



---

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

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

TÍTULO:

**“EL COMERCIO ELECTRÓNICO Y SU RELACIÓN CON LA  
GESTIÓN DE CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE”  
EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO  
ACADEMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

AUTORA:

ANGELA JEIN CHUN-LI CRUZ MUÑOZ

COD. ORCID. 0000-0002-3433-8785

ASESOR:

RUBIN ROBLES, ALAN MANUEL

ORCID: 0000-0001-9319-5481

HUÁNUCO – PERÚ

2020

**EQUIPO DE TRABAJO**

**AUTORA:**

ANGELA JEIN CHUN-LI CRUZ MUÑOZ

COD. ORCID. 0000-0002-3433-8785

**ASESOR:**

RUBIN ROBLES, ALAN MANUEL

ORCID: 0000-0001-9319-5481

**JURADO:**

DR. BARRUETA SALAZAR, LUÍS HENRRY

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

DR. DÁVILA SÁNCHEZ, EDDIE JERRY

COD. ORCID. 0000-0003-4893-3283

MG. YÉSICA MIRAVAL ROJAS

COD. ORCID. 0000-0001-5126-98

## HOJA DE FIRMA DE JURADOS Y ASESOR

---

Presidente

Dr. Barrueta Salazar, Luís Henry

---

Miembro

Dr. Dávila Sánchez, Eddie Jerry

---

Miembro

Mg. Yésica Miraval Rojas

---

Asesor

Rubin Robles, Alan Manuel

## DEDICATORIA

- A Dios, porque siempre estaré agradecida por todo lo que tengo: Mi vida, mi familia, mis mentores y mis amigos. Mostrándome que, con fe, todo es posible; guiándome a ser la persona que soy ahora.
- A mi mamá, Juana Muñoz: La mujer más valiente y valerosa que me enseñó a no rendirme por más difícil que fueran los obstáculos en la vida. Inspirándome y mostrándome muchas veces que cada uno es forjador de su destino, con cada decisión.
- A mi papá, Longinos Cruz: El hombre que me enseñó el significado del respeto, humildad y perseverancia, a seguir mis sueños; que las oportunidades son para ser tomadas.
- A mis hermanos, Waldo, Ivan y Bill, cada uno igual de importante en mi vida, me enseñaron a ser comprensiva, responsable, paciente y prudente. A demás me enseñaron que siempre hay tiempo y momento para todo en la vida.
- A Vheckam Valerio, la persona más importante de mi vida, que me inspira a ser la mejor versión de mi cada día, sin importar lo difícil que parezca.
- A mis maestros y mentores, por sus enseñanzas y consejos. Aquellos que me guían en el camino de formación profesional y de persona.

## RESUMEN

La presente investigación tiene el título siguiente: El comercio electrónico y su relación con la gestión de calidad, en la imprenta “Paco yunque”, en la ciudad de Huánuco, 2019.

En el cual investigando y recolectando datos se tiene un conjunto de dimensiones por cada variable. En el comercio electrónico se tienen: Medios electrónicos, sistema de pago y adquisición del producto. En la gestión de calidad: se considera; satisfacción del cliente procedimiento y capacitación del personal. De esta manera, se obtiene la base necesaria para la realización del cuestionario a aplicar. Se aplican las encuestas a la población conformado por 80 personas, que serán los clientes de la empresa, la cantidad se obtiene al realizar la fórmula para el muestreo, los datos obtenidos de nuestra población son analizados con el programa SPSS. Así se comprobará, la existencia de la relación positiva entre las variables y dimensiones presentadas.

La hipótesis general postula: existe relación positiva entre el comercio electrónico y la gestión de calidad de la imprenta “Paco yunque” en la ciudad de Huánuco, 2019. El resultado indica una relación o dependencia del 97.9% con el nivel de significancia del 0.01 bilateral, concluyendo: la existencia de una relación significativa entre el comercio electrónico y la gestión de calidad.

### **Hipótesis específicas:**

- HE1. Postula: Existe relación positiva entre los medios electrónicos como satisfacción del cliente en imprenta “Paco yunque” en la ciudad de Huánuco 2019
- HE2. Postula: Existe relación positiva entre sistema de pago con los procedimientos en la imprenta “Paco yunque” en la ciudad de Huánuco, 2019.
- HE3. Postula existe relación positiva entre adquisición de productos con la capacitación del personal en imprenta “Paco yunque” en la ciudad de Huánuco, 2019.

HE1. Se analiza la correlación Rho Spearman, entre medios electrónicos y satisfacción del cliente, el resultado indica, una relación o dependencia del 92.4% con

un nivel de significancia del 0.01 (bilateral), concluyendo la existencia de una relación significativa entre medios electrónicos y satisfacción del cliente.

HE2. Se analiza la correlación Rho Sperman, entre sistema de pago y procedimientos, el resultado indica una relación o dependencia de 94.3% con un nivel de significancia de 0.01 (bilateral), concluyendo la existencia de una relación significativa entre sistema de pago y procedimientos.

HE3. Se analiza la correlación Rho Sperman, entre adquisición del producto capacitación del personal, el resultado indica una relación o dependencia de 92.2% con un nivel de significancia de 0.01 (bilateral), concluyendo: la existencia de una relación significativa entre adquisición de productos y capacitación de personal

Las correlaciones son significativas nivel de 0.01 bilateral, eso quiere decir que, se comprueba y se acepta la hipótesis general y las hipótesis específicas, con un grado de significancia de 0.01.

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, de la misma forma los costos fijos son mínimos, además de otorgar un retorno, con una alta tasa. 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 la dirección organizacional de la empresa. (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

This research has the following title: Electronic commerce and its relationship with quality management, at the Paco yunque printing house, in the city of Huánuco, 2019.

In which, investigating and collecting data, there is a set of dimensions for each variable: In electronic commerce there are; electronic means, payment system and product acquisition. In quality management, it is considered; customer satisfaction procedure and staff training. In this way, the necessary basis for the completion of the questionnaire to be applied is obtained.

Surveys are applied to the population made up of 80 people, who will be the company's clients, the amount is obtained by making the formula for sampling, the data obtained from our population is analyzed with the spss program. Thus, the existence of a positive relationship between the variables and dimensions presented will be verified.

The general hypothesis postulates: there is a positive relationship between electronic commerce and the quality management of the Paco yunque printing press in the city of Huánuco, 2019. The result indicates a relationship or dependence of 97.9% with the significance level of 0.01 bilateral, concluding : the existence of a significant relationship between electronic commerce and quality management.

