



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL  
DE ADMINISTRACION**

TITULO:

**“EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU RELACION CON LA  
GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE”  
EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”**

TESIS PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN  
ADMINISTRACIÓN:

AUTORA:

BACH. ANGELA JEIN CHUN-LI CRUZ MUÑOZ

COD. ORCID. 0000-0002-3433-8785

ASESOR:

DR. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO

COD. ORCID. 0000-0001-5453-9234

HUÁNUCO – PERÚ

2019

## **TITULO DE LA TESIS**

“EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU RELACION CON LA GESTION DE  
CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE EL CAPORAL” EN LA  
CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

BACH. ANGELA JEIN CHUN-LI CRUZ MUÑOZ

COD. ORCID. 0000-0002-3433-8785

### **ASESOR**

DR. EDUARDO ANATOLIO MELGAREJO LEANDRO

COD. ORCID. 0000-0001-5453-9234

### **JURADO**

DR. BARRUETA SALAZAR, LUIS HENRRY

COD. ORCID. 0000- 0002-9540-263X

DR. DAVILA SANCHEZ, EDDIE JERRY

COD. ORCID. 0000-0003-4893-3283

MG. YESICA MIRAVAL ROJAS

COD. ORCID. 0000-0001-5126-98

## HOJA DE FIRMA DEL JURADOS Y ASESOR

---

Presidente

Dr. Barraeta Salazar, Luis Henry

---

Miembro

Dr. Dávila Sánchez, Eddie Jerry

---

Miembro

Mg. Yesica Miraval Rojas

---

Asesor

Eduardo Anatolio Melgarejo Leandro

## **DEDICATORIA**

La presente investigación se la dedico a Dios padre todo poderoso, que siempre me ha brindado oportunidades para aprender y mejorar como persona y profesional. Con él lo tengo todo.

A mis padres, que son las palabras de aliento y apoyo que siempre tendré en mente, su amor y enseñanza, quedaran en mí siempre.

A mis hermanos y mi hijo que son parte de mi vida y razones de mi felicidad.

A mis maestros por sus enseñanzas, siendo mis mentores y guías en el camino de mi formación profesional.

## RESUMEN

El problema es: ¿Qué relación existe entre el Comercio Electrónico y la Gestión de Calidad en la imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?

El comercio electrónico se ha convertido de manera rápida una innovación que se utiliza por muchas empresas por todo el mundo en la actualidad, aun así, existen personas que se abstienen de utilizar los medios electrónicos para realizar sus actividades económicas basados en la imperfección de su utilización e inseguridad, no solo son los posibles clientes o usuarios los desconfiados, también las mismas empresas, que teniendo posibilidades tienen medio de incursionar al mundo globalizado que se representa el comercio electrónico, por esa razón decido realizar este trabajo de investigación para demostrar la relación que existe entre el comercio electrónico y la gestión de calidad, de esta manera comprobar si la utilización de medios electrónicos son utilizables y beneficiosos en la ciudad de Huánuco. De esta manera se comprueba que las Hipótesis General y Específicas si guardan relación, con un grado de significancia de 0.01.

Los medios electrónicos no son utilizados solo para la vida social o medio de comunicación con personas, la tecnología electrónica facilita el proceso de compra-venta y representa un progreso significativo aplicándolo en el aspecto comercial, donde básicamente se especializa en proporcionar satisfacción a los usuarios, pues dará solución a los problemas de estos. El comercio electrónico debe ser considerado no solo como algo industrial sino como un avance y herramienta que beneficia a todas las empresas y usuarios.

Para la imprenta “Paco Yunque” que cuenta con una tienda física con buena ubicación (centro de la ciudad – a una cuadra de la plaza mayor) el uso del comercio electrónico en la gestión de calidad representa una ventaja, siendo considerada una estrategia.

La gestión de calidad garantiza el procedimiento, sistematización y control en la operación de la empresa de esta manera se encarga de cumplir los objetivos trazados.

El comercio electrónico es sumamente rentable cuando se compara con la implementación del negocio de manera tradicional se entiende que posee un nivel de inversión mínimo y de la misma forma los costos fijos, además de un retorno con una tasa alta. También se tiene cuenta que las buenas políticas de Marketing generaran un buen funcionamiento en la empresa. (Wester Edison Zela Mora, 2012)

La Gestión de la Calidad se construye de forma histórica como la mezcla de ideología y metodología, que se aplica en práctica para modelizar metodologías con problemas complejos en dirección organizacional (César Camisón, Sonia Cruz Y Tomás González, 2006)

En la investigación siguiente se presenta el marco general para el desarrollo de los proyectos de investigación y su ejecución; en el planteamiento de la línea de investigación se han considerado aspectos como la caracterización del problema; el enunciado del problema, los objetivos y la justificación de la investigación. En la literatura se presentan antecedentes que se vinculan con la investigación en diferentes áreas relacionadas al rubro y también con las bases teóricas son el punto de partida en la investigación y finalmente los aspectos metodológicos en la línea de investigación. Todo con la finalidad de garantizar la información extraída en esta investigación y pueda servir de base a otras investigaciones en adelante.

## ABSTRACT

What is the relationship between Electronic Commerce and Quality Management at the Paco Yunque printing press in the city of Huánuco, 2019?

Electronic commerce has quickly become an innovation that is used by many companies around the world today, even so, there are people who refrain from using electronic means to carry out their economic activities based on the imperfection of their utilization and insecurity, not only are the potential clients or users the distrustful, but also the companies themselves, that having possibilities have the means of venturing into the globalized world that represents electronic commerce, for that reason I decide to carry out this research work to demonstrate the relationship that exists between electronic commerce and quality management, thus checking whether the use of electronic media is usable and beneficial in the city of Huánuco. In this way it is verified that the General and Specific Hypotheses are related, with a degree of significance of 0.01.

Electronic media is not only used for social life or means of communication with people, electronic technology facilitates the buying and selling process and represents significant progress by applying it in the commercial aspect, where it basically specializes in providing user satisfaction, Well, it will solve these problems. Electronic commerce must be considered not only as something industrial but as an advance and tool that benefits all companies and users.

For the “Paco Yunque” printing press that has a physical store with a good location (downtown - one block from the main square), the use of electronic commerce in quality management represents an advantage, being considered a strategy.



The quality management guarantees the procedure, systematization and control in the operation of the company in this way is responsible for fulfilling the objectives set.

Electronic commerce is highly profitable when compared to the implementation of the business in a traditional way it is understood that it has a minimum level of investment and in the same way fixed costs, in addition to a return with a high rate.

It is also taken into account that good Marketing policies will generate a good functioning in the company. (Wester Edison Zela Mora, 2012)

Quality Management is built historically as the mix of ideology and methodology, which is applied in practice to model methodologies with complex problems in organizational management (César Camisón, Sonia Cruz and Tomás González, 2006)

The following investigation presents the general framework for the development of research projects and their execution; in the approach of the research line, aspects such as the characterization of the problem have been considered; the statement of the problem, the objectives and the justification of the investigation. In the literature there are antecedents that are linked to research in different areas related to the field and also with the theoretical bases are the starting point in the research and finally the methodological aspects in the line of research. All with the purpose of guaranteeing the information extruded in this investigation and can serve as a basis for other investigations onwards.

## CONTENIDO

|   |      |
|---|------|
| TITULO DE LA TESIS .....                    | ii   |
| HOJA DE FIRMA DEL JURADOS Y ASESOR .....    | ivii |
| DEDICATORIA .....                           | iv   |
| RESUMEN .....                               | vi   |
| ABSTRACT.....                               | viii |
| CONTENIDO .....                             | ix   |
| I. INTRODUCCIÓN .....                       | 1    |
| 1.1. Planteamiento del problema: .....      | 1    |
| a). Problema General:.....                  | 2    |
| b). Problemas Específicos: .....            | 2    |
| 1.2. Objetivos de la Investigación: .....   | 2    |
| a). Objetivo General: .....                 | 2    |
| b). Objetivos específicos: .....            | 3    |
| 1.3. Justificación de la Investigación..... | 3    |
| a). Justificación Teórica.....              | 3    |
| b). Justificación Metodológica .....        | 4    |
| c). Justificación Practica.....             | 4    |
| II. REVISION DE LITERATURA .....            | 5    |
| 2. Marco Teórico y Conceptual .....         | 5    |

|  |    |
|--|----|
| 2.1. Antecedentes.....                             | 5  |
| 2.1.1. Antecedentes Internacionales .....          | 5  |
| 2.1.2. Antecedentes Nacionales.....                | 7  |
| 2.1.3. Antecedentes Locales .....                  | 8  |
| 2.2. Bases teóricas de la investigación .....      | 9  |
| 2.2.1. Comercio Electrónico .....                  | 9  |
| 2.2.2. Medios Electrónicos .....                   | 10 |
| 2.2.3. Sistema de Pago.....                        | 11 |
| 2.2.4. Adquisición de los productos .....          | 12 |
| 2.2.5. Gestión de Calidad .....                    | 14 |
| 2.2.6. Clientes .....                              | 15 |
| 2.2.7. Procedimientos .....                        | 16 |
| 2.2.8. Capacitación .....                          | 16 |
| III. HIPÓTESIS.....                                | 17 |
| 3.3.1. Hipótesis General: .....                    | 17 |
| 3.3.2. Específicos:.....                           | 17 |
| IV. METODOLOGÍA.....                               | 18 |
| 4.1. El tipo de investigación es Descriptivo ..... | 18 |
| 4.2. Nivel de la investigación de la tesis. ....   | 18 |
| 4.3. Diseño de la investigación.....               | 18 |
| 4.4. El universo y muestra. ....                   | 19 |

|  |    |
|--|----|
| 4.5. Definición y operacionalización de variables.....     | 21 |
| 4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos ..... | 22 |
| 4.7. Plan de análisis. ....                                | 22 |
| 4.8. Matriz de consistencia .....                          | 23 |
| 4.9. Principios éticos.....                                | 24 |
| 4.9.1 PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA..... | 24 |
| 4.9.2 BUENAS PRÁCTICAS DE LOS INVESTIGADORES.....          | 26 |
| V. RESULTADOS.....   | 28 |
| 5.1. Resultados.....                                       | 28 |
| 5.2. Análisis de resultados .....                          | 55 |
| VI. CONCLUSIONES .....                                     | 64 |
| REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: .....                          | 66 |
| ANEXO 01 - .....   | 69 |
| ENCUESTA N° 01 .....                                       | 70 |

## CONTENIDO DE CUADROS Y GRAFICOS

|  |     |
|--|-----|
| Cuadro N° 01 .....   | 28  |
| La atención por internet (WhatsApp/Facebook) es muy buena                |     |
| Grafico N° 01 .....  | 28  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 02 .....   | 29  |
| Contestan el teléfono al instante y son muy amables                      |     |
| Grafico N° 02 .....  | 30  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 03 .....   | 31  |
| El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo |     |
| Grafico N° 03 .....  | 31  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 04 .....   | 32  |
| Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo    |     |
| Grafico N° 04 .....  | 33  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 05 .....   | 334 |
| Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo            |     |
| Grafico N° 05 .....  | 34  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 06 .....   | 35  |
| Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago                |     |
| Grafico N° 06 .....  | 36  |
| <br>   |     |
| Cuadro N° 07 .....   | 36  |
| Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda                     |     |

|  |    |
|--|----|
| Grafico N° 07.....   | 37 |
| Cuadro N° 08 .....   | 38 |
| Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio                                |    |
| Grafico N° 08.....   | 39 |
| Cuadro N° 09 .....   | 40 |
| Puedo contratar/ya contrate una empresa que transporte mis pedidos.                |    |
| Grafico N° 09.....   | 40 |
| Cuadro N° 10 .....   | 42 |
| Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras                 |    |
| Grafico N° 10.....   | 42 |
| Cuadro N° 11 .....   | 43 |
| Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono               |    |
| Grafico N° 11.....   | 44 |
| Cuadro N° 12 .....   | 45 |
| Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)              |    |
| Grafico N° 12.....   | 45 |
| Cuadro N° 13 .....   | 46 |
| Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por sunat) |    |
| para la impresión de comprobantes de pago.   |    |
| Grafico N° 13.....   | 47 |
| Cuadro N° 14 .....   | 48 |

Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.

Grafico N° 14..... 48

Cuadro N° 15 ..... 49

Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes

Grafico N° 15..... 50

Cuadro N° 16 ..... 51

El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo

Grafico N° 16..... 51

Cuadro N° 17 ..... 52

El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos.

Grafico N° 17.....5}3

Cuadro N° 18 ..... 54

Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima.

Grafico N° 18..... 54

Cuadro N° 19 ..... 57

Correlación entre Comercio Electrónico y Gestión de calidad

Cuadro N° 20 ..... 59

Correlación entre Medios Electrónicos y Cliente

|   |    |
|---|----|
| Cuadro N° 21 .....                                  | 61 |
| Correlación entre Sistemas de pago y Procedimientos |    |

|   |    |
|---|----|
| Cuadro N° 22 .....  | 63 |
| Correlación entre Adquisición de producto y Capacitación del personal |    |



## I. INTRODUCCIÓN

El uso del Comercio Electrónico en la Gestión de Calidad de la Imprenta “Paco yunque el Caporal” en la ciudad de Huánuco.

### 1.1. Planteamiento del problema:

El comercio electrónico puede ser un factor importante para el incremento de ventas, clientes, proveedores, distribuidores e imagen como una empresa seria y confiable. La gestión de calidad, guía a la empresa para realizar los procedimientos necesarios para obtener los mejores resultados.

Los empresarios no saben que “la utilización de los medios electrónicos para hacer compra-venta” es el concepto simplificado del comercio electrónico, no son conscientes que ya lo utilizan.

Actualmente las empresas del rubro de imprentas en la ciudad de Huánuco no implementan la gestión de calidad por desconocimiento, a pesar de ser un factor importante para el desarrollo de la misma. Las utilidades de los medios electrónicos son por necesidad de comunicación con el cliente a larga distancia

En la ciudad de Huánuco son un aproximado de 26 empresas que realizan actividades de IMPRENTA, cada una con su historia de creación. En la investigación presente tomaremos como referencia a la IMPRENTA PACO YUNQUE, que está ubicado en Jr. Abato 890 – Huánuco, empresa respetable ya que cuentan con clientes estables y la confianza de los mismos, cuenta con medios electrónicos a disposición, tales como Internet aunque tenga su gerente o director que es el mismo dueño, el desarrollo de la misma necesita de la gestión de calidad, para su fortalecimiento y mejoramiento en la relación con los clientes, en sus

operaciones, y la forma de entrega de sus productos utilizando el comercio electrónico, también dar capacitación a los trabajadores para realizar las actividades en conformidad a la empresa. Así surgen el problema general y específicos:

**a). Problema General:**

¿Cómo se relaciona el **comercio electrónico** con la **gestión de calidad** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?

**b). Problemas Específicos:**

PE1. ¿Cómo se relacionan los **Medios Electrónicos** con los **Clientes** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?

PE2. ¿Cuál es la relación entre **Sistemas de Pago** con **Procedimientos** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?

PE3. ¿De qué manera se relacionan **Adquisición de productos** con la **Capacitación del personal** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?

**1.2. Objetivos de la Investigación:**

**a). Objetivo General:**

Determinar cómo se relacionan el **comercio electrónico** en la **gestión de calidad** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019.

#### **b). Objetivos específicos:**

OE1. Demostrar cómo se relacionan los **medios electrónicos** con los **clientes** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

OE2. Analizar la relación entre **sistemas de pago** con los **procedimientos** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

OE3. Determinar la relación de **Adquisición de productos** con la **capacitación del personal** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

### **1.3. Justificación de la Investigación**

#### **a). Justificación Teórica**

El proyecto de investigación es generado por la necesidad de conferir importancia y conocimientos sobre el **Comercio electrónico en relación a la Gestión de Calidad** en la empresa: **Paco Yunque** dedicado al rubro de **Imprenta**. Ya que podrían tener un resultado positivo en el desarrollo de las empresas, siendo el **Comercio Electrónico en relación a la Gestión de Calidad** un tema de gran énfasis e interés tanto en lo internacional, nacional, regional y local. Y a su vez cumple con el propósito de proporcionar calidad, confiabilidad y garantía sobre los productos y/o servicios que pueda proporcionar una empresa, se puede decir, que es un enfoque muy importante para las empresas no solo del rubro de imprentas.

