



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES**

**“LOS ECOMMERCE Y EL DESARROLLO DE LAS MYPES -  
DISTRIBUIDORA GRECIA E.I.R.L, LA VICTORIA, 2018.”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE  
LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**AUTOR**

Di Liberto Campos, Diego Renato

**ASESOR**

DR. León Espinoza, Lessner

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Marketing y Comercio Internacional

**PERÚ**

**2018**



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE  
TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don Diego Renato, Di liberto Campos cuyo título es: " Los Ecommerce y el desarrollo de las Mypes Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018"

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: .....16..... (número) .....Dieciséis..... (letras).

Callao 17 de julio del 2018.

.....  
Dr. LESSNER Augusto León Espinoza  
PRESIDENTE

.....  
Dr. Israel Barrutia Barreto  
SECRETARIO

.....  
Mg. José Ignacio Andrades Sosa  
VOCAL

### **DEDICATORIA**

El presente trabajo es dedicado a mi familia, en especial a mis padres, hermanos, y sobrinos; quienes han sido parte fundamental para realizar esta investigación que gracias a sus constantes palabras o esfuerzos jamás me di por vencido.

### **AGRADECIMIENTOS**

A la universidad Cesar Vallejo por brindarme la oportunidad de estudiar y lograr obtener buenos conocimientos por parte de cada uno de los profesores que impartió sus enseñanzas durante toda la carrera, en especial al Dr. Lessner Leon Espinoza ya que gracias a sus enseñanzas se pudo concluir con esta investigación; además gracias a la casa de estudios ya que me va a permitir ser un profesional con formación académica y conciencia social.

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo DI LIBERTO CAMPOS, DIEGO RENATO con DNI N° 76954839, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Negocios Internacionales, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Asimismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Callao, 17 de 07 del 2018



---

**DI LIBERTO CAMPOS, DIEGO RENATO**

## **PRESENTACIÓN**

Señores miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “Los Ecommerce y el desarrollo de las Mypes – Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018”, la cual contiene los siguientes capítulos: Introducción, método, resultados, discusión, conclusiones, recomendaciones, referencias y anexos. Asimismo, se plantea el objetivo general de “Determinar si existe una relación de los E commerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Licenciado en Negocios Internacionales.

## **INDICE**

<b>DEDICATORIA</b>	<b>3</b>
<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>4</b>
<b>DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD</b>	<b>5</b>
<b>PRESENTACIÓN</b>	<b>6</b>
<b>ABSTRACT</b>	<b>9</b>
<b>I INTRODUCCIÓN</b>	<b>10</b>
1.1. Realidad problemática	10
1.2. Trabajos previos	11
1.2.1. Ámbito Internacional	11
1.2.2. Ámbito Nacional	14
1.3. Teorías relacionadas al tema	16
1.3.1. Variable 1: E commerce	16
1.3.2. Variable 2: Mypes	18
1.4. Formulación del problema	19
1.4.1. Problema general	19
1.4.2. Problemas específicos	19
1.5. Justificación de estudio	19
1.5.1. Justificación del estudio	19
1.6. Hipótesis	21
1.6.1. Hipótesis general	21
1.6.2. Hipótesis específicas	21
1.7. Objetivos	21
1.7.1. Objetivo general	21
1.7.2. Objetivos específicos	21
<b>II. MÉTODO</b>	<b>21</b>
2.1 Método, tipo, nivel y diseño de investigación:	21
2.1.1 Enfoque de Investigación	22
2.1.2 Método de investigación:	22
2.1.4 Nivel de investigación:	22
2.2 Variables, operacionalización	23
2.2.1 Variable 1: E commerce	23

2.2.2 Variable 2: Mype	26
2.2.3 Operacionalización de las variables	28
2.3 Población y muestra	31
2.3.1 Población:	31
2.3.2 Muestra:	31
2.3.3 Muestreo:	31
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad	32
2.4.1 Técnica	32
2.4.2 Instrumento	33
2.4.3 Validez	33
2.4.4 Confiabilidad:	34
2.5 Métodos de análisis de datos	36
2.6 Aspectos éticos	36
III. RESULTADOS	36
3.1 Análisis descriptivo – Resultado de dimensiones	36
3.2 Prueba de hipótesis	42
3.2.1. Prueba de normalidad	42
IV DISCUSIÓN	47
4.1 Objetivo e Hipótesis General:	47
4.2 Objetivo e Hipótesis específico 1	48
4.3 Objetivo e Hipótesis específico 2	50
4.4 Objetivo e Hipótesis específico 3	51
V. CONCLUSIONES	52
VI. RECOMENDACIONES	53
VII. BIBLIOGRAFÍA	53
ANEXOS	57



## RESUMEN

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general determinar la relación de los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018, lo cual implicó explorar en fuentes de información científicas para su respectiva ejecución. El método utilizado fue hipotético deductivo con un enfoque cuantitativo, de tipo aplicada, con un nivel descriptivo correlacional y de diseño no experimental transversal. La población de estudio estuvo constituida por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, y la muestra establecida fue de 37 personas. Como instrumento de medición se realizó un cuestionario, el cual fue elaborado por 20 preguntas en escala de Likert, posteriormente, se precedió a analizarlo mediante el software estadístico SPSS 24, logrando medir el nivel de confiabilidad de las preguntas a través del Alfa de Cronbach. Asimismo, se utilizó la prueba estadística del Rho de Spearman. Finalmente se obtuvo resultados significativos que demostraron que Los Ecommerce y las Mypes se relacionan con la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018.

## ABSTRACT

The general objective of this research work is to determine the economic operator relationship and competitiveness in Distribuidora Grecia E.I.R.L, which implied exploring scientific information sources for their respective execution. The method used was hypothetical deductive with a quantitative approach, of an applied type, with a correlational descriptive level and a transversal non-experimental design. The workers of the company constituted the study population Distribuidora Grecia E.I.R.L., and the established sample was 37 people. As a measuring instrument a questionnaire was carried out, which was 20 questions on a Likert scale, later, it was prepared through a statistical analysis of the statistical software SPSS 24, achieving the reliability level of the questions through the Cronbach's Alpha. . In addition, Spearman's Rho statistical test was used. Finally, results are obtained that show that the Ecommerce and Mypes are related in Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018

**Keywords:** Ecommerce, Stakeholders, Mype

# **I INTRODUCCIÓN**

## **1.1. Realidad problemática**

Los e-Commerce es una novedad que está siendo encaminado a un ritmo apresurado en Latinoamérica por lo que un estudio experimental realizada por Martin moreno (2016) dictamino que su aprobación tecnológica es de suprema importancia normativa y empresarial. El fin de esta investigación es analizar los antecedentes de la intención de uso del comercio electrónico en américa latina. (P.42)

Las Mypes en América latina han comenzado una carrera contra el tiempo el cual incluye una revolución en sus nuevos métodos transaccionales de ecommerce. Se comprende que los ecommerce tiene una gran variedad de intercambio sea económico o de bienes y servicios y ha aceptado un desarrollo de negocios revolucionario, sean nuevos nichos, nuevos procedimientos de negocios, tecnologías acordes con consumidores en cualquier parte del planeta. En este entorno, le toca al exponente aclarar acerca de qué manera podemos ingresar en esta nueva era el cual nos toca vivir, sin dejar atrás en retrospectiva la calidad y objetivo de su trabajo. Dado que podemos seguir siendo abastecedor de seguridad, como siempre fue el consuetudinario comercio.

Una de las empresas en el extranjero que usa los Ecommerce con mejor revuelo es ThinkGeek ya que su plataforma fácil y sencilla de usar no necesita muchos detalles teniendo en cuenta que a diario se venden más de 100 mil gadgets a nivel mundial, a su vez en Perú tenemos un claro ejemplo Tannder ganadora del premio Ecommerce award Mype en el año 2017, su gran desenvolvimiento en internet a pesar de no ser una gran empresa a desencadenado un uno de los mayores logros en el sector comercio.

Asimismo se sabe que la presencia de los Ecommerce en el mercado, ha desencadenado un nuevo estilo de negocios, ya que en años anteriores el comercio internacional se veía solo de una forma el cual era presencial dado que no existían medios o plataformas los suficientemente eficaz que te permitiese concretar una transacción o finalizar una venta, Según la ccl Perú es uno de los países en Latinoamérica que tiene el menor acceso a compras por internet, las empresas aún siguen teniendo miedo si hacer transacciones de compra- venta por internet por el miedo de que sea un fraude y puedan ser estafados.

Según Santander (2013) sostiene que La micro y pequeña empresa (MYPE) tiene un positivo comportamiento dentro del sistema económico peruano, su gran soporte activo

maximiza todos los flujos monetarios por ser del tipo empresarial más comentado en todo el Perú. (P.37)

Por otra parte, las mypes en el Perú representan un 21,6% de la producción sumándose a eso que el 83,1% son informales según estadísticas de Comex, el ambiente económico que se vive dentro del Perú por parte de estas empresas se da por el simple hecho de no pagar impuesto por el cual estas empresas informales tienen un método por el cual siguen sin ser detectados como cambiar la razón social cada año y medio para que la sunat no pueda fiscalizarlos.

Más del 60% de las mypes no cuentan con presencia en internet, este resultado es una muestra de cómo las mypes o empresas emergentes no utilizan las plataformas online para poder vender o comprar productos véase el caso no utilizan las herramientas más conocidas en comercio electrónico como Ecommerce La empresa “DISTRIBUIDORA GRECIA E.I.R.L” es una pequeña empresa que está en el sector de comercio mayorista y se dedica a la comercialización y comercio de productos de consumo masivo ubicado en la victoria. La empresa Grecia es una de las mayores distribuidoras ubicadas en lima, por ende sus ventas representan más del 98 % de sus ingresos y el otro 02% es debido a los servicios brindados como desestiba de mercadería, Asimismo la empresas se siente amenaza por el monopolio que presenta alicorp es por eso que a inicios de este año Grecia comenzó a abrir sus horizontes y buscar la forma de generar mayor rentabilidad fuera de su zona de confort es por eso que está buscando asesoría en temas de COMEX.

Por ello llegamos a la conclusión que el problema que enfrenta hoy la empresa es ¿Como la propuesta de un plan de Ecommerce se relaciona con el desarrollo de la mype Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018?

El efecto que se desea conseguir es ejecutar un plan de Ecommerce para que la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L pueda generar mayor liquidez en los próximos 2 años.

## **1.2. Trabajos previos**

El presente trabajo de investigación fue realizado de manera clara y concisa, hallando que existen determinados investigaciones o estudios nacionales e internacionales de mi presente trabajo a tratar, por ende, a continuación, detallaran estas mismas.

### **1.2.1. Ámbito Internacional**

Avilés, D., Cáceres, M. y Leiva, N. (2011) en su investigación titulada “El uso de Ecommerce en las Nuevas Generaciones” para obtener el título de Ingeniero Comercial con mención de Administración. Universidad de Chile. Planteo como objetivo general analizar cómo se relacionan determinadas variables en el uso de Ecommerce, tanto motivadores e inhibidores a la compra, vale decir que como determinar las variables que afectan en mayor magnitud las compras online. La metodología usada tuvo fue exploratoria, cualitativa, no concluyente, a través de datos secundarios. El estudio de medición usada en esta investigación fueron hombres y mujeres, entre 18 y 27 años, que cursan actualmente alguna carrera universitaria y se realizaron 350 encuestas. De las cuales 55% fueron presenciales, 45% restantes on-line, el método de muestreo fue no probabilístico y el instrumento fue encuestas estándar y para la comprobación de hipótesis se realizó con la correlación de rho de Spearman demostrándose que los Ecommerce se relaciona distintivamente con las compras online. Según la correlación de Spearman de 0.827 representando esta una correlación positiva alta entre las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de significancia 0,00 teniendo como resultado altamente significativo y se comprueba su validez. Con este trabajo se llegó a la conclusión general que se acepta la relación positiva entre los Ecommerce y las compras Online.

Mendoza, J. (2008) en su investigación titulada “Diseño de un modelo de Ecommerce para una firma de consultoría jurídica, financiera y técnica en Bogotá D.C.” Pontificia Universidad Javeriana para obtener el título de administrador de empresas planteo como objetivo general planteo un diseño una estrategia de mercadeo y comercial, plasmada en internet para una distinguida firma de consultoría jurídica, financiera y técnica en Bogotá usando como plataforma el internet, según su esquema de Ecommerce, de tal forma que la compañía pueda sobrevivir en el mercado con múltiples competidores y poder ganar un territorio en donde el cliente pueda tener comodidad al tener un producto de calidad. El tipo de metodología usada en el presente trabajo fue de tipo descriptiva. El desarrollo completo fue elaborado basándose en unas hipótesis, seguido de las encuestas que se les suministrara a empresas relacionadas a la firma y para la comprobación de hipótesis se realizó con la correlación de rho de Pearson demostrándose que los modelos de comercio electrónico se relacionan significativamente con una consultoría jurídica en Bogotá. Según la correlación de Spearman de 0.797 representando esta una correlación positiva alta entre

las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de significancia de 0,000 teniendo como resultado medianamente significativo y se comprueba su validez. Con este trabajo se llegó a la conclusión general que la relación que hay entre el comercio electrónico y la consultoría ubicada en Bogotá es positiva, que el mercado en donde la firma se encuentra trabajando juega un papel importante ya que es el internet donde tienen que usar y a su vez generar un valor significativo frente a las otras firmas que compiten con ella. Este es nuevo modelo de comercio creado por la tecnología para derrumbar fronteras y así abrir nuevos mercados.