### **Specific hypotheses:**

- HE1. Postulate: There is a positive relationship between electronic media such as customer satisfaction in Paco yunque printing in the city of Huánuco 2019
- HE2. Postulate: There is a positive relationship between the payment system and the procedures at the Paco yunque printing company in the city of Huánuco, 2019.
- HE3. Postulates there is a positive relationship between the acquisition of products and the training of personnel in the printing press Paco Yunque in the city of Huánuco, 2019.

HE1. The Rho Sperman correlation between electronic media and customer satisfaction is analyzed, the result indicates a relationship or dependence of 92.4%

with a significance level of 0.01 (bilateral), concluding the existence of a significant relationship between electronic media and customer satisfaction.

HE2. The Rho Sperman correlation between payment system and procedures is analyzed, the result indicates a relationship or dependence of 94.3% with a significance level of 0.01 (bilateral), concluding the existence of a significant relationship between payment system and procedures .

HE3. The Rho Sperman correlation is analyzed, between the acquisition of the personnel training product, the result indicates a relationship or dependence of 92.2% with a significance level of 0.01 (bilateral), concluding: the existence of a significant relationship between the acquisition of products and staff training

The correlations are significant at a bilateral level of 0.01, that is, the general hypothesis and the specific hypotheses are verified and accepted, with a degree of significance of 0.01.

Electronic commerce is extremely profitable when compared with the implementation of the business in a traditional way, it is understood that it has a minimum level of investment, in the same way the fixed costs are minimal, in addition to providing a return, with a high rate . Also, it is taken into account that good Marketing policies will generate a good operation in the company. (Wester Edison Zela Mora, 2012)

Quality Management is built historically, as the mixture of ideology and methodology, which is applied in practice, to model methodologies, with complex problems, in the organizational management of the company. (César Camisón, Sonia Cruz and Tomás González, 2006) The following research presents the general framework for the development of research projects and their execution; In the approach to 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, antecedents are presented 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 extraneous information in this investigation and can serve as a basis for other investigations in the future.

## CONTENIDO

EQUIPO DE TRABAJO.....	ii
HOJA DE FIRMA DE JURADOS Y ASESOR.....	iii
DEDICATORIA .....	iv
RESUMEN.....	v
ABSTRACT.....	vii
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.....	2
1.3. Justificación de la Investigación .....	3
a). Justificación Teórica:.....	3
b). Justificación Metodológica.....	3
c). Justificación Practica .....	4
II. REVISION DE LITERARIA .....	4
2. Marco Teórico y Conceptual .....	4
2.1. Antecedentes.....	4
2.1.1. Antecedentes Internacionales:.....	4
2.1.2. Antecedentes Nacionales .....	6
2.1.3. Antecedentes Locales:.....	7
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	7
2.2.1. Comercio Electrónico:.....	7
2.2.2. Medios Electrónicos:.....	8

2.2.3. Sistema de Pago:.....	9
2.2.4. Adquisición de los productos:.....	10
2.2.5. Gestión de Calidad.....	12
2.2.6. Satisfacción del Cliente .....	12
2.2.7. Procedimientos .....	13
2.2.8. Capacitación.....	13
III. HIPÓTESIS.....	14
3.3.1. Hipótesis General.....	14
3.3.2. Hipótesis Específicos .....	14
IV. METODOLOGÍA.....	15
4.1. El tipo de investigación .....	15
4.2. Nivel de la investigación: .....	15
4.3. Diseño de la investigación:.....	15
4.4. El universo y muestra:.....	15
4.5. Definición y operacionalización de variables .....	17
4.6. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	18
4.7. Plan de análisis .....	19
4.8. Matriz de consistencia.....	20
4.9. Principios éticos .....	21
4.9.1 Principios que rigen la actividad investigadora:.....	21
4.9.2 Buenas prácticas de los investigadores .....	22
V. RESULTADOS.....	24
5.1. Resultados .....	24
Cuadro N° 01 .....	24
Gráfico N° 01 .....	24
Cuadro N° 02 .....	25
Gráfico N° 02.....	25
Cuadro N° 03 .....	26

Gráfico N° 03 .....	26
Cuadro N° 04 .....	27
Gráfico N° 04 .....	27
Cuadro N° 05 .....	28
Gráfico N° 05 .....	28
Cuadro N° 06 .....	29
Gráfico N° 06 .....	29
Cuadro N° 07 .....	30
Gráfico N° 07 .....	31
Cuadro N° 08 .....	31
Gráfico N° 08 .....	32
Cuadro N° 09 .....	33
Gráfico N° 09 .....	33
Cuadro N° 10 .....	34
Gráfico N° 10 .....	34
Cuadro N° 11 .....	35
Gráfico N° 11 .....	35
Cuadro N° 12 .....	36
Gráfico N° 12 .....	36
Cuadro N° 13 .....	37
Gráfico N° 13 .....	37
Cuadro N° 14 .....	38
Gráfico N° 14 .....	38
Cuadro N° 15 .....	39
Gráfico N° 15 .....	39
Cuadro N° 16 .....	40
Gráfico N° 16 .....	40
Cuadro N° 17 .....	41

Gráfico N° 17 .....	41
Cuadro N° 18 .....	42
Gráfico N° 18.....	42
5.2. Análisis de resultados .....	43
5.2.1 Prueba de Hipótesis .....	44
5.2.1.1. Hipótesis General.....	44
Cuadro N° 19 .....	44
5.2.1.1. Hipótesis Especificas .....	45
5.2.1.2. Hipótesis Específica 1 .....	45
Cuadro N° 20 .....	46
5.2.1.3. Hipótesis Específica 2.....	46
Cuadro N° 21 .....	47
5.2.1.1. Hipótesis Específica 3.....	47
Cuadro N° 22 .....	48
VI. CONCLUSIONES.....	50
V. RECOMENDACIONES .....	51
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS: .....	52
ANEXOS .....	54
Encuesta N° 01.....	55
Matriz de consistencia .....	56