## **b). Justificación Metodológica**

La investigación ésta en concordancia con lo determinado por los organismos nacionales e internacionales, lo cual es conciliable con la Constitución Apostólica Ex Corde Ecclesiae, así como los principios y valores de la Doctrina Social de la Iglesia Católica, que exige a todo estudiante que la elaboración y ejecución de sus proyectos de investigación cumplan con: La búsqueda de veracidad, respetando todas las creencias y libertades de toda persona; La responsabilidad de valorar y respetar a todos los individuos que se representen como la fuente de información; El reconocimiento y consideración por la decencia humana, entendiéndose con los valores; La primacía por el conocimiento y el progreso de los más necesitados; La indagación del bien común, ética, equidad y equilibrio en el tratamiento y publicidad de los resultados de la investigación.

## **c). Justificación Práctica**

Se justifica porque la investigación permitirá conocer a nivel correlacionado sobre el **uso del comercio electrónico en la Gestión de Calidad** en la empresa **Paco Yunque** perteneciente al rubro de **imprentas**. Se desarrolla por que tiene la necesidad de mejorar la atención del cliente y brindar comodidad y confianza en la compra-venta de sus productos tanto bienes y servicios, teniendo en cuenta el sentir del cliente en la gestión de calidad, tanto para mejorar y ahorrar tiempo en los procedimientos realizados por la empresa, de manera que beneficie a la sociedad.

## II. REVISION DE LITERATURA

### 2. Marco Teórico y Conceptual

#### 2.1. Antecedentes

##### 2.1.1. Antecedentes Internacionales

AI1. Angélica Jacqueline Yunga Pérez (2014) COMERCIO ELECTRONICO EN EL ECUADOR Y PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS ESPECIALIZADAS DE PAPELERIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, Tesis previa a la obtención del título de Magister en administración de Empresa, UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA, Ecuador, investigación que obtuvo la siguiente conclusión: El comercio electrónico en la actualidad es una herramienta de suma importancia en los negocios, con el que se mejoró la productividad de la empresa además de maximizar el proceso de compra y venta.

AI2. Miguel Angel Fernández Sánchez (2013/2014) COMERCIO ONLINE; PLAN DE EMPRESA Y ESTUDIO DE VIAVILIDAD, Trabajo de Fin de Grado, Universidad Politécnica de Cartagena, Cartagena, en el cual obtuvo la siguiente conclusión; cuando la actividad primordial en la empresa son las ventas por internet, es necesario que se mantenga una comunicación constante con los clientes y cuidar bien de ellos, a su vez con los proveedores y el personal de la empresa, ya que estos son los pilares que mantienen el negocio en funcionamiento. El uso de la globalización en los sitios web nos permite acercarnos a ellos de manera que favorezca a la empresa.

AI3. Luis D. Periolo (2012) EL DESARROLLO DEL E-COMMERCE COMO ALTERNATIVA ESTRATÉGICA EN UNA PYME COMERCIALIZADORA DE NEUMATICOS POR MAYOR Y MENOR, Trabajo Final para la obtención de Maestría en Administración de Empresas, UNIVERSIDAD NACIONAL DEL LITORAL, Argentina, investigación que obtuvo la siguiente conclusión: En la investigación se denota la importancia de las Herramientas de tecnología TICs y lo acertado que puede ser su utilización en la estructura de organización comercial de las empresas, una ventaja del uso del internet es el de proponer y vincular las informaciones al tiempo actual. Una aplicación importante en el uso online es la cadena de valorización, donde proporciona un límite en su utilización y a su vez proponen adicionar mayores beneficios a cambio de un pago. La tecnología va en aumento y esto proporciona mayores usos y avances en el desarrollo del comercio electrónico.

AI4. Daniela Avilés, María Cáceres, Nataly Leiva (2011) EL USO DEL E-COMMERCE EN LAS NUEVAS GENERACIONES, Modelo de Adopción de Tecnología desde la perspectiva del cliente, Universidad de Chile, Chile, la cual obtuvo la principal conclusión: El tiempo del uso del Internet tiene una relación profunda con el uso del e-commerce conclusión esperable basado en cuanto más horas de uso del internet más será la familiarización de las personas en el uso de sus herramientas por mismo son mayores las posibilidades de hacer compras por el internet.

AI5. Simon Meyer (2011) FACTORES DE ÉXITO DE SATISFACCIÓN DE CLIENTES EN EL E-COMMERCE EN ARGENTINA, Tesis de

magister en dirección de empresas, Universidad Católica de Córdoba Instituto de Ciencias de la Administración, Argentina, investigación que obtuvo las principales conclusiones:

- Los clientes tienen la expectativa de obtener más servicios de sus compras Online, lo que actualmente si se están ofreciendo. Aun así las empresas de renombre en el mercado aun no corresponden a las preferencias de los usuarios.
- La gran parte de usuarios ya tienen confianza en las formas de pago de manera electrónica. Hay un aumento en el uso de tarjetas de crédito al realizar los pagos. Para los que aún no han realizado compras electrónicas especifican que la principal razón para ello es la falta de confianza.
- Para las empresas de Comercio electrónico son las redes sociales una pieza importante que cumplen como medio de alanzar directamente a los usuarios y convencer a los futuros compradores.

### **2.1.2. Antecedentes Nacionales**

AN1. Wester Edison Zela Mora (2012) PLAN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL PERU, CASO: EL COMERCIO ELECTRONICO DE PRODUCTOS DE LA SELVA PERUANA AL MERCADO AMERICANO, Tesis para optar el título profesional de ingeniero en sistemas, en la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima, en la cual se obtuvo la siguiente conclusión; El comercio electrónico es sumamente rentable cuando se compara con la implementación del negocio de manera tradicional se entiende que posee un nivel de inversión mínimo y de la misma forma los costos fijos también son mínimos, además de un retorno con una tasa alta.

También se tiene cuenta que las buenas políticas de Marketing generaran un buen funcionamiento en la empresa.

AN2. Darwin Ernesto Damacen Soplin (2005) COMERCIO ELECTRONICO EN LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES EN LAS MYPES EN EL PERU, Tesis para optar el grado de Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial, Universidad Mayor de San Marcos, Lima. Investigación que obtuvo como principal conclusión: la presencia de las Pymes en internet le permite tener mayor publicidad lo que da mayor incursión en nuevos mercados. El comercio electrónico permite a los negocios percibir beneficios y/o ventajas como son: La mercadotecnia es barata, con respuestas al instante y a tiempo real, alcance sin límites (a todo el mundo), se reducen costos en operación, manejo, procesos y transacciones.

### **2.1.3. Antecedentes Locales**

AL1. Rada Apolinario, Yasmín Hellen (2017) PUBLICIDAD VIRTUAL Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DEL RECREO CAMPESTRE ECOLÓGICO EL HUERTO HUANUQUEÑO HUÁNUCO – 2017, Tesis para optar el título de Licenciado de Administración de Empresas, universidad de Huánuco, Huánuco, en la cual se obtuvo la siguiente conclusión: Actualmente la publicidad Online se origina como manera de atraer visitantes hacia su página web, estos son posibles consumidores, quienes podrán ser usuarios, seguidores quienes recomendaran el negocio online, con las encuestas se llegó a que la publicidad promueve la decisión de consumir o comprar un producto.



## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **2.2.1. Comercio Electrónico**

Se sabe que el comercio electrónico es la transacción comercial que utiliza como media la tecnología electrónica que puede alcanzar de manera global a los potenciales usuarios y a su vez permite conocer a los posibles proveedores y elegir de manera beneficiosa al que convenga.

El comercio electrónico, es la compra y venta de productos por medios electrónicos, estas herramientas o sistemas son los que permiten facilitar el proceso económico, su principal labor es el reducir tiempo y esfuerzo en la realización de las actividades económicas. La palabra comercio electrónico se define como; la elaboración, repartición, comercialización, venta y entrega de bienes y/o servicios de manera electrónica. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC,1998).

El comercio electrónico permite ayudar de forma decisiva a obtener mejor utilidad del comercio. Es diferente a lo que necesita una empresa física para gestionar un negocio, puesto que no requiere inversión para el espacio de almacenaje, permisos o local. Lo único que requiere es tener una página web con adecuado diseño para atraer a la clientela. (OMC,2013).

El e-comerse, otorga una variedad de beneficios; los consumidores pueden ahorrar el costo de movilidad, mejores ofertas y promociones en la obtención de bienes o servicios a comparación de las tiendas físicas en el mercado, a la vez, las empresas obtienen mayor alcance a sus clientes potenciales y una disminución considerable de gastos ya que no necesita una tienda física para funcionar. (Doris Oropeza, 2018).

Define el e-commerce como el manejo de equipos de cómputo de manera que agilice y provea las actividades de la empresa. En gran parte las actividades son de forma interna y se ejecutan dentro de esta, en las áreas financieras, RRHH, servicios de información, manufactura y marketing. [McLaeod, 2000]

El comercio electrónico a sus inicios solo fue considerada una idea de innovación, que poseía vacíos, pero hoy en día tiene profundidad, abriendo paso a la nueva era y dando mayor alcance a las ventas (globalizada), a sus inicios la televisión, el teléfono, los catálogos, fueron utilizadas para realizar lo que hoy en día llamamos comercio electrónico, luego llegó la era del internet donde marco una diferencia en esta tendencia, claro que al principio no tenía mucha acogida por la desconfianza que otorgaba el realizar una compra-venta a distancia y de manera online de esta manera el comercio electrónico a evolucionando. enfocándose en dar comodidad a los clientes, sirve como medio para afianzar y mejorar las relaciones que la empresa mantiene con sus clientes, además de llegar a más potenciales clientes que podrán realizar sus transacciones desde la comodidad de su hogar, oficina y lugares donde se encuentren, ofrece facilidades a los compradores en el momento de realizar sus transacciones, a su vez trata de obtener más clientes, ofrecen bienes y servicios con precios accesibles, dando facilidades de pago y entrega.

### **2.2.2. Medios Electrónicos**

Son los medios de comunicación que se utilizan de manera electrónica y viajan de manera de ondas, estas representan una manera de innovación y en el comercio electrónico son el medio por el cual los usuarios solicitan sus pedidos de manera eficiente, rápida y sin perder tiempo. los medios

electrónicos no solo son el internet, también son; la radio, la telefonía, catálogos virtuales, de esta manera se facilita en gran parte el comercio.

En la investigación estos medios electrónicos están orientados para realizar negocios, en el cual se entiende la necesidad del empresario y usuario de comunicarse sin necesidad de encontrarse directamente, reduce costos y tiempo, que tiene como finalidad el facilitar procesos en comunicación.

En la empresa “Paco Yunque el Caporal” que es del rubro de imprentas, utiliza los medios para obtener más clientes y a su vez facilitarlos en la transacción y adquisición de sus productos. Contando con 4 computadoras con internet, 1 teléfono y 4 celulares a disposición del cliente además de anuncios virtuales y radiales.

### **2.2.3. Sistema de Pago**

El objetivo principal de los sistemas de pago es el optimizar y facilitar la transacción económica en el cual se transfiere fondos (dinero) del cliente a la empresa, o de la empresa al proveedor.

De manera que se pueda realizar la transacción de manera oportuna, cómoda y fácil para el cliente. Existen muchos medios de pago pero en la investigación se tratara solo con los sistemas de pago considerados en la empresa Paco Yunque, entre ellos se tiene:

- Efectivo; este pago normalmente se puede realizar en la tienda al momento que el cliente se apersona con el efectivo, se realizan de manera directa y normalmente son montos pequeños y se le otorga un comprobante de pago al cliente por la compra realizada.

- Pago por depósito, estos depósitos son a la cuenta bancaria de la empresa, en el cual el cliente deberá enviar la foto del Boucher de transferencia o depósito y enviarlo al correo electrónico de la empresa o a su WhatsApp, normalmente son para las personas que no viven en la ciudad de Huánuco y no pueden apersonarse para realizar el pago en efectivo, una vez verificado el Boucher se procede a la realización del trabajo, empaque y envío dependiendo del trato previo. También se le otorga al cliente comprobante de pago.
- Pago con Tarjeta, utilizando el procesador de tarjetas de crédito, de esta manera se cobra un porcentaje por transacción, este tipo de pago se realiza en la empresa, esto es cuando los clientes no tienen efectivo a disposición. También se le otorga al cliente comprobante de pago.

#### **2.2.4. Adquisición de los productos**

La adquisición de los productos de la empresa es un factor importante que ha de tenerse en cuenta en el comercio electrónico, se considera el momento oportuno de la entrega de los productos, el lugar adecuado en el cual se realizara la entrega formal del producto y la hora oportuna. También se debe considerar el costo más bajo posible, aun así, existen especificaciones que pueden obtener un costo adicional eso dependerá del material y tamaño del producto, es necesario también la capacitación del personal al momento de empaquetar los productos a previo envío, considerando que los productos puedan ser frágiles, de esta manera se puede asegurar correctamente el tipo de entrega que el cliente prefiera y considere una buena opción. Las formas de

adquisición de los productos on-line que se tendrá en cuenta y se utilizaran para los productos, son los siguientes;

- Adquisición en la tienda Física
- Adquisición a domicilio
- Adquisición por empresas de envío.

#### ADQUISICION EN LA TIENDA FISICA

Se entrega el producto en la instalación física de la imprenta “Paco Yunque” donde se considera proporcionar al cliente los siguientes datos:

1. Horario de atención de 8am – 1pm y 3pm – 8pm.
2. Días de atención, de lunes a viernes.
3. Dirección de la tienda Jr. Abtao 890- Huánuco.
4. Teléfonos celulares.
5. Numero de Pedido, boleta, factura.

#### ADQUISICION A DOMICILIO

Entrega de productos en la dirección del cliente con transporte propio de la imprenta “Paco Yunque El Caporal” donde se considera proporcionar al cliente los siguientes datos:

1. Nombre del destinatario
2. Dirección del destinatario
3. Entrega del producto en el lapso de 24 horas.
4. Solo en la provincia de Huánuco.
5. Envíos y entregas en días hábiles de lunes a viernes.
6. Horario de 8am – 11am y 2pm a 7pm.

7. Peso máximo de 50kg. Por paquete.
8. Tamaño máximo de 2.50m x 1.50 m.

#### ADQUISICION POR EMPRESA DE ENVIOS

Entrega del producto a domicilio o punto de entrega de la agencia contratada por el cliente. En el cual se consideran los siguientes datos:

1. Datos del destinatario (Nombre, DNI y otro según solicite la empresa contratada)
2. Datos del envío (Numero de boleta de envío y fecha)
3. Lugar de envío, existen excepciones en ciertos lugares.
4. Costo de envío dependiendo del tamaño y peso de los productos

#### **2.2.5. Gestión de Calidad**

Posee un significado extenso, esto depende del enfoque que se quiera dirigir la gestión de calidad, no solo se puede tener en mente que significa asegurar el buen estado de un producto, también puede definirse como la manera de establecer y asegurar que una organización o producto sea bueno y compacta.

No solo se especializa en la calidad del producto, servicio o satisfacción de sus clientes, porque también se preocupa la manera de dirigir y obtener todo lo mencionado, como el aseguramiento de calidad y control de procesos,

La Gestión de la Calidad se construye de forma histórica como la mezcla de ideología y metodología, que se aplica en práctica para modelizar metodologías con problemas complejos en dirección organizacional (César Camisón, Sonia Cruz Y Tomás González, 2006)

En otra parte la Gestión de Calidad, permite direccionar de manera óptima la manera en que se maneja la empresa, no solo es la necesidad de ofrecer calidad y satisfacción al cliente sino la manera de cómo se llegara a realizar los procedimientos para que suceda. la Gestión de la Calidad es un conjunto de métodos eficaces al azar, exacto y coyuntural en los distintos aspectos del proceso administrativo. Witcher (1995)

La gestión de calidad es el coleccionismo de metodologías, utilizadas de forma puntual y aislada para el control de calidad de producción y procedimientos. También lo definen como revisión y control estadística de procedimientos, que otorgan herramientas para la verificación de la calidad en el producto y proceso. (César Camisón, Sonia Cruz Y Tomás González, 2006)

#### **2.2.6. Clientes**

Es un factor de importancia para las empresas en la actualidad, por que ayuda a mantener la fidelidad del cliente, otorga al cliente mayor comodidad y confianza al momento de hacer sus pedidos. En la actualidad los clientes son más y más exigentes lo que a su vez otorga un mayor reto al momento de ofrecer y vender los productos, las expectativas son mayores conforme va realizando sus pedidos.

En la empresa paco yunque ha tomado la Fidelidad, el servicio y la personalización de sus clientes como factores en la base de sus relaciones, para mejorarlos y dar lugar a la publicidad de recomendación. De esta manera no solo mejoramos la relación con los clientes, también obtenemos publicidad favorable a la empresa.

