, tiene en cuenta el valor que internet presta a ese proceso paraguas, bajo el cual se crean los productos, así como se entregan al cliente, es decir, a la cadena de suministro tradicional. En el mismo contexto, Tapscott (2002), señala directamente hacia el efecto de los cambios en las estructuras de los costos de las empresas existentes para incidir sobre su competitividad, siendo el diferencial de rentabilidad la marca meta de las nuevas empresas para entrar en este nuevo mercado.

El mismo orden de ideas, numerosas empresas se valen del uso de la tecnología para promover actividades enfocadas en B2B (Business to Business), como también al B2C; ello es, Business to commerce, las cuales representan vías de acceso a la información y comunicación sobre productos, servicios y preferencias del consumidor. En este particular la e-logistics o logística electrónica, juega un papel fundamental y de soporte para mantener la competitividad de las compañías que lo implementan.

Cabe señalar que, la logística como la parte de la cadena de suministro plantea, implementa y controla la eficiencia, el flujo efectivo y almacenamiento de productos, servicios e información relacionada desde el punto de origen hasta el punto de consumo con el fin de cumplir con los requerimientos de los consumidores. Dentro del mismo contexto, Ibeas (2000), destaca como el internet permite mejorar relaciones dentro de la empresa mediante la creación de Intranet, generando a su vez una reducción de costo de papel y de conectividad, y de tiempo de procesos que se traduce en un incremento de productividad; así pues, se analizará cada una de las partes de la cadena de suministro dentro del contexto del comercio electrónico.

Adicionalmente a lo anterior es deseable que las organizaciones establezcan indicadores para poder medir la gestión logística ya que existe la máxima común que “no se puede administrar lo que no es medible”, de manera que Mora, (2004) citado por Arango, Zapata, Ruiz (2004), Vásquez y Zapata, (2017), diseñaron una estructura para coadyuvar a la medición del desempeño de las actividades logísticas de abastecimiento y

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

distribución a nivel interno (procesos) y externo (satisfacción del cliente final) mediante los cuales, entre otros aspectos, buscan medir la satisfacción de las expectativas del cliente reduciendo los tiempos de entrega así como la optimización del servicio prestado, lo cual se traduciría en reducción de gastos para aumentar la eficiencia operativa.

E-logistic

Con respecto al término, Durán y otros (2001), la definen como un conjunto de actividades logísticas que se realizan utilizando las facilidades que ofrece Internet. Por otra parte, Serra de la Figuera (2005), señala que la e-logistic no es solamente la logística asociada al comercio electrónico; es más que eso, es también los efectos y cambios que se producen en la logística convencional con la aparición de las tecnologías relacionadas con Internet.

De acuerdo con lo anterior, Robusté y Dante, (2003) al comentar sobre los conceptos analizados, advierten que estos están referidos al proceso de proyectar, implementar y controlar un flujo de materia prima, inventario en proceso, productos terminados e información relacionada desde el punto de origen hasta el de consumo de una forma eficiente y lo más económica posible para cumplir con los requerimientos del cliente final mediante la utilización de la tecnología de la comunicación.

Por otro lado, es pertinente señalar que en las empresas del contexto electrónico suelen tercerizarse mediante la figura del outsourcing, algunas partes del proceso de acuerdo con el tamaño y fuerza del negocio; en cambio, las más grandes suelen crear sus propios canales, mientras que algunas utilizan canales mixtos entre propios y de terceros. Finalmente, para De Navarro (2007) la e-logistic es la logística en el comercio electrónico, que facilita el intercambio de información y colaboración entre organizaciones.

Vale la pena resaltar que, parte de la razón por la cual algunas organizaciones o emprendedores contratan estos servicios es para contar con los beneficios de una economía de escala a un menor costo. De ahí que, los investigadores infieren que los

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

objetivos de la e-logistic crean y mantienen una base como soporte para las relaciones satisfactorias con el cliente, para el manejo de costos y rentabilidad dentro de una organización.

Fases de la cadena de suministro en el contexto del e-commerce

En esta sección se analizan los factores para la gestión de los productos que se deben tener en cuenta al considerar la inclusión de las tecnologías de la información en los procesos de logística, considerando que para la gestión de la Cadena Logística (SCM) tenga éxito han de integrarse las actividades con adecuadas herramientas de soporte a la decisión que incluyan sistemas de información geográfica para combinar bases de datos con mapas digitales de acuerdo con Robusté y Dante, (2003).