## CONTENIDO DE CUADROS Y GRÁFICOS

Cuadro N° 01 .....	24
La atención por internet (WhatsApp/Facebook) es muy buena	
Gráfico N° 01.....	244
Cuadro N° 02 .....	255
Contestan el teléfono al instante y son muy amables	
Gráfico N° 02.....	25
Cuadro N° 03 .....	26
El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo	
Gráfico N° 03.....	26
Cuadro N° 04 .....	267
Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo	
Gráfico N° 04.....	27
Cuadro N° 05 .....	28
Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo	
Gráfico N° 05.....	28
Cuadro N° 06 .....	29
Utilizó de manera frecuente la tarjeta como medio de pago	
Gráfico N° 06.....	29
Cuadro N° 07 .....	30
Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda	
Gráfico N° 07.....	31
Cuadro N° 08 .....	31
Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio	
Gráfico N° 08.....	32
Cuadro N° 09 .....	33
Puedo contratar / ya contraté una empresa que transporté mis pedidos.	
Gráfico N° 09.....	33

Cuadro N° 10 .....	34
Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos / compras	
Gráfico N° 10.....	34
Cuadro N° 11 .....	35
Es cómodo realizar mis pedidos / compras por internet / celular / teléfono	
Gráfico N° 11.....	35
Cuadro N° 12 .....	36
Siento confianza de hacer pedidos / compras (internet/celular/teléfono)	
Gráfico N° 12.....	36
Cuadro N° 13 .....	37
Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por la SUNAT) para la elaboración de comprobantes de pago.	
Gráfico N° 13.....	37
Cuadro N° 14 .....	38
Siento que el control de ventas de la imprenta es un gran apoyo para los clientes que olvidamos nuestros comprobantes de pago.	
Gráfico N° 14.....	38
Cuadro N° 15 .....	39
Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes	
Gráfico N° 15.....	39
Cuadro N° 16 .....	40
El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo	
Gráfico N° 16.....	40
Cuadro N° 17 .....	41
El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos.	
Gráfico N° 17.....	41
Cuadro N° 18 .....	42

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

Gráfico N° 18.....42

Cuadro N° 19.....44

Correlación entre Comercio Electrónico y Gestión de calidad

Cuadro N° 20.....46

Correlación entre Medios Electrónicos y Cliente

Cuadro N° 21.....47

Correlación entre Sistemas de pago y Procedimientos

Cuadro N° 22.....48

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” en la ciudad de Huánuco, 2019.

### 1.1. Planteamiento del problema:

El comercio electrónico tiene el potencial de convertirse en un factor importante para el incremento de clientes, distribuidores, imagen, proveedores y ventas, para cualquier empresa. La gestión de calidad garantiza el procedimiento, sistematización y control en las operaciones de la empresa, se encarga de cumplir sus objetivos trazados. Además, cumple la función de guía para la realización de los procedimientos y obtener los mejores resultados.

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 empresa. La utilización de los medios electrónicos, ya son una necesidad, sirviendo como medio de comunicación, empresa - cliente a larga distancia.

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

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 siguiente investigación se toma como referencia a la IMPRENTA PACO YUNQUE, que está ubicado en Jr. Abato 890 – Huánuco, empresa respetable, que cuentan con la confianza de sus clientes estables. Posee buena disposición, en el uso, de los medios electrónicos tales como: Internet, Teléfono, Celulares, Redes sociales. Su gerente o director, que es el mismo dueño, es él, quien se encarga del funcionamiento y desarrollo de la misma.

Después de la entrevista previa, se concluye que, 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, dar capacitación a los trabajadores para realizar las actividades en conformidad a la empresa.

**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 la **satisfacción de 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 la relación del **comercio electrónico** y la **gestión de calidad** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

**b). Objetivos específicos:**

OE1. Demostrar la existencia de la relación entre **medios electrónicos** y **satisfacción de clientes** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.

OE2. Demostrar la existencia de la relación entre **sistemas de pago** y **procedimientos** en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco,2019.

OE3. Determinar la existencia de la relación entre **Adquisición de productos y 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 la relación del **Comercio Electrónico y 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 correlacional al **comercio electrónico y la Gestión de Calidad** en la empresa **Paco Yunque** perteneciente el rubro de **imprentas**. Se desarrolla porque 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 LITERARIA**

### **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 mejor la productividad de la empresa además de maximizar el proceso de compra y venta.

AI2. Miguel Ángel 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 la personas en el uso de sus herramientas por mismo son mayores las posibilidades de hacer compras por el internet.

AI5. Simón 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 Damascen Soplin (2005) COMERCIO ELECTRÓNICO EN LAS NEGOCIACIONES COMERCIALES EN LAS MYPES EN EL PERÚ, 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 medio la tecnología, son los medios electrónicos, lo que permite alcanzar de manera global a los potenciales consumidores o usuarios y también permite conocer a los posibles proveedores de la empresa y elegir de manera beneficiosa al cual 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 un diseño adecuado 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).

El e-comerse es 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), ha iniciado con; la televisión, el teléfono y los catálogos, siendo utilizadas para realizar lo que hoy en día llamamos comercio electrónico, luego llego la era del internet donde marco una diferencia en esta tendencia. 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 y sirve como medio para afianzar y mejorar las relaciones que la empresa mantiene con sus clientes. Además, permite llegar a más personas, que forman parte de los posibles clientes para la empresa, que podrán realizar sus transacciones desde la comodidad de su hogar, oficina y lugares donde se encuentren, ofrece facilidades a los compradores y con precios accesibles, dando facilidades de pago y entrega.

### **2.2.2. Medios Electrónicos:**

Son medios de comunicación que se utilizan de manera electrónica y viajan en ondas, estas se representan como innovación. El medio electrónico

no se reduce solo al ordenador con internet. También lo son: catálogos, celulares, infomerciales, radio y telefonía. Son medios que utilizan los usuarios para solicitar sus pedidos, de manera eficiente, rápida y cómoda para el usuario.

En la investigación, los medios electrónicos están orientados para la realización de comercio y la negociación previa, en el cual, se entiende la necesidad del empresario y el usuario, de comunicarse sin necesidad de encontrarse directamente, reduce costos y tiempo, tiene como finalidad el facilitar la 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 facilita 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 ello se tiene:

- El efectivo; este pago normalmente se puede realizar en la tienda, en el momento que el cliente se apersona con el efectivo, para realizar de manera directa el pago, normalmente son montos pequeños a cambio la empresa otorga un comprobante de pago al cliente, por el monto pagado en la compra que se ha realizado.
- Depósito, este se realiza a la cuenta bancaria de la empresa, con el fin de realizar el pago, el cliente deberá enviar la foto del Boucher de transferencia o depósito al correo electrónico o al WhatsApp de la empresa, normalmente este medio de pago es utilizado por las personas que no viven en la ciudad

de Huánuco o personas que no pueden apersonarse a la empresa, para realizar el pago en efectivo, una vez recepcionado y verificado el Boucher se procede a la realización del trabajo, empaque y envío, dependiendo del trato previo con la empresa. También, se le otorga al cliente un comprobante de pago, que estará anexado en el paquete de entrega.