### **2.2.7. Procedimientos**

Son actos que se realizan con la finalidad de obtener un registro y un control documental y control de ventas, su fin es guardar información de la empresa, estos se realizan usando métodos para el manejo de las actividades, como guías que especifican las acciones a realizarse en un periodo de tiempo a otro de manera cronológica. Utilizan herramientas para el control y manejo de sus documentos, registros y procedimientos.

En la imprenta Paco Yunque el Caporal es importante, el procedimiento de trabajo empleado, ya que, ayuda a la organización para establecer su manera de trabajo y sus criterios establecidos, también es importante decir que el uso del control de documentos y los registros son esenciales para su funcionamiento adecuado. Y el control de ventas no sirve para tener un índice de clientes potenciales y para saber la cantidad de personas que realizan el comercio electrónico,

### **2.2.8. Capacitación**

Es importante para el crecimiento y desarrollo de la empresa, otorga al personal conocimientos y habilidades necesarias para desempeñar sus funciones en la empresa. Estas actividades responden a las necesidades de mejorar la actitud y desempeño de los trabajadores. Se centran en: Mejorar las habilidades del trabajador, realizar las capacitaciones en conformidad a las necesidades de la empresa y Además debe de contar con experiencia para los procesos detallados para la ejecución óptima de las metas establecidas, entre



las actividades que se consideran importantes son el conocimiento y experiencia en el rubro de imprenta son:

- Conocimientos en diseño grafico
- Manejo de maquina Offset
- Realización de manualidades
- Realización de Tarjetas y recuerdos
- Atención y buen trato
- Empaquetado adecuado
- Traslado a domicilio
- Conocimiento en empresas de transporte.

Los cuales necesitan ser siempre actualizados y capacitados. De manera que cumplan de forma correcta sus funciones.

### III. HIPÓTESIS

#### 3.3.1. Hipótesis General:

Existe relación positiva entre el **comercio electrónico** en la **gestión de calidad** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

#### 3.3.2. Específicos:

HE1. Existe relación positiva entre los **Medios Electrónicos** con la **Satisfacción del cliente** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

HE2. Existe relación positiva entre **Sistemas de Pago** con los **Procedimientos** en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.

HE3. Existe relacionan Positiva entre **Adquisición de los productos on-line** con **capacitación del personal** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

#### **IV. METODOLOGÍA.**

##### **4.1. El tipo de investigación es Descriptivo**

El estudio de la investigación es Descriptivo-correlacional, donde identifica y relaciona dos variables, en el título: **El comercio electrónico** y su relación con la **gestión de calidad** en la **imprenta Paco Yunque el Caporal** en la ciudad de Huánuco, 2019, de manera que intenta proporcionar una explicación de la relación y el porqué del comportamiento de una variable en función a la otra, en este caso se trata del **comercio electrónico** en relación a la **gestión de calidad**.

##### **4.2. Nivel de la investigación de la tesis.**

La investigación utiliza a el nivel cuantitativo ya que es promueve el uso de la medición numérica y de esta manera realice el recojo de información y el análisis estadístico, para que pueda identificar patrones y características en las pequeñas y medianas empresas.

##### **4.3. Diseño de la investigación.**

El trabajo de investigación se emplea el diseño no experimental

- transversal - descriptivo - correlacional - cuantitativo.

Transversal, porque se realizó en un determinado periodo de tiempo.

En el cual:



M = Muestra conformada por los Clientes, de la imprenta Paco Yunque El Caporal. Mediante formula se considera a 80 personas.

O = Observación de las variables: son el Uso del comercio electrónico en la Gestión de Calidad en la imprenta Paco Yunque El Caporal en la Ciudad de Huánuco.

#### **4.4. El universo y muestra.**

El universo utilizado en la investigación está conformado por los clientes de la Imprenta Paco Yunque el caporal.

La población que se considera es de 100 personas, tomando como fuente la cantidad de comprobantes emitidos por la empresa desde el mes de mayo al mes de agosto del 2019.

- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de mayo: 48 y la cantidad de Boletas de venta de: 0
- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de junio:16 y la cantidad de Boletas de venta de: 3
- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de julio: 7 y la cantidad de Boletas de venta de: 1

- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de agosto: 21 y la cantidad de Boletas de venta de: 3

**Haciendo un total de: 99**

Realizando el redondeo se consideró como 100 a la cantidad de clientes. Los datos mencionados se anexarán en el proyecto. Para definir la muestra, con la cual se trabajará se utilizará la siguiente Formula:

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

Dónde:

n = Muestra

N = Población (100)

E = Error probabilística (0.05)

$$n = \frac{100}{(0.05)^2 (100-1) + 1}$$

$$n = \frac{100}{(0.025)(99) + 1}$$

$$n = \frac{100}{0.2476 + 1}$$

$$n = \frac{100}{0.2476 + 1}$$

$$n = \frac{100}{1.2476}$$

n = 80.1538  
**MUESTRA = 80 PERSONAS**

#### 4.5. Definición y operacionalización de variables

| VARIABLES                        |  | DIMENSIONES                             | INDIADORES   | ESCALA                               | INST.     |
|----------------------------------|--|---|--|--------------------------------------|-----------|
| DENOM.                           | DEFINICION   |   |  |                                      |           |
| <b>COMERCIO ELECTRONICO</b>      | facilita el proceso de compra-venta que tiene como finalidad el facilitar procesos o procedimientos en relación a lo social y económico. | <b>Medios Electrónico</b>               | Telefonía  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | Internet   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | radio  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  | <b>Sistema de Pago</b>                  | Efectivo   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | Cheque   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | Depósitos a la cuenta bancaria   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  | <b>Adquisición de productos on-line</b> | Entrega de productos en tienda   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | Entregas a domicilio   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  |   | Entregas por empresas de envíos y transporte   | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  |  | <b>GESTION DE CALIDAD</b>               | se preocupa en dirigir las actividades de la empresa y obtener los resultados deseados, asegurando la calidad y control de los procesos. | <b>Satisfacción con los clientes</b> | Fidelidad |
| Servicio                         | Lickert  |   |  |                                      | Encuesta  |
| Personalización                  | Lickert  |   |  |                                      | Encuesta  |
| <b>Procedimientos</b>            | Control de Herramientas  |   |  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  | Control de registros   |   |  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  | Control de documentos  |   |  | Lickert                              | Encuesta  |
| <b>Capacitación del personal</b> | Habilidades  |   |  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  | Actitudes  |   |  | Lickert                              | Encuesta  |
|                                  | Conocimiento   |   |  | Lickert                              | Encuesta  |

#### **4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

Se utilizó como técnica de recolección el uso de encuestas en escala de Lickert, donde considera 5 opciones (excelente, bueno, regular, deficiente, malo) esto mismo permite registrar las opiniones de los clientes, mismas que fueron observadas y consultadas en acuerdo a las necesidades y predilecciones en relación a las variables en que están en estudio (comercio electrónico y gestión de calidad); en nuestro caso serán los Clientes de la imprenta Paco Yunque El Caporal quienes darán su opinión. Los instrumentos se utilizan con el fin de recolectar y guardar información. Como instrumento se utilizó el cuestionario el cual está conformado por 18 preguntas las mismas que nos brindaran la información veraz y fidedigna para la obtención de los resultados.

#### **4.7. Plan de análisis.**

**ORDENAMIENTO Y CLASIFICACION:** esta técnica se utiliza para tratar la información cualitativa y cuantitativa de manera ordenada y así se pueda sacar el provecho máximo de este.

**REGISTRO MANUAL:** Se utiliza esta técnica para registrar y digitar la información de las distintas fuentes.

**PROCESO COMPUTARIZADO – EXCEL :** utilizado para realizar procedimientos y cálculos estadísticos que sean útiles a la investigación.

**PROCESO COMPUTARIZADO – WORD:** Utilizado para la creación, edición de textos y/o párrafos para todos los documentos que se utilizan en la investigación.

#### 4.8. Matriz de consistencia

| “EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU RELACION CON LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE” EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”                                 |   |   |                             |                           |   |
|--|---|---|-----------------------------|---------------------------|---|
| PROBLEMA GENERAL   | OBJETIVO GENERAL  | HIPOTESIS GENERAL   | VARIABLES                   | DIMENSIONES               | INDICADORES   |
| ¿Cómo se relaciona el comercio electrónico con la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?                               | Determinar cómo se relacionan el uso comercio electrónico en la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019.                   | Existe relación positiva entre el comercio electrónico en la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco,2019.                           | <b>COMERCIO ELECTRONICO</b> | Medios Electrónicos       | Internet<br>Telefono<br>Celular                     |
| <b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>   | <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>  | <b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>  |                             | Sistemas de Pago          | Efectivo<br>Tarjeta<br>Deposito                     |
| PE1. ¿Cómo se relacionan los Medios Electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?                    | OE1. Demostrar cómo se relacionan los medios electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.           | HE1. Existe relación positiva entre los Medios Electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco2019.                |                             | Adquisición de productos  | En tienda<br>Domicilio<br>Empresa externa de envíos |
| PE2. ¿Cuál es la relación entre Sistema de Pago con Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?                                  | OE2. Analizar la relación entre sistema de pago con los procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco,2019.                    | HE2. Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.                               |                             | <b>GESTION DE CALIDAD</b> | Cliente   |
| PE3. ¿De qué manera se relacionan Adquisición de productos On-line con la capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019? | OE3. Determinar la relación de la Adquisición de productos On-line con la capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. | HE3. Existe relacionan Positiva entre Adquisición de los productos on-line con capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019. | Procedimientos              |                           | documentarios<br>control de venta<br>registros      |
|  |   |   | Capacitación del personal   |                           | Diseño grafico<br>Buen trato<br>Empaque             |

## 4.9. Principios éticos

### 4.9.1 PRINCIPIOS QUE RIGEN LA ACTIVIDAD INVESTIGADORA

**Protección a las personas.** - La persona en toda investigación es el fin y no el medio, por ello necesitan cierto grado de protección, el cual se determinará de acuerdo al riesgo en que incurran y la probabilidad de que obtengan un beneficio. En el ámbito de la investigación es en las cuales se trabaja con personas, se debe respetar la dignidad humana, la identidad, la diversidad, la confidencialidad y la privacidad. Este principio no solamente implicará que las personas que son sujetos de investigación participen voluntariamente en la investigación y dispongan de información adecuada, sino también involucrará el pleno respeto de sus derechos fundamentales, en particular si se encuentran en situación de especial vulnerabilidad.

**Beneficencia y no maleficencia.** - Se debe asegurar el bienestar de las personas que participan en las investigaciones. En ese sentido, la conducta del investigador debe responder a las siguientes reglas generales: no causar daño, disminuir los posibles efectos adversos y maximizar los beneficios.

**Justicia.** - El investigador debe ejercer un juicio razonable, ponderable y tomar las precauciones necesarias para asegurarse de que sus sesgos, y las limitaciones de sus capacidades y conocimiento, no den lugar o toleren prácticas injustas. Se reconoce que la equidad y la justicia otorgan a todas las personas que participan en la responsabilidad personal del investigador considerar cuidadosamente



las consecuencias que la realización y la difusión de su investigación implican para los participantes en ella y para la sociedad en general. Este deber y responsabilidad no pueden ser delegados en otras personas. investigación derecha a acceder a sus resultados. El investigador está también obligado a tratar equitativamente a quienes participan en los procesos, procedimientos y servicios asociados a la investigación

**Integridad científica.** - La integridad o rectitud deben regir no sólo la actividad científica de un investigador, sino que debe extenderse a sus actividades de enseñanza y a su ejercicio profesional. La integridad del investigador resulta especialmente relevante cuando, en función de las normas deontológicas de su profesión, se evalúan y declaran daños, riesgos y beneficios potenciales que puedan afectar a quienes participan en una investigación. Asimismo, deberá mantenerse la integridad científica al declarar los conflictos de interés que pudieran afectar el curso de un estudio o la comunicación de sus resultados.

**Consentimiento informado y expreso.** - En toda investigación se debe contar con la manifestación de voluntad, informada, libre, inequívoca y específica; mediante la cual las personas como sujetos investigadores o titular de los datos consienten el uso de la información para los fines específicos establecidos en el proyecto.

#### 4.9.2 BUENAS PRÁCTICAS DE LOS INVESTIGADORES

Ninguno de los principios éticos exime al investigador de sus responsabilidades ciudadanas, éticas y deontológicas, por ello debe aplicar las siguientes buenas prácticas:

- El investigador debe ser consciente de su responsabilidad científica y profesional ante la sociedad. En particular, es deber y
- En materia de publicaciones científicas, el investigador debe evitar incurrir en faltas deontológicas por las siguientes incorrecciones:
  - a. Falsificar o inventar datos total o parcialmente.
  - b. Plagiar lo publicado por otros autores de manera total parcial.
  - c. Incluir como autor a quien no ha contribuido sustancialmente al diseño y realización del trabajo y publicar repetidamente los mismos hallazgos.
- Las fuentes bibliográficas utilizadas en el trabajo de investigación deben citarse cumpliendo las normas APA, según corresponda; respetando los derechos de autor.
- En la publicación de los trabajos de investigación se debe cumplir lo establecido en el Reglamento de Propiedad Intelectual Institucional y demás normas de orden público referidas a los derechos de autor.
- El investigador, si fuera el caso, debe describir las medidas de protección para minimizar un riesgo eventual al ejecutar la investigación.

- Toda investigación debe evitar acciones lesivas a la naturaleza y a la biodiversidad.
- El investigador debe proceder con rigor científico asegurando la validez, la fiabilidad y credibilidad de sus métodos, fuentes y datos. Además, debe garantizar estricto apego a la veracidad de la investigación en todas las etapas del proceso.
- El investigador debe difundir y publicar los resultados de las investigaciones realizadas en un ambiente de ética, pluralismo ideológico y diversidad cultural, así como comunicar los resultados de la investigación a las personas, grupos y comunidades participantes de la misma.
- El investigador debe guardar la debida confidencialidad sobre los datos de las personas involucradas en la investigación. En general, deberá garantizar el anonimato de las personas participantes.
- Los investigadores deben establecer procesos transparentes en su proyecto para identificar conflictos de intereses que involucren a la institución o a los investigadores.

## V. RESULTADOS

### 5.1. Resultados

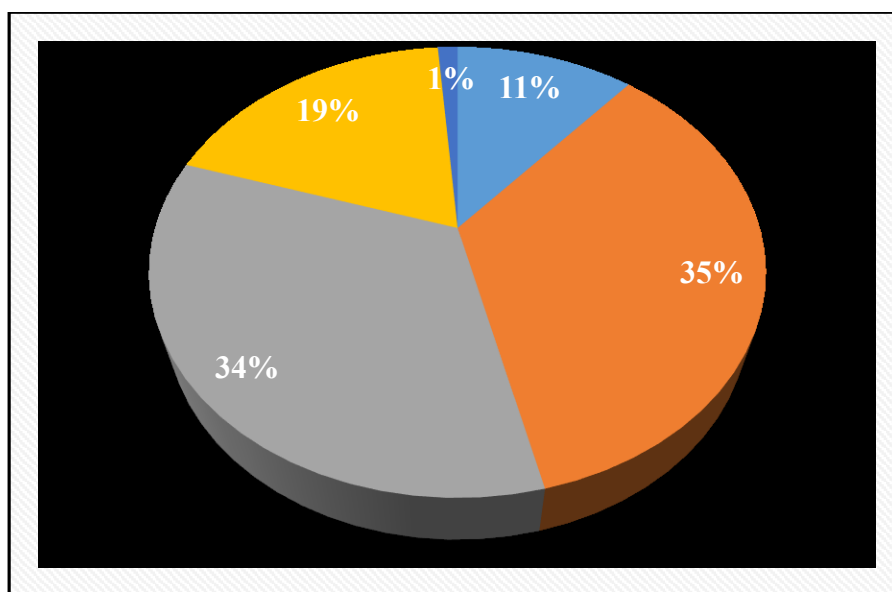
**Cuadro N° 01**

| CUADRO N° 01  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| La atención por internet (WhatsApp/Facebook) es muy buena |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo                                     | 9        | 11.25      | 11       |
| De Acuerdo  | 28       | 35         | 35       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                               | 27       | 33.75      | 34       |
| Algo en Desacuerdo  | 15       | 18.75      | 19       |
| Totalmente en Desacuerdo                                  | 1        | 1.25       | 1        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 01 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 01**



Fuente: Cuadro N° 01

Elaboración: el Investigador

INTERPRETACION: En el ITEM N° 01 – (La atención por internet (WhatsApp/Facebook) es muy buena), 80 fueron encuestados, el 11% (9) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 35% (28) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 34% (27), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 19 %(15) dijo que estaba algo en desacuerdo con la afirmación y el 1% (1) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

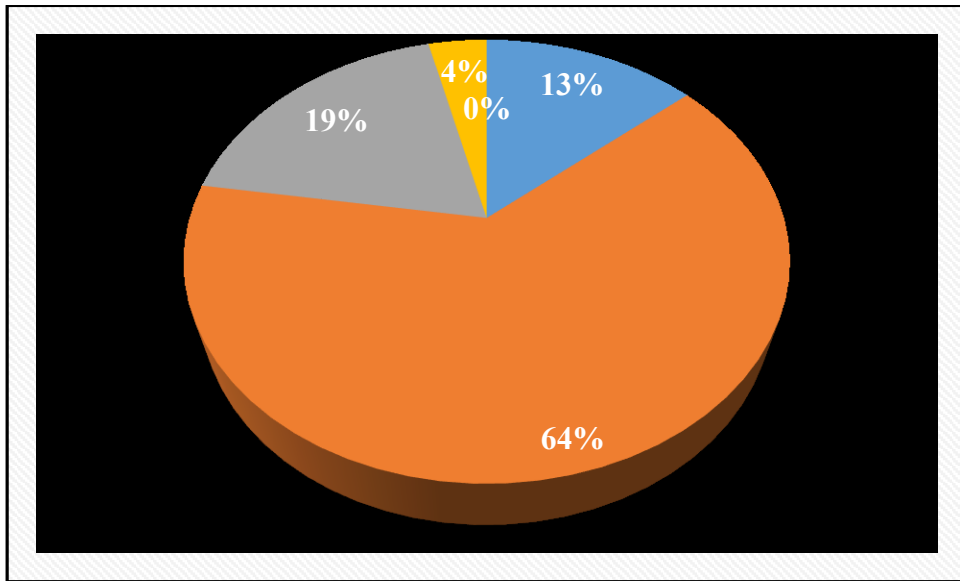
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 37 personas de los 80 están de acuerdo con que la atención por internet (WhatsApp/Facebook) de la imprenta Paco Yunque es muy buena, 27 dijeron que no era mala ni buena porque el tiempo de respuesta no es rápida, 15 opinaron que aún falta mejoras porque se demoraron en responder y 1 dijo que no estaba de acuerdo con utilizar el medio de internet refiere no haberlo utilizado.