En ese contexto, los comercios online se ocupan fundamentalmente de la entrega del producto, con un proceso que sea fiable y flexible, tanto en horarios, como en plazos y lugares de entrega, mientras que a los operadores logísticos les interesa añadir servicios que incorporen valor añadido. Además, hay que tener en cuenta que se deben englobar los servicios de preparado, almacenamiento y posterior entrega ya que se tiende a la subcontratación de los servicios de almacenamiento.

Sobre la base de las ideas planteadas, Robusté y Dante (2003), clasifican las fases de la e-logistic en tres grandes bloques, tal como lo muestra la Figura 2:

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

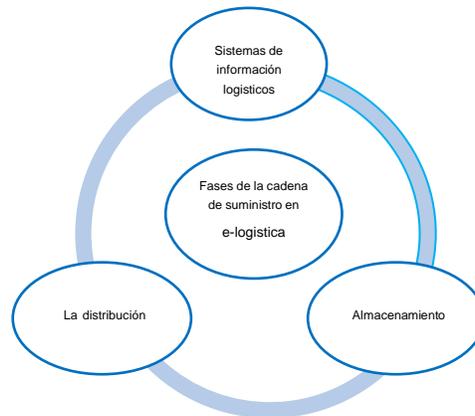


Figura 2. Fases de la e-logística.

Fuente: Robusté y Dante (2003).

Desde otra perspectiva, los sistemas de información logísticos refieren a la necesidad de poseer plataformas tecnológicas que puedan almacenar toda la información en cuanto al inventario, los pedidos, las devoluciones de los clientes, el deterioro de los productos, así como incluye la optimización de los periodos de tiempo en el pedido desde su encargo hasta la entrega en la dirección.

En el próximo segmento, se ilustra el proceso de almacenamiento como punto clave del uso de las nuevas tecnologías en la logística, “es la gestión del almacén”, realizando los esfuerzos necesarios para rebajar el tiempo que un producto está en el almacén, agilizando los procesos de embalaje, etiquetado de productos y el servicio de paquetería y entrega, con la finalidad de ahorrar dinero. Finalmente, la distribución al momento de controlar los pedidos desde el primer minuto. En consecuencia, se debe implementar procesos como los avisos de entrega, la facturación y el pago de los productos.

En correspondencia con los razonamientos que se han venido realizando, Serra de la Figuera (2005) clasifica las fases de la cadena de suministro para efectos de e-logística en dos grandes bloques: (a) La atención al cliente y (b) La planificación de la gestión logística

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

o *e-fulfillment*, considerados como elementos claves dentro del desarrollo de negocios de las empresas que utilizan el comercio electrónico o el e-commerce también conocido como e-business.



Figura 3. Fase de la cadena de suministros.

Fuente: Serra de la Figuera (2005)

Ahora bien, los investigadores comentan que en la figura 3, se evidencia el primer bloque de servicio al cliente, encargado de las entregas a tiempo; así como, del estricto cumplimiento del horario de entrega, siendo ésta una de las principales características que distingue a la empresa con relación a las entregas realizadas por empresas de paquetería, transporte y operadores logísticos para los negocios tradicionales. Asimismo, se encarga de facilitar información en tiempo real mediante la red al cliente; se encargan igualmente de realizar entregas completas y solo mantener en stock productos en condiciones óptimas para venta.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

En esta área, también se gestiona la personalización de productos y las devoluciones, en los casos donde el cliente no está satisfecho. Con respecto al segundo bloque mostrado en la figura, condensa los aspectos más importantes en la gestión logística o e-fulfillment para los clientes de la red, entre los cuales se observan: la gestión de inventarios y disponibilidad de los productos, siendo la tendencia actual en la gestión de inventarios, mantener bajos los niveles de stock, para ahorrar costos.