- Pago con Tarjeta, el cliente utiliza el procesador de tarjetas, 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. Además, se entregará el Boucher de la transacción realizada.

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

La adquisición de los productos, es un factor importante que ha de tener en cuenta la empresa, 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 generar 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 la fragilidad de los productos que serán trasladados, de esta manera se puede asegurar correctamente el tipo de entrega que el cliente prefiera o considere la mejor opción. Las formas de adquisición de los productos que se tendrá en cuenta y se utilizara para los productos en la empresa Paco Yunque, son los siguientes;

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

#### **ADQUISICIÓN EN LA TIENDA FÍSICA:**

Se entrega el producto en la tienda física de la imprenta “Paco Yunque” donde se deberá considerar y proporcionar al cliente los siguientes datos:

1. Horario de atención de 8:00 a.m. – 1:00 p.m. y 3:00 p.m. – 8:00 p.m.

2. Días de atención, de lunes a viernes.
3. Dirección de la tienda Jr. Abtao 890- Huánuco.
4. Teléfono / celulares.
5. Numero de Pedido, boleta o factura.

#### ADQUISICIÓN A DOMICILIO:

Entrega de productos en la dirección del cliente con transporte propio de la imprenta “Paco Yunque El Caporal” donde se considerarán proporcionar 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 – 11:00 a.m. y 2:00 p.m. a 7:00 p.m.
7. Peso máximo de 25kg. Por paquete.
8. Tamaño máximo de 1m x 1m.

#### ADQUISICIÓN POR EMPRESA DE ENVÍOS:

Se considera, la necesidad del cliente o usuario, de contratar adicionalmente una empresa de envíos, especializado en entregas, sea considerando la dirección del domicilio del cliente o un punto de entrega de la agencia contratada, 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 a la gestión de calidad, no solo tiene en cuenta 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 compacto. 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. Así 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. Satisfacción del Cliente:**

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 exigentes, lo que, 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 se ha tomado la fidelidad, el servicio y la personalización, como factores necesarios en la relación empresa-cliente, con previsión, para dar lugar, a la publicidad de recomendación, de esta manera, no solo mejoramos la relación empresa-cliente, sino también, obtenemos publicidad favorable a la empresa por recomendación de los clientes.

#### **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. El control de ventas, 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. 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, tanto el conocimiento como experiencia en el rubro de imprenta, se puede definir las siguientes:

- 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. Hipótesis 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:

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:

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: 0
- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de junio: 16 y la cantidad de Boletas de venta: 3
- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de julio: 7 y la cantidad de Boletas de venta: 1
- Siendo la cantidad de facturas emitidas en el mes de agosto: 21 y la cantidad de Boletas de venta: 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 del cliente</b>	Fidelidad	Lickert	Encuesta
			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 (totalmente de acuerdo/ de acuerdo / ni de acuerdo ni desacuerdo / algo en desacuerdo / totalmente desacuerdo) 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 que están en estudio (comercio electrónico y gestión de calidad); en nuestro caso serán los Clientes de la imprenta Paco Yunque, 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 ELECTRÓNICO Y SU RELACION CON LA GESTIÓN DE CALIDAD EN LA IMPRENTA “PACO YUNQUE” EN LA CIUDAD DE HUÁNUCO, 2019”						
PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS 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 la relación entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.	Existe relación positiva entre el comercio electrónico y la gestión de calidad en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.	<b>COMERCIO ELECTRÓNICO</b>	Medios Electrónicos	Internet	
<b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>	<b>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS</b>			Sistemas de Pago	Teléfono
				Celular		
				Adquisición de productos	Efectivo	
PE1. ¿Cómo se relacionan los Medios Electrónicos con la Satisfacción del cliente en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?	OE1. Demostrar la existencia de relación positiva de los medios electrónicos y la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.	HE1. Existe relación positiva entre los Medios Electrónicos y la Satisfacción de clientes en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.	<b>GESTIÓN DE CALIDAD</b>	Cliente	Tarjeta	
PE2. ¿Cuál es la relación entre Sistema de Pago con Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019?	OE2. Demostrar la existencia de relación positiva entre sistema de pago y los procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.	HE2. Existe relación positiva entre Sistema de Pago y los Procedimientos en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.			Expectativa	Depósito
						En tienda
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?	OE3. Demostrar la existencia de relación positiva entre la Adquisición de productos y la capacitación del personal, en la Imprenta Paco Yunque en la ciudad de Huánuco, 2019.	HE3. Existe relación positiva entre Adquisición de los productos y la capacitación del personal en la Imprenta Paco Yunque El Caporal en la ciudad de Huánuco, 2019.		Procedimientos	Domicilio	
					Empresa externa de envíos	
				Capacitación del personal	Necesidad	
					Documentarios	
					Control de venta	
					Registros	
					Diseño grafico	
				Buen trato		
				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:

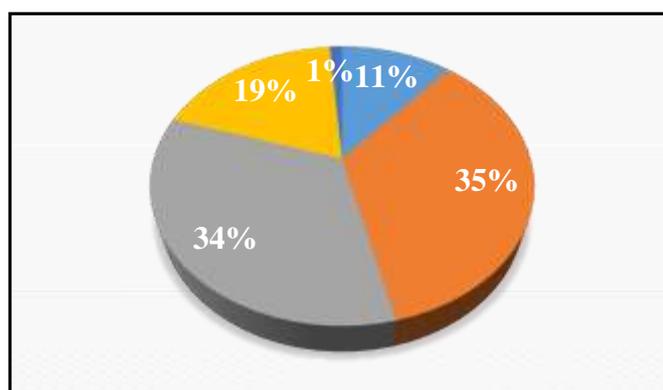
**Cuadro N° 01**

CUADRO N° 01			
La atención por internet (WhatsApp/Facebook) es muy buena			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 01**



Fuente: Cuadro N° 01

Elaboración: el Investigador

### INTERPRETACIÓN:

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.