**Cuadro N° 02**

| CUADRO N° 02  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Contestan el teléfono al instante y son muy amables |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo                               | 11       | 13.75      | 13       |
| De Acuerdo  | 51       | 63.75      | 64       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                         | 15       | 18.75      | 19       |
| Algo en Desacuerdo                                  | 3        | 3.75       | 4        |
| Totalmente en Desacuerdo                            | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        |          |

Fuente: Pregunta N° 02 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 02**



Fuente: Cuadro N° 02

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 02 – (Contestan el teléfono al instante y son muy amables), 80 fueron encuestados, el 13% (11) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 64% (51) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 19% (15), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 4 % (3) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 62 personas de los 80 están de acuerdo con la afirmación: Contestan el teléfono al instante y son muy amables en la empresa Paco Yunque. 15 personas dijeron no estar ni de acuerdo ni desacuerdo, dando como

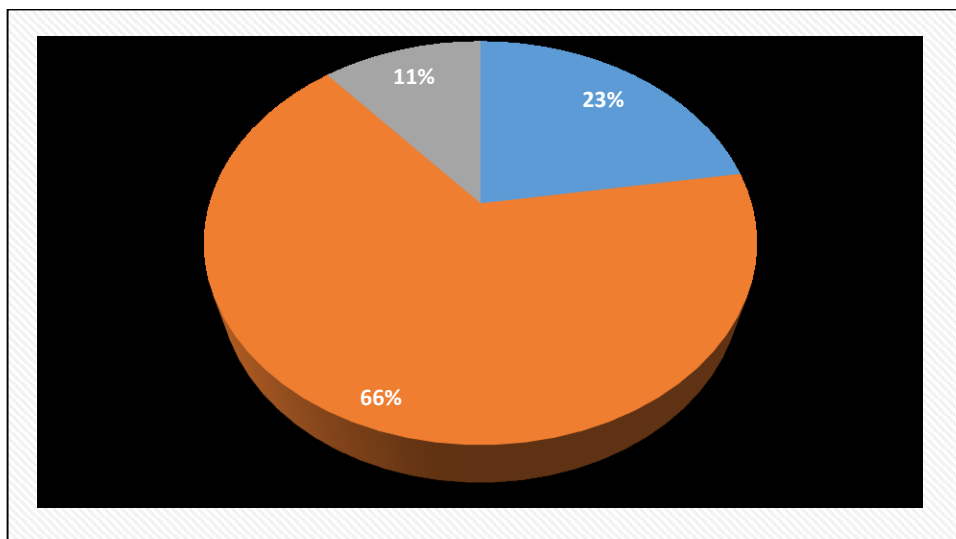
razón que no contestan de forma oportuna las llamadas telefónicas aunque no niegan que los tratan con amabilidad, opinan que se debe tener más en cuenta la eficiencia y rapidez al contestar.

**Cuadro N° 03**

| CUADRO N° 03   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 18       | 22.5       | 23       |
| De Acuerdo   | 53       | 66.25      | 66       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo  | 9        | 11.25      | 11       |
| Algo en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 03 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 03**



Fuente: Cuadro N° 03  
Elaboración: el Investigador

#### INTERPRETACION:

En el ITEM N° 03 –( El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo), 80 fueron encuestados, el 23% (18) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 66% (53) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 11% (9), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 71 personas de las 80 creen que el uso del celular para solicitar sus pedidos les ahorró mucho tiempo y esfuerzo, refieren que hay momentos que no puede salir de sus oficinas o están ocupados y no se dan tiempo de salir y comprar, en ese momento entienden lo útil que es tener un Celular. 9 personas dijeron no estar ni de acuerdo ni desacuerdo, opinando que en ocasiones no es fácil el entendimiento. Pero si creen que es un instrumento tecnológico beneficioso.

**Cuadro N° 04**

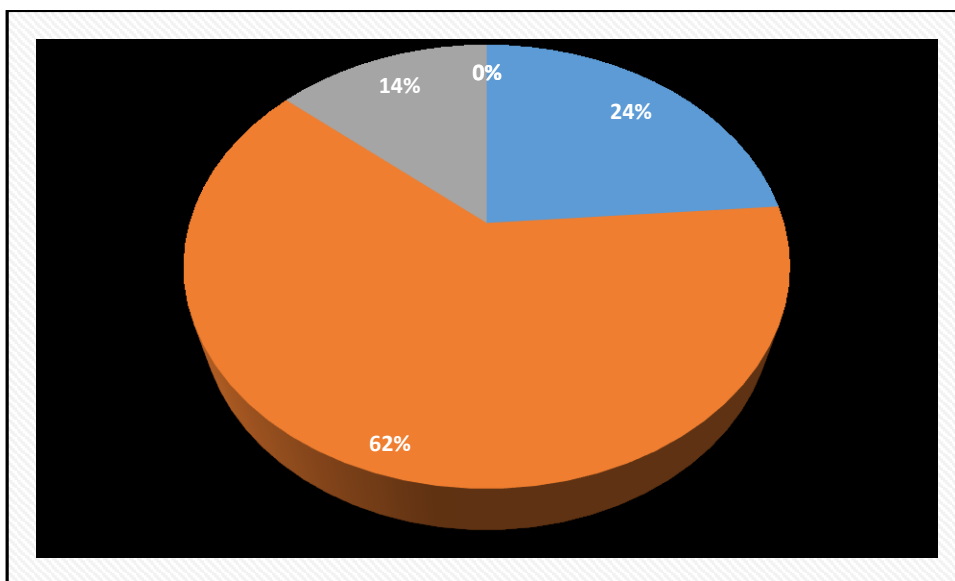
| CUADRO N° 04  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 19       | 23.75      | 24       |
| De Acuerdo  | 50       | 62.5       | 62       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo   | 11       | 13.75      | 14       |
| Algo en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 04 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador



**Grafico N° 04**



Fuente: Cuadro N° 04

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 04 - Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo, 80 fueron encuestados, el 24% (19) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 62% (50) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 14% (11), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 69 personas de las 80 que fueron encuestadas opinan que es fácil pagar en efectivo y no tienen ningún problema para utilizar ese medio de pago, 11 no están de acuerdo ni desacuerdo, refiriendo que también utilizan otros medios de pago.

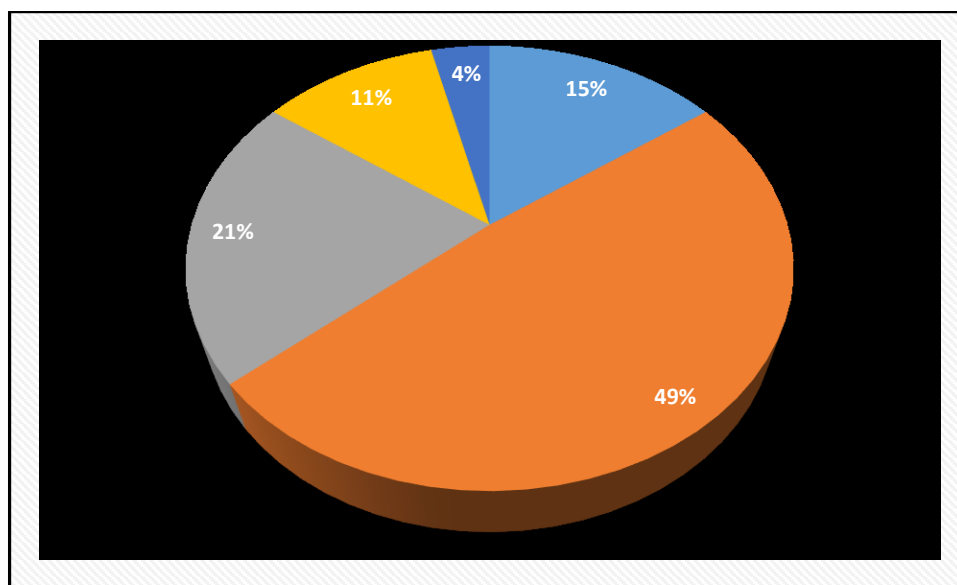
**Cuadro N° 05**

| CUADRO N° 05  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 12       | 15         | 15       |
| De Acuerdo  | 39       | 48.75      | 49       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                                   | 17       | 21.25      | 21       |
| Algo en Desacuerdo  | 9        | 11.25      | 11       |
| Totalmente en Desacuerdo                                      | 3        | 3.75       | 4        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 05 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 05**



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: el Investigador

#### INTERPRETACION:

En el Item N° 05 - Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo, 80 fueron encuestados, el 15% (12) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 49% (39) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 21% (17), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 11 % (9) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 4% (3) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

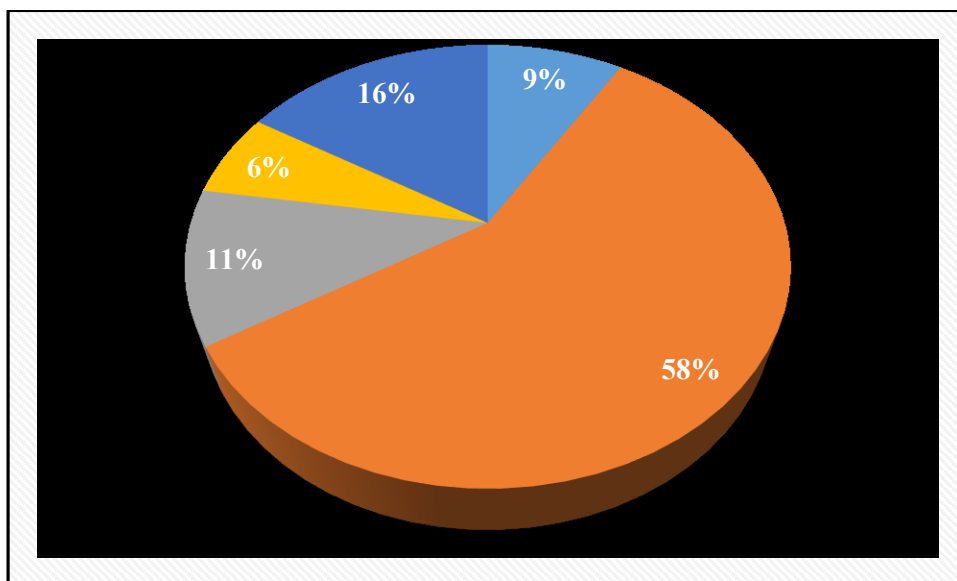
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 51 personas de los 80 encuestados opinan que Pagar con deposito es una muy buena opción y los clientes pueden realizarlo si así lo necesitan en la empresa Paco Yunque. 17 dijeron que no utilizaron pero que si podrían intentarlo. 9 dijeron que no lo utilizarían prontamente y 3 que no les gusta hacer colas y no haría depósitos por esa razón y prefieren pagar en efectivo.

**Cuadro N° 06**

| CUADRO N° 06  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo                                     | 7        | 8.75       | 9        |
| De Acuerdo  | 46       | 57.5       | 58       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                               | 9        | 11.25      | 11       |
| Algo en Desacuerdo  | 5        | 6.25       | 6        |
| Totalmente en Desacuerdo                                  | 13       | 16.25      | 16       |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 06 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 06**



Fuente: Cuadro N° 06

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el Item N° 06 - Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago, 80 fueron encuestados, el 9% (7) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 58% (46) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 11% (9), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni de desacuerdo con la afirmación, el 6 % (5) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 16% (13) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 53 personas de las 80 encuestas opinan que utilizan de manera frecuente la tarjeta como medio de pago en la empresa Paco Yunque. 9 dijeron que no lo utilizan pero que podrían hacerlo, 5 dijeron que estaba algo en desacuerdo por que se enteraron de los duplicadores de tarjeta y los peligros

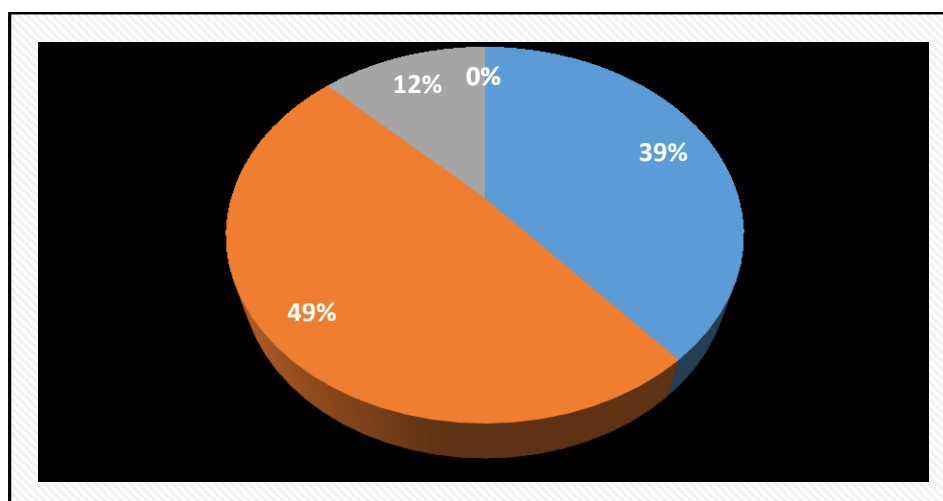
que conlleva perder una, 13 dijeron estar en desacuerdo total por que no le ven la utilidad, prefieren pagar en efectivo o haciendo depósitos refiriéndose la inseguridad como factor.