Para equilibrar la minimización de los costos de inventario y maximizar el servicio al cliente, se requiere una gestión adecuada de inventarios, decisiones de cuándo efectuar un pedido o fabricar un lote, la cantidad ideal del lote, devoluciones, control sobre las cantidades de stock, entre otros. Del mismo modo, se necesita la gestión de almacenes para el manejo inteligente con un diseño más flexible, dinámico y abierto para poder dar cobertura a múltiples y pequeños pedidos; para ello, deberán articularse desde la perspectiva del nuevo canal las operaciones de recepción de pedido, almacenaje, preparación de pedidos, salida de pedidos y gestión de devoluciones.

En esta instancia, los investigadores resaltan que, las posturas de los autores Durán y otros (2001) y Serra de la Figuera enfatizan que en la e-logistic, evidencian como los cambios que se generan a la logística tradicional mediante la implementación de las tecnologías de la comunicación para aportar valor a los negocios que utilizan el comercio electrónico como núcleo de su modelo de negocio. Asimismo, Robusté y Dante, (2003) y De Navarro (2007) comenta los beneficios que representan para la organización la inclusión de esta modalidad para facilitar el flujo de información entre el consumidor y la empresa, así como la importante reducción de costos que esta representa para la organización; esto no sin destacar el alto grado de integración, colaboración y sinergia que debe existir dentro de las diferentes áreas que funcionan para llevar a cabo un excelente servicio.

A partir de los postulados de los autores Serra de la Figuera (2005) y Robusté y Dante (2003), los investigadores visualizan que en las principales fases de la cadena de

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

suministro para el efectivo manejo de la cadena de distribución mediante la e-logistic, observan una serie de bloques que abarcan desde el servicio al cliente e incluyen una gestión de la información y en tiempo real que sea clara y transparente para el cliente, además un manejo inteligente de las existencias o stock de inventarios con productos en óptimo estado que puedan ser entregados al cliente en tiempos establecidos, así como coadyuvar a minimizar los costos de mantenimiento para la empresa.

Por otro lado, en cuanto al control interno las empresas dentro de su sistema de logística deben poseer técnicas, así como medios que permitan controlar y clasificar cada ítems o producto de manera que estos sean identificados correctamente para evitar los errores o desviaciones en las entregas.

En síntesis, los investigadores evidencian que los procesos logísticos vinculados a la entrega y distribución de sus productos, observados en los constructos teóricos señalados por De Navarro (2007) como el tamaño y modelo de negocio de la empresa que utiliza el comercio electrónico o e-business o e-commerce juega un rol determinante en la creación de canales así como medios propios de transporte y distribución, o si por el contrario se recurre a la tercerización (outsourcing) de este servicio mediante empresas especialistas en el área para aquellas empresas más pequeñas y emprendedores de manera que puedan obtener los beneficios de una economía de escala a un menor costo operativo.

DISCUSIÓN

Al confrontar lo inherente a la logística o logística integral, se evidencian las posturas teóricas abordadas por Dekker, Bloemhof & Mallidis (2011) citado por Manjarres y Chirino (2020) al coincidir que la logística juega un papel preponderante en las funciones estratégicas de las organizaciones puesto están asociadas a la cadena de suministros que repercute en los beneficios, tales como: reducción de costos, calidad y seguridad del servicio, entre otros.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

Desde otra perspectiva, Gariboldi (2009) comenta sobre las modalidades del intercambio comercial online a lo que Robusté y Dante, (2003), complementan el valor que otorga la E-Logística a ese proceso dado que las operaciones se efectúan con mayor celeridad y con menos costos. En este sentido, la posición de Robusté y Dante, (2003) son concurrentes con la planteada por Tapscott (2002), quien sostiene que el aspecto diferenciador en las empresas viene dado por la estructura de costos ya que incide en la competitividad, así como en la forma de penetración a nuevos mercados.

A lo anterior se añade lo planteado por Ibeas (2000), quien resalta la importancia del internet así como la conectividad, los cuales permiten reducir los costos de papel, tiempo en los procesos, lo cual redundará en un incremento de productividad dentro del contexto del comercio electrónico; así pues, la e-logistics o logística electrónica, tiene un rol fundamental y de soporte para mantener la competitividad de las empresas que lo implementan. En esta instancia, Mora, (2004) citado por Arango, Zapata, Ruiz (2004), Vásquez y Zapata, (2017) comentan que para poder administrar se debe implementar un sistema de indicadores que permitan la medición y contribuyan a una toma de decisiones eficaz y oportuna, lo cual se traduce en optimización del servicio prestado.