Carrera, M. (2012) en su investigación titulada “Factores que intervienen en el desarrollo de las Pymes del sector manufacturero en cinco municipios del área metropolitana de Monterrey, afiliada a la CAINTRA”. Universidad Autónoma de nuevo León. para obtener el grado de Doctor en filosofía con especialidad en administración planteo como objetivo general determinar los factores gubernamentales del fomento (apoyos y servicios), los factores personales del empresario, así como los factores del negocio interno y externo, que inciden en un mayor desarrollo de las Pymes, afiliadas a la CAINTRA, para que logren su permanencia e impulsen su crecimiento en el sector manufacturero del Área Metropolitana de Monterrey la metodología usada es exploratoria, descriptiva y correlacional y explicativa con un corte transversal ya que se realizaron en un solo tiempo y así mismo la investigación no es experimental ya que no se manipulan las variables del estudio. Se usaron encuestas y búsqueda de información para medir el estudio las encuestas son dadas solo para los gerentes de las 782 empresas usadas como método de investigación afiliadas al CAINTRA, y para la comprobación de hipótesis se realizó con la correlación de rho de Pearson demostrándose que los Pymes del sector manufacturero se relaciona significativamente con los municipios de monterrey donde se encuentra las pymes aledañas. Según la correlación de Spearman de 0.924 representando esta una correlación positiva alta entre las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de significancia de 0,00 teniendo como resultado altamente significativa y se comprueba su validez La conclusión general de esta investigación realizada en monterrey es positiva ya que la relación que tienen las pymes señaladas en el sector manufactureros tienen un alta relación con los 5 municipios que tienen 94 encuestados realizadas a los ceos/gerentes del sector manufacturero en cinco municipios se identificó que la edad de los

gerentes oscila entre los 30-40 años y son la principal fuente de crecimiento dentro de las pymes ubicadas en monterrey.

Gonzales, M. (2017) in your research entitled “The future of philippine payments industry: a technology foresight by 2022” to obtain the master of technology management program. University of the Philippines. It proposes as general objective to analyze how the main objective of the study is to provide an assessment of the current and possible future scenarios to help financial institutions determine what trends would emerge in the future. The methodology use was quantitative, and for hypothesis testing was performed with Spearman's rho correlation showing that Payments is distinctly related to the Techonology. According to the Spearman correlation of 0.754 representing a high positive correlation between the variables and through the hypothesis test, a level of significance of 0.00 was calculated, having as a highly significant result and its validity checked. With this work, the general conclusion was reached that the positive relationship between Payments and Technology purchases is accepted.

### **1.2.2. Ámbito Nacional**

Vallejo, C. (2009) en su investigación titulada “Análisis, diseño y construcción de una herramienta para soporte de evaluaciones diagnósticas de procesos para pymes desarrolladoras de software” Tesis para optar por el título de ingeniero informático. Pontificia Universidad Católica Del Perú. Como objetivo general es Definir y construir evadips, una herramienta, informática que soporte evaluaciones de procesos a pymes desarrolladoras de software y genere de manera automática el informe correspondiente. La metodología de investigación es de tipo aplicada – documental y se dividió en dos fases las cuales son Fase exploratoria y Fase objetiva. Según la correlación de Spearman de 0.792 representando esta una correlación positiva alta entre las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de significancia de 0,00 teniendo como resultado altamente significativo y se comprueba su validez. La conclusión general fue que los resultados obtenidos de la evaluación usando la aplicación EvaDips así como los informes técnicos de evaluación de procesos generados a partir de ellos permiten a los evaluados realizar análisis y discutir sus resultados con la finalidad de medir la situación de los procesos de las pymes en términos de capacidad de procesos

Días, D. y Valencia, B. (2015) en su investigación titulada “Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de Micro y Pequeña Empresas (Mypes)

localizadas en diversos distritos de lima metropolitana” Pontificia Universidad Católica del Perú. El objetivo general de la investigación que plantea es realizar un análisis en donde los consumidores de las Micro y Pequeña empresa necesiten de una oferta de ecommerce ver cuáles son sus principales necesidades, la razón de sus realidades que se encuentran ubicadas en Lima Metropolitana. El enfoque metodológico que usará será de tipo mixto ya que busca recabar información desde el punto de vista objetivo (Cuantitativo) y subjetivo (Cualitativo) y el tipo de investigación será exploratorio secuencial. El tipo de instrumento utilizado para medir la presente investigación fue de 3000 empresas en el cual, 120 empresas aceptaron participar y 2880 se negaron o no eran elegibles. Dentro de las 120 empresas 10 encuestas fueron pilotos, 10 encuestas eliminadas y 100 encuestas terminadas y para la comprobación de hipótesis se realizó con la correlación de rho de Spearman demostrándose que la relación que hay entre las variables de comercio electrónico y mypes ubicadas en lima. Según la correlación de Spearman de 0.844 representando esta una correlación positiva alta entre las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de significancia 0,00 teniendo como resultado altamente significativo y se comprueba su validez. En conclusión, general las presentadoras de esta tesis concluyen que en la realidad peruana y para las personas que poseen un canal tradicional de ventas, el comercio electrónico o E commerce es una forma complementaria de hacer comercio sabiendo que los resultados muestran que el comercio electrónico reduce costos y tiempo.

Ansuini, M. y Buleje, S. (2015) en su investigación titulada “Principales factores decisivos para incorporar nuevas tecnologías de comercialización. El caso del comercio electrónico en mype de muebles de madera para el hogar del parque industrial de villa el salvador” Tesis presentada para obtener el título profesional de licenciadas en Gestión con mención en gestión Empresarial. Pontificia Universidad Católica del Perú. Como objetivo general plantea Identificar y analizar los principales factores decisivos para incorporar nuevos medios tecnológicos de comercialización como el comercio electrónico en MYPE. La metodología usada es de tipo cualitativa, el instrumento fueron entrevistas a profundidad. La población del estudio fue de 300 empresas en la actividad de carpintería registradas en la municipalidad de Villa el salvador y para la comprobación de hipótesis se realizó con la correlación de rho de Pearson demostrándose que las variables se relacionan entre sí. Según la correlación de Spearman de 0.886 representando esta una correlación positiva alta entre las variables y a través de la prueba de hipótesis se calculó un nivel de

significancia de 0,00 teniendo como resultado medianamente significativo y se comprueba su validez. En conclusión, general se dictamino que se pudo reconocer que el empresario de generaciones mayores tiene como principal objetivo el coste alternativo y maximizar utilidades, ya que un gran número de estos tiene sus propias empresas alternas que en si le demandan tiempo e inyección constante de capital.

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **1.3.1. Variable 1: E commerce**

A continuación, se presenta diversas definiciones sobre los E commerce realizadas por distintos autores.

Líberos, E. (2010) define que:

Cuando tratamos de discutir (y por extensión de Internet) en retrospectiva se nos olvida que estamos concentrándonos en algo que hace más de una década principalmente no existió. Hoy en día ya hay más de 1000 millones de personas conectados a la red alrededor de la tierra o que en existencia hay más de ciento noventa millones de servidores web y más de doce mil millones de páginas es ahí cuando nosotros mismos nos dimos cuenta de que las cosas habían cambiado de una manera drástica, la era de la tecnología había hecho un cambio significativo de que nosotros las personas tenemos la propia de voluntad de que se puede y no se puede hacer en el internet y de su mentalidad de que si estamos dentro de una realidad

Social y económica de la que obligatoriamente tenemos que formar parte. (Pág. 9)

Kenneth, C. (2014) define los ecommerce en los dispositivos digitales.

The electronic commerce or also called ecommerce are not more than simple commands with digital argument for use of the moment (once the contents are downloaded or encrypted inside the user's computer) even generate multiple orders of tangible and intangible products, clear without losing never the essence of online shopping. (Pág. 45)

Hayden, T. y Webster, T. (2015) define el comercio electrónico así:

Los ecommerce es un método no muy reciente de negocios, más que un modelo o matriz es una nueva forma de ver y catapultar las variantes en los negocios. Así



mismo es una red enorme que amortiza no solo las grandes empresas si no que a su vez también a una persona natural que planea empezar un negocio pequeña. Los ecommerce es el arte de concretar los distintitos tratos comerciales previamente acordados entre dos o más partes, mediante el internet que es las herramientas comunes. (Pág. 32)

Rodríguez, I. (2014) define los Ecommerce dentro del marketing digital.

Señala que un ordenador digital es usado como base de investigación y comunicación, es capaz de efectuar aumentos significativos en lo que es recuperación de información y datos. Esto trae como consecuencia que las organizaciones masivas de bibliotecas queden a merced de estrategias vanguardistas en otras palabras obsoleta. Esto trae como beneficio que las personas puedan trasformar esta información en una línea privada que sean distribuidas y comercializadas rápidamente por el propio usuario.

Hayden, T. y Webster, T. (2008)

Nos señala que en negocio a negocio o (BtwoB) se caracteriza por tener las siguientes regularidades:

- En un monopolio de mercado aquel que lo domina se encuentra en busca de más consumidores
- En un monopolio controlado por un consumidor se encuentra en busca de comercializadores o proveedores
- En un monopolio controlado por los intermediarios buscan join Venture con los vendedores y compradores. (Pág. 39)

Nuñez, M. (2013)

En la presente era tecnológica los métodos antiguos de comercio de vanguardia se han visto catapultados hacia atrás, esto quiere decir que los ecommerce no son más que un nuevo estilo de vida dentro de los negocios internacionales que ha revolucionado todo aquello que conocemos sobre estos métodos, desde ir a una tienda física visualizar el producto, probar el producto y por ultimo decidir si llevarlo o simplemente buscar un sustituto. Esto quiere decir que los ecommerce son herramientas digitales el cual nos

ayuda a elegir mediante un ordenador, móvil o cualquier medio electrónico que se pueda conectar a la red y tener ventajas sobre otros métodos que nos causan gastos y pérdida de nuestro valioso tiempo. (Pág. 52)

### **1.3.2. Variable 2: Mypes**

A continuación, se presenta diversas definiciones sobre las mypes en el Perú y el mundo, realizados por algunos autores del tema:

Mark, C. (2011) definen Mypes como:

En la presente actualidad las Mypes son presentadas como una fuente rica en desarrollo ya que gracias a su competitividad y su gran desempeño laboral genera empleo y productividad.

Cloud, J. (2008) define lo siguiente:

El entorno actual de las mypes es muy delicado. En un radical cambio de época en el cual necesariamente se necesita de una gran actualización ya que sin esto no se puede sobrevivir en un mundo prácticamente digitalizado en donde las grandes empresas monopolizan los puntos de comercio claro ejemplo están las grandes redes sociales como son el caso de Facebook y Twitter. A su vez los Ecommerce van ganando más territorio y aprovechando de que en esta época la tecnología y los medios de tecnológicos tienen un gran impacto social y empresarial. Las pequeñas empresas están listas para este nuevo cambio en el cual los consumidores solo necesitan de un click en vez de ir hasta una tienda.

Bermúdez, K. y Espinoza, J. (2013), definen que:

Hoy en día las mypes están sintiendo el cambio de tener un mundo globalizado en donde los negocios cambiaron de una forma exorbitante favoreciendo así a los pequeños empresarios a poder lograr la tan ansiada internacionalización, salir de su zona de confort para poder explorar nuevos mercados en que estos sobresalgan y tengan mayor competitividad, esto significa una nueva oportunidad y así poder crecer tanto económica como social.

**1.3.2.1. Estrategias usadas por las Mypes** Yermo, K. (2014), Señala que las empresas usan una gran diversidad de peldaños para posicionarse, por ende, están dentro de las siguientes:

En la presente generación se han posiciona posibles grupos de intereses dentro de nuestra zona de confort ya que con anterioridad esta zona beneficiaba y hacia su existir a una empresa. Pero con la creciente corriente de globalización esto cambia drásticamente ya que la ventaja competitiva que tenía contra mi principal competidor ya no funciona dado que no solamente existe un competidor si no que varias empresas sean pequeñas o medianas estas luchando para quedarse con este territorio, utilizando cualquier método para lograrlo, incluso si esto significa que las mypes queden en la banca rota. . (Pág. 112)

### **1.3.2.2. Tipos de Mypes**

Bermúdez, K. y Espinoza, J. (2013), definen que:

#### **- Pequeña Empresa**

Empresa que está comprendida por 11 y 51 empleados. Empresas que generan un balance anual entre los 1.5 millones y 8 millones de soles (Pág.108)

#### **- Micro Empresa**

Empresa que está comprendida por 6 y 15 empleados. Empresas que generan un balance anual entre los 12 mil soles y 3 millones de soles (Pág.112)

## **1.4. Formulación del problema**

### **1.4.1. Problema general**

¿Cómo se relacionan los E commerce con el desarrollo de la mype distribuidora Grecia E.I.R.L, 2018?