**Cuadro N° 07**

| CUADRO N° 07   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo                                | 31       | 38.75      | 39       |
| De Acuerdo   | 39       | 48.75      | 49       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                          | 10       | 12.5       | 12       |
| Algo en Desacuerdo                                   | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo                             | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 07 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 07**



Fuente: Cuadro N° 07  
Elaboración: la Investigadora

#### INTERPRETACION:

En el Item N° 07 – (Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda), 80 fueron encuestados, el 39% (31) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 49% (39) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 12% (10), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

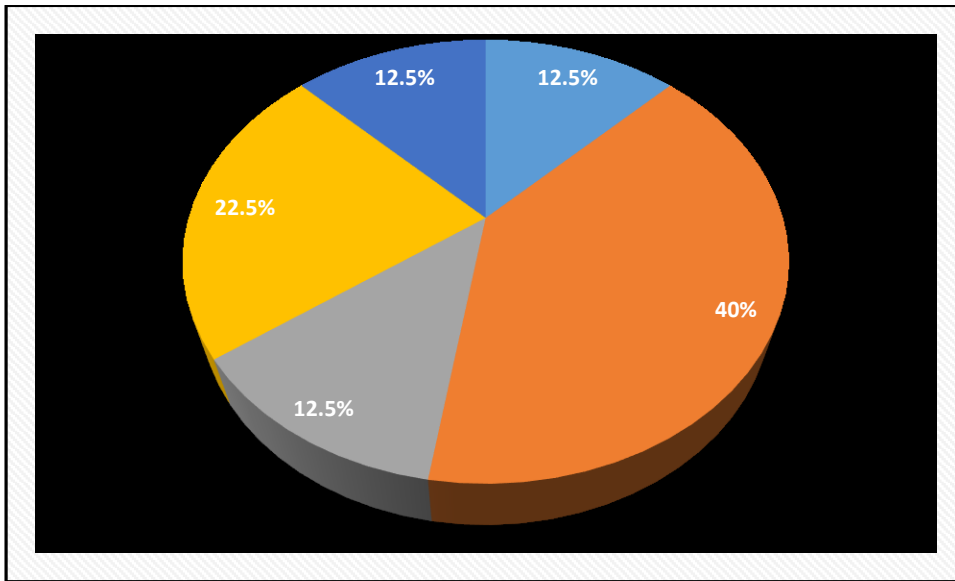
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 70 personas de los 80 encuestados están de acuerdo con la afirmación: Es fácil Adquirir los productos en la tienda física de la imprenta Paco Yunque. 10 dijeron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo por qué opinan que les quita tiempo y prefieren que se los lleve a domicilio.

**Cuadro N° 08**

| CUADRO N° 08  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo                               | 10       | 12.5       | 12.5     |
| De Acuerdo  | 32       | 40         | 40       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                         | 10       | 12.5       | 12.5     |
| Algo en Desacuerdo                                  | 18       | 22.5       | 22.5     |
| Totalmente en Desacuerdo                            | 10       | 12.5       | 12.5     |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 08 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 08**



Fuente: Cuadro N° 08  
Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el Item N° 08 - Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio, 80 fueron encuestados, el 12.5% (10) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 40% (32) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 12% (10), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni de desacuerdo con la afirmación, el 23 % (18) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 12% (10) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 42 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio de la empresa Paco Yunque. 10 dijeron si sienten confianza pero que en ocasiones los trabajos demoran en llegar, 18 dijeron que estaban en algo en desacuerdo ya que no sienten confianza de solicitar entregas a domicilio por elementos que pueden ir a

comprar ellos mismos a la tienda, 10 dijeron que no sienten confianza de los envíos a domicilio y prefieren no utilizarlos.

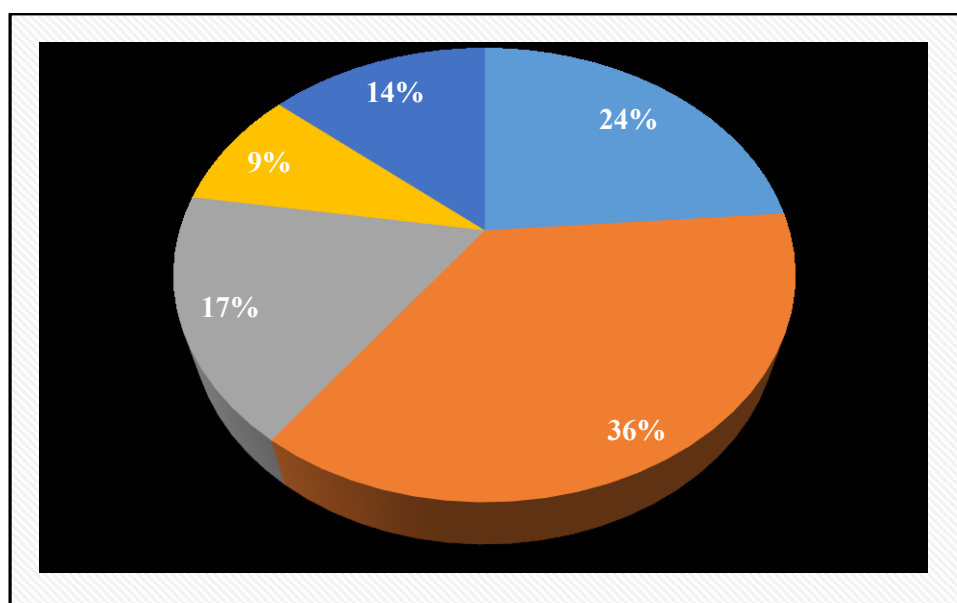
**Cuadro N° 09**

| CUADRO N° 09  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Puedo contratar/ya contrate una empresa que transporte mis pedidos. |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 19       | 23.75      | 24       |
| De Acuerdo  | 29       | 36.25      | 36       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo   | 14       | 17.5       | 17       |
| Algo en Desacuerdo  | 7        | 8.75       | 9        |
| Totalmente en Desacuerdo  | 11       | 13.75      | 14       |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 09 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 09**



Fuente: Cuadro N° 09

Elaboración: el Investigador



## INTERPRETACION:

En el ITEM N° 09 - Puedo contratar/ya contrate una empresa que transporte mis pedidos., 80 fueron encuestados, el 24% (19) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 36% (29) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 17% (14), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 9 % (7) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 14% (11) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 48 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: Puedo contratar/ya contraté una empresa que transporte mis pedidos de la imprenta Paco Yunque.

14 no están ni de acuerdo ni desacuerdo, consideran que podrían utilizarlo, pero tienen necesidad, 7 dijeron que estaban en algo en desacuerdo por que las empresas pueden cobrar un costo superior a lo solicitado, 11 dijeron que estaban totalmente en desacuerdo por que refieren que los productos no son tratados de buena manera y los pueden malograr.

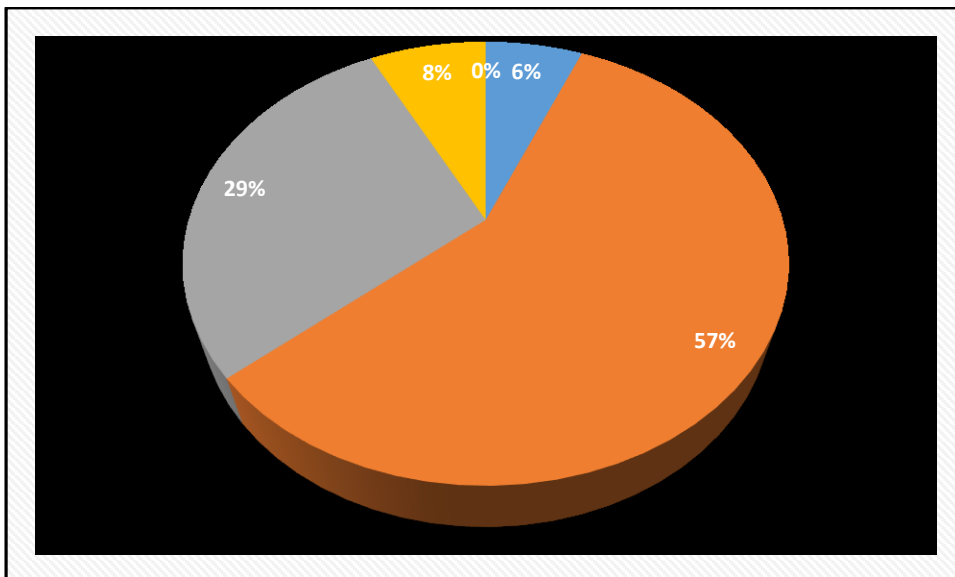
**Cuadro N° 10**

| CUADRO N° 10   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 5        | 6.25       | 6        |
| De Acuerdo   | 46       | 57.5       | 57       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo  | 23       | 28.75      | 29       |
| Algo en Desacuerdo   | 6        | 7.5        | 8        |
| Totalmente en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 10 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 10**



Fuente: Cuadro N° 10

Elaboración: el Investigador

#### INTERPRETACION:

En el ITEM N° 10 - Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras, 80 fueron encuestados, el 6% (5) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 57% (46) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 29% (23), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 8 % (6) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 51 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo en la afirmación: las expectativas de los clientes son cumplidas en gran parte en cuanto a los pedidos/compras en la imprenta Paco Yunque. 23 personas opinan que es necesario mejorar la variedad de los modelos. 6 dijeron estar en algo en desacuerdo, refiriendo en que necesita mejorar el stock en tarjetas y recuerdos.

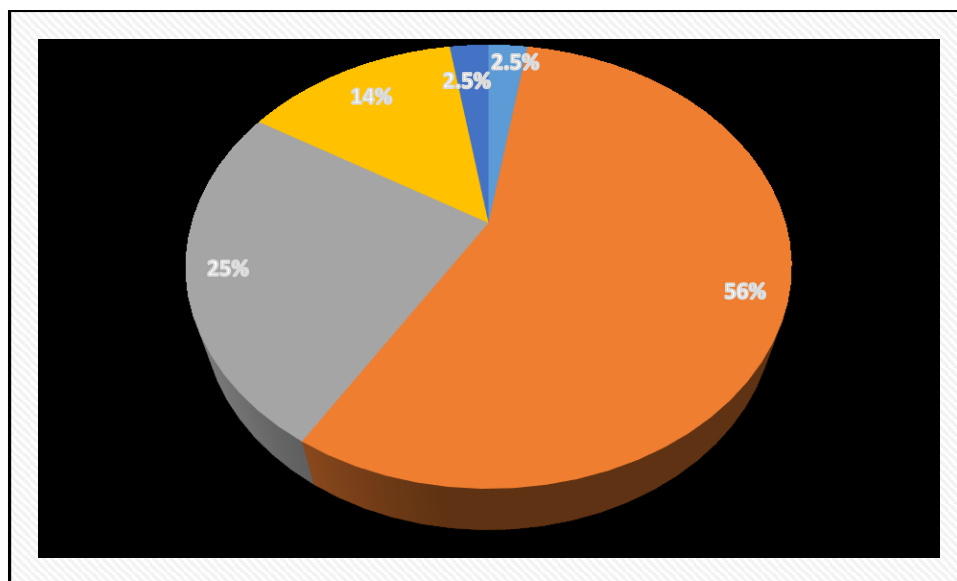
**Cuadro N° 11**

| CUADRO N° 11   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 2        | 2.5        | 2.5      |
| De Acuerdo   | 45       | 56.25      | 56       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo  | 20       | 25         | 25       |
| Algo en Desacuerdo   | 11       | 13.75      | 14       |
| Totalmente en Desacuerdo   | 2        | 2.5        | 2.5      |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 11 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 11**



Fuente: Pregunta N° 11 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 11 – (Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono ,80 fueron encuestados, el 2.5% (2) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 56% (45) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 25% (20), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 14 % (11) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 2.5% (2) encuestados manifestaron que estaban totalmente en desacuerdo con la afirmación.

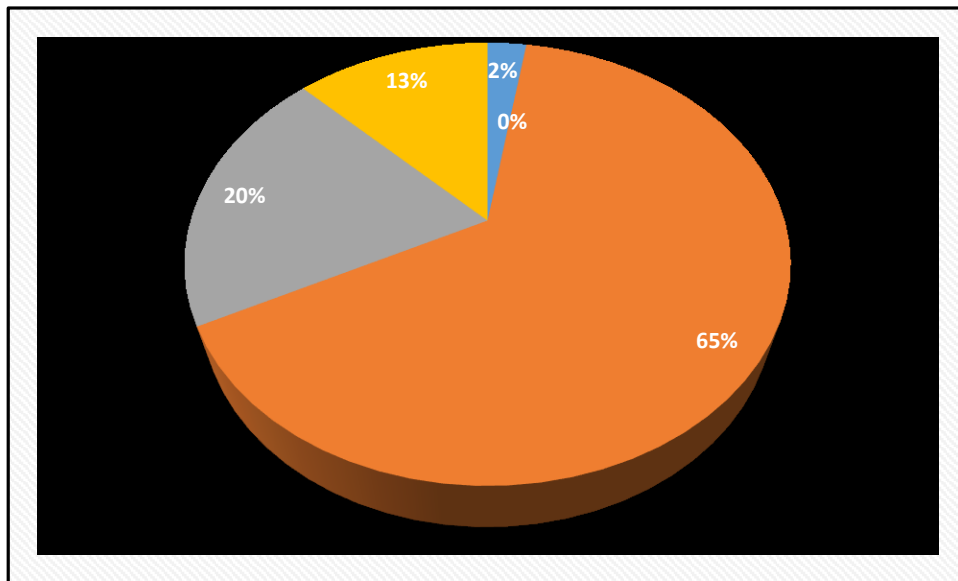
Por lo tanto, esto nos demuestra que, al menos 47 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono, 20 dijeron no estar en acuerdo ni desacuerdo, 11 dijeron que no lo necesitaban y 2 opinan que no están de acuerdo, opinan que prefieren ir a la tienda en lugar de estar viendo el celular.

**Cuadro N° 12**

| CUADRO N° 12  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono) |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 2        | 2.5        | 2.5      |
| De Acuerdo  | 52       | 65         | 65       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo   | 16       | 20         | 20       |
| Algo en Desacuerdo  | 10       | 12.5       | 12.5     |
| Totalmente en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 12 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 12**



Fuente: Pregunta N° 12 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

#### INTERPRETACION:

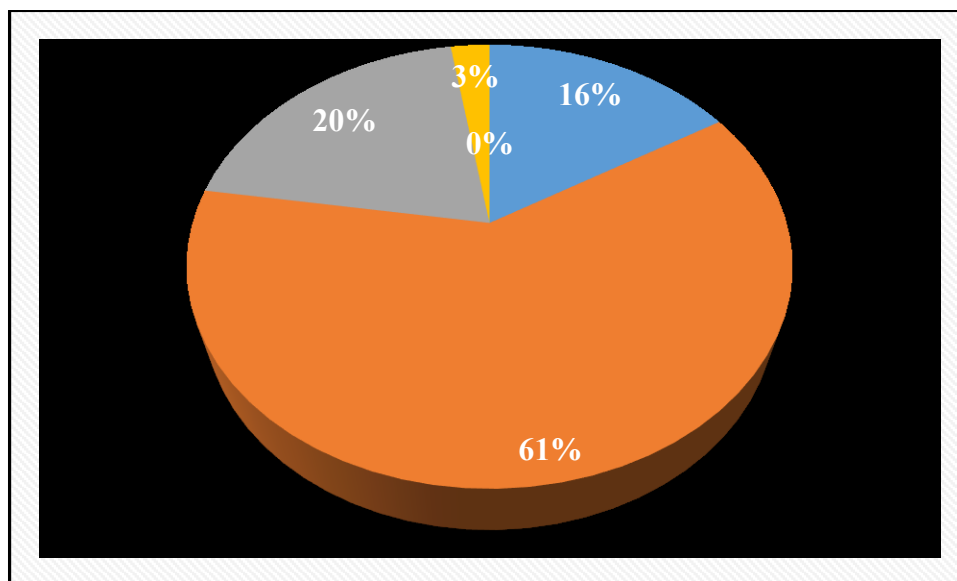
En el ITEM N° 12 – (Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)), 80 fueron encuestados, el 2.5% (2) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 65% (52) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 20% (16), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 12.5 % (10) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaban totalmente en desacuerdo con la afirmación. Por lo tanto, esto nos demuestra que 54 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono). 16 dijeron que sienten inseguridad y 10 que no sienten confianza de realizar compras por internet.