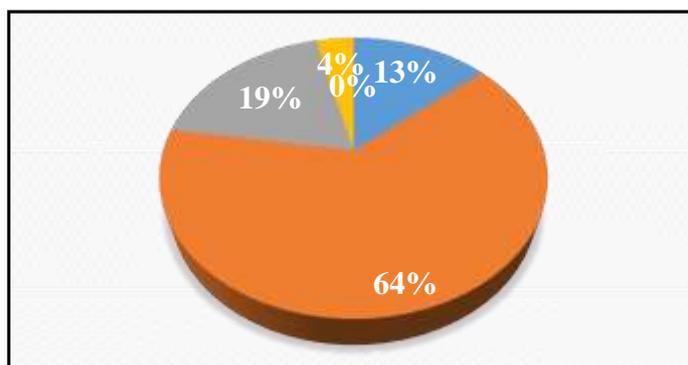
**Cuadro N° 02**

CUADRO N° 02			
Contestan el teléfono al instante y son muy amables			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 02**



Fuente: Cuadro N° 02

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACIÓN:**

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 o 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.

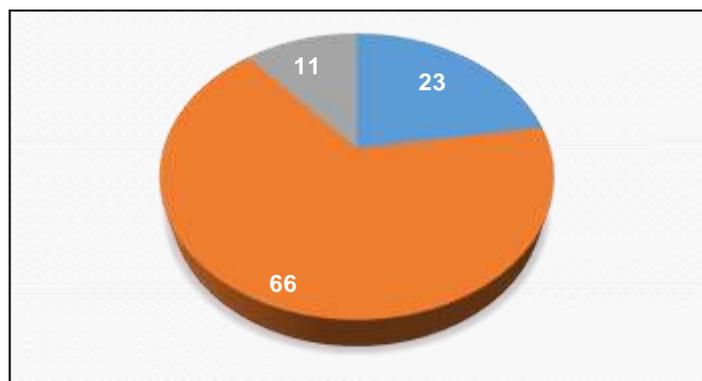
**Cuadro N° 03**

CUADRO N° 03			
El utilizar el celular para solicitar mis pedidos me ahorra mucho tiempo			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 03**



Fuente: Cuadro N° 03

Elaboración: el Investigador

### **INTERPRETACIÓN:**

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 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.

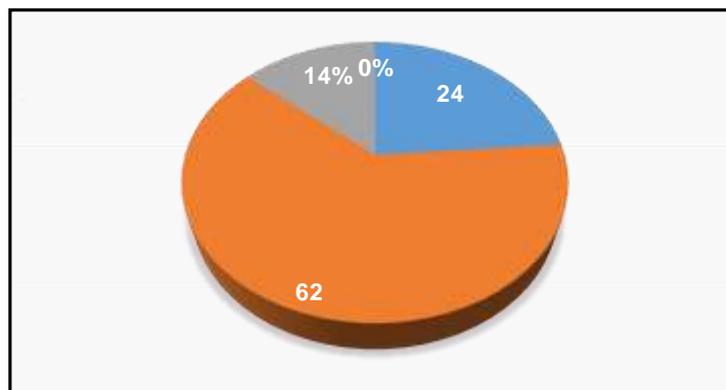
**Cuadro N° 04**

CUADRO N° 04			
Es fácil pagar en efectivo y no tengo ningún problema para utilizarlo			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 04**



Fuente: Cuadro N° 04

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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.

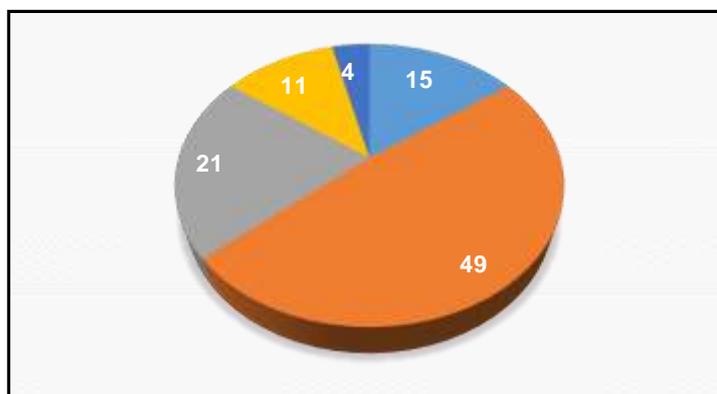
**Cuadro N° 05**

CUADRO N° 05			
Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 05**



Fuente: Cuadro N° 05

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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 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.

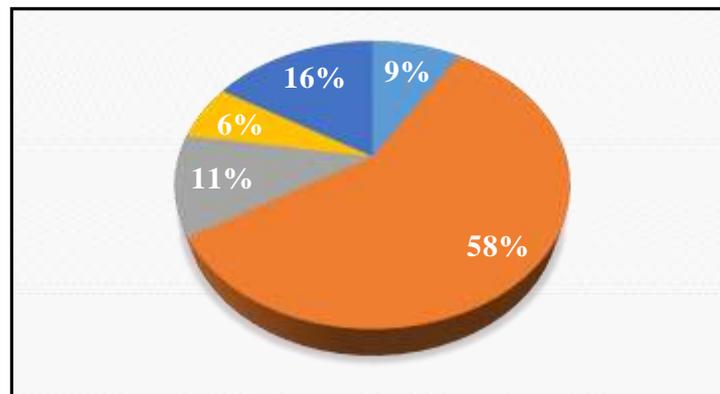
**Cuadro N° 06**

CUADRO N° 05			
Pagar con deposito es una muy buena opción y puedo realizarlo			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 06**



Fuente: Cuadro N° 06 -Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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 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 ven la utilidad, prefieren pagar en efectivo o haciendo depósitos refiriéndose a la inseguridad como factor.

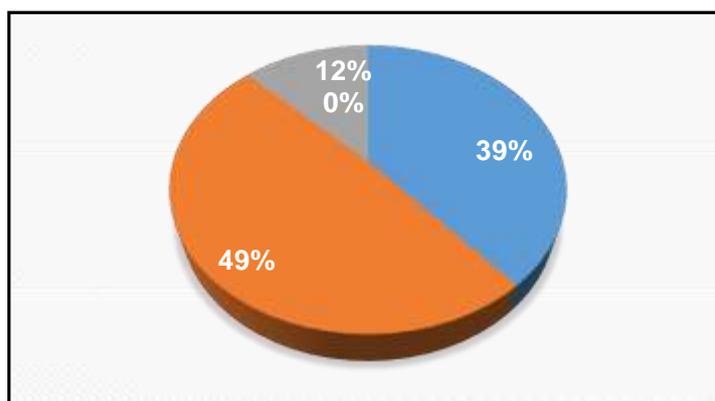
**Cuadro N° 07**

CUADRO N° 07			
Se me hace fácil Adquirir mis productos en la tienda			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 07**



Fuente: Cuadro N° 07

Elaboración: la Investigadora

**INTERPRETACIÓN:**

En el ÍTEM 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 de 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.