### **1.4.2. Problemas específicos**

¿Cómo se relacionan los E commerce con los medios electrónicos de la empresa distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria., 2018?

¿Cómo se relacionan los E commerce con los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria., 2018?

¿Cómo se relaciona los E commerce con las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria., 2018?

## **1.5. Justificación de estudio**

### **1.5.1. Justificación del estudio**

Hernández, Fernández & Baptista (2014), “para justificar un estudio se necesita la presentación de las ideas (porque y para que debe producirse el estudio). El número mayoritario de investigaciones se producen en tiempo determinado mediante un fin determinado, pues no se hacen por la simpleza de una persona u/o individuo, y ese fin deber tener un grado de significancia alto para que se justifique su ejecución.

### **Teórico:**

La razón por la cual la empresa DISTRIBUIDORA GRECIA E.I.R.L., desea llevar a cabo esta investigación es con la finalidad de contar con una idea nueva de comercio y así otras mypes que desean salir de su zona de confort puedan usar estas nuevas tecnologías que les disminuirán gastos y maximizaran beneficios. De modo que, la investigación pretende ser una base para los micros y pequeños empresarios que desean cambiar la estructura de sus empresas usando los Ecommerce.

### **Metodológico:**

Un sustento que le permita conocer las necesidades de sus clientes actuales y potenciales, mediante la investigación y planificación de las estrategias a implementar, y así lograr ser la mayor distribuidora de productos de consumo masivo en el distrito de La victoria, por medio de sus servicios brindados como venta a precio distribuidor para pequeños negocios, para consumo mayorista, envíos de mercadería fuera de Lima y Perú; y llegar a ser una de las mejores en su rubro Manufacturero.

### **Práctico:**

La elaboración de un plan de comercio electrónico para la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L es de suma importancia, para alcanzar los objetivos de la empresa y posicionarse en la mente de los clientes potenciales, logrando construir una percepción en la mente de los clientes que se interesan por los productos vendidos, y tengan la marca en un lugar preferente cuando tengan que tomar la decisión de compra. Para completar los objetivos propuesto por la presente investigación, se estructuro una herramienta que pueda medir la variable Ecommerce. Su principal fin de este estudio es de suministrar los conocimientos que se adquieran a lo largo de la investigación y así pueda ser utilizada en el plan de comercio electrónico y pueda ser ejecuta en esta MYPE, la cual permita a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L no solo vender en el mercado nacional si no, además pueda vender a las grandes mayoristas en otras economías.

## **Social:**

A pesar de que la tecnología avanza y hay diversos métodos de comercio electrónico en el Perú aun esta la incertidumbre de que al usar estas herramientas pueda ser perjudicial para sus empresas por el simple hecho de ser timados. Es por ello que el trabajo de investigación ha brindado herramientas de conocimiento para ayudar a difundir a las mypes peruanas, y en especial a aquellos empresarios que desean incursionar en los ecommerce, un poco más acerca de la cultura electrónica y como está influye a la hora de realizar negocios internacionales.

### **1.6. Hipótesis**

#### **1.6.1. Hipótesis general**

- Existe una relación directa de los E commerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

#### **1.6.2. Hipótesis específicas**

- Existe una relación directa de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018
- Existe una relación directa de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018
- Existe una relación directa de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

### **1.7. Objetivos**

#### **1.7.1. Objetivo general**

- Determinar si existe una correlación de los E commerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

#### **1.7.2. Objetivos específicos**

- Determinar si Existe una correlación de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018
- Determinar si existe una correlación de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.
- Determinar si existe una correlación de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.

## **II. MÉTODO**

### **2.1 Método, tipo, nivel y diseño de investigación:**

El diseño de investigación en el cual está basado la investigación es **NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL**.

Para Hernández, Fernández & Baptista (2014), una investigación no experimental es cuando dos o más variables no se pueden alterar intencionadamente. Lo que hace esta investigación es de visualizar los fenómenos en su verdadera forma sea natural o principal. Para ulteriormente analizar si sufre algún cambio”. (Pág.149).

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), los diseños de investigación transeccional o transversal Acumulan información en un momento o tiempo determinado que permite detallar y examinar las variables e interdependencia en un tiempo exacto. Es como capturar una imagen de algo o alguien al momento. (p. 151).

### **2.1.1 Enfoque de Investigación**

El punto de vista o enfoque del presente trabajo de investigación es **CUANTITATIVA**), Acumula información para demostrar hipótesis, con fundamento en el cálculo numérico y el estudio estadístico, para comprobar señales de comportamiento y conducta para así demostrar teorías (p. 4).

### **2.1.2 Método de investigación:**

El método de investigación del trabajo es **HIPOTÉTICO DEDUCTIVO**; así como menciona Bernal (2013), Depende de unos procesos que empieza de unas ratificaciones en gravedad de hipótesis y consigue negar o refutar dichas hipótesis, en consecuencia, de conclusiones que debe comparar con tales hechos (p.60).

### **2.1.3. Tipo de investigación:**

El tipo de estudio que se utilizó en esta investigación es **APLICADA** Según Behar (2008), la investigación se le conoce como aplicada ya que siempre busca y encuentra la manera de la utilización de entendimiento que se acaparen. La investigación aplicada se halla relacionada con la investigación básica, pues siempre está al tanto de la recolección de resultados y mejora de esta última, pues busca afrontar las diversas teorías con la misma realidad. (p. 20).

### **2.1.4 Nivel de investigación:**

En la presente investigación se va empleó el nivel **DESCRIPTIVA - CORRELACIONAL**.

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014) Indican que el nivel de correlación tiene con un fin determinado analizar las relaciones o rango de asociación que hay entre dos o más variables en un espécimen o entorno determinado. (p. 93).

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), La investigación descriptiva tatea comparar los procesos, la singularidad y los contornos de importancia de algún fenómeno o espécimen que se someta a un estudio.

## **2.2 Variables, operacionalización**

### **2.2.1 Variable 1: E commerce**

#### **Definición Conceptual**

Muñiz (2011) lo define así:

Cuando se habla de ecommerce lo primero que se nos viene a la mente es lo siguiente un nuevo método de comercio electrónico el cual tienen como base los distintos medios electrónicos que existen. No es por tanto si una forma moderna de reemplazar el modelo antiguo de negocios el cual nos permite acceder a distintas formas de usarlo tales como las herramientas que tienen conexiones a redes de internet el cual nos facilita de una forma muy proporcionada de hacer negocios, tanto en el ámbito nacional como internacional. (P.143)

#### **Dimensión Medios electrónicos**

Monferrer (2013), Según Gallardo (2009) señalan que:

Los medios electrónicos son herramientas o instrumentos creados por el hombre mismo con el fin de obtener cualquier tipo de información para una empresa y negocios de manera muy audaz y eficaz. Su implementación es de suma importancia dentro ello podemos genera búsquedas en los principales motores alojados en la red sea google, Yahoo! entre otros. Sin lugar a duda ofrece un mundo digital en cual podemos encontrar información valiosa en el momento que se necesite. (P.101)

#### **Indicadores:**

#### **Instrumentos**

Monferrer (2013), lo define así:

Los instrumentos son una herramienta que nos facilita el uso de explorar distintas posibilidades y nos ayuda a acumular información variada de un grupo determinado que previamente ha sido seleccionado y así poder solucionar el problema de la investigación, a su vez facilita el uso de plataformas, por que pase todo el proceso no sea engorroso. (p.40)

### **Buscador**

Según Perrone (2012) Sostiene que:

Son llamados como los “search engine” o simplemente motores de búsqueda predeterminada que hace referencia a los algoritmos de búsqueda que usan fórmulas matemáticas como resultados de procesos realizados por nuestro gpu. En otras palabras, una herramienta que nos hace el trabajo de encontrar un archivo que se encuentra alojado dentro de la gran red utilizando como mínimo 2 caracteres, para poder localizar un archivo que se necesite en ese momento. (p.25)

### **Dimensión Nuevas tecnologías**

Según Gallado (2009) señala que:

Los actuales avances científicos han catapultado una nueva forma de ver las nuevas tecnologías a tal punto de generar mayores logros en los procesos que incurren en estos grupos por el cual aglomeramos tres áreas importantes los cuales son: informática, video y las telecomunicaciones. (P.12)

### **Indicadores:**

#### **Desarrollos tecnológicos**

Osorno (2015) Dictamina que:

El desarrollo tecnológico ha tenido un entendimiento sistemático dentro de los juicios de cada individuo que está inmerso dentro de los procesos que se lleva a cabo con el fin de promover el desarrollo de los modelos organizativos que se encuentra dentro de una empresa o institución. (p.70)

#### **Telecomunicaciones**

Según Estaunie (2008) indica que:



La telecomunicación es solo el envío transitorio de información mediante una base de datos a otros, utilizando como herramientas los medios electrónicos (p.110)

## **Procesos**

Pacheco (2017) Señala Que:

Un proceso o procedimiento son un grupo de actividades o protocolos el cual un individuo o más están implicados dentro de esta acción por ende, se les facilita herramientas para que estas personas puedan cumplir con los objetivos principales que se tracen teniendo en cuenta siempre que es de suma importancia seguir cada uno de los pasos que involucran en un proyecto o acción. (Pág. 74)

## **Dimensión Stakeholders**

Según Freeman (2010) Los grupos de intereses o como se les denomina mejor stakeholders son individuos o entidades que tiene una gran influencia dentro y fuera de las empresas, puede ser percibidas desde simples clientes no habituales, grandes competidores, hasta gobiernos u/o formaciones que intenten dañar el prestigio o reputación de esta misma. (Pág.152)

## **Indicadores:**

### **Corporación**

Según Barry (2009) La corporación o sociedad cooperativa, es una formación u organismo oficial que se constituye por un grupo de personas que reúnen ciertos requisitos y deciden aportar diferentes formas de soporte que sea de intereses general sean científicos, económicos, etc. Estos realizan diversos trabajos y servicios de manera protocolar el cual se mide por la eficiencia de cada uno. A su vez su principal objetivo homogéneo no es más que enriquecimiento común. (Pág.195)

### **Clientes**

Según Porter (2010) Los clientes son una cantidad determinada de usuarios los cuales demanden un bien o servicio, el cual les proporcione una gran satisfacción para llenen un vacío singular como consumidor. (Pág.68)

## **Bancos**

Según Stiglitz (2010) Una institución financiera (banco) es una organización sea particular o nacional que gestiona, administra e invierte el dinero de sus allegados clientes. Y a su vez este divisa o dinero que ingresa al banco no solo es resguardada, si no que a su vez el banco lo invierte prestándolos a otros usuarios o clientes (sean personas naturales o jurídicas) teniendo en cuenta que este préstamo se da con un tipo de interés el cual obtiene sólidas ganancias anuales. (Pág.118)

### **2.2.2 Variable 2: Mype**

#### **Definición Conceptual**

Perry, G.E.; Arias, O.S.; Fajnzylber, P.; Maloney, W.F.; Mason, A.D. y Saavedra Chanduvi, J. (2008) lo definen así

Las mypes o también llamadas como micro y pequeña empresa consolidadas que son una unidad que genera ingresos económicos el cual se constituye por una persona que está inscrita el RUC (persona natural o jurídica) que no debe sobrepasar el rango de ventas de las 150 UIT, a su vez tienen un máximo de 10 trabajadores. (Pág.12)

#### **Dimensión Unidad económica**

Según Porter (2010) Son todas las principales actividades económicas que presenta una empresa, desde producción hasta directorio general, se entiende por ello hasta los servicios (así sean tercerizados). Es la unión de funciones hechas o por hacer de un capital humano o tecnológico que se realizan para generar o producir bienes y servicios. (Pág.124)

#### **Indicadores:**

#### **Administración Pública**

Según Baptiste (2009) El término denominado o catalogado administración pública se comprende por el conjunto de procesos que cada institución u/o órganos jurídicos sintetizan para proporcionar funciones sean administrativas u/o delegación de empoderamiento para los ámbitos regionales, municipales y locales. (Pág.20)

#### **Bienes y Servicios**

Wallovits (2011) Es el resultado creado y modificado por el hombre para satisfacer las necesidades insatisfechas que normalmente tiene el consumidor. Es una práctica de producción el cual lleva como principal objetivo abastecer a las personas que se permitan consumir estos bienes y servicios que pueden ser físicos y tangibles. (Pág.210)

### **Dimensión Gestión empresarial**

Crainer (2016) [...] Es la actividad de seguimiento que siguen las compañías por el cual pasan un protocolo estricto el cual debe de seguir su trazabilidad, ya que el monitoreo especializado de la planificación, organización y la dirección de recursos es muy necesaria para que todas estas áreas tengan un buen rendimiento en las distintas escalas de mando. (Pág.74)

#### **Indicadores:**

##### **Productividad**

Según Krugman (2011) La productividad depende siempre del capital humano ya que es el motor que impulsa a mejorar los aspectos de una empresa u/o estado, teniendo en cuenta que para tener una mayor productividad se debe tener bien en claro que mientras más recursos tengamos mayores logros o resultados rescataremos. (Pág.133)

##### **Competitividad**

Según Krugman (2011) Es el poder económico y social que tienes contra otra empresa el cual ofrece un mismo bien o servicio, pero con diferentes estándares, el cual una empresa es ligeramente superior a la contrincante, es por ello el termino competitividad ya que se tiene ventaja sobre un proceso el cual hemos sacado provecho. (Pág.58)