**Cuadro N° 13**

| CUADRO N° 13  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por Sunat) para la impresión de comprobantes de pago. |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 13       | 16.25      | 16       |
| De Acuerdo  | 49       | 61.25      | 61       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo   | 16       | 20         | 20       |
| Algo en Desacuerdo  | 2        | 2.5        | 3        |
| Totalmente en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 13 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 13**



Fuente: Pregunta N° 13 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 13 - Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por Sunat) para la impresión de comprobantes de pago, 80 fueron encuestados, el 16% (13) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 61% (49) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 20% (16), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 3 % (2) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

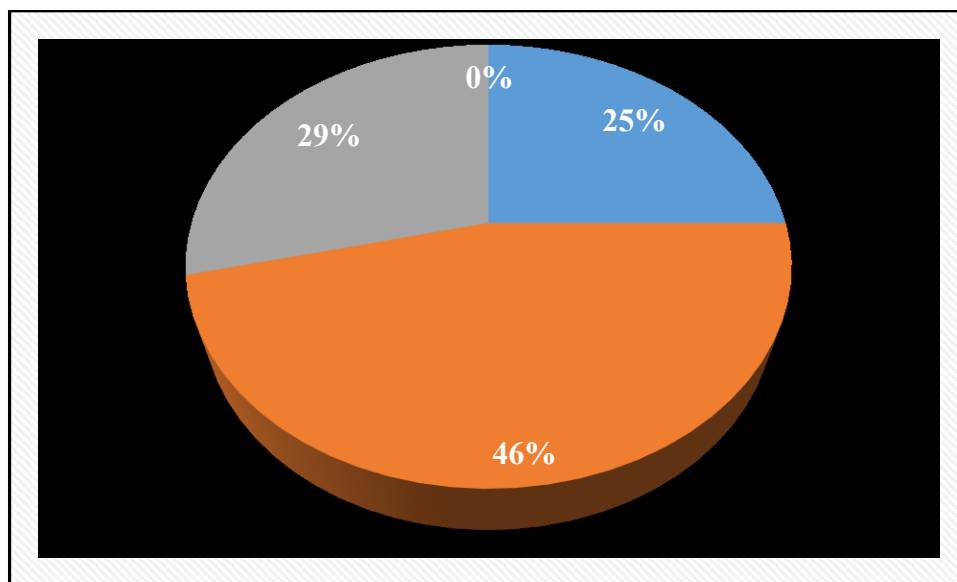
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 62 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación, 16 dijeron que no tenían problema en presentar sus documentos, pero creen que sería mejor que no y 2 opinan que no debería ser necesario,

**Cuadro N° 14**

| CUADRO N° 14   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago. |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 20       | 25         | 25       |
| De Acuerdo   | 37       | 46.25      | 46       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo  | 23       | 28.75      | 29       |
| Algo en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 14 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 14**



Fuente: Pregunta N° 14 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador



#### INTERPRETACION:

En el ITEM N° 14 – (Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago), el 25% (20) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 46% (37) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 29% (23), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

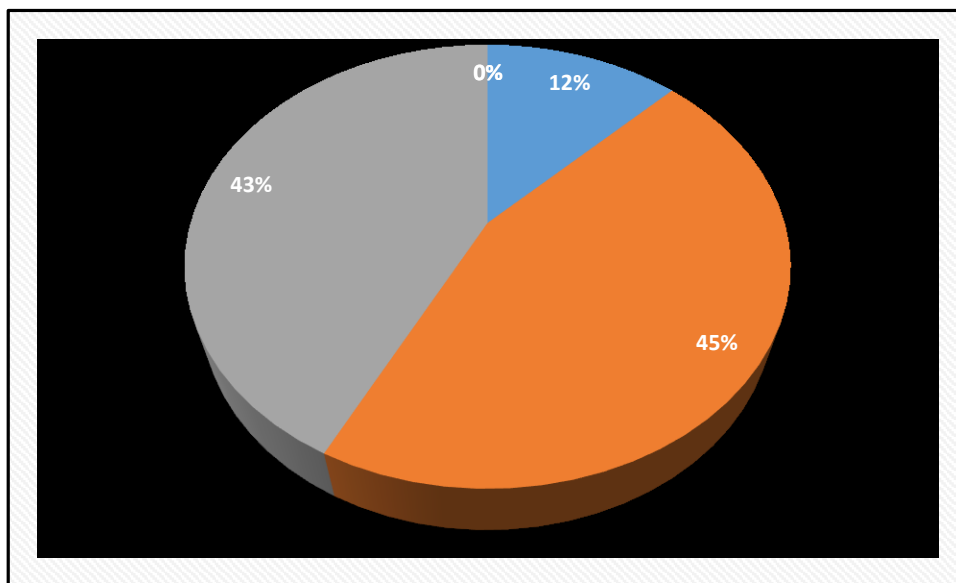
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 57 de las 80 personas encuestadas están de acuerdo con la afirmación: Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.

**Cuadro N° 15**

| CUADRO N° 15   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 10       | 12.5       | 12.5     |
| De Acuerdo   | 36       | 45         | 45       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                                      | 34       | 42.5       | 42.5     |
| Algo en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 11 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 15**



Fuente: Pregunta N° 15 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 15 –( Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes), 80 fueron encuestados, el 12.5% (10) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 45% (36) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 42.5% (34), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

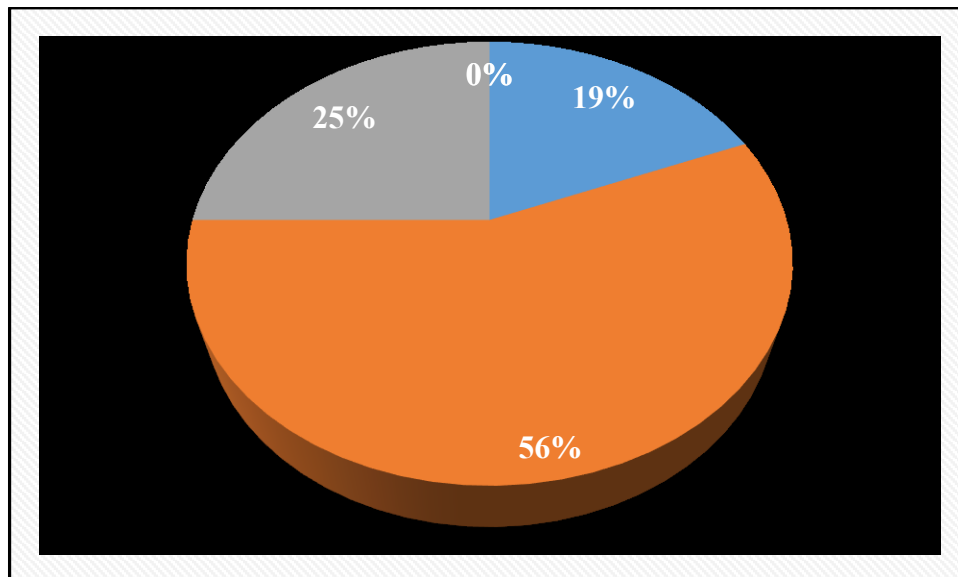
Por lo tanto, esto nos demuestra que Al menos 46 personas de los 80 encuestados están de acuerdo con la afirmación: Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes

**Cuadro N° 16**

| CUADRO N° 16  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 15       | 18.75      | 19       |
| De Acuerdo  | 45       | 56.25      | 56       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo                                     | 20       | 25         | 25       |
| Algo en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 16 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 16**



Fuente: Pregunta N° 16 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

#### INTERPRETACION:

En el Item N° 16 – (El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo), 80 fueron encuestados, el 19% (15) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 56% (45) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 25% (20), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

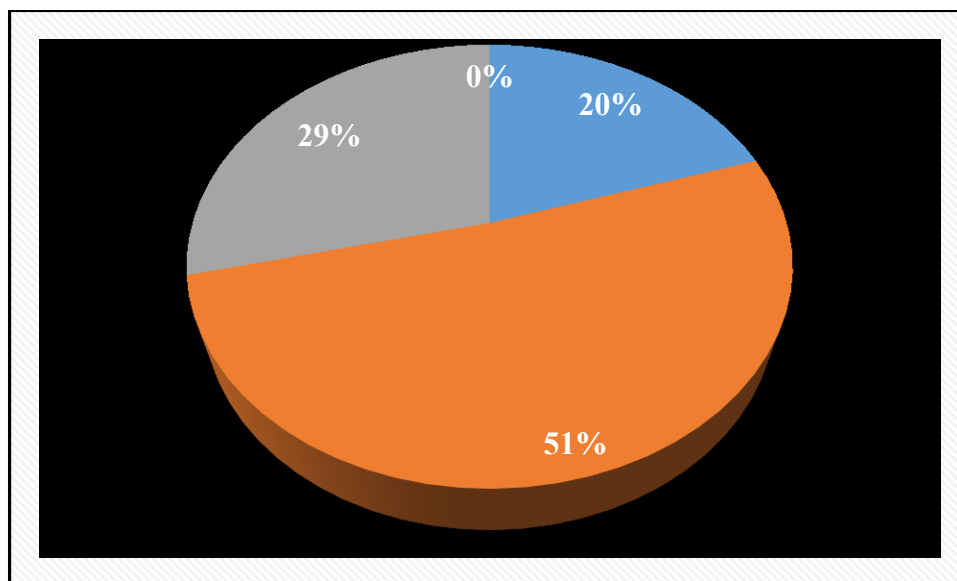
Por lo tanto, esto nos demuestra que, al menos 60 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo.

**Cuadro N° 17**

| CUADRO N° 17   |          |            |          |
|--|----------|------------|----------|
| El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos. |          |            |          |
| OPCION   | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo  | 16       | 20         | 20       |
| De Acuerdo   | 41       | 51.25      | 51       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo  | 23       | 28.75      | 29       |
| Algo en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo   | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL  | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 17 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 17**



Fuente: Pregunta N° 17 del Cuestionario Realizado  
Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 17 – (El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos), 80 fueron encuestados, el 20% (16) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 51% (41) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 29% (23), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que no estaba totalmente de acuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que, al menos 57 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos.

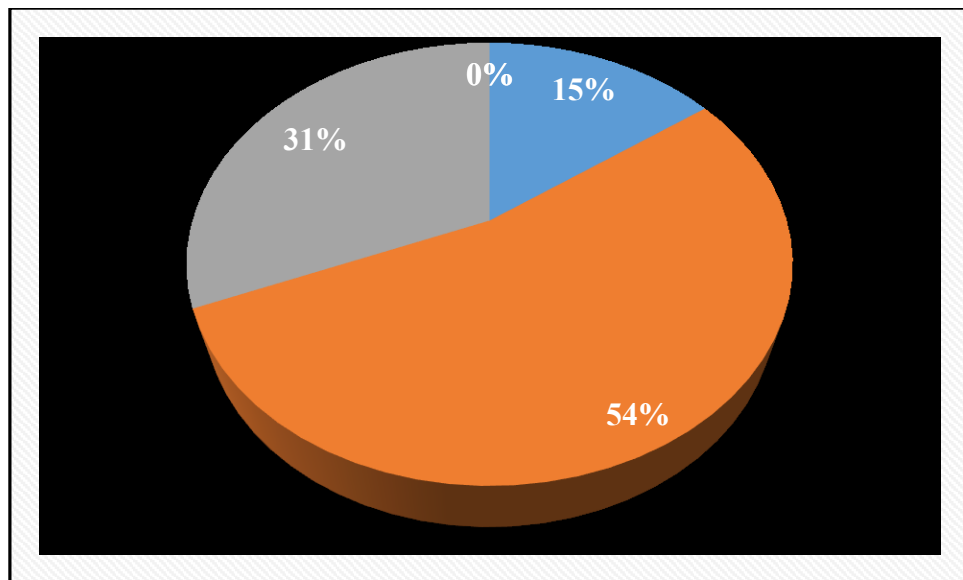
**Cuadro N° 18**

| CUADRO N° 18  |          |            |          |
|---|----------|------------|----------|
| Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima. |          |            |          |
| OPCION  | CANTIDAD | PORCENTAJE | % VALIDO |
| Totalmente De Acuerdo   | 12       | 15         | 15       |
| De Acuerdo  | 43       | 53.75      | 54       |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo   | 25       | 31.25      | 31       |
| Algo en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| Totalmente en Desacuerdo  | 0        | 0          | 0        |
| TOTAL   | 80       | 100        | 100      |

Fuente: Pregunta N° 18 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**Grafico N° 18**



Fuente: Pregunta N° 18 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACION:

En el ITEM N° 18 –(Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima), 80 fueron encuestados, el 15% (12) encuestados manifestaron que Estaban totalmente de acuerdo con la afirmación, el 54% (43) encuestados manifestaron que estaban de acuerdo con la afirmación, el 31% (25), encuestados manifestaron que no estaban ni de acuerdo ni desacuerdo con la afirmación, el 0 % (0) dijo que estaba de algo en desacuerdo con la afirmación y el 0% (0) encuestado manifestó que estaba totalmente en desacuerdo con la afirmación.

Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 55 personas de las 80 están de acuerdo con la afirmación. Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima

## 5.2. Análisis de resultados

La Hipótesis general está en relación a las hipótesis específicas. Para esto, se ha tomado la prueba Rho de Spearman a un nivel de significación de 0,05.

(sig)  $\alpha < 0.05$

A continuación, se muestra el proceso de la prueba de hipótesis:

Para interpretar el coeficiente de correlación utilizamos la siguiente-escala:

| VALOR         | SIGNIFICADO                            |
|---------------|--|
| -1            | correlación negativa grande y perfecta |
| -0.9 a -0.99  | correlación negativa muy alta          |
| -0.7 a -0.89  | correlación negativa alta              |
| -0.4 a -0.69  | correlación negativa moderada          |
| -0.2 a -0.39  | correlación negativa baja              |
| -0.01 a -0.19 | correlación negativa muy baja          |
| 0             | correlación nula                       |
| 0.01 a 0.19   | correlación positiva muy baja          |
| 0.2 a 0.39    | correlación positiva baja              |
| 0.4 a 0.69    | correlación positiva moderada          |
| 0.7 a 0.89    | correlación positiva alta              |
| 0.9 a 0.99    | correlación positiva muy alta          |
| 1             | correlación positiva grande y perfecta |

## 5.2.1 Prueba de Hipótesis

### 5.2.1.1. Hipótesis General

Existe relación positiva entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

#### **H0 = HIPOTESIS NULA**

No existe relación positiva entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

#### **HG = HIPOTESIS ALTERNA**

Existe relación positiva entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

El contraste de hipótesis a nivel de significancia: (sig)  $\alpha < 0.05$

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$



Donde el recorrido de coeficiente de correlación Rho Spearman se encuentra en el siguiente intervalo:  $r \in <-1,1>$

El resultado de correlación se obtuvo del programa estadístico SPSS

**Cuadro N° 19**

**Correlación entre Comercio Electrónico y Gestión de calidad**

| Correlación     | Variables            | Comercio Electrónicos      | Gestión de Calidad |       |
|-----------------|----------------------|----------------------------|--------------------|-------|
| Rho de Spearman | Comercio Electrónico | Coeficiente de correlación | ,979**             |       |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | .000               |       |
|                 |                      | N                          | 80                 |       |
|                 | Gestión de Calidad   | Coeficiente de correlación | ,979**             | 1.000 |
|                 |                      | Sig. (bilateral)           | .000               |       |
|                 |                      | N                          | 80                 | 80    |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.979, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 97.9% aproximadamente.

Como el nivel de significación obtenido es menor a 0.05

(sig.)  $0.000 < 0.05$

Por tanto, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alterna, es decir: existe una relación significativa entre El Comercio Electrónico y La

Gestión de Calidad en la imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. A un nivel de significancia de: 0.01

#### 5.2.1.1. Hipótesis Específicas

#### 5.2.1.2. Hipótesis Específicas 1

HE1. Existe relación positiva entre los Medios Electrónicos con los clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco 2019.

#### **H0 = HIPOTESIS NULA**

No existe relación positiva entre los Medios Electrónicos con los clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco 2019.

#### **HG = HIPOTESIS ALTERNA**

Existe relación positiva entre los Medios Electrónicos con los clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco 2019.

El contraste de hipótesis a nivel de significancia;

$$(\text{sig}) \alpha < 0.05$$

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde el recorrido de coeficiente de correlación Rho Spearman se encuentra en el siguiente intervalo:  $r \in <-1,1>$

El resultado de correlación se obtuvo del programa estadístico SPSS

**Cuadro N° 20**

**Correlación entre medios electrónicos y clientes**

| Correlación        | Variables              |                                | Medios<br>Electrónicos | Cliente |       |
|--------------------|------------------------|--------------------------------|------------------------|---------|-------|
| Rho de<br>Spearman | Medios<br>Electrónicos | Coefficiente de<br>correlación | 1.000                  | ,924**  |       |
|                    |                        | Sig. (bilateral)               |                        | .000    |       |
|                    |                        | N                              | 80                     | 80      |       |
|                    | Cliente                | Coefficiente de<br>correlación |                        | ,924**  | 1.000 |
|                    |                        | Sig. (bilateral)               |                        | .000    |       |
|                    |                        | N                              |                        | 80      | 80    |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.924, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 92.4% aproximadamente.

Como el nivel de significación obtenido es menor a 0.05

**(sig) 0.000 < 0.05**

Por tanto, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alterna, es decir: existe una relación significativa entre los Medios Electrónicos con los clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco 2019. A un nivel de significancia de: 0.01

5.2.1.3. Hipótesis Específicas 2

HE2. Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

### **H0 = HIPOTESIS NULA**

No existe relación Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

### **HG = HIPOTESIS ALTERNA**

Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

El contraste de hipótesis a nivel de significancia

$$(\text{sig}) \alpha < 0.05$$

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde el recorrido de coeficiente de correlación Rho Spearman se encuentra en el siguiente intervalo:

$$r \in \langle -1, 1 \rangle$$

El resultado de correlación se obtuvo del programa estadístico SPSS

**Cuadro N° 21**

**Correlación entre Sistema de pago y procedimientos**

| Correlación     | Variables        | Sistema de pagos            | Procedimientos |        |
|-----------------|------------------|-----------------------------|----------------|--------|
| Rho de Spearman | Sistema de pagos | Coefficiente de correlación | 1.000          | ,943** |
|                 |                  | Sig. (bilateral)            |                | .000   |
|                 |                  | N                           | 80             | 80     |
|                 | procedimientos   | Coefficiente de correlación | ,943**         | 1.000  |
|                 |                  | Sig. (bilateral)            | .000           |        |
|                 |                  | N                           | 80             | 80     |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.943, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 94.3% aproximadamente.