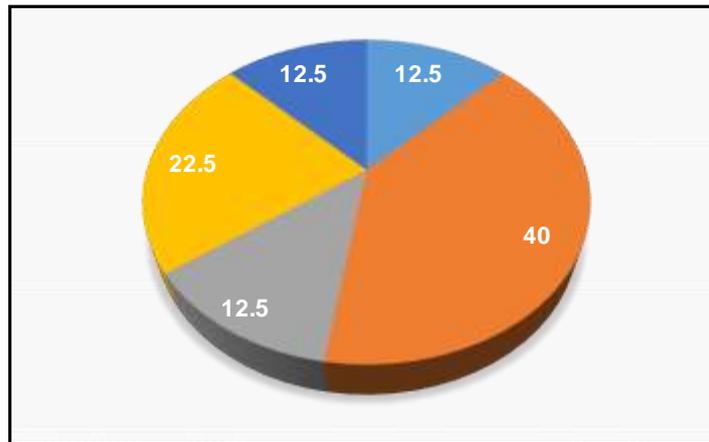
Por lo tanto, esto nos demuestra que al menos 70 personas de los 80 encuestados están de acuerdo con la afirmación: Es fácil Adquirir los productos en la tienda física de la imprenta Paco Yunque. 10 dijeron que no estaban ni de acuerdo ni de desacuerdo por qué opinan que les quita tiempo y prefieren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

**Cuadro N° 08**

CUADRO N° 08			
Siento confianza de obtener mis pedidos a domicilio			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 08**



Fuente: Cuadro N° 08

Elaboración: el Investigador

### **INTERPRETACION:**

En el ÍTEM 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 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.

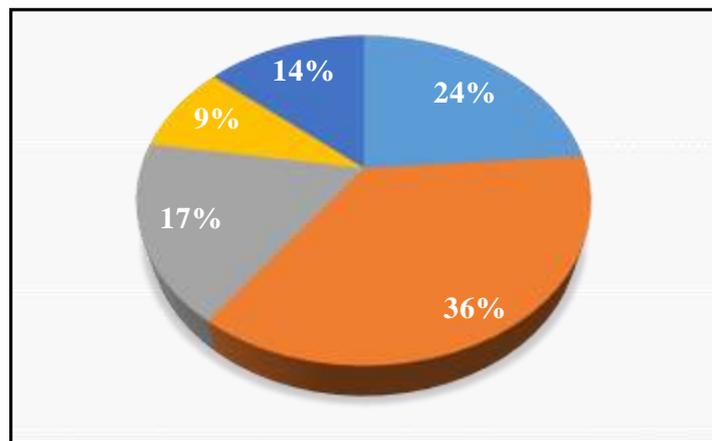
**Cuadro N° 09**

CUADRO N° 09			
Puedo contratar/ya contrate una empresa que trasporte mis pedidos.			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 09**



Fuente: Cuadro N° 09

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACION:**

En el ITEM N° 09 - Puedo contratar/ya contrate una empresa que trasporte 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 transporté 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.

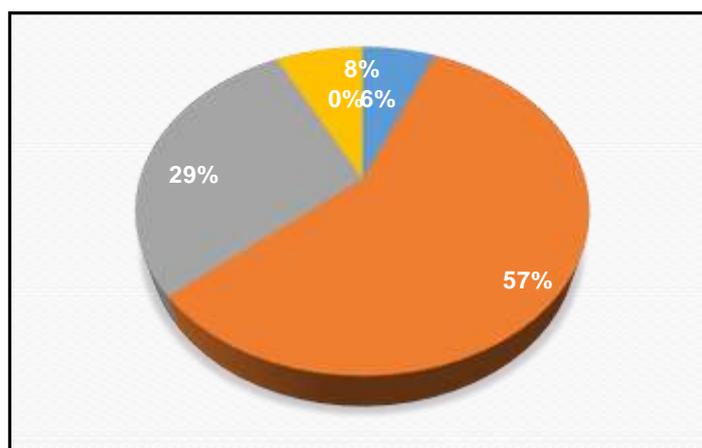
**Cuadro N° 10**

CUADRO N° 10			
Mis expectativas son cumplidas en totalidad en mis pedidos/compras			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 10**



Fuente: Cuadro N° 10

Elaboración: el Investigador

### INTERPRETACIÓN:

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 de 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.

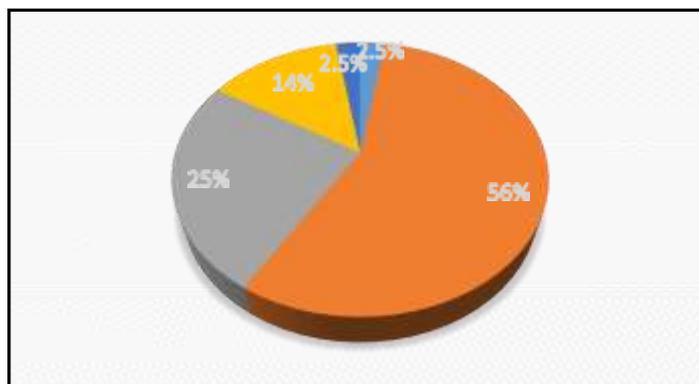
**Cuadro N° 11**

CUADRO N° 11			
Es cómodo realizar mis pedidos/compras por internet/celular/teléfono			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 11**



Fuente: Pregunta N° 11 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

**INTERPRETACIÓN:**

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.