### **Dimensión Comercialización de bienes**

Krugman (2011) El método de comercialización es usada para encaminar acciones dirigidas de ventas de cualquier producto sea un bien material o inmaterial que posea un valor monetario o económico el cual pueda ser susceptibles en valuaciones en el mercado. Estas acciones son practicadas y ejecutadas por distintas instituciones, grupos sociales y empresas. (Pág. 37)

#### **Indicadores:**

## **Organizaciones**

Según Herrero (2013) Las organizaciones son formaciones o grupos con complejidad plurales ya que se derivan por estructuras administrativas e individuos. La creación de estas tiene como fin conseguir alcanzar las metas y objetivos propuestos con el apoyo propio de otros socios o talento humano. (Pág. 23)

## **Productos**

Según Eyal (2013) Es una opción elegible tanto física como intangible que permite al usuario principal satisfacer sus necesidades insatisfechas. (Pág. 33)

### **2.2.3 Operacionalización de las variables**

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
<b>E commerce</b>	Lope, M. (2014)  Cuando hablamos de Comercio Electrónico, estamos haciendo referencia al comercio que se desarrolla por <b>medios electrónicos</b> . No es, por tanto, sino una nueva forma de realizar el comercio tradicional utilizando los medios que las <b>Nuevas Tecnologías</b> de la Información y las Comunicaciones, las TIC, ponen a nuestro alcance en el ámbito comercial y los usan los mismos <b>Stake holders</b> (p.143)	La variable de <b>E commerce</b> se mide a través de un cuestionario que contiene ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello.	<b>Medios electrónicos</b>	Instrumentos	1. ¿Consideraría tener una tarjeta electrónica para compras por internet?	Según Hernández, Fernández & Baptista (2014).  <u>Ordinal</u>  Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p.215).  <u>Intervalo</u>  Tiene intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).
				Buscador	2. ¿Consideraría utilizar Google Chrome como motor de búsqueda predeterminado para comprar online?	
			<b>Nuevas tecnologías</b>	Desarrollos tecnológicos	3. ¿Cree usted que los dispositivos móviles son una herramienta segura para comprar por internet?	
				Telecomunicaciones	4. ¿Cree usted que las compras online son la forma más rápida de comercio?	
				Procesos	5. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería implementar un app móvil para agilizar el proceso de comercio B2C?	
				Corporación	6. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería ser absorbida totalmente por <b>Alicorp S.A?</b>	
			<b>StakeHolders</b>	Cientes	7. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene un buen servicio al cliente online?	
				Bancos	8. ¿Consideraría utilizar un banco como tercero y realizar operaciones online?	
					9. ¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con <b>Wallet</b> electrónico?	
					10. ¿Consideraría comprar un bien o servicio a Distribuidora Grecia mediante una Pasarela de pago?	

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Mypes	<p>Perry, G.E.; Arias, O.S.; Fajnzylber, P.; Maloney, W.F.; Mason, A.D. y Saavedra</p> <p>Chanduvi, J.(2008)</p> <p>La Micro y Pequeña Empresa es la <b>unidad económica</b> constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o <b>gestión empresarial</b> contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, <b>comercialización de bienes</b> o prestación de servicios. (P.172)</p>	<p>La variable de plan de marketing se mide a través de un cuestionario que contiene ítems, donde se tiene en cuenta los indicadores para la realización de ello.</p>	Unidad económica	Administración Pública	1. ¿Cree que la Mype debería seguir los procedimientos de facturación electrónica propuesta para el 2018?	<p>Según Hernández, Fernández &amp; Baptista (2014).</p> <p><u>Ordinal</u></p> <p>Tiene un orden de mayor a menor jerarquía (p.215).</p> <p><u>Intervalo</u></p> <p>Tiene intervalos iguales entre las categorías, el cero es real y absoluto, no es arbitrario (p.216).</p>
				Bienes y Servicios	2. ¿Consideraría adquirir un bien o servicio en una tienda física?	
			Gestión empresarial	Productividad	3. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es productiva manufacturando arroz?	
				Competitividad	4. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con su producto Tria-A?	
					5. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con sus precios frente a Santo Pez S.A?	
					6. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene mayor concentración de clientes en épocas navideñas?	
			Comercialización de bienes	Organizaciones	7. ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene bien elaborado sus canales de distribución en la victoria?	
				Productos	8. ¿Consideraría comprar productos transformados traídos de china?	
					9. ¿Consideraría comprar productos similares a Santo Pez S.A sin tener conocimiento de su origen?	
					10. ¿Cree usted que los productos de consumo masivo peruano tienen mayor aceptación que los productos extranjeros?	

## **2.3 Población y muestra**

### **2.3.1 Población:**

Según Bernal (2010) Indica que la población no es más que un simple conjunto en donde varios elementos al cual el investigador los está analizando. También se le conoce como la cohesión de conjunto total de todas las unidades de muestreo (p. 161).

Para las consecuencias y objetivos de la presente investigación, la población total tuvo como especímenes a 50 trabajadores de la empresa “Distribuidora Grecia E.I.R.L.”, en el distrito de La Victoria, 2018.

De la población total, se seleccionó 40 especímenes o unidades de muestreo que reunían ciertas características idóneas para la investigación. Hernández, Fernández & Baptista (2014), lo define como: Un pequeño conjunto de especímenes que corresponden a ese conjunto definido en sus características al que denominamos población [...] se pretende que este pequeño conjunto sea un reflejo fiel del conjunto de la población (p. 175).

### **2.3.2 Muestra:**

“En las muestras de tipo probabilísticas, el total final de los individuos que fueron seleccionados de la población tiene el mismo porcentaje para ser seleccionados y se logra consignando las propiedades de la población y la dimensión de la muestra, y por medio de una elección al azar mecánica del muestreo que se recolecta.” (Pág. 175).

### **2.3.3 Muestreo:**

Según Bernal (2010) El muestreo que se introdujo dentro de este estudio fue el probalístico “En el estudio, el muestreo se aplica de un grupo de población, que posea variables o fenómenos en su forma natural que puedan ser sometidas a un análisis directo” (Pág. 24).

Para calcular la muestra se utilizó la fórmula correspondiente que se presenta a continuación:

$$N = \frac{k^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + k^2 * p * q}$$

**Dónde:**

Muestra (n)	
Unidades de muestro (N)	40
Nivel de confiabilidad	95%
Valor de distribución (k)	1.96
Margen de error (e)	5%
Porcentaje de aceptación (p)	50%
Porcentaje de no aceptación (q)	50%

$$n = \frac{(40)(1.96)^2(0.5)(0.5)}{(0.05)^2(36 - 1) + (1.96)^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 37$$

El total de muestra para la presente investigación estuvo conformado por 40 trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018.

Además, siendo de relevancia, a continuación, describiremos lo siguiente:

- Unidad de análisis: Son los trabajadores de Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018.

## **2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad**

### **2.4.1 Técnica**

La técnica empleada en la presente investigación es la **ENCUESTA**.



Para Briceño (2013), Señala que el fin de una encuesta es acumular o la recolección de cualquier tipo de información correspondiente a las variables, antes que conocimiento acerca de los elementos propios (individuos) (p. 128).

Sabiendo ya acerca de esta información se mantiene en pie y reafirma que la técnica que es más favorable para objeto de estudio en sin lugar a dudas la encuesta, ya que según el diseño y nivel es imposible discernir de esta.

#### **2.4.2 Instrumento**

El instrumento utilizado en la presente investigación es de un cuestionario en función a la escala tipo Likert, que proporciona mayor confiabilidad en su implementación.

Bernal (2010), define que “consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o más variables que van a medirse.” (p. 250).

#### **2.4.3 Validez**

Según Hernández, Fernández & Baptista (2014), “La validez se define como el grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir” (pág. 200).

La validación del instrumento fue dada por el criterio de “juicio de expertos”; las cuales se detallan a continuación:

La validez de expertos se realizó con la intervención de los siguientes docentes:

- Dr: Lessner Augusto León Espinoza
- Dr: Israel Barrutia Barreto
- Mag: Gustavo Alberca Telles

#### 2.4.4 Confiabilidad:

Según Bernal (2010), “la confiabilidad de un cuestionario se refiere a la consistencia de las puntuaciones obtenidas por las mismas personas, cuando se les examina en distintas ocasiones con los mismos cuestionarios [...]” (p. 247).

Tabla 1

<b>Coefficiente</b>	<b>Relación</b>
<b>0.00 a +/- 0.20</b>	Muy Baja
<b>-0.2 a 0.40</b>	Baja o ligera
<b>0.40 a 0.60</b>	Moderada
<b>0.60 a 0.80</b>	Marcada
<b>0.80 a 1.00</b>	Muy Alta

La confiabilidad del instrumento se realizó con el método de Alfa de Cronbach ingresando los datos recolectados al estadístico SPSS 23, realizado a la muestra piloto, que corresponde a 37 trabajadores de la empresa Alicorp S.A- La Victoria; con un total de 20 preguntas.

#### **TABLAS DE FIABILIDAD GENERAL**

##### **A. Variable 1: Ecommerce**

##### **Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,970	10

En el cuadro 1: El estadístico de fiabilidad para la variable 1 indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.970; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera muy alto.

**B. Variable 2: Mype**

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,970	10

En el cuadro 2: El estadístico de fiabilidad para la variable 2 indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.970; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems se considera muy alto.

**Resumen de procesamiento de casos**

		N	%
Casos	Válido	37	100,0
	<u>Excluido<sup>a</sup></u>	0	,0
	Total	37	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

**Estadísticas de fiabilidad**

Alfa de Cronbach	N de elementos
,983	20

En el cuadro 4: El estadístico de fiabilidad para la variable 1 y 2 indica que la prueba es confiable porque dio un valor de 0.983; es decir el grado de fiabilidad del instrumento y de los ítems en general es muy alto.

## **2.5 Métodos de análisis de datos**

En el presente trabajo de investigación se utilizó el programa estadístico SPSS 22. Las pruebas estadísticas realizadas para esta investigación fueron: Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad del instrumento, además del juicio de expertos para la validez del instrumento que es el cuestionario.

## **2.6 Aspectos éticos**

Para el presente trabajo de investigación se tuvo en cuenta los aspectos éticos:

✓ **Utilización de la información:**

Con respecto a ello, se respetó la identidad de cada persona y no se utilizó la información obtenida para otros fines.

✓ **Valor social:**

Las personas que participaron de la encuesta que se realizó en la investigación, no fueron tomadas por obligación, al contrario, todos ellos presentaron disposición para responder las preguntas del cuestionario.

✓ **Validez científica:**

La información obtenida por otros autores, se encuentra debidamente citadas con las fuentes correspondientes, y además no se ha alterado ningún dato del autor original para así evitar posibles divulgaciones de plagio. De esta manera, la validez teórica es la correcta.

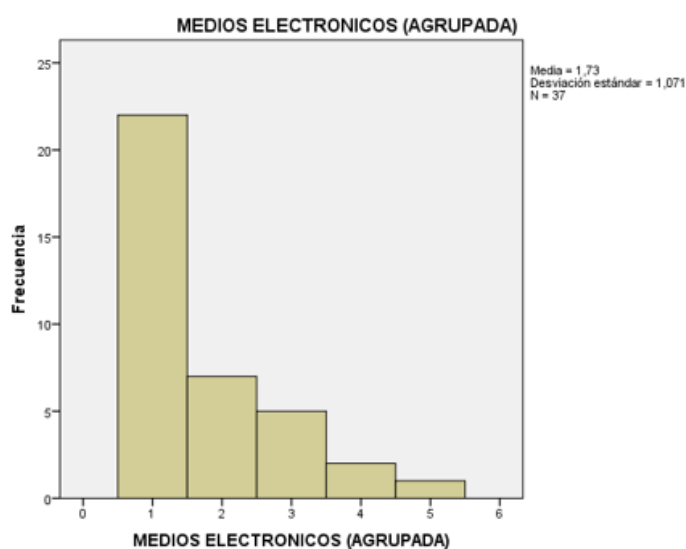
## **III. Resultados**

### **3.1 Análisis descriptivo – Resultado de dimensiones**

### Dimensión 1 (Agrupada)

MEDIOS ELECTRONICOS (AGRUPADA)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	22	59,5	59,5	59,5
	De acuerdo	7	18,9	18,9	78,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	13,5	13,5	91,9
	En desacuerdo	2	5,4	5,4	97,3
	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	



**VARIABLE 1 “Ecommerce”**

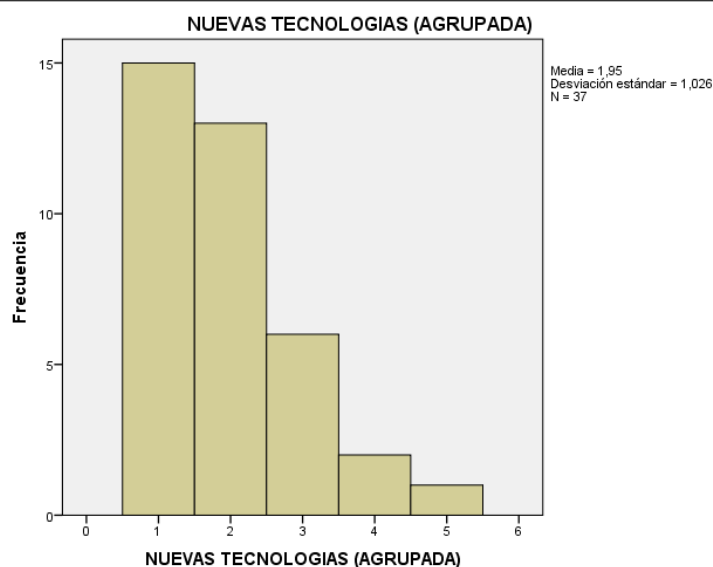
#### Interpretación:

Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 59.5% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 18.9% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 5.4% respondió que están en desacuerdo y un 2.7% respondieron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Medio electrónicos”.