Dentro de otro contexto, al cotejar la postura de Durán y otros (2001) con la de Serra de la Figuera (2005), se observan coincidencias; puesto que, ambos señalan las facilidades que ofrece el internet para el comercio electrónico ya que el uso de tecnologías genera cambios importantes a la logística convencional originando un cambio de paradigma al establecer un puente entre el internet y el internet de las cosas.

Vale la pena comparar lo comentado por Robusté y Dante, (2003) y lo planteado por De Navarro (2007) quienes concuerdan e-logistic favorece el intercambio de información y colaboración entre organizaciones ya que establecen y sustentan una base para proporcionar relaciones provechosas con el cliente, para el manejo de costos en busca de una rentabilidad dentro de una organización.

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

Ha llegado el momento del abordaje de las fases de la cadena de suministro en el contexto del e-commerce o comercio electrónico, al confrontar los aportes de Robusté y Dante, (2003) con los de Serra de la Figuera (2005) y De Navarro (2007), se notan coincidencias en los dos primeros, al establecer una jerarquización que busca minimizar los costos de mantenimiento para la empresa, lo cual muestra coincidencias en sus planteamientos; sin embargo, Serra de la Figuera (2005) amplía lo inherente a la relevancia del control interno en su sistema de logística dentro de las empresas, pues deben poseer técnicas, así como medios que permitan controlar además de clasificar cada producto de manera que estos sean identificados correctamente para evitar los errores o desviaciones en las entregas.

Aunado a lo anterior, al comparar los aportes De Navarro (2007) al respecto, señala la relevancia para la organización de la inclusión del comercio electrónico pues ofrece beneficios además de un alto grado de integración, colaboración y sinergia coexistente en las diferentes áreas que funcionan para llevar a cabo un excelente servicio. De ahí que, contrario a lo expresado por Robusté y Dante, (2003) y de Serra de la Figuera (2005), De Navarro (2007) sostiene que tanto el tamaño como el modelo de negocio juegan un rol determinante en la creación de canales, así como medios propios de transporte y distribución ya que el gobierno corporativo de las organizaciones deberán tomar importantes decisiones en cuanto a si ofrecer el servicio de distribución o acudir a la tercerización (outsourcing) para poder obtener los beneficios de una economía de escala a un menor costo operativo.

REFLEXIONES FINALES

Al analizar la E-logística como herramienta en la cadena de suministro para el manejo del Comercio Electrónico, los investigadores advierten que los procesos de e-logistic conocida también como e-business o e-commerce, representan la interrelación vendedor - comprador de un producto en el comercio electrónico, donde se presentan modelos de

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

comercialización utilizados para canalizar los flujos de información y transacciones de negocios online.

Así pues, para lograr la aplicación de una estrategia de e-logistic se requieren adecuaciones en tecnología, mercadeo, procesos de negocios, transacciones y cultura organizacional, además de la consolidación de una cadena de valor virtual soportada en un proceso logístico dividido en al menos en dos etapas de la cadena de suministro capaz de integrar, además de unificar la parte virtual con la parte física y real del modelo de negocio.

Cabe destacar que, los beneficios que brindan este tipo de esquema comercial redundan en mejoras para la gestión de proveedores, clientes, vendedores y empleados. Actualmente, todos los procesos de una empresa (internos o externos), pueden ejecutarse y culminarse en Internet. Este medio ha permitido centralizar todas las actividades que realizan dos empresas distintas o las actividades de una empresa en concreto con su mercado meta. De esta manera, se vinculan e integran la empresa logística y el vendedor, y entre el vendedor y el comprador.

Finalmente, se puede inferir que el objetivo de la e-logistic, es acercar al vendedor con el comprador, disminuyendo la distancia a un solo click, sienta este nuevo canal de distribución una vía para mejorar todos aquellos procesos relacionados con: recepción de pedidos online, gestión de stocks “*just in time*”, preparación de pedidos, trazabilidad, entrega de los productos, atención post venta, entre otros.

REFERENCIAS CONSULTADAS

Arango Serna, M. D., Ruiz Moreno, S., Ortiz Vásquez, L. F., & Zapata Cortes, J. A. (2017). Indicadores de desempeño para empresas del sector logístico: Un enfoque desde el transporte de carga terrestre. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(4), 707-720.