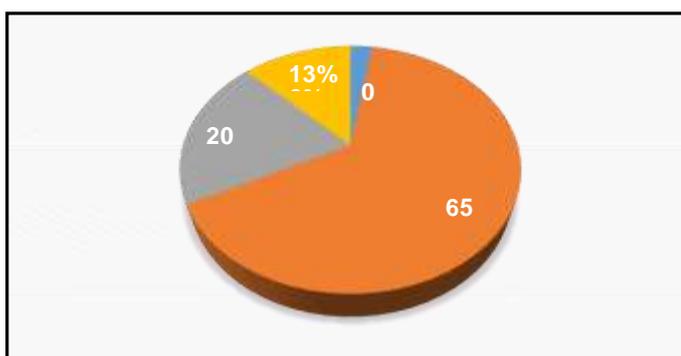
**Cuadro N° 12**

CUADRO N° 12			
Siento confianza de hacer pedidos/compras (internet/celular/teléfono)			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 12**



Fuente: Pregunta N° 12 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

### **INTERPRETACIÓN:**

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.

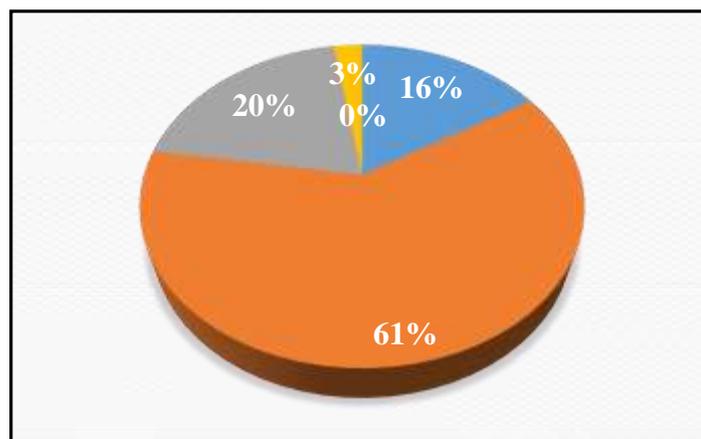
**Cuadro N° 13**

CUADRO N° 13			
Me parece bien que la imprenta solicite documentos (DNI, RUC, Solicitud por Sunat) para la impresión de comprobantes de pago.			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 13**



Fuente: Pregunta N° 13 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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,

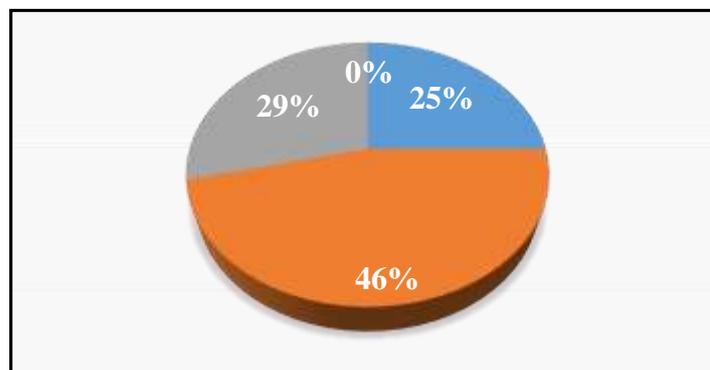
**Cuadro N° 14**

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.			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 14**



Fuente: Pregunta N° 14 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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.

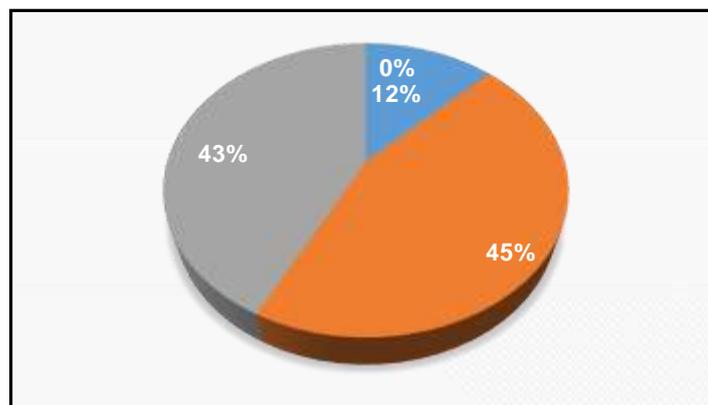
**Cuadro N° 15**

CUADRO N° 15			
Me parece bien que la imprenta tenga un registro de sus clientes			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 15**



Fuente: Pregunta N° 15 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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

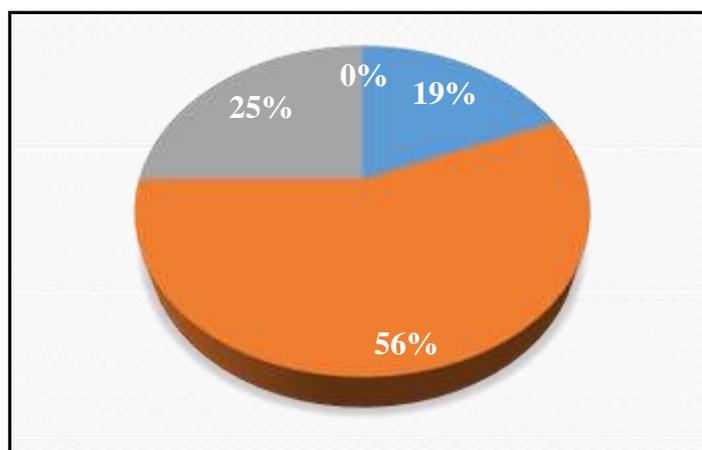
**Cuadro N° 16**

CUADRO N° 16			
El personal de diseño gráfico está muy capacitado en su trabajo			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 16**



Fuente: Pregunta N° 16 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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.

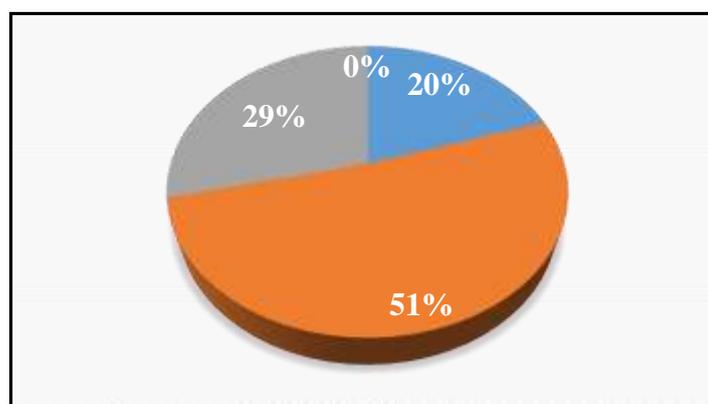
**Cuadro N° 17**

CUADRO N° 17			
El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos.			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 17**



Fuente: Pregunta N° 17 del Cuestionario Realizado

Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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.