## Dimensión 2 (Agrupada)

### NUEVAS TECNOLOGIAS (AGRUPADA)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	15	40,5	40,5	40,5
	De acuerdo	13	35,1	35,1	75,7
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	91,9
	En desacuerdo	2	5,4	5,4	97,3
	Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	100,0
	Total	37	100,0	100,0	



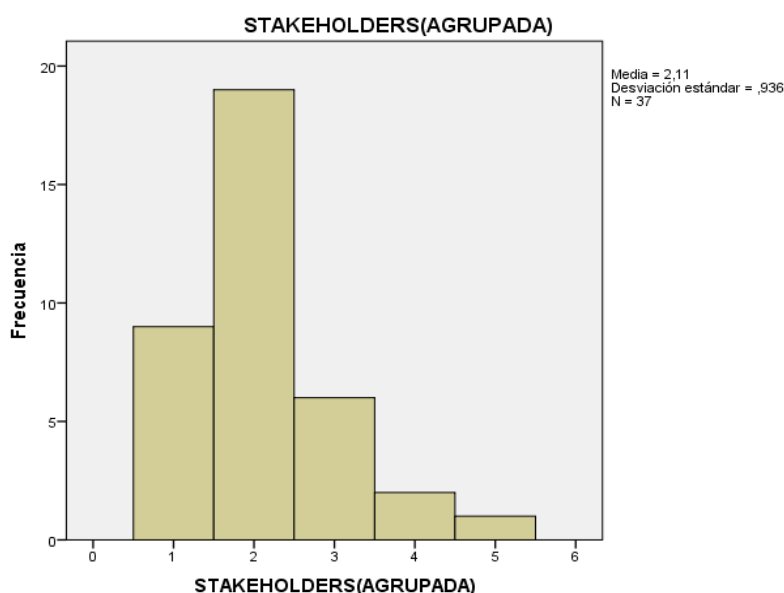
### Interpretación:

Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 40.5% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 35.1% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 5.4% respondió que están en desacuerdo y un 2.7% respondieron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Nuevas tecnologías”

### Dimensión 3 (Agrupada)

#### STAKEHOLDERS(AGRUPADA)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	9	24,3	24,3	24,3
De acuerdo	19	51,4	51,4	75,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	91,9
En desacuerdo	2	5,4	5,4	97,3
Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	



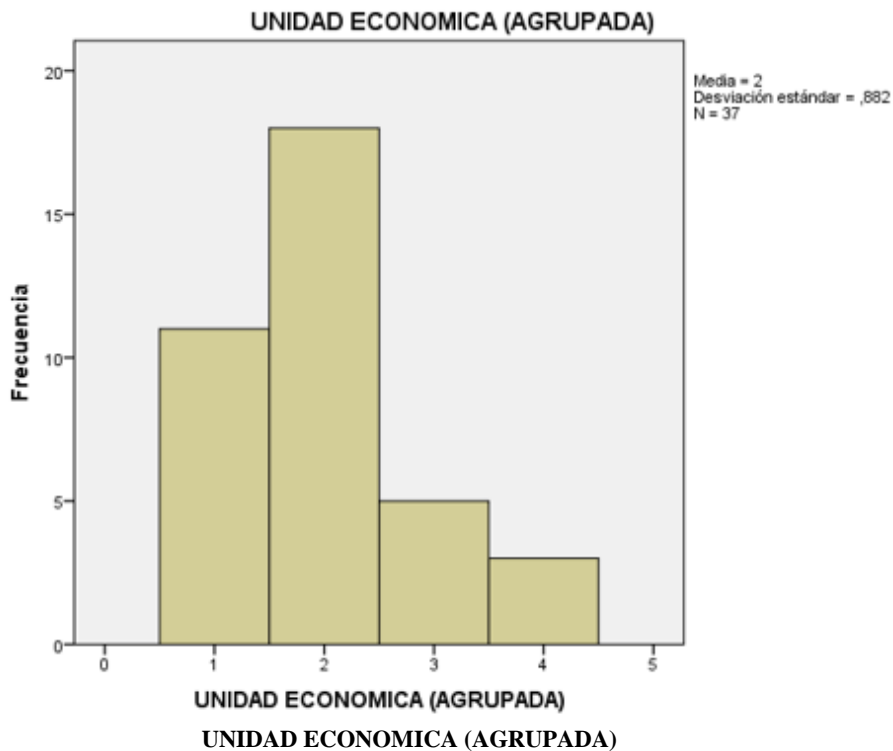
**Interpretación:** Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 24.3% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 51.4% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 5.4% respondió que están en desacuerdo y un 2.7% respondieron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Stakeholders”.

#### Interpretación de la variable 2: “Mype”

Los resultados de la estadística descriptiva de la variable independiente “Mype”, han proporcionado un grado alto de aceptación con respecto a las dimensiones propuestas en la investigación.

### Dimensión 4 (Agrupada)

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	11	29,7	29,7	29,7
	De acuerdo	18	48,6	48,6	78,4
	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	5	13,5	13,5	91,9
	En desacuerdo	3	8,1	8,1	100,0
	Total	37	100,0	100,0	



**Interpretación:** Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 29.7% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 48.6% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 8.1% respondieron que están en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Unidad económica”.

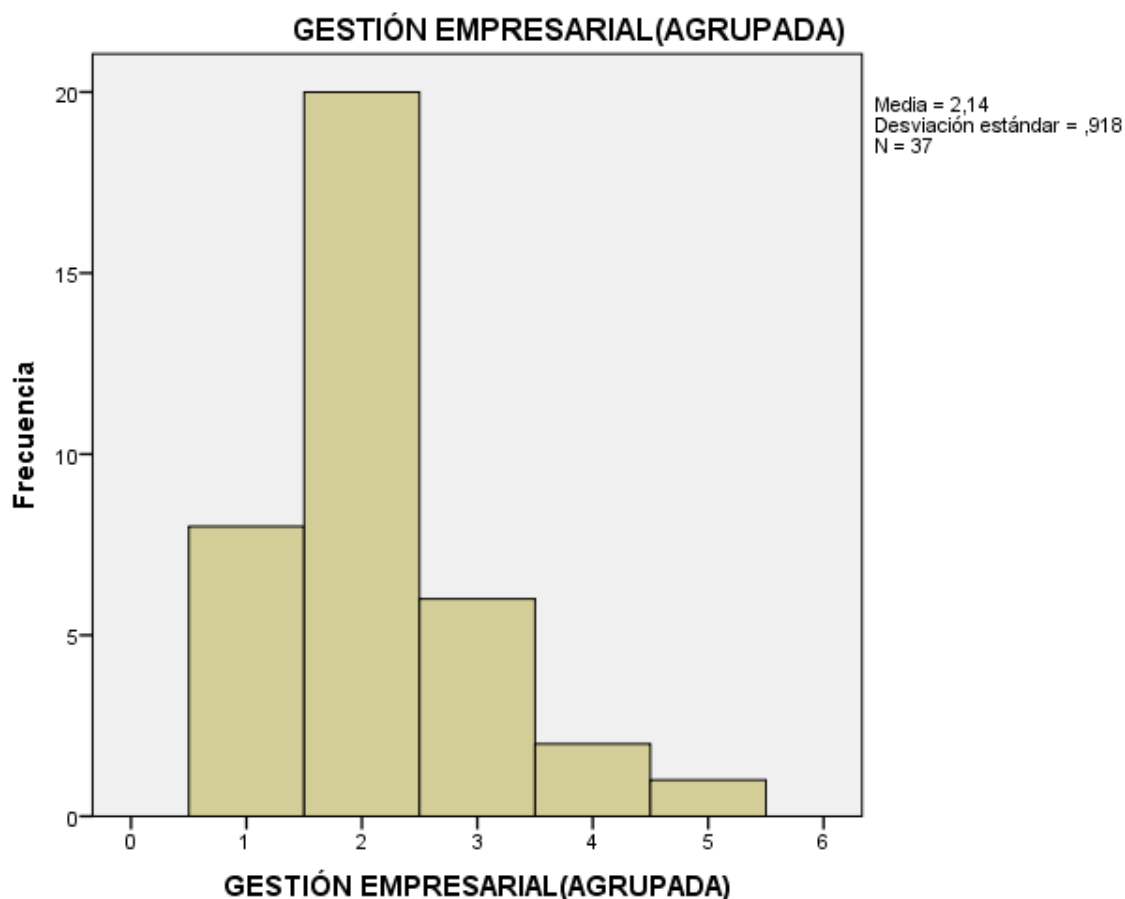


### GESTION EMPRESARIAL(AGRUPADA)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	8	21,6	21,6	21,6
De acuerdo	20	54,1	54,1	75,7
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	6	16,2	16,2	91,9
En desacuerdo	2	5,4	5,4	97,3
Totalmente en desacuerdo	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	

### Dimensión 5 (Agrupada)

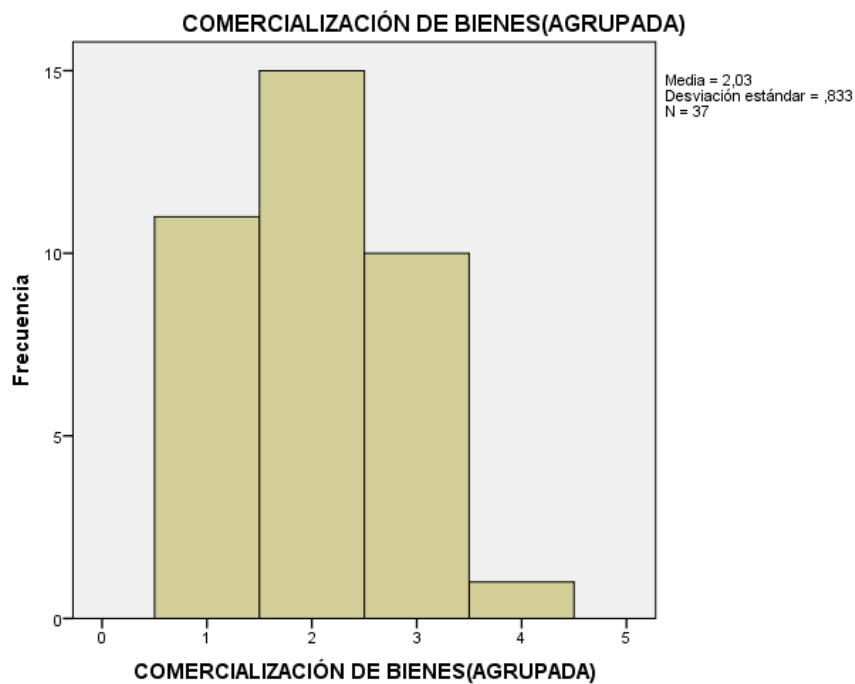
**Interpretación:** Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 21.6% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 54.1% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 5.4% respondió que están en desacuerdo y un 2.7% respondieron que están muy en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Gestión empresarial”.



## Dimensión 6 (Agrupada)

### COMERCIALIZACION DE BIENES(AGRUPADA)

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido Totalmente de acuerdo	11	29,7	29,7	29,7
De acuerdo	15	40,5	40,5	70,3
Ni de acuerdo ni en desacuerdo	10	27,0	27,0	97,3
En desacuerdo	1	2,7	2,7	100,0
Total	37	100,0	100,0	



### Interpretación:

Según los resultados obtenidos, se visualiza que el 29.7% de la muestra, conformado por los trabajadores de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, manifestaron que están totalmente de acuerdo con respecto a la dimensión estudiada. Asimismo, se observa que el 40.5% manifestaron que están de acuerdo, mientras que el 2.7% respondió que están en desacuerdo con respecto a la dimensión de “Comercialización de bienes”.

## 3.2 Prueba de hipótesis

### 3.2.1. Prueba de normalidad

Hipótesis de normalidad:

Ho: la distribución de la muestra es normal

H1: la distribución de la muestra no es normal

Valor de significancia:  $\alpha$  es igual a 0.05

Criterios:  $p < \alpha$  se rechaza Ho y se acepta Ha

$P > \alpha$  se rechaza Ha y se acepta Ho

Donde p es igual al valor de significación (Sig.)

Tabla 11

Pruebas de normalidad						
	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
ECommerce	,256	37	,000	,781	37	,000
Mypes	,265	37	,000	,733	37	,000

Interpretación:

-Prueba de Hipótesis General:

a) Hipótesis General:

H0: No existe una relación directa de los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.