Chaffey, D. (2011). *E-Business & E-Commerce*. Fifth edition. Pearson Education Limited. (Disponible en: <https://n9.cl/2q9e> Consultado el 09 de junio 2020).

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

De Pelekais, C, y El Kadi, O. (2015), E– commerce, E– business, E– logistics and their application in Business enterprises. Revista Leggen. ISSN: 2346-2787 / Vol. 2, Núm. 2 / Enero - junio 2015. Consultado el 07 de junio de 2020.

Dekker, R., Bloemhof, J., & Mallidis, I. (2011). Operations Research for green logistics – Anover view of aspects, issues, contributions and challenges. European Journal of Operational Research, 671 – 679. Europa. (Traducción libre Chirino 2020).

Durán, A., Gutiérrez, G. y Sánchez, T. (2001). La logística del comercio electrónico. Madrid. McGraw-Hill.

Fontaines, T. (2012). Metodología de la investigación. Pasos para realizar el Proyecto de investigación. Caracas Venezuela. Júpiter editors.

Gansler, J., Lucyshyn, W., Ross, K. (2003). Digitally integrating the government supply chain. E-procurement, e-finance, and e-logistics. (Disponible en: <https://n9.cl/4wlh> Consultado el 09 de junio de 2020).

Gariboldi, G. (2009). Comercio electrónico: conceptos y reflexiones básicas. Bidintal Editorial.

Hernández, Fernández y Baptista (2016). Metodología de la investigación. McGraw Hill Education. Sexta edición. Disponible en: (<https://n9.cl/2pz9> Consultado el 09 de junio de 2020).

Ibeas, M y otros. (2000): Cuadernos de Logística: e-Logistics (I). Nuevas tecnologías de la información (I-Net). Logis Book.

Laudon, K., Traver, C. (2016). E-commerce: business, technology, society. (Disponible en: <https://n9.cl/c4yp> . Consultado 09 de junio de 2020).

Manjarres, A y Chirino, R. (2020). Logística verde. Reto Gerencial para el manejo de la Gestión Ambiental Sostenible. (Disponible en: <https://n9.cl/wjw2i> . Consultado el 08 de junio 2020).

Mora, L. A. (2004). Indicadores de gestión logísticos. *Descargado el, 21*. (Disponible en: <https://n9.cl/nsr06> Consultado el 09 de junio de 2020).

CIENCIAMATRIA

Revista Interdisciplinaria de Humanidades, Educación, Ciencia y Tecnología

Año VI. Vol. VI. N°1. Edición Especial. 2020

Hecho el depósito de ley: pp201602FA4721

ISSN-L: 2542-3029; ISSN: 2610-802X

Universidad Nacional Experimental Francisco de Miranda (UNEFM). Santa Ana de Coro. Venezuela

Raysa Chirino García; Geovanni boUrdaneta; Marlene Mejías-Reales

Numata, F. (2020). Plataforma Eco-logística como estrategia para reducción del impacto urbano. (Disponible en: <https://n9.cl/oevz> Consultado el 09 de junio de 2020).

Petre, A., Tenescu, L., Constantin, D. (2014). Informational stocks and e-logistics management of a tourism company. (Disponible en: <https://n9.cl/soid5> . Consultado el 08 de junio 2020).

Robusté, F., y Galván, D. (2005). E-Logistic. Editorial CENIT. (Disponible en: <https://n9.cl/cfkv> .Consultado el 08 de junio 2020).

Sarkis, J., Meade, L., Talluri, S. (2004). E-logistics and the natural environment. (Disponible en: <https://n9.cl/4m50> Consultado el 08 de junio 2020).

Serra de La Figuera, D. (2005). La logística empresarial en el nuevo milenio. Barcelona: Gestion 2000.

Shawn, D. (2003). E-logistics in China: basic problems, manageable concerns and intractable solutions. (Traducción libre Chirino 2020). (Disponible en: <https://n9.cl/dixm4> Consultado el 08 de junio 2020).

Tapscott, D. (2002)- La Era de los Negocios Electrónicos. Mac Graw Hill Interamericana.

©2020 por el autor. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).