Como el nivel de significación obtenido es menor a 0.05 (**sig**) **0.000 < 0.05**

Por tanto, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alterna, es decir: Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

A un nivel de significancia de: 0.01

5.2.1.1. Hipótesis Especificas 3

HE3. Existe relación Positiva entre Adquisición de productos con capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

H0 = HIPOTESIS NULA

No existe relación Positiva entre **Adquisición de productos** con **capacitación del personal** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

HG = HIPOTESIS ALTERNA

Existe relación Positiva entre **Adquisición de productos** con **capacitación del personal** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

El contraste de hipótesis a nivel de significancia (**sig**) **a < 0.05**

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum_{i=1}^n d_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

Donde el recorrido de coeficiente de correlación Rho Spearman se encuentra en el siguiente intervalo: **r € <-1,1>**

El resultado de correlación se obtuvo del programa estadístico SPSS

**Cuadro N° 21**

**Correlación entre Adquisición de productos y Capacitación de personal**

| Correlación     | Variables                 |                             | Adquisición e productos | Capacitación del personal |
|-----------------|---------------------------|-----------------------------|-------------------------|---------------------------|
| Rho de Spearman | Adquisición de productos  | Coefficiente de correlación | 1.000                   | ,922**                    |
|                 |                           | Sig. (bilateral)            |                         | .000                      |
|                 |                           | N                           | 80                      | 80                        |
|                 | Capacitación del personal | Coefficiente de correlación | ,922**                  | 1.000                     |
|                 |                           | Sig. (bilateral)            | .000                    |                           |
|                 |                           | N                           | 80                      | 80                        |

\*. La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.922, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 92.2% aproximadamente.

Como el nivel de significación obtenido es menor a 0.05

**(sig) 0.000 < 0.05**

Por tanto, se rechaza la Hipótesis Nula y se acepta la Hipótesis Alterna, es decir: existe una relación significativa entre Adquisición de productos con capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

A un nivel de significancia de: 0.01

## VI. CONCLUSIONES

- Existe relación positiva muy alta entre el comercio electrónico en la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.979, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 97.9% aproximadamente.
- Existe relación positiva muy alta entre los Medios Electrónicos con los clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.924, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 92.4% aproximadamente.
- Existe relación positiva muy alta entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.943, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 94.3% aproximadamente.
- Existe relación Positiva muy alta entre Adquisición de los productos con capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. Viendo el coeficiente Rho spearman obtenido es de: 0.922, indica que existe una correlación positiva entre las variables, que significa que tiene una relación o dependencia de 92.2% aproximadamente.



## V. RECOMENDACIONES

- Se sabe que si existe una correlación positiva o dependencia de 97.9% aproximadamente entre el comercio electrónico en la gestión de calidad. Por lo cual recomiendo sea tomado en cuenta, para su uso y desarrollo en las Mypes.
- Se sabe que si existe una correlación positiva o dependencia de 92.4% aproximadamente entre los Medios Electrónicos con los clientes. Por lo tanto, recomiendo que el uso de los Medios electrónicos sea con mayor frecuencia pues implica una mejora en el acercamiento entre la empresa y el cliente.
- Se sabe que si existe una correlación positiva o dependencia de 94.3% aproximadamente entre Sistema de Pago con los Procedimientos. Por lo tanto, recomiendo que sea implementado y considerado entre los procedimientos los distintos tipos de pago, de esta manera se asegura que la empresa brinde un mejor servicio al cliente.
- Se sabe que si existe una correlación positiva o dependencia de 92.2% aproximadamente entre Adquisición de los productos con capacitación del personal. Por lo tanto, se recomienda que sea tomado en cuenta la capacitación del personal, en las áreas de; atención, desarrollo, producción y entrega, como un factor muy importante que se debe tener en cuenta en las Mypes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- Yasmín RADA (2017) PUBLICIDAD VIRTUAL Y SU INFLUENCIA EN LAS VENTAS DEL RECREO CAMPESTRE ECOLÓGICO EL HUERTO HUANUQUEÑO HUÁNUCO – 2017, Tesis para optar el título de Licenciado de Administración de Empresas, universidad de Huánuco,
- WESTER ZELA (2012) PLAN DE NEGOCIO DEL COMERCIO ELECTRONICO EN EL PERU, CASO: EL COMERCIO ELECTRONICO DE PRODUCTOS DE LA SELVA PERUANA AL MERCADO AMERICANO, Tesis para optar el título profesional de ingeniero en sistemas, en la Universidad Nacional de Ingeniería, Lima
- DARWIN DAMACEN (2005) COMERCIO ELECTRONICO EN LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES EN LAS MYPES EN EL PERU, Tesis para optar el grado de Magister en Administración con mención en Gestión Empresarial, Universidad Mayor de San Marcos, Lima.
- Angélica Yunga (2014) COMERCIO ELECTRONICO EN EL ECUADOR Y PROPUESTA DE UN PLAN DE MARKETING DIGITAL PARA EMPRESAS ESPECIALIZADAS DE PAPELERIA EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, Tesis previa a la obtención del título de Magister en administración de Empresa, UNIVERSIDAD NACIONAL DE INGENIERIA, Ecuador.



- Organización Mundial del Comercio . (2013). COMERCIO ELECTRONICO EN LOS PAISES EN DESARROLLO. OMC, ISBN 978-92-870-3866-1 , 16.
- DORIS OROPEZA. (2018). EL COMERCIO ELECTRONICO Y PRINCIPIOS ECONÓMICO-COMERCIALES. MEXICO: INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS, UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MEXICO.
- McLEOD, Raymond; (2000). “Sistemas de información gerencial”; Edición séptima; México; Ed. Pearson Educación.
- César Camisón, Sonia Cruz Y Tomás González. (2006). SEGUNDO INFORME DE PROGRESO DEL GRUPO DE TRABAJO SOBRE COMERCIO ELECTRONICO Y COMERCIO EXTERIOR. GESTIÓN DE LA CALIDAD: CONCEPTOS, ENFOQUES, MODELOS Y SISTEMAS: PEARSON.
- Witcher, B. (1995), «The Changing Scale of Total Quality Management». Quality Management Journal, 2 (4), pp. 9-29.
- Swift, J.A.; Ross, J.E. y Omachonu, V.K. (1998), Principles of Total Quality Management. St. Lucie Press, Florida, 2 ed.

# **ANEXOS**

ENCUESTA N° 01  
LA GESTION DE CALIDAD Y SU RELACION CON EL COMERCIO  
ELECTRONICO EN LA IMPRENTA PACO YUNQUE

Nombre: \_\_\_\_\_

Edad: \_\_\_\_\_

La siguiente encuesta tiene como objetivo dar información verás de su sentir, no exististe respuesta correcta o incorrecta. Su opinión es lo que es importante. El puntaje mayor es de 5 y el menor es de 1, en el siguiente cuadro se especifican lo que significan cada uno de los puntajes.

|                             |          |
|-----------------------------|----------|
| Totalmente De Acuerdo       | <b>5</b> |
| De Acuerdo                  | <b>4</b> |
| Ni de Acuerdo ni Desacuerdo | <b>3</b> |
| Algo en Desacuerdo          | <b>2</b> |
| Totalmente en Desacuerdo    | <b>1</b> |

| N° | PREGUNTA   | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|----|--|---|---|---|---|---|
| 1  | La atención por internet es muy buena  |   |   |   |   |   |
| 2  | Contestan el teléfono al instante y son muy amables  |   |   |   |   |   |
| 3  | El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo   |   |   |   |   |   |
| 4  | Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo  |   |   |   |   |   |
| 5  | Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo  |   |   |   |   |   |
| 6  | Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago  |   |   |   |   |   |
| 7  | Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda   |   |   |   |   |   |
| 8  | Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio  |   |   |   |   |   |
| 9  | Puedo contratar/ya contrate una empresa que transporte mis pedidos.  |   |   |   |   |   |
| 10 | Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras   |   |   |   |   |   |
| 11 | Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono   |   |   |   |   |   |
| 12 | Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)  |   |   |   |   |   |
| 13 | Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por sunat) para la impresión de comprobantes de pago.            |   |   |   |   |   |
| 14 | Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.           |   |   |   |   |   |
| 15 | Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes   |   |   |   |   |   |
| 16 | El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo  |   |   |   |   |   |
| 17 | El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos. |   |   |   |   |   |
| 18 | Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima.                                      |   |   |   |   |   |

#### 4.8. Matriz de consistencia

| “EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU RELACION CON LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE” EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”                                 |   |   |                             |                           |   |
|--|---|---|-----------------------------|---------------------------|---|
| PROBLEMA GENERAL   | OBJETIVO GENERAL  | HIPOTESIS GENERAL   | VARIABLES                   | DIMENSIONES               | INDICADORES   |
| ¿Cómo se relaciona el comercio electrónico con la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?                               | Determinar cómo se relacionan el uso comercio electrónico en la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019.                   | Existe relación positiva entre el comercio electrónico en la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco,2019.                           | <b>COMERCIO ELECTRONICO</b> | Medios Electrónicos       | Internet<br>Telefono<br>Celular                     |
| <b>PROBLEMAS ESPECIFICOS</b>   | <b>OBJETIVOS ESPECIFICOS</b>  | <b>HIPOTESIS ESPECIFICAS</b>  |                             | Sistemas de Pago          | Efectivo<br>Tarjeta<br>Deposito                     |
| PE1. ¿Cómo se relacionan los Medios Electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?                    | OE1. Demostrar cómo se relacionan los medios electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.           | HE1. Existe relación positiva entre los Medios Electrónicos con la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco2019.                |                             | Adquisición de productos  | En tienda<br>Domicilio<br>Empresa externa de envíos |
| PE2. ¿Cuál es la relación entre Sistema de Pago con Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019?                                  | OE2. Analizar la relación entre sistema de pago con los procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco,2019.                    | HE2. Existe relación positiva entre Sistema de Pago con los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.                               |                             | <b>GESTION DE CALIDAD</b> | Cliente   |
| PE3. ¿De qué manera se relacionan Adquisición de productos On-line con la capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019? | OE3. Determinar la relación de la Adquisición de productos On-line con la capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019. | HE3. Existe relacionan Positiva entre Adquisición de los productos on-line con capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019. | Procedimientos              |                           | documentarios<br>control de venta<br>registros      |
|  |   |   | Capacitación del personal   |                           | Diseño grafico<br>Buen trato<br>Empaque             |

## CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA LA MYPE DONDE SE REALIZARÁ LA INVESTIGACIÓN

El propósito de esta ficha de consentimiento es proveer una clara explicación de la naturaleza de la misma, así como de su rol en ella.

La presente investigación es conducida por Angela Jein Chun-Li Cruz Muñoz, de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote – Huánuco. El objetivo de este estudio es determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco - 2019.

La participación en este estudio es estrictamente voluntaria. La información que se recoja será confidencial y no se usará para ningún otro propósito fuera de los de esta investigación.

Si tiene alguna duda sobre este proyecto, puede hacer preguntas en cualquier momento durante su participación en él.

Se agradece su participación.


---

La imprenta Paco Yunque con número de RUC 10224648702, representado por el Sr. Longinos Cruz Marcelo, el gerente, identificado con el DNI: 22464870. Acepta participar voluntariamente en esta investigación, conducida por Angela Jein Chun-Li Cruz Muñoz. He sido informado de que el objetivo de este estudio es determinar la relación que existe entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco - 2019.

Reconozco que la información que yo provea en esta investigación es estrictamente confidencial y no será usada para ningún otro propósito fuera de los de este estudio sin mi consentimiento. He sido informado de que puedo hacer preguntas sobre el proyecto en cualquier momento. De tener preguntas sobre mi participación en este estudio, puedo contactar al celular: 930 185 694.

Entiendo que una copia de esta ficha de consentimiento me será entregada, y que puedo pedir información sobre los resultados de este estudio cuando éste haya concluido.

Nombre del Representante  
Longinos Cruz Marcelo



Firma

Fecha: 15-04-2019



• Comprobantes de los meses de MAYO JUNIO JULIO Y AGOSTO

18/05/2019

- Libros de CPE -

Impresión

| 18/05/2019 | Facturas Electrónicas Emitidas del Periodo 01/05/2019 - 31/05/2019 |             |                  | 18/05/2019           |
|------------|--|-------------|------------------|----------------------|
| No. CPE    | Receptor   | Monto Total | Fecha de Emisión | Fecha de Vencimiento |
| E001-68    | 20640008202 - ALFLO QUINSHI SOCIEDAD ANONIMA CERRADA               | \$1000.00   | 30/05/2019       |                      |
| E001-67    | 10324917799 - DORIS DOMÍNGUEZ LUCIA                                | \$1000.00   | 29/05/2019       |                      |
| E001-66    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-65    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-64    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-63    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-62    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-61    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-60    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-59    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-58    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-57    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-56    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-55    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 28/05/2019       |                      |
| E001-54    | 20547169309 - CIMS INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.                  | \$1900.00   | 27/05/2019       |                      |
| E001-53    | 20547169309 - CIMS INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.                  | \$1900.00   | 27/05/2019       |                      |
| E001-52    | 20547169309 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-51    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-50    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-49    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-48    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-47    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-46    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-45    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-44    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-43    | 20545316561 - TACTICAL IT S.A.C.                                   | \$1900.00   | 25/05/2019       |                      |
| E001-42    | 20315950043 - UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMOTE          | \$114.40    | 24/05/2019       |                      |
| E001-41    | 10221357013 - HANES INGENIEROS                                     | \$1900.00   | 22/05/2019       |                      |
| E001-40    | 18401150217 - RIMES LEONARDO LUISA ALICIA                          | \$1900.00   | 22/05/2019       |                      |
| E001-39    | 20110892295 - DISAC S.R.L.   | \$1900.00   | 21/05/2019       |                      |
| E001-38    | 20488945013 - ECODISA S.R.L.                                       | \$1900.00   | 21/05/2019       |                      |
| E001-37    | 20252757631 - ABEYCA PERU S.A.                                     | \$15.80     | 21/05/2019       |                      |
| E001-36    | 20547169309 - CIMS INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.                  | \$1900.00   | 21/05/2019       |                      |

18/02/18

:: Listado de CPE ::

|           |   |          |            |
|-----------|---|----------|------------|
| 36        |   |          |            |
| E001 - 35 | 1022496420 - FRANCIS ZENAJOS OSCAR WILFREDO   | 5/150.00 | 23/05/0318 |
| E001 - 34 | 2054214850 - DIMSA INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.   | 5/12.00  | 17/05/0318 |
| E001 - 33 | 2012360195 - DORAC S.R.L.   | 5/123.00 | 13/05/0318 |
| E001 - 32 | 2060246541 - COMPAÑIA CONSTRUCTORA GEOGRAPH INGENIEROS SOCIEDAD COMERCIAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 5/40.00  | 13/05/0318 |
| E001 - 31 | 2051638295 - IZHO S.A.C.  | 5/40.00  | 06/05/0318 |



Detalle

| 18/02/2019 |  | Recibos Electrónicos Emisidos del Periodo 01/05/2019 - 30/05/2019 |                     | 18:43:20             |                        |
|------------|--|---|---------------------|----------------------|------------------------|
| Nº<br>CPE  | Receptor   | Importe<br>Total  | Fecha de<br>Emisión | Fecha de<br>Radicado | Competencia<br>Avalado |
| E20<br>83  | 2043072342 - FIBRAS PLANAS BRAGADORA DE G.L.P S.A.   | 570.00  | 27/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>82  | 20631107648 - HMO S.R.O. SEGURIDAD SOCIEDAD COLECTIVA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA                                | 570.00  | 26/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>81  | 20604940875 - CORPORACION ZETHY EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA                                   | 570.00  | 25/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>80  | 20488440813 - ECOMISA S.A.C.   | 572.00  | 21/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>79  | 20134626667 - COOPAY OBEISSAUNOR NEPO OCA S.R.S  | 570.00  | 19/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>78  | 20488448093 - INSTITUTO VIAL PROVINCIAL DE HUAYCO  | 571.10  | 18/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>77  | 20634289561 - BAVTEL S.A.C.  | 570.00  | 18/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>76  | 20604209961 - BAVTEL S.A.C.  | 570.00  | 18/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>75  | 20604209961 - BAVTEL S.A.C.  | 570.00  | 18/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>74  | 20488448093 - INSTITUTO VIAL PROVINCIAL DE HUAYCO  | 571.10  | 18/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>73  | 20634289561 - BAVTEL S.A.C.  | 570.00  | 17/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>72  | 20528966521 - ROMY DIAZ CONTRATISTAS EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA                              | 575.00  | 13/06/2019          |                      |                        |
| E20<br>71  | 20528966507 - EMPRESA DISTRIBUIDORA Y COMERCIALIZADORA KYACI INCA EMPRESA INDIVIDUAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA | 576.00  | 13/06/2019          |                      |                        |
| E20<br>70  | 10224868834 - BLANCO GONZALEZ DANETH ESPERANZA   | 571.00  | 05/05/2019          |                      |                        |
| E20<br>69  | 10224868834 - BLANCO GONZALEZ DANETH ESPERANZA   | 571.00  | 05/05/2019          |                      |                        |

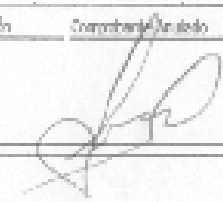


18/05/2019

.- Listado de CPE -.