H1: Tiene una relación directa los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.

Tabla 12

Correlaciones			ECommerce	Mypes
Rho de Spearman	ECommerce	Coefficiente de correlación	1,000	,826**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	37	37
	Mypes	Coefficiente de correlación	,826**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	37	37

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

Se observa que el estadístico de correlación Rho de Spearman proporciono un resultado de 82,6%, a su vez su nivel de significancia es de 0.00 Es menor al 0.05 por lo tanto las variables tienen relación, a su vez según los resultados obtenidos, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que los Ecommerce se relaciona con la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. debido a que en las variables existió una correlación de 82.6%, lo cual indica una relación alta

Por lo cual se concluye que:

Se concluye que, si existe relación entre las variables de Ecommerce con relación a la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L- LA VICTORIA 2018

Reglas de Decisión:

Si: Valor  $p > 0.05$ , se Acepta la  $H_0$

Si: Valor  $p < 0.05$ , se rechaza la  $H_0$  y se acepta la  $H_1$

<b>COEFICIENTE</b>	<b>RELACIÓN</b>
-0.91 a -1.00 =	Correlación negativa perfecta.
-0.76 a -0.90 =	Correlación negativa muy fuerte.
-0.51 a -0.75 =	Correlación negativa considerable.
-0.26 a -0.50 =	Correlación negativa media.
-0.11 a -0.25 =	Correlación negativa débil.
-0.01 a -0.10 =	Correlación negativa muy débil.
0 =	No existe correlación alguna entre las variables.
+0.01 a +0.10 =	Correlación positiva muy débil.
+0.11 a +0.25 =	Correlación positiva débil.
+0.26 a +0.50 =	Correlación positiva media.
+0.51 a +0.75 =	Correlación positiva considerable.
+0.76 a +0.90 =	Correlación positiva muy fuerte
+0.91 a +1.00 =	Correlación positiva perfecta

Fuente: Hernández et al, (2010). p.132

Prueba de primera hipótesis específicas

Se realiza entre las variables 1 y dimensión 3 para comprobar la primera hipótesis específica.

Hipótesis Específica 1:

$H_0$ : No existe una relación directa de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

H1: Tiene una relación directa las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

Reglas de Decisión:

Si: Valor  $p > 0.05$ , se Acepta la H0

Si: Valor  $p < 0.05$ , se rechaza la H0 y se acepta la H1

- TABLA N° 13: Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Especifica

**Correlaciones**

			Medios Electrónicos	Mypes
Rho de Spearman	Mypes	Coefficiente de correlación	1,000	,773**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	37	37
	<u>Medios Electronicos</u>	Coefficiente de correlación	,773**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	37	37

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

Interpretación: Se observa que el estadístico de correlación de Spearman proporciono un resultado de 77,3%, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que las Mypes si se relaciona con los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria- 2018. Debido a que la variable existió una correlación positiva fuerte de 77.3%.

Por lo cual se concluye que:

Se concluye que, si existe relación entre la variable de Mypes con relación a los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La victoria- 2018

### **Hipótesis Especifica 2:**

H0: No existe una relación directa de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

H1: Tiene una relación directa las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

Reglas de Decisión:

Si: Valor  $p > 0.05$ , se Acepta la H0

Si: Valor  $p < 0.05$ , se rechaza la H0 y se acepta la H1

- TABLA N° 14: Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Especifica

### Correlaciones

			Nuevas Tecnologías	Mypes
Rho de Spearman	Mypes	Coefficiente de correlación	1,000	,799**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	37	37
	<u>Nuevas Tecnologías</u>	Coefficiente de correlación	,799**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	37	37

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

Interpretación: Se observa que el estadístico de correlación de Spearman proporciono un resultado de 79,9%, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que las Mypes si se relaciona con las nuevas tecnologías de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria -2018. Debido a que las variables existieron una Correlación positiva fuerte de 79.9%.

#### **Por lo cual se concluye que:**

Se concluye que, si existe relación entre la variable de Mypes y las Nuevas Tecnologías con relación a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria -2018.

#### **Hipótesis Especifica 3:**

H0: No existe una relación directa de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

H1: Tiene una relación directa las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

Reglas de Decisión:

Si: Valor  $p > 0.05$ , se Acepta la H0

Si: Valor  $p < 0.05$ , se rechaza la H0 y se acepta la H1

- TABLA N° 15: Prueba de Correlación de Variables- Hipótesis Especifica

### Correlaciones

			<u>Stakeholder</u>	Mypes
			s	
Rho de Spearman	Mypes	Coefficiente de correlación	1,000	,899**
		Sig. (bilateral)	-	,000
		N	37	37
	<u>Stakeholders</u>	Coefficiente de correlación	,899**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	-
		N	37	37

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

Interpretación: Se observa que el estadístico de correlación de Spearman proporciono un resultado de 89,9%, se rechazó la hipótesis nula y se aceptó la hipótesis de investigación indicando que las Mypes si se relaciona con los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria- 2018. Debido a que en las variables existió una correlación positiva considerable de 65.3%, lo cual indica una relación casi perfecta.

Por lo cual se concluye que:

Se concluye que, si existe relación entre la variable de mypes con relación a los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria -2018

## IV DISCUSIÓN

De acuerdo a los resultados que se obtuvieron en la presente investigación, donde la relación de los Ecommerce y el desarrollo de la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L en el distrito de la Victoria, para dicho estudio se realizó una encuesta con una muestra de 120 usuarios del Banco. Por ende, en la investigación se pudo determinar lo siguiente:

### 4.1 Objetivo e Hipótesis General:

Se tuvo como objetivo determinar si existe una correlación de los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018. Para lo cual se realizó una investigación de tipo aplicada con el enfoque transversal, y se hizo uso de un cuestionario para medir ambas variables a través de la técnica de la encuesta.

De acuerdo a la apreciación de los usuarios en gran mayoría, y los resultados menciona que, si existe relación entre las variables mencionadas y mediante los resultados estadísticos se demostró que un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir

“ $0.00 < 0.05$ ” además que ambas variables tienen una correlación de 0.826 por lo tanto, se aceptó la Hipótesis de investigación indicando que existe una alta relación entre las variables Los Ecommerce y el desarrollo de la Mype distribuidora Grecia E.I.R.L La victoria – 2018

Dichos resultados tienen coherencia con Ansuini, M. y Buleje, S. (2015) en su investigación titulada “Principales factores decisivos para incorporar nuevas tecnologías de comercialización. El caso del comercio electrónico en mype de muebles de madera para el hogar del parque industrial de villa el salvador” Tesis presentada para obtener el título profesional de licenciadas en Gestión, que a su vez tiene resultados de un Rho de Spearman de 88.6%, teniendo un nivel de significancia de 0.00 (bilateral) siendo una relación altamente fuerte. Observándose, que existe una gran concordancia entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. En conclusión, general se pudo reconocer que el empresario de generaciones mayores tiene como principal objetivo el coste alternativo y maximizar utilidades usando métodos tecnológicos avanzados, ya que un gran número de estos tiene sus propias empresas alternas que en si le demandan tiempo e inyección constante de capital.

Según los autores Bermúdez, K. y Espinoza, J. (2013) Hoy en día las mypes están sintiendo el cambio de tener un mundo globalizado en donde los negocios cambiaron de una forma exorbitante favoreciendo así a los pequeños empresarios a poder lograr la tan ansiada internacionalización, salir de su zona de confort para poder explorar nuevos mercados en que estos sobresalgan y tengan mayor competitividad, esto significa una nueva oportunidad y así poder crecer tanto económica como social.

En relación a esta investigación y con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores de Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria; la teoría mencionada por Bermúdez, K. y Espinoza, J. En esta era de globalización las mypes están sufriendo un cambio radical al momento de usar nuevas herramientas que propongan crecimiento económico y desarrollo tecnológico al momento de realizar sus funciones, que le permitan innovar en los procesos cotidianos, para poder lograr una nueva forma de comercio y así las mypes puedan lograr internacionalizarse.

#### **4.2 Objetivo e Hipótesis específico 1**



Se tuvo como objetivo determinar si Existe una correlación de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018. Para lo cual se realizó una investigación de tipo aplicada con el enfoque transversal, y se hizo uso de un cuestionario para medir ambas variables a través de la técnica de la encuesta De acuerdo a la apreciación de los usuarios en gran mayoría, y los resultados menciona que, si existe relación entre las variables mencionadas y mediante los resultados estadísticos se demostró que un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.00 < 0.05$ ” además que ambas variables tienen una correlación de Spearman 0.773 por lo tanto, se aceptó la Hipótesis de investigación indicando que existe una alta relación entre las variables Los Ecommerce y los medios electrónicos de la empresa distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria – 2018

Dichos resultados tienen coherencia con Vallejo (2009) en su investigación titulada “Análisis, diseño y construcción de una herramienta para soporte de evaluaciones diagnósticas de procesos para pymes desarrolladoras de software” Tesis para optar por el título de ingeniero informático. Pontificia Universidad Católica Del Perú. Que a su vez tiene resultados de un Rho de spearman del 79.2%, teniendo un nivel de significancia de 0.00 (bilateral) siendo una relación altamente fuerte. Observándose, que existe una gran concordancia entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. En conclusión, general fue que los resultados obtenidos de la evaluación usando la aplicación EvaDips así como los informes técnicos de evaluación de procesos generados a partir de ellos permiten a los evaluados realizar análisis y discutir sus resultados con la finalidad de medir la situación de los procesos de las pymes en términos de capacidad de procesos.

Según los autores Hayden, T. y Webster, T. (2015) Así mismo es una red enorme que amortiza no solo las grandes empresas si no que a su vez también a una persona natural que planea empezar un negocio pequeña. Los ecommerce es el arte de concretar los distintitos tratos comerciales previamente acordados entre dos o más partes, mediante el internet que es las herramientas comunes.

En relación a esta investigación y con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores de Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria; se concluyó que los trabajadores de la empresa están de acuerdo con la implementación de medios electrónicos que reduzcan tiempo y procesos.

### 4.3 Objetivo e Hipótesis específico 2

Se tuvo como objetivo determinar si existe una correlación de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018

Para lo cual se realizó una investigación de tipo aplicada con el enfoque transversal, y se hizo uso de un cuestionario para medir ambas variables a través de la técnica de la encuesta

De acuerdo a la apreciación de los usuarios en gran mayoría, y los resultados menciona que, si existe relación entre las variables mencionadas y mediante los resultados estadísticos se demostró que un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.00 < 0.05$ ” además que ambas variables tienen una correlación de Spearman 79.9% por lo tanto, se aceptó la Hipótesis de investigación indicando que existe una alta relación entre las variables Los Ecommerce y las nuevas tecnologías de la empresa distribuidora Grecia e.i.r.l, La victoria – 2018

Dichos resultados tienen coherencia con Días, D. y Valencia, B. (2015) en su investigación titulada “Estudio exploratorio de la oferta de comercio electrónico en un conjunto de Micro y Pequeña Empresas (Mypes) localizadas en diversos distritos de lima metropolitana” Tesis presentada para obtener el título profesional de licenciadas en Gestión con mención en gestión Empresarial. Pontificia Universidad Católica del Perú. Que a su vez tiene resultados de un Rho de spearman de 84.4%, teniendo un nivel de significancia de 0.000(bilateral) siendo una relación altamente fuerte. Observándose, que existe una gran concordancia entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. En conclusión, general las presentadoras de esta tesis concluyen que en la realidad peruana y para las personas que poseen un canal tradicional de ventas, el comercio electrónico o E commerce es una forma complementaria de hacer comercio sabiendo que los resultados muestran que el comercio electrónico reduce costos y tiempo.

Según los autores Rodrgiez, I. (2014) Señala que un ordenador digital es usado como base de investigación y comunicación, es capaz de efectuar aumentos significativos en lo que es recuperación de información y datos. Esto trae como consecuencia que las organizaciones masivas de bibliotecas queden a merced de estrategias vanguardistas en otras palabras obsoleta. Esto trae como beneficio que las personas puedan transformar esta información en una línea privada que sean distribuidas y comercializadas rápidamente por el propio usuario.

En relación a esta investigación y con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores de Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria; se concluyó que la aplicación de un sistema tecnológico que genere mayor flujo de información y comunicación dentro como también fuera de la empresa ocasionara una reducción de costos.