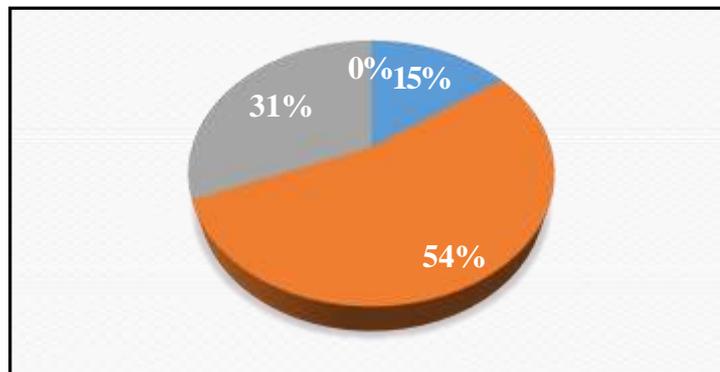
Por lo tanto, esto nos demuestra que, al menos 57 personas de las 80 encuestadas están de acuerdo con la afirmación: El personal de atención en tienda, internet, celular y teléfono son cordiales y amables en su atención y demuestran tener conocimientos.

**Cuadro N° 18**

CUADRO N° 18			
Los pedidos/compras de imprenta merecen ser empaquetados y transportados de manera segura y óptima.			
OPCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE	% VÁLIDO
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

**Gráfico N° 18**



Fuente: Pregunta N° 18 del Cuestionario Realizado -Elaboración: el Investigador

## INTERPRETACIÓN:

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 en 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 = HIPÓTESIS 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 = HIPÓTESIS 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

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

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° 19**

#### **Correlación entre Comercio Electrónico y Gestión de Calidad**

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

#### 5.2.1.2. Hipótesis Especifica 1

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

#### **H0 = HIPÓTESIS NULA**

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

#### **HG = HIPÓTESIS 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;

**(sig) a < 0.05**

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

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

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° 20**  
**Correlación entre medios electrónicos y clientes**

Correlación	Variables		Medios Electrónicos	Cliente
Rho de Spearman	Medios Electrónicos	Coefficiente de correlación	1.000	,924**
		Sig. (bilateral)		.000
	N	80	80	
	Satisfacción del Cliente	Coefficiente de correlación	,924**	1.000
Sig. (bilateral)		.000		
N		80	80	

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

Fuente: Elaboración propia

Viendo que, 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 Especifica 2

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

**H0 = HIPÓTESIS NULA**

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

**HG = HIPÓTESIS 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

**(sig) a < 0.05**

Se utilizó el nivel estadístico de correlación Rho de Spearman

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

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 que, 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 Específica 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 = HIPÓTESIS NULA**

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

### **HG = HIPÓTESIS ALTERNA**

Existe relación Positiva entre **Adquisición de productos** y **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

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

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° 22**

#### **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 que, 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 Alternativa, 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, de 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.
- 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
- Danny Cabrera (2012) ANÁLISIS Y APLICACIÓN DE ESTRATEGIAS DE E-COMMERCE EN PORTAL WEB PARA MYPES, Tesis previa para la obtención de título de Ingeniero en sistemas, Universidad Politécnica Salesiana sede Cuenca, Cuenca.

- 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
- 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
- Consejo general de Organización Mundial del Comercio. (1998). Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico. 02-10-2019, de OMC Sitio web: [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/ecom\\_s/ecom\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_s.htm)
- 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 GESTIÓN DE CALIDAD Y SU RELACIÓN CON EL COMERCIO  
 ELECTRÓNICO 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>

Nº	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 trasporte 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.					



## 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

- Listado de CPE -

Impresión

18/05/2019		Facturas Electrónicas Emitidas del Periodo: 01/05/2019 - 31/05/2019		18/05/2019	
Nº. CPE	Receptor	Cantidad Total	Fecha de Emisión	Fecha de Recibo	Comprobante Anulado
EC01-68	20643048200 - ALPILCOURIER SOCIEDAD ANÓNIMA CERRADA	5,000.00	30/05/2019		
EC01-67	11324371799 - RIVERA@DOMINICANALICIA	5,000.00	29/05/2019		
EC01-66	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-65	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-64	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-63	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-62	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-61	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-60	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-58	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-58	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-57	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-56	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-57	20643316961 - TACTICAL IT S.A.C.	5,300.00	28/05/2019		
EC01-54	20643168269 - COMSA INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.	9,350.00	27/05/2019		
EC01-53	20643168269 - COMSA INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.	9,350.00	27/05/2019		
EC01-52	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-51	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-50	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-49	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-48	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-47	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-46	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-45	20643168269 - TACTICAL IT S.A.C.	9,750.00	25/05/2019		
EC01-42	2631895040 - UNIVERSIDAD CECILIA LOS ANGELES DE CHIMBORAZO	5,14.90	24/05/2019		
EC01-41	16221357831 - RAMOS INGA ESCRIBANA	5,200.00	22/05/2019		
EC01-40	19400158217 - RAMOS LEONOR OLIVERA ALICIA	5,240.00	22/05/2019		
EC01-39	28138902295 - DISEÑO S.R.L.	9,210.00	21/05/2019		
EC01-38	28488948913 - ECOGISA S.R.L.	8,240.00	21/05/2019		
EC01-37	20252757631 - ABEYGA PERU S.A.	5,15.00	20/05/2019		
EC01-36	20543168269 - COMSA INGENIEROS CONTRATISTAS S.A.C.	5,700.00	20/05/2019		









## Ingreso

18/02/19		Bolsas de Venta Bafafes de la Unidad de CPE - 01/01/2019 - 31/01/2019			03153
Nro. CPE	Receptor	Ingreso Real	Fecha de Emisión	Componente Anulado	
001 - 11	210691510 - RINDORUJAO DISTRICTO DE CHICHAO	5,200	18/02/2019		







**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 /SUGERENCIA
<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**

**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 /SUGERENCIA
<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: AQUINO DANILA PEDRO ADLER**

<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>COMERCIO ELECTRONICO</b>	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		
<b>FIRMA DEL EXPERTO:</b>				<b>FECHA: 24-10-2019</b>			

**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, RIIC, 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**