Imprimir

| Mra. CPE | Receptor                                    | Monto Total | Fecha de Emisión | Comprobante Anulado |
|----------|---|-------------|------------------|---------------------|
| EB01 - 5 | MUNICIPALIDAD DISTRITO DE CHIVCHO           | S/8.00      | 24/08/2018       |                     |
| EB01 - 6 | 73129678 - TATHIANA RUTH NIÑA CONDOR ZUÑIGA | S/5.00      | 14/08/2018       |                     |
| EB01 - 7 | 45948296 - PABLO CARLOS PEREZ ALRINO        | S/20.00     | 13/08/2018       |                     |





199/2019

.- Listado de CPE :-

Impreso

| Boletín de Venta Económica Emitido del Período: 01/01/2019 - 31/07/2019 |  |             |                  |                    |
|---|--|-------------|------------------|--------------------|
| 18/08/2019  |  |             |                  |                    |
| Nro. CPE  | Receptor   | Monto Total | Fecha de Emisión | Componente Anulado |
| EB01 - 18   | 28108315181 - MUNICIPALIDAD DISTRICAL DE CHORHUA | 577.00      | 18/08/2019       |                    |









**MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE OPTENCION DE DATOS**

**TITULO DE INVESTIGACIÓN: EL COMERCIO ELECTRONICO EN RELACION A LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA PACO YUNQUE**

**APELLIDOS Y NOMBRES DE LA INVESTIGADORA: CRUZ MUÑOZ ANGELA JEIN CHUN-LI**

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPETO:**

| ASPECTOS POR EVALUAR        |                          |                   |  |                 | OPINION DE EXPERTO |                     |                           |
|-----------------------------|--------------------------|-------------------|--|-----------------|--------------------|---------------------|---------------------------|
| VARIABLES                   | DIMENSIONES              | INDICADORES       | ITEM   | ESCALA          | SI CUMPLE          | NO CUMPLE           | OBSERVACION /SUGERERENCIA |
| <b>COMERCIO ELECTRONICO</b> | Medios Electrónicos      | Internet          | La atención por internet es muy buena                                    | Ordinal / Razón |                    |                     |                           |
|                             |                          | Teléfono          | Contestan el teléfono al instante y son muy amables                      |                 |                    |                     |                           |
|                             |                          | Celular           | El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo |                 |                    |                     |                           |
|                             | Sistemas de Pago         | Efectivo          | Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo    |                 |                    |                     |                           |
|                             |                          | Tarjeta           | Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo            |                 |                    |                     |                           |
|                             |                          | Deposito          | Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago                |                 |                    |                     |                           |
|                             | Adquisición de productos | En tienda         | Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda                     |                 |                    |                     |                           |
|                             |                          | Domicilio         | Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio                      |                 |                    |                     |                           |
|                             |                          | Empresa de envíos | Puedo contratar/ya contrate una empresa que trasporte mis pedidos.       |                 |                    |                     |                           |
| <b>FIRMA DEL EXPERTO:</b>   |                          |                   |  |                 |                    | FECHA: 24 -10--2019 |                           |

**MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE OPTENCION DE DATOS**

| <b>TITULO DE INVESTIGACIÓN: EL COMERCIO ELECTRONICO EN RELACION A LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA PACO YUNQUE</b> |                           |                      |  |               |                  |                  |                                |  |                     |
|--|---------------------------|----------------------|--|---------------|------------------|------------------|--------------------------------|--|---------------------|
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES DE LA INVESTIGADORA: CRUZ MUÑOZ ANGELA JEIN CHUN-LI</b>   |                           |                      |  |               |                  |                  |                                |  |                     |
| <b>APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPETO:</b>   |                           |                      |  |               |                  |                  |                                |  |                     |
| <b>ASPECTOS POR EVALUAR</b>  |                           |                      |  |               |                  |                  | <b>OPINION DE EXPERTO</b>      |  |                     |
| <b>VARIABLES</b>   | <b>DIMENSIONES</b>        | <b>INDICADORES</b>   | <b>ITEM</b>  | <b>ESCALA</b> | <b>SI CUMPLE</b> | <b>NO CUMPLE</b> | <b>OBSERVACION /SUGERENCIA</b> |  |                     |
| <b>GESTION DE CALIDAD</b>  | Cliente                   | Expectativa          | Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras   |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | comodidad            | Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono   |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | confianza            | Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)  |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  | Procedimientos            | documentarios        | Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por sunat) para la impresión de comprobantes de pago.            |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | control de venta     | Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.           |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | registros            | Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes   |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  | Capacitación del personal | Diseño grafico       | El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo  |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | Buen trato           | El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos. |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  |                           | Empaque y transporte | Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima.                                      |               |                  |                  |                                |  |                     |
|  | <b>FIRMA DEL EXPERTO:</b> |                      |  |               |                  |                  |                                |  | FECHA: 24 -10--2019 |

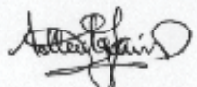
MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE OPTENCION DE DATOS

TITULO DE INVESTIGACIÓN: EL COMERCIO ELECTRONICO EN RELACION A LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA PACO YUNQUE

APELLIDOS Y NOMBRES DE LA INVESTIGADORA: CRUZ MUÑOZ ANGELA JEIN CHUN-LI

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPETO: AGUINO DANILA PEDRO ADLER

ASPECTOS POR EVALUAR

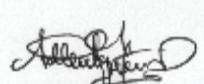
| VARIABLES            | DIMENSIONES   | INDICADORES       | ITEM  | ESCALA          | OPINION DE EXPERTO |           |                           |
|----------------------|---|-------------------|---|-----------------|--------------------|-----------|---------------------------|
|                      |   |                   |   |                 | SI CUMPLE          | NO CUMPLE | OBSERVACION /SUGERERENCIA |
| COMERCIO ELECTRONICO | Medios Electrónicos   | Internet          | La atención por internet(Whatsapp/Fb) es muy buena                    | Ordinal / Razón | X                  |           |                           |
|                      |   | Teléfono          | Contestan el teléfono al instante y son muy amables                   |                 | X                  |           |                           |
|                      |   | Radial            | Escucho frecuentemente el spot publicitario de la imprente            |                 | X                  |           |                           |
|                      | Sistemas de Pago  | Efectivo          | Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo |                 | X                  |           |                           |
|                      |   | Tarjeta           | Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo         |                 | X                  |           |                           |
|                      |   | Deposito          | Utilizo de manera frecuente la tarjeta como medio de pago             |                 | X                  |           |                           |
|                      | Adquisición de productos  | En tienda         | Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda                  |                 | X                  |           |                           |
|                      |   | Domicilio         | Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio                   |                 | X                  |           |                           |
|                      |   | Empresa de envíos | Puedo contratar/ya contrate una empresa que trasporte mis pedidos.    |                 | X                  |           |                           |
|                      |   |                   |   |                 |                    |           |                           |
| FIRMA DEL EXPERTO:   |  |                   | FECHA: 24 -10--2019   |                 |                    |           |                           |

**MATRIZ DE VALIDACION DE INSTRUMENTO DE OPTENCION DE DATOS**

**TITULO DE INVESTIGACIÓN: EL COMERCIO ELECTRONICO EN RELACION A LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA PACO YUNQUE**

**APELLIDOS Y NOMBRES DE LA INVESTIGADORA: CRUZ MUÑOZ ANGELA JEIN CHUN-LI**

**APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPETO: AQUINO DAVILA, PEDRO ADLER**

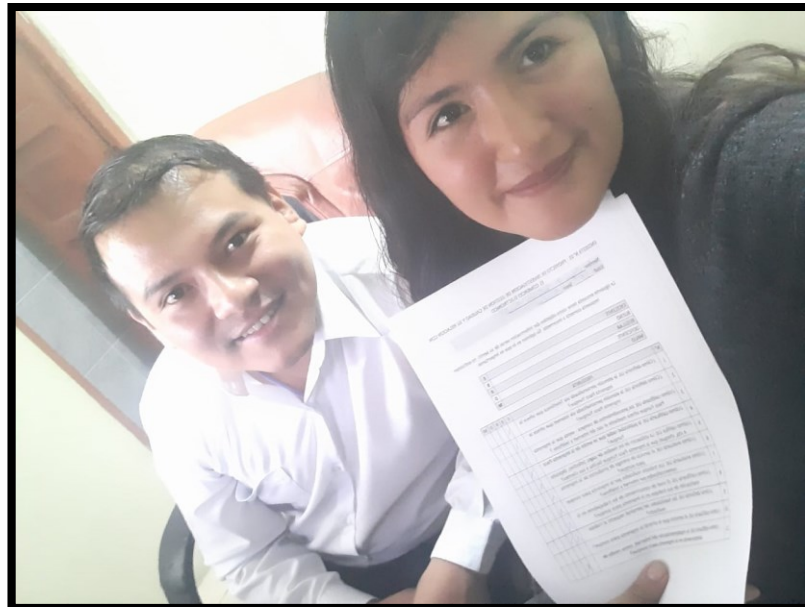
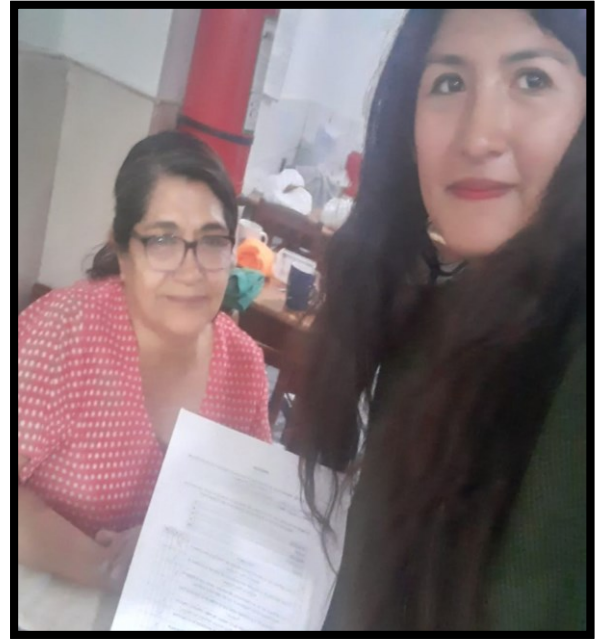
| ASPECTOS POR EVALUAR      |   |                      |  | OPINION DE EXPERTO |           |           |                           |
|---------------------------|---|----------------------|--|--------------------|-----------|-----------|---------------------------|
| VARIABLES                 | DIMENSIONES   | INDICADORES          | ITEM   | ESCALA             | SI CUMPLE | NO CUMPLE | OBSERVACION /SUGERERENCIA |
| <b>GESTION DE CALIDAD</b> | Cliente   | Expectativa          | Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras   | Ordinal / Razón    | X         |           |                           |
|                           |   | Comodidad            | Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono   |                    | X         |           |                           |
|                           |   | Confianza            | Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)  |                    | X         |           |                           |
|                           | Procedimientos  | Documentarios        | Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por Sun at) para la impresión de comprobantes de pago.           |                    | X         |           |                           |
|                           |   | Control de venta     | Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.           |                    | X         |           |                           |
|                           |   | Registros            | Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes   |                    | X         |           |                           |
|                           | Capacitación del personal   | Diseño grafico       | El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo  |                    | X         |           |                           |
|                           |   | Buen trato           | El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos. |                    | X         |           |                           |
|                           |   | Empaque y transporte | Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima.                                      |                    | X         |           |                           |
| <b>FIRMA DEL EXPERTO:</b> |  |                      |  | FECHA: 24 -10-2019 |           |           |                           |

## FOTOGRAFIAS EN PACO YUNQYE



## ALGUNAS FOTOS DE ENCUESTAS

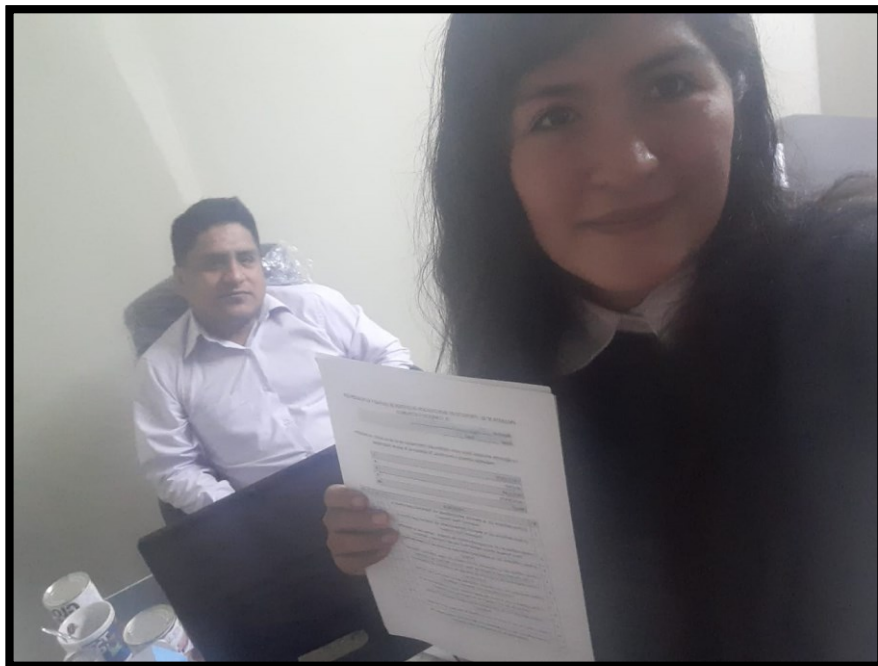














UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE  
FILIAL HUÁNUCO

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES, FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACION

ACTA N° 0709-11-2019 DE SUSTENTACIÓN DEL INFORME DE TESIS

En la Ciudad de HUÁNUCO Siendo las 16:30 horas del día 19 de OCTUBRE del 2019 y estando lo dispuesto en el Reglamento de Investigación (Version vigente) ULADECH-CATÓLICA en su Artículo 42°, los miembros del Jurado de Sustentación de tesis de la Escuela Profesional de ADMINISTRACION, conformato por:

Dr(a). BARRUETA SALAZAR LUIS HENRRY Presidente  
Dr(a). DAVILA SANCHEZ EDDIE JERRY Miembro  
Mgtr. MIRAVAL ROJAS YESICA Miembro  
Dr(a). MELGAREJO LEANDRO EDUARDO ANATOLIO Asesor

Se reunieron para evaluar la sustentación del informe de tesis titulado: "EL COMERCIO ELECTRONICO Y SU RELACION CON LA GESTION DE CALIDAD EN LA IMPRENTA "PACO YUNQUE" EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019"

Presentado por:  
(4811142054) ANGELA JEIN CHUN - LI CRUZ MUÑOZ

Luego de la presentación del auto(a) y las deliberaciones, el Jurado de Sustentación acordó: **Aprobar por Unanimidad** la tesis, con el calificativo de 15, quedando expedido/a el/la Bachiller para optar el Título profesional de Licenciado(a) en Administración

Los miembros del Jurado de Sustentación firman a continuación dando fe de las conclusiones del acta:



Dr. BARRUETA SALAZAR LUIS HENRRY  
PRESIDENTE



Dr. DAVILA SANCHEZ EDDIE JERRY  
MIEMBRO



Mgtr. MIRAVAL ROJAS YESICA  
MIEMBRO



Dr. MELGAREJO LEANDRO EDUARDO ANATOLIO  
ASESOR