#### **4.4 Objetivo e Hipótesis específico 3**

Se tuvo como objetivo determinar si existe una correlación de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018. Para lo cual se realizó una investigación de tipo aplicada con el enfoque transversal, y se hizo uso de un cuestionario para medir ambas variables a través de la técnica de la encuesta

De acuerdo a la apreciación de los usuarios en gran mayoría, y los resultados menciona que, si existe relación entre las variables mencionadas y mediante los resultados estadísticos se demostró que un nivel de significancia (bilateral) menor a 0.05, es decir “ $0.00 < 0.05$ ” además que ambas variables tienen una correlación de Spearman 0.899 por lo tanto, se aceptó la Hipótesis de investigación indicando que existe una alta relación entre las variables Mypes y los Stake Holders de la empresa distribuidora Grecia E.I.R.L, La victoria – 2018

Dichos resultados tienen coherencia con Carrera, M. (2012) en su investigación titulada “Factores que intervienen en el desarrollo de las Pymes del sector manufacturero en cinco municipios del área metropolitana de Monterrey, afiliada a la CAINTRA”. Universidad Autónoma de nuevo León. Para obtener el grado de Doctor en filosofía con especialidad en administración. Que a su vez tiene resultados de un Rho de Spearman Del 90.4%, teniendo un nivel de significancia de 0.00 (bilateral) siendo una relación altamente. Observándose, que existe una gran concordancia entre ambas investigaciones dados los resultados estadísticos mencionados. En conclusión, general la investigación realizada en monterrey es positiva ya que la relación que tienen las pymes señaladas en el sector manufactureros tiene una alta relación con los 5 municipios que tienen 94 encuestados realizadas a los ceos/gerentes del sector manufacturero en cinco municipios se identificó que la edad de los gerentes oscila entre los 30-40 años y son la principal fuente de crecimiento dentro de las pymes ubicadas en monterrey.

Según los autores Argandoña, A. (2010) la mentalidad empresarial: cómo piensan los gerentes sobre la gestión para una mejor creación de valor y cómo conectar de forma explícita negocios y ética.

En relación a esta investigación y con los resultados obtenidos en la encuesta realizada a los trabajadores de Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria; se concluyó que tener siempre de cerca a nuestro grupo de intereses (Stakeholders) es de suma importancia ya que dentro un largo, mediano o corto plazo estos Stakeholders se pueden convertir en un socio competitivo de la empresa como también un gran competidor.

## V. CONCLUSIONES

De acuerdo a los objetivos planteados en la investigación, a la comprobación de hipótesis y a los resultados obtenidos se llegó a las siguientes conclusiones:

**Primera:** Se cumplió el objetivo general demostrando que existe una relación entre los Ecommerce y la Mype en un 82.6% de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria 2018. Por ende, concluimos que la empresa tiene una gran compatibilidad con el comercio electrónico gracias a su capacidad de comercialización y distribución.

**Segunda:** Se cumplió el objetivo específico número uno demostrando que si existe una relación entre las mypes y los medios electrónicos en un 77.3% de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L por ello concluimos que los medios electrónicos en la empresa son necesarios ya que gracias a los motores de búsqueda que se encuentran en la red podemos generar más visitas por ende mayor número de clientes B2B interesados en comprar los productos de Grecia.

**Tercera:** Se cumplió el objetivo específico numero dos demostrando que si existe una relación de las Mypes y las nuevas tecnologías en un 79.9% que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. por ello concluimos que las nuevas tecnologías en la empresa son de suma importancia para poder ver la trazabilidad de los productos que llegan a las diversas zonas de La Victoria.

**Cuarta:** Se cumplió el objetivo específico tres demostrando que si existe una relación de las Mypes y Stakeholders en un 89.9% que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L -. Por ello concluimos que los Stakeholders dentro de la empresa son de suma

importancia ya que gracias a estos en un tiempo determinado podemos lograr: legitimada, durabilidad y urgencia. Por ello la identificación de los grupos de intereses es muy necesaria y fundamental para definir en el entorno en el cual la empresa se va a desempeñar.

## **VI. RECOMENDACIONES**

Después del respectivo análisis de los resultados obtenidos en la investigación, se propone las siguientes recomendaciones para la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018.

**Primera:** Se le recomienda a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. que si la empresa adquiere un método innovador de comercio electrónico tendría una reducción de gastos de esta manera traería beneficios a la empresa. Generando una mejora en los procesos de reducción en los tiempos y costos.

**Segunda:** Se le recomienda a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. que invierta en motores de búsquedas predeterminados para poder tener una mayor preferencia en las principales búsquedas sobre productos de consumo masivo y así captar clientes que recién empiezan una pequeña empresa.

**Tercera:** Se le recomienda a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. que contrate un ingeniero que le diseñe una app web que le permita visualizar el estado de cada pedido y así el cliente este más satisfecho.

**Cuarta** Se le recomienda a la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L. Que siempre este al pendiente y que forje un lazo con los nuevos proveedores o clientes (sean nuevos o antiguos clientes) de la empresa.

## **VII. BIBLIOGRAFÍA**

Kenneth C. (2014). E-Commerce (10ªED): Boston Columbus, USA: ISBN 10: 0-13-302444-X

Lopez. (2010). Los principios del E commerce. España, Madrid: ESIC

Liberos, J. (2010). "El libro del comercio internacional: Camara de Zaragoza: España

- Freeman, E. (2010) “Stakeholders Theory: The State of the Art: Estados Unidos, New York: Cambridge University Press
- Sanchez, M. (2012). Factores que Intervienen en el Desarrollo de las PyMES del Sector Manufacturero en Cinco Municipios del Área Metropolitana de Monterrey, Afiliadas a la CAINTRA. Mexico: Shalom. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/2636/1/1080227499.pdf>
- Bernal, C. (2010). Metodología de la investigación. (3° ed.). Colombia: PEARSON.
- Chaffey (2011), “E-Business and E-Commerce Management”. Recuperado de: <https://geomart25.files.wordpress.com/2014/05/dave-chaffey-e-business-and-e-commerce-management-strategies-4th-ed-qwerty80.pdf>
- Curay (2008), “Plan Estratégico de Marketing para el Posicionamiento de Leche UHT Saborizada en el Distrito Metropolitano de Quito”. (Tesis Licenciatura) Escuela Politécnica del Ejército, Quito, Ecuador.
- Esteban, A. & Mondejar, J. (2013). Fundamentos de Marketing. España: ESIC.
- Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6° ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hurtado, A., Kuznik, A. & Espinal, A. (2010). El uso de la encuesta de tipo social en Traductología. Características metodológicas. Características metodológicas. Monografías de Traducción e Interpretación, 2 (1), 315-344.
- Kerin, R., Hartley, S. & Rudelius, W. (2014). Marketing. (11° ed.). México: McGraw Hill.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). Marketing. (14° ed.). México: Pearson
- Lamb, C., Hair, J & McDaniel, C. (2011). Marketing. (11° ed.). México: Cengage Learning.
- Sainz, M (2009), “El plan de marketing en la PYME”. (Tesis Licenciatura) Universidad José Antonio Páez, Valencia, Venezuela.
- Mendiola, A. et al. (2015). Sostenibilidad y rentabilidad de las cajas municipales de ahorro y crédito en el Perú. Lima: Esan. Recuperado de:

<https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2015/04/22/Cajas%20Municipales%20de%20Ahorro.pdf>

Stiglitz, J. (2010). Caida libre: el libre mercado y el hundimiento de la economía mundial. Norton. Turus

Cengage. Recuperado de <http://www.ebooks7-24.com>

Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2010). Metodología de la Investigación. (5ta ed.). México D.F: McGraw-Hill

Hernández, R. Fernández, C. & Baptista, M. (2014). Metodología de la investigación. (6º ed.).México: Mc Graw Hill.

Rodriguez, I. (2014). Marketing digital y comercio electrónico. España: Ediciones pirámides.

Magretta, J. (2013). Guía esencial hacia la estrategia y la competencia. (1.ª ed.). México: Grupo editorial Patria.

Moreno, J., Moreno, H. y Trejo, P. (2013). Comercio exterior sin barreras. (5.ª ed.). México: Tax Editores Unidos

Munuera, J. y Rodríguez, A. (2012). Estrategias de marketing, un enfoque basado en el proceso de dirección. (2.ª ed.). España: ESIC

Padin, C. y Caballero, I. (2006). Comercio internacional. (1.ª ed.). España: Editorial Vigo.

Pardo, G. (2014). Acuerdos Comerciales y aspectos relacionados con el comercio exterior. (1.ª ed.). Colombia: editorial Universidad del Rosario.

Paris, F. (2005). La planificación estratégica en las organizaciones deportivas. (4.ª ed.). España: Editorial Paidotribo

Porter, M. (2006). Ventaja competitiva. (5.ª ed.). México: CECSA.

Rodriguez, J. (2011). El modelo de gestión de recursos humanos. España: editorial UOC.

Krieger, N. (2001). Glosario de epidemiología social. Revista panamericana de salud pública, vol. 11 (ed.6), 5-6. Recuperado de: [www.scielosp.org](http://www.scielosp.org)

Mathews, J. (2009). Competitividad: el significado de la competitividad y oportunidades de internacionalización para las mypes. Lima: Usaid - PERU/MYPE  
COMPETITIVA.

Reyes, A. (2006). Administración de empresas teoría y práctica. (2.ª ed.). México: Limusa

## **ANEXOS**



ANEXO 1 MATRIZ DE CONSISTENCIA

Problemas	Objetivos	Hipótesis	Variables	Dimensiones / Indicadores	Metodología
<p><b><u>Problema general</u></b></p> <p>¿Cómo se relacionan los Ecommerce con el desarrollo de la mype Distribuidora Grecia-La victoria 2018?</p> <p><b><u>Problemas específicos</u></b></p> <p>¿Cómo se relaciona los Ecommerce con los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia-La victoria 2018?</p> <p>¿Cómo se relacionan los Ecommerce con las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia-La victoria 2018?</p> <p>¿Cómo se relacionan con los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia-La victoria 2018?</p>	<p><b><u>Objetivo general</u></b></p> <p>Determinar si existe una correlación de los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria 2018</p> <p><b><u>Objetivos específicos</u></b></p> <p>Determinar si Existe una correlación de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018</p> <p>Determinar si existe una correlación de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.</p> <p>Determinar si existe una correlación de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018.</p>	<p><b><u>Hipótesis general</u></b></p> <p>Existe una relación directa de los Ecommerce y la Mype Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018</p> <p><b><u>Hipótesis específicas</u></b></p> <p>Existe una relación directa de las Mypes y los medios electrónicos de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018</p> <p>Existe una relación directa de las Mypes y las nuevas tecnologías que presenta la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018</p> <p>Existe una relación directa de las Mypes y los Stakeholders de la empresa Distribuidora Grecia E.I.R.L – La Victoria 2018</p>	<p><b>Ecommerce</b></p> <p><b>Mype</b></p>	<p><u>Medios electrónicos</u></p> <p>Instrumentos</p> <p>Buscador</p> <p><u>Nuevas tecnologías</u></p> <p>Desarrollos tecnológicos</p> <p>Telecomunicaciones</p> <p>Procesos</p> <p><u>Stakeholders</u></p> <p>Corporación</p> <p>Clientes</p> <p>Bancos</p> <p><u>unidad económica</u></p> <p>Administración Publica bienes y servicios</p> <p><u>Gestión empresarial</u></p> <p>Productividad</p> <p>Competitividad</p> <p><u>Comercialización de bienes</u></p> <p>Organizaciones productos</p>	<p><u>Diseño de investigación</u></p> <p>No experimental- Transversal</p> <p><u>Tipo de investigación</u></p> <p>Aplicada</p> <p><u>Nivel de investigación</u></p> <p>Descriptivo-Correlacional</p> <p><u>Población</u></p> <p>40 clientes</p> <p><u>Muestra</u></p> <p>37 clientes</p> <p><u>Técnica de procedimiento de la información</u></p> <p>Programa SPSS 23</p>

## **ANEXO 2: Instrumento de recolección**

### **CUESTIONARIO**

**Estimado(o) cliente(a):**

El presente instrumento tiene como objetivo conocer como los Ecommerce se relaciona con el desarrollo de la Mype DISTRIBUIDORA GRECIA E.I.R.L, 2017. Por ello se le solicita respuestas preguntas con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta

1= Totalmente De acuerdo	2= De acuerdo	3= Ni De acuerdo Ni en Desacuerdo
4= En Desacuerdo	5= Totalmente en Desacuerdo	

<b>VARIABLE 1: E commerce</b>						
<b>DIMENSION 1: MEDIOS ELECTRONICOS</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	¿Consideraría tener una tarjeta electrónica para compras por internet?					
<b>2</b>	¿Consideraría utilizar Google Chrome como motor de búsqueda predeterminado para comprar online?					
<b>DIMENSION 2: Nuevas tecnologías</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>3</b>	¿Cree usted que los dispositivos móviles son una herramienta segura para comprar por internet?					
<b>4</b>	¿Cree usted que las compras online son la forma más rápida de comercio?					
<b>5</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería implementar un app móvil para agilizar el proceso de comercio B2C?					
<b>DIMENSION 3: StakeHolders</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>6</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería ser absorbida totalmente por Alicrop S.A?					
<b>7</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene un buen servicio al cliente online?					
<b>8</b>	¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con Wallet Electronico?					
<b>9</b>	¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con banca por internet?					
<b>10</b>	¿Consideraría comprar un bien o servicio a Distribuidora Grecia mediante una Pasarella de pago?					

## CUESTIONARIO

**Estimado(o) cliente(a):**

El presente instrumento tiene como objetivo conocer como los E commerce se relaciona con el desarrollo de la Mype DISTRIBUIDORA GRECIA E.I.R.L, 2017. Por ello se le solicita responder preguntas con veracidad. Agradeciéndole de antemano su colaboración.

Marque con una X la respuesta que crea usted sea la correcta

1= Totalmente De acuerdo	2= De acuerdo	3= Ni De acuerdo Ni en Desacuerdo
4= En Desacuerdo	5= Totalmente en Desacuerdo	

**Gracias por su colaboración**

<b>VARIABLE 2: POSICIONAMIENTO</b>						
	<b>DIMENSION 1: unidad económica</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>1</b>	¿Cree que las Mypes deberían seguir los procedimientos de facturación electrónico para el año 2018					
<b>2</b>	¿Consideraría adquirir un bien o servicio en una tienda física?					
<b>3</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es productiva manufacturando arroz?					
	<b>DIMENSION 1: Gestión empresarial</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>4</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva en precios frente a Santos Pez S.A?					
<b>5</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con su producto Tria-A?					
<b>6</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene mayor concentración de clientes en épocas navideñas?					
	<b>DIMENSION 1: Comercialización de bienes</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>7</b>	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene bien elaborado sus canales de distribución en la victoria?					
<b>8</b>	¿Consideraría comprar productos transformados traídos de china?					
<b>9</b>	¿Consideraría comprar productos similares a Santo Pez S.A sin tener conocimiento de su origen?					
<b>10</b>	¿Cree usted que los productos de consumo masivo peruano tienen mayor aceptación que los productos extranjeros?					


### ANEXO 3: VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO

**MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS**

Título de la investigación: Los E-commerce y el desarrollo de la Mipyme: DISTRIBUIDORA GRECIA  
Apellidos y nombres del investigador: Diego Ramallo de Liberto Campora  
Apellidos y nombres del experto: León Augusto Lessner Espinoza

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS	
E-commerce	Medios electrónicos	Instrumentos	¿Considera tener una tarjeta electrónica para compras por internet?	Ordinal/Razón	✓		
			¿Consideraría utilizar Google Chrome como motor de búsqueda predeterminado para comprar online?				
	Nuevas tecnologías	Desarrollos tecnológicos	¿Cree usted que los dispositivos móviles son una herramienta segura para comprar por internet?		✓		
			telecomunicaciones		¿Cree usted que las compras online son la forma más rápida de comercio?	✓	
					Procesos	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería implementar un app móvil para agilizar el proceso de comercio B2C?	✓
	Stakeholders	Corporación	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería ser absorbida totalmente por Alicrop S.A?		✓		
			Clientes		¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene un buen servicio al cliente online?	✓	
					Bancos	¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con Wallet Electrónico?	✓
			¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con banca por internet?			✓	
			¿Consideraría comprar un bien o servicio a Distribuidora Grecia mediante una Pasarela de pago?		✓		

Fecha: 20/10/2017

Firma del experto: 

Nota: Las GUARDAIONES e INCISIONES en el proceso, son dependientes de la naturaleza de la investigación y de las variables.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: <b>Los E-commerce y el desarrollo de la Mype- DISTRIBUIDORA GRECIA</b> Apellidos y nombres del investigador: <b>Diego Renato Di Liberto Campos</b> Apellidos y nombres del experto: <b>León Agustín Lesmer Espinoza</b>		ASPECTO POR EVALUAR		OPINIÓN DEL EXPERTO			
VARIABLES	INDICADORES	INDICADORES	ITEM	ESCALA	SI/NO COMPLETO	OPINIONES / RECOMENDACIONES	
Mypes	unidad económica	Administración Pública	¿Cree que las Mypes deberían seguir los procedimientos de facturación electrónico para el año 2018?	Ordinal/Razón	✓		
		bienes y servicios	¿Consideraría adquirir un bien o servicio en una tienda física?		✓		
		productividad	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es productiva manufacturando arroz?		✓		
		competitividad	¿CREE USTED QUE LA EMPRESA Distribuidora Grecia es competitiva en precios frente a Santos Paz S.A?		✓		
	Gestión empresarial	Organizaciones	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con su producto Tira A2?	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene mayor concentración de clientes en épocas navideñas?		✓	
			productos	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene bien elaborado sus canales de distribución en la victoria?		✓	
	Comercialización de bienes	productos	¿Consideraría comprar productos transformados hechos de china?	¿Consideraría comprar productos similares a Santos Paz S.A sin tener conocimiento de su origen?		✓	
				¿Cree usted que los productos de consumo masivo peruano tiene mayor aceptación que los productos extranjeros ?		✓	
						✓	
						✓	

Fecha: 07/08/2017

Nombre del experto: 

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Los E commerce y el desarrollo de la Myoe- DISTRIBUIDORA GRECIA  
 Apellidos y nombres del investigador: Diego Renato Di Liberto Campos  
 Apellidos y nombres del experto: Ibraahim, Barnulla

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	NO CUMPLE	
E commerce	Medios electrónicos	Instrumentos	¿Consideraría tener una tarjeta electrónica para compras por internet?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			buscador	¿Consideraría utilizar Google Chrome como motor de búsqueda predeterminado para comprar online?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Desarrollos tecnológicos	¿Cree usted que los dispositivos móviles son una herramienta segura para comprar por internet?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Nuevas tecnologías	telecomunicaciones	¿Cree usted que las compras online son la forma más rápida de comercio?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			Procesos	Distribuidora Grecia debería implementar un app móvil para agilizar el proceso de comercio B2C?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Stakeholders	Corporación	Clientes	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería ser absorbida totalmente por Alicrop S.A?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene un buen servicio al cliente online?		<input checked="" type="checkbox"/>	
		Bancos	¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con Wallet Electronico?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con banca por internet?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Consideraría comprar un bien o servicio a Distribuidora Grecia mediante una Pasarela de pago?		<input checked="" type="checkbox"/>		
				Ordinal/Razón			

*[Handwritten signature]*  
24/4/17



TRUJO DE LA INVESTIGACIÓN: LOS E COMERCIO Y EL DESARROLLO DE LA MYPE- DISTRIBUIDORA GRECIA.  
 Apellidos y nombres del investigador: Diego Renato Di Liberto Campos  
 Apellidos y nombres del experto: Barzani, Bartolita

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA	OPINIÓN DEL EXPERTO		
					SI CUMPLE	OBSERVACIONES / NUMERACIONES	
Mypes	unidad económica	Administración Pública	¿Cree que las Mypes deberían seguir los procedimientos de facturación electrónico para el año 2018?	Ordinal/Razón	<input checked="" type="checkbox"/>		
		bienes y servicios	productividad	¿Consideraría adquirir un bien o servicio en una tienda física?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es productiva manufacturando arroz?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Gestión empresarial	competitividad	competitividad	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva en precios frente a Santos Per S.A?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con su producto Tris-A2?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene mayor concentración de clientes en épocas navideñas?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene bien elaborado sus canales de distribución en la victoria?		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Comercialización de bienes	Organizaciones	productos	¿Consideraría comprar productos transformados traídos de china?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Consideraría comprar productos similares a Santo Per S.A sin tener conocimiento de su origen?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que los productos de consumo masivo peruano tiene mayor aceptación que los productos extranjeros?		<input checked="" type="checkbox"/>	
						Fecha del informe: 24/11/2017	

Nota: Las DIMENSIONES e INDICADORES se elaboraron de la siguiente manera de la investigación y de los resultados.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la investigación: Los E-commerce y el desarrollo de la Mypa- DISTRIBUIDORA GRECIA Apellidos y nombres del investigador: Diego Ramos Di Liberto Campos Apellidos y nombres del experto: Quintero, Alveira		ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO		
TEMÁTICA	INDICADORES	ITEM	NOTA	SI CORRESPONDE	NO CORRESPONDE	REFERENCIAS / RECOMENDACIONES	
Myppes	unidad económica	Administración Pública	¿Cree que las Myppes deberían seguir los procedimientos de facturación electrónica para el año 2018?	Ordinización	<input checked="" type="checkbox"/>		
		bienes y servicios	¿Considera viable adquirir un bien o servicio en una tienda física?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		productividad	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es productiva manufacturando arroz?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		competitividad	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva en precios frente a Samsa Pes S.A? ¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia es competitiva con su producto Tira-A?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Gestión empresarial		¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene mayor concentración de clientes en pocas localidades?		<input checked="" type="checkbox"/>		
		Organizaciones	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene bien elaborado sus canales de distribución en la victoria?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Comercialización de bienes	productos		¿Considera comprar productos transformados traídos de china?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Considera comprar productos similares a Samsa Pes S.A sin tener conocimiento de su origen?		<input checked="" type="checkbox"/>	
				¿Cree usted que los productos de consumo masivo peruano tiene mayor aceptación que los productos extranjeros ?		<input checked="" type="checkbox"/>	
						<input checked="" type="checkbox"/>	

Fecha de validación: \_\_\_\_\_



Nota: Las COMERCIALIZADORAS, solo se consideran, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de los resultados.

MATRIZ DE VALIDACIÓN DEL INSTRUMENTO DE OBTENCIÓN DE DATOS

Título de la Investigación: Los E-commerce y el desarrollo de la Mype- DISTRIBUIDORA GRECIA  
 Apellidos y nombres del Investigador: Diego Renato Di Liberto Campos  
 Apellidos y nombres del experto: Gustavo, Alivera

VARIABLES	COMISIONES	ASPECTO POR EVALUAR			OPINIÓN DEL EXPERTO		
		INDICADORES	ITEM	ENCALA	SI CUMPLE	NO CUMPLE	OBSERVACIONES / SUGERENCIAS
E-commerce	Medios electrónicos	Instrumentos	¿Consideraría tener una tarjeta electrónica para compras por internet?	Ordinal/Razón	<input checked="" type="checkbox"/>		
		buscador	¿Consideraría utilizar Google Chrome como motor de búsqueda predeterminado para comprar online?		<input checked="" type="checkbox"/>		
			¿Cree usted que los dispositivos móviles son una herramienta segura para comprar por internet?		<input checked="" type="checkbox"/>		
	Nuevas tecnologías	telecomunicaciones	¿Cree usted que las compras online son la forma más rápida de comercio?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Procesos	Distribuidora Grecia debería implementar un app móvil para agilizar el proceso de comercio B2C?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Corporación	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia debería ser absorbida totalmente por Alicorp S.A?	<input checked="" type="checkbox"/>			
	Stakeholders	Clientes	¿Cree usted que la empresa Distribuidora Grecia tiene un buen servicio al cliente online?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con Wallet Electrónico?	<input checked="" type="checkbox"/>			
		Bancos	¿Cree usted que deberíamos escoger un banco con banca por internet?	<input checked="" type="checkbox"/>			
			¿Consideraría comprar un bien o servicio a Distribuidora Grecia mediante una Pasarela de pago?	<input checked="" type="checkbox"/>			

Fecha: 01/02/2017

Nombre: Los DVAs (Distribuidores) y proveedores, en dependencia de la naturaleza de la investigación y de las variables.



ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE  
TESIS

Código : FO6-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo, Lessner Augusto León Espinoza docente de la Facultad de ciencias empresariales y Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo filial callao, revisor de la tesis titulada

“Los Ecommerce y el desarrollo de las Mypes Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria,2018. ”, del estudiante Di liberto Campos Diego Renato constato que la investigación tiene un índice de similitud de 28% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El suscrito analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Callao 17 de julio del 2018

Firma

Dr. Lessner Augusto, León Espinoza  
DNI: 07725199



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS  
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02  
Versión : 09  
Fecha : 23-03-2018  
Página : 1 de 1

Yo Diego Renato Di liberto Campos, identificado con DNI N° 76954839, egresado de la Escuela Profesional de Negocios Internacionales de la Universidad César Vallejo, autorizo ( X ) , No autorizo ( ) la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Los Ecommerce y el desarrollo de las Mypes Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria, 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33.

Fundamentación en caso de no autorización:

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

  
\_\_\_\_\_  
FIRMA

DNI: 76954839

FECHA: 26 de noviembre del 2018



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS  
INTERNACIONALES

"LOS COMERCIO Y EL DESARROLLO DE LAS MYPES -  
DISTRIBUIDORA GRECIA F.I.R.L. LA VICTORIA, 2018."

ITISS PARA OBTENER EL TITULO PROFESIONAL DE LICENCIADO  
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR

Dilberto Campos, Diego Krato

ASPIRANTE

Dk. Leon Espinoza, Leoner

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

Marketing y Comercio Internacional

LIMA - PERÚ

2018

1

Resumen de coincidencias

28 %

Coincidencia 1 de 102

1	repositorio.ucv.edu.pe	13 %
2	Entregado a Universid...	9 %
3	Entregado a Universid...	1 %
4	Entregado a Pontificia ...	1 %
5	docalite.us	1 %
6	Entregado a UNAPPEC	<1 %
7	www.scribd.com	<1 %
8	epprints.uahf.mx	<1 %
9	Entregado a Universid...	<1 %
10	repositorio.upeu.edu.pe	<1 %
11	repositorio.us.edu.pe	<1 %





# UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

## AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE  
La Facultad de Ciencias Empresariales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

Di liberto Campos Diego Renato

INFORME TÍTULADO:

Los Ecommerce y el Desarrollo de las Mypes – Distribuidora Grecia E.I.R.L, La Victoria,  
2018”.

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

Licenciado en Negocios Internacionales

SUSTENTADO EN FECHA: 17/07/2018

NOTA O MENCIÓN: 16 Diez y seis



  
Mg. Samanta Hilda Calle Ruiz